



newton media

Mediální stereotypy

spojované s developery

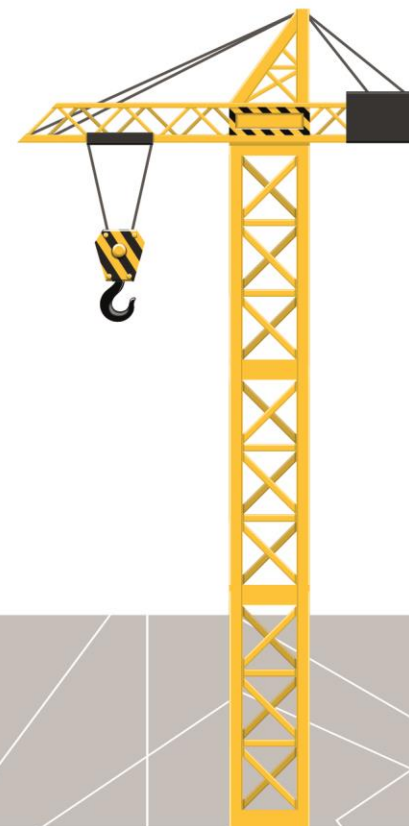
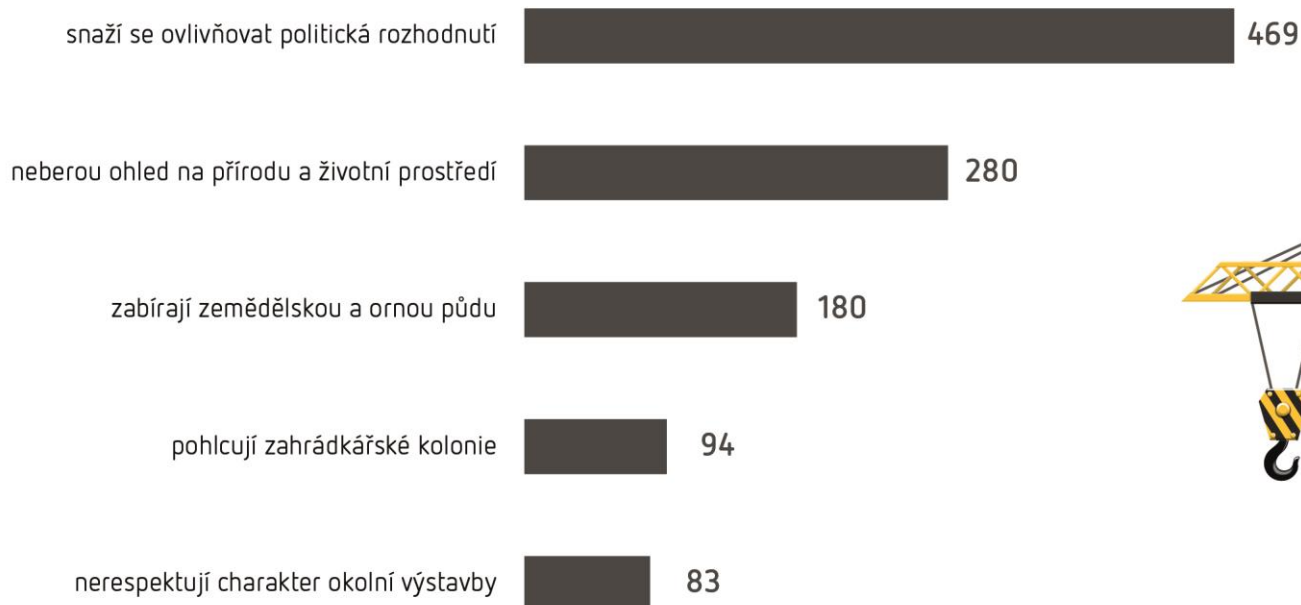
1. 1. 2015 - 30. 9. 2016

Co dělá NEWTON Media?

- sledování zmínek o firmě napříč mediálním prostorem 24/7
- vyhodnocování mediální image
- doporučení a strategie komunikace
- mediální data pro krizovou komunikaci

 **MEDIA INTELLIGENCE**

Patero stereotypů o developerech



Politická lobby

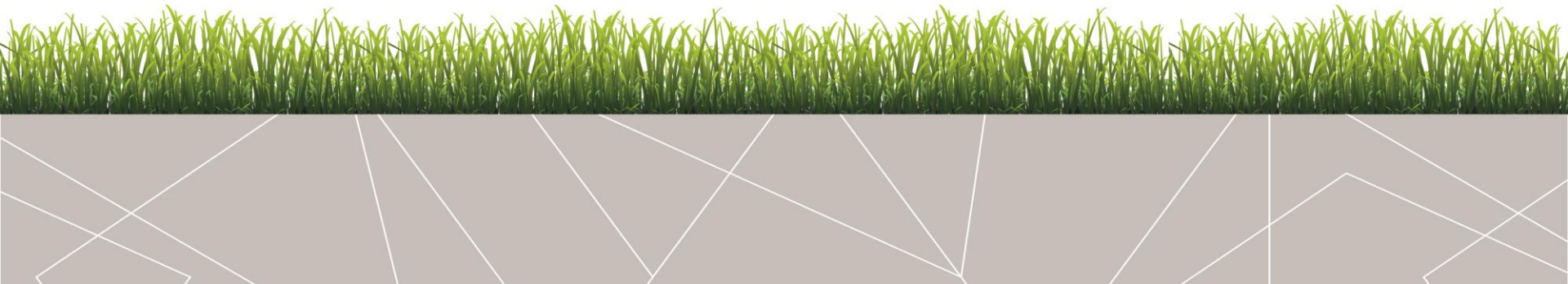
- v hlavní roli Praha
- Matěj Stropnický: „Adriana Krnáčová jde stavebními předpisy na ruku developerům“
- kritika nákupního a zábavního centra Velký Špalíček i po 15 letech:

