

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Průmyslový development s duší Ostravaka

Projekt byl navržen a proveden pro:

P3 Logistic Parks

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Natálie Sedláčková

Firma/organizace: Ogilvy

**Stručné shrnutí projektu:**

Průmyslový development založený na respektu – k lokalitě, její svérázné historii i budoucím potřebám? Pro klíčový projekt P3 Ostrava Central, vznikající na brownfieldu bývalé ostravské hrudkovny, rozhodující závazek. Aktivační komunikační kampaň proto nezvykle propojila historii, byznys, moderní urbanismus, ekologii i sociálního život komunit. Potenciálním klientům, kterým „srdce bije pro Ostravu,“ nabídla novou adresu pro jejich další růst.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Výstavba průmyslového parku na sanovaném brownfieldu sice začne až za rok, developer ho chtěl ale potenciálním nájemcům představit co nejdříve, aby ho mohli zahrnout do svých rozvojových plánů.

Sekundárním cílem bylo přesvědčit místní komunitu, že nový majitel přistupuje k lokalitě s respektem k její historii a zároveň v ní probudí nový postindustriální život.

Oba přístupy bylo nutné sladit tak, aby komunikace působila jednotně a autenticky.

**Strategie:**

Nestavíme haly, ale budujeme novou průmyslově-obchodní čtvrť, která díky spolupráci s městským architektem Davidem Kotkem přirozeně „vroste“ do Ostravy. Pro průmyslový development je to ojedinělý přístup, pro komunikaci s obyvateli základní kámen. Příběhovou linku tvoří „návrat ke kořenům“ - ředitel P3 Tomáš Míček je místní rodák. Propojení ocelové minulosti a zelené budoucnosti se promítlo i do vizuální stránky projektu.

**Nástroje a aktivity**

Pozornost business decision makers jsme přitáhli exkluzivní zásilkou s velkoformátovou fotografií svérázné estetiky brownfieldu od Gorana Tačevského. Předali jsme informace i emoce – průmyslový park bude „v jádru Ostravak.“

V prezentační brožůře určené pro realitní agenty, potenciální zákazníky i představitele regionálního byznysu, jsme se soustředili na faktické rozhodování a argumentaci v kontextu evropských logistických toků.

Vsadili jsme na individuální media relations i advertorialy (exkluzivní sdělení, autorské příspěvky, rozhovory) a taktickou práci s tématy.

Byznys a oborová média: developerský magnet Ostrava, brownfield jako multifukční příležitost, udržitelnost a moderní urbanismus.

Lokální média: průmyslově-obchodní čtvrť součást nového „ocelového města“, respekt k lokalitě.

Lifestyle média: městská architektura v kontextu s osobním příběhem úspěšného manažera.

**Výsledky:**

Díky autentickému „srdcařskému přístupu“ jsme naplnili původně stanovené byznys i komunikační cíle. Důležití realitní agenti zalistovali projekt P3 Ostrava Central, včetně našeho specifického messagingu, a již po několika týdnech od zveřejnění projektu klient jednal s prvními potenciálními nájemníky. V článcích věnovaných průmyslovému developmentu v Ostravě se projekt P3 pravidelně zařazuje mezi TOP3 referenčními projekty a ve srovnání s projektem konkurence v podobné lokalitě a období jsme dosáhli až 4x více mediálních výstupů. Ač se jedná o průmyslově-obchodní čtvrť uprostřed města, tonalita všech mediálních výstupů byla pozitivní a neutrální. Vhodně zvolenou strategií externí komunikace jsme si vytvořili reputační kapitál, na kterém budeme v dalších fázích projektu stavět.

**Weblinky:**

<https://www.p3parks.com/our-locations/czech-republic/p3-ostava-central>