
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

dm Mural Art

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Wavemaker

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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: Jana Růžičková

Firma/organizace: dm drogerie markt

Stručné shrnutí projektu:

Velkoplošné malby, které probouzí inspiraci a čistí vzduch. Netradiční projekt dm Mural Art je součástí mezinárodní kampaně „Zažij sílu inspirace“. Inspirovat zákazníky uměním, zušlechtit pochmurná místa, pohltit nečistoty ve vzduchu a nechat v kolemjdoucích rezonovat otázku „Co dělá lidské bytosti krásnými?“. Těchto cílů dosáhla dm uměleckými realizacemi na netradičních místech veřejného prostoru.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Smyslem kampaně je pomoci nejen zákazníkům, ale i spolupracovníkům najít sama sebe, ve změnách vidět příležitosti a vytvořit prostředí a komunikaci, které budou inspirovat k opakovaným návštěvám prodejen i online shopu dm.cz.

Cílem maleb, potažmo celé kampaně je být inspirující, rozsvítit a zušlechtit veřejný prostor a ukázat, že umění povznáší ducha. Celistvý obraz v lidech evokuje pocity a nálady. Streetartové umění navíc vyvolává společenskou diskusi.

Strategie:

- teaser – snaha vyvolat zájem veřejnosti (WOM, social media)
- realizace – umělecká výzdoba ve 3 městech (PR, mediální kampaň, komplexní promo)
- aktivace – zapojení zákazníků do umění (event na plzeňské náplavce)

Nástroje a aktivity:

Teaser, tedy otázku „Co dělá lidské bytosti krásnými?“, mohli v průběhu dubna vidat kolemjdoucí na pražské budově v ulici Milady Horákové. V květnu se tato plocha proměnila v jedinečné umělecké dílo. Malba ilustrátora Máry Čmáry znázorňovala ženu v laskavém objetí přírodou (cca 150 m²). Další mural art vznikl pod rukama umělkyně Yeve v prostoru plzeňské náplavky. Každý z tří mostních pilířů získal svůj vlastní motiv s názvy Žena v oblacích, Žena s pavími pery a Žena v březovém háji (cca 8 x 5 m). Malby vdechly nový život nejen šedivým plochám, ale díky speciálním ekologickým barvám také samotné přírodě.

Uměleckou výzdobu v podobě polepu dostaly také 3 vybrané dm prodejny v Praze, Plzni a Brně.

Výsledky:

Kampaň pohlíží na inspiraci jako na emocionální podporu. Vnímá ji jako zdroj nových podnětů a nápadů ve všech ohledech lidského života. Vlna inspirace se k zákazníkům přenesla skrze TV spoty, venkovní plochy či stránky zákaznického magazínu active beauty.

Místo klasicky používaných OOH formátů byly pro komunikaci zvoleny malby na netradičních místech (fasáda domu, pilíře mostu, prodejny).

Rozhodnutí upozaděného firemního branding (hlavní obrazy bez dm loga) vzbudilo zájem veřejnosti, pozitivní PR a zkrášlení míst dostalo hlubší rozměr. Při realizaci byly využity speciální eko barvy, které čistí vzduch.

Weblinky:

<https://www.dm.cz/umeni-1300564>, <https://vimeo.com/720567097/d2bdd68577>, <https://vimeo.com/709488726/9ad8aad6d6>,
<https://vimeo.com/714398419/a8e4f5e6d5>,
<https://u.pcloud.link/publink/show?code=kZALUFVZW9qC6Ps1qMb6Hq7AF6Cs50ggbo1X#folder=10469285019&tpl=publicfoldergrid>,
<https://www.youtube.com/watch?v=P-jpbU-R5Yk>,