REGULAMIN KONKURSU PR WINGS 2026

(wersja z dnia 12.10.2026 r.*)

§1
POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Organizatorem konkursu pod nazwą „PR Wings” (dalej „Konkurs”) jest Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR) z siedzibą w Warszawie, wpisane do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000876630, NIP: 9512512601, REGON: 387911368 (dalej „Organizator”).
2. Ciałem decyzyjnym w sprawach dotyczących Regulaminu, kwestii spornych, organizacji Konkursu oraz innych spraw związanych z jego przebiegiem jest Organizator, reprezentowany przez Zarząd SAPR.
3. Audytorem Konkursu jest osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna wybierana przez Organizatora (dalej „Audytor”), do której zadań należy: nadzór nad zgodnością prac jury, tajnością Konkursu, sprawdzanie wyników głosowania zgodnie z Regulaminem, dostarczenie wyników Konkursu na wręczenie nagród „PR Wings”. Nad prawidłowym przebiegiem Konkursu PR Wings 2026 czuwa Kancelaria Osborne Clarke Olkiewicz Świerzewski i Wspólnicy S.K.A. (dalej „Osborne Clarke”).
4. Celem Konkursu „PR Wings” jest wyłonienie i nagrodzenie najbardziej efektywnych, kreatywnych i innowacyjnych projektów public relations oraz promowanie profesjonalnych i etycznych praktyk w zakresie public relations.

§2
ZGŁOSZENIA i UCZESTNICY

1. W Konkursie „PR Wings” można zgłaszać projekty, które były realizowane pomiędzy **1 stycznia 2025 r. a 30 czerwca 2026 r.**
2. Do Konkursu „PR Wings” mogą być zgłaszane także kampanie długoterminowe, rozpoczęte przed 1 stycznia 2025 r. lub kontynuowane po 30 czerwca 2026 r., pod warunkiem, że zgłoszenie dotyczy wyłącznie działań realizowanych oraz efektów osiągniętych w okresie wskazanym w ust. 1.
3. Do Konkursu „PR Wings” nie mogą być zgłaszane projekty, które zostały zgłoszone w jego poprzednich edycjach. Nie dotyczy to kolejnych edycji wcześniej zgłoszonego projektu, o ile zgłoszenie obejmuje nowy zakres działań i efektów.
4. **Uczestnikami Konkursu** mogą być podmioty z branży PR i marketingowej, reklamy oraz agencje digital i interaktywne, firmy prywatne, uczelnie, administracja publiczna, media, organizacje pozarządowe i wszystkie inne, których zgłoszenia wpisują się w kategorie Konkursu „PR Wings” (dalej „Uczestnik”).
5. Jeżeli Uczestnik działa w ramach grupy kapitałowej, sieci agencyjnej lub podmiotów powiązanych, może wskazać w zgłoszeniu nazwy innych podmiotów zaangażowanych w realizację projektu oraz nazwę grupy, w ramach której funkcjonuje.
6. W przypadku, gdy Uczestnikiem jest podmiot realizujący projekt na rzecz innego podmiotu, taki Uczestnik w każdym zgłoszeniu musi przedstawić nazwę podmiotu, dla którego zrealizował projekt (dalej „Klient”). Klient może być też Współzgłaszającym w Konkursie.

