

## Regulamin konkursu Złote Spinacze 2026

### § 1 POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Organizatorem Konkursu pod nazwą „Złote Spinacze” (dalej „**Konkurs**” lub „**Złote Spinacze**”) jest Związek Firm Public Relations z siedzibą w Warszawie przy ul. T. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, wpisany do Rejestru Stowarzyszeń, Innych Organizacji Społecznych i Zawodowych, Fundacji oraz Samodzielnych Publicznych Zakładów Opieki Zdrowotnej oraz Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonych przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000062388, NIP: 9512004715, REGON: 017240202 (dalej „**Organizator**”).
2. Organem decyzyjnym w sprawach porządkowych i spornych jest Zarząd ZFPR.
3. Za sprawy organizacyjne Konkursu, w tym w szczególności: organizację poszczególnych etapów Konkursu, przyjmowanie zgłoszeń projektów, przegląd dokumentacji zgłoszeń pod względem formalnym, organizację obrad i spotkań, odpowiadają przedstawiciele biura Organizatora (dalej „**Biuro**”).
4. Partnerem merytorycznym i opiekunem prawnym Konkursu jest SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk Sp.k. (dalej „**Partner merytoryczny**” lub „**SKP**”). Do zadań Partnera merytorycznego należy czuwanie nad zgodnością prac Jury z postanowieniami niniejszego regulaminu (dalej „**Regulamin**”) oraz nadzór nad sprawdzaniem i potwierdzaniem wyników głosowania na zasadach określonych w Regulaminie, a także dokonywanie wykładni Regulaminu na wniosek Organizatora.
5. Misją Konkursu jest upowszechnianie wiedzy na temat profesjonalnej praktyki public relations, promowanie zawodowego kunsztu i najwyższych standardów w kształtowaniu szeroko pojętych kampanii i polityk informacyjnych.
6. Celem Konkursu jest wyłonienie i nagrodzenie w drodze głosowania członków Jury najskuteczniejszych, najbardziej kreatywnych, najlepiej dopasowanych i zrealizowanych kampanii public relations i powiązanych dziedzin komunikacji związanych z budowaniem reputacji oraz kształtowaniem i utrwalaniem wzajemnie korzystnych relacji z interesariuszami, zgłoszonych do wybranych kategorii konkursowych (dalej „**Kategorie**”).

### § 2 UCZESTNICY

1. Do konkursu mogą być zgłaszane kampanie, programy i projekty (dalej zwane „**Projekty**”) zrealizowane 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 (dalej „**Podmiot Zgłaszający**” lub „**Zgłaszający**”).
2. Zgłoszenie może zostać dokonane wspólnie przez więcej niż jeden podmiot (dalej „**Zgłoszenie**”). W takim przypadku można wyróżnić:
  - 2.1. **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.
  - 2.2. **Podmiot Współzgłaszający** – nie ma ograniczenia liczby Podmiotów Współzgłaszających. Podmiotami Współzgłaszającymi mogą być podmioty wymienione w §2 ust. 1., które w znaczący sposób przyczyniły się do powstania Projektu (dalej „**Podmiot Współzgłaszający**” lub „**Współzgłaszający**”).
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.

### § 3 ZGŁOSZENIE

1. Do Konkursu mogą zostać zgłoszone Projekty:

- 1.1. **realizowane w okresie od 1 stycznia 2025 r. do 10 września 2026 r.** Projekty zgłaszane do Konkursu mogły rozpocząć się przed wskazanym okresem lub skończyć później, ale podane w Zgłoszeniu informacje, dane i wyniki muszą odnosić się do wskazanego w Regulaminie okresu.
- 1.2. 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.**
- 1.3. które były realizowane przez więcej niż jeden rok, ale ich formalne całkowite zakończenie lub zakończenie okresu np. kilku lat, który Zgłaszający chce przedstawić do oceny, przypada na bieżącą edycję Konkursu.
2. Podmiot Zgłaszający Projekt powinien wyraźnie zaznaczyć w Zgłoszeniu czy Projektowi towarzyszyły działania reklamowe i/lub inne działania marketingowe oraz przedstawić wyłącznie cele, działania i efekty zrealizowane w ramach kampanii PR. Tylko taki zakres Projektu poddawany jest ocenie Jurorów. W przypadku zaprezentowania działań oraz efektów niezwiązanych z działaniami PR, Projekt może zostać odrzucony przez Organizatora jako niespełniający wymagań określonych w Regulaminie.
3. Zgłoszenia Projektów do Konkursu będą przyjmowane w trzech następujących terminach:
  - 3.1. **Termin I – od 7 lipca do 3 sierpnia 2026 r.**
  - 3.2. **Termin II – od 4 sierpnia do 3 września 2026 r.**
  - 3.3. **Termin III – od 4 września do 10 września 2026 r.**
4. Jeden podmiot może zgłosić do Konkursu dowolną liczbę Projektów w jednej lub w kilku Kategoriach. W takiej sytuacji każdy zgłaszany Projekt musi zawierać odrębną dokumentację, odrębne zgłoszenie, które zostanie osobno zarejestrowane i osobno opłacone, zgodnie z cennikiem zawartym w §5 ust. 2 i 4.
5. Projekt zostanie przyjęty do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:
  - 5.1. Wypełnieniu i przesłaniu Formularza Zgłoszeniowego online dostępnego na platformie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) (dalej „**Formularz Zgłoszeniowy**”) zgodnie z instrukcjami i wskazaniem zamieszczonymi w treści Formularza Zgłoszeniowego.
  - 5.2. Wniesieniu w terminach, o których mowa w §3 ust. 3, opłaty za Zgłoszenie.
    - 5.2.1. W przypadku przesłania Zgłoszenia i uiszczenia płatności w ostatnim dniu I, II lub III terminu przyjmowania zgłoszeń, należy przesłać potwierdzenie dokonania opłaty konkursowej na adres: [cezary.nowak@zfpr.pl](mailto:cezary.nowak@zfpr.pl) i [katarzyna.baranska@zfpr.pl](mailto:katarzyna.baranska@zfpr.pl).
    - 5.2.2. Projekt zgłoszony w I lub II terminie a nieopłacony w terminie wskazanym na fakturze, będzie musiał być opłacony stawką przewidzianą dla zgłoszeń przesłanych odpowiednio w II lub III terminie.
6. **Wszystkie pola Formularza Zgłoszeniowego są obowiązkowe.**
7. Zgłoszenie nie może przekraczać wskazanej w Formularzu Zgłoszeniowym liczby znaków.
8. W rubrykach metryczki Formularza Zgłoszeniowego „Nazwa podmiotu zgłaszającego projekt” oraz „Nazwy podmiotów współzgłaszających projekt” nazwy firm nie powinny być nazwami rejestrowymi, tzn. nie powinny zawierać formy prawnej jak Sp. z o.o., Sp. j. etc., lecz powinny być nazwą marketingową Zgłaszającego lub Współzgłaszających.
9. Po terminie zakończenia przyjmowania zgłoszeń Zgłaszający ma możliwość dokonania zmiany zgłoszonej nazwy wyłącznie za wniesieniem Dodatkowej opłaty, o której mowa w §5 ust.10.2.
10. „Nazwa podmiotu zgłaszającego projekt” oraz „Nazwa podmiotów współzgłaszających projekt” będzie przekazana Partnerowi merytorycznemu i używana przez Organizatora we wszelkiej komunikacji dotyczącej zgłoszonych do Konkursu Projektów (np. ogłoszenie listy nominowanych, ogłoszenie listy zwycięzców, przygotowanie materiałów na galę finałową).
11. W przypadku zaistnienia drobnych pomyłek lub błędów w treści Formularza Zgłoszeniowego, po jego przesłaniu do Konkursu istnieje możliwość wniesienia poprawek poprzez Organizatora. Poprawki mogą dotyczyć przykładowo: literówek, błędnie podanych liczb, terminów i nazw. Po wniesieniu poprawek w Formularzu Zgłoszeniowym Organizator prześle poprawiony Formularz Zgłoszeniowy do Podmiotu Zgłaszającego, czego celem jest zweryfikowanie poprawności Formularza Zgłoszeniowego z wprowadzonymi poprawkami przez Podmiot Zgłaszający. Organizator pobierze opłatę za dokonane zmiany w wysokości uzależnionej od wprowadzonych zmian zgodnie z §5 ust.10.
12. Zgłoszenie może być odzwierciedlone w formie video (opcja fakultatywna, nieobowiązkowa) przy jednoczesnym zachowaniu obowiązku wypełnienia formularza w formie pisemnej. Podmiot zgłaszający w takim przypadku zamieszcza

