
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Naše Protože - obsahový projekt udržitelnosti pro

McDonald's

Projekt byl navržen a proveden pro:

McDonald's

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MSL Czech Republic

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: Michaela Chrpová

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

Může být Mekáč udržitelnější? Jak moc velké kroky musí gigant v současnosti udělat, aby se veřejnost dozvěděla, že mu na planetě záleží? Konec plastových příborů, papírový Happy Meal, zaměstnanecké Trash Patrols a 10 milionů důvodů proč Češi a Slováci chrání planetu. Originální témata a inovace zapříčinily masivní odezvu od novinářů v roce 2021 na téma udržitelnost v odvětví rychlého občerstvení.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Úkolem bylo najít cestu, jak enviro témata nabít novou energií a vyslat do světa. Zeptali jsme se na prostou otázku – proč vlastně lidé chrání planetu? A tak vzniklo Naše protože – komunikační platforma, do které se zapojily celebrity, odborníci, naši partneři i zaměstnanci, a hlavně zákazníci, aby vyjádřili právě to své jedinečné Protože. Cílovou skupinou byla generace Z, mladé rodiny a páry. Ti, co recyklují, zajímají se o stav životního prostředí a jsou ochotni si připlatit za udržitelné produkty.

Strategie:

Strategie byla jasná. Najít projekty, ambasadory a témata, která budou blízká všem. A tak se začaly dít věci. Dávali jsme sbohem plastovým příborům, nahrazovali je dřevěnými nebo startovali HR kampaň na úklid v okolí restaurací s názvem Trash Patrols, do které se zapojilo více než 450 zaměstnanců. Také jsme začali nabízet znovupoužitelný hrneček na kávu a další.

Nástroje a aktivity

„Protože jsem dcera rybáře, protože jinou planetu nedostaneme.“ Na začátku jsme si udělali podrobný průzkum a zmapovali jsme česká a slovenská Protože. Taky jsme se obou národů zeptali, co by od McDonald's v této oblasti očekávali. Dostali jsme na tisíce odpovědí. Tím začala vznikat kostra celé kampaně. Naše protože nám dali i přední CZ/SK celebrity a odborníci. Každý jej ztvárnil po svém, malbou, říkankou či textem. Všechny aktivace jsem shromáždili na webu. Rovněž jsme inovativně přistoupili k udržitelným tématům jako takovým. V SR jsme konec dřevěných příborů oslavili tím, že jsme roztavili ty zbývající plastové na lavičky, na kterých mohli lidé zejména při pandemii čekat na jídlo z restaurace. V ČR jsem se zamýšleli nad tím, co s těmi dřevěnými, které se nám doma kupí kvůli tomu, že si jídlo Češi posílají domů. Média tak zaujala inspirace od českých bloggerek pro děti a rodiče, když padaly tvrdé lockdowny. Po celé ČR jsme rozeseli hmyzí hotely a ptačí budky ve spolupráci s čes. designéry, entomology a ornitology. Tím jsme upozorňovali média na naše enviro aktivity.

Výsledky:

Za necelý rok komunikace jsme v rámci free PR zaznamenali v ČR více než 130 mediálních výstupů s celkovým reachem převyšujícím 30mio. Obsahově zajímavé aktivace jako dřevěné příbory dostávaly v českém lfst u i několikastránkový prostor, inspirace od bloggerek fungovala. O hmyzí hotely se soutěží dodnes. Slovensko zaznamenalo v oblasti udržitelnosti 140 výstupů s kumul. reachem téměř 10mio. Web navštívilo v ČR za půl roku přes 45 tisíc lidí, v SR 25 tisíc a získali jsme více než tři stovky zaslanych "protože" od uživatelů. Na YT nejlépe fungovala videa, počet shlédnutí téměř půl mio shlédnutí.

Weblinky:

<https://www.mcdonalds.cz/odpovednost-a-suroviny/nase-protoze/>