

# Vítězové 20. ročníku soutěže



## Audio a video prezentace

### Parametric a Mycophyta - Budoucnost jídla

MSL Czech Republic | McDonald's & UMRUM

Jak vidí naši budoucnost i budoucnost jídla studenti UMRUM? Budeme se topit v odpadcích nebo nám bude jídlo vybírat přímo na míru aktuálnímu stavu našeho organismu automat? Tak zněla úvodní slova dvou krátkých dokumentů, které vznikly exkluzivně pro McDonald's. Díky nim jsme v médiích dostali prostor mluvit o udržitelnosti a krocích, které Mekáč v otázce ochrany planety dělá.

## Brožura, katalog a leták

### Můj rozcestník

Bicepsdigital | Roche ČR

Můj rozcestník je unikátní soubor brožur s ročním plánovačem, určený nově diagnostikovaným pacientům s roztroušenou sklerózou. Jeho obsah vznikl ve spolupráci s předními odborníky na tuto problematiku. Pacienty krok za krokem provádí novou kapitolou jejich života.

## Elektronický časopis a blog

### Revitalizace blogu ŠKODA Kariéra

C3 Prague | ŠKODA AUTO

Blog ŠKODA Kariéra je jedním z hlavních nástrojů employer branding ve ŠKODA AUTO. Denně ho plníme příběhy v atraktivním interaktivním formátu o kariérních cestách, výzvách a projektech odborníků ŠKODA. Prostřednictvím obsahového marketingu tak profilujeme ŠKODA AUTO jako moderního technologického zaměstnavatele a ukazujeme, že se zde uchazeči dostanou ke špičkovým technologiím a projektům.

## Externí tištěný časopis a noviny

### Nezávislý časopis Bublínky

USSPA

Bublínky jsou klientský lifestylový časopis s 20letou tradicí. Magazín patří do uceleného systému trvalé péče o zákazníky společnosti USSPA, českého výrobce vířivek a termálních bazénů. Jedná se o ojedinělý projekt ve svém oboru, přinášející přidanou hodnotu k již i tak nadstandardním službám, které společnost

poskytuje svým zákazníkům. Stojí na silných firemních hodnotách, které přibližuje lidem.

## Integrovaná kampaň

### Tankujte INAQ

PR Clinic | ŠKODA AUTO Slovensko

Kvôli šetreniu CO<sup>2</sup> či peknému dizajnu si elektromobil kúpi len málokto. Prieskum IPSOS ukázal, že Slovákov by ku kúpe elektroauta najviac motivovala úspora na PHM. Vytvorili sme teda cross marketingovú aktivitu so Slovnaftom a jednu z čerpačiek sme na hodinu premenili na „nabíjaciu“ stanicu. Ľudia si vyskúšali, ako jazdiť za tretinovú náklady. Výsledkom bol obrovský záujem vodičov a mediálny buzz.

## Interní komunikace a employee

### engagement

#### Zelená výzva

Československá obchodní banka

Zaměstnanci skupiny ČSOB a našeho největšího konkurenta České spořitelny se loni v říjnu zapojili do soutěže o sbírání zelených kilometrů. Při cestě do zaměstnání volili takovou dopravu, která zatěžuje životní prostředí co nejméně. Do výzvy se zapojilo přes 2 800 zaměstnanců ČSOB a České spořitelny, kteří společně nasbírali téměř 865 tisíc zelených kilometrů a tím ušetřili 97 tun CO<sup>2</sup>.

## Interní tištěný časopis a noviny

### Časopis GO!

Business Media CZ | ORLEN Unipetrol

Interní časopis GO! je hlavním interním nástrojem pro komunikaci v rámci rafinérské a petrochemické společnosti ORLEN Unipetrol, která je součástí nadnárodní skupiny PKN ORLEN. Vychází desetkrát ročně, a pravidelně tak slouží jako velmi efektivní nástroj pro komunikaci aktuálních novinek, úspěchů i změn v oblasti strategických záměrů, výrobních a obchodních aktivit a CSR projektů společnosti.

## Kreativní idea

### Děkujeme všem učitelům, kteří neučí předměty, ale učí děti. Kampaň podporující cenu Global Teacher Prize Czech Republic 2022.