link do serwisu YouTube lub Vimeo w odpowiednim polu formularza Materiał video w formacie mp4. powinien być zapisem wewnętrznym, zamkniętym. Długość materiału video nie może przekroczyć 120 sekund. Video powinno zawierać wszystkie części składowe zgłoszenia w formie pisemnej, tj. określić jasno wyzwanie, diagnozę, strategię, realizację i wynik zgłaszanego projektu. Ważne: Materiał video nie stanowi formy uzupełnienia zgłoszenia. Uzupełnienie zgłoszenia jest możliwe dopiero w II etapie konkursu.

13. Zgłoszenie może zawierać linki do: kluczowej publikacji/kluczowych publikacji, stron internetowych, witryn zawierających pdf, wykresów, elementów graficznych i innych źródeł, **które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty Projektu**. Linki mogą znajdować się tylko w wyznaczonych polach na końcu Formularza Zgłoszeniowego i nie może być ich więcej niż trzy. **W przypadku dodania linku, który nie przekierowuje do danych prezentujących wyniki Projektu, Organizator pobierze opłatę zgodnie z §5 ust.10.3.**
14. W przypadku zgłaszania projektu w kategorii Custom Publishing wymagane jest dodatkowo zamieszczenie linku do zgłaszanej publikacji w formie pliku pdf lub do wersji online. Link do zgłaszanej publikacji nie jest wliczany do limitu linków wskazanych w §3 ust.13
15. Organizator zastrzega, że układ i forma Formularza Zgłoszeniowego stanowi utwór w rozumieniu przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Organizator nie wyraża zgody na wykorzystywanie przez Podmioty Zgłaszające ani Podmioty Współzgłaszające Formularza Zgłoszeniowego do innych celów niż dokonanie Zgłoszenia udziału w Konkursie, a w szczególności do przekazywania Formularza Zgłoszeniowego do innych podmiotów niż do Organizatora oraz publikowania Formularza Zgłoszeniowego.
16. W ramach korzystania z platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) (Strony Konkursowej) i uczestnictwa w Konkursie niedozwolone jest dostarczanie treści o charakterze bezprawnym, naruszających prawo lub przyjęte w branży normy etyczne.

## § 4 KATEGORIE

1. Konkurs rozgrywany jest w 36 Kategoriach konkursowych: 21 Kategoriach głównych, 12 Kategoriach sektorowych, 3 Kategoriach specjalnych. Szczegółowy opis Kategorii dostępny jest na stronie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl).
- 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.
  1. PR korporacyjny
  2. PR produktu
  3. Issue management i komunikacja kryzysowa
  4. Advocacy i Public Affairs
  5. Kampania społeczna
  6. PR pro bono
  7. Employee experience i komunikacja wewnętrzna
  8. Event komercyjny
  9. Event społeczny
  10. Launch produktu, usługi lub firmy
  11. ESG, Sustainability i CSR communications
  12. Social media
  13. Business-to-Business PR
  14. PR finansowy i relacje z rynkiem kapitałowym
  15. Media Relations
  16. Employer Branding
  17. Content marketing – branded content
  18. Custom Publishing
  19. PR miejsca, miasta lub regionu
  20. Walka z dezinformacją
  21. Innowacje w PR

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, Współzgłaszający lub podmiot, na rzecz którego realizowany jest Projekt, a nie zakres merytoryczny Projektu.** W przypadku, gdy dany podmiot operuje więcej niż w jednej branży, jej wybór następuje na podstawie decyzji Podmiotu Zgłaszającego.

1. Technologia, IT, telekomunikacja
2. Finanse
3. Uroda, higiena i wellness
4. Moda i styl życia
5. Sektor spożywczy
6. Kultura i media
7. Medycyna i zdrowie
8. Sport, turystyka i rekreacja
9. Nieruchomości, budownictwo, dom i wnętrze
10. Przemysł i infrastruktura
11. Motoryzacja i transport
12. 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:

1. Kreatywność
2. Efektywność
3. Research&Insight

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

## § 5 OPLĄTY

1. **Obowiązek dokonania opłaty za Zgłoszenie spoczywa na Podmiocie Zgłaszającym.**
2. **Wysokość opłaty za zgłoszenie Projektu uzależniona jest od terminu dokonania Zgłoszenia, członkostwa w Związku Firm Public Relations. Opłata za zgłoszenie jednego projektu do jednej kategorii wynosi:**
  - 2.1. **Opłata za zgłoszenie dla członków ZFPR:**
    - w terminie I (od 7 lipca do 3 sierpnia 2026 r.) – 1050 zł + 23% VAT
    - w terminie II (od 4 sierpnia do 3 września 2026 r.) – 1490 zł + 23% VAT
    - w terminie III (od 4 września do 10 września 2026 r.) – 2590 zł + 23% VAT
  - 2.2. **Opłata za zgłoszenie dla agencji i pozostałych podmiotów niezrzeszonych w ZFPR:**
    - w terminie I (od 7 lipca do 3 sierpnia 2026 r.) – 1250 zł + 23% VAT
    - w terminie II (od 4 sierpnia do 3 września 2026 r.) – 1690 zł + 23% VAT
    - w terminie II (od 4 września do 10 września 2026 r.) – 3190 zł + 23% VAT

