
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Celé Česko hraje forte!

Klient:

Unie orchestrálních hudebníků ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Creative ADison s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně, I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Neziskový sektor

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Šárka Kiršnerová

Firma/organizace: Creative ADison s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Unie orchestrálních hudebníků potřebovala podnítit diskusi o financování veřejných kulturních institucí a dostat téma na stůl ministra kultury. Cílem kampaně Hraju forte bylo aktivizovat profesní komunitu a získat pozornost médií. Pod hlavičkou nově vzniklé iniciativy Nenechme kulturu utichnout jsme vybudovali téma a poté hráli forte na happeninzích v celé ČR. Zásah byl 56 mil., 20x jsme byli v TVR.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Orchestra a veřejné kulturní instituce se potýkají s nedostatkem financí a připravovaný zákon o veřejné kulturní instituci by podfinancovanost ještě prohloubil. Proto se odborová organizace Unie orchestrálních hudebníků rozhodla na situaci upozornit. Cílem kampaně bylo získat pozornost médií a tím vytvořit lepší podmínky pro jednání s MK. Předpokladem bylo zapojení jednotlivých orchestrů.

Cílové sk.:

1. Ministerstvo kultury + poslanci (PA aktivity)
2. Profesní komunita
3. Široká veřejnost

Strategie:

Věděli jsme, že primárně cílíme na politickou reprezentaci, ale k vytvoření politického tlaku a získání pozornosti masových médií potřebujeme zjednodušit téma pro širokou veřejnost a profesní komunitu. Pro veřejnost je téma složité, vážná hudba vzdálená a odbory nerezonují pozitivně. Komunikaci jsme nechtěli vést agresivně.

Abychom dokázali udržet pozornost médií po 4 týdny, členili jsme kampaň do dvou fází. Vybudovali jsme téma a poté přešli do aktivizační fáze, kdy jednotlivé orchestry vyjadřovaly podporu kampani prostřednictvím happeningů.

Nástroje a aktivity:

Vznik iniciativy Nenechme kulturu utichnout fungoval jako aktivizační moment 1. fáze kampaně, kdy jsme vybudovali téma v médiích pro širokou veřejnost.

Ve 2. aktivizační fázi jsme využili kreativní koncept Hraju forte! a sílu sjednocených orchestrů na 20+ happeninzích po celé ČR. Koncept Hraju forte! využívá srozumitelné výrazy z italské terminologie, hravou formou zjednodušil problematiku s odkazem na vážnou hudbu a sjednotil komunikaci v médiích, na eventech i na sociálních sítích.

Interní kom.: emailing, videomedailonky

Vizuální identita: iniciativa Nenechme kulturu utichnout + Hraju forte!

MLR: 3x TZ + medializace

PA aktivity: komunikace s poslanci a stakeholdery

DIGI: web -dlouhodobá platforma

SOME - FB a IG profil: zapojení profesní komunity a veřejnosti

Video content:

Teaser - pozvánka na hl. happening

Editace 20+ videomedailonků zaměstnanců v kultuře

Fotodokumentace

Aftermovie

Merchandising: šerpa, transparenty, letáky

Eventy/happeningy:

přes 20 akcí po celé ČR + hl. happening na hl. nádraží v Praze

Otevřený dopis vládě podepsaný zaměstnanci kultury

Výsledky:

1. Ministerstvo kultury + poslanci (PA aktivity)

3 vyjádření MK a uskutečnění 2 schůzek s ministrem, podpora Zaorálka, Kalouska, Jermanové

2. Profesní komunita

Sjednocení a zapojení orchestrů - 21 happeningů

SOME

2650 sdílení

593 hodin sledování videí

3. Široká veřejnost

122 výstupů - 20+ výstupů v TVR

156 GRP

Kumulovaný zásah 56 767 767

123 495 450 Kč AVE

V období kampaně jsme dosáhli trojnásobného pokrytí tématu v médiích oproti podobné iniciativě Status umělce.

Weblinky:

https://www.dropbox.com/scl/fi/k4i2q8z6zu6z8osa0sgpb/Prezentace_Cel-esko-hraje-forte-_Adison.pptx?rlkey=pcp6rcr5s4dtukd41oci91e60&dl=0