



DOBRÝ SUSED: AKO SI NOVÝ ISTROPOLIS ZÍSKAVA BRATISLAVČANOV

*Nový Istropolis a jeho kultúrno-spoločenská funkcia, kvalitné verejné priestory, zeleň, či celková premena mŕtvej zóny na Trnavskom mýte na živú mestskú štvrť nezískava u Bratislavčanov len podporu, ale aj odpor časti odbornej i laickej verejnosti, volajúcej po zachovaní pôvodnej architektúry. Aj kvôli náročnému schvaľovaciemu procesu projektu si jeho komunikácia žiada strategický insight, správne časovanie správne podaných informácií správnym cieľovým skupinám, kontinuálny press office a podporu susedov. Tých získava ImmoCap v spolupráci s SKPR úspešne na svoju stranu aj projektom **Dobrý sused**.*





>> Dobrý sused: Ako si Nový Istropolis získava Bratislavčanov

Výzva a cieľ

Immocap stál aj v roku 2021 pred neľahkou výzvou:

- Pokračovať vo vysvetľovaní svojho zámeru v projekte Nový Istropolis obyvateľom MČ Nové mesto, ktorých sa projekt bezprostredne (do)týka
- Argumentačne čeliť kritike a vášňam časti verejnosti volajúcej po zastavení prác na projekte
- Profesionálnou a transparentnou komunikáciou nastaviť vnímanie projektu tak, aby získaval podporu zainteresovaných inštitúcií a rozhodovacích orgánov
- Upevniť dobré meno investora ako zodpovedného developera v meste, kde sú developeri dlhodobo vnímaní negatívne





>> **Dobrý sused:
Ako si Nový Istropolis
získava Bratislavčanov**

Stratégia a plán

Spolu s klientom sme už skôr iniciovali prieskum verejnej mienky, podľa ktorého až 82% Bratislavčanov víta projekt Nový Istropolis, čo bolo zároveň potvrdením, že dlhodobá komunikácia klienta a PR agentúry prináša výsledky.

Samostatnou kategóriou obyvateľov, o ktorých podporu sa uchádzame, je približne 300 domácností v lokalite Trnavského mýta – bezprostrední susedia Istropolisu. Tí budú z novej vitálnej štvrť plnej

kultúry, zelene, verejných priestorov a služieb benefitovať najviac. Zároveň však budú najviac zasiahnutí búracími prácami, ako aj výstavbou Nového Istropolisu.





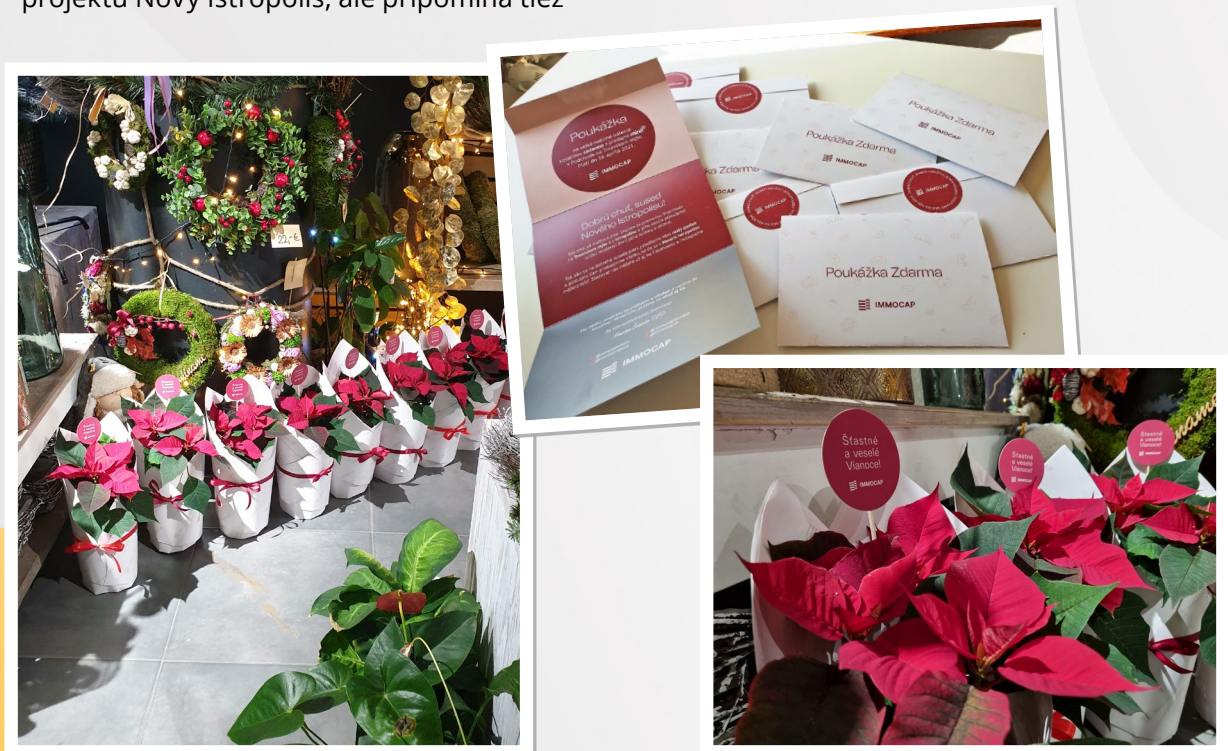
>> **Dobrý sused:
Ako si Nový Istropolis
získava Bratislavčanov**

