

**AKCJA SPOŁECZNO-EDUKACYJNA „ŻONKILE”, KAMPANIE „NIEWIDZIALNI” ORAZ „#ŁAPJAJA”  
WŚRÓD ZWYCIĘZCÓW  
IX EDYCJI KONKURSU KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU**

**3 lipca w Teatrze Kamienica na uroczystej Gali wręczono nagrody i wyróżnienia 19 kampaniom z 70 zgłoszonych do konkursu. Jurorzy oceniali nie tylko kreację i estetykę, ale całością działań komunikacyjnych, w tym również dobór odpowiednich narzędzi i efektywność. Wieczór uświetniły występy Marty Kossakowskiej „Mariki” i Włodka Paprodiada Dembowskiego.**

Kampania „Niewidzialni” otrzymała nagrodę w kategorii Kampanie organizacji pozarządowych. Projekt zrealizowany przez Agencję Walk dla Fundacji Kapucyńskiej jury doceniło za spójność, błyskotliwy pomysł i fantastyczną kreację, a także umożliwienie odbiorcy wczucia się w to, czego doświadczają osoby bezdomne.

Tytuł Kampanii Społecznej Roku w kategorii Kampanie instytucji publicznych przyznano akcji społeczno-edukacyjnej „Żonkile” wykonanej przez Muzeum Żydów Polskich. Organizacja akcji opiera się na zaangażowaniu 1000 wolontariuszy, którzy w rocznicę wybuchu powstania, 19 kwietnia, przekazują przechodniom papierowe żonkile – symbol pamięci o powstaniu wraz z informacją o tym wydarzeniu.

W gronie zwycięzców znalazła się także kampania „#Łapjaja” przygotowana przez TWIN.digitalcollective+melting pot Strategic Collective. Projekt został doceniony przez jurorów za dobre i mocne hasło, dopasowany do grupy przekaz, formę i kanał oraz przełamywanie tabu.

W kategorii Kampanie lokalne laureatem została kampania namawiająca do adopcji starszych psów. „Chodź pójdziemy do ciebie” zrealizowana przez Kamila Kucia, Adriana Janisio oraz Macieja Cichosza,

W tym roku zaobserwowaliśmy bardzo ciekawe zjawisko. Do tegorocznej edycji Konkursu zostały zgłoszone bardzo ciekawe kampanie w kategorii Akcje Społeczne. – mówi Paweł Prochenko. Świadczy to o tym, że aby zrealizować kreatywną i ciekawą akcję nie potrzeba ministerialnych budżetów. Oddolne inicjatywy nie są owarowane żadnymi formalnymi ograniczeniami tak jak ma to właśnie miejsce w kampaniach instytucji publicznych, a ludzie pracują z potrzeby serca i wkładają całą swoją energię i kreatywność – dodaje.

Podczas tegorocznej edycji bez statuetek wyszli twórcy kampanii zgłoszonych w kategoriach: Kampanie o tematyce ekologicznej oraz Kampanie 1%. W kategorii Kampanie zagraniczne nagroda powędrowała dla Fundacji 30 millions d’amis za kampanię „Lui Ne Vous AbandonneraJamais” („On by cię nigdy nie porzucił”) przypominającej o odpowiedzialności za zwierzęta domowe.

Natomiast kampanie zgłoszone w kategorii „Akcje zaangażowane społecznie” jak co roku nominowali internauci, oddając głosy na portalu [kampaniespoleczne.pl](http://kampaniespoleczne.pl). Dalszej selekcji i wyboru nagrodzonych dokonali jurorzy. Ostatecznie statuetka przyznana została kampanii „Jest Akcja nie Wyrzucamy Jedzenia”, której celem było zmniejszenie ilości marnowanej żywności w restauracjach i jednocześnie liczby ludzi cierpiących codziennie z powodu głodu.

Już dziś organizatorzy zapraszają do udziału w X edycji Konkursu, która ruszy w lutym 2018 roku.

---

**Wszystkie szczegółowe informacje dotyczące wyników Konkursu Kampania Społeczna Roku 2016 znajdują się na stronie [konkurs.kampaniespoleczne.pl](http://konkurs.kampaniespoleczne.pl) oraz na portalu [kampaniespoleczne.pl](http://kampaniespoleczne.pl).**

Organizatorami konkursu są portal [kampaniespoleczne.pl](http://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 udzielili: [ngo.pl](http://ngo.pl), RMF Classic (współpraca redakcyjna), PRoto Public Relations, CR Navigator, CSR Info, [odpowiedzialnybiznes.pl](http://odpowiedzialnybiznes.pl), [hatalaska.com](http://hatalaska.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](http://konkurs.kampaniespoleczne.pl).

Kontakt dla mediów:

Lusia Żagałkiewicz

[Lusia@kampaniespoleczne.pl](mailto:Lusia@kampaniespoleczne.pl)

22 616 12 17

Konkurs Kampania Społeczna Roku 2016

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