7. Jeśli projekt był prowadzony przez więcej niż jednego Uczestnika, podmioty mogą zgłosić go do Konkursu wspólnie (dalej „Zgłoszenie Wspólne"). Równocześnie Organizator nie odpowiada za pominięcie takiego (czyli kolejnego) podmiotu w zgłoszeniu.
8. Organizator ma prawo do podjęcia decyzji o zakwalifikowaniu projektu jako Zgłoszenie Wspólne, jeśli ten sam projekt zostanie zgłoszony przez maksymalnie cztery podmioty – Uczestnika dokonującego zgłoszenia (dalej „Uczestnik Zgłaszający") i maksymalnie trzech Współzgłaszających, czyli podmioty inne niż Uczestnik Zgłaszający, spełniające kryteria określone w §2 pkt 4 Regulaminu (dalej „Współzgłaszający").
9. Organizator przewiduje w przypadku jednego Zgłoszenia maksymalnie jednego Uczestnika Zgłaszającego oraz do trzech Współzgłaszających.
10. Uczestnik Zgłaszający jest odpowiedzialny proceduralnie za poprawność Zgłoszenia i to z nim, w przypadku niejasności i konieczności doprecyzowania zgłoszenia, będzie kontaktował się Organizator.
11. Uczestnik Zgłaszający jest odpowiedzialny za to, że zgłoszenie nie narusza jakichkolwiek praw osób trzecich.
12. W przypadku wygranej laureatami są zarówno Uczestnik Zgłaszający, jak i wszyscy Współzgłaszający (są wymieniani razem).
13. Jednoosobowe zaproszenie na galę „PR Wings" (dalej „Gala"), o którym mowa w §6 pkt 2, otrzymuje zarówno Uczestnik Zgłaszający, jak i każdy Współzgłaszający, który dokonał opłaty za zgłoszenie, zgodnie z procedurą określoną w §3, z wyłączeniem Klienta, który jest jednocześnie Współzgłaszającym i nie dokonał opłaty za zgłoszenie projektu nominowanego do finału. Jeśli Klient zechce wziąć udział w Gali, nabywa zaproszenie na swój koszt.
14. W przypadku wygranej w danej kategorii jedną statuetkę „PR Wings" otrzymuje zarówno Uczestnik Zgłaszający, jak i Współzgłaszający, z wyłączeniem Klienta, który jest jednocześnie Współzgłaszającym i nie dokonał opłaty za zgłoszenie nagrodzonego projektu. Jeśli Klient zechce otrzymać statuetkę, jest zobowiązany do zapłacenia za nią – zgodnie z §6 pkt 6–8 Regulaminu.
15. Do Konkursu można zgłaszać projekty w następujących kategoriach (dalej „Kategorie"):

15.1. **Kategorie główne**

1) Angażujący event
2) Custom Publishing
3) Employer Branding
4) ESG i CSR
5) Kampania edukacyjna
6) Komunikacja B2B
7) Komunikacja kryzysowa
8) Komunikacja społeczna i projekty pro bono
9) Komunikacja wewnętrzna
10) Komunikacja z wykorzystaniem narzędzi AI
11) Media Relations
12) Media społecznościowe i influencer marketing
13) Mistrzowska skuteczność
14) Ochrona przed dezinformacją
15) PR korporacyjny
16) PR produktowy
17) Public Affairs i lobbing

15.2. **Kategorie sektorowe**

1) Bezpieczeństwo i obronność
2) Branża FMCG
3) Branża motoryzacyjna
4) Finanse i ubezpieczenia
5) Nieruchomości, budownictwo, infrastruktura
6) PR instytucji publicznych
7) PR terytorialny, turystyka, hotelarstwo
8) Przemysł, chemia, energetyka
9) Retail i e-commerce
10) Rolnictwo
11) Rynek zdrowia
12) Sport, e-sport i gaming
13) Technologia i innowacje
14) Transport, spedycja, logistyka

16. Szczegółowy opis Kategorii dostępny jest na stronie www.prwings.pl.
17. **Jeden projekt można zgłosić w jednej, dwóch lub trzech Kategoriach**. Warunkiem koniecznym jest uiszczenie opłat określonych w §3 przez Uczestnika Zgłaszającego oraz Współzgłaszających (o ile występują) – **za każde ze zgłoszeń w każdej Kategorii**.
18. Organizator i Przewodniczący Jury zastrzegają sobie prawo do zmiany Kategorii danego projektu, jeśli w ich ocenie projekt powinien zostać zakwalifikowany do innej Kategorii. Zmiana Kategorii zostanie wcześniej potwierdzona z Uczestnikiem Konkursu.
19. Zgłoszenie zostaje przyjęte i zakwalifikowane do Konkursu „PR Wings", jeżeli:
    a) formularz został wypełniony zgodnie z wytycznymi,
    b) zgłoszenie zostało przesłane w formie elektronicznej za pośrednictwem platformy https://jury.prwings.pl/ (dalej „Platforma"),
    c) załączone pliki zawierają nazwę kampanii,
    d) zostało złożone oświadczenie o prawdziwości danych zawartych w plikach.

    Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne problemy techniczne mające wpływ na wypełnienie formularza.
20. W zgłoszeniu należy w sposób precyzyjny wskazać, czy projektowi towarzyszyły działania reklamowe i/lub inne działania marketingowe oraz przedstawić efekty, jakie zostały osiągnięte wyłącznie w ramach kampanii PR.
21. Organizator ma prawo zwrócić się do Uczestnika o uzupełnienie lub wyjaśnienie informacji zawartych w zgłoszeniu, w tym potwierdzenie osiągniętych wyników lub przedstawienie dodatkowej dokumentacji.
22. Uczestnik składa oświadczenie, że posiada prawo lub wymagane zgody Klienta, aby zgłosić dany projekt/kampanię do Konkursu.
23. Uczestnik udziela Organizatorowi praw oraz nieodpłatnej licencji do nieograniczonego czasowo i terytorialnie przechowywania projektów i materiałów oraz korzystania z nich w następujących celach: promowanie Konkursu, promowanie Uczestników, działania informacyjne i reklamowe, wydawanie elektronicznych lub papierowych katalogów, materiałów marketingowych, wystaw, pokazów i publicznych prezentacji, publikowanie w prasie i mediach, w tym mediach społecznościowych, w celach szkoleniowych i innych celach związanych z Konkursem (na polach eksploatacji wskazanych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz. U. 2025 poz. 24 ze zm.). Licencja obejmuje prawo do udzielania dalszych licencji (sublicencji). Zgodnie z postanowieniem Organizator nie złamie tym samym przepisów zawartych w ustawie z dnia

4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Treści zgłoszeń stają się jego własnością z chwilą przekazania, podobnie jak nieograniczona czasowo i terytorialnie licencja na korzystanie z materiałów zawartych w Zgłoszeniu.

24. W przypadku, kiedy zgłoszenie konkursowe zawiera wizerunek osób trzecich, Uczestnik oświadcza, że posiada zgodę na publikację ich wizerunku w związku z niniejszym Konkursem.
25. Wszystkie projekty zgłoszone do Konkursu, niezależnie od zgłoszonej Kategorii, zgodnie z postanowieniami §7 poniżej, biorą udział w wyborze **Nagrody Specjalnej SAPR**.

§3
OPŁATY

1. Opłat za zgłoszenie projektu do jednej lub więcej Kategorii dokonuje Uczestnik Zgłaszający oraz każdy Współzgłaszający, jeżeli jest wymieniony w Zgłoszeniu, za pośrednictwem strony https://jury.PRWings.pl, poprzez system Przelewy24. Informacje na temat procesu dokonywania płatności zostaną przekazane Uczestnikom na Platformie lub w wiadomości potwierdzającej przyjęcie zgłoszenia. Opłata za zgłoszenie może być również dokonana w formie przelewu na konto Organizatora.
   Dane do przelewu:
   Stowarzyszenie Agencji Public Relations (SAPR)
   Al. Jana Pawła II 27, 00-867 Warszawa
   Konto w mBank SA: 71 1140 2004 0000 3802 8088 8092
   Z tytułem przelewu: „Opłata zgłoszeniowa PR Wings 2026, nazwa projektu”
   W przypadku gdy projekt jest zgłaszany przez więcej niż jeden podmiot, każdy Współzgłaszający dokonuje opłaty w pełnej wysokości. Jeśli Współzgłaszającym jest Klient agencji, który jest podmiotem, na rzecz którego stworzono projekt, nie ponosi on dodatkowej opłaty zgłoszeniowej. Jeśli jednak projekt zostanie nominowany do finału, a Klient zechce wziąć udział w Gali, nabywa zaproszenie na swój koszt. W przypadku wygranej i chęci otrzymania statuetki, Klient jest również zobowiązany do zapłacenia za nią – zgodnie z §6 pkt 7 Regulaminu.
2. Wysokość opłaty jest uzależniona od daty zgłoszenia projektu do Konkursu oraz od posiadania członkostwa w Stowarzyszeniu Agencji Public Relations i wynosi odpowiednio:
   I termin: 29 maja – 30 czerwca 2026 r. – 1100 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii,
   II termin: 1 lipca – 17 sierpnia 2026 r. – 1450 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii,
   III termin: 18 sierpnia – 14 września 2026 r. – 2500 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii.
3. **Podmioty zrzeszone w SAPR** biorące udział w Konkursie „PR Wings” otrzymują 25-procentowy rabat od powyższych opłat, co oznacza, że wysokość opłaty dla członków SAPR wynosi:
   I termin: 29 maja – 30 czerwca 2026 r. – 825 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii,
   II termin: 1 lipca – 17 sierpnia 2026 r. – 1088 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii,
   III termin: 18 sierpnia – 14 września 2026 r. – 1875 zł + 23% VAT za zgłoszenie w 1 Kategorii.
4. W przypadku zgłoszeń dokonywanych przez **uczelnie wyższe**, opłata zgłoszeniowa wynosi 300 zł netto + 23% VAT za każdą kategorię i pozostaje stała, niezależnie od terminu zgłoszenia.
5. **Organizacje pozarządowe, instytucje kultury i podmioty administracji publicznej** mogą ubiegać się o specjalny rabat, który indywidualnie przyznaje Organizator. Wnioski o rabat należy kierować na adres: kontakt@sapr.com.pl.
6. Opłaty wnoszone przez Uczestnika Zgłaszającego i Współzgłaszającego/Współzgłaszających obejmują: czynności kwalifikacji zgłoszenia, ocenę projektu przez Jury, potencjalną kwalifikację do finału, wręczenie nagród w przypadku, gdy projekt zostanie zakwalifikowany

