



PUBLIC RELATIONS

<b>Agenție</b>	<b>LOWE PR</b>
<b>Client</b>	<b>INITIATIVE ROMÂNIA</b>
<b>Event</b>	<b>LANSAREA MEDIA FACT BOOK, EDIȚIA A ZECEA</b>
<b>Concept</b>	<b>BIBLIOTECA DIN PARC</b>

## **Povestea unei campanii *ca la carte*, 10 ani de Media Fact Book**

### **Expozițiune**

Initiative este în top 3 agenții de media din România, cu o cifră de afaceri estimată la 42 milioane de euro pentru anul în curs, și numărul 1 în topul calitativ, asumându-și poziția de formator al industriei de specialitate.

În luna iulie a acestui an, Initiative a lansat cea de-a 10-a ediție a anuarului de media Media Fact Book. În 10 ani de la lansarea primei ediții Media Fact Book, nici o altă organizație de pe piață nu s-a mai încumetat să pornească vreun demers similar, de editare a unui studiu care să analizeze piața media românească și să emită prognoze de specialitate. Produsul Initiative nu numai că a rămas unic, dar a devenit indispensabil pentru profesioniștii din marketing și comunicare.

### **Caracterizare personaj**

Media Fact Book, unicul ghid media de pe piață, este editat de Initiative România și este perceput ca unic reper oficial al pieței de media românești, consolidând credibilitatea și autoritatea agenției Initiative.

### **Intriga**

În luna iulie a acestui an, echipa Lowe Public Relations a primit provocarea de a pune la cale o campanie de responsabilitate socială pentru a marca lansarea Media Fact Book.

Lipsa de profesioniști în media din România reflectă printre altele și goluri în ceea ce privește pregătirea universitară în domeniu. Pentru că generațiile viitoare vor avea un rol decisiv în conturarea pieței românești de media, Initiative își asumă un rol de formator concretizat în două direcții de acțiune: stagii de practică și donarea de cărți de specialitate pentru pregătirea acestor tineri.

### **Obiectiv**

Dincolo de a-și dori o simplă lansare, Initiative și-a propus un eveniment simbol, care să comunice altfel decât prin discursuri și laude de sine poziția și misiunea pe care și-o asumă



prin acest demers științific. Conform motto-ului "facts speak louder than words", Initiative România și-a dorit să marcheze acest moment prin fapte concrete și nu prin promisiuni.

**Initiative România scrie cărțile de media.** Acesta este insight-ul pornind de la care Lowe PR a declinat conceptul „Biblioteca din parc”, campanie cu o execuție în trei piloni.

### **Desfășurarea acțiunii**

Conceptul evenimentului a fost „**Biblioteca din parc**”, un concept prin care s-a reușit anihilarea formalismului și previzibilului unei conferințe de presă. Sub acest slogan, cei de la Lowe PR au creat o bibliotecă în aer liber și au invitat jurnaliștii la bucate alese și cărți bune în biblioteca amplasată pe pontonul terasei Cuando din Herăstrău.

Dincolo de ineditul evenimentului, jurnaliștii prezenți au avut prilejul de a se înscrie într-un dialog deschis cu toți membrii echipei de management a agenției Initiative, o premieră pe piața românească. S-a introdus astfel și o a doua componentă pe lângă cea de conferință de presă, aceea de dezbatere.

Cei 7 membri ai echipei de management Initiative România au acoperit pe larg subiectele pe care jurnaliștii le doreau dezvoltate: TV, Presă, OOH, Radio, Internet, New Media, Cinema, investiții realizate în 2006 și tendințe pentru anul în curs, piața media din Republica Moldova, legislația în vigoare etc.

Și pentru că un adevărat formator de piață investește și în generațiile viitoare, Initiative a marcat acest moment aniversar prin donarea a 500 de cărți de specialitate - media, comunicare, advertising - către biblioteca Facultății de Comunicare și Relații Publice din Cadrul Universității București și bibliotecii Facultății de Marketing din cadrul Academiei de Studii Economice București.

Gazde și purtători de mesaj ai campaniei și evenimentului au fost Veronica Savanciuc (Președinte Initiative), Alexandra Olteanu (Buying Director), Anca Fieraru (Senior Research Manager), Mihaela Cucu & Răzvan Dragomirescu (Head of Units), Rodica Caraghina (Senior Outdoor Manager) & Marcela Țuică (Senior Print Manager).

### **Deznodământ**

Plecând, așa cum îi place, de la "creativitate pentru memorabilitate", echipa Lowe PR și-a propus să surprindă.



Din nou, rezultatele au fost pe măsura efortului depus: rata participării efective a jurnaliștilor invitați a fost de 92%, iar mesajul a fost preluat și diseminat conform estimărilor inițiale; au

fost acoperite toate mediile vizate - agenții de presă, publicații de specialitate, rubrici specializate din publicații de informație generală, media electronică, Money Channel.

Mai mult decât atât, mulți dintre liderii de opinie în domeniu și-au manifestat entuziasmul și interesul pentru Media Fact Book și munca celor de la Initiative.

Și pentru că cifrele rămân încă principalul criteriu de evaluare pentru piața românească de PR, valoarea la rate card (advertising added value) obținută în urma acțiunilor de PR a depășit 250.000 euro, mesajele întinzându-se pe aproape 17.500 cmp de print.

Cele peste 1,7 milioane de impresii și rata de penetrare a mesajelor de 100% ne întăresc reușita: peste 11 jurnaliști și-au manifestat aprecierea și interesul pentru lansarea pe care au calificat-o drept evenimentul media al anului:

*"Felicitări pentru cea de-a X-a ediție a Media Fact Book!  
În lumea asta plină de lucruri fute și efemere, scoase în față artificial, lucrarea voastră reprezintă un reper. Solid și de calitate."*

Petre Barbu, Capital

###