

PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

V CrossCafe dostanete i pikolo

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

CrossCafe

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Allmedia4u

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží/Consumer Goods

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění**Osoba, která projekt do soutěže předkládá:**

Jméno: Tomáš Staněk

Funkce: managing director

Firma/organizace: Allmedia4u

Ulice: Přístavní 49

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 739280905

Fax: 739280905

E-mail: tomas.stanek@allmedia4u.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Allmedia4U s.r.o.

Ulice: Přístavní 49

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 27621081

DIČ: CZ27621081

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Cílem projektu bylo upozornit na český kavárenský řetězec CrossCafe a odlišit ho od zahraniční konkurence. Strategie vycházela z faktu, že českým specifikem v oblasti kávy je tzv. piccolo a CrossCafe je v pozici, kdy respektuje tuto lokální skutečnost a vnáší do světa kávy pohodu a svobodu prostřednictvím kampaně: V CrossCafe dostanete i pikolo!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**Zadání:**

Upozornit na značku CrossCafe a odlišit tento český kávový řetězec od zahraniční konkurence síťových kaváren s rozpočtem v řádů desítek tisíc korun.

Cíle:

- Zvýšit povědomí o tom, že CrossCafe je ryze česká značka
- Spojit značku CrossCafe s kávou a příjemným prostředím kavárny pro práci, ale i zábavu
- Prezentovat, že svět kávy je v podání CrossCafe zábava a hra

Cílové skupiny:

Široká veřejnost

Strategie:

Hlavní myšlenkou bylo najít propojení pro český charakter CrossCafe s vybranými prvky:

1. Navázat na používání kreativních českých slov
2. Vyzdvihnout "českost" značky a možnost CrossCafe reagovat na lokální specifika, což mezinárodní sítě nedělají
3. Přinést do světa kávy více pohody a nabourat zbytečné restriktce

Strategie kampaně proto byla zastřešena sloganem: „V CrossCafe dostanete i pikolo!“

Tak jsme propojili všechny tři výše zmíněné prvky, neboť název kávy se psal česky: pikolo (místo piccolo), což bylo konzultováno s Ústavem pro jazyk Český (ÚJČ). Ten byl zároveň osloven, aby se vyjádřil k možnosti zařazení slova do slovníku českého jazyka. Citace ÚJČ byla použita v úvodní tiskové zprávě. V komunikaci jsme edukovali, jak vznikají nová slova a jaká byla historie a současnost přijímání nových slov.

Část témat byla věnována pozitivnímu pohledu na svět kávy, kde jsme zmiňovali, že není třeba vytvářet ortodoxní a neměnnou kulturu, ale brát svět kávy s humorem a nadhledem. I když slovo piccolo, pro označení espressa, vzniklo shodou okolností, tak natolik zdomácnělo, že není chybou espresso nazvat pikolo. Rovněž jsme se podívali i na historii kávy.

Rizikem, ale i příležitostí, byla skupina osob, která kulturu kávy, včetně jejího názvosloví, hájila jako neměnnou. S jejich reakcí odsuzující krok „legalizace“ pikola bylo počítáno a díky tomu, jsme mohli reagovat a vyvolat diskusi, že káva je spojena s příjemnými zážitky, pohodou a svobodou a není třeba trvat na dogmatech, když každý ví, co si pod pojmem pikolo představit.

Nástroje a aktivity

Tiskové zprávy a rozhovory informující o adoptování a legitimizaci českého slova pikolo CrossCafe a zároveň informace, že se oficiálně objeví v jejich nabídce + historie kávy.

Navázání spolupráce s Milošem Čermákem z Hospodářských novin. Inspirace videem: „Přišel Bůh do kavárny v Karlíně a měl blbej den...“ a jeho podpora naší myšlenky nejen v Hospodářských novinách.

Spolupráce s Ústavem pro jazyk český ohledně slova pikolo a edukace, jak slova vznikají, přejímají se apod.

Výsledky:

- 35 výstupů na téma Pikolo a CrossCafe
- Hospodářské noviny, Faktor S, tyden.cz, HARPER'S BAZAAR, e15.cz, Blesk zdraví, a další
- Osloveno: 3 871 059 čtenářů / osob (kumulovaná čtenost / návštěvnost)

Weblinky:

<https://video.aktualne.cz/ego-night/prisel-buh-do-kavarny-v-karline-a-mel-blbej-den/r~d189d1105bb211e5a80c0025900fea04/?redirected=1491486430>