

Jaké jsou cíle **naší kreativy**

Chceme, aby se každý Čech v ten moment cítil být Čechem v pozitivním a ryzím slova smyslu. Nebude se tak ale cítit na úkor jiných. **Bude vnímat základní morální lidské hodnoty, nikoliv povrchní symboly češství. Bude cítit hrdost.**

Chceme, aby se každému Čechovi vybavila nějaká **vzpomínka ať už vlastní nebo kolektivní**. Možná si vybaví něco, co notoricky zná, ale nikdy si neuvědomil, jaké pocity sounáležitosti to v něm vzbuzuje. Chceme rovněž, aby cítil potřebu své pocity **sdělit svým blízkým**. Chceme, aby nás všechny kampaň zase tak trochu spojila a sjednotila.

Kdy se cítíme být Čechy

Jako solitéři

Čechy se nazýváme při cestách v zahraničí, kdy najednou cítíme, že náš domov je daleko. Při setkání s jiným Čechem se hned dáme družně do řeči.

Když jsme spolu

Jako Češi se vymezujeme **proti nepřátelům naší země i našim sportovním soupeřům**. Svou národní identitu tak vnímáme při setkání s těmi druhými – najednou se **cítíme semknuti a spolu**.



Kdy jste se naposledy cítili hrdými Čechy?

“Když někde hrála hymna”

“Při hokeji, když hráli naši.”

“Nevím, asi když jsme všichni
společně fandili při hokeji”

“Když jsem tuhle poslouchala Smetanovu
Vltavu. To mi až mrazilo.”

“Předevčírem, jak Goťák převzal v
Německu tu cenu za celoživotní dílo.”

“Naposledy Nagano”

“Docela nedávno, když psali, že nejlepší
mladou vědkyní Evropy je slečna z Brna.”

“Při každém sportovním úspěchu, když
hrajou hymnu a vlajka stoupá vzhůru”

“Při hokeji, když hraje národák”

“Jsem hrdý na syna. A on je Čech.”

Momenty, kdy hrdost cítíme

Českou národní hrdost a identitu v nás **vzbuzují spíše méně vážná témata** jako umění, sport, úspěchy a příběhy “obyčejných” lidí, českých značek – resp. v současnosti start-upů. To všechno my uznáváme a obdivujeme, protože za tím stálo velké úsilí.



Momenty, kdy hrdost projevujeme

Momenty, které stojí za tím, že **svou hrdost projevujeme i navenek a prožíváme ji společně** jsou jednoznačné – je to sportovní fandění. Fandíme nejen na stadionech a u televize, ale i v hospodách, na ulicích, v práci.

Pocity a projevy české národní hrdosti jsou **spjaty se státními symboly**, zejména vlajkou, hymnou a znakem.





Momenty, které nás spojují

Kreativní přístup



Vizuální koncept

Vizuální koncept



Využijeme gesto, kterým se vyjadřují lidé ve vypjatých emočních situacích spojených se sportovními událostmi a přenášíme jej do obyčejného života. Namalovaná vlajka na obličeji tak skvěle kontrastuje s civilním prostředím.

Proč?

Jako “nosné medium” používáme známé osobnosti z různých zájmových oblastí. Bereme je jako tvůrce názorů, se kterými se značná část obyvatel ztotožní.



