



**Magiczny
Kraków**

Przewodnik po kulinarnym Krakowie nagrodzony Srebrnym Spinaczem

2019-12-07

Przewodnik Facebooka po Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej Kraków 2019 został nagrodzony Srebrnym Spinaczem w kategorii Custom Publishing.

Nagrodzona w konkursie publikacja została wydana przez Facebook wspólnie z Miastem Kraków. Przewodnik miejski skupiony na gastronomii, który ukazał się w lipcu tego roku, powstał przy udziale krakowskich społeczności kulinarnych działających na Facebooku. 10 000 bezpłatnych egzemplarzy trafiło do krakowskich restauracji oraz punktów InfoKraków.

Dwujęzyczny przewodnik jest też dostępny [online](#).

W XVII edycji konkursu Złote Spinacze spośród rekordowej liczby 331 zgłoszeń, przyznano 92 nominacje. W tym roku jury przyznało 20 Złotych, 34 Srebrne oraz 29 Brązowych Spinaczy, w łącznie 31 kategoriach konkursowych. Nagrody zostały wręczone podczas gali, która odbyła się 6 grudnia. W kategorii Custom Publishing, w której nominowany był krakowski przewodnik, złoto otrzymała publikacja „Turn Your Public On: dzielenie się wiedzą działa!” (Publicon), a brąz „Opowiadamy Polskę światu” (MSL). „Przewodnik społeczności Facebooka po Krakowie” zrealizowała na zlecenie Facebooka agencja Hill+Knowlton Strategies Poland, autorką przewodnika jest Magdalena Wójcik, wydawnictwo zaprojektowała Pilar Rojo, a za jego wydanie, kreację oraz skład odpowiadała Fundacja Sztuk Wizualnych.

W ramach konkursu Złote Spinacze, już po raz trzeci przyznana została Nagroda Publiczności. Zwycięski projekt został wyłoniony na podstawie głosowania internautów. W tym roku nagrodzono OLX wraz z agencją 180heartbeats + Jung v Matt za projekt: „A co gdyby? – OLX piętnuje najgorsze zachowania w sieci”.

Złote Spinacze mają na celu zwiększanie profesjonalizmu i podnoszenie standardów w branży public relations poprzez promowanie najlepszych, najbardziej kreatywnych i rzetelnie wykonanych projektów w obszarze public relations zrealizowanych w Polsce. Zadaniem Złotych Spinaczy jest również edukacja środowiska biznesowego na temat znaczenia Public Relations dla funkcjonowania firmy. Konkurs ma charakter otwarty, kierowany jest do wszystkich podmiotów realizujących kampanie PR w Polsce: agencji PR, działów PR i komunikacji, firm i instytucji, organów samorządowych i organizacji pozarządowych. Prace konkursowe są oceniane przez liczące ponad osiemdziesiąt osób jury, w skład którego wchodzi przedstawiciele organizacji biznesowych i pozarządowych, praktycy oraz eksperci branży PR i mediów w Polsce, a także autorytety środowiska akademickiego.