

Rámcový komunikační projekt „Svatomartinské 2007“

Pracovní motto: „Čechy si připíjejí s Moravou“

Ekonomické motto: „500.000 lahví svatomartinského na trh“

Poprvé se hlavní nosné propagační akce Svatomartinských vín – košť pro širokou veřejnost mají odehrát na hlavních náměstích v metropolích Praha a Brno.

Termín zahájení komunikace: září (zejména odborná periodika, první část mailingu vinotékám, gastronomii apod.)

Celková doba komunikace: září – listopad

Místa propagace: Praha (Na Můstku, resp. Ovocný trh), Brno (Nám. Svobody), (díky PR a inzertním aktivitám pak celá ČR)

Medializace A: snahou realizačního týmu bude navázat mediální partnerství s významnými sdělovacími prostředky tak, abychom dosáhli co největšího počtu mediálních výstupů s co nejnižšími finančními náklady. (Hlavní deníky, rozhlasové stanice, odborný tisk, internet...)

Medializace B: za druhé doporučujeme začít komunikaci mladých svatomartinských vín (ale nejen vín – kultura, historie, podoblasti, zajímavosti...) formou komerčních PR článků resp. speciálních projektů. Realizace, redakce Agentura TPR.

Medializace C: komunikaci zakončovat upoutávkami (plošná inzerce...) ve vybraném denním tisku, plakáty, billboardy, rozhlasové spoty...

Medializace D: mediálním vyvrcholení jsou prezentace veřejných košťů mladých vín na náměstích v Brně a Praze.

Mediální partnerství: snahou organizátorů, jak již bylo řečeno, bude navázat spolupráci s významnými médii. Předběžně jsou vytipovány tyto sdělovací prostředky:

- **Mladá fronta DNES, Blesk, Právo**
- **Radiožurnál, Rádio Impuls**
- **Víno revue, Horeka, Sommeliér, Vinařský obzor...**
- **Novinky.cz, Gurmán.cz**

(Spojením komerčních komunikačních aktivit s tzv. spontánními PR aktivitami a při jejich dobrém načasování lze dosáhnout velmi dobrých výsledků. Právě s důrazem na maximální efektivitu investovaných peněz.)

Patroni Svatomartinských vín: Brno – hejtman Jihomoravského kraje
Praha – prezident republiky, primátor hl. m.

(resp. na základě dalších diskuzí mohou padnout i další zajímavá jména)

1) „Svatomartinské burčákobraní“ – jednou z prvních (druhou?) mediálních možností, jak upozornit na další, významný ročník mladých vín, je (v případě, že v předstihu bude známa alespoň část producentů SM vín) pozvání českých i moravských novinářů přímo ke konkrétním výrobcům v duchu myšlenky „...**podívejte se, z těchto hroznů, z tohoto moštu - burčáku vznikne za několik málo týdnů lahodné, svěží, ovocité...víno**“.

Rámcový rozpočet: dopravní náklady (bus cca 30 osob – jednodenní pronájem), pozvánky produkce, komunikace s novináři Praha – Brno...: 68.000,- bez DPH

2) Odborný tisk, mailing: za druhé vypracovat a umístit komerční PR články v odborném tisku, připravit informační mailing pro vinotéky i gastronomii (např. prostřednictvím internetového portálu Gurmán – dnes disponuje aktivní databází cca 800 restaurantů v ČR).

3) Dlouhodobé soutěže: připravit a zejména prostřednictvím mediálních partnerů (deníky, rozhlas, internet) dlouhodobou znalostní soutěž o zajímavé ceny (samozřejmě s vinařskou tematikou).

4) Tiskové konference Praha – Brno: rámcový rozpočet á 45.000 bez DPH, termín září 2007

5) Redakční práce Praha – Brno: cena celkem, září – listopad: 90.000,- bez DPH

6) PR práce Brno, září – listopad: průběžná komunikace s médii, zajišťování mediální výstupů, koordinace, produkce: 180.000,- bez DPH

7) PR práce Praha, září – listopad: průběžná komunikace s médii, zajišťování mediální výstupů, koordinace, produkce: 240.000,- bez DPH

8)

**Předpremiérové košty Svatomartinských vín, Praha – Brno
Středa, 7. listopadu 2007 od 14.00 – 18.00 hodin (jen pro zvané)**

Praha: hotel Adria

Moderátor: Adria – Libor Nazarčuk

Brno: hotel International

Moderátor: International – Martin Půček

Pozvaní: restauratéři, vinotéka, milovníci vína..., novináři

Technické zajištění: pronájem prostor, video technika, hostesky, raut

Doba trvání: 11.00 – 18.00

Počet pozvaných Praha: 350 – 500

Počet pozvaných Brno: 200 - 300

Cílem těchto předpremiérových koštů pro odbornou veřejnost je seznámit v plné šíři s novým ročníkem, nabídnout jim informace tak, aby je byli schopni svým potenciálním zákazníkům předat, popřípadě ještě „nakoupit“ SM od konkrétních producentů. V případě novinářů představit poprvé „kompletní nabídku SM vín s dalšími novými komplexními informacemi“ pro jejich medializaci ještě před 11. listopadem. Současně bychom pozvali „celebrity“, které jsou s vínem dlouhodobě spojovány.

