

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

Název projektu:

DYCKY MOST!

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:
seriál Most!

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Česká televize

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

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: Aneta Veselská

Funkce: Manažerka PR programu

Firma/organizace: Česká televize

Ulice: Severní 726

Město: Hradec Králové

PSČ: 500 03

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 736531243

Fax:

E-mail: aneta.veselska@ceskatelevize.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Česká televize

Ulice: Na hřebenech II, Kavčí hory

Město: Praha 4

PSČ: 14070

Stát: Česká republika

IČ: 00027383

DIČ: CZ00027383

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Veřejnoprávní neznamená nudné. Každodenní realita je mnohem barevnější než reportáže v médiích. Jak dostat do povědomí projekt, který je drzý, odvážný a který místo toho, aby šel divákům „na ruku“, provokuje a jde „proti srsti“? Komunikace k seriálu MOST! udělala z pondělního okna v druhém prime time nejen jedničku večera, ale zařadila ho k nejsledovanějším komediálnímu seriálu novodobé české televizní historie: v televizi i na internetu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kontroverzní neznamená urážlivé. MOST! nastolil několik tabuizovaných společenských témat. Naší vizí v komunikaci nebylo je přejít, ale nebát se jich a otevřít diskuzi. Neříkat divákům, co si myslet, ale poskytnout jim otázky a perspektivy. Žijeme v době netflixové. Chtěli jsme oslovit všechny skupiny diváků. Kromě běžné skupiny těch televizních jsme tedy cílili i na ty, pro které je televize zastaralým médiem a vyhledávají obsah na internetu, tedy upřít jejich pozornost na iVysílání. Cílem bylo také dostat veřejnoprávní médium do regionů, kde je důvěryhodnost značky ČT slabší.

Strategie:

Komunikace neznamená vždy mluvit. Na principu „šeptandy“ jsme postavili začátek informovanosti o projektu. Komunikace pak postupovala v několika fázích, jednak prostřednictvím kanálů České televize, v médiích pak díky rozhovorům s tvůrci a herci. Klíčová pro nás také byla ústřední témata seriálu: rasismus, transgender a vyloučené lokality. Cílili jsme na nejsilnější média v Česku a vybírali i úzce profilovaná média směrem ke komunitám.

Nástroje a aktivity

Minoritní neznamená nevýhodné. Veřejnost se jen na základě inzerátu dozvěděla, že ČT chystá natáčení s romskou komunitou. MOST! jsme představili až hotový, nejprve na oborovém festivalu a pak v regionu vzniku seriálu. Vstupné za předpremiérové projekce byly určené pro Hospic v Mostě. Těsně před televizním uvedením jsme seriál komunikovali zejména prostřednictvím zavedené autorské dvojice Prušinovský-Kolečko a hlavní postavy ztvárněné Martinem Hofmannem. Zájem o MOST! se šířil jako epidemie. Postupně jsme médiím nabízeli další herecké osobnosti, které byly dosud neznámé, a další témata, která seriál otevřel. Chtěli jsme dodat sebevědomí vyloučeným lokalitám, etniku a LGBT komunitě. Zároveň pro nás byli stále klíčoví obyvatelé Mostu, proto jsme i komunikaci k seriálu uzavřeli autogramiádou a veřejnou projekcí posledního dílu v Severce, kde se natáčela podstatná část díla. Čestnými hosty byli skuteční štamgasti restaurace.

Výsledky:

Sledovanost neznamená vše, ale... Každý díl přivedl k obrazovkám průměrně 1,35 mil. diváků a do týdne po odvysílání jej odloženě, na webu nebo v televizi, vidělo dalších 680 tisíc lidí, což je dalších více než 50 % diváků. Řízenou aktivitou jsme dosáhli 610 mediálních výstupů a oslovili téměř 180 mil. potenciálních recipientů. Seriálu se opakovaně věnovala všechna významná média, herečtí představitelé i tvůrci absolvovali několik velkých rozhovorů. MOST! se stal fenoménem celé společnosti. S hláškou DYCKY MOST! se ztotožnili nejen obyvatelé města, ale stala si i oblíbenou floskulí v běžné mluvě.

Weblinky:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10995220806-most/>, <https://www.facebook.com/MostCT/>,
<https://www.facebook.com/Sn%C4%9Bd%C3%A1-t%C3%ADse%C5%88-253671661815886/>, <https://www.csfd.cz/film/431912-most/prehled/>