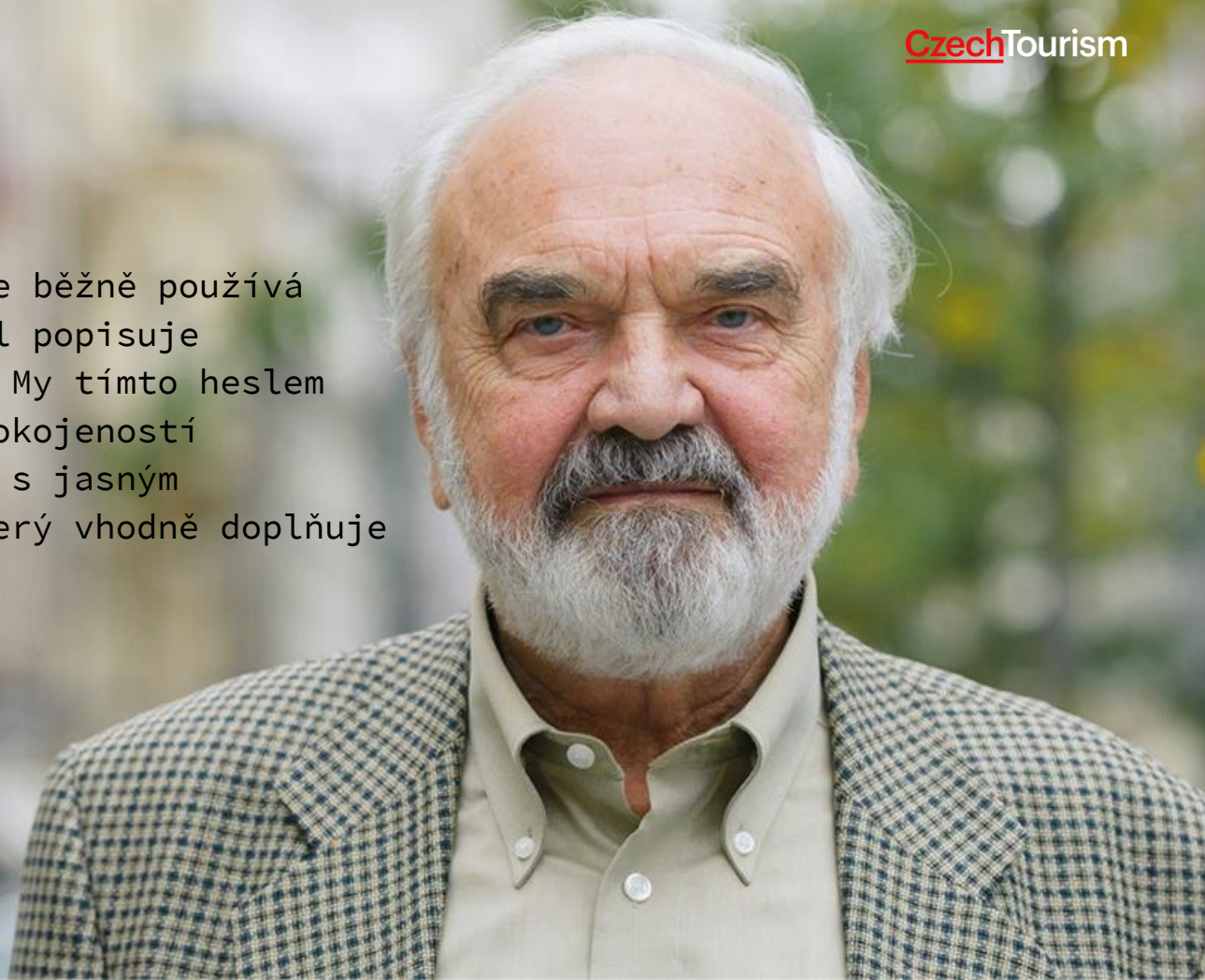
Hrdé příběhy

Představte si český stát jako produkt, kterému byla přidělena záruční lhůta 100 let a před jejím koncem se ptáme všech uživatelů na spokojenost s jeho používáním. Postřehy od známých tváří, i obyčejných lidí tak na první pohled vypadají jako obyčejné recenze, které však v sobě skrývají cosi magického – životní příběhy, nostalgiu i kapku pro nás tak typického humoru. To vše je shrnuto jedním prostým sdělením, které jasně vyjadřuje sounáležitost a úctu k tak velké události jako je 100. výročí českého státu.



Neměnil bych

Fráze “Neměnil/a bych” se běžně používá v recenzích, kdy uživatel popisuje spokojenost s produktem. My tímto heslem probouzíme otázku nad spokojeností s životem v Česku, avšak s jasným a konečným verdiktem, který vhodně doplňuje náš vizuální koncept.