Realizácia

A) Kontinuálna transparentná komunikácia projektu a jeho prínosov pre obyvateľov MČ Nové mesto (individuálne media relations, tlačové správy, mediálne spolupráce, kontinuálny press office 24/7 vrátane neustálej hrozby krízovej komunikácie)

B) Samostatný projekt *Dobrý sused* zameraný na obyvateľov ulíc v bezprostrednom okolí Istropolisu (300 domácností), v ktorom:

- Pravidelne, v štvrtročných intervaloch, komunikuje Immocap priamo s každou domácnosťou
- V úvode projektu sa Immocap, tak ako sa na dobrého suseda patrí, predstavil obyvateľom osobným listom a sladkou vianočkou
- V každej „edícii“ kreatívneho projektu prizývame inú prevádzku Podchodu na Trnavskom mýte, ktorý Immocap učebnicovo v spolupráci s mestom zrekonštruoval, a cez ktorý denne prechádzajú obyvatelia „našich“ domácností. Immocap tak nielen komunikuje výhody projektu Nový Istropolis, ale pripomína tiež obyvateľom, že tak, ako dodržal svoj sľub pri zanedbanom Podchode, naplní svoj ambiciózny zámer aj pri Novom Istropolise. Immocap zároveň podporuje prevádzky v Podchode, ktoré utrpeli pandemiou (300 ks darčiekov pre susedov Istropolisu na účet Immocapu)
- Naposledy, v decembri 2021, pripravil Immocap ako Dobrý sused pre svojich susedov opäť niečo na mieru šité a osobné: V predvianočnom čase daroval každej domácnosti vianočnú ružu a pohľadnicu s poukážkou, ktorá sa jednoducho zmenila na vianočnú ozdobu.



>> Dobrý sused: Ako si Nový Istropolis získava Bratislavčanov

Výsledky

Dobrý sused sa stretol s pozitívnym ohlasom, o čom svedčia reakcie na sociálnych sieťach, absencia sťažností na projekt od susedov, ako aj záujem obyvateľov o vyzdvihnutie si darčeka. Komunikácia projektu Nový Istropolis dosiahla

v r. 2021 **796 výstupov v mediálnej hodnote 2 190 000 EUR**. ImmoCAP úspešne napreduje tak v projekte, ako aj v jeho trpezlivom a proaktívnom komunikovaní. ImmoCAPu sa vďaka strategickému PR darí byť dobrým susedom, a aj vďaka projektu Dobrý sused ImmoCAP mení vnímanie slova developer.