do finału (zgodnie z procedurą opisaną w §5 pkt. 4), rozumiane jako wstęp na Galę rozdania nagród dla jednego przedstawiciela Zgłaszającego i jednego przedstawiciela każdego Współzgłaszającego, o ile taka będzie mogła być zorganizowana, a w przypadku zwycięstwa – po jednej statuetce dla Zgłaszającego i każdego Współzgłaszającego, z wyłączeniem Klienta, który jest jednocześnie Współzgłaszającym i nie dokonał opłaty za zgłoszenie projektu. Klient ponosi koszt udziału w Gali, jeżeli zdecyduje się w niej uczestniczyć, a w przypadku zwycięstwa – koszt statuetki, jeśli również chce ją otrzymać.

7. Rezygnacja z udziału w Konkursie po uiszczeniu opłaty nie skutkuje jej zwrotem. Konsumentowi lub podmiotowi określonemu w art. 7aa ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2024 r. poz. 1796 ze zm.) przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od zgłoszenia.

§4
JURY

1. Zwycięskie projekty są wyłaniane przez Jury Konkursu (dalej „Jury") wybrane przez Organizatora.
2. Wszyscy członkowie Jury przed rozpoczęciem prac składają oświadczenie, że zapoznali się z Regulaminem Konkursu i zobowiązali się do jego przestrzegania, podpisali deklarację zaangażowania w prace Jury oraz oświadczenie o zachowaniu poufności.
3. Nagrodzone projekty są ogłaszane w dniu ustalonym przez Organizatora. Wyniki zostaną przekazane w zamkniętych kopertach przez Audytora Konkursu oraz ogłoszone podczas uroczystości wręczenia nagród „PR Wings".
4. Spośród jurorów Organizator powołuje Przewodniczącego Jury, którego rolą jest nadzorowanie prac Jury. Podczas oceny projektów Przewodniczący Jury ma prawo do oddania takiego samego głosu jak pozostali jurorzy.
5. Organizator dokonuje wyboru Przewodniczącego Jury nie później niż w dniu rozpoczęcia I Etapu głosowania Jury.
6. Każdy członek Jury ocenia zgłoszenia konkursowe tylko w ramach przypisanych mu przez Organizatora Kategorii, w głosowaniu online w dwóch etapach.
7. Jury zostaje podzielone przez zarząd Organizatora na grupy robocze według przypisanych Kategorii. Organizator wskazuje Przewodniczącego Grupy, którego rolą jest moderowanie dyskusji oraz nadzorowanie, czy omawianie zgłoszeń przebiega zgodnie z kryteriami określonymi w §5 pkt. 3 Regulaminu.
8. W przypadku konfliktu pomiędzy Przewodniczącym Grupy a członkami grupy, wszelkie spory rozstrzyga Przewodniczący Jury.
9. Juror nie ma prawa do oceny projektów, jeśli jest autorem ocenianego projektu, zarządza/zarządzał Agencją/podmiotem zgłaszającym dany projekt lub pracował w zespole realizującym projekt. W takich przypadkach, jeśli system nie wyłączył go z głosowania, jest on zobowiązany do zaznaczenia na Platformie lub w formularzu oceny „wstrzymuję się od głosu"/„konflikt interesów" w ocenie tego zgłoszenia.
10. Jurorzy otrzymują od Organizatora dostęp do Platformy, gdzie będą znajdować się zgłoszone projekty.
11. Audytor, Organizator oraz Przewodniczący Jury monitorują postęp prac członków Jury.
12. Organizator może pozbawić Jurora prawa do uczestnictwa w II Etapie głosowania, jeśli w określonym terminie I Etapu nie oceni on przypisanej mu liczby zgłoszeń.

