

Warszawa

24 - 25 października 2023

Airport Hotel Okęcie

19. Kongres PR i Komunikacji

2895 zł netto do 25 października



CEL

SAVE THE DATE!

#**Dwa** dni solidnej dawki inspiracji i rzetelnej wiedzy

#**Kilkanaście** prelekcji w formie praktycznych case studies

#**Kilkunastu** znakomitych ekspertów - praktyków z różnych branż

#**Kilka** paneli dyskusyjnych - okazja do interakcji prelegentów z uczestnikami

#**Setka** zaangażowanych uczestników - okazja do wymiany doświadczeń i nawiązania wartościowych kontaktów

To wszystko już **24 i 25 października** podczas **19. edycji Kongresu Public Relations i Komunikacji!** Łączymy liderów PR i komunikacji z wiodących na polskim rynku marek, zapewniamy możliwość nawiązania kontaktów i zdobycia wiedzy, która pozwoli Tobie PR-owcu zostać skutecznym strategiem komunikacji!

Dołącz już dziś do uczestników **19. Kongresu Public Relations i Komunikacji**. Zapraszamy do hotelu **Airport Okęcie w Warszawie (ul. Komitetu Obrony Robotników 24)** po solidną dawkę wiedzy oraz inspiracji! To jedyne miejsce, w którym spotyka się co roku ponad 100 uczestników z najważniejszych na polskim rynku firm, znakomici eksperci, a także przedstawiciele mediów. 2 dni konferencji to wyjątkowa przestrzeń do dyskusji i nauki najlepszych praktyk PR-owych. Czas i miejsce na poszerzenie wiedzy, które zagwarantuje zróżnicowana formuła wydarzenia.

Dajemy Ci inspirację, wiedzę, możliwość poznania znakomitych praktyków, czas na networking oraz możliwość rozwoju!

Obejrzyj relację z zeszłorocznego kongresu



OPINIE UCZESTNIKÓW POPRZEDNIEJ EDYCJI



Mnóstwo merytorycznej wiedzy, odświeżające. Zapisałam całą kartkę notatkami, teraz tylko muszę znaleźć czas żeby wdrażyć.



Konferencja bardzo profesjonalnie przygotowana i poprowadzona. Tematy bardzo ciekawe, prelegenci angażujący (...) Dobry czas na networking. Świetny pomysł z niespodziankami. Jestem bardzo zadowolona. Wynoszę dużo treści porządkujących wiedzę i inspiracji.



Wspaniałe, niezwykle inspirujące i wartościowe dwa dni spędzone w towarzystwie ekspertów i ciekawych osób z branży. Serdecznie dziękuję za zaproszenie, wspólną debatę na temat skutecznej komunikacji, stworzenie okazji do dzielenia się doświadczeniem, uruchomienie zasobów, wskazanie przestrzeni do rozwoju i poszukiwania nowych aktywności.



Jak zawsze solidna dawka wiedzy i wysoki poziom organizacji wydarzenia.



Fantastyczna atmosfera, z roku na rok lepsi moderownicy, goście, specjaliści (...)



Uczestnikom gwarantujemy:

- Najwyższą jakość merytoryczną = wystąpienia wyłącznie doświadczonych ekspertów – praktyków z różnych branż
- Liczne inspiracje i sesje motywujące do działania i zmian
- Atmosferę sprzyjającą pogłębieniu wiedzy i kreowaniu nowych pomysłów
- Liczne okazje do integracji i interakcji
- Imienny certyfikat potwierdzający zdobytą wiedzę





PROGRAM

Wtorek, 24 października

08:15

Rejestracja uczestników, poranna kawa

09:00

Oficjalne rozpoczęcie Kongresu


 *Magdalena Marczak-Makowska, Project Manager, Puls Biznesu*

09:10

PANEL DYSKUSYJNY Future Assessment – budowanie odporności firmy na nowe czasy

 *Moderator: Sebastian Stępak, CEO, MSL*

 *Aleksandra Robaszkiewicz, Head of Corporate Communications and CSR, Lidl Polska sp. z o. o.*

 *Jakub Kurasz, Dyrektor ds.komunikacji, PwC Poland*

 *Grzegorz Szczepański, Chief Executive Officer, Hill+Knowlton Strategies, Prezes ICCO*

Future Assessment to unikalna umiejętność budowania specjalnej odporności firmy na warunki zewnętrzne w jakich niebawem będzie zmuszona funkcjonować. Bez względu na to czy mowa o regulacjach cen energii, sankcjach, wakacjach kredytowych, niekontrolowanym rozwoju AI – w newsach nie widać, jak wiele biznesów każdorazowo umiera i rodzi się po ogłoszeniu kolejnych zmian. Czy doradcy ds. komunikacji są w stanie pomóc w wypracowaniu tej szczególnej odporności? Czy funkcjonując pomiędzy politykami, dziennikarzami i biznesem są w stanie przewidzieć, gdzie i kiedy warto wzmocnić barykady. Czy PR-owcy są w stanie zarządzić problemami jeszcze zanim takowe staną się realne i na zawsze zmienią kształt branży? Specjaliści od legal, public affairs, corporate affairs, corporate reputation oraz issue management postarają się odpowiedzieć na te pytania.

10:00

FIRESIDE CHAT. Zintegrowana komunikacja w rozproszonym świecie. Jak budować spójne doświadczenie klienta?

 *Justyna Smolińska, dziennikarka, Puls Biznesu*

 *Piotr Ruszak, Chief Communication Officer, PUBLICIS GROUPE POLAND*

- Jak skutecznie docierać do klientów i budować spójny obraz marki?
- Jak sprawić, by klient polubił naszą markę i stał się jej lojalnym ambasadorem?
- Komunikacja we współczesnym, wielowątkowym świecie, stawia przed nami wiele wyzwań, które postaram się przeanalizować.

SESJA Q&A



10:30

„Trudna” komunikacja w dobie zmian (np. wprowadzenie nowej strategii, zwolnienia pracowników) – współpraca HR i Komunikacji

 *Marta Just, Country Corporate Affairs Head, Sandoz Polska*

 *Małgorzata Milczarek, Country P&O Head, Sandoz Polska*

CASE STUDY SANDOZ

- Przygotowanie planu komunikacji – o czym i o kim należy pamiętać?
- Komunikacja z Partnerami Społecznymi (Związki Zawodowe, Rada Pracownicza)
- Komunikacja z Pracownikami objętymi zmianami oraz resztą organizacji
- Komunikacja z partnerami zewnętrznymi
- Komunikacja po zakończeniu zmian

SESJA Q&A

11:15

Przerwa na kawę oraz networking

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Kongresu!

11:45

AI w PR - szanse i zagrożenia w erze Generative AI

 *Maria Parysz, światowa liderka w obszarze sztucznej inteligencji, założycielka firm AI w tym Elephant AI*

- Jak nie dać się zwariować w świecie AI i wykorzystać jego szanse?
- Jakie widoczne i niewidoczne zagrożenia niosą ze sobą narzędzia GenAI i jak ich uniknąć?
- Jak znaleźć sposób na etyczną komunikację, przy jednoczesnym poznaniu klienta? (personalizacja)
- Jakie narzędzia AI i GenAI mamy do dyspozycji i jak wybrać najlepsze dla nas?
- Jak wykorzystać Transformację AI do zmiany postrzegania lub wzmocnienia marki?

SESJA Q&A


12:25

PANEL DYSKUSYJNY Kompetencje PR-owca nowej ery...jaki jest dobry mix na trudne czasy?

 *Moderatorka: Agnieszka Kępińska-Sadowska, Dyrektorka ds. Komunikacji Korporacyjnej w regionie CEE, Haleon*

 *Eliza Więclaw, Dyrektorka Departamentu PR, Wonga*

 *Natalia Gębska, Dyrektorka ds. Komunikacji, Centralny Ośrodek Informatyki*

 *Maciej Lasoń, Dyrektor ds. Komunikacji w Europie Wschodniej, Członek Zarządu, Unilever*

 *Magdalena Brzezińska, Director Corporate Affairs, Grupa Żywiec Sp. z o.o.*


- Od social media, SEM/SEO, przez chat boty, media relations, branded content, podcasty, voice, video, konferencje, wydarzenia branżowe, zarządzanie kryzysowe – czy na wszystkim trzeba się znać?



- Jak zdecydować które kompetencje rozwijać. I co o tym decyduje? Branża? Klient? Produkt? Otoczenie zewnętrzne? Interesariusze do jakich komunikujemy?
- Jakich ludzi potrzebuje dziś nasz sektor?
- Dobry speech na trudne czasy – o trendach w komunikacji i ucieczce przed korpo narracją – co się dziś sprawdza i dlaczego?
- Masz 50 tys PLN. W jakie kompetencje PR Ty dziś zainwestujesz?

13:25

Przegląd najciekawszych kampanii w 2023 r.

 *Sebastian Stępak, CEO, MSL*

CASE STUDIES

Sesja inspiracji, podczas której przedstawione zostaną nagrodzone kampanie PR-owe z tegorocznych edycji polskich i światowych festiwali.

