



Dobrovolníci stojící za Tečkou končí a apelují na vládu: kéž by takových kampaní bylo víc

Praha, 8. září 2021 – Dobrovolnická iniciativa komunikačních agentur a expertů Cesta ven, která stála u zrodu očkovací kampaně známé jako „Tečka“, ukončila činnost. Více než osmiměsíční práce několika desítek lidí naprosto zásadně přispěla k tomu, že je dnes v Česku naočkováno přes 66 % dospělých.

„S naší prací jsme spokojeni. Ukázalo se, že profesionálně připravená kampaň dokáže přesvědčit ty, kteří nad očkováním váhali,“ říká mluvčí iniciativy Pavla Mudrochová. „Zároveň chceme poděkovat za spolupráci všem, kteří zajišťovali „Tečku“ na straně Úřadu vlády a Ministerstva zdravotnictví, bez jejichž úsilí by nemohla vzniknout.“

Přestože kampaň byla efektivní, na straně státu se jednalo spíše o výjimku. Asociace komunikačních agentur a Asociace public relations dlouhodobě upozorňují na tristní stav veřejných zakázek v komunikaci v České republice. To se projevilo i v případě vakcinační kampaně, u které stát zaspal s přípravami.

Cesta ven upozorňuje, že z hlediska boje proti covid-19 je třeba co nejdříve navázat další cílenou komunikací. Dobrovolnickou práci musí nahradit standardní kontrakty mezi dodavateli a státem. Ten už avizoval, že hodlá do závěrečné fáze kampaně investovat dalších 50 milionů. Iniciativa ovšem upozorňuje, že ani to nemusí stačit. Ve srovnání s celoročními kampaněmi firem, s nimiž podpora očkování v mediálním prostoru soupeří, je i celkových 100 milionů nevelká suma. Pro srovnání: pětimilionové Irsko jen loni investovalo do komunikace ke covidu 260 milionů korun.

Členové iniciativy nečekají, že by někdy v budoucnu opět spojili síly, aby pomohli veřejnému sektoru. Vyzývají proto vládu, aby podporu očkování i další zásadní komunikační projekty připravila včas, profesionálně a uvolnila na ně odpovídající finance.

Mimořádné spojení sil

Na konci loňského roku svedla nečinnost a chyby vlády v propagaci očkování dohromady 28 profesních asociací, výzkumných, PR a reklamních agentur, vysokých škol i jednotlivců. Ti vytvořili robustní, na výzkumech založenou strategii a kreativní koncept dlouhodobé kampaně, kterou nabídli jak státu, tak dalším subjektům. Úřad vlády následně uhradil výrobu kampaně za 4,2 milionu korun včetně DPH. Z toho vývoj kampaně, logo, strategii a kreativní návrhy stát pořídil za symbolickou jednu korunu. Ministerstvo zdravotnictví uvolnilo na nákup mediálního prostoru 50 milionů korun včetně DPH. Stát využil kreativního konceptu pro označování očkovacích míst, před motivem tečky promlouvají k lidem politici a úředníci.

Do podpory vakcinace se díky práci iniciativy zapojila i řada podniků, institucí, zájmových organizací, měst a regionů. Celkem se jednalo o 38 subjektů. Podařilo se angažovat také na tři desítky influencerů a známých osobností, z nichž všichni podpořili očkování bez nároku na honorář.



Prokazatelné výsledky

Výsledky červnového výzkumu prokázaly, že kampaň významně přispěla k rychlé proočkovanosti. Osm z deseti Čechů tuto kampaň zaznamenalo. Počet stoupenců očkování se zvedl na sedm z deseti lidí. Významně vzrostla informovanost: 83 % české populace uvedlo, že má o očkování dostatečné informace. Lidé, kteří zaznamenali kampaň, se častěji chtějí nechat očkovat.

Kontakt pro média:

Pavla Mudrochová

mluvčí iniciativy

Tel.: 603 191 539

E-mail: mudrochova@apra.cz

O iniciativě 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 2020 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. Následně iniciativa zvítězila v zadávacím řízení Úřadu vlády na kreativní návrh a výrobu kampaně.