

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Turné monopostu Formule 1 po čerpacích stanicích

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Team sponzoringu a eventů společnosti ORLEN Unipetrol

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace, I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží, II.6 Průmysl

Komunikační nástroje:

III.3 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: Tomáš Rada

Firma/organizace: ORLEN Unipetrol RPA s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Vlastník sítě ORLEN Benzina, skupina ORLEN, má v Evropě tři tisíce čerpacích stanic. Postupně dochází k rebrandingu čerpacích stanic také v Česku. Významným projektem pro zvýšení brand awareness a image ORLEN se stalo propojení s týmem Alfa Romeo F1 Team ORLEN. Čeští fanoušci díky němu získali na stanicích ORLEN Benzina přístup k závodnímu vozu F1. Šlo o druhý ročník, v roce 2022 se projekt rozšířil i do SR. Kromě velkého zájmu veřejnosti projekt přinesl i široké mediální pokrytí.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zvýšení brand awareness a image ORLEN v souvislosti s probíhající postupným rebrandingem čerpacích stanic ORLEN Benzina díky propojení brandu a koncernového jména ORLEN s formulí 1. Propagovat aktivity skupiny ORLEN a umožnit českým fanouškům přístup k závodnímu vozu. Cílovou skupinou byla široká veřejnost, čtyři konkrétní čerpací stanice byly vybrány dle lokalit s potřebou upevnění brandu ORLEN. Sekundárním cílem bylo na čerpací stanici přivést klienty, kteří standardně v síti netankují.

**Strategie:**

Z interních výzkumů vyplynulo, ve kterých regionech je potřeba posílit značku ORLEN. V těchto regionech byl vystaven závodní monopost Alfa Romeo F1 Team ORLEN C41. Vůz byl přístupný 24 hodin denně díky vystavení ve skleněném boxu. Na jednotlivých čerpacích stanicích byly uspořádány doplňkové aktivity – setkání s celebritami, závodníky, soutěže pro veřejnost o ceny a kurz bezpečné jízdy na Autodromu Most, které měly ještě zvýšit zájem veřejnosti o projekt.

**Nástroje a aktivity:**

Závodní monopost Alfa Romeo F1 Team ORLEN C41 byl umístěn formou turné na čtyřech čerpacích stanicích v Česku

- Litvínov-Záluží – natáčení pro Nova TV, využití ambasadora Radka Mazala
- Praha – natáčení TV Prima do pořadu ShowTime, využití ambasadora Jiřího Šlégl
- Devět křížů na D1 – setkání s jezdci Rally Dakar Martinem Prokopem a Jakubem Przygonským
- Klimkovice u Ostravy
- Po celou dobu probíhaly soutěže pro veřejnost
- Díky rozšíření projektu na Slovensko došlo k medializaci projektu i ve slovenských a maďarských médiích. Na Slovensku se tour osobně zúčastnil i závodník F1 Valtteri Bottas.

Hlavním nástrojem byla 360stupňová komunikační kampaň, která zahrnovala všechny mediatypy. Nosným prvkem byla spotová TV kampaň – sponzorský vzkaz, ve kterém vystupoval sám Valtteri Bottas s českým rallye jezdce Martinem Prokopem.

I oba závodníci měli díky projektu větší medializaci. Dohromady oba přinesli přes 500 GRP.

**Výsledky:**

Prezentace spolupráce s F1 přinesla posílení povědomí o značce ORLEN na českém trhu. Projekt přispěl ke skokovému nárůstu povědomí o značce ORLEN Benzina ze 49 % (2021) na 57 % (2022) a značce ORLEN až o 42 %.

Strategie propojení brandu ORLEN s populárními závody formule se ukazuje jako velmi úspěšná i v Česku. Unikátní zážitek v podobě setkání se závodním vozem v barvách ORLEN si nenechalo ujít 30 000 návštěvníků. Soutěže o zajímavé ceny zvýšily pozornost a zájem o brand ORLEN na sociálních sítích, které sledovalo 18 334 fanoušků. V médiích jsme zaznamenali 658 mediální výstupů se zásahem kolem 105 milionů lidí.

**Weblinky:**

<https://www.youtube.com/watch?v=orD4pjtrSUK>