



## PR. WORLD

• Dezinformacije koje se velikom brzinom šire putem Interneta mnogim kompanijama mogu u roku od jednog sata da donesu gubitak reputacije ili nepopravljivu finansijsku štetu. U svetu postaju sve popularnije agencije koje se bave tzv. Internet monitoringom. *E-watch* je specijalizovana agencija koja poput klasične press kliping agencije za potrebe klijenata prati dešavanja na Internetu. Ako već ima takvih kod nas, neka nam se jave, pišaćemo i o njima.



• Autori fantomskih sajtova i pričaonica koji podržavaju uzgajanje genetski modifikovane hrane su koje rade za interese svojih klijenata, piše *Guardian*. Agencija *Bivings Group* otvorila je nekoliko sajtova i osnovala lažni naučni institut pod nazivom Centar za hranu i istraživanja u agrokulturi. Ova agencija osnovala je i interesnu grupu pod imenom Savez za ekološku tehnologiju.

• Mc Donalds je oficijalni sponzor engleskog fudbalskog tima, na evropskom šampionatu u fudbalu. U cilju promovisanja sporta i zdravog načina života, ova kompanija će platiti put na Euro 2004. fudbalskom timu sastavljenom od predstavnika engleskog parlamenta i pojedinih ministara, koji se u slobodno vreme bave fudbalom. Poslanik iz Šefilda kaže da su veoma ponosni na saradnju sa poznatim lancem brze hrane, jer su u brojnim zajedničkim akcijama sakupljali novac u dobrotvorne svrhe.

• Moderne javne uprave koriste moderne tehnologije. SMS poruke olakšavaju komunikaciju između državnih organa i građana. U Švedskoj, gde 88 odsto populacije koristi mobilnu telefoniju. Mnoge državne institucije poput poreske uprave komuniciraju putem SMS-a i pune mailbox - ove poreskim obveznicima. Ove godine je preko 90 000 Švedjana platilo porez koristeći svoj mobilni telefon. Putem SMS poruke vozači kamiona mogu da prijave robu koju voze preko granice i tako spreče zadržavanje na carini. I kod nas ima dobrih primera. Pored plaćanja parkinga SMS porukama koje je uveo beogradski Parking servis, domaći mobilni operateri najavljuju plaćanje više vrsta usluga preko mobilnog telefona, poput računa Infostana i kupovine karata u gradskom saobraćaju.

• Pred Dan očeva u Americi, globalna komunikaciona agencija *Euro RSCG Worldwide* uradila je on-line istraživanje, koje pokazuje nove podatke o američkim muškarcima koji se mogu upotrebiti u marketinške svrhe. Podaci pokazuju da oni očekuju finansijsku potporu od svojih žena i da im više ne dozvoljavaju da budu samo domaćice. 38 procenata očeva ne smatra da šoping nije zabavan, ali većinu njih kupovina hrane opušta. Čak 82 odsto očeva je svesno trenda zdrave ishrane



Mur – pobednik u Kanu

• U pokušaju da diskredituju film *Majkla Mura Fahrenheit 9/11* Bušovi republikanci su unajmili PR firmu *Russo Marsh & Rogers*, kako bi napravila sajt koji će napadati slavnog reditelja, u okviru kampanje koja bi trebalo da ograniči uticaj filma tokom priprema za izbore. Naziv sajta je *MoveAmericaForward.com*, a detektivskim radom utvrđeno je da je sajt registrovan na ime spomenute PR agencije. Dok kampanja diskreditacije Mura nastoji da privoli i vlasnike bioskopa da ne puštaju ovaj film, u međuvremenu je Mur angažovao političke stratege demokrata da razrade

• Rupert Merdok osvaja sve medije Zbog zahteva oglašivača, *Fox News* je redizajnirao svoj postojeći sajt. Ova medijska kuća želi da postane konkurentna i na online news prostoru na Internetu. Broj marketing menadžera je udvostručen, a u Foxu očekuju da se udvostruči i prihod. od reklama.

