

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Fosílie, s.r.o.

Projekt byl navržen a proveden pro:

E.ON Energie, a.s.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Elite Solutions

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.8 Digital & social media - digitální komunikace, III.9 Digital & social media - social media

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: Jan Javornický

Firma/organizace: Elite Solutions

Stručné shrnutí projektu:

Že by komunikace na internetu měla vrčet na trendy tématech a opírat se o známé influencery s davy fanoušků? A co když ne? Fosílie, s.r.o. se věnují těžkým a nepříjemným tématům a průvodkyně po tom, jak "fosilní myšlení" minulého století stále ještě zatěžuje přírodu, krajinu i naše zdraví, divadelní herečka Tereza Dočkalová, nemá na sociálních sítích ani žádný oficiální profil. A přesto, nebo snad právě proto, to funguje! Seriál pro společnost E.ON připravuje agentura Elite.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

E.ON si je dlouhodobě vědom vlivu energetiky na životní prostředí, a proto ekologická témata systematicky komunikuje nejen, ale zejména na internetu a sociálních médiích. Cíle si přitom vytkl nemalé - vnést jasný a vědecky podložený pohled do mnohdy ambivalentní emoce vzbuzujících diskusí. Protože chovat se ekologicky má smysl. Cílová skupina je tak skutečně velmi široká - je jí každý obyvatel ČR.

Strategie:

Faktem je, že za uplynulých 30 let se životní prostředí v mnohém zlepšilo a změnil se i postoj velké části společnosti. Přesto existují oblasti, kde nám zůstalo jakési fosilní myšlení, břemena, která si vlečeme s sebou z minulosti, jako je závislost na fosilních palivech a skrytá cena, kterou za ni platíme, ale i problémy nové, které nevidíme v komplexních souvislostech, jako třeba recyklaci odpadů, nebo v podstatě nevidíme vůbec, jako např. čistotu ovzduší. Nedostatek vody v krajině či kůrovcové kalamitě se pak věnují i největší média, ale v krátké zprávě nedokáží vysvětlit kontext, příčiny a následky, a v diskusích pak vládnu zmatky, mýty a občas i naprosté nesmysly. A když říkáme, že "zelená je dobrá", právě tohle musíme napravit.

Nástroje a aktivity

Fosílie, s.r.o. tak je videoseriál s neobvykle dlouhou stopáží (až 10 minut na díl), v němž se divák skutečně podívá na místa, o nichž je řeč, a v němž Tereza Dočkalová mluví s vědci a dalšími odborníky, ale třeba i se zástupci obcí, kterých se dané téma bytostně dotýká. Informace jsou podány jednoduše a srozumitelně, ale v konkrétních souvislostech, vědecky podložené a ověřené zepředu i pozpátku. A to s jejím typickým humorem a v neobvyklém balení zahrnujícím i rapujícího robota zrozeného ze skládkovaných odpadků. A to vše se děje zejména na YouTube a Facebooku společnosti E.ON.

Výsledky:

S ohledem na často nevábné téma, míru odborného detailu i nijak závratný rozpočet výsledná čísla předčila původní očekávání, a seriál tak pokračuje i v roce 2021. Sledovanost na YouTube se pohybuje mezi 100 a 200 tisíci views a trend je spíše stoupající. Dokoukanost videí, z nichž i to nejkratší má ukutných 6 a půl minuty, je v rozmezí 20,2-30,3 %. Na Facebooku Fosílie, s.r.o., zasahují od 50 000 do 600 000 uživatelů. Ohlasy jsou dle očekávání z obou stran názorového spektra. Ale co se podařilo na 100 % - téma je vždy zpracované komplexně, odporně správně, a přitom zcela pochopitelně pro každého. Přesně tak, jak by to mělo být.

Weblinky:

[https://drive.google.com/file/d/1McO0V2fSYwxCp\\_\\_Y7BsKYEfVzRFInxKg/view](https://drive.google.com/file/d/1McO0V2fSYwxCp__Y7BsKYEfVzRFInxKg/view)