



Romanian  
**PR** | **Award**

ediția *8<sup>a</sup>*

## Romanian PR Award este proba talentului tău de a comunica!

Anul 2010 nu a debutat într-o notă deosebit de optimistă pentru mediul de afaceri, în general, și pentru breasla comunicatorilor, în particular. Deși multe dintre agențiile de Relații Publice și-au depășit omologii din alte domenii ale comunicării, nici ele nu au fost imune la situația economică generală.

Cu toate acestea, există suficiente motive de optimism cu privire la perspectivele relațiilor publice în viitorul apropiat. O mai mare transparență, autenticitatea sporită cerută de consumatori și alți stakeholderi, accentul pus pe conversație – toate aceste tendințe se manifestă în favoarea relațiilor publice și prezintă o oportunitate de a introduce funcția relațiilor publice pe scară mai largă.

Noua fascinație care înconjoară social media promite de asemenea efecte pozitive pentru profesie. Iar dacă aceste instrumente vor fi folosite la întregul lor potențial, au șansa de a transforma practica de relații publice într-una mai strategică, marcată de comunicare în ambele sensuri.

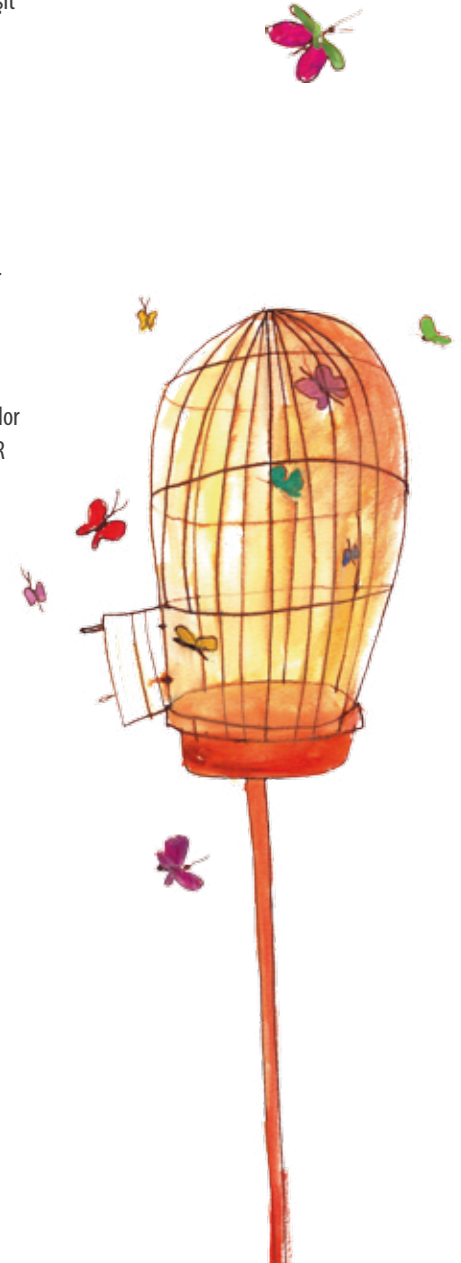
Noua secțiune a competiției "Social Media for PR" precum și categoriile consacrate oferă profesioniștilor de relații publice ocazia de a-și promova performanțele în domeniile în care s-au impus. Romanian PR Award îți oferă astfel propriul tău traseu către performanță!

Competiția surprinde efortul a zeci de comunicatori, oameni de PR și responsabili CSR, organizații non-profit și agenții.

Tuturor le dorim mult succes!