• Outdoor PR kampanja na gradilištu novog super marketa *Wall Mart* koju su platili građani *Bridžporta* u Vašingtonu na kome piše "Don't Wall-Mart Bridgeport-Not here!" uklonjen je posle samo tri dana. Agencija koja je vlasnik bilborda, obrazložila je ovu odluku time da ona narušava prava vlasnika zemljišta na kome se nalazi, što je, kako kažu, protivno njihovoj politici. U zamenu je ponudjena druga lokacija, koju građani nisu prihvatili jer njihova poruka protiv izgradnje novog supermarketa ne bi više imala efekta.

• Izvršni direktor fudbalskog kluba *Chealsea*, Piter Kenjon planira da od Kluba napravi svetski brend, koji će po popularnosti u Aziji konkurisati *Manchester United* - u. Glavna meta popularisanja Kluba biće Kina. Inače, na dalekom istoku *Manchester* već ima oko 53 miliona fanova.

## PR. REGION

• U Pragu će se od 24. do 25. juna, pod pokroviteljstvom Instituta za odnose s javnošću i agencijom *Pinnacle PR*, održati konferencija pod nazivom "Komuniciranje u Evropskoj Uniji". PR profesionalci moći će da čuju od novinara iz zemalja Zapadne Evrope na koji način će oni pokrivati dešavanja u novim članicama EU. O PR sceni u Istočnoj Evropi, lobiranju u Briselu, uticaju nevladinih organizacija kao i o kreiranju korporativno društvenih programa govoriće stručnjaci *IPRA*. Organizatori najavljuju i veliki broj privrednika iz zemalja koje su se nedavno pridružile EU, a koji su svoje proizvode već plasirali na evropsko tržište. Cena konferencije sa smeštajem u hotelu iznosi 559 evra.

• U okviru Poslovne škole za PR i agencije *PRA* nedavno je pokrenut i **PR club** koji okuplja profesionalce iz branše. Okupljanje stručnjaka je dobar način za razmenu informacija i druženja van redovnih poslovnih aktivnosti. PR menadžeri okupiće se petak 18. juna u kafu *Tema*.



• U okviru studentske PR organizacije – *CERP*, u Sant Petersburgu će se od 29. juna do 4. jula održati *Letnji međunarodni kongres o upravljanju kriznim situacijama u Rusiji* i izgradnji imidža zemlje. Studenti iz zemalja širom Evrope pokušaću da odgovore na pitanja kao što su: kako sačuvati imidž zemlje u ključnim situacijama, poput nesreće podmornice *Kursk* i može li se pozitivni imidž zemlje kreirati u takvim situacijama?

• Nedavno je jedna PR agencija, koju iz kolegijalnih razloga nećemo imenovati, pokušala da podmiti novinarku podgoričkih *Vijesti*, nudeći joj novac da bi za njihovog klijenta objavila seriju tekstova o Hotelsko - turističkom preduzeću, *Budvanska rivijera*, pišu *Vijesti*. Novinarka je o svemu obavestila redakciju, a podgorički list razmatra mogućnost podnošenja tužbe protiv agencije koja je bila spremna da za tekstove plati sumu od četiri redovne novinarske plate.

**Odnosi s javnošću**

Autor: Prof. dr Milivoje Pavlović, Megatrend univerzitet primenjenih nauka

• Knjiga **Odnosi s javnošću** dobila je nagradu Udruženja novinara Srbije za 2003 god. i korisiti se kao udžbenik na BK univerzitetu i na Akademiji lepih umetnosti. Kroz brojne primere iz privrednog i političkog života, Profesor Pavlović obradjuje tematske celine kao što su: strategija odnosa s javnošću, korporativni identitet, odnosi s medijima i etika u PR-u. Čitaoci u prilogu mogu pročitati neke od evropskih kodeksa profesionalnog ponašanja i standarda kao što su: Lisabonski kodeks, Kodeks PR društva Amerike, Medjunarodni kodeks o oglašavanju, kao i domaće novinarske kodekse. "Pošto su praktičari odnosa s javnošću skoro svakodnevno u situacijama koje dodiruju onu tanku liniju koja deli dozvoljeno od nedozvoljenog, moralno od neetičkog, autor izostrava kritički stav prema mnogobrojnim vidovima izvitoperenja istine i manipulisanja javnim mnjenjem, zalažući se za odgovorno korišćenje naraslih potencijala medija i inosferu po meri slobodnih ljudi", kaže u recenziji prof dr Vladimir Prvulović. Autor knjige je vanredni profesor Fakulteta za poslovne studije Megatrend. Predaje odnose s javnošću i Poslovnu korespondenciju i šef je Katedre za komunikaciju i marketing.

