

PR Wings – nowy konkurs w polskiej branży PR

*Wakacyjne wyzwanie dla firm i instytucji dumnych ze swej komunikacji
– zaważyć o nową, prestiżową nagrodę*

Warszawa, 6 lipca 2021 r. – Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR) ogłasza nowy konkurs o nazwie PR Wings (Skrzydła PR), który co roku będzie wyłaniać i nagradzać najbardziej efektywne, kreatywne i innowacyjne projekty, zjawiska i osoby z zakresu szeroko rozumianej komunikacji i Public Relations. W konkursie mogą wziąć udział wszystkie podmioty komunikujące się w Polsce publicznie i chcące zwrócić uwagę na szczególnie osiągnięcia komunikacyjne. PR Wings został tak skonstruowany, by z jednej strony wyróżniać się dużą dostępnością, a z drugiej – wysoką wiarygodnością procesu wyłaniania zwycięzców i najlepszych projektów.

W pierwszej edycji konkursu wyróżnione zostaną najlepsze projekty PR oraz zjawiska z 2020 roku. W 13 kategoriach oceni je Jury składające się z 25 ekspertów o uznanym w branży autorytecie i dorobku komunikacyjnym. Zgłoszenia przyjmowane są od 7 lipca do 15 sierpnia 2021 r., a ogłoszenie wyników nastąpi 16 września 2021 r. na specjalnej gali podczas Kongresu Profesjonalistów Public Relations w Rzeszowie. Nad poprawnością przebiegu konkursu i procedury głosowań czuwać będzie kancelaria prawna MDDP Olkiewicz i Wspólnicy. Szczegółowe informacje o konkursie znaleźć można pod adresem www.prwings.pl.

PR Wings ma na celu promowanie profesjonalnych, etycznych oraz wyróżniających się praktyk w zakresie public relations i komunikacji, a przez to pomóc w tworzeniu coraz bardziej profesjonalnego, opartego na najwyższych standardach rynku usług PR w Polsce. Ma charakter otwarty i mogą brać w nim udział zarówno polskie firmy komercyjne i agencje zajmujące się komunikacją, jak i krajowe urzędy oraz instytucje publiczne, inne podmioty trzeciego sektora, pozarządowe i samorządowe, które przeprowadziły działania komunikacyjne zarówno w Polsce, jak i za granicą, bo jedna z kategorii dotyczy projektów zrealizowanych przez polskie podmioty na rynkach międzynarodowych.

Konkurs PR Wings ma charakter kompleksowy, a wachlarz nagród ma szeroko pokazać kondycję polskiej branży PR w różnych kontekstach. Właśnie dlatego nowy konkurs SAPR-u obejmuje nie tylko kategorie odpowiadające kluczowym obszarom public relations, jak np. PR produktowy, korporacyjny czy komunikacja kryzysowa. Wśród 13 kategorii konkursowych są też takie, które mają wyłonić Osobowość Roku, PR-ową Innowację Roku (kampanię nowej generacji), wskazać Komunikacyjny Game Changer (Zmiana Biznesowa Roku w PR) czy kampanię, która wywarła Największy Wpływ Społeczny (CSR).

W pierwszej edycji PR Wings nagrodzone zostaną projekty PR zrealizowane w 2020 roku oraz zjawiska, wydarzenia i osoby, które wyróżniły się w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020, a więc w roku szczególnie wymagającym komunikacyjnie ze względu na pandemię.

DOSTĘPNY I WIARYGODNY

Realizując postulat dużej dostępności, organizatorzy określili opłaty za udział w konkursie w wysokości od 190 PLN netto w 1. terminie (7-25 lipca) do 450 PLN netto w terminie „last minute” (9-15 sierpnia).

Wiele uwagi przy konstruowaniu nowego konkursu organizatorzy poświęcili też realizacji drugiego postulatu – wiarygodności i prestiżu. W celu zapewnienia wysokiej wiarygodności procesu wyłaniania zwycięzców i najlepszych projektów Jury konkursu tworzą osoby wyłącznie o wysokim uznaniu branżowym i niezależni od organizatora – spoza SAPR. Są to najwyższej rzetelności specjaliści z wiodących polskich korporacji, NGOs, eksperci nowych mediów i marketingu, wybitni konsultanci z niezrzeszonych agencji PR, przedstawiciele świata nauki PR oraz organizacji branżowych.

(Lista członków Jury PR Wings oraz lista kategorii konkursowych znajdują się na końcu niniejszej informacji prasowej).

TYLKO JEDEN

Prestiż nagród w PR Wings zapewnić ma nie tylko wybór dokonany przez jurorów o najwyższych kwalifikacjach i autorytetach oraz niezależnych od Organizatora. Jak w słynnych Oscarach, ich wyjątkowość wynikać ma też z tego, że w każdej kategorii będzie tylko jeden zwycięzca. W każdej kategorii zwycięzca zostanie wybrany w drugim etapie głosowania spośród trzech nominacji, które w pierwszym etapie uzyskały najwięcej głosów. Ponadto, aby uniknąć wpływania na siebie jurorów czy innych problemów, takich jak spontanicznie organizowane na posiedzeniach Jury reasumpcje głosowań, jurorzy będą pracować tylko oddzielnie, a proces wyboru odbywać się będzie wyłącznie online a nad prawidłowym przebiegiem głosowania będzie czuwała kancelaria prawna MDDP Olkiewicz i Wspólnicy.

