

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Od února 2013 a po větší část roku 2014 čelily banky v Česku tvrdé kritice protipoplatkových iniciativ, které burcovaly klienty, aby žalovali banky o vrácení poplatků za vedení úvěrových účtů. Kampaň proti bankám strhla velkou pozornost médií i veřejnosti. Se žádostí o zastupování se na iniciativy obrátilo kolem 300 tisíc lidí. Na banky bylo podáno přes 2 000 žalob. Celá kauza významně poškozovala reputaci českého bankovního sektoru. Taktická komunikace České bankovní asociace (ČBA) ve spolupráci s Native PR vedená v tradičních médiích i na internetu doručila k veřejnosti jasné argumenty, že právo je na straně bank a pomohla přesvědčit klienty ke stažení žalob.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Největší výzvou bylo prokázat, že právo je na straně bank a ve vztahu ke klientům se nedopustily ničeho nekorektního. A to v situaci, kdy sympatie veřejnosti byly od počátku na straně protipoplatkových iniciativ, které se v mediálním souboji stavěly do role statečného Davida, který porazí mocného Goliáše (v podobě bank). Potenciálním rizikem byly samotné banky, protože pokud by ve svých individuálních přístupech ke kauze nebyly jednotné, celou komunikaci by to významně poškodilo.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Byla zpracována mediální rešerše.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Základem byla úzká koordinace s bankami, dále monitoring soudních sporů a zajištění odborných posudků. Díky tomu jsme byli schopni pohotově poskytovat médiím věcně správné informace. Česká bankovní asociace se stala mluvčím bank, který komentoval kauzu za celý segment, což podpořilo jednotnost a zvýšilo sílu prezentovaných informací. Díky tomu jsme dostávali stále větší prostor v médiích. Zároveň jsme do médií přinášeli pozitivní výsledky soudních sporů. Vydávali jsme newsletter s informacemi o průběhu kauzy. Médiím jsme zprostředkovali odborníky (právníky, analytiky), kteří přinesli nezávislý pohled třetích stran. Velkou pozornost jsme věnovali vyjádřením protistrany (protipoplatkovým iniciativám) a novinářům jsme trpělivě vysvětlovali, jakých nepravdivých a manipulativních komentářů se dopouští. Opěrným bodem pro komunikaci s veřejností byl web [www.sporopoplatky.cz](http://www.sporopoplatky.cz) shrnující základní informace pro klienty a média. V době, kdy již bylo známo, že iniciativy u soudů neuspěly, poskytovali jsme klientům bank doporučení, jak postupovat při stahování žalob, aby se nedostávali do zbytečných problémů.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1. Fáze: Eliminace negativní publicity: Směrem k médiím jsme korigovali nepřesné a zkreslující informace protistrany; podpořili jsme banky díky komentářům nezávislých třetích stran (právníci, ekonomové). Vytvořili a aktualizovali jsme web s korektními informacemi o kauze. Absolvovali desítky rozhovorů s novináři, psali komentáře, autorské články, atd. 2. Fáze: Navracíme bankám jejich dobrou pověst: Podpořili jsme medializaci výsledků soudních sporů, kdy soudy uznaly, že banky postupovaly v souladu s českým právem. Zpochybnili jsme dobré úmysly protistrany. Poskytlí jsme doporučení klientům, jak postupovat při řešení jejich kauz. Paralelně jsme zintenzivnili mediální práci při posilování dobrého jména bank a jeho přínosu české ekonomice.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Celkem bylo publikováno přes 800 mediálních výstupů. Zatímco v počátcích kauzy z pohledu bank jednoznačně převažovaly negativní výstupy, postupně se poměr obracel a v poslední etapě této mediální kauzy (únor-květen 2014) se zcela otočil ve prospěch bank. Ve 135 výstupech, které se kauze věnovaly v této době, jich naprostá většina byla ve vztahu k bankám neutrální nebo pozitivní. Média uznala, že banky postupovaly v souladu s českou legislativou a ve vztahu ke klientům se nedopustily ničeho nekorektního. To je nejdůležitější výsledek celé komunikace, protože v kauze byla ohrožena reputace celého bankovního sektoru. Ve sporu o poplatky bylo vyneseno 327 rozhodnutí a z nich ve 324 dal soud za pravdu bankám. Za pravdu bankám dal i Ústavní soud a Nejvyšší soud ČR, a ve výrazné většině též finanční arbitry.