Komunikat prasowy, 27.10.2026

**Znamy finalistów PR Wings 2026. Kto zdobędzie złoto, srebro i brąz?**

**Zakończył się pierwszy etap głosowania w szóstej edycji konkursu PR Wings. Spośród 178 zgłoszeń nadesłanych w 27 kategoriach jury wyłoniło 61 projektów, które powalczą o złote, srebrne i brązowe statuetki. Dwie kampanie zdobyły nominacje aż w trzech kategoriach, a kolejne 10 – w dwóch. O przyznaniu nagród zdecydują jurorzy w drugim etapie głosowania. Laureatów poznamy 26 listopada podczas gali finałowej w Warszawie.**

PR Wings to ogólnopolski konkurs organizowany przez Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR), który nagradza najlepsze kampanie z obszaru komunikacji i public relations. Przed finalistami decydujący etap konkursu, w którym jurorzy wybiorą zdobywców złotych, srebrnych i brązowych statuetek w poszczególnych kategoriach.

**Dwie kampanie z nominacjami w trzech kategoriach**

W tegorocznej edycji szczególnie wyróżniły się dwa projekty, które otrzymały nominacje aż w trzech kategoriach. Są nimi:

- „Dlaczego bank otworzył spożywczaka?" (zgłaszający: mBank),
- „Nowa Karta Warszawy w Hali Koszyki" (zgłaszający: Imago Public Relations, Globalworth Poland).

Z kolei nominacje w dwóch kategoriach otrzymało 10 projektów:

- „CANAL+ x Kropliczanka x THE OFFICE PL x Pogoń Siedlce" (CANAL+ Polska),
- „Erste Bank Polska. Rebranding, który nie zachwiał zaufaniem." (Erste Bank Polska),
- „FlixBus linia 666" (FlixBus Polska),
- „Klaudia Zwolińska – Sportowiec Roku 2025" (i-Sport),
- „Let's Run This Party! 20. Półmaraton Warszawski" (Grupa PRC Holding, Fundacja „Maraton Warszawski"),
- „Przytul kartę Pupil" (BNP Paribas Bank Polska),
- „Rally The Girard. Pierwszy rajd z fabułą po Żyrardowie" (Good One PR, Gosia Rdest),
- „Twins.pl" (Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu),
- „Wielogłosy – poezja, która oddaje głos" (Wojewódzki Szpital Zdrowia Psychicznego im. dr. Józefa Bednarza w Świeciu),
- „Złodzieje! Oni byli najbardziej zasięgowi przed TĄ kampanią" (mBank).

**150 ekspertów zaangażowanych w ocenę projektów**

Za wybór laureatów odpowiada jury główne, w którym zasiada 108 ekspertów branży komunikacji. Projekty oceniane w ramach Nagrody Specjalnej SAPR analizowało dodatkowo 42 przedstawicieli agencji zrzeszonych w Stowarzyszeniu Agencji Public Relations.

– Za każdą nominacją stoi pomysł i praca zespołu, który chciał osiągnąć konkretny cel komunikacyjny. Cieszy nas wysoki poziom i różnorodność tegorocznych zgłoszeń. Pierwszy etap pozwolił wyłonić finalistów, ale najważniejsze rozstrzygnięcia są jeszcze przed nami. Teraz jurorzy zdecydują, które projekty zasługują na złoto, srebro i brąz – mówi **Jakub Zajdel**, wiceprezes zarządu SAPR, przewodniczący Rady PR Wings.

Nad prawidłowym przebiegiem konkursu czuwa kancelaria prawna Osborne Clarke Olkiewicz Świerzewski i Wspólnicy S.K.A., która już od kilku lat jest partnerem prawnym PR Wings, wspierając organizatorów w zapewnieniu zgodności procedur konkursowych z obowiązującymi standardami.