3. Opłata za zgłoszenie obejmuje:
  - 3.1. czynności związane z przyjmowaniem zgłoszeń i ich procesowaniem przez Biuro,
  - 3.2. czynności związane z oceną zgłoszeń online,
  - 3.3. czynności związane z oceną zgłoszeń podczas posiedzeń Jury,
  - 3.4. organizację Gali Konkursu i produkcję statuetek konkursowych w liczbie jedna statuetka na jedną nagrodę zdobytą w Konkursie.
4. W przypadku, gdy w Zgłoszeniu biorą udział Podmioty Współzgłaszające:
  - 4.1. Opłata za każdego współzgłaszającego wynosi:
    - a. 350 zł + 23% VAT za każdą kategorię – w przypadku zgłoszenia podmiotu współzgłaszającego do dnia 10.09.2026;
    - b. 1000 zł + 23% VAT za każdą kategorię oraz każdy podmiot współzgłaszany - w przypadku zgłoszenia podmiotu współzgłaszającego po dniu 10.09.2026, tj. od 11.09.2026.
  - 4.2. Współzgłaszający będący podmiotem, na rzecz którego stworzono Projekt i będący klientem agencji należącej do ZFPR nie ponosi dodatkowych opłat. Każde kolejne współzgłoszenie jest obowiązkowo dodatkowo płatne zgodnie z pkt. 4.1.
5. Opłata za współzgłoszenie może zostać doliczona do opłaty zgłoszeniowej i przelana na konto Organizatora przez Podmiot Zgłaszający lub dokonana bezpośrednio przez Podmiot Współzgłaszający.
6. Dla organizacji pozarządowych istnieje możliwość obniżenia opłaty po przesłaniu przez Zgłaszającego pisemnej prośby z uzasadnieniem na adres [cezary.nowak@zfpr.pl](mailto:cezary.nowak@zfpr.pl). Decyzję o wysokości przyznanej zniżki podejmuje Biuro.
7. Opłata za zgłoszenie i współzgłoszenie musi być dokonana w formie przelewu na konto Organizatora. **Dane do przelewu: Związek Firm Public Relations, ul. T. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, nr rachunku: 40 1600 1374 0003 0052 2642 6001, BNP Paribas.**
8. Opłata powinna być dokonana w oparciu o fakturę proforma lub fakturę VAT, która zostanie wystawiona i przesłana na wskazany w zgłoszeniu adres e-mail, po otrzymaniu przez Biuro prawidłowo wypełnionego zgłoszenia. W tytule przelewu Podmiot Zgłaszający powinien wpisać: Złote Spinacze\_numer faktury
9. Projekty nieopłacone w terminie wskazanym na fakturze proforma lub fakturze VAT, nie będą rozpatrywane. Jako dzień wniesienia opłaty uznaje się dzień zaksięgowania wpłaty na koncie Organizatora.
10. Na Podmiot Zgłaszający może zostać naliczona dodatkowa opłata (dalej „**Dodatkowa opłata**”) w przypadku braków formalnych i nieprawidłowego przygotowania Zgłoszenia:
  - 10.1. w wysokości 300 zł + VAT przy każdorazowej ingerencji Organizatora na prośbę Podmiotu Zgłaszającego w przypadku:
    - a. wprowadzania poprawek w Formularzu Zgłoszeniowym zgodnie z §3 ust.11.
    - b. wprowadzania poprawek w prezentacji pdf zgodnie z §8 ust.11.
    - c. wprowadzania poprawek w materiałach dodatkowych nieobowiązkowych (film) zgodnie z §8 ust.11.
  - 10.2. w wysokości 300 zł + VAT w przypadku każdorazowej ingerencji Organizatora wynikającej z wprowadzania poprawek w Metryczce Formularza Zgłoszeniowego, o których mowa w §3 ust.9.
  - 10.3 w wysokości 500 zł + VAT w przypadku zamieszczenia video przekraczającego regulaminowy czas 120 sekund.
  - 10.4. w wysokości 500 zł + VAT w przypadku zamieszczenia linku do Zgłoszenia, który nie przekierowuje do danych dokumentujących **rezultaty Projektu** zgodnie z §3 ust.12
11. W przypadku naliczenia Dodatkowych opłat przez Organizatora Projekt zostanie dopuszczony do Konkursu wyłącznie po wniesieniu stosownej opłaty przez Podmiot Zgłaszający do czasu ogłoszenia nominacji w przypadku §5 ust. 10.1.a., §5 ust. 10.2, §5 ust. 10.3 oraz §5 ust. 10.4 lub do czasu rozpoczęcia obrad Jury dnia 3 listopada 2026 r. w przypadku §5 ust. 10.1.b. i 10.1.c.

## § 6 JURY

1. Skład jury Złoty Spinaczy jest powoływany przez Zarząd ZFPR przed rozpoczęciem każdej edycji Konkursu (dalej „**Jury**” lub „**Jurorzy**”). W skład Jury wchodzi przedstawiciele organizacji biznesowych i pozarządowych, praktycy i eksperci

branży PR i mediów w Polsce oraz autorytety środowiska akademickiego. Skład Jury opublikowany będzie na [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl).

