

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Projekt Absolut Inspiration byl zahájen v roce 2010 v České republice a na Slovensku a vůbec poprvé v historii komunikace značky Absolut byl na těchto trzích umožněn tento typ komunikace. Cílem bylo vytvořit základnu pro tvůrčí spolupráci mezi značkou Absolut a umělci, tak jako je tato kreativní spolupráce realizována ve světě již řadu let - předchozí spolupráce Absolut vodky s umělci zahrnovala jména jako Andy Warhol, Spike Lee nebo Jay-Z. Projekt Absolut Inspiration využívá nový netradiční přístup k partnerství s umělci, kdy se nejedná o tradiční sponzorství koncertního turné či jiného uměleckého počínu, ale jde o kreativní tvůrčí spolupráci na základě vzájemné a oboustranné inspirace, která se v průběhu samotného projektu vyvíjí a graduje. Absolut Inspiration je unikátní také tím, že v sobě spojuje různé podoby umění a interakce - hudbu, video, módu, design a street art. Vytváří tak netradiční zážitek, který má šanci oslovit široké spektrum – od cílové skupiny značky Absolut (muž / žena ve věku 20 – 35 let, obyvatelé měst, s vyšším vzděláním, kreativní, sebevědomí, úspěšní) až po nejširší veřejnost. Současně je tento koncept jedinečný 360° přístupem ke komunikaci – propojil PR, komunikaci s klasických médiích, on-line, sociální sítě a komunikaci formou promotion v místech prodeje. Své síly v roce 2010 spojili osobití členové hudební skupiny The Ecstasy Of Saint Theresa: Jan P. Muchow a Kateřina Winterová spolu s módní návrhářkou Denisou Novou a uskupením mladých umělců Valderon. Spojující linií a inspirací se stalo světlo, v jehož znamení se nesla limitované edice Absolut vodky pro rok 2010 nazvaná Absolut Glimmer. V rámci projektu tak vznikly světelné instalace v ulicích Prahy a Bratislavy, unikátní světlené šaty Absolut light dress Kateřiny Winterové a série koncertů Absolut Inspiration. Projekt byl navržen tak, aby ho bylo možno rozvíjet každý rok s dalšími lokálními umělci, tvůrci, osobnostmi, které se nechají inspirovat světem Absolut.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Projekt byl realizován v období srpen – listopad 2010. První fáze (srpen – 14. září 2010) byla ve znamení vytváření očekávání v podobě instalací světelných lahví. Na veřejných místech v centru Prahy a Bratislavy se podobu několika týdnů objevovaly umělecké instalace z neoznačených lahví limitované edice Absolut Glimmer nasvícených pomocí originální techniky s LED diodami. Instalace byly realizovány street umělci z uskupení Valderon a byly umístěny na místech souvisejících s kulturním a společenským životem v metropolích, aby vzbudily potřebnou pozornost a zvědavost kolemjdoucích. Zároveň sloužily jako iniciátor dialogu mezi publikem a značkou (přihlízejícím byly distribuovány pouze navštívenky s adresou www.absolutblog.cz bez dalšího vysvětlování). Staly se tak pozvánkou ke sledování dalšího vývoje. Současně byl v této fázi spuštěn Absolut blog (www.absolutblog.cz) a profil Absolut na facebooku (<http://www.facebook.com/#!/absolutblog>), který přináší informace o aktuálním dění a stavu projektu, současně byla z těchto instalací průběžně vkládána videa na YouTube (http://www.youtube.com/watch?v=yPxJHZeZkw4&feature=player_embedded). Ve druhé fázi (15. září – listopad 2010) byl projekt představen široké veřejnosti a gradovala realizace jeho jednotlivých částí. Na tiskové konferenci 14. září 2010 na Nové scéně Národního divadla byl projekt oficiálně spuštěn a odhalena spojující linie Absolut Inspiration v podobě syntézy hudby, umění, módy, světla a promo aktivit. Byla zahájena intenzivní komunikace projektu formou komunikace s novináři, na blogu a FB profilu. Pomyslným vyvrcholením projektu byl první slavnostní koncert Absolut Inspiration by The Ecstasy Of Saint Theresa, který se konal 10. října 2010 na Nové scéně Národního divadla. Tento večer byly představeny i Absolut light dress – svítící šaty z dílny módní návrhářky Denisy Nové. Jednalo se o první šaty svého druhu v ČR, které disponují inteligentní technologií umožňující měnit nasvícení šatů podle hudby. Večera se zúčastnili návštěvníci by z řad médií, umělců a šťastných výherců soutěže o limitovaný počet vstupenek. Následovalo mini turné osmi koncertů Absolut Inspiration by The Ecstasy of Saint Theresa po vybraných městech ČR a SR (mimo jiné Bratislava, Plzeň, Brno). <http://www.youtube.com/watch?v=BJu5PNyhTaw&feature=related>. Současně v době koncertů probíhala ve vybraných barech a restauracích promotion Absolut Inspiration. Zákazníci za jeden koupený drink Absolut měli možnost získat jako dárek led graffiti (drobné svítící kameny, které je možné přichytit na libovolný povrch.) Spotřebitelé se tak stali součástí příběhu a kreativní spolupráce Absolut Inspiration. Akce byla současně propojena s komunikací na Facebooku, kde byla spuštěna soutěž o nejlepší umělecký kousek z led graffiti.

