



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## 17. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand PRix 2024.

Kategorija: Grand PRix za odnose s javnošću državnih i javnih tijela Republike Hrvatske, regionalne i lokalne samouprave i nacionalnih, regionalnih i lokalnih javnih ustanova

Naziv projekta: Desetljeće velikih priča #HR10EU

Agencija: Dialog komunikacije d.o.o. za Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj

Razdoblje realizacije projekta: 15. ožujka 2023. - 5. srpnja 2023.

### OPIS PROJEKTA

**Analiza situacije:** Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj iskoristilo je stoga prigodu 10. obljetnice članstva Hrvatske u Europskoj uniji kako bi široj javnosti pokazalo da je članstvo Hrvatske u EU dobra stvar i da nam je donijelo deset godina prosperiteta.

**Ciljevi:** promovirati važnost EU, Europske komisije i ostalih europskih institucija kroz obilježavanje 10. obljetnice članstva Hrvatske u EU i podizanje svijesti o značaju ove prigode. Sadržajima i ključnom porukama kampanje dosegnuti 1.450.000 korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj. Od ukupne hrvatske populacije (DataReportal, 2022.), 3.34 milijuna građana ima pristup internetu i može se dosegnuti online oglašavanjem, a 2.9 milijuna ih je aktivno na društvenim mrežama (13+ godina). Kako su u provedbi kampanje ključne bile društvene mreže, imajući u vidu broj pratitelja Predstavništva i kreatora sadržaja te budžet za oglašavanje, cilj je bio dosegnuti barem 50% korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj.

**Provedba:** 1. FAZA: Za dokumentarne videe, ključan je bio odabir sugovornika. Naglasak je stavljen na zanimljive priče "običnih" ljudi sa neuobičajenim zanimanjima, koji su razmišljali izvan okvira. Serijal je uključivao pet epizoda s po jednom pričom odnosno sugovornikom: Dušan Jelić; Klara Rusan; Petra Bokić ; Albert Gajšak; Sergej Lugović. 2. FAZA: Provedba kampanje u drugoj fazi podrazumijevala je suradnju s kreatorima sadržaja za digitalne platforme, koji su talent i kreativnost izrazili u obliku prigodne čestitke i objavili je na vlastitim profilima. Sadržaji kreatora ostvarili su vrlo pozitivne komentare. Koristilo ih je i lokalno Predstavništvo na svojim kanalima, pri čemu je objava gastro blogera po angažmanu jedan od organski najuspješnijih sadržaja na njihovoj Facebook stranici.

**Učinak i vrijednost uspješne komunikacije:** 20 % veći doseg u odnosu na KPI; U razdoblju od sredine lipnja do 1. srpnja: dosegnuto je više od milijun i 737 tisuća korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj; različiti formati sadržaja u okviru kampanje ostvarili su više od 5.5 milijuna impresija. Dokumentarni sadržaji su promovirani (budžet 500 EUR po videu) te je na taj način dosegnuto najviše korisnika (61 %), a zatim organskim objavama na vlastitim kanalima Predstavništva (27 %) odnosno kreatora sadržaja (12 %).

**Kreativnost i inovativnost:** Kreativni koncept videa podrazumijevao je dokumentarističku formu, s fokusom na emotivnu i osobnu komponentu svake priče. Kroz zanimljiv i pitak format, građanima smo približili kako europske institucije djeluju za dobrobit cijele zajednice.

**Društvena vrijednost i opća relevantnost:** Pozitivan utjecaj na zajednicu ogleda se u inspiraciji građana da se informiraju koje prilike se nude i svijetlim primjerima kako se može uspjeti i promijeniti nešto na bolje, ali i koliko nam je EU bliska i čime je Hrvatska obogatila EU. Iako u početku nije bilo planirano, dokumentarni materijali s inspirativnim pričama prikazani su na velikom platnu tijekom završne svečane proslave "10 godina zajedno" na Europskom trgu, čime su ovi sadržaji zaživjeli i van okvira digitalnih medija.