

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Dokument, který změnil pohled na finanční poradce

Klient:

Partners Financial Services, a.s.

Agentura / Přihlašovatel:

Partners Financial Services, a.s.

Spolupracující agentura / subjekt:

DONART production, s.r.o.

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

**Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění**

### Kontaktní osoba:

Jméno: Robert Chmelař

Firma/organizace: Partners Financial Services, a.s.

#### Stručné shrnutí projektu:

Jak změnit stereotyp „finanční poradce = prodejce pojistek“?

Místo klasické kampaně jsme pomohli dostat téma finanční gramotnosti do kin. Celovečerní dokument Zlatý plán otevřel veřejnou debatu o tom, jak lidé v Česku přemýšlejí o penězích, budoucnosti a finančním plánování. Film se díky síti poradců promítal napříč republikou a pro tisíce diváků se stal impulzem začít o svých financích přemýšlet jinak.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Finanční poradenství v Česku prošlo za poslední roky zásadní proměnou – od čistě prodejního modelu k profesionálnímu finančnímu plánování. Veřejné vnímání se však mění mnohem pomaleji a stereotyp „prodejce pojistek“ přetrvává.

Zároveň je finanční gramotnost ve společnosti stále nízká. Jen malá část lidí přemýšlí o financích komplexně – v kontextu příjmů, výdajů a dlouhodobých životních cílů.

Cílem projektu bylo:

- ukázat finanční poradenství jako službu pomáhající lidem plánovat budoucnost,
- motivovat lidi k aktivnímu přemýšlení o vlastních financích.

Cílovou skupinou byla široká veřejnost – zejména lidé ve věku 20–50 let, kteří řeší rodinné finance, ale často bez dlouhodobého finančního plánu.

#### Strategie a kreativa:

Namísto klasické PR kampaně jsme zvolili radikálně jiný přístup: vytvořit dokumentární film o financích.

Film Zlatý plán sleduje reálné příběhy lidí v různých životních situacích a ukazuje, jak jejich finanční rozhodnutí ovlivňují budoucnost. Autentický dokumentární formát umožnil otevřít téma financí bez marketingového tónu a přiblížit ho divákům srozumitelně a lidsky.

Klíčem strategie bylo zapojení komunity finančních poradců, kteří organizovali projekce s debatami ve svých regionech. Film tak nebyl jen mediálním obsahem, ale také platformou pro osobní diskuse o financích mezi lidmi a odborníky.

#### Nástroje a aktivity:

Projekt spojil filmovou distribuci, komunitní projekce i organickou PR komunikaci.

- slavnostní premiéra filmu (Lucerna, 23. 4. 2025)
- distribuce v kinech po celé ČR
- regionální projekce organizované finančními poradci
- projekce pro školy
- zapojení známých osobností a influencerů (např. David Luu, Jakub Pešek, Gábina Partyšová)
- digitální komunikace a trailery na sociálních sítích
- mediální rozhovory a články napříč mainstreamovými i lifestyle médii

Film se stal součástí vzdělávacích aktivit během Global Money Week.

#### Výsledky:

Zlatý plán ukázal, že i téma financí může být společenským tématem, které osloví širokou veřejnost.

- více než 7 000 diváků v kinech (čímž se řadí mezi nejnavštěvovanější dokumenty roku 2025)
- + 64 projekcí organizovaných poradci Partners ve 38 městech po celé ČR
- mediální pokrytí ve většině velkých českých médií
- stovky tisíc zhlédnutí upoutávek na sociálních sítích

Nejdůležitější jsou však změny v chování diváků:

- 83 % diváků uvedlo, že film jim pomohl lépe porozumět práci s penězi
- dvě třetiny změnily svůj pohled na finanční poradenství k lepšímu
- každý třetí divák zvažuje oslovení finančního poradce

Z dokumentárního filmu se tak stal nástroj změny veřejného vnímání finančního poradenství i impuls k větší finanční odpovědnosti.

#### Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=rhlq5AeZSw4>