Key Visual 1



Czech Tourism

„Co si pamatuji, šlapalo vždycky
jako hodinky, jen v tom 68' začalo trochu
zlobit. Za pár let jsme ho ale společně
opravili. Stačilo na to jen pár klíčů.“

Neměnil bych

CzechRepublic
Land of Stories

„Co si pamatuji, šlapalo vždycky
jako hodinky, jen v tom 68' začalo trochu
zlobit. Za pár let jsme ho ale společně
opravili. Stačilo na to jen pár klíčů.“

Neměnil bych

www.100letceska.cz

Zdeněk S.
herec

Key Visual 2



Czech Republic
Land of Stories

„Jsem jednou
z jeho prvních uživatelů
a nemohu si ho vynachválit.“

Neměnila bych

www.100letceska.cz

Dana Z.
bývalá česká atletka

Czech Tourism

„Jsem jednou
z jeho prvních uživatelů
a nemohu si ho vynachválit.“

Neměnila bych



Czech Republic
Land of Stories

„Jsem jednou
z jeho prvních uživatelů
a nemohu si ho vynachválit.“

Neměnila bych

www.100letceska.cz

Dana Z.
bývalá česká atletka

7%
do Velké Británie

Průzkum mezi 1207 medley špičkových fakult ukázal, že víc než třetina z nich chce po studiu zamířit do ciziny. Podle prodávána 3. lékařské fakulty David Marze jejich stabilitu skutečně ohrožuje kolem 13 procent. Záměra po šestileté se obvykle z ciziny vrátit, Podle Marze je zahraniční zkušenost cenná, není ale dobře, že studenti často odchází, protože specializace je v Česku nejméně dlouhá a navíc student nemají jasně informace o svém budoucím plánu. Mnozí lékaři jsou v Česku uvidění s příjizdy a odměnami za příchod. ●

RESPEKT.CZ

Key

Visual 3

A close-up portrait of actress Táňa P. with short, wavy brown hair and a slight smile. She has a small sticker of the Czech flag (white, blue, and red) on her right cheek. The background is a soft-focus green field.

Czech Republic
Land of Stories

„Nejdřív jsem měla jedno,
v 93' najednou byly dvě. Používám
obě a jsem velmi spokojená.“

Neměnila bych

www.100letceska.cz

Táňa P.
herečka

A close-up portrait of actress Táňa P. with short, wavy brown hair and a slight smile. She has a small sticker of the Slovak flag (white, blue, and red with a white cross) on her right cheek. The background is a soft-focus green field.

Czech Republic
Land of Stories

„Nejdřív jsem měla jedno,
v 93' najednou byly dvě. Používám
obě a jsem velmi spokojená.“

Neměnila bych

www.100letceska.cz

Táňa P.
herečka

„Nejdřív jsem měla jedno,
v 93' najednou byly dvě. Používám
obě a jsem velmi spokojená.“

Neměnila bych

www.100letceska.cz



Rozhlasový spot

— — —

Zdeněk Svěrák promlouvá vlídným hlasem:

Co si pamatuji, šlapalo vždycky jako hodinky, jen v tom 68‘ začalo trochu zlobit. Za pár let jsme ho ale společně opravili. Stačilo na to jen pár klíčů. Neměnil bych.


Oslavme společné století. Podělte se také o svou recenzi na spolecnestoleti.cz

Zapojení do kampaně

České a slovenské osobnosti oslovíme průvodním dopisem, ve které vysvětlíme poselství kampaně a připojíme i výzvu k zapojení. Jako dárek obdrží i set barev na obličej spolu s návodem, jak si namalovat českou vlajku.



Zapojení do kampaně



Na webové stránce **spolecnestoleti.cz**, na které se postupně bude shromažďovat recenze známých osob i obyčejných lidí. Každý si zde může napsat svoji vlastní recenzi na Česko a libovolně ji sdílet.





Zapojení do kampaně

Vytvoříme aplikaci,
díky které si každý
bude moci udělat svůj
vlastní vizuál.

Aplikace rozpozná
obličej a automaticky
na něj umístí českou
vlajku.





