

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Virtuální procházka do srdce českého umění s Google Arts & Culture

Projekt byl navržen a proveden pro:  
původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas PR

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

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: Lucie Strnadová

Firma/organizace: Havas PR

**Stručné shrnutí projektu:**

U příležitosti předsednictví ČR v Radě EU připravila společnost Google ve spolupráci s agenturou Havas, týmem Google Arts & Culture a 19 partnery z řad kulturních institucí digitální sbírku „The HeART of Czechia“. Unikátní projekt čítající dnes již přes 3000 artefaktů, včetně Slovanské epopoje v ultra vysokém rozlišení, byl slavnostně představen v Národním muzeu. Záštitu nad ním převzal ministr pro evropské záležitosti, Mikuláš Bek.

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

Google vždy usiloval o budování dobrých vztahů s komunitami, v nichž působí. Loni se v kontextu nejrůznějších regulací ukázalo, jak důležitou roli hraje právě kulturní sektor. Ten současně ne vždy dokáže plně využít výhod, které digitální doba přináší. U příležitosti českého předsednictví EU proto společnost připravila společensky prospěšný projekt, jehož cílem bylo přispět k zachování českého kulturního dědictví a prostřednictvím platformy Google Arts & Culture usnadnit jeho prezentaci mezinárodnímu publiku. Cílem bylo také prohloubit vztahy s místními kulturními i politickými elitami.

**Strategie:**

Jádrem projektu byla spolupráce s předními kulturními institucemi, se kterými bylo třeba obnovit či navázat partnerství a provést je nástroji Google Arts & Culture. Mezinárodní tým nadto zajistil detailní nasnímání Slovanské epopoje - monumentální dílo se stalo největším souborem obrazů na platformě vůbec.

Kvalitní obsah sbírky vytvořil vynikající předpoklady pro organický zájem médií. V době předsednictví bylo klíčové úspěšné získání záštity ministra pro evropské záležitosti. Uvedení sbírky podpořila masivní PR kampaň a slavnostní event, který byl postaven na atraktivním vizuálním obalu a zapojení technologií, např. interaktivních tabulí a ukázkou aplikací s využitím AI.

**Nástroje a aktivity:**

Kreativní název sbírky, vizuální identita a stránka na platformě GA&C.

Prezentační video, sekvence využila i ČT.

Online briefing médií s přednostním přístupem ke sbírce i k mluvčím GA&C.

Vizuálně atraktivní event za přítomnosti osobností kulturního a politického života ČR.

Panelová diskuse osobností za DOX, NM a Galerie hl. města Prahy. Rozhovor na pódiu s Marcusem Muchou.

Rozhovory se zástupci Googlu i partnerů pro exkluzivní reportáž ČT, rozhovor ředitele GA&C pro Forbes.

Na míru vyrobené figurky Tititi na motivy děl známých českých umělců.

Článek na centrálním blogu Googlu v angličtině.

**Výsledky:**

Podařilo se vytvořit mimořádný projekt, který získal vynikající pozitivní publicitu a podpořil vnímání Googlu jako firmy, které leží na srdci české kulturní dědictví.

40+ pozitivních výstupů v téměř všech mainstreamových médiích (ČT, ČRo, idnes.cz, SeznamZprávy.cz, Blesk.cz, Právo atd.) s kumulovaným zásahem téměř 7,4 milionů.

200+ hostů z řad médií, kultury, politiky i businessu na slavnostním eventu.

100K+ odhadovaný zásah výstupů influencerů, kteří informovali o projektu - Filip Šícha (TikTok), Jsem v obraze, Adelachloe (Instagram).

Na svých sociálních sítích o projektu referovali i zástupci partnerů, např. Národní muzeum, Národní divadlo nebo Velvyslanectví USA.

**Weblinky:**

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_838im22GZo](https://www.youtube.com/watch?v=_838im22GZo), <https://www.youtube.com/watch?v=xZ4Owc6iqiQ>