

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Experiment SAMOROST

Klient:

Stavební spořitelna České spořitelny, a. s.

Agentura / Přihlašovatel:

AMI Communications, spol. s r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

AMI Digital s.r.o.

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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:**

Buřinka staví na úspěšném projektu PRVOK a posouvá inovace v bydlení o řád výš, směrem k udržitelnosti. Zní to jako sci-fi, ale v Experimentu SAMOROST zkoumáme reálné využití mycelia v bydlení. Přesvědčujeme národ houbařů, že houby nejsou jen k jídlu, ale jsou udržitelnou budoucností stavebnictví. Mycelium ukazujeme tak, aby ho lidé přijali jako materiál.

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

S cílem odlišit se od konzervativní konkurence se Buřinka už od r. 2020 profiluje jako inovátor ve stavebnictví (Prvok, 3D tištěné hřiště). Ukazuje lidem, jak mohou v budoucnu bydlet – šetrně k životnímu prostředí. Experiment SAMOROST jde ještě dál. Zavádí do stavebnictví mycelium jako revoluční udržitelný materiál. Téma jsme chtěli otevřít pro co nejvíc lidí. Postupně jsme rozšiřovali cílové skupiny od odborné veřejnosti a novinářů, přes studenty až po veřejnost. Pro podnětění diskuse jsme díky seminářům (ČVUT, VŠE) budovali síť ambasadorů citlivých na udržitelnost. Nyní budeme cílovou skupinu zužovat na akademickou obec a studenty, stavitelské firmy, startupy a výrobce, kteří by mohli materiál převést do výroby.

**Strategie:**

SAMOROSTem profilujeme Buřinku jako inovátora, který iniciuje revoluční změny. Strategie je postavena na rozvíření diskuse, praktických ukázkách (workshop, výstava) a demonstraci reálného využití mykokompozitu. Boříme mýty spojené s houbami odbornými posudky a testy. Komunikace stojí na srozumitelné prezentaci výstupů z testování, autentické experimentů a haptické zkušenosti. Spolupracujeme s odborníky. Potenciál materiálu představujeme postupně: od hmoty až po nábytek.

**Nástroje a aktivity:**

Dbáme na logické propojení kom. kanálů s praktickými ukázkami. V rámci media relations jsme zorganizovali TK s workshopem a realizovali průzkum, jak Češi vnímají houby. Výstupy z testování jsme představili na neformálním setkání, test hoření a tepelné izolace jsme demonstrovali na místě (grily a chladicí nádoba z mykokompozitu). Vánoční direct mail obsahoval betlém z mycelia. Vydali jsme TZ do zahraničí. V rámci přímé kom. jsme na festivalu Designblok vystavili nábytek z mykokompozitu. Šli jsme cestou i interní kom., pro zaměstnance Buřinky jsme zorganizovali workshop a na Vánoce vyrobili anděla z mycelia. Na SOME jsme prezentovali odborná i zábavná videa. Propojením s akademickou sférou jsme šířili osvětu ve snaze podnětít zapojení výrobních podniků.

**Výsledky:**

Cílů jsme jednoznačně dosáhli. Výsledky hodnotíme dosahem v médiích a na SOME, návštěvností webu a veřejným zájmem. Redakčními výstupy jsme oslovili 10,5 mil. lidí, interní a zákaznickou kom. přes 400 tis. Na SOME jsme zasáhli 1,3 mil. lidí. Návštěvnost webu inovaceodburinky.cz stoupla o polovinu oproti r. 2022. V médiích i na SOME téma rezonovalo (diskuse pod příspěvky). Tón publicity je pozitivní, téma je lidem srozumitelné, o informace se zajímají. Obdrželi jsme nabídku na použití materiálu v bytovém domě Vanguard, v nové centrále ČS, při rekonstrukci domu klienta Buřinky. Spolupracující influencerku jsme nadchli natolik, že do svého bytu použije osvětlení z Designbloku.

**Weblinky:**

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