
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zabránili jsme runu na benzinky – nález pumpy v rafinerii Litvínov

Klient:

ORLEN Unipetrol RPA s.r.o.

Agentura / Přihlašovatel:

ORLEN Unipetrol RPA s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

AC&C Public Relations s.r.o.

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace

Oborové kategorie:

II.7 Průmysl

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Běla Jašková

Firma/organizace: AC & C, Public Relations, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Splňuje-li něco definici krizové komunikace, potom nález čtvrttunové pumy v litvínovské rafinerii stoprocentně. Důsledkem její exploze by bylo zásadní poškození rafinerie, výpadek výroby a vážné problémy v zásobování ČR palivy i petrochemickými výrobky. Výbuchem bylo bezprostředně ohroženo zdraví více jak šesti tisíc pracovníků chemického areálu. Úkol komunikace byl jasný: zabránit runu na čerpací stanice, který by Česko paralyzoval. V tom byla naše dvoutýdenní komunikace 24/7 úspěšná – panice se podařilo zabránit a ORLEN Unipetrol vyšel z krize bez reputačních škod.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Při likvidaci nevybuchlé válečné pumy byla ohrožena klíčová rafinerie a zásobování Česka palivy. Šlo o bezprecedentní situaci. Celý závod musel být zcela odstaven a zhruba 6 000 pracovníků evakuováno. Situaci sledovala s napětím celá země. Bylo nutné komunikovat rychle a profesionálně za všech okolností.

Strategie a kreativa:

Krizová situace byla atypická délkou trvání (přes 2 týdny) a nutností koordinovat komunikaci všech zúčastněných aktérů (policie, pyrotechniků, hasičů, záchranné služby atp.). Strategickými faktory byla tedy koordinace sdělení, udržování průběžné komunikace, úzká spolupráce s klíčovými novináři a televizními štáby a dostupnost just-in-time 24/7. Šlo o stovky hodin práce v plném krizovém nasazení a s neustálým rizikem možnosti výbuchu pumy v objektu rafinerie. Tiskový mluvčí Pavel Kaidl pracoval po celou dobu zásahu z rafinerie v Litvínově, kde byl k dispozici pro osobní schůzky a natáčení všem novinářům.

Nástroje a aktivity:

Na pozadí běžela nonstop práce pracovníků oddělení komunikace a agentury, kteří připravovali poklady, klíčová sdělení a Q&A, a to vše vždy ve dvou verzích – bez exploze a s explozí. Úzce spolupracovali s ČTK, lokálními novináři a s televizními štáby, které z místa přenášely živé reportáže. Před řízeným odpalem pumy i po něm proběhla tisková konference. Soustředili jsme se i na sdělení informací s ostatními aktéry včetně koordinace textových a audio/video výstupů. Průběžně jsme zpracovávali media monitoring a analyzovali výstupy. Každodenně jsme aktualizovali a rozesílali informace pro zaměstnance a obchodní partnery. Velký důraz jsme kladli také na komunikaci na sociálních sítích, zejména na Facebooku (největší dopad na veřejnost i naše zaměstnance) a X. Pravidelně jsme v co nejpřehlednější a nejsrozumitelnější formě sdíleli nové či aktualizované informace a aktivně komunikovali s uživateli sociálních sítí.

Výsledky:

Cílem v tomto případě nebyla publicita samotná – vzhledem k závažnosti tématu se mu média samozřejmě intenzivně věnovala. Bylo zveřejněno přes 1,2 tisíc výstupů s GRP 1779, z toho hlavní televizní stanice odvysílaly 205 reportáží. Cílem byl fakt, že lidé po celou dobu měli jasnou představu o tom, že celá situace (tedy likvidace pumy i zajištění ČR strategickými surovinami) je pod kontrolou. Žádný z výstupů zároveň nebyl negativní (poškozující) společnost ORLEN Unipetrol. Příhlaška prostě popisuje případ krizové komunikace v nejjistší podobě tak, jak se má dělat.