SESJA Q&A

14:05

Przerwa na lunch

15:00

Czy Prowcy potrafią sprzedawać? Jak działania media relations przekładają się bezpośrednio na sprzedaż Twojej firmy


 *Tomasz Bogusławski, Head of Brand & Communication, EY Polska*


CASE STUDY EY

- Którą drogą idziemy: PR/Marketing/Sprzedaż, czy na skróty: PR/Sprzedaż (wprowadzenie)
- EY tłumaczy Polski Ład – kampania edukacyjna, która sprzedawała (case study)
- Co można sprzedawać za pomocą mediów (wnioski z kampanii)
- Nowa rola pr-owca w firmie? (podsumowanie)

15:45


PANEL DYSKUSYJNY. Rola odpowiedzialnego influencer marketingu w budowanie świadomości marki – czego nauczyliśmy nas miniony rok?

 *Moderatorka: dr Anna Wilińska-Zelek, adwokat, starszy prawnik, Menedżer Działu Prawa Gospodarczego, Filipiak Babicz*

 *Milena Nosek, dietetyk kliniczny i psychodietetyk. Autorka książek o tematyce żywienia, wypowiedzi eksperckich w mediach, bloga, wykładowca*

 *Amanda Postolska, CEO, CancerFree sp. z o.o.*

 *Krzysztof Lehmann, Zastępca Dyrektora Delegatury Bydgoskiej, UOKiK*

 *Krzysztof Botko, Co-Founder, ANYSTAR.PL*

- Co zmieniły Rekomendacje UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych?



- Współpraca z influencerami w zakresie produktów sensytywnych (na przykładzie branży healthcare) oraz w obszarach ESG – na co zwracać szczególną uwagę?
- Czy kryzysy wizerunkowe influencerów stają się kryzysem marki? Zarządzanie procesami komunikacyjnymi i prawnymi z uwzględnieniem specyfiki SoMe
- Nieuczciwe praktyki influencerów, agencji i... użytkowników?

16:35

Wyzwania prawne PRowca – zgodna z prawem i efektywna aktywność w Internecie

 *adv. Hanna Marcinkiewicz-Grzesiak, Adwokat, Partner, SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk*

 *adv. Maciej Ślusarek, Adwokat, Partner Zarządzający, SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk*

- Wykorzystanie nowych technologii w komunikacji
- Jakie treści mogą podlegać ochronie w Internecie?
- Czy można we własnej publikacji posłużyć się cudzą twórczością?
- Publikowanie zdjęć na stronach www/w mediach społecznościowych
- Prawo do wizerunku i prywatności

17:10

Zakończenie pierwszego dnia Kongresu

Środa, 25 października

09:00

PANEL DYSKUSYJNY ESG - jak mądrze komunikować zrównoważony rozwój?


 *Moderatorka: Lidia Deja, senior consultant in sustainable change and communication; founder, PPB Consulting*

 *Agata Wydmańska, Head of Marketing & Communications Central & Eastern Europe, DHL Supply Chain*

 *Ewa Gayny, Prezeska Zarządu, Medius Sp. z o.o.*

 *Nina Vincenz-Krajewska, Rzeczniczka Prasowa, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie*

 *Maciej Tomaszewski, Rzecznik Prasowy, Head of PR & Communication, STRABAG*

 *Marta Pokutycka-Mądrala, Dyrektorka Komunikacji Korporacyjnej, Nationale-Nederlanden*

- Komunikować ESG mądrze, czyli jak? Jakie są główne czynniki sukcesu? Czego unikać? Rola komunikacji w strategii zrównoważonego rozwoju.
- Czy w dobie ESG komunikacja może budować zarówno reputację, jak i konkurencyjną przewagę biznesu? Przykłady praktyk.
- Jakie wyzwania stawia ESG przed PR/ komunikacją? Jak radzić sobie z komunikacją zmian, takich jak nowa strategia, cyfryzacja, transformacja kulturowa etc. ?
- Jakich kompetencji potrzebuje efektywna komunikacja zrównoważonego rozwoju? Na co zwrócić uwagę w planach rozwojowych liderów i zespołów komunikacji?



09:50

Kampanie społecznie - jak stworzyć kampanię tak by nie ucichła po pierwszym szumie i zaangażować do zmian społecznych

 Krzysztof Cibor, Koordynator zespołu, Greenpeace Polska

CASE STUDY GREENPEACE

SESJA Q&A

10:35

Jak tworzyć komunikację, która angażuje oraz buduje zaufanie odbiorców?

 Marta Benedyczak, Menadżerka ds. komunikacji, Siemens Polska

 Katarzyna Kucisz-Rostoń, Impact Manager, McDonald's Polska

 Agata Zeman, Managing Director, 24/7Communication

 Filip Kozusznik, Content & Digital Director, 24/7Communication

CASE STUDY SIEMENS oraz MACDONALD'S

Tworzenie wartościowych treści w świecie szybko zmieniającego się otoczenia - prowadzenie szybkich oraz efektywnych działań komunikacyjnych, przy jednoczesnym zachowaniu wiarygodności.

- Bariery dotarcia do odbiorców, z którymi muszą się obecnie mierzyć Agencje oraz Działy PR (natłok komunikatów; brak czasu i uwagi odbiorców; hermetyczny język komunikatów korporacyjnych itp.).
- Technika w służbie komunikacji. Jakie nowoczesne narzędzia oraz aplikacje pomagają w szybkim i skutecznym docieraniu do odbiorców, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji?
- Zaciekawiaj oraz inspiruj – sprawdzone i skuteczne sposoby przyciągania uwagi odbiorców.
- Jak oddzielić komunikację służącą bieżącej informacji od komunikacji, która ma zaangażować odbiorców do działania?
- Koncept „Business TV”, czyli jak zrobić w naszej firmie telewizję?

SESJA Q&A

11:20

Przerwa na kawę oraz networking

Zapraszamy na kawę, herbatę, przekąski i zachęcamy do nawiązywania nowych relacji biznesowych oraz wymiany doświadczeń z prelegentami i uczestnikami Kongresu!

11:45

Diversity&Inclusion w komunikacji PRowej - moda czy must have?

 Katarzyna Zabratańska, Menadżerka ds. Równości i Włączającej Kultury Organizacyjnej, Grupa Żabka

CASE STUDY GRUPY ŻABKA

- O komunikacji uwzględniającej potrzeby osób z niepełnosprawnościami słów kilka
- Walka z wykluczeniem oraz wdrażanie inkluzywności językowej



- Odniesienie się organizacji biznesowych do ważnych procesów społecznych – wykluczenia społecznego, równouprawnienia kobiet, zagrożeń klimatycznych, natężenia migracji.

SESJA Q&A

12:30

Komunikacja multigeneracyjna – jak zmienia się komunikacja względem różnych pokoleniowo grup odbiorców?

 *Marcin Kasprzak, Head of Marketing & PR, ERBUD Group*


CASE STUDY GRUPY ERBUD

W wielu firmach dochodzi do zmiany generacyjnej, „stara gwardia” przestaje czuć się swobodnie we własnej firmie. Wideo wypiera tekst, TikTok obdiera z powagi, ale jednocześnie jest chętnie oglądany, mamy do czynienia z trzema modelami adaptacji do zmian. Jak pogodzić te pozornie różne potrzeby?

SESJA Q&A


13:15

PANEL DYSKUSYJNY Komunikacja z mediami- Jak skutecznie komunikować się z dziennikarzami

 *Moderatorka: Karolina Hytrek-Prosiecka, Gazeta.pl*

 *Iwona Zaczek, Senior PR Manager, wefox Insurance, oddział w Polsce*

 *Anna Marciniak, Dyrektorka ds. komunikacji w polskim oddziale Mastercard Europe*

 *Anna Gumowska, CEO, Prime Time PR*

 *Mateusz Hładki, dziennikarz, TVN*

 *Marcel Zatoński, dziennikarz, Puls Biznesu*

- Co zrobić, żeby nie być odesłanym od razu do działu reklamy?
- Czy jeszcze można z działaniami marek wejść bezpłatnie do mediów?
- Czy istnieją (są możliwe) jeszcze klasyczne media relations
- Jakie są aktualne oczekiwania dziennikarzy odnośnie współpracy z PRowcami i odwrotnie - jak prowadzić skuteczną wymianę informacji w szybko zmieniającej się rzeczywistości

14:10

Przerwa na lunch

15:00

WARSZTATY RÓWNOLEGŁE

Warsztaty będą odbywać się równolegle.

Każdy z Państwa może wybrać jeden z poniższych warsztatów. Dzięki tej formule mogą Państwo przećwiczyć interesujące zagadnienia, wymienić opinie z pozostałymi uczestnikami, jak również zadawać pytania ekspertom prowadzącym poszczególne spotkania.

WARSZTAT nr 1

Jak skutecznie analizować kampanie i treści w Internecie



- Możliwości płynące z monitoringu Internetu
- Analiza treści w sieci w oparciu o przykłady marek w Internecie
- Analiza konkurencji
- Analiza tematów/branży/kategorii produktowej.
- Możliwości analizy kontekstów i wyciągania z nich wniosków.
- przykłady analiz wraz z wnioskami jakie można wyciągnąć

Mikołaj Winkiel, Chief Evangelist, Brand24

WARSZTAT nr 2

SZEWEC BEZ BUTÓW NIE BĘDZIE JUŻ CHODZIŁ, czyli jak PR-owiec powinien zadbać o swoją markę osobistą

Podczas warsztatu przeanalizujemy elementy wpływające na to, co powoduje, że marka osobista eksperta jest wyrazista, transparentna i jednoznaczna w odbiorze, omówimy nowoczesne narzędzia personal branding oraz wspólnie zrobimy audyt, co można zmienić i wdrożyć w temacie personal branding u uczestników warsztatów.