§5
OCENY PROJEKTÓW

1. Projekty zostaną wybrane przez Jury w dwóch etapach odbywających się online:
   1.1. Etap I – głosowanie online, między 22 września a 16 października 2026 r. Cel: nominowanie 3 projektów finałowych w każdej ocenianej Kategorii;
   1.2. Etap II – głosowanie online, między 27 października a 10 listopada 2026 r. Cel: wyłonienie laureatów w każdej Kategorii.
2. W szczególnej sytuacji Organizator może przedłużyć czas przyjmowania zgłoszeń i zmienić czas trwania poszczególnych etapów (z własnej inicjatywy lub na wniosek Jury).
3. Wszystkie projekty w Etapie I oceniane są w punktacji od 1 do 10 za poszczególne poniższe obszary:
   3.1. **Wyzwanie i analiza** – określenie barier, jakie były wymagane do przezwyciężenia w ramach projektu, kontekst rynkowy/społeczny i jego zrozumienie przez Uczestnika. Jury określa też stopień skomplikowania i trudności całego projektu. Dodatkowo oceniane jest analityczne podejście do wyzwania, głębokość analizy i jej wniosków do strategii, w tym zakres wykonanych badań z wykorzystaniem określonych metod i technik badawczych. Tutaj w szczególności promowane są projekty, w ramach których wykonano analizy, do których zastosowano zaawansowane techniki i metody, takie jak badania społeczne, jakościowe/ilościowe, badania zmian zachowań konsumenckich, analizy medialne.
   3.2. **Strategia, idea, kreacja:** określenie kluczowych obserwacji analitycznych (insights), na bazie których stworzono strategię i odpowiednie dopasowanie celów komunikacyjnych. Celem jurorów będzie określenie, czy idea komunikacyjna była adekwatna do zdiagnozowanych w toku badań wyzwań, czy była odpowiednia do postawionych celów, czy była innowacyjna i oryginalna w ramach analizowanej kategorii. Jurorzy będą oceniali sposób, w jaki Uczestnik dobrał środki oddziaływania na grupy docelowe oraz przekazy komunikacyjne i jakich efektów (KPI) się spodziewał. Jurorzy oceniają też, w jakim stopniu strategia i idea komunikacyjna zostały odzwierciedlone w kreacji. Analizowane będzie to, czy przekaz i forma korelowały ze sobą i były względem siebie spójne.
   3.3. **Taktyka:** jurorzy będą zwracali uwagę na dobór narzędzi komunikacyjnych do strategii, a także na to, jak w stosunku do założonych celów działania rozplanowano w czasie (harmonogram).
   3.4. **Ewaluacja:** pokazanie realnego wpływu projektu na osiągnięcie założonych celów lub oczekiwaną zmianę. Promowane są tutaj udokumentowane efekty (badania własne lub przeprowadzone przez niezależny instytut). Jeżeli celem działań dla Klienta była zmiana postaw wśród określonych interesariuszy (nie tylko Klienta końcowego), oceniane będzie wykorzystanie ankiet i badań (badania jakościowe, CAWI, CATI, FGI lub IDI). Warto przedstawić następujące wskaźniki:
   a) **wskaźniki marki**: wskaźniki świadomościowe (świadomość, świadomość spontaniczna etc.), wskaźniki wizerunkowe (skojarzenia, wartości, intencja zakupu etc.);
   b) **wskaźniki mediowe** (earned, shared, owned, paid): reach, impression, zasięg płatny versus organiczny w mediach społecznościowych, engagement (shares, likes, views etc.), liczba ogólnych wyników (we wszystkich źródłach), kryterium wydźwięku: pozytywnego, negatywnego, najbardziej interaktywne wpisy w kanałach social media, najaktywniejsze strony, na których występuje marka;
   c) **wskaźniki sprzedaży**: wewnętrzne dane Klienta pokazujące przykładowo to, jak dana kampania wpłynęła na sprzedaż, np. ujęcie year-to-year.

