

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

Absolut Tolerance: Češi, otevřete dveře toleranci

Koncept: původní

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

Projekt byl navržen a proveden pro:

Absolut (Pernod Ricard)

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ASPEN.PR a EverWhere

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate

Responsibility and Philanthropy, I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží/Consumer Goods

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události/Events

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: Michal Hoblík

Funkce: Managing Director

Firma/organizace: ASPEN.PR

Ulice: Na Struze 7

Město: Praha 1

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 774 225 155

Fax:

E-mail: michal.hoblik@aspen.pr

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: ASPEN.PR

Ulice: Na Struze 7

Město: Praha 1

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

IČ: 27889726

DIČ: CZ27889726

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Kampaň na podporu tolerance. Cílem bylo rozvíření společenské diskuse okolo pěti témat: rovnoprávnost mužů a žen, LGBT, svoboda vyznání, etnická příslušnost a migrace. Tato témata jsme se rozhodli vyslat k lidem přes instalace funkčních dveří v ulicích několika měst, digitál a PR. A v neposlední řadě také iniciovanou viralitou a prostřednictvím očekávaného "shit-stormu" na sociálních sítích.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Absolut se profiluje jako brand, který se nebojí kontroverzních témat nebo kampaní a jde proti proudu většinové společnosti. Takové bylo i zadání ze strany centrály, vytvořit lokální kampaň, jejíž cílem bude povzbudit k toleranci a soudržnosti a zároveň rozproudit společenskou diskusi. Lokální strategie a obsah byl již jen na nás.

Cílové sk: široká veřejnost 18+, provozovatelé restaurací a barů

Strategie:

Vytipovali jsme pět témat týkajících se tolerance, která rezonují v české společnosti: rovnoprávnost mužů a žen, LGBT, svoboda vyznání, etnická příslušnost a migrace. Realizovali jsme reprezentativní průzkum na tato témata napříč celou společností. Spojili jsme s designérem Pavlem Fuksou, ten vytvořil pět modelů dveří, které jsme umístili na rušná místa v Praze, Brně a Plzni. Pokud se lidé rozhodli dveře otevřít a dveřmi projít, vyjádřili tím symbolicky souhlas s naším sdělením Absolut Tolerance. Počítali jsme s nevolí části populace, zejména v tématech náboženství, barvy pleti a migrace. Nechtěli hodnotit současná řešení, nebo hledat ta správná. Ani soudit, ale podporovat toleranci a podněcovat nové pohledy na daná témata z více úhlů. Chtěli jsme také podpořit, aby se lidé na věci dívali s otevřenou myslí, nesoudili na základě prvního dojmu a nedostatku informací, nepravdivých informací, popřípadě strachu. Snažili jsme přimět lidi k tolerantnějšímu přístupu a rozptýlit jejich obavy či předsudky kreativní formou. Umění a kreativita ke značce Absolut patří a my jsme se rozhodli, že díky tomu můžeme přinést do naší společnosti pozitivní změnu.

Nástroje a aktivity

- spolupráce s Pavlem Fuksou
- realizace dveří / tematických instalací
- umístění na frekventovaná místa českých měst (náměstí, nádraží, vč. umístění tématu náboženství blízko kostela, jež na Praze 7 rozproudilo mj. velkou diskusi v FB komunitě Letenská parta až k zapojení starosty MČ do diskuse)
- využití influencerů a osob podporujících kampaň (Zbigniew Czendlik, Adéla Elbel, Renne Dang aj)
- digitální kampaň
- PR / media relations kampaň (vč. realizace průzkumu týkajícího se daných témat a následná medializace)
- komunikace ve vybraných 100 restauracích a barech

Výsledky:

Kampaň předčila naše očekávání. Za tři týdny otevřelo dveře toleranci více než 20 tis. lidí, další statisíce jsme zasáhli prostřednictvím PR, digitální kampaně a sociálních sítí, včetně bohatých diskusí na internetu. Za kampaň se postavili známé osobnosti. Kampaň nenechala klidné ani provozovatele barů. Někteří se na základě „podpory migrace“ rozhodli Absolut úplně vylistovat, někteří naopak tuto kampaň podpořili poskytnutím většího prostoru v baru a dalších kanálech.

Weblinky:

<https://drive.google.com/file/d/1YeO440xfH5LM5pbhrXH9UYZuw-Gd0xms/view>