2. Wybór zwycięskich Projektów przez Jury odbywa się w dwóch etapach:
  - 2.1. **Etap I** – głosowanie online, w wyniku, którego wyłonione zostają Projekty nominowane (dalej „**Etap I**”)
  - 2.2. **Etap II** – obrady, podczas których z Projektów nominowanych wyłonione zostaną Projekty zwycięskie (dalej „**Etap II**”)
3. Każdy z Jurorów jest zobowiązany do:
  - 3.1 zachowania poufności przebiegu głosowań, co zaświadcza podpisaniem przed rozpoczęciem każdej edycji Konkursu odpowiedniej klauzuli poufności. Niepodpisanie klauzuli wiąże się z wykluczeniem z prac Jury,
  - 3.2 akceptacji zapisów niniejszego Regulaminu,
  - 3.3 przestrzegania zasad pracy Jury zawartych w niniejszym Regulaminie,
  - 3.4 pełnego, aktywnego, zgodnego z wymaganiami Regulaminu uczestnictwa w pracach Jury (zarówno w pierwszym, jak i w drugim etapie Konkursu).
4. Zarząd ZFPR powołuje Przewodniczącego Jury danej edycji Konkursu (dalej „**Przewodniczący Jury**”). Przewodniczący Jury należy do jednej z sześciu grup jurorskich i bierze czynny udział w głosowaniu swojej grupy w Etapie I i II Konkursu. Przewodniczący Jury jest obecny podczas wszystkich spotkań Jurorów, w tym podczas ocen finałowych przez wszystkie grupy w Etapie II. Zadaniem Przewodniczącego Jury jest wspieranie pracy Jurorów, pomoc w rozwiązywaniu spornych kwestii dotyczących oceny Projektów oraz dbanie o stosowanie analogicznych kryteriów oceny prac finałowych przez wszystkie z siedmiu grup jurorskich podczas głosowania w II etapie Konkursu.
5. Zarząd ZFPR powołuje przewodniczących każdej z sześciu grup jurorskich danej edycji Konkursu (dalej „**Przewodniczący Grup**”). Zadaniem Przewodniczącego Grupy jest nadzorowanie prac Jurorów grupy na każdym etapie Konkursu, w tym moderowanie dyskusji oraz kierowanie obradami w Etapie II. Przewodniczący Grupy rozstrzyga trudne kwestie związane z oceną Projektów na poziomie Grupy jurorskiej. Przewodniczący Grupy bierze udział w głosowaniu na Projekty w grupie jurorskiej, do której przynależy.
6. Przewodniczący Jury i wszyscy Przewodniczący Grup jurorskich tworzą **Konwent Jurorów**. Pracami Konwentu Jurorów kieruje Przewodniczący Jury. Konwent Jurorów ma prawo do rozstrzygania wątpliwości dotyczących zgłoszonych projektów, które mogą powstać w trakcie Konkursu.
7. Konwent Jurorów ma w szczególności prawo do podjęcia decyzji o:
  - a. dyskwalifikacji zgłoszonego projektu na każdym etapie trwania Konkursu, w przypadku pojawienia się uzasadnionych przesłanek dot. działalności podmiotu Zgłaszającego lub Współzgłaszającego, która może naruszać prawa człowieka, zasady współżycia społecznego lub dobre obyczaje. W takiej sytuacji Organizator Konkursu umożliwi Zgłaszającemu złożenie wyjaśnień w terminie 3 dni od chwili otrzymania informacji o wycofaniu projektu. Ostateczna decyzja o dyskwalifikacji projektu nie może być przedmiotem reklamacji.
  - b. wykluczeniu Projektu z Konkursu w przypadku naruszenia postanowień niniejszego Regulaminu, w szczególności, gdy zgłoszony do Konkursu Projekt narusza prawa podmiotów trzecich, w szczególności prawa własności intelektualnej.
8. Po zakończeniu Konkursu, Organizator ma prawo do podjęcia decyzji o pozbawieniu Zgłaszającego i Współzgłaszających prawa do Nagrody za Projekt, który narusza prawa podmiotów trzecich, w szczególności prawa własności intelektualnej.
9. Jurorzy oceniają Projekty w sześciu grupach jurorskich, a każda z grup otrzymuje określoną liczbę Kategorii do oceny (dalej „**Grupa jurorska**”). Kategorie zostaną przydzielone do Grup jurorskich przed rozpoczęciem głosowania online i zostaną opublikowane na stronie internetowej [Konkursu](#).
10. Juror nie może oceniać Projektów, w przypadku których zachodzi konflikt interesów (dalej „**Konflikt interesów**”).
11. Za Konflikt interesów uznaje się jakiegokolwiek związek jurora z ocenianym Projektem, w tym w szczególności:
  - 11.1. współautorstwo w planowaniu i realizacji Projektu;
  - 11.2. udział w Projekcie jako klient lub reprezentant organów władzy publicznej lub instytucji prawa publicznego, dla której lub na której zlecenie był realizowany Projekt;
  - 11.3. współpraca z daną agencją lub Klientem;

- 11.4. pokrewieństwo do drugiego stopnia, związek małżeński lub związek o charakterze nieformalnym z autorem/autorami Projektu lub członkami władz Podmiotu Zgłaszającego lub Podmiotu Współzgłaszającego Projekt.
12. Juror ma obowiązek powiadomić Organizatora we wskazanym przez niego terminie o istniejących Konfliktach interesów.
13. Członkowie Jury są zobowiązani do złożenia oświadczenia o braku Konfliktu interesów lub ich istnieniu. W tym celu Juror zaznacza Konflikty interesów lub potwierdza ich brak w dedykowanym systemie online, do którego link zostanie przesłany w formie wiadomości e-mailowej przez Biuro. Juror zobowiązany jest do złożenia oświadczenia w terminie wskazanym przez Organizatora, nie później niż przed rozpoczęciem Etapu I głosowania.
14. W przypadku istniejących Konfliktów interesów Juror nie ocenia Projektów, w których zaistniał Konflikt, ocenia natomiast pozostałe Projekty z Kategorii, w której występuje skonfliktowany Projekt:
  - 14.1 Podczas głosowania w Etapie I Projekty skonfliktowane będą zaznaczone w systemie i nie będą aktywne.
  - 14.2 Podczas głosowania w Etapie II Juror jest zobowiązany wyłączyć się z dyskusji oraz głosowania nad danym Projektem. Juror na czas dyskusji i głosowania pozostaje w sali obrad i może zabrać głos jedynie na wniosek Przewodniczącego Jury.
  - 14.3 Podczas głosowania w Etapie II na wniosek członka Jury, u którego występuje konflikt interesów w stosunku do omawianego projektu Juror może zostać wyłączony z dyskusji i głosowania w całej kategorii.
15. Niespełnienie obowiązku, o którym mowa w ust. 11 powyżej w terminie wskazanym przez Organizatora powoduje wykluczenie Jurora z Konkursu.

## § 7 ETAP I KONKURSU

1. Celem Etapu I jest wyłonienie najlepszych Projektów i sporządzenie listy Nominowanych Projektów, które zostaną zakwalifikowane do Etapu II (dalej „Nominowani”).
2. **Etap I trwa od 16 września do 5 października 2026 roku, do godz. 11:00.** W szczególnych przypadkach Organizator może na wniosek Jurorów lub z własnej inicjatywy przedłużyć czas trwania Etapu I.
3. Na Etapie I Jurorzy otrzymują od Organizatora indywidualne dane dostępu do platformy, na której znajdują się Projekty biorące udział w Konkursie. Jurorzy głosują na Projekty online poprzez platformę we wskazanym w §7 ust. 2 terminie.
4. Głosowanie każdego z Jurorów na Etapie I jest tajne.
5. Na Etapie I Projekty są oceniane zgodnie z przyjętymi w Regulaminie kryteriami.
6. Projekty w Kategoriach głównych i Kategoriach sektorowych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami.
  - 6.1. **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 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.
  - 6.2. **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.
  - 6.3. **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.
  - 6.4. **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.

- 6.5. **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 dodatnio, jednak na szczególne wyróżnienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą jakościową zmianę postaw/nastawień w grupie/grupach docelowej/y (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.

