

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Americká společnost Air Products, která se zabývá výrobou technických plynů, patří k nejvýznamnějším zaměstnavatelům v ústeckém kraji. Přestože má sídlo v Děčíně a zaměstnává téměř dvě stovky pracovníků, povědomí o značce Air Products nebylo v kraji příliš vysoké. Základním cílem dvouletého projektu bylo dlouhodobě budovat dobré vztahy s komunitou, přispět k prosperitě a dobrému životu veřejnosti v Severočeském kraji a dlouhodobě severočeské veřejnosti umožnit, podílet se na úspěchu firmy Air Products společnosti. Projekt je vynikajícím příkladem dobře vybraných a skvěle komunikovaných CSR aktivit na lokální a regionální úrovni.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Sociálně zaměřených projektů je v Ústeckém kraji velké množství a není snadné najít takový příběh, který by úspěšně překonal práh pozornosti médií. Angažovanost Air Products v rizikových oblastech po celém světě, negativní události spojené se značkou (např. tragédie ve francouzském L'Isle-d'Abeau), práce s technickými plyny, mohou být veřejností v lokalitě působení vnímány jako riziko.

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

Anketa mezi lokálními novináři, který se zabýval jejich zájmem o společensko-odpovědná témata a informace, které o zpráv tohoto typu požadují. Zároveň jsme provedli detailní analýzu regionálních, lokálních a městských médií v Ústeckém kraji.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Identifikace sociálně citlivých témat v Ústeckém regionu. Podpora sociálních a veřejně prospěšných projektů ve spolupráci s Ústeckou komunitní nadací a následná medializaci projektů. Zviditelnění značky Air Products ve spojení s Ústeckou komunitní nadací. Mezi vybrané projekty (celkem jich bylo 12 v průběhu dvou let) patřily aktivity školních kroužků, fotbalového klubu v Litvínově, začleňování Romů mezi místní komunitu v Boleticích, podpora turistického spolku ve Šluknově a další.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Kampaň jsme rozdělili do dvou fází. V přípravné konzultanti ve spolupráci s Air Products a Ústeckou komunitní nadací vybrali vhodné projekty pro spolupráci a podporu. Ve druhé fázi konzultanti připravili ke každému projektu tiskovou zprávu, kterou vytvořili společně s projektovými manažery Ústecké komunitní nadace a občanských spolků. Zároveň připravili s profesionálním fotografem seriál reportážních fotografií. Ve třetí fázi jsme se zaměřili na komunikaci s jednotlivými regionálními médii. Individuální přístup a tvorba materiálů na míru umožnila, že všechny projekty byly medializovány a byl jim věnován relevantní prostor v regionálních médiích.

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

Díky intenzivnímu řízení vztahů s novináři jsme získali celkem přes 50 výstupů v médiích o celkem 12 CSR projektech: především v regionálních médiích jako je 5+2 nebo Deník nebo v regionálních televizích, s celkovou OTS cca 1,3 milionu. Společnost Air Products byla ve všech textech hodnocena pozitivně, jako hlavní hybná síla změn a společenského „well-being“, které projekty přinesly. Air Products je v současnosti vnímán jako spolehlivý a zodpovědný zaměstnavatel v ústeckém kraji, kterému není lhostejný osud obyvatel regionu. Zvýšilo se povědomí o značce, obchodním zástupcům firmy CSR aktivity otevírají dveře k novým zakázkám a firma upevnila dobré vztahy s lokální administrativou. Příklady medializace:

http://ustecky.denik.cz/zpravy_region/obyvatele-tise-odted-troubi-spolu-vydavaji-novy-obecni-zpravodaj-20140430.html Dále viz příloha

Přílohy:

[Příloha 1](#)