



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

### Grand PRix za komunikaciju događanja

#### 2. mjesto

**Madison Consulting i Media Val za Rijeka 2020 d.o.o.**

### **Komunikacija i organizacija Press centra za otvorenje Europske prijestolnice kulture Rijeka 2020**

Projekt je realiziran u razdoblju **od 15.12.2019. do 23.02. 2020.**

#### **OPIS PROJEKTA**

**Analiza situacije:** U ožujku 2016. Povjerenstvo neovisnih stručnjaka Europske komisije izabralo je, između devet hrvatskih gradova, Rijeku s programom 'Luka različitosti' za Europsku prijestolnicu kulture 2020. Nacionalni mediji, posebice dominantne nacionalne komercijalne televizije, nemaju specijalizirane novinare i programe za kulturu. Mediji iz zemalja EU, a posebice regije, izdvajaju sve manje budžete za praćenje kulturnih manifestacija, nizak je interes i svjetskih medijskih agencija i kuća. Na dan otvorenja, 1. veljače, trebalo je, osim svečanost uručjenja titule i proslave za građane 'Opera Industriale' koja se odigrala na otvorenom u riječkoj luci, pokriti i drugih 70 popratnih događaja na 30 različitih lokacija u gradu. Press centar je organiziran u botelu Marina koji je trebalo opremiti infrastrukturom.

**Ciljevi:** Komunikacijski ciljevi: Dolazak i uključivanje što više građana Rijeke i riječkog prstena u program(e) otvorenja EPK, Informiranje opće i kulturne javnosti u Hrvatskoj o programu otvorenja, Privlačenje novinara značajnih medija iz zemalja u neposrednom okruženju, Ustrojavanje press centra i komunikacijskog tima na način da zadovolji sve potrebe novinara.

**Provedba:** Strateški tim razvio je plan komuniciranja prema ciljnim skupinama. Odnosi s javnošću i medijima podijeljeni su na lokalne kojima je upravljao lokalni tim, nacionalne, za koje je bio zadužen Madison i strane koje je koordinirao Media Val. Komuniciranje prema lokalnoj javnosti koristilo je sve taktike i kanale kako bi se što veći broj građana informirao o otvorenju te mogućnostima uključivanja. Kako bismo privukli interes što više stranih medija, komunicirali smo s gotovo 1.000 kontakata iz više od 20 zemalja. Partnerstvo s HRT-om osiguralo je otvoren signal prijenesa, a prijenos i prilozima plasirani su putem EBU-a. Suradnja s Associated Pressom osigurala je dodatan doseg u stranim medijima korisnicima njihovog servisa. Prijenos je išao i putem YouTubea Rijeke2020, dostupan svima. Akreditacijski obrazac i ostali materijali nalazili su se na dvojezičnoj stranici Rijeka2020.eu. Radi lakšeg snalaženja novinara u Rijeci, kreirana je posebna Google Mapa sa svim informacijama o lokacijama i događajima bitnim novinarima. Komuniciranje putem Facebooka, Twittera, Instagrama i YouTubea usmjereno je prema Riječanima i konzumentima kulturnih sadržaja.

**Učinak i vrijednost uspješne komunikacije:** 20.000 građana na otvorenju, 30.000 građana ukupno na svim događajima 2.227 medijskih objava, 971 u stranim medijima iz 31 zemlje, najviše susjedne zemlje, Tonalitet: 88% pozitivnih i neutralnih (TV 95% pozitivnih), 235 akreditiranih novinara, 70 stranih iz 14 zemalja, 40.123 otvaranja web Rijeka2020.eu/susjedne zemlje u top 10 Mediji isticali organizaciju kao primjer dobre prakse 6.275 objava na SM, 1,2 milijuna doseg SM, 3.000 građana sudjelovalo u programu (Molo longo)/300 volontera.

**Kreativnost i inovativnost:** Uspješnost upravljanja press centrom na brodu rezultat je jednostavne, ali operativno iznimno zahtjevnih formule: dobra priprema i ulaganje maksimalnih napora da se ispune zahtjevi svih novinara. Podrška Stožera osiguranja omogućila je fleksibilnost u mjerama osiguranja prema novinarima što bitan element zadovoljstva novinara na takvim događajima. Taktike prema lokalnim i nacionalnim medijima kroz medijska pokroviteljstva i prema stranim kroz osiguranje smještaja, pokazale su se kao sjajan omjer uloženog i dobivenog, kao i slobodni signal HRT prijenesa. Slike s otvorenja obišle



su Europu, a došle su i do Kine. Široko koristili ključne SM teaser kampanje, pozicionirali događaj kao mjesto komentiranja i pozitivnih reakcija kulturne javnosti, koristili poznatu osobu za buđenje šireg interesa (Severina).