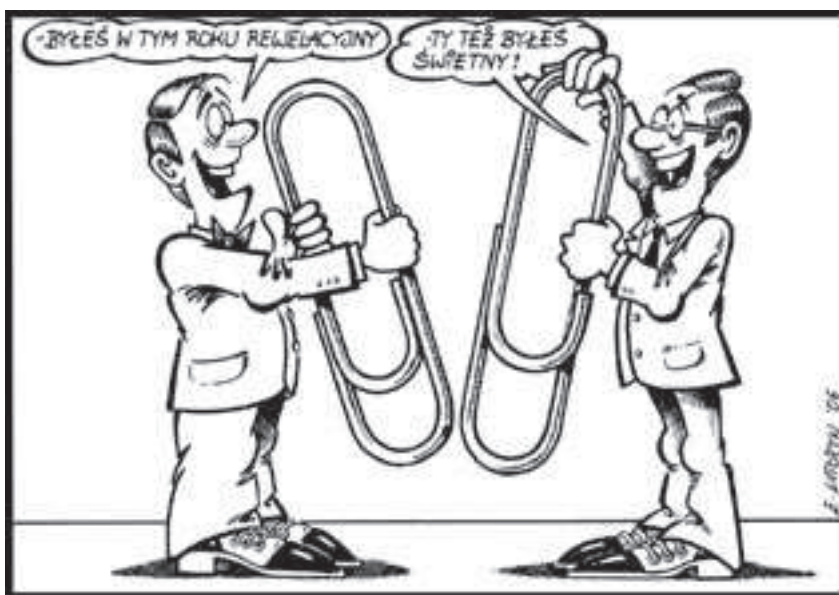


Kartka z kalendarza

Ech, jakie ograne kontrowersje budzi cały czas jedyny branżowy konkurs, w którym nagrodą jest dość enigmatyczny dla niezainteresowanych tzw. złoty spinacz – rodem, można by pomyśleć, sprzed epoki wirtualnych rozwiązań.

I pochlebcy, i krytykanci mają wciąż te same argumenty: wygrywają przedstawiciele organizatorów, bo inne projekty nie są zgłaszane lub wygrywają ci sami, więc nie zgłaszamy swoich projektów.

W tym kontekście o wiele więcej wydaje się wnosić do dyskursu listopadowa grafika z kalendarza Edelman Polska z rysunkami Edwarda Lutczyna. Nie dość, że dzięki niej wreszcie odświeża nam się wygląd samego spinacza, to jeszcze dodatkowo zwracamy uwagę na nowy aspekt sprawy – pożądaną wielkość nagrody. Każdy przecież wie, że czasami właśnie o rozmiar chodzi, nawet jeśli nie można zmierzyć go liczbą znaków, które ukazały się w mediach.



© Edelman Polska

PRzegląd sPRrasowany

„Widocznie jest mało sympatyczny z wyglądu” – tak miał uzasadniać prezydent Łodzi Jerzy Kropiwnicki na łamach „Dziennika Łódzkiego” (6 października 2006 roku) nagrodzenie swojego rzecznika Kajusa Augustyniaka mało chwalebny „Złotym kneblem” dla najgorszego rzecznika roku. Wyróżnienie przyznają dziennikarze z mediów lokalnych. Dlaczego w tak dziwnym kontekście powrócił zawsze wypatrywany przez nas duch sławetnej piar-laleczki? Okazało się, że dziennikarze na co dzień obsługujący urząd zaprotestowali przeciwko przyznaniu nagrody właśnie Augustyniakowi i okazało się, że knebel nałożyli nie oni, a inni dziennikarze, z którymi rzecznik prezydenta Łodzi na co dzień nie ma kontaktu. Omal nie zwolniony Augustyniak jako rekompensatę za przykrości i stres otrzymał podobno 6 tys. złotych brutto. Więc na szczęście jest „happy end”, a wcześniej trochę szarości na skraju piar – media i znakomicie rozegrana sytuacja kryzysowa. Brawo.

Bezwstydnie nakryty został z kolei przez „Trybunę-Warszawa” sławny tandem Kazimierz Marcinkiewicz i jego druh Ciesiołkiewicz. Czujni dziennikarze „Trybuny” wykryli fałsz w genialnym dwugłosie, wyczytując – tu uwaga – pomiędzy wierszami wywiadu Ciesiołkiewicza dla wirtualnych mediów, że „w polityce informacyjnej Marcinkiewicza są zgrzyty”. Bo jak tak może być, że na swoim blogu premier żali się wielokrotnie, że wszyscy nazywają jego działania mianem piarowskich zagrań, a druh tak zwyczajnie obnaża ten (tu cytat) „komisarski PR od kuchni”?

KP

Huczne urodziny agencji Fresh

Flesz lamp i czerwony dywan przywitał gości obchodzących w sobotę 14 października wraz z poznańską agencją reklamową Fresh jej 4 urodziny. Impreza odbyła się w klubie Blue Note. Była utrzymana w konwencji lat 20. i amerykańskiej prohibicji. Nie zabrakło więc znakomitego jazzu na żywo, występów rewii i kącika hazardu, gdzie niejeden z gości stracił fortunę fresh'owych dolarów.

Goście poczuli klimat imprezy – dopisały stroje rodem z lat 20. Wśród kobiet królowały stylowe boa i szpilki do fokstrota, mężczyźni palili cygara i z dumą nosili bezboleśnie nabyte na policzkach „szramy”. Nie było przemówień szefostwa, a jedynie krótkie życzenia „udanej zabawy” przy krojeniu tortu. – Czwarte urodziny to wprawdzie nie jest tzw. „okrągła” rocznica, jednak rozwój agencji w ostatnim roku postanowiliśmy uczcić z wielką pompą – podsumował Adam Michańków, wiceprezes Grupy Fresh.

Złote Spinacze: Pierwszy etap walki zakończony

Do finału konkursu zakwalifikowały się w tym roku 23 prace zgłoszone przez 16 instytucji. Organizatorem zmagania o Złotego Spinacza jest Związek Firm Public Relations.

Najbardziej zacięta walka rozegrała się wśród cieszących się największą popularnością w tym roku kategorii: Kampanii edukacyjnej (14 zgłoszeń), Kampanii społecznej, Eventu oraz Corporate Social Responsibility (po 9 zgłoszeń). Organizatorzy konkursu nie otrzymali w tym roku zgłoszeń w kategorii komunikowania w kryzysie. Również stosunkowo mało – jedynie 4 projekty – walczyły o każdą ze statuetek w kategoriach PR korporacyjny, Public Affairs & Lobbying oraz Komunikacja wewnętrzna.

Rozstrzygnięcie konkursu i wręczenie Złotych Spinaczy nastąpi podczas uroczystej gali 21 listopada w hotelu Marriott w Warszawie, na zakończenie pierwszego dnia Ogólnopolskiego Kongresu Specjalistów i Ekspertów Public Relations PR Forum. Ze skróconymi opisami nominowanych prac można zapoznać się na www.zfpr.pl.