
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Cin Cin výstava

Projekt byl navržen a proveden pro:

Cinzano

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison&Rose

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Iva Křenová

Firma/organizace: Bison&Rose

Stručné shrnutí projektu:

Italský design je věhlasný po celém světě, a vermuty Cinzano na něm staví své jméno už od roku 1757. Umělecky zpracované plakáty, dobové etikety a další artefakty spojené s Cinzaniem jsme představili na unikátní výstavě v Italském kulturním institutu celebritám, obchodním partnerům Cinzana i veřejnosti. Rozsáhlá medializace akce a její prezentace na sociálních sítích významně přispěly k posílení vnímání Cinzana jako současné prémiové značky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Akce měla představit Cinzano jako stylový prémiový nápoj pro nevsední chvíle, s cílem vyvrátit mýtus rozšířený zejména mezi mladšími lidmi, že jde o nápoj jejich prarodičů z dob, kdy byl výběr kvalitních produktů (nejen) v této oblasti značně omezený.

Primární cílovou skupinu tvořili významní obchodní partneři, distributoři, italská komunita v ČR, VIP hosté, média a influenceři. Sekundárně jsme chtěli oslovit a zapojit širokou veřejnost.

Strategie:

1. Uspořádat výstavu uměleckých plakátů, sklenic a etiket z historie Cinzana
2. Pro významné partnery, distributory a média připravit uzavřenou vernisáž s představením významných momentů z historie značky
3. Vytvořit unikátní a jedinečnou akci v atraktivních prostorách tak, aby oslovila velký počet lifestyleových médií a influencerů
4. Atraktivní formou seznámit přítomné s celou řadou vermutů Cinzano formou odborných degustací řízených someliéry značky
5. Otevřít výstavu pro veřejnost a dostat ji do mediálního prostoru

Nástroje a aktivity

1. Vytvořili jsme výstavu v běžně nepřístupných historických prostorách Italského kulturního institutu
2. Program slavnostní vernisáže byl členěn do několika částí
 - a. Představení důležitých historických milníků značky formou rozhovoru moderátora s představiteli značky s využitím dobových italských kostýmů
 - b. Kurátorkou moderované představení výstavy
 - c. Prezentace vermutů Cinzano a jejich správného servírování someliérem a ambasadorem značky Tomášem Kubíčkem
3. Atraktivitu večera pro LFS media jsme zvýšili pozváním celebrit a influencerů
4. V zájmu zvýšení exkluzivity akce jsme otevřeli výstavu pro veřejnost pouze na dobu tří dnů, což nám umožnilo umístit pozvánky do kulturních a společenských rubrik online médií, printových médií a v rozhlasu
5. Po uskutečnění akce samotné jsme komunikovali produktové tipy a fotografie z akce v lifestyleových, food časopisech a online médiích

Výsledky:

Zahajovací vernisáž a následná výstava byla velmi úspěšná. Mediálně i návštěvností. Na vernisáž přišlo celkem 180 významných hostů, novinářů, VIP osobností a influencerů. Akce celkově zasáhla 5,9 mil. čtenářů. Kromě tradičních médií jsme zasáhli i sociální sítě (nejen influencerské, ale i kulturně společenské posty na FB & IG účtech médií). Někteří ze zúčastněných influencerů měli sledovanost přes 100 000 followerů. Všichni influenceři dorazili na akci zcela bez úplaty a zveřejnili taktéž zcela bez finančního nároku příspěvky a instastories z akce. Velká část ze zveřejněných příspěvků zahrnovala i pozvánku na výstavu pro veřejnost. Celkový zásah všech příspěvků byl přes 550 000 sledujících.