

**PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže****Projekt:**

Název projektu:

Angostura

Koncept: původní

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT 2018): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

Ultra Premium Brands

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

BIG FISH &amp; CO, s.r.o.

**Přihlašujeme do:**

Komunikační nástroje:

III.5 Sólokapr/Media placement

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: Olga Kunešová

Funkce: Managing Partner

Firma/organizace: BIG FISH &amp; CO., s.r.o.

Ulice: Křenova 3

Město: Praha 6

PSČ: 16200

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 602105322

Fax:

E-mail: olga.kunesova@bfco.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: BIG FISH &amp; CO, s.r.o.

Ulice: Křenova 3

Město: Praha 6

PSČ: 16200

Stát: Česká republika

IČ: 24655031

DIČ: CZ24655031

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Karibský rum Angostura je fenoménem mezi barmany. Ty nejkoničtější koktejly se bez této přísady neobejdou (např. Manhattan, Old Fashioned). Přivezli jsme do Prahy šéfbarmana a brand ambasadora značky Angostura pana Daniela Jonese, který představil netradičně nejen rum a bitters, ale i koktejly čtenářům vybraných periodik. Koktejly byly pojmenované např. Muži v Česku, Ego! Esqire, Top Class atp. Díky striktnímu cílení produktu (ultra premium rum) jsme oslovili nejvíce afinitní tituly.

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

Komunikovat Angostura rum a bitters jako ultra prémiový produkt, seznámit čtenáře (21+) s přípravou koktejlů ale i s historií a značkou Angostura všeobecně. Zároveň Angosturu medializovat ve spojení s bary a motivovat bary k nákupu.

Zacílení top premium tituly, úzce cílené na muže 35-45 a na skupinu A. Časopisy musí být ve vysoké kvalitě s vysoce afinitní cílovou skupinou. (Celkově na trhu klient spolupracuje s cca 10 tituly).

**Strategie:**

Vytipovali jsme 7 různých časopisů, které jsme poslali šéfbarmanovi Angostury na Trinidad a Tobago. Po pečlivém prostudování titulů Daniel Jones připravil exkluzivní koktejly na základě jeho vnímání čtenářské obce jednotlivých titulů. Sám pak přijel do Prahy a šéfredaktorům drinky osobně namíchal. Vždy exkluzivně, v jiný den, v jiném baru. Po skončení rozhovoru a focení v barech navazovala aktivita pro návštěvníky baru. Každý bar promoval aktivitu min. týden dopředu.

**Nástroje a aktivity**

Osobní pozvání dva měsíce dopředu, zaslání časopisů do House of Angostura na Trinidad a Tobago.

One-to-one setkání šéfredaktorů se zástupcem značky Angostura.

Fotograf zajistěn z agenturních zdrojů.

**Výsledky:**

Všech 7 titulů otisklo minimálně celostránkovou reportáž z akce, pojatou redakčně, napsanou o dle vlastní zkušenosti.