- Elementy spójnego wizerunku eksperckiego
- Nowoczesne narzędzia budowania marki osobistej
- Audyt personal branding w formie check-listy
- Road mapą wdrożenia zmian w komunikacji marki osobistej uczestników.

Karolina Janik, CEO, Personal PR

16:30

Zakończenie 19. Kongresu PR i Komunikacji





PRELEGENCI



Marta Benedyczak

Menadżerka ds. komunikacji Siemens Polska

Marta posiada kilkunastoletnie doświadczenie w tworzeniu strategii komunikacyjnych, budowaniu wytycznych i standardów dla komunikacji wewnętrznej, oraz w realizowaniu działań i projektów z zakresu corporate communications, employee engagement i zarządzaniu zmianą. Doświadczona moderatorka eventów i paneli, odkrywa i doskonali się jako prowadząca podcasty. Budowała i usprawniała komunikację wewnętrzną w międzynarodowych firmach, takich jak Credit Suisse i Skanska, w skali kraju, regionu, a także globalnie. Od ponad dwóch lat związana z Siemensem, w którym obecnie odpowiada zarówno za komunikację wewnętrzną, jak i współpracę z mediami.



Tomasz Bogusławski

Head of Brand & Communication EY Polska

Ekspert z ponad 15 – letnim doświadczeniem w obszarze komunikacji korporacyjnej, relacji z mediami, social media, komunikacji kryzysowej. Dyrektor ds. komunikacji EY Polska. Wcześniej PR manager Banku Pekao S.A., gdzie odpowiadał za relacje z mediami, drugiego pod względem wielkości banku w Polsce. Projektował i wdrażał kilkanaście strategii komunikacji, stworzył kilkadziesiąt kampanii komunikacyjnych, zorganizował ponad sto konferencji prasowych. Obecnie koncentruje się na integracji działań komunikacyjnych z marketingiem i sprzedażą. Specjalizuje się również w komunikacji finansowej oraz budowie marki osobistej liderów organizacji. W EY Polska odpowiada także za obszar sponsoringu i komunikacji oraz raportowania wewnętrznego kwestii związanych z ESG. Wraz z zespołem komunikacji EY laureat Złotego Spinacza w kategorii Media Relations i brązowego w kategorii PR Finansowy.





Krystian Botko

Co-Founder ANYSTAR.PL

Marketer i przedsiębiorca z kompleksowym doświadczeniem w obszarze creators economy, mediów i reklamy. Zarządzał między innymi marką Tiger oraz pracował w Google, gdzie doradzał największym biznesom jak rozwijać sprzedaż dzięki komunikacji na YouTube. W 2015 założył dedykowaną platformie YouTube agencję TalentMedia, która w 2019 roku przejęła sieci partnerskie LifeTube, Gamellon oraz agencję marketingu gamingowego Gameset. W wyniku tego, powstała LTTM - największa w regionie CEE grupa świadcząca usługi influencer marketingu. Od 2022 buduje anystar.io - pierwszą w Polsce technologię self-service do performance influencer marketingu. Narzędzie anystar.io umożliwia firmom samodzielne wyszukiwanie twórców, prowadzenie i analizowanie wyników kampanii z influencerami oraz monitorowanie działań konkurencji w czasie rzeczywistymi. Wszystko w jednym miejscu.



Magdalena Brzezińska

Director Corporate Affairs Grupa Żywiec Sp. z o.o.

Z branżą public relations związana od 20 lat. W Grupie Żywiec odpowiada za budowanie reputacji firmy, relacje z interesariuszami, komunikację korporacyjną, public affairs i zrównoważony rozwój. Od 2020 w Zespole Zarządzającym firmy. Przed dołączeniem do Grupy Żywiec przez kilka lat kierowała zespołem specjalizującym się w komunikacji korporacyjnej, CSR i employer branding w jednej z największych agencji PR - Havas PR Warsaw. Autorka wielu strategii z zakresu komunikacji korporacyjnej dla firm z sektora FMCG, finansowego, transportowego, motoryzacyjnego i energetycznego. Stworzone przez nią programy były kilkakrotnie nagradzane w konkursie Złote Spinacze, Power of Content Marketing, Global Corporate Affairs Awards Grupy HEINEKEN. W 2019 roku przewodniczyła pracom Jury Konkursu Złote Spinacze. Prowadziła również szkolenia z zakresu komunikacji korporacyjnej m.in. we współpracy z Institute for International Research oraz Francuską Izbą Przemysłowo-Handlową. Pełni funkcję Wiceprzewodniczącej Komitetu Wykonawczego Związku Pracodawców Browary Polskie. Jest absolwentką Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.



Krzysztof Cibor

Koordynator zespołu Greenpeace Polska





Lidia Deja

senior consultant in sustainable change and communication; founder PPB Consulting

Strateg i praktyk biznesowy w obszarach komunikacji i zarządzaniu zmianami; doradca w zrównoważonym rozwoju, trener biznesowy i mentor dla purpose-driven liderów i firm. Wspiera biznes w transformacjach i rozwoju w oparciu o zrównoważony branding, odpowiedzialną i efektywną komunikację, świadomy i aktywny leadership oraz konstruktywną kulturę organizacyjną. Specjalizuje się: - w pozycjonowaniu i komunikacji zrównoważonych marek i budowaniu inkluzywnej kultury organizacji w oparciu o strategiczne fundamenty jak misja, wizja i wartości - w zarządzaniu i komunikacji zmian towarzyszących innowacjom biznesowym i projektom inwestycyjnym (ESG, digitalizacja, fuzje i przejęcia, re-branding) - w strategii komunikacji korporacyjnej, leadership communication oraz dialogu ze wszystkimi interesariuszami. Posiada 25 lat doświadczenia w obszarach zarządzania marką, komunikacji i marketingu B2B w międzynarodowych i polskich organizacjach biznesowych; pracowała m.in. dla Grupy Casino SA, Warty SA, Arcadis SA i Apsys Polska. Zarządzała zespołami i projektami w kompleksowych i nagradzanych kampaniach brandingowych i komunikacyjnych w kraju i zagranicą. Ukończyła studia w Polsce (Uniwersytet Gdański), we Francji (Instytut Stosunków Międzynarodowych, Paryż) oraz program szkoleniowy Sustainable Business Strategy na Harvard Business School online. Jest certyfikowanym managerem zmiany (PROSCI) i mentorem biznesu.



Ewa Gayny

Prezeska Zarządu Medius Sp. z o.o.

Posiada ponad 20 lat doświadczenia w komunikacji, public affairs oraz działaniach CSR i edukacji. Swoją drogę zawodową związała z branżą zdrowotno-żywnościową. Odpowiadała za komunikację korporacyjną i produktową a w tym komunikację do środowisk medycznych. Przygotowywała strategie i prowadziła działania public affairs odpowiadając zarówno za działania prowadzone poprzez organizacje branżowe jak i za działania prowadzone bezpośrednio przez firmę. Prowadziła relacje ze środowiskiem naukowym i medycznym. Była odpowiedzialna za strategię oraz programy z zakresu CSR. Wieloletnia członkini zarządu Polskiej Federacji Producentów Żywności oraz Rady Nadzorczej Związku Polskich Przetwórców Mleka. Obecnie prezeska firmy Medius zajmującej się współpracą z ekspertami z dziedziny zdrowia i żywienia oraz doradztwem w zakresie zdrowotnych działań społecznych i edukacją środowisk medycznych, której działania można opisać hasłem „Zmieniamy wiedzę w zdrowie”. Inicjatorka i założycielka pierwszego w Polsce czasopisma eksperckiego z zakresu żywienia i żywności skierowanego do środowiska lekarzy i dietetyków – Dieta dla Zdrowia. Prywatnie pasjonatka kynologii – hodowca psów rasowych – jej miłość to owczarki niemieckie i czarne teriery rosyjskie.





Natalia Gębska

Dyrektorka ds. Komunikacji Centralny Ośrodek Informatyki



Anna Gumowska

CEO Prime Time PR

Założycielka i CEO agencji Prime Time PR, która od 12 ponad lat realizuje działania wizerunkowe dla marek z branży nieruchomości, głównie deweloperów mieszkaniowych. Firma wspiera klientów opracowując dla nich strategię komunikacji, którą następnie wdraża zespół specjalistów. W ramach swoich działań z zakresu media relations agencja współpracuje z największymi redakcjami w Polsce, dostarczając dziennikarzom wartościowych treści oraz komentarzy eksperckich. Prime Time PR oferuje również komunikację marek w mediach społecznościowych, wsparcie podczas kryzysów wizerunkowych, a także organizację wydarzeń branżowych.



Mateusz Hładki

dziennikarz TVN

Dziennikarz telewizji TVN, od 9 lat związany z programem Dzień Dobry TVN. Specjalizuje się w relacjach „na żywo” i wywiadach. Wcześniej związany m.in. z „Wiadomościami” TVP1. Pracował także jako prezenter serwisów informacyjnych i wydawca programów telewizyjnych poświęconych tematyce ogólnokrajowej i samorządowej. Doświadczony konferansjer. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.





