

PARTNER

Otodom

PROJEKT

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

wyborcza.pl

## OPIS PROJEKTU

Projekt od początku stawiał w centrum człowieka i jego autentyczne potrzeby. W pierwszej odsłonie (2019) konkurs wyłonił najlepsze rozwiązania dla domu i wnętrza – takie, które nie były tylko produktami lub usługami, ale niosły ze sobą ważne dla ludzi wartości.

**Druga edycja**, pod nazwą „Zaprojektowane po ludzku. Miasto bardziej wspólne” (2022), koncentrowała się na przestrzeniach wspólnych w miastach. Tym razem nagrodzono projekty wychodzące naprzeciw potrzebie integracji mieszkańców, włączenia w życie miasta m.in. seniorów czy osoby z niepełnosprawnościami.



**PARTNER**  
OTODOM



### GRUPA CELOWA

Adresaci konkursu, czyli m.in. architekci, urbaniści i aktywiści miejscy + subskrybenci mediów Grupy Wyborcza



### WYRÓŻNIK

Laureaci konkursu wraz ze statuetką otrzymali prestiżowy **znak jakości** „Zaprojektowane po ludzku”

**grupa wyborcza**  
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

PARTNER

Otodom

PROJEKT

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

wyborcza.pl

## OPIS PROJEKTU

„Zaprojektowane po ludzku” 2022 stanowiło również poszukiwanie sposobów na uczynienie miasta bardziej **przyjaznym środowisku**, a tym samym – mieszkańcom - dla których dobrostanu kontakt z przyrodą jest niezmiernie istotny.



Publikacje, debata i zgłoszenia konkursowe dotyczyły więc tematu kreowania ciekawej, przyjaznej przestrzeni wspólnej polskich miast - miejsca spotkań, rozrywki, wypoczynku i **zacieśniania relacji**.



PARTNER

Otodom

PROJEKT

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

wyborcza.pl

REALIZACJA REDAKCYJNA



ZOBACZ DEBATĘ

**DEBATA** online „Miasto bardziej wspólne. Jak możemy poprawić przestrzeń wokół nas?„ z udziałem ekspertów.

**KONKURS** na najlepsze produkty, miejsca i działania, które już zmieniły jakość miejskiej wspólnej przestrzeni na lepsze; mogły wziąć w nim udział m.in. fundacje, wspólnoty mieszkaniowe, przedsiębiorcy i architekci.

**CYKL PUBLIKACJI** - artykułów, podcastów i materiałów wideo - prezentujących konkursowe projekty i poruszających angażujące odbiorców tematy związane z miejską przestrzenią wspólną

**GALA**, podczas której poznaliśmy laureatów konkursu, uświetniona koncertem Natalii Nykiel i wykładem Filipa Springera.

SPRAWDŹ ARTYKUŁY



**CZAS TRWANIA**  
8 miesięcy



**MEDIA**  
[Wyborcza.pl](http://Wyborcza.pl), [WysokieObcasy.pl](http://WysokieObcasy.pl),  
Gazeta Wyborcza, Wysokie  
Obcasy, [Wyborcza.biz](http://Wyborcza.biz), [BIQdata.pl](http://BIQdata.pl)

grupa wyborcza  
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

PARTNER

Otodom

PROJEKT

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

wyboreza.pl

REALIZACJA REDAKCYJNA



grupa wyboreza  
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —

- 40 artykułów online
- 12 artykułów prasowych
- 3 podcasty
- 17 materiałów wideo

Redakcja zdecydowała się skorzystać z eksperckich **raportów Otodom**.  
Nawiązała do nich w treściach redakcyjnych **24** razy.

**OBEJRZYJ GAŁĘ**

PARTNER

Otodom

PROJEKT

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

REALIZACJA REDAKCYJNA

## Jak rozsądnie kupić mieszkanie?

PODCAST WYSOKIE OBICASY WYSOKIE OBICASY, NATALIA MAZUR 8.06.2022



Kupno mieszkania jest jedną z najważniejszych decyzji w naszym życiu. Obojętnie, jak bardzo byśmy chcieli i jak wiele stworzyliśmy tabelkę w Excelu, i tak zawsze będą uczestniczyć w tym emocje. Natalia Mazur zaprosiła dziś do rozmowy Katarzynę Kusiniów, badaczkę poprytu na rynku mieszkaniowym, Head of Residential Research Otodom, obdo w Grupie OLX. Spróbujemy znaleźć złoty środek między towarzyszącymi nam emocjami, a realnymi możliwościami zakupu mieszkania. Porozmawiamy o tym, co wpływa na zmianę priorytetów przy wyborze wymarzonego miejsca. "Bardzo często, jeżeli kupujemy mieszkanie, chcemy to zrobić w okolicy, w której już mieszkaliśmy" - tłumaczy ekspertka. Zapraszamy do wysłuchania podcasta i zajrzenia na rynek nieruchomości.

