



INFORMACJA PRASOWA

WARSZAWA, 24 MAJA 2016

**„SZLACHETNY PROJEKT FILMOWY”, „ORGANIZM W DOBRYM NASTROJU” ORAZ
„HIVOKRYZJA. WYLECZMY SIĘ” WŚRÓD ZWYCIĘZCÓW
VIII EDYCJI KONKURSU KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU**

23 maja w Teatrze Kamienica na uroczystej Gali wręczono nagrody i wyróżnienia 21 kampaniom z 85 zgłoszonych do konkursu. Jurorzy oceniali nie tylko kreację i estetykę, ale całokształt działań komunikacyjnych, w tym również dobór odpowiednich narzędzi i efektywność.

Kampania „Szlachetny projekt filmowy” otrzymała nagrodę w kategorii Kampanie organizacji pozarządowych. Projekt zrealizowany przez Stowarzyszenie WIOSNA we współpracy z Biurem Podróży Reklamy jury wyróżniło za coroczną nowatorskość i świeżość promocji kampanii, podkreśliło także dużą efektywność finansową oraz zaangażowanie ogromnej liczby ludzi.

Tytuł Kampanii Społecznej Roku w kategorii Kampanie instytucji publicznych przyznano kampanii Ministerstwa Zdrowia „Organizm w dobrym nastroju” zrealizowanej przez agencję VML Poland oraz Task Force Consulting. Celem działań było zainspirowanie ludzi do zmiany na lepsze – zachęcenie do profilaktyki prozdrowotnej i zdrowego trybu życia, jak również wywołanie zainteresowania tematem zdrowego stylu życia u jak najszerzej grupy odbiorców.

W gronie zwycięzców znalazła się także kampania „Hivokryzja. Wyleczmy się” przygotowana dla Fundacji Psychologii Zdrowia. Jej inicjator, Leo Burnett, pokazuje rzeczywistą osobę żyjącą z HIV. Zabieg ten powoduje, że zjawisko teoretycznie abstrakcyjne i oddalone od odbiorcy, zyskuje wymiar konkretny i realny.

W kategorii Kampanie lokalne laureatem została kampania „Białystok. Tradycyjnie wielokulturowy” zrealizowana przez Fabrykę Komunikacji Społecznej dla Fundacji Dialog, a w kategorii Kampania o tematyce ekologicznej – „Nie śmieć w sieć”, przygotowana dla firmy Aquanet przez samą firmę we współpracy z agencją About ad.

„To co zwraca uwagę w tegorocznej edycji konkursu to coraz większa liczba nie tylko takich kampanii, które posługują się niekonwencjonalnymi narzędziami, ale również takich, które poruszają tematy dotychczas nieobecne w większym stopniu w debacie publicznej” – mówi Paweł Prochenko, przewodniczący jury i prezes Fundacji Komunikacji Społecznej, która organizuje konkurs – „Z jednej strony mamy więc niestandardowe kampanie takie jak <<Szlachetny Projekt Filmowy>>, wykorzystujący konwencję produkcji filmowej do opowiedzenia historii beneficjentów swoich działań



czy zagraniczną <<805 million names>>, angażującą znanego piłkarza do działań na jej rzecz w trakcie rzeczywistego meczu. Z drugiej strony pojawiają się nowe tematy, takie jak zaśmiecanie sieci kanalizacyjnych czy reintegracja byłych więźniów” – dodaje.

Podczas tegorocznej edycji bez statuetek wyszli twórcy kampanii zgłoszonych w kategoriach: Marketing zaangażowany społecznie i Marketing miejsc i rozwój regionalny . W kategorii Kampanie 1% przyznano nagrodę dla kampanii „Hospicjum umiera. Na ratunek hospicjum” zrealizowanej przez Mr. Bloom dla Fundacji Hospicyjnej. Zwycięzcę w kategorii „Kampanie zagraniczne” wybierało jury międzynarodowe – wygrała kampania „805 million names”, której nadawcą był World Food Programme.

Natomiast kampanie zgłoszone w kategorii „Akcje zaangażowane społecznie” nominowali internauci, oddając głosy na portalu kampaniespoleczne.pl. Dalszej selekcji i wyboru nagrodzonych dokonali jurorzy. Ostatecznie statuetka przyznana została kampanii „Możesz to zmienić”, której celem było zachęcenie mieszkańców miast do reagowania w sytuacji, gdy stają się oni świadkami napaści lub innej przemocy w przestrzeni publicznej.

W tym roku po raz kolejny przyznane zostały wyróżnienia specjalne. Uzyskały je kampanie: „Tak na dobrą sprawę” Banku BPH, realizowana przez Agencję Saatchi&Saatchi; kolejna edycja „Kochasz? Powiedz STOP wariatom drogowym” Fundacji PZU, realizowana przez VML Poland i On Board PR; „Akademia Wynalazców im. Roberta Boscha, V edycja”, której realizatorem była agencja Lighthouse Consultants.

Już dziś organizatorzy zapraszają do IX edycji Konkursu, która ruszy w lutym 2017 roku.

Wszystkie szczegółowe informacje dotyczące wyników Konkursu Kampania Społeczne Roku 2015 znajdują się na stronie konkurs.kampaniespoleczne.pl oraz na portalu kampaniespoleczne.pl.

Organizatorami konkursu są portal kampaniespoleczne.pl i Fundacja Komunikacji Społecznej, partner strategiczny to Polpharma. Partnerzy konkursu to: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy, Związek Firm Public Relations, Francusko – Polska Izba Gospodarcza, Arctic Paper, Teatr Kamienica. Patronatu medialnego udzieliłi: ngo.pl, RMF Classic (współpraca redakcyjna), PRoto Public Relations, CR Navigator, CSR Info, odpowiedzialnybiznes.pl, hatalska.com, Brief, Marketer+, Nowa Sprzedaż, Nowy Marketing. Partner technologiczny to Progressiva, a za audyt odpowie firma Sustainers.

Więcej szczegółów na temat konkursu: konkurs.kampaniespoleczne.pl.

Kontakt dla mediów:

Anna Iżyńska
a.izyńska@marketingspoleczny.pl
22 616 12 17

Konkurs Kampania Społeczna Roku 2015
www.konkurs.kampaniespoleczne.pl