

Svatomartinské 2008



Vážení přátelé,

vinařský rok vrcholí a opět přichází čas Svatomartinského vína. Tradici oslav příchodu mladých vín podporuje Vinařský fond už od roku 2006 v rámci své značky „Vína z Moravy, vína z Čech“ zaměřené na propagaci domácího vinařství. O úspěchu značky Svatomartinské svědčí narůstající zájem veřejnosti a především rostoucí prodej.

Letošní komunikační kampaň pro Svatomartinské 2008 oslavuje zrození mladého vína. Motivem hlavního vizuálu je vinař držící zavínovačku, v níž místo dítěte spočívá láhev mladého vína. Ruce vinaře svírají zavínovačku s něhou a pýchou, neboť Svatomartinské je jeho dítě, s nímž se chystá pochlubit světu. Vizuál je podpořen sloganem „Svatomartinské je na světě“.

Pro účely speciální akce v Brně vznikl sekundární vizuál s vinařem, který na servírovacím vozíku přiváží láhve Svatomartinského zabalené v zavínovačkách. Tato oslava spojená s koštěm se koná stejně jako loni **11.11. od 11:00 hodin na brněnském náměstí Svobody**. Proběhnou i další akce například v Bzenci, Hustopečích, Bořeticích, Čejkovicích, Velkých Pavlovicích, Uherském Hradišti, Ústí nad Labem, v Mostě, ale i na mnoha dalších místech. Pro zvlášť významné hosty jsou připraveny slavnostní V.I.P. večery, které proběhnou 11.11. v Brně ve společenském sále divadla Reduta a 12.11. v Praze v reprezentačních prostorách Senátu ČR.

S kampaní na podporu značky Svatomartinské 2008 se veřejnost setká jak v tisku, tak v rádiích (na celoplošném Impulsu a regionálních stanicích), v ulicích (billboardy, plakáty) a na internetu. Připravena je také celá řada propagačních materiálů určená pro Vaše prodejní místa, např. stojánky, plakáty, informační skládačky, cedulky na dveře a samolepky. Z netradičních médií bude letos využito obřího BigBoardu umístěného na dálnici D1 kousek od Brna a celoplošný polep zastávky MHD v Brně. Stručný popis použitých reklamních prostředků včetně časového harmonogramu a grafických motivů najdete v závěru tohoto dopisu.

Velkou změnou prochází webové stránky www.svatomartinskevino.cz, které dostanou moderní dynamický design a bohatší obsah, díky němuž by se jejich zatím pouze sezónní návštěvnost měla rozrůst v celoroční zájem uživatelů.

Věříme, že se Vinařskému fondu společně s Vámi vinaři podaří projektem Svatomartinského úspěšně otevřít nový ročník 2008. Naším cílem je zvýšit zájem spotřebitelů jak o mladá vína, tak o moravská a česká vína obecně.

S přáním úspěšného ročníku 2008

Ing. Jaroslav Machovec
Ředitel Vinařského fondu

Svatomartinské 2008



Přehled propagačních prostředků pro kampaň Svatomartinské víno 2008

Spotřebitelská inzerce - tiskové inzertáty zaměřené na koncového zákazníka v celostátních titulech (MF Dnes, Hospodářské noviny, TV magazín) i regionálních periodikách (Metro Brno, Deník Jižní Morava, Blesk Brno, Právo Jižní Morava)

Odborná inzerce - tiskové inzertáty pro odbornou veřejnost ve specializovaných titulech (např. Horeka, Revue Hotel, Sommelier, Víno a styl, Víno revue, AGRObase, Zboží a prodej)

Rozhlasová reklama - celostátní vysílání 10 sec. spotů ke „Svatomartinskému“ (Rádio Impuls) a regionální kampaň na podporu oslav v Brně vč. využití speciálních operací a soutěží (brněnská rádia Kiss Hády, Petrov a Čro Brno)

Internetová reklama - podpora „Svatomartinského“ na serverech s vysokou návštěvností (www.idnes.cz, www.super.cz) nebo na serverech tématicky zaměřených (www.vareni.cz, www.recepty-online.cz)

Venkovní reklama - billboardy na hlavních tazích a městských okruzích po celé ČR (celkem cca 85 nosičů) vč. využití 1 velkoplošného bigboardu na dálnici D1

Speciální projekt - propagace značky prostřednictvím atraktivního reklamního nosiče: celoplošného polepu zastávky MHD v Brně u Hlavního nádraží

Publicita (PR aktivity) - tématické články v tisku či reportáže v TV a rozhlasu prezentující nepropagační formou nejen značku „Svatomartinské“, ale také samotné oslavy mladého vína (např. Radiožurnál, Čro Praha)

Propagační P.O.S. materiály - prezentace „Svatomartinského“ na prodejních místech (vinotéky a maloobchod), např. stojánky, vlaječky, skládačky, plakáty, samolepky, cedulky na dveře

Časový harmonogram

Propagační prostředky	Týden							
	6.10.	13.10.	20.10.	27.10.	3.11.	10.11.	17.11.	24.11.
	12.10.	19.10.	26.10.	2.11.	9.11.	16.11.	23.11.	30.11.
Tisková inzerce spotřebitelská								
Tisková inzerce odborná								
Rozhlas								
Internet								
Venkovní reklama								
Speciální projekt								
Publicita (PR aktivity)								
Tiskové konference	9.10.							
Propagační materiály (P.O.S.)								

Svatomartinské 2008



Ukázka připravovaných grafických motivů



▲ Plakátová reklama



▲ Tisková reklama



▲ Billboardová reklama

Svatomartinské 2008



Ukázka připravovaných grafických motivů



▲ Propagační P.O.S. materiály - vlaječky



▲ Propagační P.O.S. materiály - stojánek