

„To až lidi uvidí.“ Fiala a jeho reklama na každém rohu. Zlé

- CZ24 News | 24. října 2023

ČESKO: Nejasné finanční pozadí masivní kampaně propagující vize a úspěchy premiéra mohou být kontraproduktivní a povedou k dalšímu poklesu důvěry občanů v Petra Fialu. „Kdo to platí?“ ptají se experti z oblasti marketingu, reklamy a politologie. Lidi to prý naštve a ještě více rozohní.

ParlamentníListy.cz před několika dny poukázaly na reklamní kampaň propagující premiéra Fialu s nejasným pozadím financováním. Jde o více než stovku billboardů napříč republikou, plakáty nebo on-line kampaň.

Mnohé by mohlo překvapit, že tato kampaň není z dílny Fialovy domovské ODS, ale malé neziskové organizace, která má status zapsaného spolku, jak se dříve nazývala občanská sdružení. Spolek nese název Pravý břeh – Institut Petra Fialy.

V článku před několika dny jsme přinesli podrobnější popis této kampaně včetně oficiálních vyjádření, kolik by měla stát. Z Pravého břehu bylo PL sděleno, že kampaň bude stát „vyšší stovky tisíc korun“. Experti z oboru to však komentovali slovy, že taková částka je za takto masivní kampaň v podstatě nemožná a dostalo se nám odhadů, že to budou spíše miliony.

Z jakých zdrojů ovšem spolek Pravý břeh tyto prostředky na kampaň sehnal nebo sežene, jsme se nedozvěděli. Na tuto otázku nám zástupce Fialovy neziskovky nereagoval. Politolog Lukáš Jelínek dokonce vyřkl otazníky nad tím, že daný spolek náhodou kampaň pouze oficiálně nezastřešuje s tím, že ji třeba reálně bude platit někdo úplně jiný.

„Na to, aby si malá neziskovka mohla dovolit takovouto kampaň, potřebuje skutečně štědré sponzorské zdroje. V případě předsedy vlády bychom měli znát, odkud tyto štědré sponzorské zdroje plynou. Bylo by dobré vědět, jestli se náhodou jenom nepřeposlaly přes Pravý břeh nějaké peníze, o jejichž původu nemáme vědět. To jsou všechno legitimní otázky,“ sdělil Jelínek.

Případ nyní aktuálně pro ParlamentníListy.cz okomentoval známý politolog docent Lukáš Valeš, který stejně tak připomíná neznámou v podobě zdroje financí.

„Ta věc má dvě roviny – za první je krajně podezřelé, aby kampaň premiéra platil intelektuální spolek bez peněz. Klíčovou otázkou, na kterou ale bohužel neznáme odpověď, tedy je – kdo to zaplatí? ODS, stát (tedy my všichni) nebo snad sám Petr Fiala? Za druhé, je otázkou, zda to není spíše kontraproduktivní – viz obrázek v textu a vláda nenaštve ještě další občany a ty naštvané ještě více rozohní. Každý den totiž lidé vidí, jak se deklarace premiéra a jeho ministrů zcela míjejí s realitou a jak řada z nich nepokrytá lže. Podobná kampaň, která navíc nebude jediná, může situaci vlády a její pověst na veřejnosti paradoxně ještě více zhoršit. Každopádně řada plakátů skončí popsána a pomalovaná s velmi pepnými vzkazy vládě a jejímu předsedovi!“ Konstatuje docent Valeš pro PL.

Prezident Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace Pavel Brabec míní, že zakrývání či nejasnost finančních zdrojů na kampaň spíše povedou k dalšímu poklesu důvěryhodnosti Fialovy politiky.

„Lidé nevnímají kampaň, jestli je důvěryhodná, nebo ne či podle toho kdo ji financuje, ale podle toho,

co a jak je jim to uvěřitelně sděleno. Pokud to tedy má smysl, potom se nepídí po tom, kolik to stálo a kdo to zaplatil, protože z toho mají nějaký benefit. Informace má tak pro ně nějakou cenu a význam. Jakou informační hodnotu má ale billboard s předsedou vlády, který slibuje ‚RESTART‘ a to, že bude dělat to, co ‚JE TŘEBA‘? Co jiného by měl dělat?! Takže nejenže je to z pohledu občana blbé, ale ještě to občané tak jako tak musejí zaplatit. Reklamu – stejně jako každou jinou odbornou činnost – by měli dělat profesionálové a potom se ti chytřejší občané mohou ptát, jak se to vůbec může stát, že pan Fiala šéfující vládě, která zvýší lidu daně a poplatky ve jménu umoření (nejen) Babišových dluhů, zaplatí něco takového. Z eráru. To spolu s nejasným financováním je pro Fialu a ODS další ztráta politických bodů a loajality. Fiala má prostě špatný marketingový tým,“ uvádí Brabec.

Rozhodně podle jeho slov není běžné, aby takovou masivní kampaň organizoval neziskový spolek. „Určitě není a opět to souvisí s tou neprofesionalitou. Otázky typu kolik to stálo a odkud pocházejí peníze na krytí nákladů kampaně jsou naprosto legitimní a Fialův tým je musí očekávat a musí být připravený na ně jasně odpovědět. Veřejnost nechce být klamána. Zase to ubírá body kredibility ve vnímání Fialy i ODS,“ konstatuje expert.

„Nejsem právník a nechci se proto pouštět do spekulací,“ reagoval Brabec na dotaz, zda lze taková organizace kampaně pojmout jako obcházení pravidel. „Jisté ale je, že i kdyby bylo vše legální a etické, tak lidé to celé již teď vnímají negativně. Zklamání a ztráta důvěry jsou velmi silné a zejména v politice důležité emoce, které rychle a impulzivně nastupují. Důvěra se naopak buduje lopotně a těžce a stojí o mnoho více peněz. To je jeden ze základních postulátů marketingu, který ale platí v politice dvojnásob. Já si ale myslím, že celé je to prostě špatná strategie. Pokud pan Fiala dal zadání ‚... oblepte půl republiky, chci aby lidé svého Péťu viděli a vnímali jako jednoho z nich, který i v této těžké době má na srdci naši vlast, jsem přece skvělý politický stratég, tak vím, jak nastartovat celou republiku‘ ... tak to opravdu fotka státního úředníka s natuženou pěšinkou, v brýlích, v úzkém sáčku a dvěma headliny nespraví ani na tisíci billboardech. Ani kdyby byly zadarmo. A Pravý břeh to zadarmo určitě nedělal. Hlavně aby společníkem nebyl třeba Lajos Bács,“ konstatoval Pavel Brabec pro ParlamentníListy.cz.

[ZDROJ](#)