Karolina Hytrek-Prosiecka

Gazeta.pl

Dziennikarka zajmująca się tematyką gospodarczą oraz polityczną, przez ponad 10 lat związana z telewizją TVN. Była reporterka newsowa polskiej filii największego na świecie kanału poświęconego tematyce ekonomicznej - CNBC. Regularnie przygotowywała materiały do głównego wydania Faktów TVN. Obecnie jest gospodarzem cyklu „Poranna rozmowa” w portalu gazeta.pl oraz „Studio Biznes” w gazeta.pl Członek jury ogólnopolskiego konkursu „Podcast roku”. Trener dobrej komunikacji. Przez kilka lat funkcjonowała poza aktywnym dziennikarstwem, odpowiadała za komunikację w największej w Polsce spółce organizującej profesjonalne rozgrywki piłkarskie. Prowadzony przez nią zespół otrzymał pierwszy raz w historii Nagrodę Biznesu Sportowego za dynamicznie prowadzone social media. Prowadziła prace związane z komunikacją sportu kobiet w ramach medialnej grupy roboczej przy Komisji Sportu Kobiet, w Polskim Komitecie Olimpijskim (PKOl). Zarządzała jednym z największych portali informacyjnych branży healthcare. Stypendystka Departamentu Stanu w ramach prestiżowego programu dla kobiet przedsiębiorczych. Prawniczka. Ślązaczka. Offline tylko gdy śpi.



Karolina Janik

CEO Personal PR

Ekspertka komunikacji z ponad 20-letnim doświadczeniem w public relations, social media i marketingu. CEO agencji Personal PR, członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz szef międzynarodowej sieci agencji PR - iPR Team. Wcześniej przez 3 lata była rzecznikiem Stadionu Energa Gdańsk. Autorka artykułów o tematyce komunikacji zintegrowanej w prasie branżowej i biznesowej. Pracuje dla znanych marek polskich i globalnych, wspiera doradczo procesy reorganizacji komunikacji zintegrowanej w firmach, konsultuje strategie rozwoju globalnego, wspiera zarządy w integracji działań PR z marketingiem i sprzedażą (PR Funnel). Specjalizuje się w budowaniu marek osobistych, media relations, zarządzaniu kryzysowym oraz audytach komunikacyjnych marek i firm. Prelegentka na konferencjach oraz organizatorka szkoleń i webinarów. Koordynatorka projektów międzynarodowych i konsultantka tworzenia strategii wejścia firm polskich na rynki zagraniczne oraz światowych marek do Polski. Autorka artykułów o tematyce komunikacji zintegrowanej w prasie branżowej i biznesowej.



Marta Just

Country Corporate Affairs Head Sandoz Polska

Absolwentka Instytutu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk na kierunku Executive Master of Business Administration oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Studiowała również na London School of Public Relations. Z branżą farmaceutyczną związana od ponad 14 lat. Prywatnie miłośniczka sztuki, gotowania oraz pasjonatka aktywności fizycznej – w szczególności biegania.





Marcin Kasprzak

Head of Marketing & PR ERBUD Group

Z powodzeniem przeprowadził transformację wizerunkową Grupy Erbud, największej niezależnej firmy budowlanej w Polsce, obecnej na 6 rynkach europejskich. Potwierdzają to nagrody za kampanie - zdobył m.in. dwa złote Złote Spinacze, Srebro i Brąz w MIXX Awards Polska oraz Złoto w MIXX Awards Europe. Wcześniej prawie 12 lat spędził w mediach, jako dziennikarz w takich magazynach, jak „Playboy”, „Esquire”, „Classic Auto”, a przez 4 lata był redaktorem naczelnym „Logo”, jednego z czołowych magazynów lifestylowych dla mężczyzn w Polsce. Został nim w wieku 27 lat, jako jeden z najmłodszych redaktorów naczelnych na rynku. Od lat współpracuje z Olimpiadami Specjalnymi.



Agnieszka Kępińska-Sadowska

Dyrektorka ds. Komunikacji Korporacyjnej w regionie CEE Haleon

Wieloletni praktyk komunikacji, pasjonatka i strateg, od ponad 20 lat związana zawodowo z komunikacją i PR. Aktualnie Dyrektorka ds. Komunikacji Korporacyjnej 34 rynków Centralnej i Wschodniej Europy w globalnym koncernie sektora consumer healthcare w Haleon (wcześniej znanym jako GlaxoSmithKline Consumer Healthcare). Wcześniej związana m.in. z Grupą CCC jako Dyrektorka ds. Komunikacji Korporacyjnej i Zrównoważonego Rozwoju oraz przez 14 lat z Kraft Foods/Mondelez International, m.in. jako Dyrektorka ds. Komunikacji i relacji zewnętrznych Centralnej Europy, Polski, Bałtyków. W latach 2014-2016 Dyrektorka ds. Komunikacji Wewnętrznej koncernu Mondelez w Europie. Znana z zaangażowania w sektorowe prace stowarzyszeń branżowych, aktywnego promowania etyki w działaniach marketingowych i PR oraz samoregulacji. Wieloletnia członkini Zarządu Rady Reklamy, wcześniej jej Prezes w latach 2019-2021. Członkini Klubu Dyrektorów PR. Wcześniej przez 8 lat pracowała po stronie agencji public relations, związana była z polskim oddziałem międzynarodowej agencji PR Edelman, kierując działem Komunikacji Konsumentckiej i projektami dla największych firm branży FMCG. Posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie doradztwa i realizacji kampanii CSR, marketingowych, w szczególności 360° (dla m.in. Milka, Prince Polo) czy też wielokanałowej komunikacji w zakresie launchu nowych marek (Burger King, Oreo). Ukończyła prawo oraz zarządzanie i marketing ze specjalizacją PR na Uniwersytecie Śląskim. Absolwentka studiów Executive MBA Collegium Humanum. Jurorka konkursu Złote Spinacze Związku Firm Public Relations – prestiżowego konkursu oceniającego projekty z zakresu PR, komunikacji oraz employer branding.





Filip Kożusznik

Content & Digital Director 24/7Communication

W agencji zarządza obszarem biznesowym odpowiedzialnym za produkcję i dystrybucję treści. Razem z kilkunastoosobowym zespołem specjalistów wykorzystuje najnowsze trendy w komunikacji, aby przygotowywać angażujące kreacje, graficzne i audiowizualne. Zbudował, uruchomił i prowadzi Studio Nagrań – 24/7Broadcast and Streaming Studio – wyjątkową przestrzeń do tworzenia treści multimedialnych, nagrań i szkoleń na potrzeby PR. Filip dołączając do 24/7Communication, wniósł kilkunastoletnie doświadczenie w zakresie content marketingu oraz produkcji video. Pracował jako motion designer, producent video oraz creative director. Niezależnie od miejsca – w biurze, domu czy zdalnie z Bali, w agencji, po stronie klienta, czy jako freelancer.



Katarzyna Kucisz-Rosłoń

Impact Manager McDonald's Polska

Od ponad dekady buduje strategię komunikacyjną międzynarodowych marek. Doświadczenie zdobywała m. in. w branżach: logistycznej, farmaceutycznej, budowlanej oraz FMCG. Od czterech lat związana z McDonald's. Współtworzy strategię odpowiedzialności marki ze szczególnym skupieniem wokół obszaru środowiska. Liderka zmian, realizująca projekty zmieniające sposób działania organizacji, odpowiedzialna m. in. za stworzenie pierwszego raportu ESG dla McDonald's Polska. Absolwentka kierunków: Zarządzanie i Inżynieria Produkcji, Cele Zrównoważonego Rozwoju w strategii firmy oraz Architektury wnętrz. Laureatka tegorocznej nagrody Presidents' Award, jednego z najważniejszych wyróżnień w systemie McDonald's, którym system honoruje tylko 1% wyjątkowych pracowników na całym świecie.



Jakub Kurasz

Dyrektor ds. komunikacji PwC Poland

Od ponad 5 lat dyrektor komunikacji w firmie doradczej PwC Polska. Dodatkowo pełni funkcję koordynatora komunikacji kryzysowej PwC w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Przed pracą w PwC pracował dla Roland Berger Strategy Consultants oraz jako dziennikarz ekonomiczny w polskich i międzynarodowych mediach. Przez ponad 15 lat zarządzał informacją gospodarczą w takich tytułach jak Rzeczpospolita (jako zastępca redaktora naczelnego), Gazeta Giełdy i Inwestorów Parkiet (redaktor naczelnny), Dziennik Gazeta Prawna (szef działu biznes) oraz pracował jako korespondent w agencji Reuters. Wspólnie z zespołem wdraża strategię komunikacyjne PwC, współtworzy również raporty firmy oraz pracuje dla klientów tej firmy doradczej – realizując zlecenia o charakterze komunikacji strategicznej i kryzysowej. Za udział w projektach o globalnym zasięgu uhonorowany Global Communications Award sieci PwC oraz laureat wielu nagród dziennikarskich.