EDUin

Global Teacher Prize Czech Republic oceňuje inspirativní učitele, jejich přístup a metody, které dále sdílí napříč učitelskou komunitou a veřejností. Jejím dlouhodobým cílem je změnit přístup ke vzdělávání. Letošní kampaň rezonovala s učiteli, rodiči i dětmi, což se pozitivně projevilo v množství reakcí, rychlosti sdílení

ústředního spotu, ale hlavně v rekordním počtu nominovaných učitelů.

## Krizová komunikace, komunikace změny a public affairs

### Pride kampaň - Důhové komentáře

Dedoles

Dedoles dlouhodobě podporuje téma diversity a inkluze v společnosti, která je součástí jejích firemních hodnot. Vytvořením Pride kolekce a její následnou komunikací jsme chtěli ukázat, že láska, ani móda nepoznají hranice. Vlnu nenávistných komentářů, které sa znesli po prejavení sympatie LGBT+ komunitě, sme premenili na pomoc Fondu pre podporu LGBT+ komunity v Nadácii Pontis a Prague Pride.

## Launch, relaunch, rebranding

### Navždy Sparta. I s novou vizuální identitou.

AC Sparta Praha fotbal

Největší český fotbalový klub AC Sparta Praha dovršil začátkem roku 2021 rok a půl přísně utajovaný projekt rebrandingu, který posunul vizuální prezentaci klubu do 21. století. Po třiceti letech došlo k modernizaci a sjednocení vizuální identity klubu, což bylo zásadním krokem v dlouhodobé strategii klubu vedoucí mimo jiné k zefektivnění marketingové komunikace.

## Mobilní aplikace a inovace

### Národní muzeum

Futured | Národní muzeum

Nová mobilní aplikace nabízí díky interaktivním a audiovizuálním prvkům malým i velkým návštěvníkům Národního muzea zážitek na míru. A pomocí rozšířené reality (AR) dokonce zvládne oživit plejtváka myšoka, který se před 200 lety proháněl v oceánu.

Nejmodernější technologie jsou tak využity k tomu, aby historii přiblížily současnému návštěvníkovi, který je čím dál náročnější.

## Newsletter

### Šnyt

Plzeňský Prazdroj

Aby se naši kolegové neztratili v záplavě informací a e-mailů, servírujeme jim každý týden výběr osvěžujících novinek z Prazdroje i celého pivního světa. Vždy ve čtvrtek odpoledne kolegům do e-mailu načepujeme dávku lehce stravitelných informací i zábavy. Díky tomu nehrozí, že by důležitou zprávu přehlédli a zároveň je nezасыpáváme hromadně rozesílánými e-maily každý den.

## Nízký rozpočet a jeho efektivita

### Kyberkampaň: Cílem hackera můžete být i vy!

Česká bankovní asociace, ESET, Policie ČR

Společnou osvětovou Kyberkampaň reagovaly Česká bankovní asociace, společnost ESET a Policie ČR na masivní nárůst phishingových a vishingových útoků během pandemie. Ústředním prvkem této integrované kampaně se stala interaktivní webová aplikace Kybertest.cz, která pomocí simulací různých typů útoků umožňuje komukoliv z nás zjistit, zda a jak bychom obstáli „tváří v tvář útočníkovi“.

## Podcast

### Insider podcast

Media Value

Insider podcast je nejvlivnější český podcast, který založili Tomáš Jirsa a Michal Půr. Vzniká od roku 2019 a má za sebou přes 100 odvysílaných dílů.

Za uplynulé čtyři sezóny se z podcastu stal úspěšný projekt, který zaměstnává několikačlenný tým, vytvořil si vlastní komunitu podporovatelů a téměř každý týden přináší nový díl se zajímavým hostem na aktuální téma.

## PR event

### Maestropiece by TMBK - kryptoevent

MSL Czech Republic | McDonald's

Jak zaujmout novináře širokého spektra médií a originální cestou představit novou produktovou řadu masterpiece burgerů? Tím, že je pozvete na event, kde jim představíte (dost možná) nejdražší burger na světě, dáte jim možnost jej vydražit, ochutnat a co víc, to vše na podporu dobré věci. Překvapením může být, že se nedražily burgery jako takové, ale jeden jediný exemplář NFT burgeru od TMBK.

