

Online propagace projektu „Bydlení pro život“

Zveřejnění dle § 5 odst. 3 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen „InfZ“)

Žádost o poskytnutí informace podle InfZ.

Žadatel požádal o poskytnutí následujících informací týkajících se propagační akce projektu pod názvem „Bydlení pro život“ (příp. „Dostupnější bydlení pro všechny“) na sociálních sítích:

- 1) V jakém období (od-do) probíhala, a pokud ještě probíhá, pak na jaké období je naplánovaná propagační akce projektu na online sociálních sítích (Facebook, Instagram apod.)?
- 2) Jakou částku v Kč povinný subjekt ke dni vyčíslení této částky již vynaložil na online propagaci projektu na všech online sociálních sítích?
- 3) Jaká částka v Kč je povinným subjektem vyčleněna pro propagaci projektu na všech online sociálních sítích?
- 4) Proč (resp. S jakým cílem) povinný subjekt propaguje projekt a jaké jsou očekávané výsledky jeho propagace?

Odpověď:

K jednotlivým dotazům žadatele Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen „MMR“) uvedlo toto:

Ad 1):

Komunikační kampaň „Bydlení pro život“ na online sociálních sítích Facebook a Instagram (příp. jiných), probíhá od 5. června 2024, a je plánována do 8. září 2024.

Ad 2):

MMR dosud vynaložilo na komunikaci Bydlení pro život na všech online sociálních sítích 0,- Kč.

Dodavatel mediálního prostoru bude MMR účtovat celou kampaň až na konci kampaně.

Ad 3):

Na komunikaci „Bydlení pro život“ na všech online sociálních sítích MMR v období od 5. června 2024 do 8. září 2024 vyčlenilo 1.494.108,- Kč.

Ad 4):

Cílem kampaně online na sociálních sítích Bydlení pro život je informovat širokou veřejnost o aktivitách a přínosech reformy politiky bydlení v ČR. Mediální kampaň online na sociálních sítích, má hlavně představit jednotlivé kroky, které MMR v této oblasti činí (především v rovině legislativy a investic) a předpokládané pozitivní dopady na veřejnost.

Kampaň má za úkol zvýšit povědomí o činnosti MMR v této oblasti a informovat o přínosech, co reforma přinese občanům ČR, obcím a krajům.

Očekávané výsledky propagace online na sociálních sítích je:

- a) minimálně 15 000 000 impresí Facebook Ads – bannery,
- b) minimálně 15 000 000 impresí Instagram Ads – bannery, a
- c) minimálně 6 000 000 impresí Facebook a Instagram – sponzorované příspěvky s proklikem, na cílovou skupinu 18+, občané ČR žijící na území ČR.