**Wielki finał już 26 listopada**

Laureatów PR Wings 2026 poznamy 26 listopada podczas gali finałowej w Warsaw Presidential Hotel. Tego wieczoru ogłoszony zostanie również zwycięzca Nagrody Specjalnej SAPR. Będzie to okazja do uhonorowania najlepszych projektów, spotkania przedstawicieli branży i wspólnego podsumowania kolejnego roku działalności polskiej branży PR. Szczegóły dotyczące wydarzenia i udziału w gali zostaną wkrótce ogłoszone.

– Konkurs PR Wings to okazja, by pokazać, jaką wartość profesjonalna komunikacja wnosi do biznesu i życia społecznego. Gala finałowa będzie nie tylko momentem ogłoszenia wyników, lecz także okazją do spotkania środowiska PR i wspólnego świętowania jego osiągnięć – mówi **Bartłomiej Rajchert**, prezes zarządu SAPR.

**Poniżej prezentujemy listę finalistów konkursu PR Wings 2026**

**Angażujący event**

- Dlaczego bank otworzył spożywczaka? (mBank)
- Let's Run This Party! 20. Półmaraton Warszawski (Grupa PRC Holding, Fundacja „Maraton Warszawski")
- Morning Disco: trend, którym Burger King obudził Polaków (Good One PR, Burger King Polska)

**Bezpieczeństwo i obronność**

- Kobiety NATO/Women of NATO (5 Mazowiecka Brygada Obrony Terytorialnej im. ppor. Mieczysława Dziemieszkiewicza ps. „Rój")

**Branża motoryzacyjna**

- Dwa powroty. Jedna historia skuteczności (ConTrust Communication)
- Pomoc ma znaczenie. Od sponsoringu do programu grantowego (Good One PR, Grupa Cichy-Zasada)
- Rally The Girard. Pierwszy rajd z fabułą po Żyrardowie (Good One PR, Gosia Rdest)

**Custom Publishing**

- CANAL+ x Kropliczanka x THE OFFICE PL x Pogoń Siedlce (CANAL+ Polska)
- Czytanie się opłaca (Bank Pekao S.A.)
- Wielogłosy – poezja, która oddaje głos (Wojewódzki Szpital Zdrowia Psychicznego im. dr. Józefa Bednarza w Świeciu)

**Employer Branding**

- I to DANONE, i to DANONE – kampania employer-brandingowa (LUCKYYOU, DANONE)
- Tak, pracuję w Biedronce (Biedronka)

**ESG i CSR**

- Ciężary Pozalekcyjne – czy wiesz, ile dźwiga Twoje dziecko? (monday group)
- InPost for Cities (InPost)
- Niewidzialni: zobaczyć, usłyszeć, wyposażyć (Provident Polska S.A.)

**Finanse i ubezpieczenia**

- Dlaczego bank otworzył spożywczaka? (mBank)
- Erste Bank Polska. Rebranding, który nie zachwiał zaufaniem. (Erste Bank Polska)
- Przytul kartę Pupil (BNP Paribas Bank Polska)

**Kampania edukacyjna**

- Dlaczego bank otworzył spożywczaka? (mBank)
- Wystawa multisensoryczna „Jelita? Wchodzę w to!" (Danone)
- Zabawki z czasem się nudzą (N-teq Grupa ZPR MEDIA, DNP – Dolina Noteci)

**Komunikacja B2B**

- Kampania edukacyjna: Zielona Linia Symfonii. Gotowi na KSeF (Symfonia, oLIVE media, White Bits)
- Muzyka Napędza Biznes (Stowarzyszenie Autorów ZAiKS)
- OLX KNOW HOW (Live Age)

**Komunikacja społeczna i projekty pro bono**

- Bezpieczniejszy start w dorosłość. Projekt FDI i KRUK (Fundacja Dobrych Inicjatyw, KRUK)
- Konkurs Jednoaktówki po śląsku – 500 sztuk w 15 lat (Imago Public Relations)
- Powitalnik – przewodnik dla rodziców mierzących się z diagnozą dziecka (Admind Branding & Communications)

