

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Jak se udržet

Projekt byl navržen a proveden pro:

Ministerstvo životního prostředí, odbor politiky životního prostředí a udržitelného rozvoje

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ministerstvo životního prostředí ve spolupráci s agenturou studio

Družina

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

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: Jitka Nováčková

Firma/organizace: Ministerstvo životního prostředí, odbor politiky životního prostředí a udržitelného rozvoje

Stručné shrnutí projektu:

„Víš, na čem sedíš?“ Tak začala kampaň #jakseudržet na podporu informovanosti o udržitelném rozvoji v Česku na IG @cesko\_udrzitelne a FB Udržitelný rozvoj. Církulární ekonomika, zdraví, půda, mezigenerační vztahy, témata obsažená ve 4 dílech podpořili influenceri, kteří vlastním příkladem a za pomoci lidí z projektů Z pokoje do pokoje, Kokoza, 10 000 kroků a Kafe s babi inspirují, jak dát věcem druhou šanci nebo jak sblížit generace. Poutavý obsah vybízí k udržitelnému životnímu stylu!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vytvořit zábavnou, interaktivní a inspirující kampaň k tématu udržitelného rozvoje vycházející z Cílů udržitelného rozvoje a se zapojením influencerů. Hlavním cílem je edukovat a motivovat ke změně na úrovni individuálního chování i společenské angažovanosti směrem k široké veřejnosti se záměrem oslovit obecně skupinu 45+, muže, ale také skupinu tzv. „nepřesvědčených“ o udržitelném způsobu života.

Strategie:

Rozšířit povědomí o udržitelném způsobu života a zábavnou formou a konkrétními příklady motivovat ke změně. Interaktivním obsahem vtáhnout sledujícího do tématu. Propagovat příspěvky na cílové skupiny dle jednotlivých témat.

Nástroje a aktivity

Instagram a Facebook. Aktivity na IG a FB – zábavný, edukativní a interaktivní obsah s využitím možností a nástrojů sociálních sítí, jako jsou carousely, fotky, videa, infografiky, stories, stories ankety, kvízy, otevřené otázky.

Výsledky:

Na Facebooku se v průběhu kampaně (od 18. 6. 2021 do konce kampaně 31. 10. 2021) podařilo navýšit počet sledujících o 3 742. Nový instagramový účet přilákal téměř 2 500 zájemců.

Facebook – zobrazení celkem: 1 245 000, dosah celkem: 610 000 uživatelů

Instagram – (bez 1. dílu kampaně – technické problémy) zobrazení celkem: 401 000, dosah celkem: 258 000 uživatelů

Weblinky:

<https://www.instagram.com/p/CRmL-RljoVT/>, <https://www.instagram.com/p/CRzGUs3jR0D/>, <https://www.instagram.com/p/CSw1-aqKatC/>,  
<https://www.instagram.com/p/CS7VAXzrQYq/>, <https://www.instagram.com/p/CUIYc3xq5vH/>, <https://www.instagram.com/p/CUNfV6vsp8I/>,  
<https://www.instagram.com/p/CVQaGKPqz5y/>, [https://www.instagram.com/p/CVa0vwDMjU\\_/](https://www.instagram.com/p/CVa0vwDMjU_/), [https://www.instagram.com/cesko\\_udrzitelne/?hl=cs](https://www.instagram.com/cesko_udrzitelne/?hl=cs),  
<https://www.facebook.com/udrzitelnyrozvoj>