

KDU-ČSL představuje svůj nový komunikační koncept LIDOVCI PRO LIDI

26.6.2024 - | KDU-ČSL

Kampaň startuje ve fázích, které na sebe budou postupně navazovat a postupně gradovat. A to jak formou, tak i použitými komunikačními kanály. Úvod kampaně je spojen nejen s prezentací úspěšně zvládnutých projektů na ministerstvech, která vedou lidovečtí ministři, ale také videem, které svým příběhem v 60 vteřinách manifestuje lidovecké DNA.

„Na celostátní, krajské i městské a obecní úrovni se nám, lidovcům i ve spolupráci s našimi partnery, podařilo v posledních letech dotáhnout řadu projektů do reálného života nebo do finále. Pracovat pro lidi je náš dlouhodobý klíčový závazek, který ctíme a na kterém jsme v poslední době intenzivně pracovali - např. v podobě přípravy důchodové reformy, projektu dostupného bydlení nebo podpory rodičů s dětmi. Denně se na všech úrovních setkáváme s lidmi a ptáme se, co potřebují řešit, co je trápí nebo z čeho mají radost. Budeme v tom i nadále pokračovat, i tom je náš nový komunikační koncept,“ komentuje důvody kampaně LIDOVCI PRO LIDI Marian Jurečka, předseda KDU-ČSL.

Cílem celé kampaně je připomenout obyvatelům ČR to, co se úspěšně podařilo dokončit na ministerstvech práce a sociálních věcí, zemědělství a životního prostředí. Úvod kampaně je tak spojen s prezentací navýšeného rodičovského příspěvku, obnovy lesů a zadržování vody v krajině. *„Koncept Lidovci pro lidi lépe vystihuje to, čím jsme a co se snažíme v politice prosazovat. Oficiální název strany KDU-ČSL nepřejmenováváme, nerušíme, neměníme, jen vedle současného názvu chceme začít používat i ten, pod kterým nás dnes každý identifikuje. Tedy název LIDOVCI,“* doplňuje Pavel Hořava, generální sekretář KDU-ČSL.

Na slova předsedy Jurečky navazuje i 1. místopředseda strany Jan Bartošek: *„Lidová strana se na rozdíl od jiných může spolehnout na zázemí stoleté historie, z níž ideově čerpá. Hodnoty jsou základním kamenem lidovecké politiky. Vždy jsme stáli na straně svobody, demokracie a sociální odpovědnosti. Naše politika má hluboké kořeny v křesťansko-židovské tradici, ale zároveň nabízí řešení pro překotnou dobu 21. století. Lidovci již přes sto let pomáhají potřebným a stojí na straně pracujících rodičů s dětmi. Jak vyplývá z našeho názvu, jsme stále „ti lidoví“, kteří mají srdce na správném místě a jsou v úzkém kontaktu s lidmi.“*

Součástí nové komunikační strategie je i využití mezi lidmi běžného pojmenování KDU-ČSL jako lidovců, proto se v této komunikační strategii počítá s využitím oslovení lidovci. *„KDU-ČSL je moderní strana, která chce být jasně i rychle identifikovatelná, proto se vedení strany rozhodlo, i na základě vnitrostranických debat, oficiálně přihlásit k více než stoleté přezdívce KDU-ČSL, tedy k oslovení Lidovci. Této značce jsme dali moderní grafický kabát, aby se s ní dalo dobře pracovat v různých médiích a na různých formátech, kde bude potřeba,“* doplňuje důvody využívání pojmenování Lidovci místopředsedkyně KDU-ČSL paní Šárka Jelínková.

Dalším důvodem, proč se KDU-ČSL rozhodla oficiálně využívat i značku LIDOVCI ještě dodává Marian Jurečka, který říká: *„Pod názvem Lidovci nás identifikují nejen naši tradiční voliči, kterých si velmi vážíme a jsme jim vděční za dlouhodobou podporu, ale dlouhodobě nás volí i rodiče s dětmi, podnikatelé, zemědělci a další. Ti nás dlouhodobě vnímají jako Lidovce.“*

S komunikačním konceptem LIDOVCI PRO LIDI se setkáte na sociálních sítích, v online prostředí

nebo i na billboardových plochách. Součástí konceptu budou také eventy a další komunikační sdělení.

<https://www.kdu.cz/aktualne/zpravy/kdu-csl-predstavuje-svuj-novy-komunikacni-koncept->