**Komunikacja wewnętrzna**

- Byliśmy grzeczni (Carlsberg Polska)
- Przytul kartę Pupil (BNP Paribas Bank Polska)
- Veni. Vidi. Da Vinci. Leonardo – program innowacji (monday group, Zakłady Farmaceutyczne Polpharma)

**Komunikacja z wykorzystaniem narzędzi AI**

- Ja tego nie powiedziałem, czyli kampania deepfake (BNP Paribas Bank Polska)

**Media Relations**

- Juwenalia 2026: dialog z mediami, który zmienia wydarzenie (Cumulus PR)
- PWM w ruchu. Pociąg Wypełniony Muzyką (Polskie Wydawnictwo Muzyczne)
- ZWROTKA. ŹRÓDŁO DLA MEDIÓW (PR Inspiration, Krajowy System Kaucyjny Zwrotka)

**Media społecznościowe i influencer marketing**

- 11 misji Kubusiowych Przyjaciół Natury – miniserial (Agencja PR Hub, Grupa Maspex)
- CANAL+ x Kropliczanka x THE OFFICE PL x Pogoń Siedlce (CANAL+ Polska)
- Nowa Karta Warszawy w Hali Koszyki (Imago Public Relations, Globalworth Poland)

**Mistrzowska skuteczność**

- Klaudia Zwolińska – Sportowiec Roku 2025 (i-Sport)
- Krew, pot i karbon. Autentyczny PR Igora Polaka w Formule 4 (Stowarzyszenie Kultury Fizycznej Klubu Sportowego „ZMM MAXPOL" Rzeszów)
- Od komentarza do wpływu. Nauka współtworzy debatę publiczną (Uniwersytet SWPS)

**Nieruchomości, budownictwo, infrastruktura**

- naj m® (PFR Nieruchomości)
- Olimpijski adres. Od medalu do olimpijskiej historii (Grupa PROFBUD)

**Ochrona przed dezinformacją**

- Dezinformacja kontra biznes. Głos mediów. Raport z badania (TAILORS Group)
- Prawda pod ciśnieniem. Od wiedzy do działania (Izba Gospodarcza „Wodociągi Polskie", Alert Media Communications)
- Raport dot. dezinformacji medycznej (Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu)

**PR instytucji publicznych**

- Aktywna Szkoła (SEC Newgate CEE, Fundacja Orły Sportu)
- Twój ruch z AWF Wrocław (Akademia Wychowania Fizycznego im. Polskich Olimpijczyków we Wrocławiu)
- Twins.pl (Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu)

**PR korporacyjny**

- 180-lecie Browaru Okocim (Carlsberg Polska)
- Erste Bank Polska. Rebranding, który nie zachwiał zaufaniem. (Erste Bank Polska)
- Kampania „Cała nadzieja w ludziach" – Green Caffè Nero (oLIVE media, Green Caffè Nero)

**PR produktowy**

- FlixBus linia 666 (FlixBus Polska)
- Nowa Karta Warszawy w Hali Koszyki (Imago Public Relations, Globalworth Poland)
- Złodzieje! Oni byli najbardziej zasięgowi przed TĄ kampanią (mBank)

**PR terytorialny, turystyka, hotelarstwo**

- FlixBus linia 666 (FlixBus Polska)
- Powrót na Węgry zaczyna się od wspomnień – Hunguest Hotels (Public Dialog, Hunguest Hotels)
- Rally The Girard. Pierwszy rajd z fabułą po Żyrardowie (Good One PR, Gosia Rdest, Miasto Żyrardów, Powiat Żyrardowski)

**Przemysł, chemia, energetyka**

- Dajemy energię do gry! Anatomia zielonego uderzenia (WPIP Green Energy)
- Horyzont Atomowy: ponad podziałami dla polskiego atomu (Accenture w Polsce, TAILORS Group)
- Strażnik Energii. Licznik, który przemówił po polsku (Enea)

