

ZŁOTE SPINACZE

PRZEWODNIK DLA ZGŁASZAJĄCYCH

Szkolenie dla zgłaszających
14 lipca 2022

ZŁOTE SPINACZE

Witajcie,

Cieszymy się, że możemy zaprosić Was do wzięcia udziału w jubileuszowej, XX edycji konkursu Złote Spinacze, który organizowany jest przez Związek Firm Public Relations.

Złote Spinacze to największy konkursu PR w Polsce, który od dwóch dekad ceniony jest przez specjalistów public relations oraz marketingu w całej Polsce. Jego celem jest wyłanianie oraz promowanie najlepszych, najbardziej kreatywnych i rzetelnie wykonanych projektów w obszarze public relations zrealizowanych w Polsce. Nagradzane projekty nie tylko wyznaczają nowe trendy w komunikacji, ale również przyczyniają się do zwiększania profesjonalizmu w branży oraz podnoszenia standardów. Co roku zgłoszenia oceniane są przez szerokie grono jurorów, w skład którego wchodzi przedstawiciele organizacji biznesowych i pozarządowych, praktycy, eksperci branży PR, mediów oraz środowiska akademickiego.

Niniejszy „Przewodnik dla zgłaszających” został stworzony, by ułatwić Wam przygotowanie zgłoszeń, dlatego na kolejnych stronach znajdziecie najważniejsze informacje o konkursie, opisy etapów konkursu, wymagań oraz wskazówki dla uczestników.

Więcej informacji, wzór formularza zgłoszeniowego oraz regulamin znajdziecie się na stronie internetowej www.zlotespinacze.pl.

Mamy nadzieję, że spotkamy się na gali rozdania nagród, która odbędzie się 2 grudnia w Warszawie!

W przypadku pytań, zachęcamy do kontaktu.

Powodzenia w tegorocznej edycji Złotych Spinaczy!

ZŁOTE SPINACZE

ZŁOTE SPINACZE

HARMONOGRAM KONKURSU

12 lipca 2022	Start zgłoszeń
12 lipca – 9 września	Przyjmowanie zgłoszeń
14 września – 3 października	I etap obrad (on-line) Jury
7 października	Ogłoszenie nominacji
10 – 26 października	Przesyłanie materiałów do II etapu
3 – 7 listopada	II etap obrad Jury
2 grudnia 2022	Gala Złote Spinacze

OPŁATY

Termin	Opłata za zgłoszenie do jednej kategorii dla firm zrzeszonych w ZFPR	Opłata za zgłoszenie do jednej kategorii dla firm niezrzeszonych w ZFPR	Opłata za współzgłoszenie do jednej kategorii*
I termin: 12 lipca – 8 sierpnia	850 zł netto + VAT	1050 zł netto + VAT	300 zł netto + VAT
II termin: 9 sierpnia – 2 września	1090 zł netto + VAT	1290 zł netto + VAT	300 zł netto + VAT
III termin: 3 września – 9 września	2180 zł netto + VAT	2580 zł netto + VAT	300 zł netto + VAT

*Współzgłoszenie

Współzgłaszający będący klientem agencji należącej do ZFPR nie ponosi dodatkowych opłat. Każde kolejne współzgłoszenie jest obowiązkowo dodatkowo płatne. Opłata za współzgłoszenie może zostać doliczona do opłaty zgłoszeniowej lub dokonana bezpośrednio przez Podmiot Współzgłaszający.

KTO MOŻE ZGŁOSIĆ PROJEKT?

1. Do konkursu mogą być zgłaszane kampanie, programy i projekty zrealizowane na obszarze Polski przez: osoby prawne, podmioty gospodarcze, jednostki samorządowe, instytucje państwowe, zakłady publiczne, organizacje pożytku publicznego, szkoły i uczelnie, osoby działające samodzielnie w branży PR oraz inne podmioty realizujące projekty PR.
2. Zgłoszenie może zostać dokonane wspólnie przez więcej niż jeden podmiot. W takim przypadku można wyróżnić:
 - a. **Podmiot Zgłaszający** – może być tylko jeden Podmiot Zgłaszający. Podmiot Zgłaszający jest odpowiedzialny za zgłoszenie Projektu do Konkursu i jest prezentowany przez Organizatora jako pierwszy uczestnik Konkursu. Organizator na każdym etapie Konkursu będzie się kontaktował z Podmiotem Zgłaszającym.
 - b. **Podmiot Współzgłaszający** – nie ma ograniczenia liczby Podmiotów Współzgłaszających. Podmiotami Współzgłaszającymi mogą być podmioty, które w znaczący sposób przyczyniły się do powstania Projektu.
3. Podmiot Zgłaszający Projekt, który był realizowany przez kilka podmiotów (niebędących Podmiotami Współzgłaszającymi) musi uzyskać od współautorów pisemną zgodę na zgłoszenie Projektu (dokumenty do okazania na prośbę Organizatora). Współautorzy to podmioty, które przyczyniły się do powstania projektu, ale nie muszą być wskazani jako Współzgłaszający.