„Budova nepřinesla do centra žádnou architektonickou hodnotu, což by se v historickém jádru města dít nemělo. Fungovala tam politicko-developerská skupina, která si projekt protlačila“ (architekt Karel Doležel 31. 8. 2016, např. Brněnský deník)



Nerespektování přírody a životního prostředí

- veřejnost podle médií developery v krajině vidět nechce
- apriorní obava z developerů v oblastech bývalého Vojenského újezdu Brdy a NP Šumava
- petice za zákaz výstavby v Národním parku Šumava



Zábor zemědělské půdy

- média: na půdě jsme životně závislí a potřebujeme ji více než další developerské projekty
- téma zajímá všechna velká média od celostátních deníků po televizní a rozhlasové stanice

„Současná výše poplatků za zábor půdy nestačí na motivaci developerů k vyššímu využití starých průmyslových areálů (takzvaných brownfields) či méně atraktivního nezastavěného území“

(názor ekologické komise Akademie věd, např. Deník, tyden.cz 12. a 17. 2. 2015)

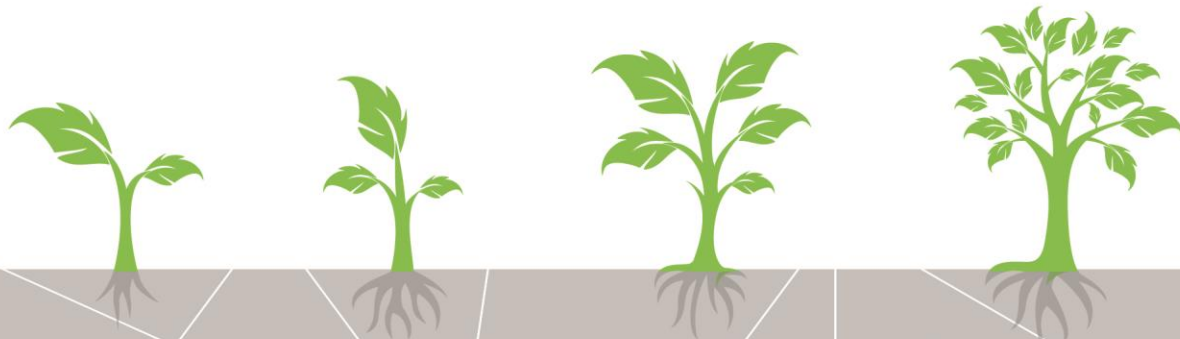


Pohlcování zahrádkářských kolonií

- boj zahrádkářů o zákon, který by je měl chránit proti developerům

„Zahrádkáři se v Česku postupně stávají stále vzácnějšími. Jejich kolonie totiž mizí jedna za druhou zejména pod developerskými projekty“ (Deník 9. 2. 2015)

- zdánlivě lokální problémy zahrádkářů řeší i celostátní deníky či televizní zpravodajství



