
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

CAMPARI APERITIVO SPOT

Projekt byl navržen a proveden pro:

Ultra Premium Brands

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PEPR Consulting

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Petr Engliš

Firma/organizace: PEPR Consulting s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

CAMPARI APERITIVO SPOT zprostředkoval po čtyři odpoledne TOP médiím a influencerům autentický zážitek z italského aperitivo momentu s ikonickým drinkem Campari přímo v centru Prahy. Nabídl seznámení s ambasadory Campari – Stefanem Trabisonem a Milanem Zalešem, představil hlavní atributy i historii ikonické značky a rovněž nabídl pravou italskou atmosféru.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání bylo jednoduché – zprostředkovat českému publiku koncept aperitivo moment a vyzdvihnout hlavní atributy značky Campari. Limitovaný počet TOP novinářů měl přiblížit koncept svým čtenářům. Influencers pak oslovit zejména mladší cílovou skupinu.

Strategie:

Téma aperitivo momentu je součástí dlouhodobé komunikační strategie značky, jenže aktuální doba barům a restauracím moc nepřála. Nejisté vyhlídky gastro segmentu a neustálé riziko COVID omezení jsme obrátili v příležitost, a aperitivo moment přenesli rovnou do obýváku. Rozhodli jsme se zkrátka ukázat, že aperitivo moment si lze naplno užít i doma. Záměrně jsme zvolil atraktivní byt v historickém centru - tento exkluzivní spot měl zaujmout média a influencers před klíčovou letní sezónou. Abychom potrhli prémiovost setkání, každého ze čtyř večerů se mohli účastnit pouze čtyři novináři nebo influenceri.

Nástroje a aktivity

Místo pozvánky k našim hostům dorazil rozvoz „pizza krabice“, která obsahovala vše, co je potřeba k přípravě aperitivo momentu, grafika navíc okazovala k času servírování. Pro autentický zážitek bylo klíčové umístění spotu a také dekorace, které vyzdvihnou brand essence značky. Spot proto pracoval hlavně se smysli návštěvníků. Zvolili jsme apartmán s terasou a výhledem na Prahu. Dekorace odrážely styl značky. Centrem se stal ikonický Campari bar. Propojení Campari s futuristickými umělci zdůrazňovaly plakáty umělce Fortunata Depera. Nechyběla italská hudba a květiny, které svou vůní připomínaly Itálii. Servírovali jsme hero drinky, které se k aperitivo momentu tradičně podávají, a ty jsme párovali s typickými pochutinami, tedy Grissini, olivy, sýry ... Účastníkům jsme představili i nealkoholickou verzi aperitivu- Crodino.

Aby hosté zažili opravdový italský moment stejně, jako by si ho dopřávali v centru italské metropole, zvolili jsme čas setkání na 17 hodinu. Hosty jsme přivítali welcome drinkem. Ambasadory představili téma aperitivo momentu i historii značky, vše v neformální a přátelské atmosféře. Hosté si také vyzkoušeli přípravu hero drinků.

Výsledky:

Akce se zúčastnilo exkluzivně pevně stanovených 16 hostů – novinářů a influencerů, se kterými jsme díky setkání navázali intenzivní spolupráci. Na sociálních sítích jsme zaznamenali dosah 272 tisíc uživatelů a více než 20 příspěvků a stories s označením značky. Tématu byl věnován prostor v klíčových lifestyle médiích, celkem více než 40 mediálních výstupů (s celkovou čteností více než 50 milionů čtenářů). Pozitivní ohlasy měla akce jak mezi hosty, tak i v evropské centrále Campari, která chce v budoucnu s našim konceptem dále pracovat. Viz. přiložená prezentace.