ZGŁOSZENIE - jakie projekty można zgłaszać i jak zgłaszać?

1. Do Konkursu mogą zostać zgłoszone Projekty:
 - a. **realizowane w okresie od 1 stycznia 2021 r. do 9 września 2022 r.** Projekty zgłaszane do Konkursu mogły rozpocząć się przed tym okresem lub skończyć później, ale podane w Zgłoszeniu informacje, dane i wyniki muszą odnosić się do wskazanego okresu.
 - b. które są kolejną edycją trwającego przez kilka lat Projektu, w ramach którego powstała nowa inicjatywa, aktywacja, działanie. Zgłaszając taki Projekt do Konkursu, Zgłaszający powinien wyraźnie określić czas trwania Projektu, który jest zgłaszany w ramach danej edycji.

ZŁOTE SPINACZE

a. KATEGORIE GŁÓWNE - w tej części Konkursu nagradzane są najlepsze praktyki w odniesieniu do głównych dyscyplin public relations. Jeden Projekt może być zgłoszony maksymalnie do dwóch Kategorii głównych.

- PR korporacyjny
- PR produktu
- Issue management i komunikacja kryzysowa
- Advocacy i Public Affairs
- Kampania społeczna
- PR pro bono
- Employee experience i komunikacja wewnętrzna
- Event komercyjny
- Event społeczny
- Launch produktu, usługi lub firmy
- Sustainability i CSR Communications
- Social media
- Business-to-Business PR
- PR finansowy i relacje inwestorskie
- Media Relations
- Employer Branding
- Content marketing – branded content
- Custom Publishing
- PR miejsca, miasta lub regionu
- Wsparcie Ukrainy*

* Dochody ze zgłoszeń w kategorii „Wsparcie Ukrainy” zostaną przekazane na cele charytatywne, związane z przeciwdziałaniem skutkom działań wojennych na terytorium Ukrainy, które realizowane są przez Polską Akcję Humanitarną (PAH).

b. KATEGORIE SEKTOROWE - do Kategorii sektorowych mogą być zgłoszone kampanie public relations zrealizowane na rzecz firm i/lub instytucji reprezentujących poszczególne branże. Zgłoszenia mogą dotyczyć wszystkich dyscyplin public relations objętych katalogiem Kategorii głównych. **Jeden Projekt może być zgłoszony do jednej kategorii sektorowej, o której decyduje branża, z której pochodzi Podmiot Zgłaszający lub Współzgłaszający, a nie zakres merytoryczny Projektu.** W przypadku, gdy dany podmiot operuje więcej niż w jednej branży, jej wybór następuje na podstawie decyzji Podmiotu Zgłaszającego.

- Technologia, IT, telekomunikacja
- Finanse
- Uroda, higiena i wellness
- Moda i styl życia
- Sektor spożywczy
- Kultura i media

ZŁOTE SPINACZE

- Medycyna i zdrowie
- Sport, turystyka i rekreacja
- Nieruchomości, budownictwo, dom i wnętrze
- Przemysł i infrastruktura
- Motoryzacja i transport
- NGO i sektor publiczny

Warunkiem zgłoszenia Projektu do Kategorii sektorowej jest wcześniejsze jego zgłoszenie do przynajmniej jednej z Kategorii głównych.

c. KATEGORIE SPECJALNE - w tej grupie nagradzane są kampanie public relations, które w ponadprzeciętny sposób skupiły uwagę interesariuszy i/lub szerszej opinii publicznej oraz zdecydowanie wyróżniały się spośród wszystkich zgłoszonych do Konkursu Projektów pod względem jednego z następujących kluczowych wymiarów: kreatywności, efektywności realizacyjnej i/lub szerokości i głębokości przeprowadzonej analizy badawczej, która doprowadziła do postawienia przełomowej diagnozy, która zdeterminowała obrany kierunek działań. Jeden Projekt może być zgłoszony do maksymalnie 3 Kategorii specjalnych:

- Kreatywność.
- Efektywność
- Research&Insight

Warunkiem zgłoszenia Projektu do Kategorii specjalnej jest wcześniejsze jego zgłoszenie do przynajmniej jednej z Kategorii głównych.