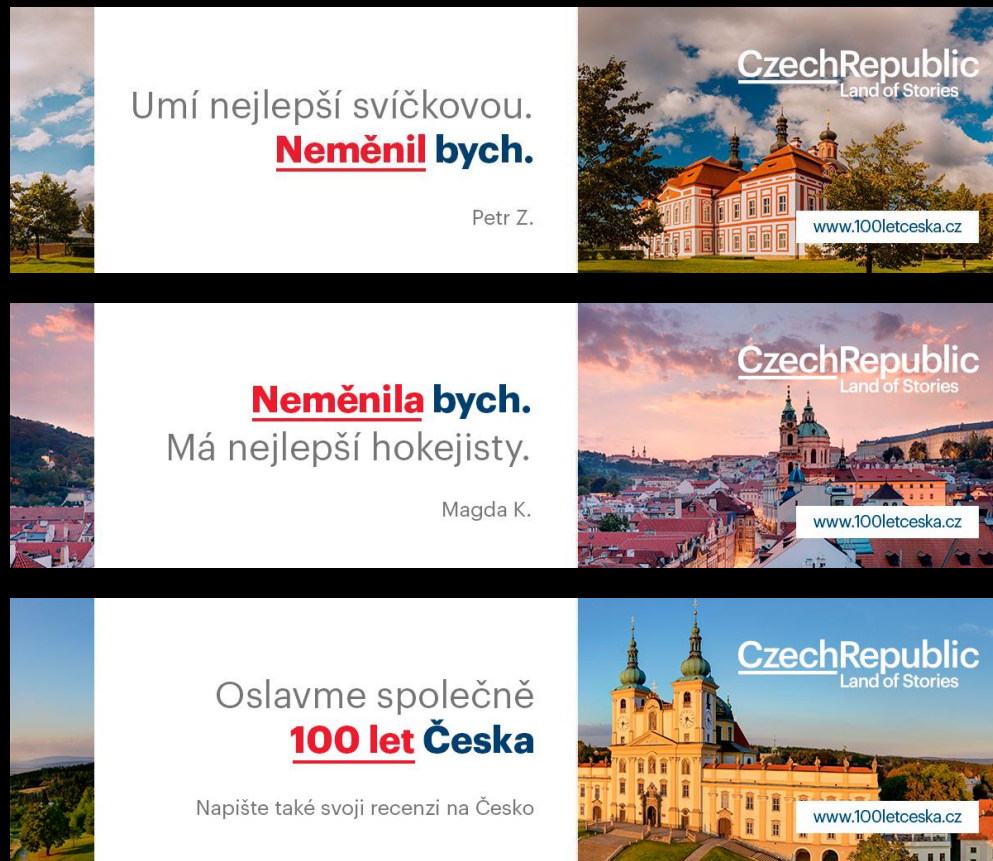
Bannery statické

Statické bannery plní roli podpory image kampaně na vysoce vizibilních formátech v rámci prémiových webů. Komunikujeme hrdé momenty Česka a upozorňujeme na 100leté výročí.



Bannery dynamické

V rámci dynamických bannerů komunikujeme výzvu k akci s cílem dosáhnout maximálního počtu recenzí na kampaňovém webu. Dynamický banner zajistí odpovídající výkon v rámci relevantních online médií + může nativně reagovat na aktuální události na domácí scéně.





Nebojte se vyvěsit    

On-line aktivace před 28/10/2018

Vyvěšování vlajek bylo v dávných dobách nemilou povinností. Lidé si k tomuto aktu vytvořili negativní vztah. Proto ve státní svátky vidíme české vlajky pouze na státních institucích – a to ještě z nutnosti. Chceme vyvěšování vlajek očistit a stoleté výročí Česka je k tomu ideální příležitostí. Připomene lidem, že největším důvodem pro vyvěšení je fakt, že je k tomu už nikdo nenutí, a že se nemusí bát ukázat svoji národní hrdost. Sdílíme videa s výzvou od obyčejných lidí i od celebrit, ve kterých říkají důvody proč se nebát vyvěsit. Používáme hashtag #CZECH100, #SLOVAK100 , který propojuje veškerý obsah kampaně.