

Warszawa, 7 lutego 2011



Millward Brown SMG/KRC jest głównym sponsorem Nagrody im. Dariusza Fikusa za dziennikarstwo najwyższej próby.

Warszawa, 7 lutego 2011 – Wznowiono konkurs o Nagrodę im. Dariusza Fikusa za dziennikarstwo najwyższej próby. O nagrodę ubiegać się mogą dziennikarze piszących prasowi zgłoszeni przez krajowe redakcje. Tradycja konkursu sięga 1997 roku, a główna nagroda jest jednym z najbardziej prestiżowych wyróżnień, jakie może otrzymać dziennikarz w Polsce. Tegoroczna edycja Nagrody odbywa się dzięki współpracy rodziny Dariusza Fikusa oraz Press Clubu, a w kapitule zasiadają Jerzy Baczyński, red. naczelny tygodnika „Polityka”, Paweł Fąfara, red. naczelny „Polska The Times”, Wojciech Maziarski, red. naczelny tygodnika „Newsweek”, Aleksandra Karasińska, zastępca red. naczelnego tygodnika „Wprost”, Piotr Gabryel, zastępca red. naczelnego dziennika „Rzeczpospolita”, Piotr Mucharski, zastępca red. naczelnego „Tygodnika Powszechnego”, Piotr Pacewicz, zastępca red. naczelnego „Gazety Wyborczej”, Łukasz Fikus, przedstawiciel rodziny Fikusów i Marcin Lewicki, przedstawiciel Press Clubu.

Instytut Millward Brown SMG/KRC został zaszczycony tytułem Sponsora Głównego tegorocznej Nagrody im. Dariusza Fikusa.

„Postać Dariusza Fikusa, to symbol najwyższych standardów profesjonalnych i etycznych środowiska dziennikarskiego. Dla naszego instytutu, od niemal początku istnienia, związki ze środowiskiem dziennikarskim i mediami są szczególnie silne. Stąd z wielką przyjemnością i dumą przyjęliśmy propozycję objęcia naszym patronatem sponsorskim Nagrody im. Dariusza Fikusa. Niezależnie od zmian na rynku mediów, najwyższej jakości dziennikarstwo prasowe, którego symbolem jest Dariusz Fikus, zawsze pozostanie

wyznacznikiem standardów dla wszystkich ludzi mediów.” - mówi Krzysztof Kruszewski, Dyrektor Generalny Millward Brown SMG/KRC.

Nagroda zostanie wręczona podczas uroczystej Gali 22 marca 2011.

MillwardBrown SMG/KRC

Instytut Badania Rynku i Opinii Publicznej SMG/KRC (www.smgkrc.pl) powstał w 1990 roku. W ciągu ponad 20 lat swojej działalności stał się największym ośrodkiem badań marketingowych w Polsce i na całym obszarze Europy Środkowej i Wschodniej.

Firma specjalizuje się w: badaniach komunikacji masowej i kondycji marek (pre-testy, post-testy reklam, trackingi, badania strategii i kondycji marek), zaawansowanych badaniach jakościowych, badaniach mediów. Najlepiej znane projekty prowadzone przez SMG/KRC to: Target Group Index (studium konsumpcji marek i mediów), PBC (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru czytelnictwa prasy), Radio Track (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru słuchalności radia), CAPIBUS, Omnibus „Matki” i Omnibus „Młodzież”, Net Track - badanie użytkowników polskiego Internetu.

Od 2000 roku instytut SMG/KRC Poland jest członkiem globalnej sieci Millward Brown International i funkcjonuje pod nazwą Millward Brown SMG/KRC.

Press Club Polska

Press Club Polska (www.pressclub.pl) jest organizacją twórczą ludzi mediów, mającą na celu wspieranie i doskonalenie zawodowe dziennikarzy oraz dbałość o prawa obywateli do uzyskiwania rzetelnych informacji.

Działalność Press Clubu opiera się na trzech filarach: edukacji, informacji oraz integracji. Edukacja to przede wszystkim podnoszenie kwalifikacji zawodowych poprzez szkolenia, wykłady i warsztaty, prowadzone przez polskich i zagranicznych ekspertów. Informacja to tworzenie platformy komunikacji między członkami Press Clubu a uczestnikami debaty publicznej, gośćmi zagranicznymi oraz decydentami. Integracja to prowadzenie klubu dziennikarskiego – miejsca spotkań środowiskowych.

Press Club Polska jest członkiem International Association of Press Clubs.