## Společenská odpovědnost a udržitelnost a komunikace udržitelných investic (ESG)

### Ochránce – Hlas pro české učitele

Česká televize

Škola. Místo, kde se dennodenně protíná systém a jednotlivec. Stát, kraj, město, učitel, rodina, dítě. Ochránce uchoopil téma, které se dotýká každého z nás. Ale především učitelů. Vyvolali jsme celospolečenskou diskusi o českém vzdělávání s velkým mediálním zásahem. Poskytli jsme učitelům prostor pro sdílení i debaty s odborníky.

## Struktura, obsah a storytelling

### Komiksový svět ŠKODA FOUNDERS

ŠKODA AUTO

FOUNDERS není reklamní kampaň. FOUNDERS je komiksový svět vytvořený na míru fanouškům ŠKODA AUTO. Příběhy hlavních hrdinů FOUNDERS, geniálních vynálezců Václava Laurina a Václava Klementa, jste si v roce 2021 mohli přečíst u autorizovaných dealerů či na Comic-Conu, nebo si je zahrát v revoluční interaktivní videohře v prostředí Messenger Bot na Facebook stránce ŠKODA AUTO Česká republika.

## Výroční zpráva

### CTP Annual Report 2021

CTP Invest

Výroční zpráva společnosti CTP za rok 2021 je unikátní. Je první výroční zprávou, kterou CTP vytvořilo jako veřejně-obchodovatelná společnost po vstupu na Amsterdamskou burzu. Její online verze umožňuje rychlý přístup ke klíčovým výsledkům. Knižní podoba poskytuje podrobné informace o nově kótované společnosti, výhodách regionu střední a východní Evropy a jedinečné filozofii "Parkmakers".

## Využití sociálních sítí a influencer marketing

### Tancující predavačka z Kauflandu

Kaufland Slovenská republika

Dokáže obyčejné video s tancující predavačkou z Kauflandu překonat dovedy najspešnejšie Rytmusové reels a väčšinu Reels Queen Plačkovej? My už vieme, že áno. Stačila nám na to iba netradičná súťažná mechanika, keď ľudia pridávali k tancujúcemu videu vlastnú hudbu. Dokázali sme tak, že náš claim "S Kaufland Card je za hviezdu každý" naozaj platí.

## Webové stránky

### Amazing places

Amazing places & Kouzelná místa v ČR

Když je to Amazing, tak nechceš odjet. Jsme parta nadšenců a na svých cestách jsme objevili desítky kouzelných míst od romantických chalup, útulných roubenek, mlýnů a statků až po výjimečné apartmány a hotely. Už víme, že za skvělou dovolenou nemusíme cestovat po světě, ale že máme mnoho krás přímo pod nosem.

## Auto-moto a doprava

### Bus Salon s Václavem Koptou

EventHouse | Sdružení dopravních podniků

Vašek Kopta je srdcař, tedy člověk, který má velkou vášeň ve velkých strojích. Konkrétně autobusech. Jako herec zahrál spoustu různých rolí, jak říká dobrých i horších, ale tahle byla možná i životní... Je to příběh o tom, že dětské sny se plní a to bez klišé... Vaškova cesta napříč dopravními podniky ve 22 městech, kde širokému publiku ukáže, jak zajímavé, důležité, napínavé a krásné je téma MHD.

## Finanční služby

### Zpomal, dokud není skutečně pozdě

Hero & Outlaw | Česká asociace pojišťoven

Jak zpomalit spěchající národ. To byl úkol kampaně České asociace pojišťoven ve spolupráci s agenturou Hero & Outlaw. V ČR totiž 86 % řidičů pravidelně překračuje rychlost. Integrovaná kampaň, jejímž hlavním motivem byl čas, začala PR stuntem a vyvrcholila celovečerním dokumentem 13 MINUT. Výsledek? Prime time v České televizi, první branded content na světě zařazený do nabídky HBO a navzdory celkovému růstu v nehodovosti meziroční pokles nehod kvůli vysoké rychlosti o 10 %.