**Thomas Achelis**  
Președintele Forum for  
International Communications

**Dana Oancea**  
Membră a Consiliului Director



# Juriul Romanian PR Award, ediția a 8-a

|   |   |
|---|---|
| <b>Paul Holmes</b> (Marea Britanie)       | Fondator Holmes Report și Președintele SABRE Awards   |
| <b>Prof. James Grunig</b> (SUA)           | Profesor Emerit al Universității Maryland și câștigător al premiului "Pathfinder Award for excellence in academic research on public relations" |
| <b>Roman Geiser</b> (Elveția)             | CEO EMEA Burson-Marsteller  |
| <b>Peter Debreceny</b> (SUA)              | Chairman Institute for Public Relations (IPR) și Vice-Președinte Arthur W. Page Society   |
| <b>Nick Andrews</b> (Belgia)              | Vice-președinte Fleishman-Hillard Bruxelles   |
| <b>Corneliu Cojocaru</b>                  | Director de comunicare și purtător de cuvânt al BCR   |
| <b>Paula Apreutesei</b>                   | Business Strategy Manager Microsoft Romania   |
| <b>Prof. Tony Meehan</b> (Marea Britanie) | Președintele TMA Communications și Chairman IPRA Golden World Award 2000-2004   |
| <b>Diana Klusch</b>                       | Corporate Affairs Director Ursus Breweries  |
| <b>Tudor Ciobotaru</b>                    | Sr. Manager PR & Communications Pfizer Romania  |
| <b>Lee Wilkins</b>                        | Senior Manager of Online & Internet Services Vodafone Romania   |
| <b>Crenguța Roșu</b>                      | Co-Managing Partner DC Communication, agenție membră CCRP   |
| <b>Anca Nuță</b>                          | Identity & Communication Director UniCredit Tiriac Bank   |
| <b>Stephan Fink</b> (Germania)            | CEO al agenției Fink & Fuchs Public Relations AG  |
| <b>Gabriela Enea</b>                      | Director al Direcției pentru Relații Publice a Camerei Deputaților  |
| <b>Dragoș Mănac</b>                       | Business Advisor pentru startupuri în tehnologie  |
| <b>Thomas Achelis</b> (Germania)          | Președintele Forum for International Communications   |
| <b>Corina Vasile</b>                      | PR Director Raiffeisen Bank   |
| <b>Gabriela Lungu</b>                     | Managing Partner The Practice   |
| <b>Erwin De Weerd</b> (Belgia)            | Director SilverLining, Management Communications & EU Affairs   |
| <b>Katerina Tsetsura</b> (SUA)            | Associate Professor of Strategic Communication, University of Oklahoma  |
| <b>Christoph Ringwald</b> (Germania)      | Director de studii, Deutsche Presseakademie   |
| <b>Simona Miculescu</b>                   | Ambasador la Misiunea Permanentă a României la ONU  |
| <b>Dragoș Bucurenci</b>                   | Președintele Asociației Mai Mult Verde  |
| <b>Hortensia Năstase</b>                  | Managing Director Lowe PR, agenție membră CCRP  |
| <b>Dragoș Stanca</b>                      | Managing Director F5 și membru al board-ului Realitatea-Cașavencu   |
| <b>Cătălin Tenita</b>                     | Managing Partner TreeWorks  |
| <b>Bogdan Olteanu</b>                     | Managing Director BORTUN-OLTEANU, agenție membră CCRP   |
| <b>Cristian Munteanu</b>                  | Managing Director TBWA\București  |
| <b>Adrian Ciorna</b>                      | Președinte Habitat for Humanity Romania   |
| <b>Daniel Apostol</b>                     | Realizator și Redactor-Șef The Money Channel  |



# Secțiuni de concurs

## 1. Comunicare corporatistă

---

Categoria se adresează campaniilor de PR dezvoltate pentru a sprijini misiunea și viziunea organizației, obiectivele strategice, de dezvoltare pe termen lung și de branding. Sunt avute în vedere programele de comunicare menite să sporească gradul de notorietate al companiilor și buna lor reputație, precum și cele dedicate relațiilor cu investitorii, intrărilor pe noi piețe și fuziunilor.