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

Není k dispozici

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Východiskem byla limitovaná edice roku 2010 Absolut Glimmer a její světelný koncept, které celý projekt propojují. Povrch láhve tvoří krystaly, které při nasvícení vytvářejí zajímavé světelné obrazce a hru světla. Vzhledem k filosofii značky Absolut a předchozím zahraničním projektům byla zvolena netradiční cesta partnerství s umělci – značka Absolut nevystupovala v roli sponzora, ale mentora, iniciátora a inspirátora celého počínu. Tento přístup by se nedal realizovat formou jednorázové akce, vznikl tedy příběh Absolut Inspiration, který plně umožňoval zapojit jednotlivé dílčí fáze projektu a zároveň fázovat komunikaci vůči veřejnosti. Komunikace byla rozdělena do 2 fází a využila různé kanály – od sociálních sítí a internetu, přes klasická média až po komunikaci na venkovních nosičích a aktivace projektu v místech prodeje - barech. Důležitá byla volba respektovaných, vizionářských, ale nepřiliš masově známých lokálních umělců, kteří samy dokáží vést projekt kupředu a utvářet ho.

V České republice bylo generováno za dobu realizace projektu celkem 54 spontánních mediálních výstupů referujících o projektu a jeho obsahu, z toho 70 % v prioritních titulech. Celkový dopad publicity byl 4 700 000 čtenářů/posluchačů. PR hodnota výstupů dosáhla 112 000,- euro, investici klienta do PR podpory se podařilo zhodnotit téměř 12x, což znamenalo trojnásobné splnění stanoveného cíle. V průběhu projektu získala stránka na Facebooku 4 400 fanoušků, Absolut blog dosáhl návštěvnosti 15 000 unikátních návštěv. Video na YouTube shlédlo celkem 25 000 uživatelů. Tato uvedená čísla přesáhla stanovený cíl řádově o několik tisíc. Odhadovaný počet návštěvníků světelných instalací je 4 000 a koncerty Absolut Inspiration jen v České republice celkem navštívilo 2 500 tisíce lidí. Tento projekt byl pozitivně hodnocen nejen zástupci značky Absolut na českém trhu, ale i vedením společnosti Pernod Ricard. Současně jsme zaznamenali pozitivní zpětnou vazbu zástupců cílové skupiny Absolut Vodka, ale i umělecké komunity a širší veřejnosti zajímající se o netradiční projekty v oblasti kultury. I díky výsledkům tohoto projektu se bude značka Absolut i nadále soustředit na lokální projekty v této oblasti.

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