7. 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.**
8. Projekty w Kategoriach Specjalnych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami:
- 8.1. 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.
  - 8.2. 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.
  - 8.3. 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 pożądanых preferencji w gronie odbiorców przekazu.  
Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.
9. Ocena projektów w Kategoriach Specjalnych następuje w systemie punktowym. **Projekt może otrzymać maksymalnie 10 punktów.**
10. Aby karta oceny Jurora została zaakceptowana przez system muszą być ocenione wszystkie Projekty we wszystkich Kategoriach przydzielonych do danego Jurora. Projekty, w których występuje konflikt interesów są automatycznie zaznaczone w systemie i nie będą aktywne.
11. Do Etapu II przechodzą, czyli nominowane są, 3 najwyżej ocenione projekty w każdej z 36 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. Nominowanych w poszczególnych Kategoriach może być więcej w przypadku, gdy trzeci w kolejności wynik w danej kategorii (ta sama liczba punktów) uzyska więcej niż jeden projekt. W sytuacji, w której do danej kategorii zakwalifikowane zostaną mniej niż 3 projekty lub mniej niż 3 projekty uzyskają minimum 28 punktów w kategoriach głównych i sektorowych oraz minimum 6 w kategoriach specjalnych, do dalszego etapu konkursu przechodzą tylko te projekty, które uzyskały minimalną wymaganą liczbę punktów wskazaną powyżej.
12. W szczególnych przypadkach, w których zachodzić będzie uzasadniona obawa technicznego niezakwalifikowania do finałowej rywalizacji Projektu przedstawiającego szczególną wartość dla propagacji mistrzostwa w public relations, Jurorzy Konkursu mogą podjąć decyzję o przyznaniu temu projektowi Dzikiej Karty, która będzie oznaczać dodatkową nominację do II Etapu Konkursu. O przyznaniu **Dzikiej Karty** decyduje Konwent Jurorów, przy czym w każdej kategorii może być przyznana maksymalnie 1 Dzika Karta, czyli w całym Konkursie na jego I Etapie może być przyznanych maksymalnie 36 Dzikich Kart.
13. W szczególnych przypadkach, Grupa Jurska Konkursu może wnioskować o wycofanie nominacji dla projektu, który nie spełnia kryteriów minimalnych do przyznania nagrody w Konkursie określonych jako **Good PR practice** i którego nie można zdefiniować jako dobrą, rzetelnie wykonaną pracę, bez widocznych braków. Decyzję o wycofaniu nominacji podejmuje Konwent Jurorów, przy czym w danej grupie jurorskiej może być wycofana maksymalnie jedna nominacja, czyli w całym Konkursie na jego I Etapie może być wycofanych maksymalnie 7 nominacji. W przypadku podjęcia decyzji

o wycofaniu nominacji przez Konwent Jurorów na listę nominowanych automatycznie zostaje zakwalifikowany kolejny projekt z największą liczbą punktów, spełniający kryteria opisane w § 7 pkt. 11.

14. W przypadku podjęcia decyzji o wycofaniu nominacji przez Konwent Jurorów w jednej z grup jurorskich z jednej kategorii nominacja tego samego projektu może zostać wycofana także z innych kategorii również przypisanych do innych grup jurorskich, mimo braku w tych grupach wniosków o wycofanie nominacji. Opisana sytuacja może mieć miejsce w przypadku, gdy projekt narusza normy ujęte w Kodeksie Etyki PR. Wniosek o wycofanie nominacji projektu ze wszystkich kategorii kieruje Konwent Jury, analizując każdy przypadek indywidualnie, do Organizatora, który do 2 dni roboczych dokonuje ostatecznego rozstrzygnięcia po zasięgnięciu pisemnej opinii Komisji Etyki Public Relations. W przypadku podjęcia decyzji o wycofaniu nominacji przez Organizatora projektu z innych kategorii zgodnie z postanowieniami niniejszego punktu, na listę nominowanych w danej kategorii automatycznie zostaje zakwalifikowany kolejny projekt z największą liczbą punktów, spełniający kryteria opisane w § 7 pkt. 11.
15. Juror, który nie dokona oceny wszystkich projektów przypisanych do niego w I etapie Konkursu lub oceni przypisane mu prace w sposób rażąco odbiegający od standardu (ekstremalnie krótki czas poświęcony na ocenę Projektów, rażące zawyżanie lub zaniżanie ocen, itp.) może zostać wykluczony z udziału w II Etapie Konkursu oraz w jego kolejnej edycji. O wykluczeniu Jurora decyduje Organizator Konkursu.

## § 8 ETAP II KONKURSU

1. Oceny Projektów w II Etapie dokonuje Jury w składzie powołanym przez zarząd ZFPR na daną edycję Konkursu pomniejszonym o tych jurorów, którzy zostali wykluczeni z Jury w trybie opisanym w §7 ust. 14. Ocena w tym etapie odbywa się podczas fizycznych posiedzeń. W przypadku zaistnienia okoliczności nadzwyczajnych, Biuro zorganizuje obrady Jury w formie online.
2. Lista projektów zakwalifikowanych do Etapu II Konkursu zgodnie z §7 ust. 11 i 12, zostanie przedstawiona Jurorom przez Organizatora w dniu **7 października 2026 r. na spotkaniu Jurorów.**
3. W przypadku stwierdzenia przez Jurora Konkursu możliwości wystąpienia rażącej niesprawiedliwości w przyznaniu bądź nieprzyznaniu nominacji do II Etapu Konkursu dla wybranego Projektu, może on zgłosić do Przewodniczącego swojej Grupy Jurorskiej wniosek odpowiednio o: nieprzyznanie nominacji bądź o przyznanie Dzikiej Karty dla tego Projektu. Taki wniosek winien być złożony w formie ustnej podczas spotkania Jurorów w dniach 8-9 października 2026.
4. Przewodniczący Grup Jurorskich przekazują wnioski ws. wycofania nominacji i/lub przyznania Dzikiej Karty Przewodniczącemu Jury. W przypadku zgłoszenia co najmniej jednego wniosku o wycofanie nominacji i/lub przyznanie Dzikiej Karty, Przewodniczący Jury zwołuje spotkanie Konwentu Jurorów, który podejmuje decyzję o uwzględnieniu bądź odrzuceniu wniosków.
5. W przypadku zidentyfikowania nominacji budzącej wątpliwość etyczne, tj. pojawienie się przesłanek naruszających zasady ujęte w Kodeksie Etyki PR w danym projekcie, Konwent Jurorów może zgłosić wniosek o wycofanie nominacji do Organizatora Konkursu. Organizator konkursu, po zasięgnięciu opinii Komisji Etyki Public Relations, może podjąć decyzję o wycofaniu takiego projektu ze wszystkich zgłoszonych kategorii bez względu na uzyskaną liczbę punktów w I etapie głosowania.
6. Ostateczna lista Projektów nominowanych do Etapu II, uwzględniająca ew. wycofane nominacje i przyznane Dzikie Karty, zostanie przekazana do wiadomości wszystkich Jurorów i opublikowana na stronie Konkursu [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) do dnia 14 października 2026 r. Tego samego dnia nominowani Zgłaszający otrzymają mailowe potwierdzenie nominacji wraz z instrukcją przygotowania zgłoszeń do II Etapu Konkursu.
7. **Nominowani do Etapu II Konkursu powinny przygotować następujące zgłoszenie uzupełniające:**
  - 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;
  - film (nieobowiązkowo) – jeden film w formacie .mp4, długość: maksymalnie 3 min., waga: maksymalnie do 200 MB;

