



ganador gran effie

Awards 2022



Marca: **Data Center CR**
Agencia: **Agencia interaction**
Caso: **From Hydro to Crypto**



Nov 16, 2022 Costa Rica

Proyectos de 2022 más innovadores, efectivos y creativos fueron reconocidos

Proyectos de 2022 más innovadores, efectivos y creativos fueron reconocidos

San José, noviembre 2022.

Las estatuillas de los Effie Awards Costa Rica ya tienen dueño.

La noche de este miércoles fueron entregados los premios a los mejores proyectos que destacaron por su innovación, creatividad y efectividad de la industria de la publicidad, comunicación, relaciones públicas y mercadeo.

La campaña que se llevó el Gran Effie de la duodécima edición de los Effie Awards Costa Rica es Data Center y la agencia Interaction por mostrar efectividad y resultados positivos en la campaña sobre cómo la empresa reinventó su negocio con la transformación de plantas hidroeléctricas en desuso en uno de los primeros centros de criptominería verde del mundo.

“¡Wow!, estoy muy contento y orgulloso, la verdad no me lo esperaba. Estoy conmovido porque luego de estar cerrados, prácticamente quebrados, sin tener qué hacer con nuestra energía y gracias a la campaña de Interaction, le encontramos una oportunidad al tico para poder minar en este mundo de criptomonedas. Hoy aquí celebramos ese esfuerzo, pero sobre todo esa oportunidad país de poner a Costa Rica en la punta de lanza en una nueva industria”, aseguró Eduardo Kopper, presidente y fundador de Data Center Costa Rica, luego de obtener el máximo galardón de los Effie Awards Costa Rica.

Alan Vainrub, presidente de la Comisión Effie, dijo que el proceso de elección, luego de los intensos juzgamientos, fue difícil por la alta calidad de producción, la cual ha crecido y ha permitido la reactivación económica de la industria.

“Se evaluaron todos los casos con gran rigurosidad, fueron todos diversos y es la representación de la industria. Los resultados de estos Effie Awards evidencian que los objetivos de negocios de los clientes se cumplieron con creces. Acá la comunicación es vital para alcanzar los resultados planteados que eran ambiciosos logrando objetivos excepcionales”, explicó Vainrub.

Los oros de la noche. Data Center y la agencia Interaction se llevaron dos estatuillas de oro, que se suma al Gran Effie.

El otro Effie de Oro se lo llevó Oxígeno CR y la agencia RIOT/TBWA por su campaña de vacunación, en la que aportó un importante apoyo a la salud pública del país, con un espacio físico y logístico para permitir la vacunación contra la Covid-19. “Más que el premio es la satisfacción de saber que aportamos algo al país a nivel nacional como fue la vacunación para atender la situación del Covid-19. Este resultado es consecuencia del esfuerzo, nunca pensamos que con esto se iba a posicionar la marca y que iba a ser una herramienta de negocio”, Marcela Trejos, gerente general de Oxígeno CR.

Vestidos de plata. La marca Hyundai y su agencia Interaction se llevaron dos anhelados premios de plata gracias a su campaña de reposicionamiento de un SUV multipropósito en momentos en los que la pandemia provocó una escasez de vehículos a nivel mundial.

También Mc Donald’s y su agencia Leo Burnett ganaron un premio plata, gracias al lanzamiento de McRib, logrando con su campaña que los clientes arrasaran con el producto en tan solo 9 días, siendo el lanzamiento más efectivo de Mc Donald’s en los últimos 10 años.

La campaña de Microsoft y CAC Porter Novelli sobre el metaverso a través de Minecraft, en el que los jóvenes crearon la Costa Rica del futuro, con un concurso en el que debían desarrollar edificaciones que reflejaran temas como la sostenibilidad, el ambiente, la tecnología, la igualdad y los derechos humanos, fue galardonada con un premio de plata.

Data Center e Interaction se llevaron un premio de plata que se suma a los dos premios de oro ganados por su campaña.

Bañados en bronce. El Lagar y su agencia Ganier BBDO obtuvieron dos premios de bronce por sus campañas sobre el Fashion Ferretero, la cual permitió posicionarlos en un target en el cual no estaban familiarizados, alcanzando ventas excepcionales, y por generar un impacto con sus promociones que asustan en el marco de la celebración de Halloween.

Pennzoil y su agencia Interaction obtuvieron uno de los premios de bronce por su campaña enfocada en la excelente opción de utilizar lubricantes sintéticos que no utilizan petróleo como materia prima. Hyundai e Interaction también se bañaron en bronce, este premio se suma a los dos premios de plata que recibieron. La más premiada. La agencia Interaction destacó en esta duodécima edición de los Effie

Awards Costa Rica al llevarse en total siete premios al lado de sus clientes:

Gran Effie

Oro: 2 premios (2 Data Center)

Plata: 3 premios (2 Hyundai y 1 Data Center)
Bronce: 2 premios (Pennzoil y Hyundai)

“Estamos muy orgullosos y contentos. Estos premios alcanzados son el reflejo de lo que es la creatividad hoy en día. Las agencias de publicidad podemos entrar en áreas de negocios en los que habitualmente no nos veían, es por ello que las agencias de publicidad podemos proponer soluciones de negocio con creatividad para nuestros clientes y con resultados efectivos para ellos”, Erick Apuy, de Interaction.

Con mucha emoción y algarabía, los participantes de los Effie cerraron esta edición de los premios que permite que la industria se luzca con sus proyectos cada vez más y que brille para generar mayor desarrollo económico en el país.

EFFIE COSTA RICA