
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Dům SAMOROST

Klient:

Stavební spořitelna České spořitelny

Agentura / Přihlašovatel:

AMI Communications

Spolupracující agentura / subjekt:

AMI Digital

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně, I.8 Integrovaná komunikace

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Kristýna Vinopalová

Firma/organizace: AMI Communications, spol. s r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Podhoubí jako stavební materiál budoucnosti? Po dvou letech testování jsme se rozhodli postavit dům! Využitelnost v bydlení je pro nás, stavebku, nezbytná. Do procesu stavby jsme přizvali veřejnost a vzbudili ohlas v médiích ve světě, na sockách i mezi odborníky. Dům SAMOROST je tady!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Nechceme být jen stavební spořitelna, jsme inovátor a usilujeme o udržitelné bydlení. Nebojíme se experimentovat a to nás odlišuje od konkurence. SAMOROST navazuje na předchozí inovace (3D tištěný dům Prvok) a zkoumá využití podhoubí ve stavebnictví. V r. 2023 jsme materiál vyvíjeli a testovali, loni jsme ukázali, že reálně funguje. Odborníkům, novinářům, veřejnosti. Postavili jsme z něj dům. Roční proces jsme průběžně dokumentovali, sdíleli, vystavovali, a hlavně všechny zapojovali, aby byli u toho.

Strategie a kreativa:

Zadání: Jak z mycelia ve stavebnictví udělat téma?

Náš přístup: Postavíme z něj opravdový dům.

Komunikační strategie: Cílové skupiny vtáhneme do procesu od A do Z. Zážitkově, hapticky, ale i odborně.

Média: Šokovali jsme nápadem postavit dům z podhoubí a zapojili jsme je, aby se cítila součástí experimentu. Pozvali jsme je do dílny, nechali je vše zkoušet, vtáhli je do děje, a nakonec je vzali do hotového domu.

SoMe: Sdíleli jsme průběh stavby, přizvali influencerku.

Odborná veřejnost a akademici: Aby nám uvěřili, ukázali jsme cestu mykokompozitu z lesa až po stavbu. Ve speciálním Houbovém HUBu a na interaktivní výstavě „Do hloubi houby“ v NTK si vše osahali, nahlédli do domu, prošli cestu podhoubí a pochopili unikátnost materiálu.

Získali jsme osobní zájem a záštitu ministra ŽP, podporu NTK, spolupracovali s ČVUT, UCEEB a ČZU.

Nástroje a aktivity:**Media Relations:**

Tisková konference k ohlášení stavby domu, tiskové zprávy, průzkumy, články, reportáže, media hub s foto, video, texty, průběžná setkání s novináři a influencerkou během stavby – ve výrobní hale, na výstavě, na press tripu v ateliéru, kde „vyrostl“ dům.

Stakeholder Relations:

Výstava „Do hloubi houby“ v NTK a ČZU;

otevření Houbového HUBu v NTK (permanентní sekce v knihovně s literaturou a vzorky);

odborná studie „LCA mykokompozitu a jeho vliv na změnu klimatu“ u UCEEB jako důkaz, že nejsme greenwashing;

setkání ministra ŽP s šéfem Buřinky v Brně u výroby houbového základu domu.

Online Relations:

Pravidelná aktualizace webu a media hubu, kreativa na FB, IG, LinkedIn, spolupráce s influencerkou.

Výsledky:**Media:**

Dosah 40 mil., 280 neplacených výstupů vč. TN, Událostí, Studia 6, Planety Yó;

35 zahraničních výstupů v 10 jazycích vč. reportáže ARD TV.

Online:

Dosah 2,4 mil. na SoMe, 700 tis. spoluprací se shluk.bunek.

Během hl. aktivit nárůst návštěv webu inovaceodburinky.cz o 55 %.

Veřejnost:

„Do hloubi houby“ byla nejnavštěvovanější výstavou v historii Galerie NTK + zájem o pokračování na ČZU, UPO.

Postupná změna veřejného vnímání – v průzkumu 2023 si houby s architekturou spojilo 0,6 % lidí, ve 2024 už 83 % dává šanci využití mykokompozitu jako izolace místo polystyrenu.

Zájem a podpora státu, akademiků, odborníků, rozvíření diskuse.

Weblinky:

<https://www.inovaceodburinky.cz/projekt/samorost/>