Maciej Lason

Dyrektor ds. Komunikacji w Europie Wschodniej, Członek Zarządu Unilever

Doświadczony profesjonalista w dziedzinie komunikacji korporacyjnej i budowy marek, posiadający ponad 20-letnie doświadczenie w branży. Obecnie pełni funkcję Communications Director CEE oraz jest członkiem Zarządu w firmie Unilever. Jego obszar odpowiedzialności obejmuje komunikację korporacyjną na 21 rynkach, głównie w Europie Środkowej i Wschodniej. Ponadto, odpowiada za zarządzanie komunikacją zewnętrzną grupy Unilever Beauty and Wellbeing na rynkach Unii Europejskiej, Bliskiego Wschodu i Turcji. Przed dołączeniem do Unilevera, Maciej zarządzał komunikacją korporacyjną i strategią budowy marki w firmie Nike. Jego kariera zawodowa rozpoczęła się od 8 lat spędzonych w agencji Edelman, z której odszedł jako dyrektor Działu Consumer Health. W trakcie swojej kariery pracował dla wielu renomowanych marek, takich jak Coca Cola, Levi's i Microsoft.



Krzysztof Lehmann

Zastępca Dyrektora Delegatury Bydgoskiej UOKiK

Od ponad 11 lat pracuje w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Nadzoruje postępowania w sprawach naruszenia przez przedsiębiorców zbiorowych interesów konsumentów i stosowania niedozwolonych postanowień umownych. Koordynuje wraz z zespołem wdrażanie projektów związanych ze stosowaniem sztucznej inteligencji, które m.in. mają pomóc w wyszukiwaniu klauzul abuzywnych w umowach lub dark patterns na stronach internetowych. Jest też głównym rozgrywającym działań związanych z rynkiem influencer marketingu. Nadzorował proces przygotowania wydanych we wrześniu 2022r. Rekomendacji Prezesa UOKiK dot. oznaczania treści komercyjnych w mediach społecznościowych. Konsekwentnie monitoruje rynek i stawia zarzuty tym, którzy nie chcą dostosować się do obowiązującego prawa. Autor publikacji z zakresu ochrony interesów konsumentów. Wykładowca KSSIP. Po pracy – miłośnik sportów siłowych i wydolnościowych.





Anna Marciniak

Dyrektorka ds. komunikacji w polskim oddziale Mastercard Europe

Jest odpowiedzialna za komunikację korporacyjną w polskim oddziale Mastercard Europe, strategię i realizację działań PR i komunikacyjnych firmy, relacje z mediami, pozycjonowanie Mastercard w środowisku B2B, a także strategię marki w mediach społecznościowych. Odpowiada również za komunikację produktową oraz kampanie brandingowe i edukacyjne skierowane do konsumentów, a także za komunikację wewnętrzną. Anna Marciniak jest związana z Mastercard od marca 2014 roku. W latach 2012-2014, pracowała w HP Polska (obecnie HPE i HP Inc.), gdzie w roli PR managera odpowiadała za działania komunikacyjne dla wszystkich działów biznesowych firmy, w tym rozwiązania i produkty dla biznesu oraz konsumentów, usługi profesjonalne i outsourcingowe, a także komunikację kryzysową i korporacyjną. W latach 2009-2012 w agencji Solski Burson-Marsteller (obecnie Solski Communications) prowadziła projekty komunikacyjne dla klientów z branży technologicznej, a także z obszaru brand PR. Karierę zawodową rozpoczynała w polskim oddziale firmy SAP, gdzie odpowiadała za działania komunikacyjne firmy oraz współpracę marketingową z klientami i partnerami firmy. Anna Marciniak jest absolwentką socjologii w Instytucie Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. W wolnym czasie uprawia sport (sporty walki, bieganie i golf), czyta i rozwija zainteresowania związane z socjologią i psychologią społeczną.



adw. Hanna Marcinkiewicz-Grzesiak

Adwokat, Partner SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk

Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej i w prawie cywilnym. Posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu spraw sądowych – reprezentuje zarówno duże podmioty gospodarcze, jak i osoby fizyczne. Z sukcesem prowadzi sprawy dotyczące naruszenia dóbr osobistych i praw własności intelektualnej. Niezależnie od intensywnej pracy angażuje się w inicjatywy i sprawy ważne społecznie - pro bono. W swoim portfolio zawodowym ma obsługę podmiotów z szeroko pojętej branży kreatywnej, w szczególności agencji reklamowych, domów produkcyjnych i domów mediowych. W ramach specjalizacji prowadzi również bieżącą obsługę prawną producentów filmowych i telewizyjnych. W obszarze jej zainteresowań znajduje się także prawo mody, prawo ochrony konsumentów i zwalczania nieuczciwej konkurencji. Związana z działalnością samorządu adwokackiego – obecnie jest członkiem Komisji ds. etyki i tajemnicy adwokackiej.



Małgorzata Milczarek

Country P&O Head Sandoz Polska

Absolwentka Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu oraz prawa pracy na UAM w Poznaniu. Pasjonatka pracy z ludźmi, w szczególności z kultura organizacyjną, zaangażowaniem i efektywnością pracy. Z branżą farmaceutyczną związana od 5 lat, a wcześniej zdobywała doświadczenie w międzynarodowych firmach z branży FMCG. Prywatnie miłośniczka sztuki gotowania i ogrodnictwa oraz zaawansowany nurek głębinowy.





Milena Nosek

dietetyk kliniczny i psychodietetyk. Autorka książek o tematyce żywienia, wypowiedzi eksperckich w mediach, bloga, wykładowca

Jestem absolwentką dietetyki klinicznej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego. Z uwagi na moją pasję artystyczną, jaką jest taniec z zainteresowaniami człowiekiem, wybrałam połączenie tych dwóch kierunków i podjęłam próbę rozwoju szczególnie jako dietetyk tancerzy. Przez pięć lat moimi podopiecznymi byli uczniowie warszawskiej szkoły baletowej na Moliera. Od pięciu lat współpracuję w tym obszarze także z Polskim Baletem Narodowym. W roku 2020 została wydana moja książka pt. „Otyłość brzuszna”, wyd. M. Ponadto zajmuję się wspomaganiami żywieniowymi w różnych jednostkach chorobowych. Piszę o tym co tydzień w zakładce W GABINECIE. Prowadzę warsztaty żywieniowe oraz wykładam na uczelni wyższej. Idea mojej pracowni powstała między innymi dzięki jednostkom pragnącym obudzić w sobie prawdziwą świadomość żywienia. Jej założenie to kompleksowe podejście do organizmu człowieka ukierunkowane na edukację. Dotyczy ona nie tylko próby odnalezienia modelu żywienia odpowiedniego dla danego organizmu. Ale również umożliwienie zdobycia wiedzy i umiejętności w wielu obszarach zdrowego stylu życia. Jak to zrobić? I jak się tego nie bać?



Maria Parysz

światowa liderka w obszarze sztucznej inteligencji, założycielka firm AI w tym Elephant AI

Twórczyni i dyrektorka największej profesjonalnej społeczności ekspertów AI (Kaggle Days) zrzeszającej ponad 7 mln praktyków z całego świata. Maria stworzyła wiele innowacyjnych rozwiązań AI dla największych korporacji oraz instytucji rządowych na świecie. Aktywnie uczestniczy w rozwoju talentów AI głównie poprzez wsparcie mentorskie najzdolniejszych przedsiębiorczyń w USA, Kanadzie i EU w kreowaniu przełomowych startupów. Keynote i prelegentka wielu konferencji międzynarodowych z zakresu AI, min. Google Next w San Francisco, Gitex i AI Everything w Dubaju, i wielu innych konferencji AI w Londynie, Tokio, Paryżu i Pekinie. Współzałożycielka i CEO LogicAI, lidera branży AI; doktorantka AI w Dublinie; wykładowczyni na polskich i zagranicznych uniwersytetach





Marta Pokutycka-Mądrala

Dyrektorka Komunikacji Korporacyjnej Nationale-Nederlanden

Odpowiada za komunikację korporacyjną, komunikację wewnętrzną ukierunkowaną na budowanie doświadczeń pracowników, działania z zakresu budowania marki pracodawcy, CSR'u oraz Public Affairs. W swojej codziennej pracy stara się szukać synergii i patrzy na komunikację z perspektywy budowania doświadczeń klientów, ale przede wszystkim pracowników, którzy są najlepszymi ambasadorami firmy i marki. Dodatkowo pełni rolę Rzecznika Prasowego dla spółki ubezpieczeniowej i emerytalnej. Z wykształcenia Absolwentka Socjologii UW. Dodatkowo absolwentka MBA dla HR w Akademii Leona Koźmińskiego, jak również studiów podyplomowych z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, relacji inwestorskich i komunikacji finansowej oraz projektów społecznych. Jurorka konkursu Złote Spinacze – prestiżowego konkursu oceniającego projekty z zakresu PR, komunikacji oraz employer branding. Wykładowczyni London School of PR.



Amanda Postolska

CEO CancerFree sp. z o.o.

Absolwentka Dziennikarstwa na Akademii Finansów i Biznesu Vistula. Od 2015 związana z rynkiem nieruchomości. W latach 2015-2022 prowadziła liczne szkolenia sprzedażowe oraz gościnne wykłady na Uczelni Łazarskiego. Od 2023 roku jest Prezesem spółki CancerFree, która prowadzi platformę HealthGuard - miejscem dedykowanym profilaktyce onkologicznej.