Publikacje ukazały się w formie **wywiadów, reportaży, raportów big data, poradników i materiałów edukacyjnych.**

Jakie m.in. tematy zgłębiły redakcje i rozmówcy?

- najszczęśliwsze polskie miasta i dzielnice
- jak stworzyć przyjazną przestrzeń dla wielu pokoleń?
- Tarnów wśród najpiękniejszych miast Europy
- dojazd, sklepy, zielen, bezpieczeństwo – to nas uszczęśliwia
- las kieszonkowy to królestwo dzieci



REZERWACJA NA 1000000  
Joanna Erbeł: Kocham małe miasteczka. To nasza przyszłość.

Publikacja: 08.06.2022

Odnosiłabym na egzaminie: Infacite: kraków  
Warszawa - miasteczko rozciągnięte w swojej okolicy



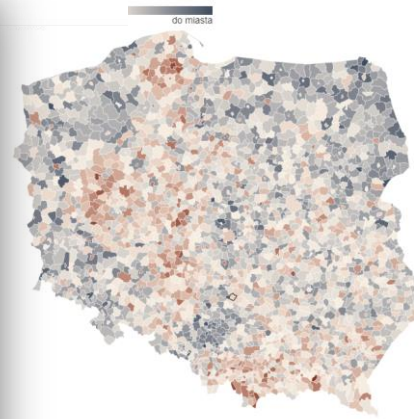
### Kraków - wesoło w Brzeszce

Z analizy wynika, że Kraków to jedno z najszybszych miast w kraju, w których odnotowano wzrost 10-25 lat (kiedyś do generacji) (zobaczysz grupę w wieku 17-25 lat).  
Tę samą tendencję widujemy w województwie małopolskim i dolnośląskim na Brzeszce. W tym województwie, a szczególnie w województwie małopolskim, Brzeszka i a także Brzeszka - analiza danych o tym, jak Brzeszka przetrwała w dzisiejszym świecie i jak to wygląda w przyszłości.

Kraków - miasteczko rozciągnięte w swojej okolicy



według gmin - skąd do miasta, a skąd na wieś



Mapa: Danuta Pawłowska, BIGdata wyborcza.pl • Źródło: Bank Danych Lokalnych

wyborcza.pl

POSŁUCHAJ:

[PODCAST 1](#)

[PODCAST 2](#)

[PODCAST 3](#)

## PROMOCJA PROJEKTU

„Zaprojektowane po ludzku. Miasto bardziej wspólne”  
promowaliśmy szeroko w mediach i social mediach Grupy Wyborcza.





Otodom

ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU

## OBECNOŚĆ PARTNERA

Logotyp Otodom pojawił się:

- przed każdym materiałem wideo i po nim (video artykułowe, relacja z debaty i gali)
- w kreacjach promujących konkurs oraz w ramce akcji - w prasie i online
- w winiecie Wyborcza.pl



Poza tym Partner był obecny poprzez:

- partnerskie wskazanie słowne w treści artykułów redakcyjnych
- dołączenie Katarzyny Kuniewicz - Head of Residential Research w Otodom/Obido w Grupie OLX - do kapituły konkursu
- udział PR managerki Otodom Ewy Tęczak w gali, w roli jednej z osób wręczających statuetki laureatom



Logo Partnera w ramce akcji prasa



Logo Partnera w komunikacji wizualnej akcji



PARTNER

**Otodom**

PROJEKT

**ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU**

**wyborcza.pl**

### EFEKT AKCJI

Projekt spotkał się z dużym zainteresowaniem czytelników, napłynęły też aż **93** zgłoszenia do konkursu.

Debatę obejrzano na Facebooku ponad **17 600** razy.

Zasięg akcji w prasie wyniósł **795 tysięcy**.

Podcasty zyskały **27 tysięcy** odsłuchań.

Zasięg projektu na FB: **793 tysięcy**.

Akcja Wyborczej nie tylko zainicjowała rozmowę o najlepszych rozwiązaniach dla podniesienia jakości przestrzeni wspólnych w miastach, ale też pokazała konkretne realizacje, które już dziś zmieniają naszą lokalną rzeczywistość na plus.



**Odtworzeń materiałów wideo**

**4,5 mln**

**Publikacji online**

**309,6 tys. UU**

**grupa wyborcza**  
— PEOPLE FIRST. NOT COOKIES. —





PARTNER

**Otodom**

PROJEKT

**ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU**

 wyborcza.pl

**DISCLAIMER**

Prezentacja materiałów na tej stronie ma jedynie charakter poglądowy. Niektóre ze starszych prezentowanych materiałów mogą nie odpowiadać aktualnym standardom, ofercie handlowej lub polityce redakcji. Umieszczenie ich tutaj nie jest równoznaczne z deklarowaniem realizacji analogicznych przedsięwzięć w przyszłości.