
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Národní den bez spěchu

Klient:

Česká asociace pojišťoven

Agentura / Přihlašovatel:

Hero & Outlaw

Spolupracující agentura / subjekt:

McCann Prague

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.7

Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Daniela Kalinová

Firma/organizace: Hero & Outlaw

Stručné shrnutí projektu:

Národní den bez spěchu využil kulturních, sportovních a vzdělávacích akcí k získání celorepublikové publicity a zvýšení povědomí o problému rychlé jízdy. Zpožděním zásadních událostí, jako domácího fotbalového poháru, zpravodajství, divadelních představení nebo výuky, přilákal tento den hlavní televizní zpravodajské relace i média, která doručila zprávu více 7,3 milionů lidí. Celému dni korunovalo zpoždění pochodu apoštolů na pražském orloji. Média hrála zásadní roli při šíření informací a propagaci dne, v čele s Českou televizí, Českým rozhlasem nebo sítí rádia Active. K iniciativě se zapojila i řada influencerů, kteří akci podpořili šířením manifesta či vlastními vzkazy, nebo více než 30 komerčních partnerů jako BMW, MOL, DPD, Rekola, Vodafone, Rohlik.cz a mnoho dalších.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

9 z 10 řidičů přiznává, že porušuje rychlostní předpisy a 43 % řidičů spěchá, protože dohání zpoždění. Společnost tento fakt dlouhodobě akceptuje, tradiční kampaně proto příliš nefungují. Za posledních deset let způsobili řidiči v nepřiměřené rychlosti celkem 134 891 dopravních nehod, téměř polovina skončila s následky. Zadáním ČAP bylo zvýšit povědomí o nebezpečí zbytečného překračování rychlosti a přimět řidiče, aby na silnicích zpomalili. Cílem NDBS je snížit počet nehod způsobených nepřiměřenou rychlostí, přimět lidi ke zpomalení jízdy a připomenout jim, že pár minut času navíc na silnici nestojí za to, aby riskovali život svůj i ostatních.

Strategie:

Den, kdy je možné se opozdit výměnou za větší bezpečnost na silnicích. Iniciativa vyzvala instituce, školy, redakce novin, fotbalové kluby nebo divadla, aby se zapojily a symbolicky zpozdily své akce, a to až o 13 minut, a změnilo tak chování společnosti. NDBS navazuje na úspěšnou kampaň Zpomal, dokud není skutečně pozdě a projekt 13 MINUT. Osvětové kampaně musí působit dlouhodobě. Proto jsme se rozhodli vytvořit pravidelnou událost, která se může každý rok opakovat a rozšiřovat její povědomí a vytvořit viditelnou komunikační událost, díky zapojení firem, organizací, institucí, influencerů.

Nástroje a aktivity:

Hnutí umožnilo lidem zpomalit tím, že jim poskytlo několik minut navíc. Události se odehrávaly na různých místech v průběhu celého 3.4., počínaje univerzitami a ranními pořady, pozastavením orloje, poledním zpravodajstvím, odpoledním fotbalovým zápasem až večerním divadelním představením. Součástí kampaně je manifest a video se známými osobnostmi, např. režisér Vít Klusák, herci Petr Uhlík a Jan Hájek, herečky Ester Geislerová a Klára Issová nebo lékař Marek Dvořák. Iniciativu podpořil i pražský orloj. Mechanismus procesí apoštolů byl pozastaven a smrtka odbila 138x za každý život ztracený při rychlé jízdě. Hlavním partnerem celé události se stala FAČR. Na zbytečný spěch upozornily v rámci své komunikace také některé pojišťovny, IZS a firmy, např. BMW, MOL, DPD, Rekola, Vodafone, Rohlik.cz, Plzeňský prazdroj atd.

Výsledky:

Celkový odhad všech lidí zasažených komunikací napříč kanály je 7,3 milionu lidí v ČR. Detail zašleme v prezentaci emailem.

Weblinky:

<https://www.13minut.cz>, <https://www.youtube.com/watch?v=56F69XE2CQY>