Aleksandra Robaszewicz

Head of Corporate Communications and CSR Lidl Polska sp. z o. o.

Z Lidl Polska związana od 2013 r. Jako Head of Corporate Communications & CSR odpowiada za koordynowanie działań w obszarze komunikacji zewnętrznej, społecznej odpowiedzialności biznesu, komunikacji wewnętrznej oraz PA. Wcześniej zajmowała się działaniami PR, SoMe oraz szkoleniami dla jednostek sektora ochrony zdrowia. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu.



Piotr Ruszak

Chief Communication Officer PUBLICIS GROUPE POLAND





Justyna Smolińska

dziennikarka Puls Biznesu



Sebastian Stępak

CEO MSL

Posiada blisko 20 letnie doświadczenia w branży PR. Zawsze pracował po stronie agencyjnej. Od 2013 roku zarządzał Publicis Consultants. Pod koniec 2015 roku powrócił do MSLGROUP i objął stanowisko dyrektora zarządzającego. W 2020 roku został prezesem polskiego biura i szefem regionu CEE w MSL, największej agencji PR w Polsce i najsilniejszej sieci komunikacyjnej we wschodniej Europie. Stał na czele Związku Firm Public Relations, najstarszej organizacji zrzeszającej polskie agencje PR. Posiada jedno z ciekawszych spojrzeń na branżę PR. Zgromadził ogromną wiedzę na temat tego, jak działania komunikacyjne przekładają się na realizację wyników biznesowych. Specjalizuje się w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi, PR korporacyjnym oraz issue management. Był jurorem na wielu konkursach, m.in. Cannes Lions, SABRE, Young Creatives, Złote Spinacze, Clio Awards, Golden Drums, KTR i wielu innych. Prywatnie pasjonat zabytkowej motoryzacji i amatorskich wyścigów samochodowych. W wolnych chwilach studiuje zanikające rzemiosła, które pozwalają mu samodzielnie prowadzić większość prac przy jego kolekcji.



Grzegorz Szczepański

Chief Executive Officer, Hill+Knowlton Strategies, Prezes ICCO

Jeden z najbardziej doświadczonych praktyków PR w Europie związany z branżą od wczesnych lat 90-tych. Posiada unikalne doświadczenie pracy po obydwu stronach rynku, klienckiej i konsultingowej. Pełnił funkcje kierownicze w agencjach Burson-Marsteller (obecnie BCW) oraz BCA, której był twórcą i prezesem do momentu przejścia przez Edelman PR Worldwide. Do chwili powołania na stanowisko prezesa zarządu Hill+Knowlton Strategies był członkiem ścisłego kierownictwa kolejno Banku Pekao SA, Provident Polska i Grupy Żywiec, w których odpowiadał za pion PR i komunikacji. Inicjator i wieloletni prezes Związku Firm PR, członek polskiego Press Clubu i Rady Ekspertów THINKTHANK. Laureat nagród m.in.: Gwiazda PR i AD Wo/Man Press 2021, PRO PR Globe Award 2020. Od 2022 pełni funkcję Prezesa International Communications Consultancy Association, największej na świecie organizacji branżowej zrzeszającej ponad 3000 agencji PR z 81 krajów świata.





adw. Maciej Ślusarek

Adwokat, Partner Zarządzający SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk

Zawodowo zajmuje się głównie kwestiami związanymi ze branżami kreatywnymi – od filmu, muzyki, do wszystkich nowo powstających obszarów działalności twórczej. Drugi obszar zawodowy to postępowania sądowe – głównie sprawy precedensowe, a także liczne postępowania dotyczące ochrony renomy osób i korporacji. Ze względu na doświadczenie w tym obszarze często doradza w kwestiach dotyczących publicznego wizerunku i jego ochrony. Od początku pracy adwokackiej jest mocno związany z działalnością samorządu adwokackiego – przez kilka kadencji pełnił rolę sędziego dyscyplinarnego, obecnie jest członkiem Rady Adwokackiej. Pełni również funkcję Przewodniczącego Komisji ds. etyki i tajemnicy adwokackiej. Niezależnie od intensywnej pracy angażuje się w sprawy pro bono, za co otrzymał szereg wyróżnień i nagród. Ponadto, jest zaangażowany w powstawanie i pracę licznych organizacji pozarządowych. W ramach jednej z nich – stowarzyszenia Normalne Państwo – był twórcą największej społecznej kampanii antykorupcyjnej „Nie daję/nie biorę łapówek”, która została nagrodzona na forach polskich i zagranicznych. Współtwórca oraz arbiter Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych. Arbiter Sądu Arbitrażowego przy Konfederacji Lewiatan. Ekspert i komentator licznych publikacji na temat prawa w Polsce oraz prelegent na konferencjach prawno-biznesowych. Wielokrotnie rekomendowany przez renomowane międzynarodowe rankingi prawne – Chambers & Partners w dziedzinie technologii, mediów i telekomunikacji (TMT) oraz własności intelektualnej (IP) i Legal 500 – w dziedzinie TMT, IP oraz rozwiązywania sporów.



Maciej Tomaszewski

Rzecznik Prasowy, Head of PR & Communication STRABAG

Ekspert w zakresie budowy wizerunku, komunikacji oraz PR branży budowlanej. Posiada wieloletnie doświadczenie pełniąc obowiązki menadżera komunikacji biura zarządu firmy Siemens. Prowadził komunikację branży energetycznej oraz kreował politykę komunikacyjną projektu dostawy pociągów dla warszawskiego metra. Prasował jako ekspert ds. komunikacji w Biurze Prezesa Urzędu Transportu Kolejowego. Specjalista w zakresie budowy marki osobistej oraz komunikacji kryzysowej oraz wystąpień publicznych, Prelegent na konferencjach oraz organizator szkoleń i webinarów. Pasjonat nurkowania, autor przewodników nurkowych oraz wystaw fotografii podwodnej.



Nina Vincenz-Krajewska

Rzeczniczka Prasowa Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie

Od kilkunastu lat pracuje w obszarze Public Relations, komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, w spółkach branży technologicznej oraz finansowej. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego oraz studentka zarządzania na Akademii Obrony Narodowej. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz ekspertka kampanii #nieczekam107lat. Aktywnie działa na rzecz poszerzania specjalistycznej wiedzy studentów dziennikarstwa i PR.





Eliza Więclaw

Dyrektorka Departamentu PR Wonga

Od 2016 r. związana w Wonga. Odpowiada za przygotowywanie i wprowadzanie strategii PR, komunikację korporacyjną i wewnętrzną, employer branding, public affairs. Świat finansów i biznesu poznawała najpierw jako dziennikarka Rzeczpospolitej i Gazety Wyborczej, a od ponad 10 lat planuje i koordynuje działania komunikacyjne w firmach, Polskim Banku Przedsiębiorczości (obecnie Nest Bank), Polimex Mostostal.



dr Anna Wilińska-Zelek

adwokat, starszy prawnik, Menedżer Działu Prawa Gospodarczego Filipiak Babicz

Doktor nauk o mediach i komunikacji społecznej, adwokatka w kancelarii Filipiak Babicz Legal. Menadżerka Działu Prawa Gospodarczego, Liderka Praktyki "Ochrony Wizerunku i IP". Specjalistka z zakresu prawa mediów (w tym prawa reklamy) i własności intelektualnej. Brała aktywny udział w procesie konsultacji Rekomendacji Prezesa UOKiK dotyczących oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych jako przedstawiciel środowiska naukowego. Członkini Zarządu Polskiego Towarzystwa Naukowego Prawa Prasowego. Laureatka nagrody KRRiT im. Pawła Stęпки za najlepszą rozprawę doktorską z dziedziny mediów elektronicznych oraz nagród branżowych – „Adwokatka Roku 2022” (nagroda przyznawana przez Naczelną Radę Adwokacką) oraz „Rising Star – Prawnik Lider Jutra” (edycja 2022, nominacje w edycjach 2018 i 2020; nagroda przyznawana przez Wolters Kluwer).



Mikołaj Winkiel

Chief Evangelist Brand24

Profesjonalnie i hobbystycznie zajmuje się marketingiem, Internetem i mediami społecznościowymi, starając połączyć te tematy w jedność. Kilka lat w różnej wielkości agencjach marketingowych nauczyło go holistycznego podejścia do marketingu. Wykładowca akademicki. Od 2011 roku w Brand24 zajmuje się obsługą kluczowych klientów, marketingiem i „ewangelizacją” branży reklamowej.





Agata Wydmańska

Head of Marketing & Communications Central & Eastern Europe DHL Supply Chain

Dołączyła do DHL Supply Chain w listopadzie 2017 roku, obejmując stanowisko Marketing & Communication Manager Central & Eastern Europe. Jest odpowiedzialna za kształtowanie i koordynowanie działań marketingowych, public relations oraz employer branding w regionie Centralnej i Wschodniej Europy. Do jej obowiązków należy wdrażanie i realizowanie długofalowej strategii marketingu, utrzymywanie kontaktów z mediami, organizacja i koordynowanie przedsięwzięć promocyjnych oraz budowanie korzystnego wizerunku firmy na rynku. Aktywnie wspiera projekty z zakresu wdrażania nowych technologii oraz śledzi i promuje informacje dotyczące zachodzących przekształceń i najnowszych trendów, które mogą mieć wpływ na kształtowanie przyszłości logistyki.



