



## Najzahtevnejši komunikacijski primeri so bili tudi najboljši

**S** Sabina Petrov

**Slovensko društvo za odnose z javnostmi (PRSS) je prejšnji teden na 12. Slovenski konferenci o odnosih z javnostmi s priznami nagradilo najboljše komunikacijske programe, s papirusi pa najboljša interna glasila.**

Nagrade prizma so osvojili agencija SPEM in Nova KBM za projekt Prva javna ponudba delnic v Sloveniji, agencija Pristop za projekt Komunikacijska podpora Naturi 2000 v Sloveniji, agencija Futura PR in Droga Kolinska za projekt 100 let blagovne znamke Donat Mg in Simobil za projekt Prenova blagovne znamke podjetja Simobil – Povej nekaj lepega. Med nagrajenimi projekti si je najvišjo oceno žirije prislužil komunikacijski program ob stoletnici znamke Donat Mg.

### Ponudbi delnic in narave

Žirija za nagrade prizma je za projekt Prva javna ponudba delnic v Sloveniji med drugim zapisala, da se je primer izkazal s širokim naborom aktivnosti, ki so se medsebojno dobro prepletale. »Poleg nabora različnih aktivnosti je komuniciranje vključevalo tudi zahtevno časovno dinamiko aktivnosti. Dobra medsebojna usklajenost in načrtovanje, skladno z merjenjem in cilji, sta se končala z dokazljivimi rezultati.«

Za projekt Komunikacijska podpora Naturi 2000 v Sloveniji je žirija zapisala, da gre za eno od

večjih javnih kampanj v javnem sektorju, ki je s svojo strokovno naravnostjo ter doseženimi rezultati dosegla ne samo strokovne, temveč tudi profesionalno prepoznavnost. »Projekt je primer dobro načrtovane in izvedene javne kampanje, katere rezultati izkazujejo tudi komunikacijsko odličnost.«

### Podjetniška projekta

Za projekt 100 let blagovne znamke Donat Mg (več o tem v sosednjem članku) žirija ugotavlja, da je bila njegova izvedba operativni zalogaj. »Komunikacijske aktivnosti so bile smiselno prepletene, tako na strokovni, nacionalni kot na lokalni ravni, ki je vključevala različne skupine deležnikov in zato zahtevala spretno usklajevanje tudi raznovrstnih odnosov v lokalni skupnosti. Praznovanje 100-letnice blagovne znamke Donat Mg je celovit, kreativen, pozitiven in zgodb poln projekt, ki poleg ambicij izžareva tudi srčnost ekipe, ki je projekt pripravila in izvedla.«

Primer prenove blagovne znamke družbe Simobil je po mnenju žirije dober študijski primer repozicioniranja blagovne znamke, s pravimi komunikacijskimi poudarki in izborom orodij za izbrane ciljne skupine. »Potrjuje tudi spoznanja, da je prenova blagovne znamke priložnost za kakovosten in zavzet preskok v vrednotah družbe, da je to hkrati tudi priložnost za prevetritev nekaterih drugih strateških usmeritev, kot so sponzorstva, donacije, odnos do okolja, kar so nosilci projekta temeljito izkoristili.«

### Papirus glasilu Hidria

S 191 osvojenimi točkami se je na tekmovanju internih časopisov za nagrado papirus na prvo mesto pred revijo Trimotim podjetja Trimot in glasilo Pika na Giz Gorenja uvrstil časopis Hidria idrijske Hidrie. Žirija za nagrado papirus je svojo odločitev utemeljila z besedami, da je k laskavemu nazivu zmagovalca v kategoriji internih časopisov in revij pripomoglo več dejavnikov. »Še posebej je treba poudariti, da časopis Hidria odlikuje kreativno izražanje korporativnih vsebin, ki niso le informativnega značaja, ampak pomenijo tudi motivacijo za zaposlene. Revijo zaznamujejo tudi privlačen slog pisanja, izvirni naslovi, dobra poimenovanja posameznih rubrik ter ne nazadnje tudi sodobna grafična podoba.« Časopis Hidria, ki je začel izhajati leta 2001, je v prvi vrsti namenjen tri tisoč zaposlenim v 30 družbah Hidrie doma in po svetu ter zunanjim javnostim: poslovnim partnerjem, predstavnikom javnega življenja, novinarjem, zunanjim strokovnim sodelavcem, štipendistom, upokojujencem, v zadnjem letu pa tudi vsem gospodinjstvom v občini Idrija. Zadnje številke časopisa, ki izhaja dvakrat na leto, so izšle v nakladi prek osem tisoč izvodov. Časopis izhaja v slovenskem in angleškem jeziku, v preteklosti je izhajal tudi v španščini in nizozemščini, pravijo v Hidrii.

Nagrado papirus za najboljše elektronsko glasilo je prejela Skupina Telekom Slovenije za eskupaj, nagrado za najboljšo naslovnico pa Gorenje - za naslovnico revije Pika na G. ●

Stran / Page: 38

Doseg / Reach: 63000

Država / Country: SLOVENIA

Površina prispevka / Size: 358 cm2

2 / 2



► Nagrado papirus za glasilo Hidria je prejšnji teden na slavnostni podelitvi sprejela direktorica korporativnega komuniciranja in urednica časopisa Hidria **Helena Pregelj Tušar**.

**F ŠTEVILKA****350**

► **udeležencev** je letos pritegnila 12. Slovenska konferenca o odnosih z javnostmi, katere osrednja tema je bila odgovornost v komuniciranju.