## 2. Comunicare pentru gestionarea crizelor, a riscurilor și a oportunităților

---

Categoria include campaniile de comunicare care au contribuit la prevenirea ori buna gestionare a unui conflict sau a unei situații de criză cu potențial de risc pentru dezvoltarea pe termen lung a unei organizații. Sunt vizate, totodată, campaniile de PR concepute pentru administrarea ori generarea de oportunități cu mare potențial pentru dezvoltarea unei companii.

## 3. PR pentru marketing

---

Secțiunea reunește campaniile de comunicare concepute în scopul lansării, (re)poziționării sau promovării de produse și servicii către clienți, companii sau consumatori individuali. Este avută în vedere, de asemenea, comunicarea de PR componentă a campaniilor de marketing integrat.

**NOU!**

## 4. Social Media pentru PR

---

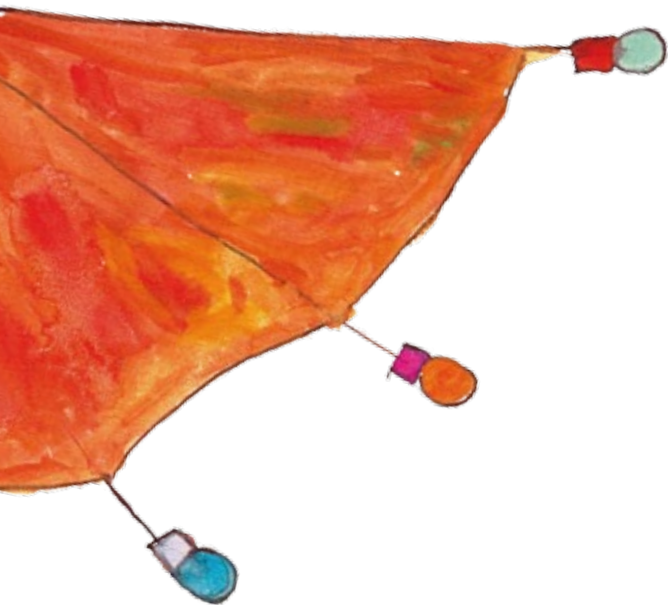
Categoria reunește programe/campanii de comunicare care utilizează media sociale în scopul atingerii unor obiective de relații publice.

## 5. Comunicare internă

---

Sunt vizate campaniile de comunicare internă, programele de comunicare cu angajații menite să sprijine obiectivele de management al resurselor umane, să sporească gradul de fidelitate precum și implicarea angajaților în proiectele companiei.





## 9. Buget - / creativitate +

---

Secțiunea se adresează acelor organizații non-profit sau întreprinderi mici și mijlocii care au atins obiective bine determinate prin campanii de comunicare finanțate cu resurse financiare limitate. Sunt avute în vedere campaniile care s-au remarcat prin originalitate, prin capacitatea de a implica voluntari sau orice alte resurse nefinanciare în scopul atingerii unor obiective date.

## 8. Comunicare în domeniul public

---

Categoria cuprinde campanii de comunicare realizate de către instituțiile administrative pentru atingerea unor obiective de interes public. Nu sunt eligibile campaniile realizate în scop electoral.

## 7. Organizații non-guvernamentale. Societate civilă

---

Categoria include campanii de comunicare realizate de către organizații non-guvernamentale în orice domeniu de interes social și civic: de la drepturile omului, educație civică și buna funcționare a democrației până la învățământ și cercetare, cultură, parteneriate public-privat pentru programe de sustenabilitate, sănătate publică, mediu, nevoi comunitare. Sunt vizate, de asemenea, campaniile inițiate de către agențiile de relații publice în scopul promovării societății civile.

## 6. Responsabilitate socială (CSR) și dialog cu grupurile cointeresate

---

Categoria cuprinde programele de comunicare concepute pentru a susține performanțele sociale ale companiilor precum și dialogul social dintre companii și principalele grupuri cointeresate. Sunt luate în considerare implicarea companiilor în domenii de impact social (civism corporatist, investiții în cercetare, educație, cultură, sănătate publică etc), în administrarea unor probleme comunitare și de mediu.