Katarzyna Zabratańska

Menadżerka ds. Równości i Włączającej Kultury Organizacyjnej Grupa Żabka

Swoje doświadczenie zawodowe wykorzystuje od ponad 15 lat współpracując z organizacjami międzynarodowymi, biznesem, NGO i administracją publiczną, angażując się w tworzenie i wdrażanie standardów i polityk DEI. Certyfikowana trenerka praw człowieka i antydyskryminacyjna. Badaczka DEI i autorka ponad 50 artykułów i raportów poświęconych problemowi DEI, w szczególności praw kobiet, osób LGBTQ+, osób niesłyszących. Absolwentka Programu Przywództwa Kobiet w Biznesie Akademii Leona Koźmińskiego oraz Studiów Wielokulturowych. Z wykształcenia socjolożka, historyczka, kulturoznawczyni i animatorka kultury. Prywatnie buddystka, wegetarianka, kolarka, entuzjastka podróży, historii oraz kultury żydowskiej.



Iwona Zaczek

Senior PR Manager wefox Insurance, oddział w Polsce

Iwona Zaczek ma ponad dwudziestoletnie doświadczenie w obszarze komunikacji, public relations, public affairs oraz media relations. Obecnie jest Senior PR Managerem w firmie ubezpieczeniowej wefox, odpowiada za komunikację zewnętrzną i budowanie relacji z mediami. Wcześniej odpowiadała za kontakty z mediami TEDxWarsawWomen. Przez kilkanaście lat pracowała w korporacjach z branży FMCG. Zarówno w Coca-Cola, jak i Nestle odpowiadała za PR korporacyjny i produktowy. W obu instytucjach była rzecznikiem prasowym. Podczas ostatniej kampanii prezydenckiej była szefową biura prasowego Szymona Hołowni, a po wyborach została dyrektorką komunikacji ruchu Polska2050. Reprezentowała także Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów jako jego rzeczniczka prasowa. W swoim dorobku ma także pracę dla dwóch agencji PR, jak również budowanie marek znanych osobistości. Jest członkinią Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.





Marcel Zatoński

dziennikarz Puls Biznesu

W "Pulsie Biznesu" pracuję od wiosny 2011 r. Od samego początku pisałem o sieciach spożywczych i producentach papierosów (ale nie alkoholu!), a z biegiem lat w obszarze moich zainteresowań znalazł się też m.in. rynek telekomunikacyjny i pocztowy. Najchętniej piszę jednak o firmach na skraju upadłości, niezależnie od branży. Po godzinach lekturę bilansów spółek zamieniam na lekturę bilansów drużyn NBA i nudnych powieści, z naciskiem na literaturę obozową, z przyjemnością podyskutuję też z Tobą o wyższości gangsterskiego rapu nad każdym innym gatunkiem muzycznym.



Agata Zeman

Managing Director 24/7Communication



KONTAKT



MIEJSCE

Opiekun merytoryczny



Magdalena Marczak
Project Manager

695 370 210

m.marczak@pb.pl

Współpraca



Joanna Czyczuk-Oziębło
Marketing Manager - Team
Leader

600 013 351

j.czyczuk@pb.pl

Airport Hotel Okęcie

ul. Komitetu Obrony
Robotników 24
Warszawa



Patron



Polskie
Stowarzyszenie
Public
Relations



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(23172)

Formularz rejestracji: 19. Kongres Public Relations i Komunikacji

Cena

19. Kongres Public Relations i Komunikacji

24 - 25 października 2023, Warszawa

2895 zł netto od 2023-10-07 do 2023-10-25

Kod promocyjny

Osoba zgłaszająca

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

Dane do faktury

firma

osoba fizyczna

Państwo

NIP

Nazwa/Imię i nazwisko

Miejscowość

Ulica i numer

Kod pocztowy

- Potwierdzam, że zapoznałam/em się z [Regulaminem](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/Regulamin_konf_platne_10_07_23.pdf) wydarzenia i akceptuję jego treść.
- Chcę wiedzieć pierwszy i otrzymywać Newsletter Konferencje "PB" od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) na zasadach określonych w „Regulaminie serwisów internetowych Bonnier Business Polska”.
- Chcę być na bieżąco! Zgadzam się na otrzymywanie od wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) e-maili z informacjami o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.
- Chcę wiedzieć więcej! Zgadzam się, by dzwonił do mnie przedstawiciel wydawcy „Pulsu Biznesu” (Bonnier Business Polska) i informował mnie o promocjach i ciekawych ofertach jego produktów i usług.

Administratorem danych osobowych jest Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Dane są przetwarzane w celu organizacji konferencji oraz w celach marketingowych na podstawie odrębnie udzielonych zgód, które mogą zostać odwołane w każdej chwili. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych znajduje się w Klauzuli Informacyjnej RODO [Zobacz więcej](https://apps.bonnier.pl/regulaminy/pdf/RODO_klauzula_informacyjna_konferencje.pdf)

Piecątka i podpis



22 333 97 77



konferencje@pb.pl

(23172)

Formularz rejestracji: 19. Kongres Public Relations i Komunikacji

Podaj e-maile i telefony osób, które będą uczestniczyć w konferencji. Zgłoszone przez Ciebie osoby otrzymają od nas e-mail z prośbą o potwierdzenie swoich danych, akceptację regulaminu oraz wyrażenie stosownych zgód. Potwierdzenie danych przez te osoby oraz akceptacja regulaminu są niezbędne do wzięcia udziału w konferencji.

Podane dane kontaktowe będą nam służyć także do przekazania informacji o ewentualnych zmianach czy przesłania materiałów szkoleniowych z wydarzenia.

1. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon

2. Dane uczestnika

Imię

Nazwisko

Stanowisko

Dział

pole opcjonalne

E-mail

Telefon



19. Kongres Public Relations i Komunikacji

Regulamin uczestnictwa w konferencjach, warsztatach, szkoleniach płatnych organizowanych przez Bonnier Business Polska Sp. z o.o.

