
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Rozbalte to

Projekt byl navržen a proveden pro:

TV & Online

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Mattoni 1873

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

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: Andrea Brožová

Firma/organizace: Mattoni 1873

Stručné shrnutí projektu:

“Možná si myslíte, že jsme to zabalili. A máte pravdu. Balíme to. Abyste to vy mohli doma rozbalit. Rozbalte to a podpořte svůj oblíbený podnik.”

Iniciativa ‘Rozbalte to’ vyzývá lidi, ať podpoří oblíbené gastro podniky, zasažené proti pandemickými opatřeními. Mattoni spojila síly s TV Nova a věnovala svůj mediální prostor do konce roku aktivitě na pomoc partnerům z gastronómie, pod záštitou ministerstva průmyslu a obchodu. Během dvou týdnů vznikla kampaň s představiteli reálných gastro podniků

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

CSR aktivita vznikla přímo na popud majitele Mattoni 1873 Alessandra Pasqualeho. Minerální voda Mattoni je již téměř 150 let nedílnou součástí gastronómie, snaha pomoci tomuto segmentu zasaženému protipandemickými restrikcemi byla proto více než logická. Cílem projektu bylo, aby lidé nezapomínali na své oblíbené podniky a podpořili je v těžké době. Cílovou skupinou byla běžná populace muži a ženy ve věku 15-50 let.

Strategie:

Prostřednictvím série TV reklam se skutečnými představiteli 10 konkrétních gastro podniků aktivovat veřejnost a věrné zákazníky, aby na ně v těžké době nezapomněli a podpořili je objednaním jídla domů.

Nástroje a aktivity

3 pilíře:

1/ TV – Mattoni věnovala veškeré vysílací časy, původně nakoupené pro vlastní produktovou reklamu. TV i online reklamu vytvořila agentura Lisbeth.

2/ PR

PR projektu zajistila agentura AMI Communications

- partnerství s významným mediálním partnerem TV Nova

- výzkum na téma stravování v době pandemie

- rozhovory s představiteli spotů, kteří se stali pomyslnými reprezentanty tisíce dalších podniků, které to “nezabalili”

- spolupráce s Romanem Vaňkem, zakladatelem Pražského kulinárního institutu a známým autorem kuchařek, který se stal ambasadorem celé kampaně.

3/ Online:

Na online kampani se podílela agentura Lisbeth, mediální propagaci zařídila agentura Peppermint

- motivaci ke sdílení objednaného jídla s #Rozbalteto a označením podniku na Instagramu

- veškeré fotografie se nahrávají na webové stránky projektu, kde tak vzniká unikátní galerie všech podniků, které to nezabalili

Výsledky:

- OTS: 8 322 027, Média

- #Rozbalteto: více než 1 500 hashtagů na Instagramu

- Návštěvy webových stránek: Více než 100 000 návštěv

- TV zásah: 1 099 GRPs

Weblinky:

www.rozbalteto.cz, <https://youtu.be/7PAkbNe6vgg>