
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Poleno Povoleno!

Klient:

Asociace pro ekologické vytápění dřevem (AEVD)

Agentura / Přihlašovatel:

FleishmanHillard

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Marcel Bodnár

Firma/organizace: FleishmanHillard

Stručné shrnutí projektu:

Dezinformace se nevyhýbají žádnému oboru. V posledních letech se šíří hoax, že dřevo jako zdroj vytápění bude v budoucnu zakázáno. AEVD jsme pomohli vytvořit mediální protiváhu a kampaní Poleno Povoleno! edukovat širokou veřejnost, ale i odborníky v tom, jak správně topidla používat. Otevřeli jsme asociaci cestu k záštitě Ministerstvem životního prostředí nebo ji propasali na dvířka krbů a kamen v prodejnách.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Ve stínu zákazu starých kotlů nebo spalovacích motorů může znít i možný zákaz kamen a krbů na dřevo uvěřitelně. Naším cílem bylo vyvrátit mýty a zvýšit povědomí o ekologickém potenciálu dřevní biomasy jako obnovitelném zdroji energie a edukovat, jak topit maximálně efektivně při minimálním dopadu na životní prostředí.

Strategie a kreativa:

V první fázi jsme pomohli s názvem a komunikačním usazením asociace včetně výstavby webu a kompletní vizuální identity. Po komplexní analýze cílové skupiny (majitelé domů a chat) projekt odstartoval na netradiční tiskové konferenci, kde byl oznámen vznik asociace a spuštěna edukační kampaň Poleno Povoleno!. Na akci nechyběl oheň nebo program pro novináře s praktickými ukázkami a experimenty. Kampaní provází maskot hovořící jednoduše a srozumitelně k cílové skupině, aby všichni pochopili, že dřevem se tisíce let topilo a vždycky bude.

Nástroje a aktivity:

Průzkum, zmapování médií, positioning asociace, public affairs, media relations a branding.

Pro externí komunikaci jsme využili:

- Tvorbu vizuální identity
- Media relations
- Web
- Video (režie Kilián Vrátník)
- Tiskovou konferenci
- Branding
- Edukační samolepky na prodejnách
- Online bannery

Výsledky:

Oborová asociace výrobců a prodejců dřevospalujících topidel, která v první polovině roku ještě neexistovala, měla v říjnu vizuální identitu, maskota, kick-off tiskovku, kampaň, web, sociální média, komunikaci s ministerstvem životního prostředí a fungující media relations. Rozrůstá se a pozitivní ohlasy na kampaň má také z okolních států.

- Mediální etablování asociace a jejích témat (46 organických výstupů, celkový dosah 8 milionů čtenářů, posluchačů a diváků)
- Stovky tisíc zasažených potenciálních zákazníků kampaní a vizuály na prodejnách a produktech

Weblinky:

https://youtu.be/Roh6w-EI9nl?si=4XMIJvi_4A3dwg5q, <https://aevd.cz/>