

---

## PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Vícepodlažní dřevostavby v ČR: od utopie k realitě

Klient:

UBM Development Czechia

Agentura / Přihlašovatel:

Crest Communications

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Kamila Čadková, Account Director, Crest Communications

Marcela Kukaňová, Account Manager, Crest Communications

Michaela Muczková, Account Executive, Crest Communications

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Kamila Čadková

Firma/organizace: Crest Communications

Stručné shrnutí projektu:

Developer UBM Development Czechia loni postavil Timber Praha, první vícepodlažní bytové domy ze dřeva v metropoli. Většímu počtu těchto ekologických staveb v ČR ale brání staré normy, připouštějící jejich max. výšku jen 12 m. Cílem byla medializace a široká vizibilita tématu vč. diskuse o celospolečenských přínosech výstavby ze dřeva. To mělo aktivovat politiky a normotvůrce ke změně legislativy povolující výšku dřevostaveb až 22,5 m. Povedlo se: norma má letos vejít v platnost.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Skupina UBM chce být evropskou jedničkou vícepodlažních dřevostaveb: v ČR chce po Timber Praha (TP) realizovat další. Ve vyspělých zemích jsou tyto stavby běžné, v ČR je k nim nedůvěra.

Zadání: podnítit diskusi hlavně u KOFs s rozhodovacími pravomocemi o výhodách dřeva jako obnovitelné suroviny s ohledem na dekarbonizaci českého stavebnictví

Cíl: změnit společenské paradigma, vytvořit podmínky pro širší výstavbu vícepodlažních budov ze dřeva

Skupiny: primární politici, normotvůrci a související entity (ČAS, HZS ČR, UCEEB), profesní komunita a částečně i široká veřejnost (B2C)

Strategie a kreativa:

S TP jako průkopnickým projektem jsme vytvořili silný B2B i B2C příběh s rozměrem udržitelnosti a společenské odpovědnosti. Ukázali jsme benefity vícepodlažních dřevostaveb a komfort života v nich. UBM jsme etablovali jako klíčového moderátora debaty o dřevostavbách směrem k politikům a normotvůrcům. Významným nástrojem lobbyingu ke KOFs se stala Platforma pro udržitelné stavebnictví ze dřeva. Tu jsme spoluvytvářeli a zajišťovali její komunikaci k cíl. skupinám.

Nástroje a aktivity:

Média

-[]intenzivní komunikace s B2B i B2C médii

-[]5 mediálních dnů v TP

Aktivace odb. komunity - lobbying za vícepodlažní dřevostavby

-[]Platforma pro udržitelné stavebnictví ze dřeva (UBM-iniciátor) a komunikace jejích aktivit (16 členů-lídrů v oboru: developeři, architekti, banky)

-[]edukace odb. veřejnosti a KOFs (politiky, normotvůrce, profesní sdružení, VŠ, municipality): více než 10 exkurzí do TP

-[]spolupráce s Českou radou pro šetrné budovy, společná komunikace tématu

-[]UBM-řečník na akcích pro KOFs, TP-příklad dobré praxe

SoMe

-[]zejména LI pro B2B: 103 postů o dřevostavbách v zahraničí + 44 postů o TP a dřevu jako ekologickém staveb. materiálu

-[]doplňkově FB pro B2C: info o TP a benefitech bydlení v dřevostavbě

Živý web TP

Fotky, videa, reels s aktualitami z TP

-[]využití na SoMe, webu, při prezentacích TP

Výsledky:

Ke KOFs jsme dostali informace, že vícepodlažní dřevostavby jsou cestou k dekarbonizaci stavebnictví a budoucností udržitelného bydlení. To přispělo k aktivizaci politiků a ke zrychlení prací na legislativě umožňující v ČR stavět budovy ze dřeva až do výšky 22,5 m. Norma má být přijata ještě letos. U UBM jako klíčového moderátora tématu jsme podpořili jeho renomé a korporátní image. Jakkoli jsou vícepodlažní dřevostavby novinkou, v TP je teď prodáno více než 50 % bytů.

Média: 262 výstupů

GRP: 81,29

Reach: 7 136 336 (přitom kampaň byla primárně B2B)

LinkedIn: organický nárůst fanoušků na téměř 2 000

Weblinky:

<https://www.arcus-city.cz/timber>, ,