



CASE STUDY

Jak si přírodu užít a přitom ji chránit



Jak jsme se společností E.ON ukázali, že přírodu si můžeme užít a zároveň ji chránit

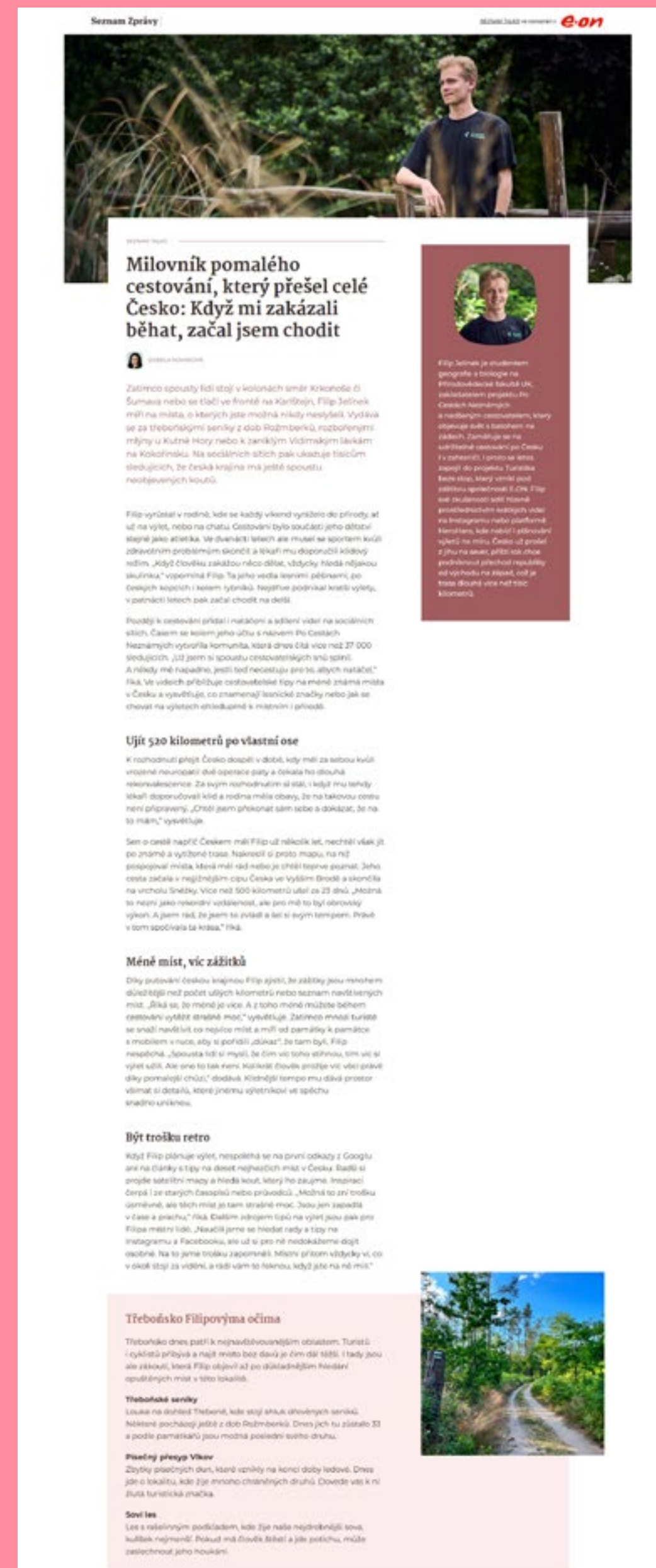
Do přírody vyráží stále více lidí. Stoupající zájem o turistiku bohužel znásobuje i škody, které návštěvníci způsobí. Společně s firmou E.ON jsme proto odstartovali dlouhodobou kampaň udržitelné turistiky, jejímž pilířem se stalo Desatero udržitelného turisty. Jeho zásady přináší malé kroky pro lidi, ale velkou úlevu pro přírodu.

E.ON je jeden z nejvýznamnějších dodavatelů energií v Česku a udržitelnost patří mezi jeho klíčové strategie. Když nás oslovil se záměrem začít podporovat udržitelnou turistiku, rozhodli jsme se opustit marketingová klíšé. Zvolili jsme komunikaci, která vychází z reálné potřeby změnit návyky turistů, a tím snížit dopad jejich chování na přírodu.

Turistou beze stop

Spolupráci jsme odstartovali vytvořením Manifestu udržitelné turistiky, který v Česku dosud chyběl. Naším cílem bylo připravit jasné a přehledné desatero, jež lidem jednoduše vysvětlí, co znamená být odpovědným turistou. Jednotlivé body jsme sestavili na základě hloubkové rešerše a rozhovorů s desítkami lidí z různých oblastí. Oslovili jsme například odborníky z Ministerstva životního prostředí a Akademie věd ČR, krajinného ekologa z Agentury ochrany přírody a krajiny nebo třeba zakladatele spolku Uklid'me Česko či tvůrce projektu We Love Šumava.

