
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Brožura Vítr v Česku

Klient:

Komora obnovitelných zdrojů energie, Česká společnost pro větrnou energii

Agentura / Přihlašovatel:

Konektor PR s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 Firemní publikace – jednorázové

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Jan Pácl

Firma/organizace: Konektor PR s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Brožura Vítr v Česku vysvětluje laikům fungování a výhody větrné energetiky, stejně jako její potenciál pro ČR. Je určena primárně široké veřejnosti a zástupcům samospráv, u kterých existuje šance, že v jejich okolí může větrná elektrárna vzniknout. Konstruktivně reaguje na mýty, které se kolem větrné energetiky dlouhodobě šíří a na základě kterých samosprávy v posledních letech blokovaly další rozvoj v této oblasti.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V Česku je v současné době v provozu 212 větrných elektráren s celkovým instalovaným výkonem 349 MW. Pokrývají tak pouze jedno procento české roční spotřeby elektřiny, přičemž evropský průměr činí 17 %. Například sousední Polsko pokrývá z větru 11 % a Rakousko 12 % své spotřeby. V posledních letech se výstavba nových „větrníků“ v ČR prakticky zastavila kvůli odporu obcí a krajů. Tento odpor do značné míry stojí na malé informovanosti o tom, jak větrná energetika funguje. Šíří se mnoho mýtů – například o extrémní hlučnosti elektráren či o tom, že ve velkém masakrují ptáky. Komora OZE a Česká společnost pro větrnou energii se snaží situace změnit. Proto v roce 2023 společně zadaly kampaň zaměřenou na regiony, ve kterých je největší potenciál rozvoje větrné energetiky v ČR. Cílem bylo zlepšit obraz větrných elektráren u starostů i místních obyvatel a starosty edukovat o tom, jak postupovat v jednání s potenciálními investory.

Strategie:

Šlo o pilotní kampaň s velmi malým rozpočtem, proto jsme se zaměřili na aktivity s maximálním dopadem a přidanou hodnotu pro klíčovou skupinu starostů obcí. Starosty jsme oslovili napřímo poštou a telefonicky. Kromě distribuce materiálů jsme sbírali i zpětnou vazbu využitelnou pro následné kampaně podobného typu.

Nástroje a aktivity:

Připravili jsme brožuru „Vít v Česku“, kterou jsme rozeslali do téměř 300 obcí v regionu. Ta je určena nejen přímo starostům, ale i jako informační materiál pro občany. Je psána jednoduchou a poutavou formou „příběhu větrníku“ a ve svém obsahu vyvrací několik klíčových mýtů. Zároveň je vizuálně čistá a lehká – stejně jako energie, kterou větrná turbína produkuje. Společně s ní jsme distribuovali i techničtější manuál „Jak se staví a provozuje větrná elektrárna“, který starostům usnadňuje postup v případě, že je osloví potenciální investoři s návrhem stavby elektrárny. Dále jsme realizovali několik komunikačních aktivit v Moravskoslezském kraji – například návštěvu novinářů i starostů ve větrné elektrárně, kde se dozvěděli více o technické i administrativní stránce od zástupce provozovatele elektrárny i místního starosty. Pro média jsme vydali tiskovou zprávu založenou na průzkumu veřejného mínění v regionu.

Výsledky:

Téměř 80 % starostů, které jsme oslovili po distribuci brožury, ji označilo za užitečnou a dobře zpracovanou, dvě třetiny pak uvedly, že jim přinesla nové informace, které mohou dále používat v diskusích s občany či investory.