
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Darováním proti plýtvání: Albert mění přebytky v pomoc

Klient:

Albert

Agentura / Přihlašovatel:

WS CEE Communication Consulting s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.9

Dlouhodobé budování pověsti či značky

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Marek Němec

Firma/organizace: WS Czech

Stručné shrnutí projektu:

Vnímání řetězců v médiích dlouhodobě negativně formují zprávy o individuálních kvalitativních prohřešcích, slevových akcích, vysokých maržích, které často komentují odborníci z jiných oborů bez hlubší znalosti problematiky. Potenciál vylepšit tento obraz mají aktivity s celospolečenským přesahem. Albert je největším firemním dárcem potravin. Zároveň si vytvořil skvělou spolupráci s Potravinovými bankami. Na základě tohoto programu jsme postavili roční komunikační plán, který měl čtyři nosná témata, která dokázala udržet pozornost novinářů na darování v průběhu celého roku.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Albert se dlouhodobě odlišuje od ostatních maloobchodních řetězců rozsahem pomoci v oblasti darování potravin. Každoročně navyšuje svůj závazek a s více než 3 800 tunami darovaných potravin v roce 2024 je největším firemním dárcem v Česku. Cílem bylo představit značku Albert v novém světle, odlišit ji od konkurence a upevnit její pozici lídra v oblasti společenské odpovědnosti.

Strategie a kreativa:

Vytvořili jsme celoroční PR strategii pro Albertův program darování potravin postavenou na čtyřech milnících. Na začátku roku Albert veřejně oznámil ambiciózní závazek darovat 3 800 tun potravin, což jsme komunikovali prostřednictvím tiskové zprávy podpořené placenou spoluprací. V červnu následovalo spuštění inovativního projektu večerního darování čerstvých potravin s Potravinovými bankami, které jsme představili široké veřejnosti skrze tiskovou zprávu a mediálně podpořené články.

V říjnu se uskutečnil event pro média a stakeholdery, na kterém Albert představil report udržitelnosti za rok 2023. Formát byl koncipován jako informační a reprezentativní setkání, které mělo posílit důvěru v transparentnost a dlouhodobou udržitelnou strategii společnosti Albert. Vyvrcholením byla konference s partnery z neziskového sektoru, kde Albert oznámil překonání původního závazku, předal chladicí dodávky a představil ještě vyšší cíl pro příští rok.

Tento strategický mediální plán transformoval téma potravinových darů z jednorázových zpráv na konzistentní příběh společenské odpovědnosti. Výsledkem nebylo jen mediální pokrytí, ale zásadní posun ve vnímání značky Albert. Společnost získala pozici jediného maloobchodníka v TOP 10 ESG hodnocení a posílila reputaci odpovědného lídra v retailu.

Nástroje a aktivity:

- PR a media relations
- Celoroční komunikace
- Komunikační plán
- Komunikace se stakeholdery
- Tiskové zprávy
- Unikátní projekt přímého večerního darování
- Dedikované eventy
- Aktivace

Výsledky:

- Média: 114 výstupů
- Event k představení reportu udržitelnosti: 40 hostů – zaměstnanci, partneři, odborníci i zástupci médií, veřejné správy, neziskových organizací a akademické obce