

CHAMLET

Po raz czwarty przyznano nagrody Chamlet dla najgorszych polskich reklam z ostatniego roku. Wyróżniono m.in. kampanie Społecznej Akademii Nauk z Mariuszem Pudzianowskim, firmy Betsson z Joanną Krupą, sklepów Biedronka i akcję społeczną na temat osób z zespołem Downa.

Do tegorocznej edycji konkursu Chamlet zgłoszono prawie 400 reklam i projektów w pięciu kategoriach: reklama drukowana, telewizyjna, internetowa i społeczno-polityczna oraz program communication design. Spośród zgłoszeń jury wybrało po 10 nominacji w każdej kategorii i wyłoniło zwycięzców.

Jurorami byli prof. Michael Fleischer (Uniwersytet Wrocławski), prof. Grażyna Habrajska (Uniwersytet Łódzki), prof. Alosza Awdiejew (Uniwersytet Jagielloński), dr Michał Grech (Uniwersytet Wrocławski), Dirk Henkelmann dyrektor kreatywny agencji dundp, były dyrektor kreatywny agencji TBWA Berlin oraz - jako niehonorowy członek - mgr Mariusz Wszolek (Uniwersytet Wrocławski).

W kategorii reklama drukowana zwycięzcą został billboard sklepu Ul. Rusalka pod hasłem „Nie daj się gruchać, kupuj u swoich”.



W kategorii reklama telewizyjna najgorszy okazał się spot Społecznej Akademii Nauk z udziałem Mariusza Pudzianowskiego.(...)

Wśród kampanii internetowych Chamleta przyznano akcji „Szkola Pokera z Joanną Krupą” reklamującej serwis hazardowy Betsson(...)

W kategorii reklama społeczno-polityczna za najgorszą uznano niedawną kampanię stowarzyszenia Olimpiady Specjalne Polska dotyczącą osób z zespołem Downa, w której pojawiły się kontrowersyjne hasła, m.in. „Zespół Downa jest jak plama na koszuli, której nie możesz sprać”.



Z kolei w kategorii program communication design Chamleta przyznano reklamom z kampanii „Biedronka - My Polacy tak mamy!”. Przypomnijmy, że akcja ta była prowadzona na początku br. ([przeczytaj więcej i zobacz wszystkie reklamy](#)).



Premium Distribution - reklama „„Devil otworzy każdą Ci puszkę”



ul. Biedronka - reklama „Nie daj się gruchać, kupuj u swoich”



Tirial Werbung - reklama „Polska odkrywa - region narciarski nr 1 na świecie”



L'Oréal Paris - reklama „Jest coś na czym znasz się lepiej - zadbaj o jego skórę”





Wojciech Wójcik - „Kalendarz Linder - „Kalendarz Linder 2014”



Gzella - reklama „Wodlini z Borów Tucholskich”



Wojciech Wójcik - Wodzisławski Wędliniarni - reklama „Warmia i Mazury - tu warto zacząć”



Krzysztof Wójcik - Wodzisławski Wędliniarni - reklama „Warmia i Mazury - tu warto zacząć”



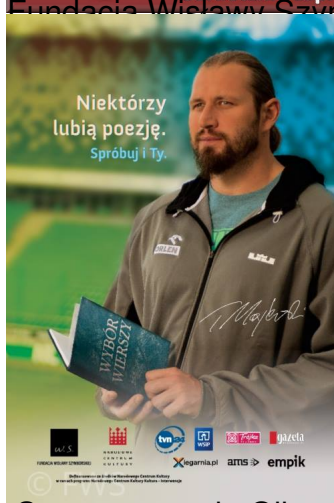
Bojówki Językowe Młodzieży Wszechswojskiej - reklama „Czytajmy książki”



„Dobry Milerem”



Fundacja Wielkiej Symborskiej - reklama „Niektórzy lubią poezję”



Stowarzyszenie Olimpiady Specjalne Polska z reklama „Zespół Downa”



KATEGORIA REKLAMA INTERNETOWA



Multax - strona multax.pl



Agencja reklamowa Spoko - strona spoko.poznan.pl



Wrocławskie Cantans - strona 2013.wratislaviacantans.pl



Miłosierdzie Boże - strona milosierdzie-boze.com



MPK Wrocław kampania "Zakochaj się w MPK"



KATEGORIA: PROGRAM COMMUNICATION DESIGN



Punkt Gastro – koncepcja kreatywna nazwy



Wirtualny Forum - koncept kampanii promocyjnej



Duperelex – koncepcja kreatywna nazwy



KFS – ogólna koncepcja kreatywna marki



Jerónimo Martins Polska – kampania „Biedronka - My Polacy tak mamy!”



Food Care – kampania „Frugo – owoc kultury”



komunikacyjne

Urząd Miejski Wrocław - komercjalizacja wrocławskiego rynku



Urząd Miejski Wrocław - koncepcja „WUWA 2”



Zdjęcie dla najgorszych reklam podjęte przez artykuł/biedronka-krupa-pudzian-i-zespół-downa-chamlety-