

KDY 9. 11. 2013, od 14:00 do 24:00 **KDE** KD Střelnice, Děčín

CÍL PROJEKTU

Vytvořit maximální zájem o znovuotevření pivovaru v Děčíně po rekonstrukci a o děčínské pivo Kapitán. Zajistit povědomí o obnovené značce a celém objektu přestavěného Centra Pivovar Děčín (CPD).



DÍLČÍ CÍLE

- Uspořádat První podkrušnohorský pivní festival (PPPF) s programem pro celou rodinu
- Podpořit tradici piva Kapitán
- Upoutat pozornost na dění okolo pivovaru celkově a zasáhnout co největší skupinu obyvatel.
- Ukázat lidem, že se nový pivovar bude podílet i na dalších společenských akcích.
- Představit nové chutě a loga piva Kapitán zábavnou formou – hlasování a soutěž o ceny.
- Vytvořit databázi pro následnou aktivní propagaci pivovaru, následná komunikace formou newsletteru, podílet se na on line marketingu CPD a Pivovaru Děčín.
- Ukázat průběh výstavby CPD (prezentace, výstava dobových fotografií v rámci PPPF)
- Prezentovat Hopsárium – nové zábavní dětské centrum, bude nájemcem v Centru Pivovar Děčín

ZAJÍMAVOSTI Z AKCE

- 136 účinkujících
- 1.799 návštěvníků
- 341 dětí
- 35 námořnických a kapitánských čepic
- 35 plavčků dohlížejících na průběh akce
- 1.500 degustačních karet
- 3.500 načepovaných vzorků degustovaných piv Kapitán
- přes 500 odpovědí na anketní otázky
- 1.000 vyrobených placek s tematikou Pivovaru
- 350 nafouknutých balónek
- 99 m2 sítě k dekoraci prostor
- 1.608 ks pivních sklenic



PRŮBĚH PROJEKTU

- **Zjištění potřeb klienta**
 - Podrobně jsme diskutovali o účelu celé akce, nastavení komunikace a celém pojetí eventu
- **Zmapování možností regionu v rámci spolupráce**
 - Bylo osloveno několik místních kapel, dětské školní kapely, restaurace, zvukaři, osvětlovači a střední gastronomická škola
- **Tvorba vizuálu nové podoby Kapitána a všech dalších tištěných reklam**
 - Firemní grafička navrhla základní vizuál a ten byl následně aplikován na vzhled plakátu, inzerci v novinách, pozvánku, anketní lístky a program akce
 - Navrhla nové logo piva Kapitán a zpracovali jsme soutěž o nejlepší etiketu a chuť
 - Zpracovali jsme omalovánky CPD pro děti, návrhy motivů na placky s tematikou CPD a vodou, šablony pro výtvarné dílny

● Návrh a realizace programu

- Program byl vytvořen tak, aby zahrnoval vše potřebné dle přání klienta a našeho doporučení s využitím cíleného event marketingu.
- Celou akci moderoval Honza Musil.
- Vytvořili jsme kombinovaný program z hudebních kapel, žongléřských vystoupení, kouzelnické show a bubble show. Dětské aktivity pro 350 dětí zahrnovaly různé tvůrčí dílny: výtvarné (omalovánky CPD, soutěž o nejhezčí rybu, výroba lodiček, parníků, kapitánských čepic, malování na balónky), řemeslné dílny (soutěž o nejkrásnější perlové korále), modelování balonků, pirátské a jiné malování na obličej. Po celou dobu návštěvníci tvořili vlastní placky nebo se vyfotili ve fotokoutku. Ten byl stylizovaný do námořnického stylu a návštěvníci se mohli na fotografie ihned podívat on line.
- Výzdoba a stylizace se nesly v duchu vody, námořníků a piva. Navrhli jsme a v naší dílně vyrobili několik originálních dekorací (lodní zvon, dřevěný navigační systém, loď, poklad, kapitánskou kajutu, záchranné kruhy).
- Zajistili jsme výstavu dobových předmětů s pivní tematikou po celém areálu Střelnice.
- Na závěr proběhl cca 10 minutový ohňostroj před budovou kulturního domu.

● Využití vhodných dodavatelů - Našich stávajících i regionálních

- V rámci celé akce jsme využili větší část vlastních dodavatelů, LAVANDE hostesek, externistů a lektorů na dětské aktivity, pro prodej vstupenek, degustace a dárkové předměty. Spolupráce probíhala s regionálními zvukaři, osvětlovači, střední gastronomickou školou a umělci.

● Zapojení novin a poskytnutí PR před akcí

- Vytvořili jsme ráiový spot a následně zajistili odvysílání
- Akce byla medializována na sociálních sítích a turistických serverech, podíleli jsme se na zajištění propagace na serverech s pivní tematikou
- Byla oslovena média a napsány články před akcí a následně po akci
- http://decinsky.denik.cz/zpravy_region/kapitan-se-vratil-zpatky-decin-si-v-sobotu-uzil-pivni-festival-20131110.html
- <http://www.decin.cz/2013/11/decinsky-kapitan-se-po-letech-vraci>
- http://usti.idnes.cz/pivo-decinsky-kapitan-se-bude-opet-vyrabet-fju-/usti-zpravy.aspx?c=A131111_1998489_usti-zpravy_alh
- Fotodokumentaci zajišťovali kromě novinářů 2 naši fotografové

● Zorganizování Podkrušnohorského festivalu

- Oslovili jsme malé pivovary z regionu. V hlavním sále náš team uspořádal první ročník Podkrušnohorského festivalu. Zúčastnilo se 8 pivovarů s různorodou nabídkou čepovaných piv z vlastní produkce. Součástí byla také tombola a losování ankety.
- Velmi ceněný festival z řad místních

● Prezentace piva Kapitán

- V samostatném sále bylo nainstalováno 12 pivních píp. 8 z nich točilo 4 druhy piva Kapitán, následně se vzorky hodnotily a vzešel jeden „chuťový“ vítěz. Návštěvníci se také zapojili do hlasování o nové logo Kapitána. Vybírali ze čtyř návrhů. Další pípy byly využity na pivo Nomád, které bude vyráběno pod stejným pivovarem.
- Součástí této prezentace byly i historické fotografie pivovaru uvnitř i budovy CPD jako takové



ZHODNOCENÍ

Díky akci Návrat Kapitána se nám podařilo vzbudit obrovský zájem o znovuoživení děčínského pivovaru plánovaném na 4/2014. Obnovili jsme povědomí o značce a ukázali, že pivo Kapitán neztratilo po letech nic na své chuti a atraktivitě. Přišlo 1.800 návštěvníků. Podpořili jsme místní školní dětský sbor a další děčínské umělce a hudebníky. Byla navázána spolupráce se Střední školou řemesel a služeb – obor Gastronomie, také byli zapojeni i oblíbení děčínské basketbalisté. Přispěli jsme k propagaci pivovaru, jeho zapojení do společenského života regionu, představili hlavní partnery výstavby a budoucí nájemce CPD. Významným krokem bylo nastavení vybraných marketingových aktivit Centra pivovar Děčína a jeho nájemců.

Plánujete i Vy podobnou akci? Potřebujete pomoci s propagací vašich výrobků, služeb či aktivit? S důvěrou se na nás obraťte, rádi Vám navrhne komplexní řešení na míru.



