
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Na Hradě. Ročenka prezidenta republiky

Klient:

prezident republiky

Agentura / Přihlašovatel:

Kancelář prezidenta republiky

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Vít Kolář, ředitel Komunikace, Kancelář prezidenta republiky

Karolína Blinková, zást. ředitele Komunikace, Kancelář

prezidenta republiky

Vít Juhaňák, obsahový analytik, Kancelář prezidenta republiky

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 Firemní publikace – jednorázové

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Karolína Blinková

Firma/organizace: Kancelář prezidenta republiky

Stručné shrnutí projektu:

Netradičně pojatý přehled třetího roku prezidenta z pohledu jeho ústavních, politických a společenských aktivit i zákulisí fungování Hradu. Ročenka není reportážní ani se nepouští do esejistických hodnocení. Objektivně kvantifikuje. A také trochu baví. Je čtenářsky přístupná. A na nic si nehraje. Stejně jako prezident.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kancelář prezidenta republiky (KPR) nemá zákonnou povinnost vydávat výroční zprávu. Přesto každoročně přináší možnost nahlédnout „za oponu“ prostřednictvím vlastního PR nástroje, který nazývá Ročenka.

KPR o aktivitách prezidenta pravidelně informuje na sociálních sítích i formou TZ. Statistické a faktické údaje o činnosti prezidenta a fungování Hradu ale ve veřejných zdrojích nikdy dostupné nebyly.

Cílem pětiletého projektu je přinést netradiční, vizuálně zajímavý přehled aktivit spojených s prezidentským úřadem a posílit porozumění o roli prezidenta. Po skončení mandátu vytvoří ročenky ucelený soubor, který zachytí vývoj prezidentských aktivit a nabídne jejich nový, souhrnný kontext.

Primární skupinu tvoří média, veřejnost a politická reprezentace, sekundární zejména noví zaměstnanci KPR. Tištěnou brožuru obdrží představitelé Parlamentu ČR, hejtmani, rektori VŠ či zástupci samospráv.

Strategie a kreativa:**Spodně kvašená.**

Taková je klíčová barva aktuální ročenky demonstrující společenské změny uplynulého roku. Vychází z unikátního konceptu prezidentských známek.

Teplý odstín žluté barvy koresponduje s dřevitými tóny úvodní fotografie a může naznačit i symbolický přímek „v polovině“ mandátu. Spodně kvašenou nití je dokonce prošitý hřbet ročenky.

Obě použitá písma jsou upravená pro potřeby reprezentativní tiskoviny KPR. Mají nadčasovou neutrální kresbu, působí důvěryhodně a zároveň seriózně, což odpovídá komunikaci KPR. Grafické zpracování zajistili Superlative Works. Fotografie fotografové KPR. Autorem ideje a obsahu je KPR.

Nástroje a aktivity:

Kromě tištěné varianty je i PDF. volně dostupné na webu Hrad.cz. O vydání ročenky PR tým informoval prostřednictvím TZ a zasláním výtisku do redakcí, veřejnost se o ní dozvěděla z médií, ze soc. sítí i z videa shrnujícího uplynulý rok mandátu.

Výsledky:

Ročenka je mimořádně efektivním komunikačním nástrojem, který zásadně přispěl k systematickému budování značky prezidentského úřadu. Její význam však přesahuje jednorázovou komunikaci.

Podpůrná kampaň na soc. sítích a mediální výstupy zajistily výrazný dosah i vysoké zapojení publika. Klíčovým přínosem je však posílení porozumění roli prezidenta a jeho vnímání – nejen jako instituce, ale i jako osobnosti.

Post vygeneroval přes 3,6 mil. zobrazení, což odpovídá zásahu nadpoloviční části uživatelů sociálních sítí v ČR, a více než 290 tis. interakcí, a to zcela organicky.

Zásah v médiích činil přes 3,5 milionu OTS. Média využila pestrost formátů, kterou ročenka nabízela – interaktivní kvíz na Seznam Zprávy, velká fotogalerie Blesku, statistický přehled v Aha!, článek na Refresher.cz či rozhovor v iDnes.cz aj.

Weblinky:

<https://www.hrad.cz/cs/pro-media/tiskove-zpravy/aktualni-tiskove-zpravy/rocenka-iii-2026-19087>