
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Blackout? Měřítkem úspěchu je to, co se nestalo!

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:

Když nejhorší blackout v historii Česka zasáhl kritickou infrastrukturu státu, havarijně odstavil i rafinerii ORLEN Unipetrol v Litvínově. Proces prováděný hlukem a plameny z polních hořáků vyvolal značné obavy veřejnosti. Situaci vzápětí zkomplikovala havárie kompresoru etylénové jednotky, která ohrozila zásobování země palivy a vyžádala si záplývku nafty ze státních rezerv. Díky bleskové a koordinované krizové komunikaci se podařilo zabránit panice i šíření dezinformací a udržet stabilitu trhu až do úplného obnovení standardního provozu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Dne 4. července 2025 zasáhl zemi největší blackout za půl století. Rafinerie musela okamžitě zastavit výrobu, což provázely viditelné kouřové efekty, které okamžitě přitáhly pozornost médií. Hlavním cílem bylo transparentně vysvětlit nezbytnost bezpečnostních procesů, uklidnit veřejnost v regionu i na celostátní úrovni a udržet důvěru trhu v plynulost dodávek pohonných hmot. Náročnost úkolu spočívala v nutnosti koordinovat komunikaci napříč médii, samosprávami, státem a energetickým sektorem během několika souběžných krizí najednou.

Strategie a kreativa:

Tento blackout prověřil technologickou i komunikační odolnost rafinerie. Zvolili jsme strategii proaktivní otevřenosti, kdy jsme veškerá sdělení včetně omluvy za doprovodné efekty havarijní odstávky iniciovali jako první. Klíčem k úspěchu bylo udržet po dobu dvou měsíců jednotný hlas vůči všem cílovým skupinám. Strategie vycházela z našeho dlouhodobého krizového managementu, přičemž jsme prokázali, že krizová připravenost kritické infrastruktury je stejně důležitá jako technologické zabezpečení provozu.

Nástroje a aktivity:

Bezprostředně po výpadku energie jsme aktivovali krizový komunikační režim. Paralelně jsme komunikovali bezpečné odstavení výroby, vysvětlovali roli polních hořáků (flér) a postupně informovali o restartu jednotek. Následně jsme koordinovali komunikaci další krize spojené s poruchou etylénové jednotky a záplývkou paliv ze státních rezerv, kterou jsme prezentovali jako kontrolované preventivní opatření. Využili jsme všechny PR nástroje k zajištění klidu u čerpacích stanic a posílení důvěry v odolnost celého systému kritické infrastruktury státu.

Výsledky:

Klíčovým měřítkem úspěchu bylo to, co se nestalo: žádná panika u pump, žádná dezinformační vlna ani reputační propad. Přestože bylo mediální pokrytí v prvních dnech po 4. červenci kvůli kouři a hluku výrazně negativní, díky rychlé a technicky srozumitelné komunikaci se podařilo sentiment stabilizovat a překloupat do neutrální roviny během necelých čtyř dnů. Monitoring zachytil 120 výstupů, z nichž více než 90 % bylo v neutrálním či faktickém tónu. Regionální komunikace minimalizovala stížnosti obyvatel a záplývka paliv proběhla bez veřejné eskalace. Standardní provoz byl plně obnoven 28. července.