



14. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2021.

Grand Prix za društveno odgovorno poslovanje

1. mjesto

SPAR Hrvatska d.o.o., NOVA TV, Ascanius Media i 404

Startaj Hrvatska

Projekt je realiziran u razdoblju od rujna 2019. do prosinca 2020.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: „Startaj Hrvatska“ je društveno odgovorni projekt koji je prvi put u Hrvatskoj predstavljen 2019., nastao je u suradnji SPAR-a Hrvatska i Nove TV, uz nositelja licence projekta Ascanius Media. Osmišljen je kako bi se mladim poduzetnicima i start up-ovima koji imaju dobru ideju za proizvod omogućilo da izađu na police SPAR-a, jednog od najvećih hrvatskih trgovačkih lanaca. Projekt je pokrenut u izazovnoj ekonomskoj situaciji, u jeku globalne pandemije. Promovira mlade hrvatske poduzetnike i startupove te potiče i osvještava društvo da svatko uz dobru ideju, trud i rad može ostvariti uspjeh te u fokus stavlja inovaciju i razvoj tržišta.

Ciljevi: Primarni cilj projekta je razvoj poduzetništva te poticaj na kupnju domaćeg proizvoda. Komunikacijski ciljevi: Emisijom doseći 2 milijuna gledatelja, Minimalno 100 medijskih objava u ključnim nacionalnim i lokalnim medijima, Pozicionirati kandidate kroz minimalno 20 medijskih istupa, Zabilježiti minimalno 70.000 pregleda na web stranici projekta, Ostvariti minimalno 15 milijuna impresija kroz FB, Instagram profile Spara, Startaj Hrvatska i Nove TV. Projektni ciljevi: Razvoj poduzetnika i proizvoda – odabir 1 HIT proizvoda i potpisivanje višemjesečnog ugovora SPAR-a s kandidatom/kinjom, Prodati minimalno 82.600 proizvoda.

Provedba: Projekt „Startaj Hrvatska“ koncipiran je na način da SPAR Hrvatska osigurava potporu za razvoj proizvoda kako bi bio spreman za plasman u veliki trgovački lanac te posebnu prodajnu policu u svojim trgovinama, a Nova TV medijsku platformu i promociju. Za projekt je odabrano osam malih hrvatskih poduzetnika i startupova koji su kroz televizijske emisije imali priliku predstaviti svoje poduzetničke puteve i vizije te dobili konkretnu i aktivnu podršku kroz sve faze i aspekte kreacije proizvoda i njegovog plasmana na tržište. Gledatelji su pratili kandidate kroz 11 televizijskih emisija i ostalih medijskih platformi. Istovremeno, mogli su pronaći proizvode u SPAR i INTERPSAR trgovinama na 51 lokaciji, na posebnim „plavim policama“ koje su im osigurale vidljivost.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Emisija Startaj Hrvatska je dosegla 2.261.199 gledatelja, 58,9% TV populacije (11 epizoda FR i 11 epizoda RR; Izvor: AGB Nielsen; 4+), Ostvareno više od 170 medijskih objava u ključnim nacionalnim i lokalnim medijima, Ostvareno više od 20 medijskih izvjava i intervjuva s kandidatima, Zabilježeno više od 140.000 pregleda stranica, Objavljeno više od 700 objava na društvenim mrežama koje su ostvarile oko 17 milijuna impresija.

Kreativnost i inovativnost: Projektom „Startaj Hrvatska“ SPAR Hrvatska i Nova TV ostvarili su značajan iskorak u društvenom odgovornom poslovanju u jednoj od najizazovnijih godina. Projekt poput ovoga po prvi puta je predstavljen u Hrvatskoj te je u prvi plan stavio aktivnu podršku i pomoć poduzetnicima. Kroz projekt dobili su priliku razviti svoje proizvode i poslovanje, ostvariti poslovne ciljeve koje većina njih ne bi mogla sama realizirati. SPAR Hrvatska, Nova TV i Ascanius Media uspješno su pomaknuli granice u jačanju malih, domaćih poduzetnika. Povećali vidljivosti i brojnost hrvatskih proizvoda na policama maloprodajnih lanaca, ujedno time jačajući i hrvatsko gospodarstvo. Projekt je izazvao brojne pozitivne reakcije javnosti zahvaljujući zanimljivom, inovativnom i zabavnom sadržaju te toplim ljudskih pričama poduzetnika.