1. Organizatorem warsztatów/konferencji/szkoleń płatnych („**Wydarzenia**”) jest Bonnier Business (Polska) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kijowska 1, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000024847, NIP: 113-01-55-210, wysokość kapitału zakładowego: 2 000 000,00 PLN („**Organizator**”).
2. Wynagrodzenie należne Organizatorowi za udział jednej osoby w Wydarzeniu („**Cena**”) określane są każdorazowo na dedykowanej stronie Wydarzenia („**Strona Wydarzenia**”) w informacjach ogólnych dotyczących Wydarzenia lub innej sekcji wg wyboru Organizatora. Cena obejmuje prelekcje, materiały szkoleniowe, a w przypadku konferencji stacjonarnych także przerwy kawowe, lunch. Wszelkie inne koszty niewskazane przez Organizatora (np. koszty przejazdu, zakwaterowania) uczestnik Wydarzenia pokrywa we własnym zakresie. W przypadku Wydarzeń organizowanych z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej cena obejmuje wyłącznie prelekcje oraz materiały szkoleniowe. Płatności należy dokonywać na rachunek bankowy Organizatora wskazany każdorazowo na Stronie Wydarzenia z uwzględnieniem informacji wskazanych przez Organizatora na fakturze pro forma lub na fakturze VAT.
3. Wypełnienie elektronicznego formularza zgłoszeniowego udostępnionego przez Organizatora i zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia (tj. www.konferencje.pb.pl lub innej wskazanej przez Organizatora) („**Zgłoszenie**”) i zatwierdzenie Zgłoszenia poprzez aktywowanie dedykowanego przycisku „Zarejestruj z obowiązkiem zapłaty” lub pobranie, wypełnienie i odesłanie podpisanego przez osoby uprawnione (w formie papierowej lub skanem na adres e-mail Organizatora) formularza w formacie .pdf zamieszczonego na stronie internetowej Wydarzenia, jest równoznaczne z zawarciem z Organizatorem przez podmiot wskazany w Zgłoszeniu jako podmiot zgłaszający umowy, której przedmiotem jest umożliwienie osobom wskazanym w Zgłoszeniu uczestnictwa w Wydarzeniu. Na podstawie Zgłoszenia Organizator wystawia i przesyła na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu fakturę pro forma płatną w terminie siedmiu (7) dni od daty Zgłoszenia.
4. Biorąc pod uwagę fakt, że Zgłoszenie dokonywane może być przez osobę fizyczną działającą w imieniu i na rzecz innych osób, osoba zgłaszająca zobowiązana jest w trakcie dokonywania Zgłoszenia do potwierdzenia stosownego upoważnienia. W przeciwnym wypadku Organizator zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zgłoszenia.
5. Osoba dokonująca Zgłoszenia ponosi odpowiedzialność za oświadczenia składane w trakcie realizacji procedury Zgłoszenia. Szczegółowe warunki Zgłoszenia, sposób postępowania w trakcie i po dokonaniu Zgłoszenia oraz zakres wymaganych oświadczeń osoby zgłaszającej oraz osób zgłaszanych Organizator określa w interaktywnym formularzu Zgłoszenia zamieszczonym na Stronie Wydarzenia.
6. O rezygnacji z udziału w Wydarzeniu należy poinformować Organizatora przesyłając taką informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl.
7. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu nie później niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony opłatą w wysokości stanowiącej równowartość 30% Ceny. Niniejsze postanowienie nie ma zastosowania w przypadku dokonania Zgłoszenia w terminie późniejszym niż na dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia.
8. W przypadku rezygnacji z uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie krótszym niż dwadzieścia jeden (21) dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Wydarzenia, podmiot zgłaszający zostanie obciążony pełną Ceną.
9. Nieodwołanie Zgłoszenia lub niewzięcie udziału w Wydarzeniu nie zwalnia podmiotu zgłaszającego z obowiązku zapłaty Ceny.
10. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu w terminie wskazanym w pkt 4 powyżej nie jest jednoznaczne z rezygnacją z uczestnictwa w Wydarzeniu. Niedokonanie wpłaty kosztów uczestnictwa w Wydarzeniu nie wyłącza prawa do stosowania przez Organizatora uprawnień z pkt 9 i 10 Regulaminu.
11. Organizator dopuszcza by zamiast osoby wskazanej w Zgłoszeniu, w Wydarzeniu wzięła udział inna osoba wskazana przez podmiot zgłaszający. O zmianie, podmiot zgłaszający informuje Organizatora przesyłając stosowną informację na adres poczty elektronicznej Organizatora: konferencje@pb.pl nie później niż w dniu poprzedzającym dzień rozpoczęcia Wydarzenia.
12. Organizator zastrzega sobie prawo do zmian programu Wydarzenia, w szczególności polegającej na zmianie godziny danego wystąpienia, zmianie osoby prowadzącej lub zmiany lokalizacji Wydarzenia, jak również do odwołania Wydarzenia.
13. W przypadku odwołania Wydarzenia uiszczona Cena lub jej część zostaną zwrócone lub – za zgodą podmiotu zgłaszającego – przeznaczone na pokrycie kosztów uczestnictwa winnym Wydarzeniu.
14. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany terminu Wydarzenia. W przypadku braku akceptacji nowej daty Wydarzenia, podmiotowi zgłaszającemu, który opłacił Cenę, Organizator zwraca Cenę w pełnej wysokości.
15. Wszystkie materiały przekazane uczestnikowi w związku z Wydarzeniem („**Materiały**”) stanowią własność Organizatora (lub podmiotów współpracujących z Organizatorem) i w związku z tym przeznaczone są wyłącznie do użytku osobistego uczestnika Wydarzenia.
16. Zabronione jest zwielokrotnianie Materiałów, wprowadzanie ich do obrotu, rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób, użyczenie, wyświetlenie, publiczne udostępnienie Materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym oraz jakiegokolwiek inne wykorzystanie sprzeczne z celem lub zakresem wskazanym w ust. 17 Regulaminu.
17. Zgłaszający zobowiązany jest poinformować uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu, że Organizator może utrwalać przebieg Wydarzenia -w celu informacyjnym -za pomocą urządzeń rejestrujących dźwięk lub obraz. Brak zgody uczestnika zgłaszanego do wzięcia udziału w Wydarzeniu na powyższe czynności wyklucza możliwość wzięcia udziału w Wydarzeniu. Organizator może zamieścić utrwalone nagranie w wybranym przez siebie medium z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa dotyczących ochrony dóbr osobistych, w tym danych osobowych.
18. Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z udzieleniem Organizatorowi upoważnienia do wystawienia faktury VAT bez podpisu przez osobę zgłaszającą lub podmiot w imieniu którego osoba zgłaszająca działa.
19. Organizator udziela osobie dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnikowi Wydarzenia rabatu w wysokości co najmniej 5% na rejestrację na organizowane, w ciągu roku od daty Wydarzenia, jego kolejne edycje lub konferencje, warsztaty, szkolenia płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Celem skorzystania z rabatu uprawniony wprowadza przekazany przez Organizatora kod rabatowy podczas rejestracji. Rabat naliczy się automatycznie. Kod rabatowy będzie przesyłany przez Organizatora – na adres e-mail osoby dokonującej Zgłoszenia oraz uczestnika Wydarzenia podany w formularzu rejestracyjnym na Wydarzenie – w zaproszeniu na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Kod rabatowy jest aktywny do upływu wskazanego terminu rejestracji na kolejną edycję Wydarzenia lub konferencję, warsztat, szkolenie płatne związane tematycznie z Wydarzeniem. Rabat dotyczy każdego uczestnika zgłaszanego przez osobę uprawnioną do rabatu. Rabat łączy się z innymi rabatami, chyba że Organizator postanowi inaczej, o czym uprawniony zostanie poinformowany w zaproszeniu.



19. Kongres Public Relations i Komunikacji

20. Jeśli osoba dokonująca rejestracji wyraża bądź utrzymuje wyrażone uprzednio zgody marketingowe na kontakt e-mailowy oraz telefoniczny otrzymuje 5% stałego rabatu na dokonywane przez siebie rejestracje na płatne Wydarzenia organizowane przez Organizatora i ogłaszane (oferowane) poprzez dedykowany Wydarzeniom serwis internetowy działający pod adresem: www.konferencje.pb.pl (do momentu wycofania zgód lub jednej ze zgód). Rabat ten łączy się z innymi. Weryfikacja następuje w czasie rzeczywistym na podstawie podanego w Zgłoszeniu adresu e-mail osoby zgłaszającej. Rabat naliczany jest automatycznie. Prawo do rabatu przysługuje wyłącznie osobie dokonującej rejestracji (dokonującej Zgłoszenia) i dotyczy danego Zgłoszenia bez względu na liczbę uczestników rejestrowanych przez osobę dokonującą rejestracji i uprawnioną do otrzymania rabatu.
21. Uczestnictwo w Wydarzeniu odbywającym się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej wymaga dysponowania przez uczestnika Wydarzenia systemem teleinformatycznym spełniającym następujące minimalne wymagania techniczne:
- 21.1.1 dostęp do Internetu,
 - 21.1.2 urządzenie końcowe,
 - 21.1.3 zastosowanie w niektórych przypadkach oprogramowania umożliwiającego odczytywanie plików w różnych formatach (m.in. graficznych, dźwiękowych, multimedialnych, tekstowych, video itp.).
22. O ile jest to niezbędne ze względu na charakter Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, Organizator w procesie Zgłoszenia przekazuje informację o ewentualnych dodatkowych wymaganiach technicznych niezbędnych do wzięcia udziału w Wydarzeniu
23. Organizator Wydarzenia odbywającego się z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej nie ponosi odpowiedzialności za:
- 23.1.1 problemy telekomunikacyjne wywołane działaniami lub zaniechaniami osób trzecich,
 - 23.1.2 niedziałanie albo wadliwe działanie wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia oprogramowania firm trzecich, w tym działanie wirusów komputerowych,
 - 23.1.3 niewłaściwą konfigurację sprzętu wykorzystywanego przez uczestnika Wydarzenia w celu wzięcia udziału w Wydarzeniu,
 - 23.1.4 wady sprzętu komputerowego uczestnika Wydarzenia,
 - 23.1.5 brak lub przerwy w dostępie do Internetu po stronie uczestnika Wydarzenia
 - 23.1.6 nieprawidłową obsługę aplikacji przez uczestnika Wydarzenia,
 - 23.1.7 innymi okoliczności uniemożliwiającej lub utrudniającej uczestnictwo w Wydarzeniu niespowodowane działaniami lub zaniechaniami Organizatora.
24. W przypadku Wydarzeń stacjonarnych, w sytuacji wprowadzenia, aktami władzy państwowej lub lokalnej na terenie kraju lub jego części, ograniczeń, a także wytycznych właściwych służb, instytucji oraz innych podmiotów realizujących ustawowe obowiązki, które wpływałyby na sposób organizacji Wydarzenia, Organizator zastrzega możliwość wprowadzenia dodatkowych wymagań dla uczestników Wydarzenia celem zapewnienia ochrony ich zdrowia i bezpieczeństwa. Organizator powiadomi uczestników Wydarzenia, na adres e-mail podany w zgłoszeniu rejestracyjnym, o dodatkowych wymogach uczestnictwa oraz konieczności potwierdzenia ich akceptacji w terminie wskazanym w przesłanej wiadomości. Organizator zastrzega sobie prawo odmowy dopuszczenia do uczestnictwa w Wydarzeniu osób, które nie wyrażą zgody na przestrzeganie wymogów, o których mowa w zdaniu poprzednim.
25. Osoba dokonująca Zgłoszenia podejmując czynności w celu dokonania Zgłoszenia potwierdza, że dane zgłaszanego uczestnika są prawdziwe, a osoba zgłaszana do wzięcia udziału w Wydarzeniu wyraziła zgodę na dokonanie Zgłoszenia z uwzględnieniem jej danych osobowych. Po dokonaniu zgłoszenia osoba, której dane w nim wskazano, zostanie poinformowana o tym kto dokonał Zgłoszenia oraz jakie dane zostały wskazane z prośbą o ich potwierdzenie.
26. Niniejszy regulamin obowiązuje od chwili jego opublikowania na Stronie Wydarzenia. Organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany, z zastrzeżeniem że dokonane zmiany obowiązują od chwili ich przekazania do publicznej wiadomości.

