

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Podobně jako mají USA systém satelitní navigace GPS, dokončuje i EU vlastní systém satelitní navigace Galileo. Zatímco o jeho technické vybudování (vypouštění a řízení satelitů na oběžné dráze) se stará Evropská kosmická agentura, využití Galilea koncovými uživateli má na starosti do nedávna málo známá evropská agentura GSA (Agentura evropského GNSS – globálního navigačního satelitního systému). Tato agentura byla založena v roce 2004 jako oficiální agentura EU a zaměřuje se na poskytování „satelitních“ služeb obyvatelům celého světa. V roce 2012 se sídlo GSA přestěhovalo z Bruselu do Prahy. Agentura je tak jedinou bruselskou institucí se sídlem v Praze. Přesto její poslání a činnost byly až do loňského roku pro širokou veřejnost v České republice prakticky neznámé. Cíli komunikačního projektu bylo především zvýšit povědomí veřejnosti v Praze a České republice o existenci agentury GSA, její „viditelnost“ a zvýšit povědomí veřejnosti o roli GSA v projektech Egnos a Galileo. Primární cílovou skupinou byly především děti a mládež mezi 7 a 16 lety a jejich rodiče.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

I když téma satelitní navigace proniká do dennodenního života laiků a stále více se o něj zajímají odborníci, představit pro veřejnost zajímavě, co administrativní „úřad“ GSA v pražských Holešovicích dělá, bylo mimořádnou výzvou: samotné sídlo je administrativní budova. Komunikace oficiální agentury EU vyžaduje též mimořádnou preciznost a formulační zdatnost a znalost problematiky. Politická citlivost tématu a nutnost vyvážit zájmy a stanoviska všech zainteresovaných stran a zároveň nutnost zaujmout byly další komunikační rizika.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Mediální analýza českých médií a krátké anketní šetření mezi vybranými novináři a veřejností. Tyto ankety potvrdily předpoklad o nízkém povědomí o existenci a činnosti GSA mezi odbornou a laickou veřejností. Dále byla provedena studie Impact of GSA HQ in Prague on the Czech economy.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Dny otevřených dveří GSA 9. a 10. října 2015 s cílovou návštěvností 350 žáků a studentů a cca 700 lidí z řad široké veřejnosti, atraktivní programem přímo v sídle GSA. Přednášky a prezentace, výstavy o projektu Galileo, soutěže a hry, výstava fotografií Ženy ve vesmíru a festival klasických českých filmů s vesmírnou tematikou. Tvorba sloganu (Praha – srdce navigace), vizuál kampaně (viz příloha), nákup médií (plakátovací kampaň, kampaň v dopravních prostředcích a direct marketing obyvatelům lokality) a vztahy s médii. Intenzivní komunikační kampaň (na webu, v digitálních médiích i v rozhlasu a televizi). Zaměřili jsme se na pražské základní a střední školy a pražskou a středočeskou veřejnost, která má sídlo GSA v pohodlné dojezdové vzdálenosti.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Pozvánka (září a říjen 2015): Plakátovací kampaň v Praze, 60.000 letáků do schránek domácností v Holešovicích a okolí, reklamní kampaň v pražském metru a tramvajích (300 ks), media relations a direct mail do všech pražských základních a středních škol (cca 600 pozvánek). Registrace škol přes webový formulář, pro každou školní skupinu komentovaná prohlídka. Tisková konference a zahajovací ceremonie (8. října 2015). Recepce pro zástupce ministerstev, spolupracujících úřadů a odborné veřejnosti. Slavnosti přestřižení pásky – oficiální zahájení Dne otevřených dveří. Atraktivní program. Páteční dopoledne věnované školním exkurzím, odpoledne a sobota široké veřejnosti. Interaktivní výstava - dotykové obrazovky, družicový simulátor, soutěže a atrakce pro děti, série přednášek a seminářů pro děti i dospělé, a setkání s lidmi, kteří stojí za projektem Galileo. Filmový festival české sci-fi klasiky (Ikarié X-B1, Baron Prášil, Na kometě, Srdečný pozdrav ze zeměkoule), výstava fotografií Ženy ve vesmíru, soutěž pro malé výtvarníky, kolo štěstí a vypouštění bublinkového satelitu. Media relations. Tisková konference a přímé přenosy ze sídla GSA v České televizi a TV Nova. Intenzivní vztahy s médii. Vlastní fotografie.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Široké mediální pokrytí, přímé přenosy v České televizi (Studio 6 a dopolední vysílání ČT24), spoty v hlavních zpravodajských relacích České televize a TV Nova a v Českém rozhlase + cca 30 dalších výstupů. Čtyřdílný speciál na stránkách [www.vesmir.cz](http://vesmir.cz) (<http://vesmir.cz/author/gsa/>). Návštěvnost 500 žáků a studentů, dalších cca 500 zájemců bylo nutné z kapacitních důvodů přeložit na jiný termín, celkem 2000 návštěvníků. Cíl návštěvnosti překonán dvojnásobně. Videá a fotografie zde: <https://hkstrategies.egnyte.com/fl/aCOKWnZJjn>

Přílohy:

[Příloha 1](#)