

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Rozsáhlá kampaň probíhá kontinuálně od června 2009: ukazuje vizi moderní energetiky v blízké i vzdálenější budoucnosti (nové technologie, elektromobily, chytré sítě). ČEZ jako lídr oboru a iniciátor změn, inovativní firma. Stovky mediálních výstupů.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řeší:

Projekt FUTUR/E/MOTION pojat jako dlouhodobá vize do roku 2050. ČEZ téma budoucnosti energetiky představil v ČR jako první, v roli lídra, moderní a dynamické firmy s jasnou vizí. Projekt má mnoho vrstev: nové technologie, ekologie, vyvolání zájmu mladých lidí o energetiku, což dovoluje kombinovat řadu komunikačních technik. FUTUR/E/MOTION má také vlastní grafiku a logo. Rizikový je dlouhý horizont vize a technická složitost některých témat, proto se komunikace soustředí na uchopitelné projekty.

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

Před vyhlášením vize FUTUR/E/MOTION provedla AMI rešerši, jak se o moderní energetice píše v českých médiích. Také prostudovala weby zahraničních energetických firem, které se aktivně hlásí k tématům elektromobility a chytrých sítí. Komunikaci dílčích témat vede vždy v kontextu světového dění.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Kampaň vedeme jako dlouhodobou vizi postupné přeměny české energetiky s vyzdvižením klíčové role ČEZ. Složitě téma jsme pro potřeby komunikace rozdělili do vzájemně provázaných srozumitelných pilířů. Proto můžeme cíleně komunikovat s odlišnými typy médií (zpravodajská, ekonomická, technická, auto-moto, regionální, mládežnická) a adaptovat složitost sdělení dle cílových skupin. Komunikace se soustředí na představení dobře uchopitelných témat (elektromobily, chytré domácnosti, ekologické technologie) a vysvětlování jejich přínosu pro Českou republiku, širokou veřejnost, životní prostředí, ekonomiku. Důraz klademe na vyzdvižení konkrétních kroků, které ČEZ v jednotlivých oblastech podniká.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Kampaň probíhá kontinuálně. Od vyhlášení vize se pod hlavičkou FUTUR/E/MOTION (vlastní logo, grafika, znělka) komunikují jednotlivé pilíře.

Vyhlášení vize:

- Tisková konference v nejvyšší budově Prahy (místo a dárkové dalekohledy zdůrazňují vizionářství projektu)
- Rozhovory s top managementem ČEZ
- Webové stránky

Elektromobily:

- Úvodní tisková konference pro seznámení s konceptem e-mobilů a jejich přínosem pro města zapojila primátora hl. m. Prahy a Domov Sue Ryder
- Testovací jízdy pro novináře, předvádění e-mobilu na veletrzích a společenských akcích
- Webové stránky věnované e-mobilitě a fanclub na síti Facebook

Smart grids:

- Seminář s experty ČEZ pro odborné novináře
- Komunikace Smart regionu
- Brožura pro veřejnost

Nové technologie:

- Pravidelné články o technologických novinkách

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

- Doposud na 171 výstupů (935 výstupů včetně regionálních mutací VLP) (tisk, TV, rádio, web) v cílových médiích (zpravodajská, ekonomická, technická, regionální)
- Experti z ČEZ profilováni v médiích jako odborníci na danou problematiku
- Pozice ČEZ jako iniciátora změn v energetice a průkopníka nových technologií
- Složitá technická témata probírána i v běžných médiích