



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## 15. dodjela nagrada Grand Prix 2022.

Grand PRix za političku komunikaciju

Naziv projekta: **Pravi odgovor za Varaždin – Neven Bosilj**

agencija MEDIA VAL za klijenta SDP Varaždin

Razdoblje realizacije projekta: od veljače do lipnja 2021. godine.

### OPIS PROJEKTA

**Analiza situacije:** Kao svog kandidata za gradonačelnika Varaždina, SDP odabire Nevena Bosilja - FER-ovca, člana Mensa-e, s iskustvom u privatnom sektoru, koji je ujedno veliki zaljubljenik u kvizove znanja, ali i politički malo poznat građanima. Bilo je ključno u relativno kratkom razdoblju izgraditi Bosilja kao najvećeg izazivača i osigurati pobjedu, zbog čega je donesena taktička odluka da se krene s teaser kampanjom, kako bi dobili maksimalnu političku pozornost građana. Ušavši u drugi krug izbora, s desetak postotnih poena zaostatka za Čehokom, Bosilj je pozitivnom uključivom kampanjom privukao ostale protestne glasove drugih kandidata, nadoknadio razliku i u konačnici pobijedio.

**Ciljevi:** Ciljevi kampanje Nevena Bosilja bili su prolazak u drugi krug te pobjeda u drugom krugu lokalnih izbora.

**Provedba:** Projekt je bio podijeljen na teaser i reveal fazu, a osnovna taktika bila je s teaser kampanjom krenuti prvi u gradu, dok još nije bilo nikakvih predizbornih plakata, kako bi se privukla maksimalna pozornost građana, medija, ali i samog gradonačelnika. Provokativna i zanimljiva, uspjela je u svom naumu te se Neven Bosilj uskoro profilirao u glavnog izazivača izbora. U reveal fazi, komunikacijski alati bili su kombinacija društvenih mreža, OOH i klasičnih medija. Glavni komunikacijski kanal bio je Facebook – stranica Nevena Bosilja, na kojoj se svakodnevno komuniciralo i gdje je javnost imala prilike komunicirati sa samim kandidatom. Od ostalih online komunikacijskih alata korištena je web stranica [www.praviodgovorzavarazdin.hr](http://www.praviodgovorzavarazdin.hr). S biračima se komuniciralo izravno prilikom obilaska terena i skupljanja potpisa. U drugom krugu snažno je korišten izborni program u formi pitanja i odgovora, a u skladu s formom kviza s početka kampanje te pisma građanima.

**Učinak i vrijednost uspješne komunikacije:** Oba cilja kampanje su ostvorena. U 1. krugu Neven Bosilj osvojio je 19,34 posto glasova (3365 glasova birača), a tadašnji gradonačelnik Čehok 29,42 posto (5119 glasova birača), odnosno skoro 10 postotnih poena više nego Bosilj. Dubravka Novak, Bosiljeva direktna protukandidatkinja osvojila je 16,92 posto (2945 glasova). U drugom krugu dogodio se obrat. Neven Bosilj je uspješno okupio ostale protestne glasove i sa 8249 glasova postao novi gradonačelnik Varaždina, pobijedivši poznatog gradonačelnika Čehoka koji je osvojio 169 glasova manje.

**Kreativnost i inovativnost:** Strateški je odlučeno da će Bosilj prvi krenuti s provokativnom teaser negativnom kampanjom protiv aktualnog gradonačelnika, kako bi se zadobila maksimalna pozornost građana, medija ali i samog gradonačelnika kojeg je jednostavno provocirati. Time se nadoknadila njegova slaba prepoznatljivost među građanima, a Bosilj se profilirao kao glavni izazivač, što je preduvjet za ulazak u drugi krug. Po svojim kreativnim rješenjima, kampanja je bila drugačija, provokativna i jedinstvena. Kviz format je bila okosnica koncepta, iz čega su izvedena vizualna rješenja za teaser fazu, reveal fazu te općenito cijelu platformu „Pravi odgovor za Varaždin“. Kviz format, inače Bosiljev hobi, prepoznali smo kao zanimljiv stil kampanje, a plasiranje sadržaja kroz kviz kao lako razumljivo javnosti. Kviz se u kampanji pokazao kao autentičan, zabavan i jednostavan način na koji su se komunicirale sve afere koje se povezuju s Čehokom i kao odgovor na to ponudio se pravi gradonačelnik. Format kviza (pitanja i odgovora) kasnije se preslikao i na izborni program.