Prostřednictvím focus group jsme vyzpovídali i běžné lidi a zjistili jsme názory rodin s dětmi i jednotlivců v různých věkových skupinách. Manifest s deseti nejdůležitějšími zásadami udržitelné turistiky jsme poté publikovali na speciální webové stránce společnosti E.ON. Desatero se stalo klíčovým pilířem komunikace celé kampaně a z jeho bodů vycházely další obsahové formáty.



Desatero udržitelného turisty

- 1. Plánuju dopředu.** Díky plánování si výlet užiju naplno a vyhnu se nepříjemným překvapením.
- 2. Cestuju odpovědně.** Vybírám si dopravu, která je šetrná k přírodě i k mé peněžence.
- 3. Nenechávám za sebou stopy.** Když si někde postavím stan, nebo když přespím pod širákem, nocoviště po sobě pořádně uklidím.
- 4. Měním jen k lepšímu.** V přírodě se chovám ohleduplně. Když už do nějakého místa zasáhnu, tak jediné s dobrým úmyslem.
- 5. Nepřečenuju své síly.** Plánuju své výpravy s rozvahou. Nepouštím se do situací, které by mohly ohrozit mě, ostatní nebo záchranáře.
- 6. Za zážitky chodím pěšky.** Chůze je přirozený způsob, jak si užít krajinu a vychutnat každý detail. Prožívám místa naplno a objevím, co jinak uniká.
- 7. Beru ohled na ostatní.** V přírodě i ve městě se chovám tak, aby se ostatní nedostali do ohrožení a cítili se dobře. Respektuju potřeby místních lidí i zvířat.
- 8. Respektuju pravidla.** Dodržuju pravidla ochrany přírody a místní zákony, aby moje aktivity nezpůsobily škody na přírodních lokalitách ani na životním prostředí.
- 9. Jsem jen hostem.** Respektuju místo, kde zrovna jsem, a chovám se jako ohleduplný host. Dodržuju místní zvyklosti, tradice i pravidla.
- 10. Vím, u koho utrácím.** Snažím se podporovat místní ekonomiku tím, že utrácím za lokální produkty a služby, které mají pozitivní vliv na region.

Kompletní verzi Manifestu si můžete přečíst [tady](#).

Jak jsme udržitelnou turistiku přiblížili čtenářům?

V návaznosti na desatero jsme vytvořili šest rozhovorových článků Seznam Talks s odborníky a spolupracovníky na tvorbě Manifestu. Čtenáři se tak třeba dozvěděli, jak vznikají turistické značky, přečetli si o vlivu turismu na české památky nebo o tom, že v českých lesích už je tolik lidí, že mnoho zvířat v létě neopouští své úkryty. Díky tomu, že značka mluvila skrze odborníky, se nám podařilo získat důvěru a přinést relevantní informace.

Čtenářům jsme zároveň chtěli představit jednoduché tipy, jak negativní vliv turismu na přírodu minimalizovat. Tomu jsme se mimo jiné věnovali v rozhovoru s mladým odpovědným cestovatelem Filipem Jelínkem, který prostřednictvím svého projektu Po Cestách Neznámých inspiruje lidi k udržitelnému způsobu cestování.

V rámci komunikace jsme také připravili nativní článek na téma „Jak si přírodu užít a přitom ji chránit“. V něm jsme ukázali řadu činností, které lidé v přírodě běžně dělají, aniž by tušili, že mohou mít negativní dopad na přírodu. Jde například o mohyly z kamení a větviček, které mohou poškodit přirozený ekosystém drobných živočichů, nebo o utržené luční kvítí, které pak zase chybí motýlům.

Jak jsme kampaň dostali mezi lidi?

