



KONKURS  
**Kampania  
Społeczna  
Roku 2011**

INFORMACJA PRASOWA

WARSZAWA 5 CZERWCA 2012 ROKU

KONKURS „KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU 2011”  
ROZSTRZYGNIĘTY!

**Kampanie „Daj włos”, „Zapnij Pasy. Włącz Myślenie”, „Nie jedź na kacu. Włącz myślenie”, „Życie to nie Facebook”, „Motocyklem bezpieczniej między samochodami” i „Jest między nami chemia” otrzymały tytuły Kampanii Społecznych Roku 2011.**

Znamy już zwycięzców konkursu Kampania Społeczna roku 2011 organizowanego już po raz czwarty przez Fundację Komunikacji Społecznej i portal kampaniespoleczne.pl. Jury złożone z ekspertów w dziedzinie marketingu społecznego przyznało nagrody w sześciu kategoriach oraz dodatkowo wyróżniło sześć kampanii. Gala wręczenia nagród za najlepsze kampanie społeczne minionego roku odbyła się 4 czerwca w TR Warszawa.

Tytuł Kampanii Społecznej 2011 r. w kategorii **Kampanie obywatelskie (NGO)** otrzymała kampania „Daj włos”, zrealizowana przez fundację Rak'n'Roll we współpracy z agencją EURO RSCG 4D. Nagrodę przyznano *za oryginalną strategię pomocy osobom po chemioterapii oraz przekładalność kampanii na poziom behawioralny postaw odbiorców: każdy krok, który mieli poczynić adresaci, był zaplanowany i wyjaśniony, a potencjalne bariery – usunięte.* Nadawca otrzymał nagrodę w wysokości 10 000 zł. Kampania dostała także wyróżnienie w kategorii Kampanie o tematyce zdrowotnej.

Tytuł Kampanii Społecznych 2011 r. w kategorii **Kampanie Instytucji Publicznych** otrzymały dwie kampanie - „Zapnij Pasy. Włącz Myślenie” zrealizowana przez agencję BBDO i „Nie jedź na kacu. Włącz myślenie” zrealizowana przez Fabrykę Komunikacji Społecznej. Obie kampanie powstały z inicjatywy Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego. *Kampanie zostały docenione za nowatorstwo w tematyce oraz za trafny insight, który pozwolił na świeże podejście do problemu bezpieczeństwa ruchu drogowego.*

Nagrodę w kategorii **Kampanie o tematyce zdrowotnej** przyznano **PCK za kampanię „Życie to nie Facebook”** stworzonej przez agencję Saatchi&Saatchi. *Kampania została nagrodzona m.in. za efekty - zanotowano 43% wzrost wykonywania testów na obecność wirusa HIV w czasie trwania kampanii, w porównaniu do poprzedniego roku.*



KONKURS **Kampania  
Społeczna  
Roku 2011**

Kampania otrzymała też wyróżnienie w kategorii Kampanie obywatelskie (NGO).

Partnerem kategorii **Kampanie o tematyce zdrowotnej** jest firma Polpharma, a nagroda w tej kategorii została przyznana po raz pierwszy.

Nagrodę o wartości 100 000 zł w postaci czasu emisyjnego, dla Kampanii 1% otrzymała kampania „**Jest między nami chemia**” zrealizowana z inicjatywy UNICORN przez agencję Young & Rubicam. *Jurorzy zwrócili uwagę na wysoką estetykę wykonania reklam i interesujące hasło oraz położenie nacisku na potrzebę bliskości i psychologiczny aspekt choroby.* Partnerem tej kategorii i fundatorem nagrody jest Dom Mediowy Codemedia.

W kategorii **Kampanie lokalne nagrodę wręczono Stowarzyszeniu Motocyklistów MotoAutostrada, za kampanię „Motocyklem bezpieczniej między samochodami”**. Według jurorów, *kampania celnie zdiagnozowała problem, a także w pozytywny sposób zachęcała do wzajemnej życzliwości.* Nadawca otrzymał nagrodę w wysokości 5000 zł.

Po raz pierwszy przyznano też nagrody w nowej kategorii Akcje Zaangażowane Społecznie – zwyciężył projekt „Życie na przemiał” autorstwa kolektywu Rebel Zoo .

Nowością jest też nagroda internautów, którzy głosowali na nominowane przez Jury kampanie. Ich wybór padł na kampanię „Zostań dawcą” zrealizowaną przez Fundację TVN “Nie jesteś sam” oraz Fundację DKMS Polska.

Wyróżnienia otrzymały również kampanie: „Boskie Matki” - zrealizowana przez agencje Euro RSCG 4D i Euro RSCG Sensors dla Fundacji Rak'n'Roll (kategoria Kampanie o tematyce zdrowotnej)

„Zbuduj chatkę” - zrealizowana przez 3PR Consulting – (kategoria Kampanie firm komercyjnych i fundacji firm, w której Jury nie przyznało nagrody głównej.)

„Nie daj się złowić na wnuczka” - zrealizowana przez Komendę Stołeczną Policji (kategoria Kampanie instytucji publicznych).

„Czerwony kapturek. Strasznie jest, gdy nie ma wilka” – zrealizowana dla WWF Polska przez agencję TBWA (kategoria Kampanie 1%).

W tym roku na konkurs wpłynęło ponad 90 zrealizowanych kampanii, pojawiły się 2 dodatkowe kategorie konkursowe, a w jury zasiadło 2



KONKURS **Kampania  
Społeczna  
Roku 2011**

nowych specjalistów. Jury nie przyznało żadnej nagrody w kategorii Marketing Zaangażowany Społecznie.

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

---

Partnerem Strategicznym Konkursu jest firma PGNIG. Partnerami Wspierającymi są Polpharma – Partner kategorii o tematyce zdrowotnej oraz Dom Mediowy Codemedia SA – Partner kategorii 1% i fundator nagrody. Organizatorzy: Fundacja Komunikacji Społecznej, portal [www.kampaniespoleczne.pl](http://www.kampaniespoleczne.pl). Patronat Honorowy: Małżonka Prezydenta RP Pani Anna Komorowska oraz Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Partnerzy: SAR, IAA, CCIFP, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ZFPR. Patroni medialni: TVP Info, Tok FM, Brief, Dziennik Gazeta Prawna, O2, CR Navigator, odpowiedzialnybiznes.pl, Marketer+, Aktivist, forsal.pl, marketingowiec.pl, proto.pl, ngo.pl, CSRinfo.org, Charaktery, Bluszcz, Biz Tok. Partnerzy Gali: Arctic Paper, Kompania Piwowarska, statuetkiszklane.pl

Magdalena Jeziorowska  
Fundacja Komunikacji Społecznej  
ul. Filtrowa 75/22, 02-032 Warszawa  
tel./fax +48 (22) 823 60 93  
m.jeziorowska@marketingspoleczny.pl  
[www.fks.org.pl](http://www.fks.org.pl), [www.kampaniespoleczne.pl](http://www.kampaniespoleczne.pl)