

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Klíče ke svobodě

Projekt byl navržen a proveden pro:

ASSA ABOLY

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AC&C Public Relations

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace, I.2 Společenská odpovědnost a

filantropie

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Ivo Minařík

Firma/organizace: AC&C Public Relations

**Stručné shrnutí projektu:**

21 000 klíčů FAB, rozdávaných 17.11. na Národní třídě, Albertově a Václavském náměstí, se stalo jedním ze symbolů oslav 30. výročí svobody a demokracie. Zájem médií jsme podpořili speciální edicí 30 klíčů pro významné osobnosti. 17.11. si stovky lidí přidávaly na své profily na FB a Instagramu fotografie s klíči, v médiích se objevily desítky článků a fotografií Marty Kubišové, Petra Pitharta či Václava Malého s klíči FAB – symbolem sametové revoluce.

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

Klient poskytl organizátorům oslav 21 000 klíčů. Naším úkolem byla medializace této podpory. Projekt primárně cílil na širokou veřejnost a přímé účastníky oslav, sekundárně na zaměstnance FAB.

**Strategie:**

Klíče FAB jsme chtěli ukázat jako jeden ze symbolů oslav 30. výročí sametové revoluce a získat tak pozornost médií i na sociálních sítích. Komunikace navazovala na jeden z hlavních symbolů revoluce 1989, zvonění klíči. Účastníci oslav 17.11. získali zdarma 21 000 klíčů v barvách trikolóry. Pro zvýšení pozornosti médií jsme navrhli a realizovali speciální symbolickou edici 30 sad klíčů, a s poděkováním je předali osobnostem spojeným se sametovou revolucí a s obranou demokracie a také šéfům velkých mediálních domů a médií, včetně veřejnoprávních jako připomínku, že jejich úkolem je obrana demokracie a svobody.

Oznámení výroby a distribuce sad proběhlo v závodu ASSA ABLOY – FAB v Rychnově n. Kněžnou. Zvýšili jsme tak autenticitu celé akce a získali soustředěnou pozornost místních médií.

**Nástroje a aktivity**

Na TK a fotoopportunity v továrně FAB jsme místním novinářům projekt vysvětlili a slavnostně odeslali klíče do Prahy.

Získali jsme souhlas osobností s publicitou jejich podpory a fotografií z předávání klíčů. Ty jsme individuálně zasílali do médií, včetně lokálních.

15.11 předání klíčů účastníkům konference o 30. výročí sametové revoluce v Senátu. Fotili se s nimi významní zástupci veřejného a politického života.

17.11. získali návštěvníci oslav v Praze 21 000 klíčů. Fotky s klíči sdíleli na sociálních sítích.

**Výsledky:**

- 32 výstupů, reach 6 361 420

- Celostátní: iDnes.cz, irozhlas.cz, AHA!, ČTK, Metro, E15, Denik.cz

- Regionální: ČRo Hradec, Rychnovský deník

- Stovky sdílení fotek klíčů FAB na sociálních sítích

- Desítky zapojených osobností: mj. Marta Kubišová, Marek Hilšer, Vít Rakušan, Petr Pithart, Jan Hrušínský, Jiří Růžička, Petr Dvořák, Karel Janeček, Táňa Le Moigne, Tomáš Sedláček a další.

Kampaň se výrazně projevila v interní komunikaci ASSA ABLOY, jak k zaměstnancům výrobního závodu, tak na úrovni regionu včetně velmi pozitivního hodnocení regionálního ředitele.

Hlavním výsledkem byla organická brand awareness. Tisíce lidí na oslavách 17.11. v centru Prahy si klíče FAB braly, fotily se s nimi, darovaly je přátelům a odnášely si je na památku. Podařilo se nám učinit z klíčového produktu klienta jeden ze symbolů oslav 30. výročí sametové revoluce a propojit produkt i brand FAB s pozitivními emocemi desítek tisíc lidí v offline i online prostoru pod hesly #jedenklíčnecinká a #klíččekesvobodě.

**Weblinky:**

<https://youtu.be/NQEXC5leHFQ>