- 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.
- 8. Nominowani są zobowiązani dostarczyć wymagane materiały do oceny w Etapie II w nieprzekraczalnym terminie **do 23 października 2026 r. do godz. 12:00**.
- 9. Prezentacja pdf i materiały dodatkowe (film) muszą być przesłane przez Nominowanych na wskazany przez Organizatora w formie wiadomości e-mailowej 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.**
- 10. 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.
- 11. Organizator przekaze Nominowanym dane dostępowe do serwera **do dnia 14 października 2026 r.**
- 12. W przypadku zaistnienia pomyłek lub błędów w treści prezentacji PDF oraz przesłania niepoprawnych materiałów dodatkowych w postaci filmu istnieje możliwość przesłania do Organizatora poprawnych materiałów, lecz nie później niż do dnia 23 października 2026 r. do godz. 12:00. Organizator pobierze opłatę za dokonane zmiany zgodnie z §5 ust.10.1.b lub 10.1.c.
- 13. Nominowani, na wezwanie Jury lub Organizatora, zobowiązani są do udzielenia szczegółowych wyjaśnień dot. realizacji Projektów w drodze wymiany korespondencji lub rozmowy telefonicznej z Biurem. Korespondencja e-mailowa/notatka z rozmowy telefonicznej, sporządzona przez Biuro, zostanie dołączona do pozostałej dokumentacji Projektu. Udzielone odpowiedzi będą stanowić element całościowej oceny Projektu.
- 14. Przesyłając materiały do oceny w Etapie II każdy Nominowany zobowiązany jest jednocześnie do załączenia materiałów na Galę Konkursu (dalej „Gala”). Materiały te obejmują:
  - 14.1 **krótki opis Projektu (obowiązkowo)**, który zostanie odczytany w trakcie Gali. W przypadku otrzymania kilku Nominacji tego samego Projektu, opisy muszą się od siebie różnić. Opis nie może przekraczać 250 znaków ze spacjami i musi zostać zapisany w formacie .pdf,
  - 14.2 **zdjęcia (obowiązkowo)** – maksymalnie 15 sztuk, ale nie mniej niż 8 w jakości minimum full HD i/lub
  - 14.3 **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.
- 15. Spotkania Grup jurorskich odbędą się **w dniach 3-6 listopada 2026 roku.**
- 16. Podczas spotkań dokonana będzie ostateczna ocena Projektów nominowanych. Jurorzy zdecydują o przyznaniu statuetek
  - 16.1. Złoty Spinacz – za zajęcie pierwszego miejsca w danej kategorii**
  - 16.2 Srebrny Spinacz – za zajęcie drugiego miejsca w danej kategorii**
  - 16.3 Brązowy Spinacz – za zajęcie trzeciego miejsca w danej kategorii**
- 17. Dopuszczalna jest sytuacja przyznania 2 lub więcej nagród Srebrnych lub Brązowych, jeżeli Jurorzy uznają, że dane projekty zasługują na przyznanie takich nagród. Złoty Spinacz może być tylko jeden w każdej kategorii.
- 18. Jurorzy mogą także zdecydować o nieprzyznaniu statuetki (dalej „Nagroda” lub „Statuetka”) zgodnie z § 9.
- 19. Warunkiem koniecznym do uczestnictwa Jurora w obradach jest wcześniejsze zapoznanie się z dostarczonymi materiałami nadesłanymi do Etapu II, które będą dostępne od 27 października 2026 r. w systemie po zalogowaniu do panelu Jurora.
- 20. Podczas obrad na Etapie II ocenie podlegać będą Projekty, które otrzymały nominację w wyniku głosowania Jury w Etapie I oraz projekty, które otrzymały Dziką Kartę decyzją Konwentu Jurorów.
- 21. Na Etapie II:
  - 21.1** Obrady odbywają się kolegialnie.
  - 21.2** Decyzje zapadają bezwzględną większością głosów.
  - 21.3** Obrady zakończone są jawnym głosowaniem dotyczącym poszczególnych Projektów.
  - 21.4** Werdykt Grupy jurorskiej jest ostateczny i nie podlega reklamacji.
  - 21.5** Podczas dyskusji i w trakcie głosowania obecny jest przedstawiciel Partnera merytorycznego, który czuwa nad prawidłowością głosowania oraz pracownik Biura Organizatora. Jurorzy są zobowiązani do zachowania

najwyższej poufności werdyktu do czasu oficjalnego ogłoszenia wyników Konkursu podczas Gali Złotych Spinaczy, 7 grudnia 2026 r.

22. Głosowanie w Kategoriach Głównych i Kategoriach Sektorowych odbywa się zgodnie z poniższymi wytycznymi:
  - 22.1. W Kategoriach Głównych i Sektorowych Jurorzy mogą przyznać Złoty, Srebrny i Brązowy Spinacz. W celu przyznania Złotych, Srebrnych i Brązowych Spinaczy, każdy z Projektów znajdujących się na Liście Nominowanych poddany zostaje pod dyskusję, a następnie głosowaniu Grupy jurorskiej odpowiedniej dla danej Kategorii.
  - 22.2. Jurorzy głosując poprzez podniesienie ręki zadecydują o Projektach zwycięskich w poszczególnych Kategoriach.
  - 22.3. Jurorzy mogą zdecydować o przyznaniu więcej niż jednej Nagrody Brązowej lub Srebrnej w danej Kategorii, lecz mogą przyznać co najwyżej jedną Nagrodę Złotą.
23. Głosowanie w Kategoriach Specjalnych odbywa się zgodnie z poniższymi wytycznymi:
  - 23.1 W ocenie Kategorii Specjalnych Jurorzy przyznają wyłącznie jeden Złoty Spinacz w Kategorii. W celu przyznania Złotego Spinacza, każdy z Projektów znajdujących się na Liście Nominowanych poddany zostaje pod dyskusję, a następnie głosowaniu Jury.
  - 23.2 Jurorzy, głosując poprzez podniesienie ręki, zadecydują o Projekcie zwycięskim w danej Kategorii.
  - 23.3 Każdy Juror dysponuje jednym głosem, który może oddać poprzez podniesienie ręki na jeden Projekt w Kategorii.
24. Projekty w Etapie II są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami:
  - 24.1 BRĄZOWY SPINACZ – **Good PR practice**, czyli dobra rzetelnie wykonana praca, bez widocznych braków;
  - 24.2 SREBRNY SPINACZ – **Exceptional achievement in public relations**, czyli bardzo dobra praca, która może się wylegitymować mierzalnym i udokumentowanym sukcesem;
  - 24.3 ZŁOTY SPINACZ – **Excellence in public relations**, czyli praca budząca uznanie i podziw. Projekt, wytyczający nowy kierunek działań, który Organizator chce promować w branży jako wzór do naśladowania.
25. Werdykt Jury nie podlega dyskusji i nie może być przedmiotem reklamacji. Jury nie ma obowiązku uzasadniania swoich wyborów i ocen.
26. Termin „Złoty”, „Srebrny”, „Brązowy” lub „Tytanowy” użyte w niniejszym Regulaminie oraz Konkursie mają na celu zobrazowanie wyróżnienia i nie oznaczają wykonania Nagrody z danego metalu szlachetnego.
27. Szczegółowe zasady przebiegu obrad w II Etapie opisują Zasady głosowania jury podczas II etapu Konkursu, które zostaną udostępnione wszystkim jurorom najpóźniej 3 dni przed rozpoczęciem obrad dotyczących II etapu Konkursu.