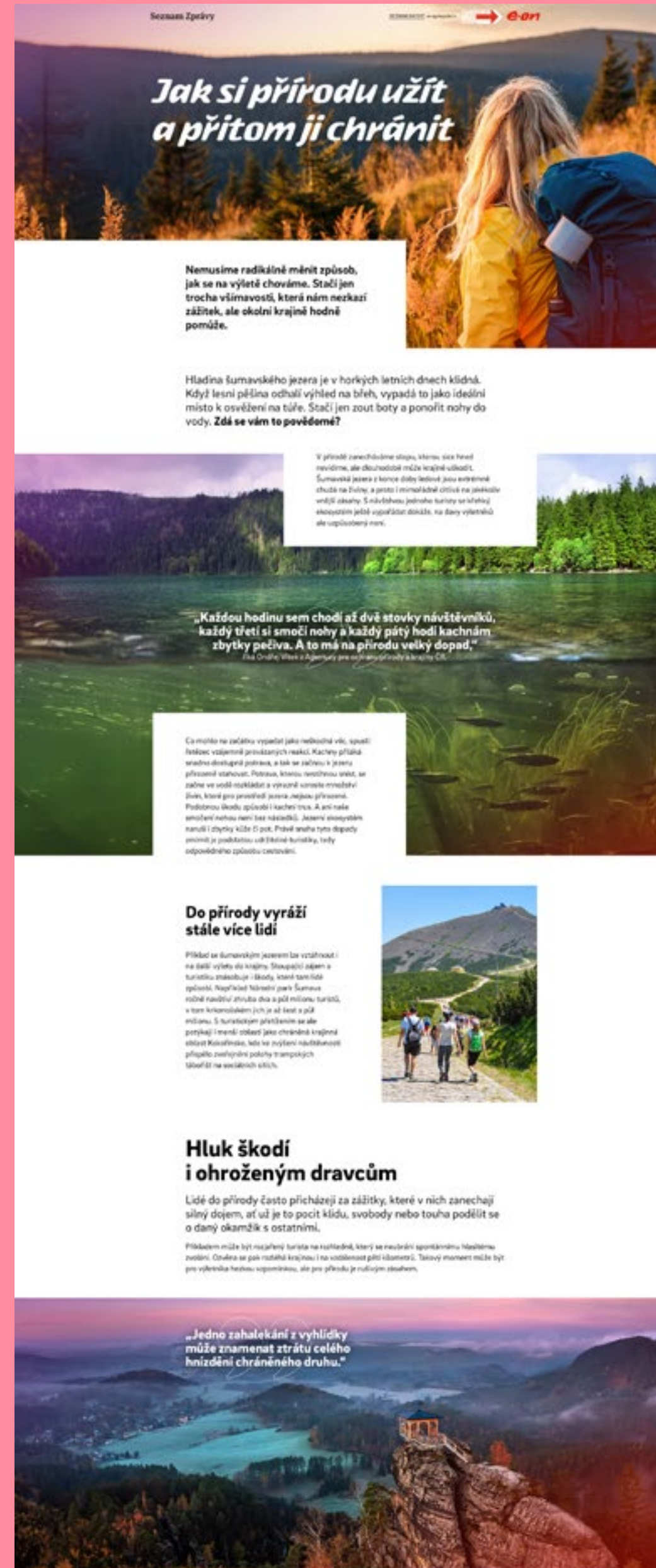
Hlavním komunikačním kanálem byly formáty Seznam Talks a Seznam Native. Pro zvýšení zásahu jsme využili i klasické reklamní bannery. Vytvořili jsme několik sad vizuálů, z nichž každá komunikovala jiný bod Manifestu. Bannery jsme využili i v rámci remarketingu, a oslovili jsme tak čtenáře rozhovorových článků a nativu. Všechny formáty vedly na webovou stránku s Manifestem a dalšími užitečnými informacemi.

Jak jsme měřili úspěch?

Při hodnocení úspěšnosti kampaně jsme vycházeli z několika metrik. Zásadní byl počet zobrazení a čas strávený s obsahem, který ukazuje atraktivitu článku pro publikum. Všechny formáty jsme doměřili nástrojem Seznam Brand Lift, jenž zkoumá dopad brandové kampaně na povědomí o značce.

Jaké výsledky kampaň přinesla?

- Publikované články si zobrazilo více než **321 000 čtenářů**.
- Průměrný čas, který čtenáři strávili čtením, se vyšplhal na **3,59 minuty**.
- Seznam Brand Lift zaznamenal u čtenářů, kteří dočetli články nebo interagovali s obsahem, nárůst povědomí o značce o **25 procentních bodů**. Naším cílem bylo navýšit toto vnímání alespoň o **osm procentních bodů**.
- U všech uživatelů, kteří byli zapojeni do měření vnímání značky jako té, která podporuje udržitelnou turistiku, se povědomí zvýšilo o **13 procentních bodů**.
- Zároveň se nám podařilo ve vnímání **předstihnout i leadera trhu** – největšího poskytovatele energií, který se udržitelnosti také věnuje.



Ať už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákaznickovu pozornost a naservírujte mu kvalitní obsah. Nevíte jak na to? V Brand Studiu se nebojíme velkých výzev. Obráťte se na nás a my vám rádi pomůžeme: brandstudio@firma.seznam.cz.



Seznam Talks *Milovník pomalého cestování*, který přešel celé Česko najdete tady.



Seznam Talks *Od hashtagu k práci na plný úvazek* najdete tady.



Seznam Talks *České turistické stezky jsou světový unikát* najdete tady.



Seznam Talks *V české přírodě už je tolik lidí, že některá zvířata ve dne během letních měsíců nevycházejí* najdete tady.



Seznam Talks *Udržitelnost pro nás není prázdný pojem* najdete tady.



Seznam Talks *Česko je velmocí hradů a zámků* najdete tady.



Seznam Native *Jak si přírodu užít a přitom ji chránit* najdete tady.