## FMCG, krása a móda

### Olympijský flashmob Pilsner Urquell

#### v pražském metru probudil české sportovní fanoušky

Konektor | Plzeňský Prazdroj

Značka nechtěla být jen jedním z mnoha sponzorů Zimních olympijských her, ale chtěla přinést českým fanouškům i unikátní zážitek a přiblížit jim vzdálenou Olympiádu v Pekingu, která kvůli pandemii probíhala zcela bez diváků. Tak jsme přichystali flashmob Pilsner Urquell v pražském metru, který probudil české sportovní fanoušky.

## Neziskový sektor

### 70 stupňů Celsia, které mohou změnit život

Spolek Bolíto

70°C má čaj nebo káva jen tři minuty po zalití. Stačí jedna vteřina horkého nápoje na dětské kůži, aby způsobila závažné popáleniny, se kterými pak oběť bojuje celý život. „Nikdy bych neřekla, že tolik bolesti a strachu může způsobit horký čaj. Čaj. Taková banalita. Kdybych věděla, jak tomu předejít, dávala bych pozor!" A proto se vyplatí edukovat rodiče o nástrahách, které číhají doma.

## **Průmysl, strojírenství a energetika**

### **Obchádzam už Prešov: Otvorenie diaľničného obchvatu D1 Prešov, západ – Prešov, juh**

Bison & Rose | Eurovia SK

Eventom, ktorý sme usporiadali pred portálom prešovského diaľničného tunela, aj priamo v ňom a potom v celom Prešove, sme dokázali, že otvorenie dlho očakávaného obchvatu nemusí byť len nudným strihaním pásky. Stalo sa totiž unikátnym zážitkom pre celé Slovensko, ktorý aj v komplikovaných časoch pandémie priniesol viacnásobnú radosť všetkým, nielen miestnym obyvateľom.

## **Sport, zábava, umění, média, cestovní ruch a gastronomie**

### **Zažit Devadesátky**

Česká televize

Zima, prime-time a covid. Lidi doma na gaučích. Ideální doba na seriál. Dalo by se říct sledovanost úplně zadarmo a bez práce. Jenže my nechtěli, aby se Devadesátky smrskly jen na „další orlické vraždy“, ale aby měly vlastní příběh, který budeme vyprávět. Na naší straně bylo hodně trumfů – cool doba, swag a opravdový historky od policajta, který je zažil.

## **Telekomunikace a IT**

### **Huawei Watch 3 - Ideální osobní asistent pro Martina Šonku**

MSL Czech Republic | Huawei

Jak vyvolat zájem veřejnosti o nové chytré hodinky Huawei, zdůraznit jejich unikátní funkce a odlišit se? Spojili jsme se s pilotem Martinem Šonkou a zorganizovali fiktivní konkurz na jeho osobního asistenta. Bizarní nároky přilákaly pozornost médií i veřejnosti. Ideálního asistenta, chytré hodinky Huawei, jsme představili na setkání s novináři. Jejich funkce si mohli vyzkoušet v kokpitu letadla.

## **Veřejný sektor a politická komunikace**

### **Sčítání lidu, domů a bytů 2021**

Český statistický úřad

Vůbec první online sčítání bylo nejrozsáhlejším statistickým a IT projektem na území ČR za 10 let. Cílem kampaně bylo pozitivní a vstřícnou formou informovat o sčítání a přesvědčit občany k bezpečnému vyplnění zejména online sčítacího formuláře. Do sčítání, které se uskutečnilo v době pandemie covid-19, se zapojilo dosud nejvíce obyvatel, z nichž se 85 % sečetlo online, což výrazně předčilo odhady.

## **Zdravotní péče a farmacie**

### **Zachraňuj v Praze**

Zdravotnická záchranná služba hl. m. Prahy

Výbuchy, hadi a čokoládové fontány v náborové kampani pro pražskou záchranku. Že to nejde? Přesvědčili jsme se, že ano. Díky spolupráci s režisérem Vítem Klusákem jsme do kampaně Zachraňuj v Praze dostali nadsázku a zároveň upozornili na vážná témata. Ne vždy je práce záchranáře jako v akčním filmu, ale vždy je to práce, co má smysl. A co je nejdůležitější – získali jsme nové kolegyně a kolegy.