## § 9 NIEPRYZNANIE NAGRODY

1. Jury może zdecydować o nieprzyznaniu Nagrody w danej Kategorii. Statuetka w danej Kategorii nie zostanie przyznana, jeśli decyzja o nieprzyznaniu Nagrody w danej Kategorii zostanie podjęta w głosowaniu „o nieprzyznaniu nagrody” większością głosów przy obecności 60% składu Jury obecnego na obradach z danej Grupy jurorskiej (z wyłączeniem Konfliktów interesów).
2. W sytuacji, gdy jeden z Projektów nominowanych z przyczyn regulaminowych zostanie odrzucony z Konkursu, na jego miejsce wchodzi kolejny Projekt z Listy Projektów Nominowanych, spełniający wymogi regulaminowe.

## § 10 NAGRODY

1. Nagrodą w Konkursie jest Statuetka, odpowiednio Złoty, Srebrny i Brązowy Spinacz. Statuetki zostaną wręczone podczas Gali Złote Spinacze w dniu 7 grudnia 2026 r.
2. Podmiot Zgłaszający, który zdobył Brązowy, Srebrny bądź Złoty Spinacz otrzymuje jedną Statuetkę, bez względu na liczbę Podmiotów Współzgłaszających.
3. Dodatkowe Statuetki można zamówić w Biurze ZFPR po wypełnieniu i przesłaniu formularza zamówienia. Koszt dodatkowej Statuetki wynosi 1100 zł netto + 23% VAT. Wysyłki realizowane są na terenie Polski. W przypadku wysyłki zamówienia za granicę, konieczny jest kontakt z Biurem w celu przygotowania indywidualnej wyceny wysyłki.
4. W przypadku przejścia projektu na Listę Nominowanych wybrane dane podane w Zgłoszeniu, w tym w szczególności: „Tytuł projektu”, „Nazwa podmiotu zgłaszającego projekt” oraz „Nazwa podmiotów współzgłaszających projekt” zostaną

# Złote Spinacze

upublicznione w informacjach prasowych, na stronie internetowej Konkursu i Organizatora, w mediach społecznościowych oraz innych miejscach i formach nieujętych w Regulaminie. Ponadto, w przypadku otrzymania Nagrody wymienione dane zostaną wyświetlone podczas Gali Konkursu i umieszczone na Statuetce.

## § 11 GRAND PRIX

1. W ramach Konkursu zostanie wyłoniony najlepszy Projekt w Konkursie (dalej: „Najlepszy Projekt”), który otrzyma nagrodę: Grand Prix.
2. W celu wyłonienia „Najlepszego Projektu” zostanie przeprowadzony ranking projektów biorący udział w Konkursie według punktacji:
  - 2.1 Złoty Spinacz – 7 punktów
  - 2.2 Srebrny Spinacz – 4 punkty
  - 2.3 Brązowy Spinacz – 2 punkty

## § 12 TYTANOWY SPINACZ

1. W ramach Konkursu zostanie wyłoniona najlepsza firma/podmiot w Konkursie (dalej: „Najlepszy w konkursie”), która otrzyma nagrodę: Tytanowy Spinacz.
2. W celu wyłonienia „Najlepszego w konkursie” zostanie przeprowadzony ranking podmiotów biorących udział w Konkursie według punktacji:
  - 2.1. Złoty Spinacz – 7 punktów
  - 2.2. Srebrny Spinacz – 4 punkty
  - 2.3. Brązowy Spinacz – 2 punkty
3. W przypadku Współzgłoszenia, każdy z Podmiotów Współzgłaszających otrzyma:
  - 3.1. Złoty Spinacz – 3 punkty
  - 3.2. Srebrny Spinacz – 2 punkty
  - 3.3. Brązowy Spinacz – 1 punkt.

## § 13 UDOSTĘPNIENIE MATERIAŁÓW

1. Organizator zastrzega sobie prawo wykorzystania zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów z Etapu I i II, w formie pełnej lub skróconej, do ich publicznej prezentacji na stronie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl), platformie do publikacji nagrodzonych Projektów, szkoleń organizowanych przez ZFPR (w tym Akademia LSPR) oraz innych miejscach i formach nieujętych w Regulaminie.
2. W zakresie w jakim zgłoszone Projekty i nadesłane materiały Etapu I i II stanowią utwór, w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2025 r. poz. 24, z późn. zm.) Podmioty Zgłaszające udzielają Organizatorowi nieodpłatnej licencji wyłącznej (z prawem udzielania sublicencji), nieograniczonej terytorialnie i czasowo, do korzystania ze zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów, z Etapu I i II, w zamian za możliwość uczestniczenia w Konkursie oraz promocji Podmiotów Zgłaszających. Licencja obejmuje korzystanie ze zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów z Etapu I i II na następujących polach eksploatacji:
  - a. Wprowadzanie do pamięci komputera w celu przygotowania do rozpowszechniania;
  - b. Wprowadzanie do pamięci serwera w celu udostępniania na stronie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl), platformie nagrodzonych Projektów oraz w innych serwisach sieciowych (uploading);
  - c. Udostępnianie, także odpłatne, na stronie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl), platformie nagrodzonych Projektów oraz w innych serwisach sieciowych;
  - d. Udostępnianie w celach szkoleniowych;
  - e. Rozpowszechnianie w Internecie drogą przewodową i bezprzewodową;
  - f. Ściągnięcie utworu zapisanego w pamięci serwera (downloading);

- g. Utrwalanie, a także trwałe lub czasowe zwielokrotnianie, w całości lub części, jakimikolwiek środkami i w jakiejkolwiek formie, w szczególności dla celów wprowadzania, wyświetlania, stosowania i przekazywania i przechowywania, wydanie drukiem, a także wytworzenia egzemplarzy dowolną techniką, w tym techniką zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
  - h. Wprowadzenie do obrotu, użyczenie lub najem egzemplarzy zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów;
  - i. Przechowywanie zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów, zestawienie z innymi utworami.
3. Podmiot Zgłaszający oświadcza, że przysługują mu autorskie prawa majątkowe do zgłoszonych Projektów, i nadesłanych materiałów w zakresie niezbędnym do korzystania z nich na zasadach określonych w niniejszym Regulaminie.
  4. Podmiot Zgłaszający wyraża zgodę na przekazywanie przez Organizatora zgłoszonych Projektów i nadesłanych materiałów z Etapu I i II Uniwersytetom i placówkom naukowym do wykorzystania jako materiały edukacyjne.