Ilustrującą stan polskiego PR kolekcję nagród w 13 kategoriach wybraną przez Jury uzupełni Nagroda Specjalna SAPR. Zostanie ona dokonana w innym trybie i będzie wyróżnieniem od społeczności ponad 400 specjalistów PR, tworzonej przez pracowników 32 agencji zrzeszonych w SAPR. Każda agencja Stowarzyszenia deleguje ze swego Zespołu jedną osobę, która wejdzie w skład Jury Specjalnego SAPR Konkursu PR Wings. Jury Specjalne wybierze zwycięzcę Nagrody Specjalnej SAPR spośród wszystkich zgłoszeń do konkursu zgłoszonych we wszystkich kategoriach. Proces głosowania będzie odbywał się podobnie jak w przypadku ww. 13 kategorii konkursowych – online, bez interakcji między jurorami, pod okiem kancelarii prawniej i dwuetapowo – z wyborem na platformie internetowej najpierw trzech nominowanych z całej puli zgłoszeń do PR Wings, a potem ze wskazaniem zwycięzcy przez głosowanie.

PO CO NOWY KONKURS?

Wyszliśmy naprzeciw postulatowi, że polska branża Public Relations potrzebuje konkursu, który spełniając kryteria dostępności i wiarygodności, pozwoli wyłaniać rzeczywiście wyjątkowe projekty w celu promowania ich na rynku jako „best practice”. To dlatego tak skonfigurowaliśmy kategorie konkursowe, ich liczbę i charakter, by nie tylko nagrodzić najbardziej godne tego kampanie, zjawiska i osoby, ale też możliwie precyzyjnie zwrócić uwagę na rzeczywiste perły, dając tym samym kompleksowy obraz tego, gdzie w danym roku znajduje się polski PR – powiedział Paweł Bylicki, szef Rady Programowej SAPR i Koordynator Konkursu PR Wings w Stowarzyszeniu.

Wierzymy, że taka formuła Konkursu PR Wings utrwali się na lata i sprawi, że jego wyniki staną się zarówno podsumowaniem minionego roku, jak i corocznym wydarzeniem wskazującym trendy, inspirującym, intrygującym nie tylko naszą branżę, ale i pokrewne. Wzmacniając tym samym rolę PR w coraz silniej opartych na komunikacji gospodarce i życiu społecznym. Z uwagi na obostrzenia związane z pandemią wyjątkowo pierwsza gala odbędzie się w Rzeszowie, podczas Kongresu PR, kolejne zaś będą odbywały się w Warszawie – podsumował zaś prof. UW, dr hab. Dariusz Tworzydło, Prezes SAPR.

Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR) powstało 20 października 2020 r. w celu reprezentacji i wspierania szeroko rozumianej branży usług komunikacji i PR. Stowarzyszenie stawia sobie za cel podnoszenie i promowanie wysokiej jakości usług komunikacji i PR, stymulowanie rozwoju tego sektora, wspieranie zapotrzebowania na takie usługi oraz wzmocnienie branży PR wobec rosnącej konkurencji innych sektorów usług komunikacyjnych. Działa z myślą o równoczesnym wsparciu zarówno osób zarządzających agencjami PR, jak i wszystkich konsultantów pracujących w stowarzyszonych agencjach. To dlatego szczególny nacisk w programie działania Stowarzyszenia położony jest na działania edukacyjne i promowanie najlepszych standardów obsługi klienta wśród każdego szczebla pracowników agencji członkowskich.

Więcej informacji udziela:

Paweł Bylicki, Koordynator Konkursu PR Wings, e-mail: pawel.bylicki@sapr.com.pl, tel. 535055705.

KATEGORIE KONKURSU PR WINGS:

1. PR Produktowy
2. PR korporacyjny
3. Komunikacja w social media i influencer marketing
4. PR innowacja roku – kampania następnej generacji
5. Komunikacja Business to Business
6. Komunikacja kryzysowa
7. Angażujący event
8. Public Affairs i Lobbying
9. Największy wpływ społeczny (CSR)
10. Komunikacja na rynkach międzynarodowych
11. Zmiana biznesowa, komunikacyjny game changer
12. Osobowość roku
13. Efektywność roku
14. Nagroda Specjalna SAPR

JURORZY KONKURSU PR WINGS:

- Kuba Antoszewski, Kantar
- Maciej Budzich, bloger, influencer Mediafun
- Magdalena Budziszewska, T-Mobile
- Sebastian Bykowski, Press Service Monitoring Mediów
- Konrad Ciesiołkiewicz, Orange Polska
- Jerzy Ciszewski, publicrelations.pl & Hanami Communications
- Łukasz Dominiak, Animex
- Łukasz Goździor, Jaguar & Land Rover
- Radosław Górecki, Ghelamco
- Sebastian Hejnowski, SEC Newgate CEE
- Anna Kiryjow-Radzka, Stowarzyszenie PR i Promocji Uczelni Polskich "PRom"
- dr inż. Jacek Kotarbiński, uznany profesjonalista z zakresu digital marketingu
- Karolina Łuczak, Provident
- Bartek Milczarczyk, Polskie Stowarzyszenie Public Relations
- Anna Miotk, Uniwersytet Warszawski
- Bohdan Pawłowicz, NASK, Rada Etyki Reklamy
- Maksymilian Pawłowski, Leroy Merlin
- Magdalena Przystupska, Fundacja DKMS
- Karol Sadaj, AION Bank
- prof. Karina Stasiuk-Krajewska, Uniwersytet SWPS Wrocław
- Joanna Świerkosz, Accor
- Martyna Węgrzyn, Danone
- Katarzyna Wilczewska, PEPCO
- Piotr Turek, Narodowy Bank Polski
- Damian Ziąber, Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny i PSPR