Nerespektování charakteru okolní výstavby

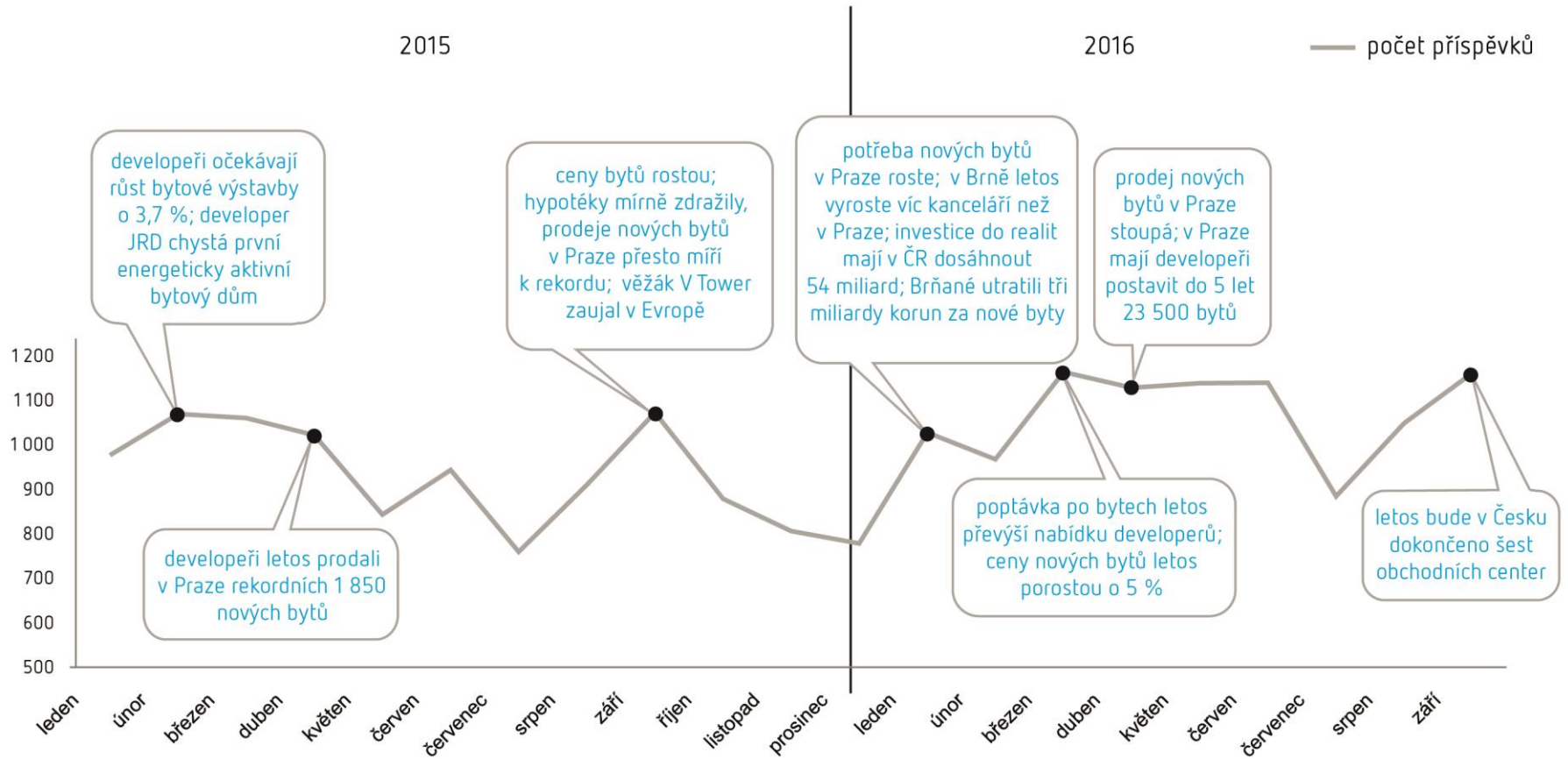
Na přípravě developerských projektů je podle odborníků nejdůležitější dobrá komunikace a důvěra mezi třemi stranami trojúhelníku, tvořeného úřady, developery a veřejností. A právě tato spolupráce podle médií v Čechách vázne.

Rezonoval zejména projekt bytové výstavby u parku Parukářka:

- Nový dům na Parukářce lidé nechtějí ([Právo 25.2. 2015](#))
- U žižkovské Parukářky vyrostě sedmipodlažní dům, opozice na jednání zastupitelstva neuspěla ([aktualne.cz 16.2. 2016](#))
- Stavba ve stínu Parukářky, nebo Parukářka ve stínu stavby? O to běží v Praze 3 ([ct24.cz 15.12. 2015](#))
- Praha 3 odmítla stavbu u hřiště Parukářka ([Právo 3.3. 2015](#))

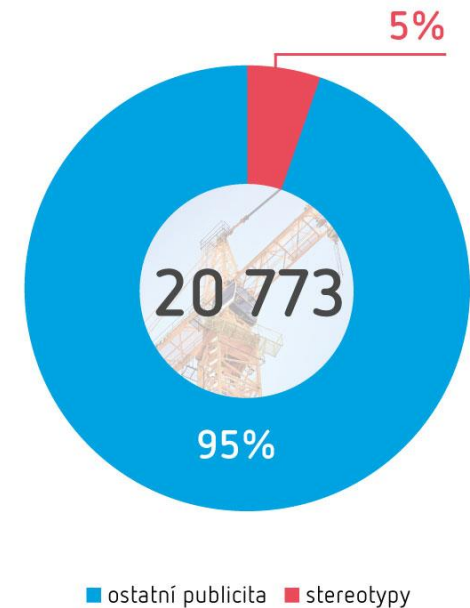


Vývoj publicity developerů



Závěr

- developeři dostávají v médiích velký prostor, od ledna 2015 činí jejich publicita téměř 21 tisíc příspěvků
- převažují nehodnotící příspěvky
- pozitivní příspěvky informují např. o moderně řešených, energeticky úsporných bytových domech za příznivé ceny
- stereotypy tvoří jen 5 % publicity
- přesto je nutno na ně v komunikaci pamatovat a snažit se je konkrétními argumenty vyvrátit





newton media

NEWTON Media, a. s.
Na Pankráci 1683/127, budova Gemini A
140 00 Praha 4

00420 225 540 201
obchodni@newtonmedia.cz
<http://www.newtonmedia.cz/>

© NEWTON media a. s.