## § 14 REKLAMACJE

1. Reklamacje dotyczące sposobu przeprowadzenia Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem e-mail na adres [cezary.nowak@zfpr.pl](mailto:cezary.nowak@zfpr.pl), w terminie 7 dni od dnia zaistnienia podstawy reklamacji, przy czym reklamacje zgłoszone po 14 grudnia 2026 r. nie będą rozpatrywane.
2. Reklamacja powinna zawierać dane personalne (imię i nazwisko), nazwy firmy, którą reklamujący reprezentuje, w tym jego adres e-mail, oraz wskazywać powód reklamacji oraz jej dokładny opis.
3. Jeżeli podane w reklamacji dane lub informacje wymagają uzupełnienia, przed rozpatrzeniem reklamacji, Organizator zwróci się do Uczestnika składającego reklamację o ich uzupełnienie we wskazanym zakresie.
4. Reklamacje rozpatrywane będą przez Organizatora w terminie 14 dni od dnia ich otrzymania. O rozpatrzeniu i wyniku rozpatrzenia reklamacji Uczestnik zostanie powiadomiony poprzez wiadomość e - mail.
5. Reklamacje co do werdyktu Jury Organizator pozostawia bez rozpoznania.

## § 15 DANE OSOBOWE

1. Administratorem danych osobowych uczestników Konkursu, będących osobami fizycznymi, przedstawicieli i personelu uczestników Konkursu oraz Jurorów, przetwarzanych w ramach Konkursu jest Organizator.
2. Dane osobowe przetwarzane będą w celu przeprowadzenia Konkursu. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest niezbędność ich przetwarzania do wykonania umowy polegającej na świadczeniu przez Organizatora drogą elektroniczną usług za pomocą platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) dla celów Konkursu (podstawa prawna: art. 6 ust. 1 b) Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE oraz Ustawy z 10 maja 2018 roku o ochronie danych osobowych („RODO”).
3. Dane przetwarzane będą również w celu ewentualnego ustalenia i dochodzenia roszczeń lub obrony przed nimi w związku z prowadzonym Konkursem i innymi świadczeniami związanymi z Konkursem - podstawą prawną przetwarzania w tym przypadku jest uzasadniony interes Organizatora art. 6 ust. 1 lit. f RODO.
4. Dane przetwarzane mogą być również w celu świadczenia usługi wysyłki newslettera, w przypadku zapisania się do tej usługi - podstawą prawną przetwarzania w tym przypadku jest świadczenie usług Newslettera dla Uczestnika Konkursu - art. 6 ust. 1 lit b RODO;
5. Dane osobowe Uczestnika Konkursu będą przechowywane do czasu zakończenia i rozliczenia ostatniej edycji konkursu Złote Spinacze.
6. Dostęp do danych osobowych Uczestników mają:
  - 6.1. Pracownicy Organizatora odpowiedzialni za organizację Konkursu,
  - 6.2. Partner merytoryczny oraz Podmioty współpracujące z Organizatorem obsługujące systemy informatyczne platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl).
7. Każdy uczestnik ma prawo dostępu do treści swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia, a także prawo wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz do przeniesienia danych, jak również wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych dotyczącej przetwarzania przez Organizatora danych osobowych. Dane

osobowe podawane są dobrowolnie, jednak ich niepodanie przez Uczestnika lub niewyrażenie przez niego zgody na ich przetworzenie w celu przeprowadzenia Konkursu uniemożliwia wzięcie udziału w Konkursie.

8. Dane osobowe uczestników przetwarzane w ramach organizacji Konkursu nie są wykorzystywane do profilowania ani podejmowania zautomatyzowanych decyzji.
9. Każdemu uczestnikowi konkursu przysługuje prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego – Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, w każdym przypadku uznania, że doszło do naruszenia jego danych osobowych.

## § 16 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Organizator Złotych Spinaczy zastrzega sobie prawo zmiany Regulaminu Konkursu, przy czym zmiany te nie będą naruszały praw nabytych podmiotów biorących udział w Konkursie. Każda zmiana będzie miała formę pisemną i będzie publikowana na stronie [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) w postaci stosownych aneksów.
2. W przypadku, w którym podczas Konkursu pojawi się sytuacja nieprzewidziana przez Regulamin, Organizator rozstrzyga ją odwołując się do zasad słuszności. Organizator jest również upoważniony do wydania wiążącej wykładni Regulaminu.
3. W uzasadnionych przypadkach Organizator zastrzega sobie prawo przesunięcia terminu zakończenia poszczególnych etapów Konkursu. Uczestnicy Konkursu zostaną powiadomieni o ewentualnych zmianach harmonogramu Konkursu pisemnie (mailem).
4. Naruszenie przez Uczestnika któregokolwiek z postanowień Regulaminu uprawnia Organizatora do podjęcia decyzji o wykluczeniu Projektu z Konkursu lub utracie przez Uczestnika prawa do Nagrody.
5. W zakresie usług świadczonych drogą elektroniczną za pomocą platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) (Strona Konkursowa), niniejszy Regulamin jest regulaminem, o którym mowa w art. 8 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1219, z późn. zm.). Usługodawcą, świadczącym usługi drogą elektroniczną jest Organizator. Świadczone usługi obejmują: informowanie użytkowników o Konkursie i umożliwienie zapoznawania się z treściami udostępnionymi przez Organizatora, umożliwienie zgłoszenia Projektu oraz przesłania materiałów. Usługi świadczone są nieodpłatnie. Językiem platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) jest język polski. Warunkiem technicznym skorzystania z platformy [www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl) (Strony Konkursowej), i świadczonych za jej pomocą usług, jest korzystanie z komputera osobistego z dostępem do sieci Internet, wyposażonego w przeglądarkę internetową Opera, Mozilla Firefox lub Google Chrome w aktualnej wersji. Strona nie jest obsługiwana przez przeglądarkę Internet Explorer.
6. Wszelkich dodatkowych informacji udziela Biuro ZFPR: Związek Firm Public Relations, ul. T. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, e-mail: [info@zfpr.pl](mailto:info@zfpr.pl). Osoba kontaktowa: Cezary Nowak, [cezary.nowak@zfpr.pl](mailto:cezary.nowak@zfpr.pl), tel. 531 848 470.
7. Udział w Konkursie jest dobrowolny a Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne zmiany w Konkursie, jego organizacji lub terminach.
8. Uczestnicy biorą udział w Konkursie na własny koszt.