4. Po zakończeniu głosowania w Etapie I Audytor w każdej z kategorii oblicza średnią ocen przyznanych przez jurorów poszczególnym projektom w zaokrągleniu do dwóch miejsc po przecinku (suma punktów dzielona przez liczbę głosujących). Nie bierze pod uwagę ocen jurorów wykluczonych z głosowania nad danym projektem ze względu na konflikt interesów. Audytor przedstawia Organizatorowi nominowane projekty, czyli 3 zgłoszenia w każdej Kategorii, które zdobyły największą średnią liczbę punktów, chyba że Jury lub Organizator postanowią inaczej zgodnie z Regulaminem. Audytor przekaże te informacje w terminie nie dłuższym niż tydzień od zakończenia Etapu I.
5. Lista nominowanych projektów będzie dostępna po zakończeniu Etapu I na stronie www.prwings.pl, a Organizator przekaże ją Uczestnikowi również za pośrednictwem poczty e-mail najpóźniej do 27 października 2026 r.
6. W Etapie II nominowane projekty są oceniane w skali od 1 do 3 punktów, gdzie 3 punkty dostaje najlepsze zgłoszenie, 2 punkty – kolejne, 1 punkt – najsłabsze.
7. Po zakończeniu głosowania w Etapie II Audytor w każdej z kategorii oblicza sumę punktów przyznanych projektom przez jurorów. Nie bierze pod uwagę ocen jurorów wykluczonych z głosowania nad danym projektem ze względu na konflikt interesów. Audytor w każdej Kategorii wskazuje zwycięzcę, czyli projekt, który zdobył największą liczbę punktów, a także – odpowiednio do uzyskanej liczby punktów – laureatów drugiego i trzeciego miejsca, o ile nagrody te zostaną przyznane zgodnie z postanowieniami Regulaminu. Audytor przekaże Organizatorowi te informacje w terminie nie dłuższym niż tydzień od zakończenia Etapu II.
8. Jury lub Organizator mogą zdecydować o nieprzyznaniu części lub wszystkich nagród w danej Kategorii.
9. Nagrodzone projekty i Nagroda Specjalna SAPR są ogłaszane w ustalanym przez Organizatora dniu Gali. Wyniki na Galę zostaną przekazane w zamkniętych kopertach przez Audytora Konkursu oraz ogłoszone przez speakerów podczas wręczenia nagród „PR Wings”.

§6
NAGRODY I ZAPROSZENIA

1. W przypadku uzyskania przez projekty tej samej liczby punktów w Etapie II Jury może podjąć decyzję o przyznaniu nagrody ex aequo.
2. Uczestnik oraz Współzgłaszający, których projekt znalazł się w finale, otrzymują po jednoosobowym zaproszeniu na Galę, która odbędzie się **26 listopada 2026 r**. w Warszawie, z wyłączeniem Klienta, który jest jednocześnie Współzgłaszającym i nie dokonał opłaty za zgłoszenie projektu nominowanego do finału. Jeśli Klient zechce wziąć udział w Gali, nabywa zaproszenie na swój koszt.
3. Dodatkowe zaproszenia na Galę można zakupić u Organizatora po wypełnieniu formularza. Koszt zakupu dodatkowego zaproszenia jest ustalany przez Organizatora.
4. Potwierdzenie uczestnictwa w Gali należy przekazać Organizatorowi nie później niż do dnia 6 listopada 2026 r. Niedochowanie powyższego terminu może skutkować brakiem możliwości udziału w Gali z uwagi na ograniczenia organizacyjne i logistyczne.
5. Nagrody w Konkursie przyznawane są odrębnie w każdej Kategorii. W ramach każdej kategorii mogą zostać przyznane maksymalnie trzy nagrody: złota statuetka za zajęcie pierwszego miejsca, srebrna statuetka za zajęcie drugiego miejsca oraz brązowa statuetka za zajęcie trzeciego miejsca, odpowiednio do uzyskanej liczby punktów.
6. Uczestnik oraz Współzgłaszający, których projekt zajął pierwsze, drugie lub trzecie miejsce w danej Kategorii, otrzymują po jednej statuetce „PR Wings”, z wyłączeniem Klienta, który jest jednocześnie Współzgłaszającym i nie dokonał opłaty za zgłoszenie nagrodzonego projektu.

