

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

#Colorfidence

Klient:

MARS

Agentura / Přihlašovatel:

MSL Czech Republic

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Josef Chrpa

Firma/organizace: Lion Communications s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Taky se cítíte sebevědomě, když si obléknete určitou barvu? Přesně z toho vychází myšlenka #Colorfidence, která vyzývá k hrdému nošení barev. Kampaň vznikla u příležitosti rebrandingu značky Orbit, jejímž cílem bylo osvěžit look obalů a zaujmout mladé. Barevná kampaň zaplavila kanály influencerů i česká média a přesvědčila mladé, že stojí za to být #colorfident.

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

CS gen-Z a mladí mileniálové a tak jsme zapojili do kampaně influencerské výzvy. Cílili jsme i na média pro mladé. Hlavním partnerem kampaně byl Refresher.cz, který udělal barevný kvíz i videoanketu v Praze. Cílem kampaně bylo představit nový svěží look obalů Orbit a zaujmout mladou CS. Sekundárním cílem projektu bylo pomoci vytvořit ze žvýkačky opět módní záležitost, která se stane must-have doplňkem.

**Strategie:**

Jak zaujmout mladé a ukázat, že žvejka je už zase in? Barvy! Vyvolávají emoce, zlepšují náladu a spoluutvářejí identitu. Proto jsme je vybrali jako hlavní ingredienci kampaně. Při strategickém uvažování jsme vycházeli z faktu, že pro mladé je móda výraznou součástí života, která spoluutváří jejich identitu. Proto se zrodila Colorfidence, která spojuje dobrou náladu s tím, co máme na sobě a jak se v tom cítíme. Stvořili jsme zbrusu nové slovo spojující barvy a sebevědomí. Ke spolupráci jsme pozvali módní koučku Kamilu Vodochodskou a společně jsme vytvořili módní barevné charaktery podle příchutí Orbit.

**Nástroje a aktivity:**

Uspořádali jsme barevný workshop pro influencersy a novináře, kde jsme představili myšlenku sebevědomého nošení barev. Sociální sítě se obarvily příspěvky s oblíbenými outfity, které mladým dodávají sebevědomí doplněné o #colorfidence. K myšlence se vyjadřovali psychologové, módní koučka i influenceri. Z nudného rebrandingu se stala cool záležitost propojující psychickou pohodu, módu a samozřejmě žvýkačky! Červená elegance s nádechem luxusu, modrá minimalistická jednoduchost nebo zelená vintage queen? Každá žvýkačka dostala vlastní módní charakter. Módní koučka Kamila připravila barevný workshop o tom, co barvy umí a jaká kouzla s nimi v šatníku lze dokázat. Účastníci mohli skládat vlastní barevné variace a přijít na to, jaký odstín je jejich srdcovka. Redaktoři v Praze vyrazili do ulic a zjišťovali, jaké outfity a proč mají lidé na sobě. K tomu jsme vytvořili barevný kvíz, soutěže, barevné ankety i nejrůznější výzvy. Influenceri zapojili své followers do barevných týdenních výzev.

**Výsledky:**

Kampaň na pár měsíců rozzářila feedy sociálních sítí. Sdílení #colorfident outfitů a povzbuzování se navzájem v nošení kousků, co nás baví, a hlavně ve kterých se cítíme autenticky. Projekt zaujal novináře, a to nejen módních magazínů. Kamila vyzpovídala řada novinářů byla hostkou podcastů. Celkově se nám podařilo vygenerovat 35 mediálních výstupů s reachem 27 mil. Rozpočet byl 700 000 CZK. Kampaň ukázala nový rozměr toho, jak lze přemýšlet o módě a barvách a dodala mladým sebevědomí jít s kůží na trh a ukázat, v čem se cítí dobře a jsou zkrátka #colorfident! Kampaň byla po českém vzoru uvedena i na RO-SK-HUN trzích.

**Weblinky:**

<https://www.youtube.com/watch?v=QGKZ8b2cmEE>,