

Ermis PR / Grand Ermis

Επιτροπή Κρίσης Γ' Φάση - Ανάδειξη Grand Ermis

A/A	Προϊόν / Υπηρεσία	Είδος προϊόντος / υπηρεσίας	Τίτλος έργου	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11
1	Starbucks	Αλυσίδα Καταστημάτων Καφέ	Starbucks...Επί της ουσίας	9:7	8:8	8:8	-:-	8:8	9:7	8:8	8:8	8:8	8:8	8:8
2	LACOSTE	ΕΙΔΗ ΕΝΔΥΣΗΣ	LACOSTE PROJECT 12.12	6:6	6:6	6:6	7:7	7:7	7:7	7:7	7:7	7:8	6:6	7:7
3	(ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ)	ΠΑΡΑΓΩΓΑ	"Demystifying derivatives DNA ... or BNA?"	6:8	7:7	7:7	7:7	7:7	7:7	7:7	7:7	7:8	7:7	6:7

Υπόμνημα

Στην Ενότητα Ermis PR τα έργα αποσπούν δύο βαθμολογίες. Η πρώτη βαθμολογία αφορά, την **Ανάπτυξη του προβλήματος / ευκαιρίας, την Έρευνα και τον Σχεδιασμό / Στρατηγική** ενώ η δεύτερη, στην **Υλοποίηση και την Αξιολόγηση**. Κάθε βαθμός αναλογεί στο 50% της τελικής βαθμολογίας του κάθε κριτή.

B1: Ντίνα Γαλανού / MS&L

B2: Χρυσούλα Εξάρχου / Epikoinonia

B3: Γιώργος Λιμπέρης / Palladian

B4: Χριστίανα Δαρμή / The Rowland Company

B5: Άννα Φουντούλη / Solid Relations

B6: Έλενα Σάββα / Ikon Porter Novelli

B7: Χριστίνα Φοτούρου / V+O

B8: Δημήτρης Ρούλιας / Communication Effect

B9: Αγγελική Πατρούμπα / Diageo

B10: Γιώργος Κεδικίδης / North Star

B11: Μάνια Ξένου / Reliant

Σκεπτικό Κριτικής Επιτροπής

Η Επιτροπή Αξιολόγησης των βραβείων ERMIS PR εξέτασε τα 3 έργα που διακρίθηκαν με ERMIS Gold και αποφάσισε να απονεμίσει το Grand ERMIS στο έργο «Starbucks... Επί της Ουσίας», που υπέβαλε η εταιρία The Rowland Company.

Το έργο αυτό κρίθηκε ως μία ολοκληρωμένη παρουσίαση (showcase) όλων σχεδόν των πρακτικών των δημοσίων σχέσεων.

Πρόκειται για ένα σύνθετο έργο το οποίο διακρίνεται από ξεκάθαρη στρατηγική και πολυεπίπεδη διαχείριση. Πετυχαίνει το κτίσιμο της μάρκας και την επικοινωνία των αξιών Starbucks, χρησιμοποιώντας αποκλειστικά εργαλεία δημοσίων σχέσεων. Καταφέρνει να προσαρμόσει τις ιδιότητες που το έχουν κάνει ένα παγκόσμια γνωστό και αγαπημένο brand, στις συνήθειες των Ελλήνων προσδίδοντας του ένα χαρακτήρα οικείο και προσιτό. Τέλος, προβάλλει την κοινωνική διάσταση της μάρκας με τρόπο έμμεσο και πειστικό, όπως πρέπει το κοινωνικό έργο πάντα να προβάλεται.

Για όλους αυτούς τους λόγους, η Επιτροπή θεώρησε ότι το έργο αυτό είναι αντιπροσωπευτικό της καλύτερης πρακτικής των δημοσίων σχέσεων που εξασκείται σήμερα στην Ελλάδα, και αποφάσισε να του απονεμίσει την υψηλότερη διάκριση του κλάδου μας, το βραβείο Grand ERMIS PR για το 2006.