

# Самые эффективные рекламные кампании Европы в 2000 году

## Пятилетняя история конкурса EURO EFFIE

Конкурс EURO EFFIE организован в 1996 году при поддержке ЕАСА (European Association of Communication Agencies). Цель конкурса – воздать должное тем рекламным кампаниям, которые строят «бренды без границ». Жюри присуждает золотые, серебряные, бронзовые медали в различных категориях рекламным кампаниям, эффект которых доказан как минимум в трех европейских странах.

Национальные конкурсы EFFIE проходят в целом ряде европейских стран. Каждую из этих стран приглашают принять участие в формировании жюри и прислать двух своих представителей – одного от рекламного агентства, второго от рекламодателя. Также в жюри входят представители исследовательских компаний. Последнее решение жюри согласовывается с Комитетом конкурса EURO EFFIE в ЕАСА.

Впервые награждение EURO EFFIE прошло в Дрездене в 1996 году. В этом конкурсе приняли участие почти 40 рекламных кампаний, а первые награды получили рекламные кампании для Levi's и IBM. В 1997 году EURO EFFIE пришел в Париж. И выяснилось, что всего за один год существования конкурс достиг известности в масштабах всего европейского континента. В 1998 году EURO EFFIE прошел в столице Европы – Брюсселе. Это было сделано нарочно, чтобы спозиционировать конкурс как общеевропейское событие, придать конкурсу больший статус и заметность. В 1999 году EURO EFFIE проходил в Праге. Жюри тогда возглавил президент ЕАСА Хавьер Оливер.

В 2000 году Франция опять организовала масштабное европейское событие. В EURO EFFIE 2000 приняло участие 59 претендентов, из которых отобран 31 финалист. В жюри вошли представители агентств и рекламодателей из 10 стран (Австрия, Бельгия, Чехия, Франция, Германия, Греция, Голландия, Испания, Швейцария, Великобритания). Возглавил жюри Филипп Бернхард, директор Lowe Lintas&Partner (Франция), вице-президент ААСС.

## Кампании – победители EURO EFFIE 2000: золото и серебро

### Категория «FMCG. Еда и напитки»

Золото – энергетический напиток Red Bull (Kastner & Partner, Германия).

Серебро – водка Absolut (BDDP/TBWA, Франция).

### Категория «FMCG. Непищевые продукты»

Золото – стиральный порошок ОМО (Lowe Lintas Partners, Франция).

### Категория «Товары длительного потребления (за исключением автомобилей, аксессуаров и сервиса для них)»

Серебро – игровая приставка Sony PlayStation (Umweit A/S, Дания).

### Категория «Фармацевтика и забота о здоровье»

Золото – подгузники Libero (Forsman&Bodenfors, Швеция).

### Категория «Корпоративная и business-to-business реклама»

Серебро – страховая компания Winterthur (McCann-Erickson, Швейцария).

Серебро – IBM e-business (Ogilvy&Mather, Франция).

### Категория «Все остальные услуги»

Золото – турагентство Kilroy travels International (Saatchi&Saatchi, Дания).

### «Нью-медиа, интерактивные медиа, а также электронные и Интернет-продукты и услуги»

Золото – Интернет-магазин Letsbuyit.com (AMV.BBDO, Великобритания).

### «Гран-при» EURO EFFIE 2000

Турагентство Kilroy travels International (Saatchi&Saatchi, Дания).

### Специальный приз в категории «печатная реклама»

Водка «Абсолют» (BDDP/TBWA, Франция).

### Специальный приз жюри: подгузники Libero (Forsman&Bodenfors, Швеция).



Эмблема EURO EFFIE

Итак, мы предлагаем нашим читателям перелистнуть страницу журнала и познакомиться поближе с победителями конкурса EURO EFFIE 2000.

Редакция благодарит Ассоциацию рекламных агентств Франции (ААСС) и оргкомитет конкурса EURO EFFIE за предоставленные материалы.