

Hlavní město Praha získalo prestižní ocenění za reklamní kampaně

17.5.2023 - | Magistrát hlavního města Prahy

Sérii plakátů, kde byla pomocí slovních hříček pozměněna známá pražská místa, mohli Pražané spatřit v létě roku 2021 na nejrůznějších reklamních plochách po Praze i v on-line médiích. Odborníci z webu [mediary.cz](https://www.mediary.cz) ji loni v lednu zhodnotili jako jednu ze dvou nejlepších v České republice za rok 2021. A v roce 2022 získala také Zlaté pero za nejlepší reklamní text roku. Nyní tato kampaň slaví další úspěch, a to v soutěži ADC Czech Creative Awards, která hodnotí inovativní a kreativní práce v oblasti reklamy, designu, komunikace a digitálních médií.

„Ocenění nás velice těší, a i když to byla velká výzva, doufám, že už žádné další očkovací kampaně nebudou potřeba a budeme se moci více věnovat našim dalším projektům. Naše kampaně ukazují, že citlivě zvolená míra odlehčení může pracovat i s vážnější a složitější problematikou,“ uvádí ředitelka odboru médií a marketingu Magistrátu hl. m. Prahy Jana Berková.

Smyslem kampaně bylo odlehčeným způsobem motivovat veřejnost k očkování proti covidu-19 a zacílit přitom především na tehdy málo proočkované mladší věkové skupiny. Konkrétně kampaň v nadsázce ukazovala, jak se Praha v době pandemie a následných lockdownů proměnila a že očkování je jedním ze způsobů, jak docílit toho, aby lidé mohli v hlavním městě znovu žít jako dřív. Například Vinohrady se zde vlivem pandemie změnil na „Virohrady“, Národní třída se pak stala „Marodní třídou“ kvůli tomu, že byla v rámci posledního roku víceméně opuštěná.

Pro hlavní město kampaň připravila agentura DDB Prague a vedena byla jako nízkonákladová. *„Naší spolupráce si moc vážíme a doufáme, že odvaha pražského magistrátu inspiruje i další. Kreativní přístup k očkovací kampani ukazuje, že posouvat latku komunikace ve veřejné sféře má smysl, a že dobrá kreativa se dokáže vyrovnat i s obtížnými tématy a efektivně tak oslovit laickou i odbornou veřejnost,“* objasňuje Dora Pružincová, CCO agentury DDB Prague.

Zvuková podoba kampaně nazvaná Lockdownů už bylo dost, která se vysílala v rádiích a na nejrůznějších streamovacích platformách na internetu, vybojovala bronz v kategorii Sound. Tento rozhlasový spot též získal stříbro za příběhový copywriting. V něm se Magistrát hlavního města Prahy rozhodl přistoupit k vážnému tématu dlouhých lockdownů během pandemie covidu-19 namísto strašení opět s humorem. Zvukový spot ukazuje běžné situace, které se ale mohou zvrtnout, když se dějí online během lockdownu. Posluchači se vtipnou formou dozvědí, že problémy začínají vždy maličkostí, na kterou se ale nabalí další a další věci, situace se komplikuje a končí trpkým ale humorným finále, po kterém musíme vysvětlovat, že tomuhle všemu se dalo předejít, kdyby se dostatek lidí nechal očkovat.

https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/hlavni_mesto_praha_zi_skalo_prestizni.html