

Tato média vám vysvětlí, že vás vláda nenechá padnout. Za vaše vlastní peníze. Zde jsou přesné částky

- CZ24 News | 12. září 2022

ČESKO: Téměř dvacet pět milionů korun investuje vláda do propagace Deštníku proti drahotě v médiích a na reklamních plochách. Bývalý jihomoravský hejtman Michal Hašek se pohrabal v dokumentech a zjistil, kterým médiím tyto prostředky půjdou.

V neděli ráno Úřad vlády obeslal mailové schránky novinových redakcí tiskovou zprávou „Informační kampaň Deštník proti drahotě přiblíží hlavní formy pomoci státu občanům“. Ta referuje o startující mediální kampani, která má „představit občanům základní formy vládní pomoci a zjednodušit cestu k jejich aktivnímu využívání“.

Kampaň mělo připravit Oddělení strategické komunikace Úřadu vlády. Má připomenout, že vláda na systém strategických opatření Deštník proti drahotě vyhradila 177 miliard, a že jsme v míře přímé pomoci občanům k HDP na čtvrtém místě v celé EU.

„Kampaň se primárně zaměřuje na překonání ostychu z čerpání pomoci a představuje tři hlavní pilíře vládního programu,“ vysvětluje Úřad vlády. Klíčové má být představení nových webových stránek www.destnikprotidrahote.cz.

Kampaň má probíhat do konce října a zahrnovat televizní a rádiové spoty, reklamu na billboardech i polepy v hromadné dopravě, též reklamu v online médiích. Rozpočet kampaně byl třicet milionů korun, vysoutěžená cena je však nakonec 24,5 milionu.

Média byla seznámena i s hlavními vizuálními koncepty celé kampaně. Je to obrázek dvou rukou. Jedna z variant je s heslem „říct si o pomoc není žádná slabost“, druhá s paží batolete nabádá „využijte příspěvek na dítě“; pozoruhodný je třetí vizuál, kde s heslem „ochraňte svůj domov příspěvkem na bydlení“ dvě ruce dělají střechu.



Informace o mediální kampani zaujala bývalého jihomoravského hejtmana Michala Haška. Po krátkém pátrání objevil na stránkách Úřadu vlády dokument, který upřesňuje, co bude obnášet.

A podle jeho zjištění se jedná o klasickou inzertní kampaň. Ve vládním dokumentu se to hemží reklamářskými termíny jako branding, floating nebo „mobilní square premium“.

V dokumentu jsou vypsána média, ve kterých má kampaň probíhat, stejně jako částky, za které Úřad vlády inzertní plochy nakoupil.

Vydavatelství Czech News Center má inkasovat 312 tisíc za reklamu v deníku Blesk a stejnou částku za další weby. Vydavatelství Seznam prodá inzertní plochu za 286 tisíc. Z jednotlivých webů pak má FORUM24 inkasovat 196 tisíc, Deník N 90 tisíc korun.

V dokumentu jsou i přesně popsané prodané reklamy; čtenář tedy již nyní ví, že v pondělí 12. 9. bude inzerát se dvěma rukama na falešné titulní straně Hospodářských novin.

„Kdo jsme ještě nepochopili dobro páchané současnou vládou, máme poslední šanci,“ okomentoval to sarkasticky Michal Hašek.

Zdroj: Parlamentní listy