**Prihláška Prokop 2016**

**Kategória: Business to Consumer PR**

**Prihlasovateľ: SEESAME Communication Experts**

**Projekt: Letná kampaň - Leto s Mattoni má šťavu**

**Klient: Karlovarské minerální vody, a.s.**

**Súhlas klienta: áno**

**Kontaktná osoba za prihlasovateľa: Petra Konáriková,** [**konarikova@seesame.com**](mailto:konarikova@seesame.com)

**Kontaktná osoba za klienta: Mariana Drobulová,** [**mariana.drobulova@mattoni.cz**](mailto:mariana.drobulova@mattoni.cz)

**Vyhlasujem, že pri realizácii projektu nebol porušený Etický kódex APR SR.**

**Zadanie a ciele projektu**

Značka Mattoni priniesla na prelome jari a leta vynovené minerálne vody Mattoni ochutené v dizajnových farebných fľašiach. Uviedli sme ich spolu so slovenskou módnou návrhárkou Lenkou Sršňovou. Celá kampaň bola prepojená kreatívnym spôsobom cez online a offline aktivitu.

Cieľom kampane bolo:

* Podporiť launch novinky Mattoni ochutené
* Prepojiť značku s talentovanou módnou dizajnérkou
* Vzbudiť záujem v online aj offline prostredí

**Riešenie**

Mattoni je kozmopolitná značka, ktorá má veľmi blízko k dizajnu, priemyselnému aj textilnému. Farebné a hravé kolekcie návrhárky Lenky Sršnovej symbolizujú sviežosť, mladosť a zodpovedajú nie len vynovenému radu ochutených minerálnych vôd Mattoni ale aj celkovému prístupu značky k dizajnu.

Spoluprácu s Lenkou Sršňovou sme zahájili na módnom bratislavskom podujatí Fashion Marš, kde návštevníci mali možnosť vidieť nové modely talentovaných slovenských návrhárov. Jedným z nich bol aj model šiat Mattoni s názvom Juicy Mattoni, ktorý bol špeciálne vyrobený pre túto príležitosť (šaty patria do jej kolekcie Bon Bon). Celá výroba a šitie šiat bola dokumentovaná aj prostredníctvom [Facebooku](https://www.facebook.com/LS.Srsnova/posts/1171283596225081) a [Instagramu](https://www.instagram.com/lenkasrsnova/) autorky.

Návštevníci podujatia boli jednými z prvých, ktorí mohli priamo na mieste ochutnať nové šťavnaté Mattoni ochutené. Ešte pár týždňov po tom o podujatí a šatách Juicy Mattoni písali aj média.

Po uvedení novinky sme pokračovali aj naďalej v spolupráci s Lenkou. Návrhárka na svojich sociálnych sieťach pravidelne zdieľala príspevky o tom, ako sa nenúteným spôsobom zžíva s novými šťavnatými minerálkami – popri cvičení [jogy](https://www.facebook.com/LS.Srsnova/posts/1175534719133302) či vo svojom [ateliéri](https://www.facebook.com/LS.Srsnova/posts/1171283596225081).

Príbeh šiat Juicy Mattoni na podujatí Fashion Marš neskončil a má svoje pokračovanie - využili sme ich pri osobnom odovzdávaní ochutnávky Mattoni slovenským lifestyle novinárkam.

Lenka Srňová v období relaunchu nových Mattoni ochutených otvárala nový ateliér. Týmto vznikol priestor na ďalšiu co-brandingovu aktivitu, z ktorej vzišli špeciálne mediálne spolupráce s vychytenými lifestyle online médiami - Eva.sk a Diva.sk. Na otvorení [ateliéru](https://www.facebook.com/LS.Srsnova/posts/1174461549240619) dizajnérky, kde mali novinári možnosť rozhovorov s dizajnérkou, samozrejme nechýbali ani nové Mattoni ochutené, ktoré sa postarali o pitný režim všetkých zúčastnených.

Po veľmi dobrých skúsenostiach sme spoluprácu s Lenkou Srsňovou preniesli aj na známy gastrofestival Gurmán Fest, kde sme návštevníkom festivalu s Mattoni priniesli šťavnatý zážitok.



**Dosiahnuté výsledky**

**40** príspevkov na Facebooku a Instagrame Lenky Sršňovej

**1 850+** lajkov na Facebooku a Instagrame

**230 000+** reach na Facebooku

**8** mediálnych výstupov o spolupráci s Lenkou Sršňovou



