

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Jaderná vinice

Projekt byl navržen a proveden pro:

širokou veřejnost

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ČEZ, a. s.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

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: Jiří Bezděk

Firma/organizace: ČEZ, a. s.

**Stručné shrnutí projektu:**

Jaderná energetika je odvětví s celospolečenským vysokým vnímáním a jde tak o silné politikum. Veřejnosti ukazujeme, že jde o bezpečný provoz i přirozenou součástí našeho života. Symbolem jihu Moravy je víno. Využili jsme optimálně orientovanou částí areálu k výsadbě rozsáhlého vinohradu. Dle dostupných informací je největší tohoto typu (součást JE) na světě. Na vinici roste 2040 hlav révy vinné-rostlin, které symbolizují aktuální instalovaný výkon. Má značný mediální ohlas.

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

Jaderná vinice je symbolem čistého a zdravého životního prostředí, stejně jako mimořádnost výroby bezemisní elektrické energie z jaderných elektráren. Je součástí širokého konceptu „Zelené jádro“, které společnost ČEZ odstartovala už v minulém roce. Současně symbolizuje společné prvky jako je společenský užitek a prospěšnost.

Cílem je dlouhodobě zaujmout širokou laickou veřejnost prostřednictvím známého a emočně pozitivně přijímaného symbolu života, radosti, klidu a chuti. Při návštěvě okolí elektrárny je jaderná vinice pod chladicími věžemi nečekaným turistickým prvkem, který přispívá k atraktivnosti zážitku spojeného například s prohlídkou Infocentra Jaderné elektrárny Dukovany. Originalita celého projektu se opírá o zaniklou hospodářskou historii, která je dána blízkostí znojenské vinařské podoblasti a specifickým mikroklimatem u chladicích věží elektrárny.

**Strategie:**

Zvolená strategie je postavena na pozitivním emočním propojení mezi přirozeným potravinovým produktem a provozem jaderné elektrárny, dokládajícím nejen zdravé životní prostředí, ale také atraktivnost, modernost, dlouhodobost a smysluplnost. To vše spojeno s překvapením pro dané prostředí nečekaného a o to více originálnějšího zážitku, který je také předpokladem mediálního a PR úspěchu s dlouhodobým potenciálem.

Vinohrad má od počátku značný mediální ohlas. Současně je silnou komunikační platformou i do budoucna, při vinobraní nebo výrobě originálního dárkového předmětu.

**Nástroje a aktivity**

Představení vinohradu proběhlo prostřednictvím tiskové konference, která se konala přímo u vinohradu. Odhalení vinohradu bylo překvapením pro novináře i přítomné zástupce regionu. Zpravodajství přímo od vinohradu poskytovaly všechny domácí televizní stanice, tisk, rádia i webové portály a sociální sítě. Na zpravodajskou prezentaci navázala mediální prostřednictvím prezentačních letáků, virálních fotografií, vytvořením nového turistického cíle a největší filmovou projekcí na chladicí věž. Pozornost získal i na mez. soutěži Vinař roku 2020.

**Výsledky:**

Bezprostřední zvýšená návštěvnost infocentra Jaderné elektrárny Dukovany i vinohradu, který se stal novým cílem pro turisty, cyklisty i skupiny motorkářů. V průběhu prvního měsíce vyšlo 38 hlavních výstupů a 194 duplicit publikovaných v tištěných médiích, v rozhlasových stanicích a webových zpravodajských portálech v hodnotě 4,418 mil. Kč. Od počátku probíhá virální šíření fotografií vytvořených pro účely mediální prezentace a fotografií na sociálních sítích. Dotazy přichází i ze zahraničí. Velký zájem je i o degustaci.

**Weblinky:**

[www.cez.cz](http://www.cez.cz), [www.aktivnizona.cz](http://www.aktivnizona.cz)