



Portus Praha a dotcom advertising dávají mentálně znevýhodněným šanci

Start 23. ročníku sbírky AKCE CIHLA doprovází marketingová kampaň s TV spotem, kterou pro Portus připravila agentura dotcom advertising. O produkci první hraného televizního spotu, který se natáčel v pražském divadle ABC s klienty Portusu, se postarala AZN kru a UMG Production.

Nezisková organizace Portus Praha se už více jak 20 let zabývá podporou lidí s mentálním postižením. Díky prodaným cihlám v celostátní benefiční sbírce s názvem AKCE CIHLA pomáhá k samostatnějšímu životu svých klientů bez vyčlenění.

Původně pražská sbírka se postupně rozšířila i do dalších měst po celé republice a uplynulé roky také do online prostoru pod názvem e-cihla. Nemožnost prodávat cihly v ulicích v letech 2020-2021 podnítila vznik virtuálních e-cihel, které si lidé můžou koupit v libovolné výšce a kdykoliv.

„I když se celý svět zastavil, život plynul dál, a bylo potřebné i nadále pomáhat lidem se zdravotním znevýhodněním, zejména rekonstrukcí stávajících zařízení chráněného bydlení ve Slapech nebo zakoupením dalších potřebných věcí,“ říká Gabriela Štěpánková, ředitelka organizace Portus Praha, v které během pandemie přišli o 70 % příjmů z prodeje cihel.

Letošní start celostátní benefiční sbírky doprovází výjimečná kampaň, jejím klíčovým úkolem je komunikovat, že i lidé s mentálním postižením jsou plnohodnotnými členy společnosti a pokusit se opět nastartovat nejen šíření povědomí o akci, která se uplynulé roky vytratila z ulic ve stínu aktuální situace ve světě, ale i motivovat k zakoupení e-cihly.

„Spolupráce s Portusem je pro nás velmi důležitá. Dává nám totiž pocit, že to, co děláme, má váhu i smysl. Vzájemná důvěra zároveň poskytuje obrovský prostor kreativitě a potom mohou vznikat smysluplné věci. Inspirací při tvorbě nám byl Portus samotný. Protože každý, kdo nahlédne do nitra, musí pochopit, že se to tam hemží krásnými a plnohodnotnými lidmi. S jistotou můžeme tvrdit, že mentálně znevýhodnění patří nejen do takzvaného normálního života, ale i to, že jejich vyčleňováním se jako společnost nesmírně ochuzujeme. Nechme je proto ukázat, co umí a zjistíme, že je toho rozhodně mnoho,“ dodává duo kreativních ředitelů dotcom advertising Roj & Dvorecký.

„Jsem rád, že své přesídlení do pražského officu jsem mohl zahájit i práci na tak hodnotné a zajímavé kampani jako je tahle. Také bych rád podekoval za skvělou spolupráci klukům z AZN Kru a UMG production.“ Doplnuje na závěr Marek Uličný, nový associate creative director české pobočky dotcom advertising.

V online prostoru běží 60sekunodvů TV spot od pondělí 13. června a během letních měsíců ho bude vysílat i Česká televize a u uvidíte ho i na plátnech kin. Svou Ecihlu si můžete zakoupit na webu akcecihla.cz

Generální partner AKCE CIHLA je Stavební spořitelna České spořitelny, a.s.