### Junior PR Award

---

Este o secțiune adresată viitorilor specialiști în PR. Participanții au deplină libertate în alegerea temei campaniei, dar trebuie să identifice probleme sau oportunități reale, pentru clienți reali. Vor fi apreciate acele proiecte cu obiective bine definite și măsurabile, cu indicatori de evaluare, care vor reuși să echilibreze planificarea și cercetarea cu creativitatea.

Câștigătorii concursului vor obține stagii de practică în domeniul PR și cărți de specialitate. În afara premiilor acordate de juriu, MOL Romania va acorda premiul special "EcoMOL - un premiu pentru excelență în comunicarea de mediu"



## Criterii de jurizare

Criteriile de jurizare sunt conforme standardelor de performanță ale Asociației Internaționale de Relații Publice (IPRA)

Sunt apreciate rezultatele tangibile, care demonstrează atingerea obiectivelor măsurabile, așa cum au fost descrise la secțiunea Planificare. **Creativitatea** Se are în vedere capacitatea de inovație atât în etapele de cercetare și evaluare, cât și în fazele de planificare și implementare. Se apreciază originalitatea pusă în slujba obiectivelor.

**Tema/Oportunitatea** Specificul organizației pentru care a fost realizată campania; Problema specifică abordată / Oportunitatea campaniei **Cercetarea** Selectarea surselor de documentare, relevanța informațiilor colectate, modul de utilizare a informațiilor în scopul atingerii obiectivelor campaniei **Planificarea** Definirea obiectivelor campaniei și stabilirea criteriilor de evaluare; Identificarea publicului țintă; Formularea mesajelor comunicate grupurilor țintă; Selecția canalelor de comunicare; Realizarea suporturilor de comunicare a mesajelor; Contactele realizate cu echipa managerială pentru asigurarea sprijinului acesteia **Implementarea**

Descrierea etapelor campaniei; Reevaluări și ajustări ale planului pe parcursul implementării acestuia; Dificultăți întâmpinate **Evaluarea** Identificarea, analiza și cuantificarea rezultatelor campaniei.



## Înscriere

### Eligibilitate

Competiția este deschisă oricărei persoane fizice și juridice; Agențiile de PR și publicitate se pot înscrie în competiție în numele clienților lor; Sunt eligibile proiectele care s-au desfășurat în ultimii doi ani. Se acceptă și campanii în derulare, dar care prezintă rezultate cuantificabile la momentul

înscririi în concurs; Nu există o limită a numărului de proiecte înscrise în competiție. **Conflict de interese** Nu sunt eligibile înscririle unei organizații în cadrul secțiunilor jurizate direct de către reprezentantul acesteia. Nu se consideră conflict de interese situația în care organizația reprezentată în juriu înscrie proiecte la alte categorii de concurs decât cele jurizate direct de către reprezentantul acesteia, cu condiția ca în etapa finală de jurizare acesta să se abțină de la vot. **Termenul limită** până la care se pot face înscrieri în concurs este **7 Septembrie 2010**. Organizatorii își rezervă dreptul de a prelungi

