

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

McDonald's: Hudbou spolu

Projekt byl navržen a proveden pro:

McDonald's Česká republika

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MSL Czech Republic

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Oborové kategorie:

II.7 Služby, II.8 Zábava a sport

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: Veronika Schieblová

Firma/organizace: MSL Czech

**Stručné shrnutí projektu:**

II. vlna pandemie. Solidaritu střídá nuda a semknutost národa opadavá. Rodiny na HO, Vánoce za rohem, kultura jen v TV. McDonald's, značka historicky spojovaná s rodinou a komunitami, přináší radost. Rodičům, dětem, umělcům, všem, kdo rádi poslouchají. Do #hudbospolu se zapojilo 38 umělců. Za 5 týdnů vzniklo 15 písniček a projekt, co pomáhá. Kvalitní dětskou hudbu ocenilo Rádio Junior, které dodnes songy čile hraje. České ZUŠ od nás možná převezmou noty a projekt inspiruje dál, třeba i ČT!

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

Je stále těžší být šťastný, užívat si maličkosti, odpočívat. Významným tématem pro rodiny je zabavení dětí, které musejí být stále doma. Psychický stav dospělých i dětí se zhoršuje. McDonald's chtěl proto přinést radost celé rodině. Projekt měl podpořit i nadační fond Dům Ronalda McDonalda, co spojuje rodiny dohromady ve chvíli, kdy jsou děti dlouhodobě nemocné, leží v pražském Motole a rodiče si nemohou dovolit být jim na blízku. Zároveň jsme vnímali, že i muzikanti potřebují pomoc, nemají možnost pracovat.

**Strategie:**

Co to všechno spojuje? Hudba! Je součástí našich životů, naší rodiny, přináší nám radost. Hudba je to, co muzikanty živí. Zjistili jsme navíc, že u nás téměř není kvalitní dětská hudba. Proto se McDonald's spojil s organizátory festivalu United Islands. Cílem bylo sestavit tým kvalitních hudebníků a producentů, co jsou zároveň zajímaví pro média. Tak se měla informace o albu dostat do zpravodajství a lifestyle, ale také do hudebních rubrik, což u dětské hudby není pravidlem.

**Nástroje a aktivity**

Od nápadu k realizaci celého projektu to byl jen měsíc. Brzy byl hotový seznam 38 hudebníků, kteří se do projektu zapojili (např. Jiří Macháček, Robert Nebřenský, Monika Načeva, Karel Holas a František Černý aj.). Na album Hudbou spolu bylo vybráno 15 písní. Ke komunikaci vznikla webová stránka. Kompletní playlist je na YouTube-včetně videí, co vznikla během nahrávání. Hudbou spolu je na Spotify, YouTube Music, Apple Music. Podporu poskytl FB United Islands. Komunikaci alba, ale také nadačního fondu podpořili i influenceři. Využili jsme mediálních partnerství - Evropa 2, Frekvence 1, Žena.in.cz a Rádio Junior. Připravili jsme dva mikroeventy pro média - poslech alba v nahrávacím studiu a venkovní křest alba. Komunikaci jsme směřovali na kulturní média, denní tisk, lifestyle, marketingová média, TV a rádio.

**Výsledky:**

O Hudbou spolu vyšlo 57 výstupů napříč různými mediatypy, celkový dosah byl přes 38 milionů. V Radiu Junior nasadili album do vysílání, součástí partnerství byly rozhovory s hudebníky nebo zástupci McDonald's. Z venkovního křestu alba vznikla reportáž CNN Prima News (Showtime). Videá na YouTube měla více než 1, 5 milionu zhlédnutí. Videá na FB United Islands zasáhla 379 882 lidí a měla 207 000 zhlédnutí. Jednáme o spolupráci se ZUŠ po celé ČR, které by mohly během výuky používat noty písní z alba Hudbou spolu. Projekt se stal inspirací pro televizní koncert „Národ sobě-kultura tobě“ vysílaný na ČT art. Během přímého přenosu překonal počet diváků této stanice svůj dosavadní rekord.

**Weblinky:**

<https://www.hudbospolu.cz/>, [https://www.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy\\_nEejZ5kGs8y-nPSPYjgsGUqIrPnMzG84g](https://www.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_nEejZ5kGs8y-nPSPYjgsGUqIrPnMzG84g),  
<https://www.youtube.com/watch?v=mU5670sfA8g>