
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Asociace horských středisek: Změna postoje médií ke skiareálům

Projekt byl navržen a proveden pro:

Asociace horských středisek

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

Oborové kategorie:

II.7 Služby

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Tereza Skacalova

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

V rámci projektu pro Asociaci horských středisek (AHS) jsme změnil přístup novinářů k tématu horského turismu a technického zasněžování. AHS se potýkala s návalem negativních titulků o zdražování skipasů a lžích o technickém zasněžování. Vyčíslili jsme proto investice skiareálů do udržitelných řešení, ukázali důležitost českých hor a tradici lyžování v zemi, vyvrátili mýty a začali vést s kritiky diskuzi.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Tuzemské skiareály jsou v nelibosti médií i veřejnosti. Asociaci se nedařilo do médií dostat informace o novinkách a projektech na horách, naopak převládaly negativní titulků o zdražování skipasů a „neekologickém“ zasněžování. Proti nám stály rozšířené mýty o zasněžování a novináři toužící po negativech. Cílem bylo zlepšit pověst areálům, změnit vnímání horského turismu u odborné a širší veřejnosti a začít vést smysluplnou diskuzi.

Strategie:

Rozhodli jsme se jít vstříc aktuální diskuzi o ekologii a vyvracet mýty, které od sebe média přebírají. Odvrátili jsme se od diskuze o cenách, které zastihují sdělení AHS, místo toho jsme médiím nabídli jiné informace, aby měly o čem psát.

Kritiky jsme potřebovali přesvědčit daty a argumenty. Abychom ukázali, že střediskům na přírodě záleží, vyčíslili jsme veškeré jejich investice do šetrných řešení za posledních pět let. Rozhodli jsme se ukázat, jak realizujeme udržitelný horský turismus v ČR a jak české hory vnímají Češi.

Nástroje a aktivity

- Anketa mezi horskými středisky – ukázali jsme, co reálně dělají pro udržitelné lyžování a kolik investují do modernizace a šetrného zasněžování (3/4 miliardy Kč za uplynulých 5 let)
- Průzkum veřejnosti – zmapovali jsme veliký zájem Čechů o tuzemské lyžování a představili zimní dovolenou v ČR jako tu neekologičtější variantu (pro 2/3 lidí je zasněžování nezbytné)
- Individuální schůzky se středisky – zjistili jsme individuální problémy, regionální přínosy (zaměstnanost, příjmy pro stát, budování infrastruktury)
- Tisková konference s CzechTourism – na té jsme prezentovali výsledky a data
- Vyvrácení mýtů – aktivně komunikujeme s představiteli klíčových organizací, novináři a odborníky, kteří mýty recyklují. Dodáváme jim důkazy, abychom zamezili šíření
- Infografika – k vyvrácení mýtů jsme vytvořili infografiku, kterou využila média i jednotlivá střediska

Výsledky:

Během měsíční spolupráce jsme obrátili poměr negativních a pozitivních zpráv. Dříve 90 % výstupů negativních, hlavní sdělení zanikaly, převládal negativní postoj k zasněžování. Na začátku zimy byla většina výstupů pozitivních či polemických, dnes v médiích zaznívají argumenty AHS. Do článků i titulků se propsala žádaná témata, ukázala se pozitiva horského turismu.

Zasáhli jsme většinu médií jedinou tiskovou konferencí. Během měsíce vyšlo na 60 výstupů včetně TV reportáží, rádií, deníků. Nastartovali jsme jiný přístup novinářů ke skiareálům, začali se sami ozývat a jsou vstřícnější diskuzi, stejně jako někteří kritici z řad odborníků. Články o zasněžování začaly být vyrovnanější. V tom pokračujeme i při další komunikaci horských středisek.