



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

16. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2023.

Kategorija: Grand Prix za odnose s javnošću za velika trgovačka društva

Naziv projekta: **Moderna džezva - dizajn natječaj za cool džezvu**

Agencija: IMPRESSUM KOMUNIKACIJE D.O.O., Klijent: Atlantic Grupa d.d.

Razdoblje realizacije projekta: od veljače do rujna 2022.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Brend Barcaffè uočio je da tzv. turska kava, iako tržišno stabilna, postupno gubi na važnosti u odnosu na druge kategorije. Moderne vrste kave, poput espressa i kave u kapsulama postajale su sve popularnije među mladima koji su svježe mljevenu kavu percipirali kao staromodnu, tradicionalnu i klasičnu. Barcaffè je odlučio to promijeniti. Kako bi popularizirao kategoriju svježe pržene mljevene kave, poznate i kao turska kava, Barcaffè je u suradnji sa Studijem dizajna pri Arhitektonskom fakultetu u Zagrebu, pokrenuo natječaj za izradu suvremene cool džezve nazvan MODERNA DŽEZVA.

Opći cilj bio je promijeniti percepciju kategorije svježe mljevene kave od staromodnog prema modernom, svježem i poželjnom, popularizirati Barcaffè tursku kavu među mladima u Hrvatskoj i donijeti coolness kategoriji svježe mljevene kave. **Specifični komunikacijski ciljevi bili su:** informirati opću javnost o projektu; pretvoriti promociju projekta u vijest za lifestyle, informativne i opće medije; osigurati organske objave; vratiti iskustvo ispijanja turske kave mladima i onima koji radije piju instant-kave ili slične varijante.

Provedba: Vremenska provedba komunikacijske kampanje je bila podijeljena u tri komunikacijska vala: zimski, proljetni i ljetni. Kao ključne komunikacijske kanale koristili smo medije sa snažnim dosegom, specijalizirane medije za dizajn, arhitekturu i umjetnost. Komunikacija je započela najavom projekta koja je bila nebrendirana kako bi potaknuli što više organske komunikacije. Fokus komunikacije stavljen je na studente i njihove mentore, renomirane dizajnere otprije poznate stručnoj i široj javnosti. Uz predstavnika Barcaffèa odabrani su stručnjaci s visokom umjetničkom i poslovnom reputacijom, iznimnim profesionalnim kredibilitetom kako bi se projektu dalo na težini i osiguralo kreiranje dodatnog medijskog sadržaja za plasman u medije bez komercijalnog dogovora. Druga faza komuniciranja odnosila se na odabir finalista i prezentaciju studentskih radova na kreativnoj platformi Velika scena. Završna faza komunikacije projekta bio je event svečane dodjele nagrade, koju smo organizirali u trening centru za edukaciju barista u Barcaffè Akademiji u Zagrebu. O pobjednicima natječaja javnost smo informirali preko objave za medije koja je ostvarila organsku komunikaciju i izniman interes medija.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Povezivanjem studenata kroz natječaj izrade suvremene džezve s turskom kavom, ovoj smo kategoriji dodali element suvremenosti i coolnessa koji joj je nedostajao. Zanimljivim sadržajem, relevantnim sugovornicima i odabirom žirija s reputacijom, uspjeli smo osigurati organske objave u svim vodećim medijima u Hrvatskoj. Komunikacijski plan uspješno je ostvaren te je ukupno objavljeno 77 članka, te je ostvarena AVE vrijednost od 83.303 EUR. Kada je riječ o poslovnim ciljevima Barcaffè je u 2022. godini, u kategoriji turske kave, ostvario rast količinskog tržišnog udjela od 1,99 pp i rast vrijednosti tržišnog udjela za 1,2 pp, u odnosu na godinu ranije.

Kreativnost i inovativnost: U planiranju strategije komunikacijske kampanje razmišljali smo kako svježe mljevenu kavu, koja se tradicionalno priprema u džezvi, približiti generaciji Z i učiniti je cool mladima, a da pritom izbjegnemo relativno jednostavno rješenje influencer marketinga te stvorimo dodanu vrijednost. Kao odgovor na postavljene izazove odlučili smo se za strategiju ulaganja u mlade, hrvatske dizajnere tijekom njihova školovanja.