

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Za pět 12 - odpočet novinky Starobrno

Klient:

Starobrno

Agentura / Přihlašovatel:

LESENSKY.CZ

Spolupracující agentura / subjekt:

X Production

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Martin Svoboda

Firma/organizace: LESENSKY.CZ

**Stručné shrnutí projektu:**

Pivovar Starobrnno uvedl na trh novou dvanáctku. Ikonické Mendlovo náměstí ovládl pět dní před launchem obrovský ciferník ve tvaru čepovaného piva, který odpočítával poslední dny do uvedení na trh. Motiv hodin Za pět 12 se propal i do dalších kanálů – zaplnil sociální sítě, přední brněnské hospody a pracovali s ním i lokální influenceři. Výrazný dosah kampaně cílené na Brno a okolí se ve finále propal do dvou úspěšných launch eventů.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zadáním klienta bylo kreativní uchopení launchu nového piva s cílením na brněnský region a jeho okolí, a to bez využití hantecu či jiných brněnských specifik – pro oslovení širšího publika včetně konzumentů, kteří nejsou rodilými Brňany. Cílem bylo také upozadit značku Starobrnno a naopak vyzdvihnout nový produkt. Klíčovou cílovou skupinou byli především lokální potenciální konzumenti, s důrazem na mladší věkové skupiny nad 25 let, sekundárně pak novináři a gastro provozovatelé.

**Strategie a kreativa:**

Leitmotivem kampaně Za pět 12 byl ciferník ve tvaru čepovaného piva, který postupně odpočítával 5 dní do uvedení produktu na trh. Číslo 12 přitom v přeneseném významu symbolizovalo nové dvanáctistupňové pivo. S každým dnem se na sociálních sítích postupně odhaloval i pětipísmenný název produktu – Štatl. Ten se profiloval jako prémiový produkt, v kampani jsme ho proto spojovali se špičkovými podniky, kde je Starobrnno kvalitně ošetřené. I zde se proto motiv hodin objevoval ve fyzické (na stolech) i digitální (jako projekce na televizích) podobě. Klíčem pro výběr influencerů (@kamvbrne, @holkyzbrna, @coolbrnoblog) bylo zaměření jejich obsahu na dění v Brně a gastronomii, doplnil je i znalec brněnského pivovarnictví Filip Vrána, plnící roli odborného garanta kvalita.

**Nástroje a aktivity:**

Středobodem byl velký banner s ciferníkem instalovaný na jedno z nejušnějších míst v Brně – v blízkosti pivovaru na Mendlově náměstí. Mechanická ručička se každý den posouvala blíž ke dvanáctce a díky LED osvětlení poutala pozornost i večer. V den launchu se pak na banneru odhalil klíčový vizuál produktu i jeho název. Influenceři se kromě využívání ciferníku ve svých výstupech účastnili také vaření nového piva a launchu pro partnery i širokou veřejnost.

Sociální sítě hrály kromě odpočtu roli zejména směrem k revealu názvu piva. V rámci media relations obdrželi novináři měsíc před launchem save-the-date pozvánku ve formě vzkazu v prázdné pивní lahvi s motivem ciferníku. Týden před launchem pak obdrželi i brandovaný půllitr Štatl, který mohli využít na launchi. Kromě této akce vyvrcholila kampaň i eventem pro veřejnost, do kterého se přitom aktivně zapojil i Leoš Čermák – bývalý kapitán Komety Brno, který nosil na dresu číslo 12.

**Výsledky:**

Dva launch eventy v zaplněné Pivovarské restauraci

Dosah offline ciferníku na Mendlově náměstí – 250 000+ lidí

Dosah kampaně v síti Meta (Facebook + Instagram) – 1 500 000+ uživatelů

35 mediálních výstupů, celkový dosah 1 280 000+ lidí

Influenceři: Zapojení 4 regionálních tvůrců + brněnského experta na pivovarnictví Filipa Vrány – celkový dosah 236 000

**Weblinky:**

[https://www.idnes.cz/brno/zpravy/starobrnno-pivovar-dvanactka-lezak-statl-12-novinka-vyroba-piva.A250328\\_114140\\_brno-zpravy\\_coch](https://www.idnes.cz/brno/zpravy/starobrnno-pivovar-dvanactka-lezak-statl-12-novinka-vyroba-piva.A250328_114140_brno-zpravy_coch),

[https://brnensky.denik.cz/zpravy\\_region/brno-starobrnno-nove-pivo-statl-pivovar-hantec-centrum-mesta.html](https://brnensky.denik.cz/zpravy_region/brno-starobrnno-nove-pivo-statl-pivovar-hantec-centrum-mesta.html),

<https://fresh.iprima.cz/magazin/novinky-na-trhu-vyber-uzenin-nova-cokolada-a-sladke-premiove-pivo-nebo-snidane-ve-fastfoodu-472699>,

<https://drive.google.com/file/d/1h3tadaVDgD0oYHoHgH2-B-LkPx6P7rKW/view?usp=sharing>