perioada de înscrieri. **Dosarul campaniei** Aplicațiile, în dosare A4, cuprind: formularul de înscriere. (vezi <http://www.paward.ro/inscriere>); rezumatul campaniei, nu mai mare de 1.000 de cuvinte, în limbile engleză și română. Se precizează titlul campaniei, numele aplicantului și/sau al clientului, categoria de concurs. Pentru întocmirea rezumatului, vezi criteriile de jurizare; materialele auxiliare care susțin campania (print, CD, DVD sau casetă video etc); dovada achitării taxei de participare (participarea la categoria Junior Award este gratuită); Pentru participare este necesară și completarea formularului online, disponibil la <http://www.paward.ro/inscriere>. **Taxa de participare** este de 140 Euro pentru fiecare lucrare înscrisă. Organizațiile non-guvernamentale vor achita o taxă redusă de 50 Euro. Participarea studenților este gratuită. Taxa se poate achita prin transfer bancar, în lei, la cursul BNR din ziua plății, în contul Forum for International Communications nr. IBAN R036BRDE441SV75138034410, deschis la BRD-GSG, Agenția 13 Septembrie București, cu mențiunea "Taxa de participare competiție", C.I.F. 15818939. **Depunerea aplicațiilor** Aplicațiile se trimit până la data de 7 Septembrie 2010 (data poștei) prin recomandată sau prin servicii de curierat la:

**Romanian PR Award - Forum for International Communications Str. Uranus nr. 98, Bl. U8, Sc. 4, Ap. 74, Sector 5, 050826 București**

**Confirmarea** de primire a aplicației se va face prin e-mail. **Dreptul de autor** Aplicantul își rezervă dreptul de proprietate intelectuală asupra proiectului. În scopuri promoționale, organizatorul își rezervă dreptul de a utiliza numele participanților, fotografiile sau alte materiale legate de proiectele înscrise în concurs. Organizatorul va utiliza aceste informații în campania de presă și pe site-urile [www.paward.ro](http://www.paward.ro), [www.csr-romania.ro](http://www.csr-romania.ro) și [www.pr-romania.ro](http://www.pr-romania.ro). Materialele depuse nu pot fi returnate.

[www.paward.ro/inscriere](http://www.paward.ro/inscriere)



# PR | Award

*Gala Night*

## Ceremonia de premiere "PR Award Gala Night"

Premiile vor fi anunțate în cadrul unei ceremonii festive ce va avea loc la Palatul Parlamentului, sala I. Gh. Duca, în seara zilei de 6 Octombrie 2010.

În afara premiilor pe categorii, juriul va acorda distincția "Agenția Anului" și premiile Junior PR Award.

# Romanian PR | Week

ediția *8-a*

## 5 Octombrie

Palatul Parlamentului,  
sala I. Gh. Duca

Congresul Internațional  
Romanian PR Week

## 6 Octombrie

Palatul Parlamentului,  
sala I. Gh. Duca

PR Award Gala Night

## 7 Octombrie

Training PR susținut de  
specialiști în comunicare

Organizator



Forum for International Communications

Dr. Dana Oancea

Str. Uranus nr. 98, Bl. U8, Sc. 4, Ap. 74  
Sector 5, 050826 București

Tel. 0722-964382

inscrieri@praward.ro

www.praward.ro

Forum for International Communications este o organizație non-guvernamentală care cultivă în mediul comunicatorilor profesioniști standardele etice și de performanță ale profesiei de relații publice. Fundația organizează din 2003 competiția *Romanian PR Award* și evenimentul *Romanian PR Week*, impune drept cele mai importante evenimente de recunoaștere a excelenței în domeniul comunicării de afaceri din România. Cu sprijinul US Institute for Public Relations, fundația a implementat în 2009 cercetarea națională "Media Transparency and Media Practices in Romania" și derulează în prezent o serie de programe educaționale, prelegeri și dezbateri publice, cursuri și training-uri de formare profesională și o serie de întâlniri informale între profesioniștii domeniului. În Martie 2006, fundația a inițiat programul *CSR România* cu scopul de a promova bunele practici în domeniul responsabilității sociale corporatiste. În Aprilie 2009, Forum a lansat portalul de resurse *PR Romania*.

Coordonator de proiect: Dr. Dana Oancea

Ilustrații: Corina Pîrv

Layout: Ovidiu Tăbăcaru



### Parteneri instituționali



### Parteneri



Microsoft



### Parteneri Junior PR Award



### Parteneri media



### Cu sprijinul