Rámcový rozpočet Adria: 178.000,- bez DPH

Rámcový rozpočet Brno: 134.000,- bez DPH

9)

**Produkční a technické podrobnosti - Svatomartinský košt
Nám. Svobody, neděle, 11. listopad 2007**

Podium Nivtech o rozměrech 8 x 6 vč. zastřešení, pódium (náměstí) bude ozvučeno aparaturou o výkonu 24 kW, k dispozici bude 6 mikrofonů, osvětlení bude zajištěno reflektory PAR v počtu 24 ks, k dispozici bude skupina techniků, kteří budou poskytovat technické zabezpečení.

Na náměstí bude kromě pódia umístěn velkoprostorový stan o rozměru 300 m², (součástí této kalkulace nejsou stany VF), budou připraveny pulty pro prezentaci vzorků vč. cedulek s označením vinařů, číslování každého vzorku, bude připraveno 20 hostesek, které budou pomáhat s prezentací vzorků a prodejem skleniček a katalogů.

Prostor pro prezentaci každého z 50 vinařů vychází na cca 1 metr na šířku, všem účastníkům budou k dispozici 4 mobilní WC a 10 odpadkových košů, u kterých je zajištěn i odvoz odpadků, po skončení akce je zajištěn úklid celého náměstí

V případě „sněhové kalamity“ bude zajištěna úklidová četa a 10 PB tepelných zářičů do degustačních stanů a na pódium (toto zatím není součástí kalkulace).

V průběhu akce bude zajištěn postupný dovoz skleniček (popř. vzorků vína) tak jak bude potřeba. Dovoz bude zajištěn dvěma automobily Ford Tranzit. Těmito vozy budou skleničky i vzorky dopraveny i do Brna (z Valtic) v termínu dle dohody, v dostatečném předstihu před pořádáním akce. K dispozici budou cca dva „buřtostánky“ s občerstvením, nealko nápoje

Zahájení akce:

- **11.00 hodin** – začínají krátké proslovy – Vinařský fond ČR, hejtman Jihomoravského kraje - společně pak vyzvou všechny zúčastněné k prvnímu společnému přípitku a přiřuknutí mladý Svatomartinským
- po prosloveh zahraje cimbállovka, ta se pak v pravidelných 15minutových intervalech střídá s folkovou kapelou a tanečním souborem apod.
- průběžná soutěž o ceny, vyhodnocení každou půlhodinu
- průběžné rozhlasové propojování Brna s Prahou, rozhovory apod.

Stavby, logistika, technika: 348.000,- bez DPH
Účinkující: 80.000,- bez DPH
Produkce: 55.000,- bez DPH
Rezerva: 50.000,- bez DPH

Součástí rozpočtu nejsou náklady na pronájem plochy, tisky katalogů, skleničky, plakáty, banery atd.

10)

**Produkční a technické podrobnosti - Svatomartinský košt
Na Můstku, (Ovocný trh) neděle, 11. listopad 2007**

Stan velkokapacitní 30 x 20 m – 600 m², dřevěná podlaha, 2 vchodové plochy, 3 dny; 50 ks stůl; 50 ks ubrus; obalení stolů rákosem; 80 ks židlí; 12 ks pивní souprava; hliníková kavárna (kulaté sezení); 4 ks LCD; monitor s vysokou svítivostí, stativem a ozvučení; 2 ks malý monitor; kabelové propojení video, DVD player; obsluha a dozor video; 8 ks odpadkový koš s pytlí a popelnice; osvětlení stanu

Kryté pódium 6 x 4 m, koberec, skirt, schůdky; rákosová výzdoba podia; ozvučení celodenní vícebodové, hudební skupiny, reprohudba, famfáry, vnější a vnitřní osvětlení pódia; stan 6 x 6 m (zázemin pro produkci a hudebníky); osvětlení stanu; vybavení stanu: židle, stoly, šatnové štendry a ramínka; ohražení prostoru kovovými zábrami 40 m; obalení zábran sešitým rákosem

8 ks mobilní WC s tekoucí vodou; toaletní papíry, doplnění; ohražení prostoru kovovými zábrami

El. rozvody, třífázová kabeláž, el. rozvaděč, nášlapné a nájezdné lišty (v případě zimy nutný ohřev PB houbami a fukary)

Moderátor, showman a průvodce soutěžemi; hudební skupiny – řešíme cimbál a lidovou hudbu, folk, 20 hostesek 10.00 – 18.00 hod.

Úklid prostoru během akce a průběžný odvoz a likvidace odp.; režijní materiál – spony, vlasce, dráty; hřeby; produkce a režie akce, spolupráce na scénáři; montáže, stěhování, demontáže a dekorace; dopravy mobiliáře, techniky, svozy, rozvozy apod.

Digitální fotodokumentace akce – výběr, úprava a vypálení foto na 3 ks CD s potiskem; pořízení neupraveného videozáznamu DV z akce; sestřih záznamu na krátký dokumentační film

Stavby, logistika, technika: 820.710,- bez DPH

Součástí rozpočtu nejsou náklady na pronájem plochy, tisky katalogů, skleničky, plakáty, banery atd.