
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Od výzkumu do výroby: Komunikujeme výrobu dicyklopentadienu

Projekt byl navržen a proveden pro:
původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ORLEN Unipetrol RPA s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace, I.6 Budování vztahů s médii,

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

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:

ORLEN Unipetrol patří k evropské petrochemické špičce. Projekt měl za úkol seznámit veřejnost s novou linkou na výrobu dicyklopentadienu (DCPD), kterou firma vybuodovala v Litvínově. Komunikace měla posílit vnímání ORLEN Unipetrol jako inovátora, který je součástí nadnárodní skupiny, ale současně dokáže udržet a rozvíjet důležité lokální výzkumné a vývojové kompetence včetně funkčního propojení s českou akademickou sférou a vytváří vysoce kvalitní pracovní pozice v regionu. Složitě téma, které v ČR doposud nikdo nekomunikoval, jsme vysvětlili laické veřejnosti a dosáhli masivního pokrytí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem komunikace byla osvěta. První cílovou skupinou byla široká laická veřejnost napříč Českou republikou, u které jsme chtěli posílit vnímání společnosti ORLEN Unipetrol jako součásti evropské petrochemické špičky s vlastním výzkumem a intenzivní spoluprací s českými vědeckými a akademickými institucemi. Další cílovou skupinou byli obyvatelé Litvínova a Mostu, kterým jsme chtěli komunikovat ekonomický přínos a vytváření nových pracovních míst.

Strategie:

Komunikaci jsme postavili na detailech zavedení nové výroby, ve které náš vlastní výzkum hrál zásadní roli. DCPD má širokou škálu využití v automobilovém průmyslu, stavebnictví, elektrotechnice, medicíně a farmacii, používá se například k výrobě střešních krytin, nárazníků aut, zdravotnického sortimentu i komponent do lakýrnických barev. Startem provozu jednotky za 831 milionů korun jsme se zařadili mezi největší evropské výrobce. Právě v tomto provozu jsme začali využívat novou technologii vyvinutou výzkumníky ORLEN Unipetrol ve spolupráci s VŠCHT. V komunikační strategii jsme proto kladli důraz na vysvětlení tématu, vznik nových pracovních míst i přínosy vlastního výzkumu.

Nástroje a aktivity:

Téma jsme zveřejňovali v hlavních médiích po celý rok. Klíčovou událostí bylo slavnostní otevření jednotky DCPD spojené s tiskovou konferencí v areálu rafinerie za účasti předních odborníků i zástupců regionu. Slavnostní přestřižení pásy před samotnou jednotkou se pak stalo symbolem startu projektu a novináři měli následně jedinečnou možnost navštívit ultramoderní řídicí věž samotné jednotky. Atraktivní prostory, kam se jinak nikdo nepovoláný nedostane, vytvořily skvělou kulisu pro diskuse s odborníky a dovysvětlení celé problematiky.

Výsledky:

„Unipetrol spustil výrobu vysoce žádaného uhlovodíku“ a „Nová jednotka na výrobu dicyklopentadienu otevřena“ – to jsou jen některé z mnoha headlineů, které přibližovaly složité téma. Dosáhli jsme širokého pokrytí v médiích různých typů a zaměření. Od televize přes deníky a zpravodajské weby až po odborná média jsme získali celkem 68 výstupů se zásahem 7 387 318 čtenářů/diváků. Tématu se věnovala Česká televize i TV Prima. Dokázali jsme tak veřejnosti předat klíčová sdělení o našem výzkumu, o investici do nové výroby a o jejich ekonomických i dalších přínosech.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=WfYpT8HI84>