**Dobrovolnická iniciativa Cesta ven pokračuje v přípravách národní informační kampaně k očkování**

**Praha, 15. února 2021 – Iniciativa komunikačních agentur a expertů Cesta ven zvítězila v zadávacím řízení Úřadu vlády ČR na přípravu kampaně na podporu očkování. Iniciativa podala návrh, vzešlý ze společné práce předních odborníků na komunikaci, prostřednictvím společnosti ARAs, která je 100% vlastněná Asociací komunikačních agentur (AKA). V následujících týdnech bude kampaň dopracována pro nasazení v médiích a nabídnuta k využití dalším subjektům.**

Hlavní slogan kampaně zní „Udělejme tečku za koronavirem“. *„Tečka symbolizuje konec a zároveň naději na nový začátek. Jestli existuje něco, na čem se dnes shodne celá společnost, je to touha ukončit trápení a nepříjemnosti spojené s pandemií. Očkování je právě tou pomyslnou tečkou, která nám dá šanci tohle těžké období uzavřít,“* říká Marek Hlavica, ředitel AKA a jednatel ARAs. Současně je sotva viditelná tečka na rameni znamením vakcinace.

Iniciativa zahájila práci na přelomu roku, kdy nejprve na základě výzkumů veřejného mínění, hloubkových rozhovorů, konzultací s lékaři a několika dotazníkových šetření vzniklo strategické zadání kampaně. Na zpracování návrhu pracovalo od začátku ledna 16 komunikačních agentur. Z těchto návrhů odborná porota složená z předních marketingových expertů vybrala nejlepší čtyři. Komunikační koncepty byly otestovány na vzorku populace a na základě výsledků iniciativa dopracovala a podala návrh založený na motivu tečky.

*„Komunikační koncepty jsme ověřovali na reprezentativním vzorku těch, kteří ještě nejsou rozhodnuti nechat se očkovat. Výzkum nám pomohl vybrat nejvhodnější návrh a také nabídl možnost dopilovat formu a obsah sdělení*,“ uvádí Hana Huntová, ředitelka SIMAR.

Do zadávacího řízení vlády podala iniciativa návrh za nabídkovou cenu 3 470 002 Kč bez DPH. Z toho vývoj celé kampaně, logo, strategii a kreativní návrhy iniciativa nabídla za symbolickou jednu korunu. Tato část by se v komerčních cenách pohybovala někde mezi jedním a dvěma miliony, jelikož představuje cca 500 – 1 000 hodin práce.

Další částí rozpočtu jsou náklady na výrobu, které musí vláda zaplatit třetím stranám. Například produkce TV spotu vyžaduje pronájem techniky, lokací, náklady na dopravu atd. Nicméně ani v této oblasti iniciativa nepracuje s komerčními cenami a bude i zde hledat možnosti realizace zdarma, případně za režijní ceny a s podílem dobrovolnické práce.

Kampaň má tři fáze. V první fázi se soustředí na vysvětlování a odstraňování zbytečných obav. Teprve druhá fáze vybízí k vlastnímu očkování. Ta bude spuštěna ve chvíli, kdy bude k dispozici dostatek vakcín a očkování se naplno rozběhne. Kampaň bude využívat reálné osobnosti s autentickým příběhem, mezi nimi i přední lékařské autority. Komunikace se s respektem obrací i k těm, kteří mají z očkování obavy, a poskytuje jim odpovědi na jejich otázky.

Součástí vytvořeného návrhu je i strategie PR komunikace a kampaň na sociálních sítích, které nicméně vláda v zadávacím řízení nepoptávala. Komplexní návrh nyní iniciativa nabízí k využití dalším subjektům, které se chtějí do národní kampaně zapojit. *„Potvrzena je spolupráce s Hospodářskou komorou ČR a Svazem průmyslu a dopravy ČR. Jednáme se zdravotními pojišťovnami a velkými firmami, které mohou kampaní motivovat k očkování své zaměstnance,“* říká Pavla Mudrochová, ředitelka Asociace public relations a mluvčí iniciativy Cesta ven.

Po podpisu smlouvy s Úřadem vlády přistoupí iniciativa Cesta ven k realizaci kampaně. Připraví finální grafické a obrazové výstupy, natočí TV spot a spustí webové stránky na základě strategie, s níž uspěla ve výběrovém řízení. V případě hladkého průběhu může být tato část kampaně připravena během několika týdnů.

Kontakt pro média:

Pavla Mudrochová

mluvčí iniciativy

Tel.: 603 191 539

E-mail: mudrochova@apra.cz

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**O Iniciativě komunikačních agentur Cesta ven:**

*Asociace komunikačních agentur (AKA), Asociace public relations (APRA), Česká eventová asociace (ČEA), Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění (SIMAR), komunikační agentury a přední experti na komunikaci se v průběhu prosince spojili s cílem společně zdarma připravit funkční kampaň na podporu očkování proti covid-19. Spolupracují také s iniciativou Lékaři pomáhají Česku, která se stala odborným garantem projektu. Jeho součástí byl lednový hackathon, z něhož vzešla komunikační strategie a kreativní řešení kampaně.*