Jeśli Klient zechce otrzymać statuetkę, jest zobowiązany do zapłacenia za nią – zgodnie z §6 pkt 7 Regulaminu.

7. Dodatkową statuetkę można dokupić u Organizatora (np. dla Klienta). Koszt statuetki wynosi 1200 zł + 23% VAT. Podmiot zamawiający dodatkową statuetkę ponosi koszty statuetki oraz koszty wysyłki statuetki na wskazany przez siebie adres.
8. W przypadku wystąpienia siły wyższej Organizator ma możliwość zmiany terminu Gali lub całkowitego jej odwołania. Za siłę wyższą należy rozumieć wszelkie nadzwyczajne zdarzenia zewnętrzne, a w szczególności zjawiska wywołane siłami natury oraz działania władzy publicznej (w tym zmiany prawne), których skutków nie da się przewidzieć albo co do których brak jest możliwości przewidzenia, jakie ograniczenia będą wywoływać na dzień Gali, choćby istniały już uprzednio.

§7
NAGRODA SPECJALNA SAPR

1. Wszystkie projekty zgłoszone do Konkursu zgodnie z § 2, niezależnie od zgłoszonej Kategorii, bez dodatkowych zgłoszeń i opłat automatycznie biorą też udział w głosowaniu w ramach kategorii specjalnej (dalej „Nagroda Specjalna SAPR").
2. Nagrodę Specjalną SAPR otrzymuje zgłoszony w danej edycji projekt wyłoniony przez jury (dalej „Jury Nagrody Specjalnej SAPR"), składające się z przedstawicieli agencji członkowskich SAPR.
3. Do delegowania jednego przedstawiciela do Jury Nagrody Specjalnej SAPR uprawniona jest każda agencja członkowska SAPR, która w momencie ogłoszenia Konkursu danej edycji spełnia wszystkie kryteria członkostwa SAPR.
4. Agencja członkowska SAPR może delegować do Jury Nagrody Specjalnej SAPR tylko taką osobę, która jest pracownikiem, właścicielem, współwłaścicielem, udziałowcem danej agencji członkowskiej lub stałym współpracownikiem współpracującym z daną agencją od co najmniej roku. W przypadku wątpliwości co do spełniania powyższych kryteriów głos decydujący ma Organizator.
5. Ciałem decyzyjnym w kwestiach dotyczących: trybu oraz terminów zgłoszeń reprezentantów do Jury Nagrody Specjalnej SAPR, ogłoszenia składu Jury Nagrody Specjalnej SAPR, regulaminu prac organizacyjnych Jury Nagrody Specjalnej SAPR oraz innych spraw związanych z jego funkcjonowaniem jest Organizator, reprezentowany przez Zarząd SAPR.
6. Prace Jury Nagrody Specjalnej SAPR odbywają się online w dwóch etapach:
   6.1. Etap I – głosowanie online, między 22 września a 16 października 2026 r. Cel: nominowanie co najmniej 6 projektów do Nagrody Specjalnej SAPR;
   6.2. Etap II – głosowanie online, między 27 października a 10 listopada 2026 r. Cel: wyłonienie zwycięzcy Nagrody Specjalnej SAPR.
7. Ogłoszenie Nagrody Specjalnej SAPR odbywa się na Gali.
8. Audytor oraz Organizator monitorują postęp oraz prawidłowość prac członków Jury Nagrody Specjalnej SAPR.
9. Organizator może pozbawić Jurora Nagrody Specjalnej SAPR prawa do uczestnictwa w II Etapie głosowania, jeśli w określonym terminie I Etapu nie oceni on przypisanej mu liczby zgłoszeń.

§8
DANE OSOBOWE

1. Administratorem danych osobowych przetwarzanych w związku z przeprowadzeniem Konkursu, w tym danych osobowych osób reprezentujących Uczestników Zgłaszających

i Współzgłaszających, jest Organizator. Dane osobowe będą przetwarzane w celu organizacji i przeprowadzenia Konkursu, w tym wyłonienia zwycięzców i ewentualnego rozpatrzenia reklamacji, oraz w celu promocji Konkursu. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych przez Organizatora, w tym praw przysługujących osobom, których dane dotyczą, znajduje się w polityce prywatności dostępnej pod linkiem: https://prwings.pl/polityka-prywatnosci/.

2. Z zastrzeżeniem §2 pkt 22 niedozwolone jest podawanie w zgłoszeniu danych osobowych dotyczących osób trzecich oraz zamieszczanie informacji naruszających prywatność lub dobra osobiste osób trzecich. Zakaz ten nie dotyczy imienia, nazwiska oraz funkcji lub roli osób, które w ramach swojej działalności zawodowej lub publicznej były jawnie zaangażowane w opisywaną kampanię – takich jak rzecznicy prasowi, eksperci, influencerzy lub ambasadorzy marki – jeżeli dane te zostały publicznie ujawnione w związku z kampanią i są podawane wyłącznie w zakresie niezbędnym do opisu projektu. Za zgodność z prawem danych zamieszczonych w zgłoszeniu odpowiada Uczestnik Zgłaszający.

§9
POSTANOWIENIA KOŃCOWE I REKLAMACJE

1. Reklamacje dotyczące Konkursu mogą być zgłaszane za pośrednictwem poczty e-mail na adres: kontakt@sapr.com.pl w czasie trwania Konkursu, jednak nie później niż w terminie 14 dni od dnia zakończenia Konkursu i wydania Nagród. Reklamacja powinna zawierać informacje o Uczestniku, jakiego projektu dotyczy oraz dokładny opis zdarzenia.
2. Organizator rozpatruje reklamacje w ciągu 14 dni od ich wpłynięcia i przesyła swoją decyzję w formie pisemnej na wskazany w reklamacji adres e-mail.
3. Organizator nie przyjmuje reklamacji dotyczących werdyktu Jury.
4. Skrócony opis Konkursu może znajdować się na stronie prwings.pl lub w innych materiałach promocyjnych.
5. Uczestnik biorący udział w Konkursie zobowiązany jest przed dokonaniem zgłoszenia zapoznać się z postanowieniami Regulaminu.
6. Naruszenie jakiegokolwiek postanowienia Regulaminu daje możliwość wykluczenia Uczestnika i jego projektu z Konkursu.
7. Uczestnicy biorą udział w Konkursie dobrowolnie i na własny koszt.
8. W kwestiach nieuregulowanych Regulaminem stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego i inne przepisy prawa.
9. W zakresie dozwolonym przez przepisy prawa, Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian w Regulaminie, przy czym zmiany te nie będą naruszały praw nabytych uczestników Konkursu. O wszelkich zmianach Organizator poinformuje na stronie internetowej Konkursu.

---

* Aktualizacja Regulaminu z dnia 4.09.2026 r. Zmiany dotyczą:
1. §3, pkt. 2 i 3 – było: III termin: 18 sierpnia – 9 września 2026 r., jest: **III termin: 18 sierpnia – 14 września 2026 r.**
2. §5, pkt 1 oraz §7, pkt 6 – było: Etap I – głosowanie online, między 18 września a 11 października 2026 r., Etap II – głosowanie online, między 23 października a 8 listopada 2026 r., jest: **Etap I – głosowanie online, między 22 września a 16 października 2026 r., Etap II – głosowanie online, między 27 października a 10 listopada 2026 r.**
3. §5, pkt 5 – było: Lista nominowanych projektów będzie dostępna po zakończeniu Etapu I na stronie www.prwings.pl, a Organizator przekaże ją Uczestnikowi również za pośrednictwem poczty e-mail najpóźniej do 23 października 2026 r., jest: **Lista nominowanych projektów będzie dostępna po zakończeniu Etapu I na stronie www.prwings.pl, a Organizator przekaże ją Uczestnikowi również za pośrednictwem poczty e-mail najpóźniej do 27 października 2026 r.**

* Aktualizacja Regulaminu z dnia 12.10.2026 r. Zmiany dotyczą:
§7, pkt 6 – było: 6.1. Etap I (...) Cel: nominowanie 3 projektów finałowych do Nagrody Specjalnej SAPR, jest: 6.1. Etap I (...) Cel: nominowanie **co najmniej 6 projektów** do Nagrody Specjalnej SAPR.