2. Biuro zajmuje się weryfikacją zgłoszeń do Konkursu oraz sprawdzeniem zgodności Zgłoszeń z Regulaminem. W przypadku zaistnienia wątpliwości dotyczących zgłoszenia Projektu do danej Kategorii, Biuro może zasugerować Zgłaszającemu zmianę Kategorii. Ostateczną decyzję o ew. zmianie Kategorii oraz związanej z tym odpowiedzialności podejmuje Zgłaszający.

KRYTERIA OCENY PROJEKTÓW – I ETAP KONKURSU

1. Projekty w Kategoriach głównych i Kategoriach sektorowych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami.

a. WYZWANIE – w tym wymiarze Jurorzy oceniają stopień trudności zadania, jakie zostało postawione przed Zgłaszającym. Pod uwagę będą brane w szczególności: kontekst społeczny i uwarunkowania rynkowe, zakładany rezultat biznesowy oraz na

ZŁOTE SPINACZE

ile cele Projektu były ambitne i trudne (złożoność całego przedsięwzięcia), w tym warunki ekonomiczne realizacji (dostępny budżet).

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- b. DIAGNOZA** (research & insight) – w tym wymiarze Jurorzy oceniają złożoność i głębokość analizy przeprowadzonej przez Zgłaszającego oraz jakość wyprowadzonych na tej podstawie wniosków i kluczowych obserwacji (insights), które zdeterminowały obranie konkretnej strategii. Na szczególne docenienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą zastosowanie niestandardowych metod diagnostycznych, wykraczających poza analizę danych i informacji powszechnie dostępnych (desk research).

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- c. STRATEGIA** – w tym wymiarze Jurorzy oceniają trafność wytyczonej przez Zgłaszającego drogi do celu. Krytycznej ocenie będzie poddana umiejętność logicznej interpretacji wniosków z analizy zagadnienia dla zdefiniowania niestandardowych środków oddziaływania na grupy docelowe i określenia optymalnego planu działań komunikacyjnych, zarówno od strony strategicznej (logika w obraniu właściwego kierunku), jak i taktycznej (dobór narzędzi).

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- d. KREACJA** – w tym wymiarze Jurorzy dokonują oceny na ile działania zrealizowane przez Zgłaszającego są innowacyjne, przełamują utarte stereotypy i wytyczają nowe/unikalne kierunki dla działań komunikacyjnych.

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- e. EFEKTYWNOŚĆ** – to szczególnie istotny wymiar oceny prac zgłaszanych do Konkursu. Punkty w tej kategorii Jurorzy będą przyznawać za udokumentowane i/lub uwiarygodnione efekty przeprowadzonych działań. Parametry ilościowe (OUTPUT) takie jak AVE, impresje, dotarcie, czy przedstawione zasięgowe publikacje będą punktowane dodatkowo, jednak na szczególne wyróżnienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą jakościową zmianę postaw/nastawień w grupie/grupach docelowej/yh (OUTCOME), która umożliwiła realizację założonych celów. Projekty/kampanie, które w udokumentowany sposób wykażą osiągnięcie założonego celu biznesowego (IMPACT), będą przez jurorów oceniane szczególnie wysoko.

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- 2.** Ocena Projektów w Kategoriach Głównych i Sektorowych następuje w systemie punktowym. Każdy z Jurorów oceniając poszczególne zgłoszenie może przyznać Projektowi od 0 do 10 punktów w każdym z pięciu wymiarów. **Projekt może otrzymać maksymalnie 50 punktów.**

- 3.** Projekty w Kategoriach Specjalnych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami:

ZŁOTE SPINACZE

- a. w kategorii „**Research&Insight**” – za rzetelność oceny uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych związanych z przedmiotem programu/kampanii i trafność diagnozy, która pozwoliła na obranie optymalnej strategii działania i doprowadziła do realizacji zakładanych celów.

Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- b. w kategorii „**Kreatywność**” – za unikalne, innowacyjne i niestandardowe podejście do realizacji powierzonego zadania, które zaowocowało nieprzeciętnymi wynikami oraz wyznaczyło nowy kierunek działań komunikacyjnych.

Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- c. w kategorii „**Efektywność**” – za udokumentowane osiągnięcie założonych celów, w szczególności biznesowych takich jak: wzrost sprzedaży; wzrost świadomości i/lub rozpoznawalności produktu, usługi, marki bądź kluczowego zagadnienia oraz zmianę postaw prowadzącą do wykreowania pożądanego preferencji w gronie odbiorców przekazu.

Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

- 4. Ocena projektów w Kategoriach Specjalnych następuje w systemie punktowym. **Projekt może otrzymać maksymalnie 10 punktów.**
- 5. Do Etapu II przechodzą, czyli nominowane są, 3 najwyżej ocenione projekty w każdej z 35 Kategorii, przy czym warunkiem otrzymania nominacji jest uzyskanie w Etapie I minimum 28 punktów w kategoriach głównych i sektorowych i minimum 6 punktów w kategoriach specjalnych.

II ETAP – NOMINOWANI

- 1. Lista Projektów nominowanych do Etapu II, zostanie opublikowana na stronie Konkursu <http://www.zlotespinnacle.pl> w dniu **7 października 2022 r.**
- 2. **Nominowani do Etapu II Konkursu powinni przygotować następujące zgłoszenie uzupełniające:**
 - a. prezentację (obowiązkowo) – w formacie pdf, wielkość: maksymalnie 20 slajdów, waga: maksymalnie do 100 MB. Prezentacja może zawierać odniesienia/linki do badań, stron www, oraz innych elementów uwiarygadniających dane zgłoszenie;
 - b. film (nieobowiązkowo) – jeden film w formacie mp4, długość: maksymalnie 3 min, waga: maksymalnie do 200 MB;

ZŁOTE SPINACZE

- c. Nominowani w Kategorii Custom Publishing mogą ponadto przesłać do Biura ZFPR materialną formę zgłaszanego Projektu (nieobowiązkowo) w liczbie maksymalnie 15 sztuk, które zostaną przekazane Jurorom Konkursu w dniu obrad. Przesłane egzemplarze publikacji nie podlegają zwrotowi.
3. Nominowani są zobowiązani dostarczyć wymagane materiały do oceny w Etapie II w nieprzekraczalnym terminie do **26 października 2022 r. do godz. 10:00.**
4. Prezentacja pdf i materiały dodatkowe (film) muszą być przesłane przez Nominowanych na wskazany przez Organizatora serwer. Każdy z przesyłanych materiałów (prezentacja pdf, film) powinien być odpowiednio nazwany i zawierać skróconą nazwę kategorii, skróconą nazwę projektu, skróconą nazwę firmy zgłaszającej oraz rodzaj materiału: prezentacja, film.
Na przykład: Launch_ABC_ZFPR_prez.
5. Jeżeli dany Projekt jest nominowany w więcej niż jednej Kategorii, materiały dotyczące tego Projektu muszą być zamieszczone na serwerze w tylu Kategoriach, w ilu Projekt otrzymał nominację.
6. Organizator prześle Nominowanym dane dostępowe do serwera **dnia 10 października 2022 r.**
7. Przesyłając materiały do oceny w Etapie II każdy Nominowany zobowiązany jest jednocześnie do załączenia materiałów na Galę Konkursu (dalej „**Gala**”). Materiały te obejmują:
 - a. **zdjęcia (obowiązkowo)** – maksymalnie 15 sztuk, ale nie mniej niż 7 w jakości minimum full HD i/lub
 - b. **film (nieobowiązkowo)** – 15 sekundowy, będący gotowym materiałem do wyświetlenia podczas Gali. Filmy powinny być w możliwie najlepszej jakości, w formacie mp4, waga: maksymalnie do 100 MB.

NAGRODY

1. Nagrodą w Konkursie jest Statuetka, odpowiednio Złoty, Srebrny lub Brązowy Spinacz, wręczana podczas Gali Złote Spinacze **2 grudnia 2022 r.**
2. W ramach Konkursu zostanie wyłoniona najlepsza firma w Konkursie (dalej: „**Najlepszy w konkursie**”), która otrzyma nagrodę: Tytanowy Spinacz.

ZŁOTE SPINACZE

3. W celu wyłonienia „Najlepszego w konkursie” zostanie przeprowadzony ranking podmiotów biorących udział w Konkursie według punktacji:

- Złoty Spinacz – 7 punktów
- Srebrny Spinacz – 4 punkty
- Brązowy Spinacz – 2 punkty

W przypadku Współzgłoszenia, każdy z Podmiotów Współzgłaszających otrzyma:

- Złoty Spinacz – 3 punkty
- Srebrny Spinacz – 2 punkty
- Brązowy Spinacz – 1 punkt.

W przypadku pytań, zapraszamy do kontaktu!



Katarzyna Rudzik

Dyrektor Biura ZFPR

katarzyna.rudzik@zfpr.pl

tel. 531 848 470



Joanna Dokudowicz

Menedżer ds. projektów

joanna.dokudowicz@zfpr.pl

tel. 531 848 471



<https://zlotespinnacle.pl/>