**LEKCIJA ZVANA ŽELE BOMBONE**

• Jedna od anegdota u vezi sa nedavno preminulim američkim predsednikom Ronaldom Reganom može biti veoma poučna. U pitanju je stvaranje brenda od kompanije za proizvodnju žele bombona *Jelly Belly*. Kao guverner Kalifornije Regan je pokušavao da se odvikne od pušenja tako što je jeo žele bombone. Iz kompanije Jelly Belly poslali su mu par kesica bombona na probu. Guverner je bio oduševljen, a u kompaniji su to shvatili kao mogućnost koju treba marketinški iskoristiti. Kada se Regan kandidovao za predsednika počeli su da proizvode plave bombone koje bi mogle da se kombinuju sa belim i crvenim. Tako su rodjene *blueberry beans*. U saradnji sa Reganom, napravili su male pakete koje je delio posetiocima Ovalne sobe. Za njegovu inauguraciju proizveli su 6 tona bombona koje su delili. Kreirali su i Reganov lik od bombona. I naravno brinuli su se o tome da svaka akcija bude medijski dobro praćena. Možete pretpostaviti kako je medijski iskorišćeno Reganovo pismo predsedniku kompanije, da jedva može i da započne sastanak ili donese odluku, a da ne prodje pored činije sa ovim bombonama. Danas kompanija Jelly Belly ne stiže da proizvede onoliko robe koliko može da proda. Koju lekciju možemo da izvučemo iz ove priče? Ne plašite se da vaš proizvod povežete sa nekom slavnom osobom koja je koristi. Uz dobru koordinaciju, javne ličnosti imaju veoma veliki uticaj na prodaju. Na primer, Opra Vinfri je upravo spomenula u svojoj emisiji da nikada nije bila u *Home Depot* radnji. Šta biste vi uradili da ste na mestu direktora za komunikacije i marketinga ove kompanije.?



Reganov Jelly Belly portret

**Seminari**

- **London, 29. jun 2004. Haymarket Confrences**  
Tema: Student marketing, cena: £575+VAT
- **London, Kensington Town Hall, Dvodnevna PR konferencija**  
Učestvuju: Michel Bland, Andy Green, Mark Borkowski i dr.  
Cena po danu: £220+VAT
- **Portorož, hotel Metropol, 24 i 25 septembar 2004.**  
**Medjunarodna konferencija o komuniciranju u praksi**  
Prijave na ([www.portoroz-conference.com](http://www.portoroz-conference.com))
- **PR NEWS** virtualni seminari ([www.prmarketing.com](http://www.prmarketing.com))

**• PR. HIGHLIGHTS**

Neki su rodjeni kao genijalci, neki genijalnost dostignu, a neki unajme PR profesionalce.  
*Daniel J. Boorstin*

Specijalisti za PR prave takve cvetne aranžmane tako da uvele lattice sakriju iza lepo procvalog cveća.  
*Alan Harrington*

Da li biste voleli da budete stalni saradnici PR NEWSLETTER-a? Javljajte se ! Pišite nam! Snabdevajte nas Vašim novostima!  
Pošaljite nam informacije o svim zanimljivim akcijama koje radite!

**PR NEWS HEADHUNT: besplatno oglasite slobodna radna mesta!**

Bovan Communications  
Newsletter priprema: Maja Vlahović  
Urednik: Ana B. Bovan  
**PR NEWS TEAM**  
Bovan Communications  
[prnews@bovan.co.yu](mailto:prnews@bovan.co.yu)



**Vibilia**

**ekonomist**



PR NEWS PRIJATELJI: