



## NABÍDKA K VÝZVĚ Č. 5

**K RÁMCOVÉ DOHODĚ NA ZAJIŠTĚNÍ MEDIÁLNÍHO PLÁNOVÁNÍ,  
KREATIVNÍHO ŘEŠENÍ A VÝROBY INFORMAČNÍ KAMPANĚ  
VOBLASTI FONDŮ (CES 5736)**

**„EVROPSKÉ FONDY PRO LEPŠÍ KONKURENCESCHOPNOST“  
KAMPAŇ „ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ“**

© KOMENTUM WORLDWIDE 2014. IN CONFIDENCE. THIS DOCUMENT MAY NOT BE DISTRIBUTED OR COPIED WITHOUT PRIOR CONSENT.

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 2/ STRATEGICKÝ ZÁMĚR

- / Zadavatel plánuje v další kampani navázat a rozvinout komunikaci o přínosech projektů podpořených z fondů EU, zejména z oblasti zvyšování kvality ovzduší a vody, zadržování vody v krajině, šetrnější výroba a budovy.
- / Komunikační cíle: udržet vysoké povědomí veřejnosti o fondech EU obecně a zvýšit procento respondentů hodnotících přínos podpořených projektů.
- / Cílová skupina: veřejnost 30+ a mladí 18 – 30 let, s mírnou preferencí zaměření na ženy s průměrným a mírně podprůměrným socio-ekonomickým postavením, jejichž názor na Evropské fondy je možné pozitivně formovat.

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 3/ NÁVRH MÉDIÍ

- / Pro tuto CS je vhodné využít masová média, zejména v kombinaci TV a internet. Zaměření na ženy bude zohledněno jak v mediálním plánování TV a internetu, tak také podpořeno vybranými tiskovými tituly s orientací na ženy, definované v cílové skupině.
- / Kampaň by měla být rozdělena do dvou fází, kdy v první fázi bude cílové skupině popsán přínos Evropských fondů pro ochranu životního prostředí ve zvolených oblastech (recyklace, zvyšování kvality ovzduší, zadržování vody v krajině a zvyšování kvality vody) a ve druhé fázi pak bude tento přínos zdokumentován na konkrétních projektech.

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 4/ NAVRHOVANÉ REKLAMNÍ FORMÁTY

#### / 1. fáze: březen-duben 2021

- / TV sponzoring počasí (2 verze podle charakteru počasí),
- / TVC 30 sec
- / Internetové video: zkrácená verze videa pro online, pre-roll a in-stream (YouTube a zpravodajské servery)
- / Internetové bannery pro desktop: formát 300x600
- / Internetové bannery pro mobilní zařízení: formáty 300x250, 300x300, 300x480 a 480x480
- / Tisk: časopisy pro ženy, formát Junior page

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 5/ NAVRHOVANÉ REKLAMNÍ FORMÁTY

- / **2. fáze: květen-červen 2021, prezentace konkrétních projektů jako důkaz efektivního nakládání s prostředky z Fondů EU**
- / Kromě cílení s přihlédnutím k preferenci žen je možné využít retargeting na publika s vyšším zájmem o problematiku (např. proklik z reklamních formátů ve Fázi 1).
- / Facebook nebo podobná sociální síť: 3-5 projektů, promovány post
- / Internetové video: 3 videa z projektů, pre-roll nebo in-stream

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 6/ POŽADOVANÝ OBSAH KREATIVNÍHO ŘEŠENÍ A VÝROBY

- / 1 kombinovaný TV spot 30“
- / 4 videa internetové videoreklamy min. 10“ (jedno video může zobrazovat i více projektů)
- / 1 vizuál online HTML bannerů ve formátech 300x250px nebo 300x600px apod.
- / 3 vizuály reklamy pro sociální sítě Facebook a Instagram.
- / vytvoření designu a textového obsahu kampaňové microsite odpovídající vizuálu kampaně v rozsahu 1 homepage / landing page
- / 1 vizuál tiskové reklamy a zpracování DTP pro inzerci v tištěných médiích ve formátu celostrana (1/1) nebo půlstrana (1/2) nebo Junior page 5 vizuálů
- / claim a copywrite (textový obsah) kampaně.
  
- / Finální rozměry inzerce budou objednatelem zpřesněny a dodavatelem upraveny po nákupu mediálního prostoru.