
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Israel+Czech Republic, Countries for the Future

Projekt byl navržen a proveden pro:

Donath Business & Media

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Donath Business & Media

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

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: Tomáš Jelínek

Firma/organizace: Donath Business & Media

Stručné shrnutí projektu:

„Israel+Czech Republic, Countries for the Future“ je projekt mimořádných příloh deníků The Jerusalem Post (JP) a Lidových novin (LN) realizovaný vlastním jménem DBM u příležitosti 30. výročí obnovení česko-izraelských diplomatických vztahů. Přílohy vyšly současně v ČR a v Izraeli v nejčtenějším pátečním vydání LN a JPost. Cílem projektu bylo ocenit historické partnerství obou zemí a současně ukázat příležitosti dnešní spolupráce, které se odehrávají v oblasti byznysu, inovací a vědy.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání: I přes omezení pandemií viditelně připomenout mimořádné historické vztahy mezi zeměmi. Najít silná témata, která přinesou nový pohled do historie, a představit současně i příležitosti pro spolupráci např. v oblastech zdravotnictví, umělé inteligence nebo průmyslu.

Cíle projektu: Představit ČR v Izraeli jako partnera pro inovativní spolupráci a nově ukázat kořeny unikátního postavení ČR v Izraeli. Zrcadlově v ČR představit bilaterální vztahy, které souvisejí s Masarykovskou tradicí česko-židovského soužití, ukázat domácím firmám příležitosti v Izraeli.

Cílové skupiny: 30+ SŠ a VŠ vzděláním, ze soukromé i veřejné sféry, pohybující se v oblastech tematicky zachycených v přílohách, ale i s obecným zájmem o česko-izraelské vztahy.

Strategie:

DBM vytvořila projekt a zastřešovala jej od úvodní myšlenky až po realizaci; sestavila mezinárodní tým autorů tak, aby cílil na dvě velmi odlišná publika; pro Izrael zvolila anglicky psaný Jpost, který má silné digitální pokrytí a velkou čtenářskou základnu i v USA a Evropě; zajistila digitální distribuci příloh, propagaci příloh i jednotlivých textů na sociálních sítích zejména JPost, ale i partnerů a ve Facebookových skupinách zaměřených na Izrael, parlament, kneset.

Hlasem, který nově interpretoval česko-izraelské vztahy pro obě publika od Masaryka pro současnost byl izraelský prezident Rivlin.

Pro páteční magazín JPost vznikly delší doprovodné autorské texty.

DBM dojednala distribuci příloh při společenských příležitostech na zastupitelských úřadech a ve státních agenturách v zahraničí.

Nástroje a aktivity

Vytvoření komunity hlavních stakeholderů, kteří se podíleli na financování projektu a šíření jeho výsledků (MPO, CzechTourism, TATRA, Škoda Auto Digilab, TESCO SW, Rudolf Jelínek, MZV, ČISOK, Teva, DEKONTA, Daramis, izraelské velvyslanectví v ČR).

Výběr vhodných médií, příprava textů s oslovenými autory, včetně grafického návrhu titulní strany, která představuje pokračování golemovské tradice v AI.

Zajištění vydání příloh, komunikace na sociálních sítích včetně zajištění propagace příloh zajímavými stakeholdery, např. ministrem zahraničních věcí ČR, velvyslancem ČR v Izraeli a velvyslancem Izraele v ČR, členkou Knesetu Alizou Lavie a dalšími, distribuce na zastupitelské úřady a partnerské organizace.

Výsledky:

Print: JP- 58tis, LN - 59tis.

Vše na webu JPost - cca 10 mio UU + FB JPost - téměř 1 mio sledujících + Twitteru JPost 488.000 sledujících, newsletterem na 150tis čtenářů.

Partneři projektu: FB 190tis sledujících, Twitter 65tis sledujících

Weblinky:

<https://projects.dbm.cz/cesko-izrael/>