



INFORMACJA PRASOWA ZAŁĄCZNIK

Warszawa, 24 maja 2016r.

## NAGRODY W KONKURSIE KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU 2015

### Nagroda w kategorii Kampanie Organizacji Pozarządowych

- Nazwa kampanii: **Szlachetny Projekt Filmowy**
- Nadawca: Stowarzyszenie WIOSNA; Wykonawca: Stowarzyszenie WIOSNA we współpracy z Biurem Podróży Reklamy

Uzasadnienie: Jury, przyznając nagrodę główną kampanii "Szlachetny projekt filmowy", doceniło coroczną nowatorskość i świeżość promocji kampanii, podkreśliło także dużą efektywność finansową oraz zaangażowanie ogromnej liczby ludzi. Nagradzając Kampanie Jury zwraca uwagę, że kolejne kampanie promujące "Szlachetną Paczkę" zbudowały silną markę społeczną.

### Nagroda w kategorii Kampanie Instytucji Publicznych

- Nazwa kampanii: **Organizm w dobrym nastroju**
- Nadawca: Ministerstwo Zdrowia; Wykonawca: VML oraz Task Force Consulting

Uzasadnienie: Uznanie jurorów zyskał wysoki poziom copywritingu, którym odznaczały się słowa reklamowej piosenki oraz walory produkcyjne kampanii, jak wykonanie utworu oraz animacja. Kampania w niementorski a zabawny sposób zwracała uwagę na kwestie dbania o własny organizm i o swoje zdrowie. Jury szczególnie chciało podkreślić, że dzięki kreatywności autorów efekt końcowy został osiągnięty przy bardzo skromnym budżecie.

### Nagroda w kategorii Kampanie Firm i Fundacji Firm

- Nazwa kampanii: **Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci**
- Nadawca: mBank; Wykonawca: Brand New Heaven

Uzasadnienie: Kampania postępując się analogią, w przekonujący sposób uświadamia problem nieostrożnego i nieodpowiedzialnego zachowania w internecie.



#### Nagroda w kategorii Kampanie Lokalne

- Nazwa kampanii: **Białystok. Tradycyjnie wielokulturowy.**
- Nadawca: Fundacja Dialog; Wykonawca: Fabryka Komunikacji Społecznej

Uzasadnienie: Kampania została nagrodzona za przypomnienie miastu jego ważnej tradycji i przekaz polegający na pokazywaniu dobrych przykładów, nie zaś piętnowaniu złych. Uwagę oceniających zwróciło także jej rzetelne wykonanie.

#### Nagroda w kategorii Kampanie 1%

- Nazwa kampanii: **Hospicjum umiera. Na ratunek hospicjum.**
- Nadawca: Fundacja Hospicyjna; Wykonawca: Mr. Bloom

Uzasadnienie: Ekspertcy zwrócili uwagę na dużą efektywność kampanii, która jest kluczowa w przypadku reklam ukierunkowanych na zbieranie 1% podatku. Doceniono także przedstawienie trudnego tematu w poruszający sposób.

#### Nagroda w kategorii Kampanie o tematyce zdrowotnej

- Nazwa kampanii: **Hivokryzja. Wyleczmy się.**
- Nadawca: Fundacja Studio Psychologii Zdrowia; Wykonawca: Leo Burnett

Uzasadnienie: Bohaterką kampanii była rzeczywista osoba żyjąca z HIV. Ten zabieg spowodował, że zjawisko teoretycznie abstrakcyjne i oddalone od odbiorcy, zyskało wymiar konkretny i realny, obecny w życiu choć często ukrywany, nieświadomiany.

#### Nagroda w kategorii Kampanie o tematyce ekologicznej

- Nazwa kampanii: **Nie śmieć w sieć.**
- Nadawca: Aquanet; Wykonawca: About Ad

Uzasadnienie: Akcja przekazywała ważne informacje, które często są nieznane odbiorcom. Doceniono podjęcie nietatwego tematu w inspirujący sposób, a także intrygujące hasło i wysoki poziom językowy kampanii



#### Nagroda w kategorii Akcje zaangażowane firm (CSR)

- Nazwa kampanii: **Podwórko NIVEA Rodzinne miejsce zabaw**
- Nadawca: NIVEA; Wykonawca: MSL Group

Uzasadnienie: Kampania zyskała uznanie dużym zasięgiem, efektywnością oraz podsuwaniem praktycznego, realnego rozwiązania konkretnego problemu społecznego.

#### Nagroda w kategorii Kampanie dla rozwoju (promocja m.in. miast, funduszy)

Brak nagrody.

#### Nagroda kategorii Marketing Zaangażowany Społecznie (CRM)

Brak nagrody.

#### Nagroda w kategorii Akcje Zaangażowane Społecznie

- Nazwa kampanii: **Możesz to zmienić**
- Nadawca: Paweł Dąbrowa, Anna Bielecka; Wykonawca: Paweł Dąbrowa, Anna Bielecka

Uzasadnienie: Kampania była jedną z pięciu inicjatyw wybranych przez internautów w głosowaniu na portalu [kampaniespoleczne.pl](http://kampaniespoleczne.pl) do dalszej oceny przez jurorów. Spot w bezpośredni sposób pokazuje, jak wiele zależy od indywidualnej decyzji odbiorcy.

#### Nagroda w kategorii Kampanie Zagraniczne

Nazwa kampanii: **805 million names**

Nadawca: World Food Programme; Wykonawca: Frosmann & Bodenfors

Uzasadnienie: Jury przyznając nagrodę w tej kategorii podkreślało oryginalność inicjatywy i zaskoczenie, jakie wzbudziła u oglądających. Doceniono bardzo osobiste zaangażowanie znanej gwiazdy, które przyciągnęło uwagę i umożliwiło dotarcie do milionów ludzi z wzruszającym, dającym nadzieję przekazem.