**Public Affairs i lobbing**

- #MyMetropolia Kampania Ustawy Metropolitalnej dla Pomorza (Obszar Metropolitalny Gdańsk-Gdynia-Sopot)
- Co wynosisz z domu? Od historii młodych do realnej zmiany. (Fundacja Dobrych Inicjatyw)
- Nutri-Score Fakty (PR Hub)

**Retail i e-commerce**

- Elektrownia Powiśle x Marlena Stawarz (White Star Real Estate)
- Nowa Karta Warszawy w Hali Koszyki (Imago Public Relations, Globalworth Poland)
- Wszystko do szkoły jest tu (Pepco, Alert Media Communications)

**Rynek zdrowia**

- Szpital otwarty na ludzi – komunikacja bez murów (Wojewódzki Szpital Zdrowia Psychicznego im. dr. Józefa Bednarza w Świeciu)
- Twins.pl (Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu)
- Wielogłosy – poezja, która oddaje głos (Wojewódzki Szpital Zdrowia Psychicznego im. dr. Józefa Bednarza w Świeciu)

**Sport, e-sport i gaming**

- 700 osób oddało krew za grę wideo (better. gaming agency, Toplitz Productions)
- Klaudia Zwolińska – Sportowiec Roku 2025 (i-Sport)
- Let's Run This Party! 20. Półmaraton Warszawski (Grupa PRC Holding, Fundacja „Maraton Warszawski")

**Technologia i innowacje**

- Extreme Science. Global Impact. Od laboratorium do kapitału (TAILORS Group, QNA Technology)
- Polska Gotowa na AI: Microsoft buduje kompetencje jutra (Microsoft)
- Złodzieje! Oni byli najbardziej zasięgowi przed TĄ kampanią (mBank)

## O konkursie PR Wings

PR Wings to ogólnopolski konkurs organizowany przez Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR). Jego celem jest wyróżnianie najlepszych projektów public relations, promowanie profesjonalnych standardów komunikacji oraz prezentowanie kampanii, które inspirują branżę i pokazują znaczenie strategicznego podejścia do budowania relacji z otoczeniem.

**Partnerzy PR Wings:** AKPA Polska Press, CEDC, CSRinfo, Farma Bii, Geberit, InStream Group, Instytut Monitorowania Mediów, KDK Events, Mediaboard Polska, Mediafresh, Warsaw Presidential Hotel

**Partnerzy instytucjonalni:** Business Centre Club, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, IAB Polska, Izba Gospodarki Elektronicznej, Konfederacja Lewiatan, Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji, Polskie Stowarzyszenie Public Relations, Stowarzyszenie Branży Eventowej, Stowarzyszenie PR i Promocji Uczelni Polskich „Prom", Stowarzyszenie Profesjonalistów Influencer Marketingu, THINKTANK, Uniwersytet SWPS, Zaczytani.org

**Partner prawny:** Osborne Clarke Olkiewicz Świerzewski i Wspólnicy S.K.A.

**Patroni medialni:** BiznesAlert.pl, Defence24.pl, DlaHandlu.pl, Goniec.pl, MarketingprzyKawie.pl, MobilityNews.pl, Newseria, Newsline, ngo.pl, Portal Obronny, PortalSamorzadowy.pl, PropertyNews.pl, PRoto.pl, Puls Biznesu, PulsHR.pl, RynekZdrowia.pl, Rzeczpospolita, rp.pl, SportMarketing.pl, StrefaBiznesu.pl, StrefaObrony.pl, THINK MICE, Wiadomości Handlowe, Wirtualnemedia.pl, WNP.pl

**Organizator:** Stowarzyszenie Agencji Public Relations

**Kontakt:** Emilia Klima, koordynatorka konkursu PR Wings, +48 737 909 801, kontakt@sapr.com.pl