

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Nákupy udržitelně

Projekt byl navržen a proveden pro:

Centrum Černý Most, a.s.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Firemní publikace - brožury, bulletiny, newslettery

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: Václav Rambousek

Firma/organizace: Ogilvy

#### Stručné shrnutí projektu:

Udržitelnost je dnes čím dál častěji skloňovaným pojmem. Je ale vůbec možné ho autenticky spojovat s maloobchodem a dokonce nákupním centrem? Centrum Černý Most se rozhodlo inspirovat své zákazníky nejen ke zdravějšímu přístupu k nakupování, ale i k udržitelnějšímu životnímu stylu a zodpovědnosti. Zároveň zákazníky přesvědčilo, že budova nákupního centra představuje více než jen široký výběr obchodů, ale i proaktivních opatření podporujících ohleduplnost k naší planetě.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

O tom, že žít v souladu s udržitelností je čím dál důležitější, slyšel dnes snad každý. Ne každý si už ale dokáže poradit s tím, jak správně začít, co konkrétně dělat jinak a co vše v sobě udržitelnost v praxi skrývá. Naším cílem bylo proto prakticky poradit každodenním zákazníkům Centra Černý Most, jak do svého životního stylu a nákupního chování zapojit alespoň malé zdravější kroky, s kterými když začneme všichni, tak společně pokročíme mnohem dál. Protože zodpovědnost neleží jen na nákupních košících zákazníků, bylo cílem představit i dlouhodobé udržitelné aktivity a opatření, kterými jde CČM příkladem.

#### Strategie:

Abychom mohli zákazníkům předat praktické rady, tipy a zajímavosti z CČM, začali jsme důkladnou analýzou nabídky produktů i služeb, které nabízí jednotlivé značky z portfolia obchodů CČM. Stejně tak jsme se spojili se správou budovy Centra, která má na starosti její udržitelný chod i realizaci dalších proaktivních iniciativ. Výsledkem byl informačně nabitý seznam smysluplných produktů, aktivit či projektů, které jsme předali zákazníkům prostřednictvím přehledné brožury, samozřejmě s ohledem na udržitelnost. Průvodce udržitelnými nákupy proto vznikl v tištěné podobě brožury z recyklovaného papíru i jako online microsite. Na obojí jsme upozornili nejen na prodejní ploše, ale i na vlastním IG účtu CČM se zapojením relevantního influencera jako moderátora tématu.

#### Nástroje a aktivity

Udržitelná móda, fair trade produkty, přírodní materiály, ale také stovky tun celkem 18 druhů tříděného odpadu, využití šedé vody pro splachování, podpora elektromobility i třeba chov včel přímo v CČM. To je jen krátká ukázka, co vše se mohli zákazníci dozvědět v brožurě v tištěné i online podobě. Abychom její obsah dostali k co nejširšímu publiku, využili jsme ke komunikaci se zákazníky i vlastní IG profil CČM, kde edukativní obsah brožury představila Tereza Koubková alias @holkazletne. Influencerka a především studentka environmentálních studií na VŠCHT v Praze provedla fanoušky Centra světem udržitelnosti formou zábavných naučných kvízů, zajímavých aha momentů z oblasti ekologie a představila konkrétní kroky, které realizuje CČM společně s obchody v rámci šetrného přístupu k naší planetě.

#### Výsledky:

Spolu s relevantním influencerem jsme rozšířili povědomí o obsahu brožury i mimo nákupní pasáže. Návštěvnost její online podoby dosahovala měsíčně přes 6 000 uživatelů a výrazně neklesala ani po ukončení kampaně. Z toho důvodu se CČM rozhodlo v projektu pokračovat a dál přinášet aktuální informace z jednotlivých obchodů i Centra.

#### Weblinky:

<https://www.nakupyudrzitelne.cz/>