

Bye-bye plastové príbory

Kampaň pre spoločnosť McDonald's Slovakia

Situácia

Dobrý sused je udržateľný

Jedným z hlavných pilierov gastrolídra na našom trhu – spoločnosti McDonald's – je udržateľný spôsob podnikania, ktorý dlhoročne podčiarkuje aktívnymi krokmi vo svojom biznise. Tým najzásadnejším pre minulý rok bolo zrušenie plastových príborov.

Túto skutočnosť chcel dobrý sused náležite odkomunikovať.



Ciele a výzvy, ktoré sme zohľadnili

Ako názorne predstaviť spotrebiteľom a médiám udržateľnú stratégiu

Naším cieľom bolo zvoliť vhodnú komunikáciu udržateľnej stratégie spoločnosti, **s osobitným dôrazom na znižovanie plastov. Priniesť originálny nápad, ktorým by dobrý sused čo najlepšie odkomunikoval vyradenie plastových príborov.**

Cieľom kampane bolo posilniť reputáciu značky smerom k zákazníkom v danej oblasti a atraktívnou formou predstaviť verejnosti jej celkové snaženie v otázke udržateľnosti. **A to všetko s ohľadom na neľahký positioning „amerického gastro giganta“.**

Zároveň, pripraviť takú aktiváciu, ktorá by zaujala i franšízových partnerov.

Čo sme urobili

Premenili sme plastové príbory na úžitkové umenie

Názorná ukážka, na ktorú si môžete sadnúť

Vytvorili sme integrovanú kampaň s kľúčovou novinkou v centre pozornosti. Doslova sme na ňu posadili mienkotvorné osobnosti, influencerov, médiá a, v neposlednom rade, zákazníkov.

Spolu s lokálnym umelcom sme zo všetkých plastových príborov vytvorili limitovanú sériu lavičiek po Slovensku. Rozpovedali sme na nej nielen príbeh McDonald's.

Limitovaná edícia po celom Slovensku



Na čom sme stavali

Stratégiu kampane sme postavili na:

- 1. Netradičnej premene plastových príborov –**
McDonald's po prvýkrát vyrobil zo svojho plastu
úžitkové lavičky pre svojich zákazníkov
- 1. Zaujímavých ľudí a obsahoch, ktoré nenudia –**
nepísali sme o stratégii spoločnosti s
korporátnymi výrazmi. Príbeh značky a jej
snaženie sme zákazníkom rozpovedali nenútene,
pomedzi zaujímavé rozhovory i zážitky s rôznymi
osobnosťami, odohrávajúce sa na lavičkách
- 1. Influencerskej podpore –** do kampane sme
zapojili mienkotvorných influencerov, zároveň sme
pripravili špeciálnu personalizovanú distribúciu



Táto lavička
bola vyrobená
z posledných
plastových príborov
(november 2020)

Kampaň v detaile

Výroba lavičiek s odkazom

Kampaň sme odštartovali spoluprácou s lokálnym umelcom, ktorý pre nás namaľoval sériu lavičiek, umiestnených po celom Slovensku. Spolu vytvorili dokonalý manifest nášho posolstva Na všetky plastové príbory si teraz verejnosť mohla jednoducho sadnúť. Lavičky sme umiestnili priamo pred vybrané prevádzky. Následne sme, cielenou mediálnou a influencerskou kampaňou, posunuli túto informáciu širokej verejnosti.



Na lavičke, na slovíčko...

Zorganizovali sme seriál rozhovorov „Na lavičke, na slovíčko“, rozprávali sme sa s nevšednými osobnosťami, ktoré sa netaja svojou náklonnosťou k ekologickejšiemu spôsobu života.

Natívne obsahy sme písali na mieru pre jednotlivé médiá. Do kampane sme zapojili i mienkotvorných influencerov. Prostredníctvom ich nenúteného, autentického obsahu sme predstavili početným followerom originálne lavičky a priblížili celkovú udržateľnú stratégiu spoločnosti.





ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

ONLINE.SK

Dabysy Jagašák: Každá voo, ktorú mám doma, je premenlivá



Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Topky.sk

Výtvarník Matúš Maňáček: Pri tvorbe umenia uvažujem o spotrebe materiálov a je pre mňa dôležité, aby som ho mal čo najmenej

Posledné príbory

Pre vybraných influencerov sme zároveň pripravili prekvapenie – **limitovanú personalizovanú distribúciu, v rámci ktorej sme im doručili symbolicky zarámované skutočne posledné plastové príbory McDonald's spolu s listom, kde sa dozvedeli všetky informácie o našej iniciatíve.**



Ukážky mediálnej publicity

2021 12 16 10:00 100%

STRATEGIE

1.  2.  3. 

McDonald's kreslí a plastovými príborami




Slovenský McDonald's sa zbaví plastových príborov, nahradí ich drevenými. Z posledných plastov vytvoril lavičky






STRATEGIE

WORLD SKIN'S MASSIVE FIBER / VIB LAB BY





Microsoft spustila plastové príbory z
 pechiariek, ktoré sa rozpadajú na malé kúsky



Microsoft spustila plastové príbory z pechiariek, ktoré sa rozpadajú na malé kúsky. Tento projekt je súčasťou iniciatívy na znižovanie množstva odpadu v reštauráciách. Príbory sú vyrobené z kompostovateľného plastu, ktorý sa rozpadá na malé kúsky, ktoré sa môžu použiť ako kompost.



Keď všetci už dávno používajú plastové príbory, ktoré sa rozpadajú na malé kúsky, ktoré sa môžu použiť ako kompost.



Keď všetci už dávno používajú plastové príbory, ktoré sa rozpadajú na malé kúsky, ktoré sa môžu použiť ako kompost.



McDonald's prestal na Slovensku používať plastové príbory

McDonald's prestal na Slovensku používať plastové príbory. Reštaurácia sa rozhodla pre ekologičnejšie riešenie a začala používať príbory z kompostovateľného plastu. Tento krok je súčasťou iniciatívy na znižovanie množstva odpadu v reštauráciách.



Čo sme kampanňou dosiahli?

Získali sme pozornosť zákazníkov i médií

Kampaň na odkomunikovanie udržateľnej stratégie McDonald's voči verejnosti zarezonovala v kľúčových médiách a na vybraných IG profiloch. **Posilnili sme a upevnili vzájomný vzťah medzi McDonald's a ich zákazníkmi. Podporili sme vnímanie značky u spotrebiteľov ako spoločnosti, ktorá myslí na modrú planétu a podniká s ohľadom na ňu.**

Navyše, franšízantom sa kampaň tak páčila, že na ich podnet, **plánujeme podobnú aktivitu pri ďalšom znižovaní plastov v tomto roku.**

1 484 572

Získaný reach

51

mediálnych výstupov

8

originálnych lavičiek pre spotrebiteľov



Mlynské Nivy 48

821 09 Bratislava, Slovakia

T +421 2 4342 2978

E seesame@seesame.com