## **Grand Prix: Nejlepší agentura**

### **MSL Czech Republic**

MSL je PR agentura, která se zabývá kreativní integrovanou komunikací. Cílem agentury je vytvářet odvážné a nápadité kampaně, které pomáhají klientům naplňovat jejich strategické a podnikatelské cíle v digitální době.

MSL patří do komunikační skupiny Publicis Groupe. Je součástí jedné z největších mezinárodních PR skupin, kterou tvoří 100 kanceláří ve 26 zemích. V ČR působí agentura od roku 2018, kdy vznikla spojením PR týmů Publicis Groupe (od roku 2017) a Kindred (od roku 2002 jako Inspiro Solutions). Zaměřuje se na public relations, komunikaci na sociálních sítích, tvorbu obsahu a influencer marketing, tedy disciplíny z kategorie Influence & Impact.

V týmu MSL dnes pracuje 15 profesionálů se zkušenostmi napříč komunikačními disciplínami. Pro realizaci jednotlivých projektů využívá potenciál a znalosti datových, strategických a kreativních týmů Publicis Groupe. MSL zastupuje přibližně 20 značek z různých segmentů od technologií, přes zdraví a beauty až po oblasti zábavy a služeb.

## **Grand Prix: Projekt roku**

### **Zpomal, dokud není skutečně pozdě**

Hero & Outlaw | Česká asociace pojišťoven

Jak zpomalit spěchající národ. To byl úkol kampaně České asociace pojišťoven ve spolupráci s agenturou Hero & Outlaw. V ČR totiž 86 % řidičů pravidelně překračuje rychlost. Integrovaná kampaň, jejímž hlavním motivem byl čas, začala PR stuntem a vyvrcholila celovečerním dokumentem 13 MINUT. Výsledek? Prime time ČT, první branded content na světě zařazený do nabídky HBO a navzdory celkovému růstu v nehodovosti meziroční pokles nehod z rychlosti o 10 %.

## Grand Prix: Osobnost PR

### Ladislav Šticha

Tiskový mluvčí, Bezpečnostní informační služba

Ladislav Šticha do světa médií a komunikace vstoupil v roce 1993 jako redaktor České televize. Po sedmi letech si na tři roky vyzkoušel i zpravodajství na soukromé televizi NOVA. Po dekádě v profesi novináře se v roce 2003 přesunul na pomyslný druhý břeh a stal se mluvčím Ministerstva obrany ČR. Odtud už vedla jeho cesta poprvé do zpravodajské služby. Stal se historicky prvním mluvčím Vojenského zpravodajství. Následoval návrat do České televize na pozici vedoucího komunikace. V dalších letech si vyzkoušel i korporátní komunikaci, aby zamířil zpět do služeb státu. Stal se vedoucím tiskového oddělení Ministerstva zdravotnictví ČR. V roce 2017 vedla jeho kariérní cesta znovu do zpravodajské služby. Tentokrát do Bezpečnostní informační služby, kde jako mluvčí působí dosud.

Je ženatý, má dvě dospělé děti. Mezi jeho záliby patří sport, turistika, historie, literatura faktu a divadlo. Jeho krédem je: Je báječné být u velkých okamžiků, ale ještě lepší je, když je můžete tvořit.

## Grand Prix: Talent

### Jakub Ghanem

Vedoucí tiskového oddělení, Městská policie Brno

Jakub Ghanem je vedoucím tiskového oddělení Městské policie Brno, vztahy s veřejností má na starosti již jedenáctým rokem. V roce 2018 obdržel ocenění Strážník roku za zvyšování kreditu městské policie a „neutuchající nadšení, s nímž připravuje mediální výstupy, netradiční projekty i dobrovolnické a charitativní aktivity“. Inicioval vznik animovaného náborového klipu BrnoCop, za který organizace získala v konkurenci desítek globálních firem dvě ocenění v Recruitment Academy Awards. Je spoluautorem podcastu Švestky valí pecky. V minulosti vedl komunikaci Automotodromu Brno a byl editorem iDnes.cz. Je absolventem mediálních studií Univerzity Karlovy a žurnalistiky na Univerzitě Palackého.