## WYRÓŻNIENIA W KONKURSIE KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU 2015

### Kategoria Kampanie Organizacji Pozarządowych

- Nazwa kampanii: **Mama, tata, tablet**
- Nadawca: Fundacja Dzieci Niczyje; Wykonawca: Astro, Ewa Brejnakowska-Jończyk

Uzasadnienie: Kampania "Mama, tata, tablet" wyróżniła się pomysłowym, zabawnym spotem, który podsuwał pozytywne i konstruktywne rozwiązanie. Kampania nie zachęcała do całkowitego zakazywania dzieciom korzystania z tabletów, ale do kontroli rodzicielskiej i odpowiedzialnego wykorzystania tego sprzętu. Filmy uzyskały duży zasięg, co, zdaniem jurorów, ma kluczowe znaczenie w przypadku nowego problemu społecznego, gdyż pozwala rozpocząć szerszą dyskusję na jego temat. Była także wykorzystywana w innych krajach.

### Kategoria Kampanie Instytucji Publicznych

- Nazwa kampanii: **Zgazu Tanoga**
- Nadawca: Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego; Wykonawca: John Pitcher

Uzasadnienie: Pomysł na kampanię oraz teksty reklamowe odznaczały się kreatywnością i dowcipem i zdecydowały o przyznaniu wyróżnienia dla kampanii "Zgazu Tanoga".

### Kategoria Kampanie o tematyce zdrowotnej

- Nazwa kampanii: **Chwile życia**
- Nadawca: Alivia – Fundacja Onkologiczna Osób Młodych; Wykonawca: Opus Film, Young&Rubicam

Uzasadnienie: Oceniający zwrócili uwagę na trafnie sformułowany insight oraz oryginalną, przekonującą argumentację.

### Kategoria Kampanie Firm i Fundacji Firm

- Nazwa kampanii: **wyrzucone.pl**
- Nadawca: Polymus; Wykonawca: Polymus

Uzasadnienie: Jurorzy zwrócili uwagę na dobry poziom wykonania ogłoszeń i bardzo precyzyjne zaadresowanie przekazu. Dodatkowo zaletą kampanii jest duży zasięg uzyskany przy małych kosztach przeznaczonych na zakup mediów.

Konkurs Kampania Społeczna Roku 2015

[www.konkurs.kampaniespoleczne.pl](http://www.konkurs.kampaniespoleczne.pl)



#### Kategoria Programy edukacyjne firm (CSR)

- Nazwa kampanii: **Tu się sprawdza dorosłość**
- Nadawca: Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy; Wykonawca: Fabryka Komunikacji Społecznej

Uzasadnienie: Jury doceniło umiejętność stworzenia pozytywnego przekazu, którego celem jest niesprzedawanie alkoholu nieletnim oraz walory estetyczne oraz uniwersalność hasła, skierowane zarówno do nieletnich, jak i sprzedawców.

#### Kategoria Kampanie 1%

- Nazwa kampanii: **Poznaj mnie lepiej**
- Nadawca: Fundacja Sławek; Wykonawca: Zielony Pomidor, Bartosz Kruhlik

Uzasadnienie: Oceniający docenili odwagę zmierzenia się z rzadko poruszonym tematem, jakim jest powrót byłych więźniów do społeczeństwa.

#### Kategoria Kampanie o tematyce ekologicznej

- Nazwa kampanii: **Tworzymy atmosferę**
- Nadawca: Ministerstwo Środowiska; Wykonawca: Profile, bringMore advertising

Uzasadnienie: Oceniający przyznali wyróżnienie za sprawnie przeprowadzone, szeroko zakrojone działania PR. Podkreślono także filmowy sposób prezentacji prostych rozwiązań, które każdy może wprowadzić w swoim domu.

#### Kategoria Akcje zaangażowane firm (CSR)

- Nazwa kampanii: **Konkurs „Piórko 2015. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci”**
- Nadawca: Grupa Jeronimo Martins; Wykonawca: AM Art-Media Agencja PR Sp. z o.o., Agencja komunikacji marketingowej - Xcommunic, Wydawnictwo Zielona Sowa

Uzasadnienie: Konkurs został doceniony za realny wpływ na promocję polskich autorów i ilustratorów.



## WYRÓŻNIENIA SPECJALNE W KONKURSIE KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU 2015

### Wyróżnienie specjalne

- Nazwa kampanii: **Tak na dobrą sprawę**
- Nadawca: Bank BPH ; Wykonawca: Saatchi&Saatchi

Uzasadnienie: Uznanie jury zyskało proste i pomysłowe a zarazem precyzyjne i znakomicie brzmiące hasło kampanii.

### Wyróżnienie specjalne

- Nazwa kampanii: **Kochasz? Powiedz STOP wariatom drogowym**
- Nadawca: Fundacja PZU Wykonawca: VML Poland, On Board PR

Uzasadnienie: Wyróżnienie przyznano za zaangażowanie społeczności oraz wdrożenie realnych rozwiązań problemu, jakimi były Aktywne Przejścia dla Piesznych.

### Wyróżnienie specjalne

- Nazwa kampanii: **Akademia Wynalazców im. Roberta Boscha, V edycja**
- Nadawca: Robert Bosch, Wykonawca: Lighthouse Consultants

Uzasadnienie: Długofalowość i konsekwentne prowadzenie programu w ocenie jury zasłużyły na wyróżnienie.