



TISKOVÁ ZPRÁVA

Šestice oborových asociací se spojila a založila Radu pro strategickou komunikaci. Chce pomáhat vládě lépe mluvit k občanům

Praha (24. října 2022) – **Šest asociací sdružující komunikační a výzkumné agentury reaguje na dlouholeté komunikační slabiny státu založením Rady pro strategickou komunikaci. Jejím cílem je postupné navyšování rozpočtu státu určeného pro tuto oblast a vybudování stabilní a odborné komunikační infrastruktury. Toho chce docílit především edukací profesionálů ve státní správě, kteří se zaměřují na komunikaci a marketing.**

Asociace komunikačních agentur (**AKA**), Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (**AČRA MK**), Asociace Public Relations (**APRA**), Asociace direct marketingu, e-commerce a zásilkového obchodu (**ADMEZ**), Česká eventová asociace (**ČEA**) a Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění (**SIMAR**) založily neformální sdružení s názvem **Rada pro strategickou komunikaci**. Chtějí tak změnit přístup a způsob, jakým stát komunikuje se svými občany.

„Kvalitní komunikaci státu chápe Rada pro strategickou komunikaci jako službu zakotvenou v demokratickém dialogu státních a veřejných institucí s občany, nikoliv jako prostředek politického soupeření,“ uvádí ředitel AKA Marek Hlavica.

„Procházíme už druhou krizí, ve které ze všech stran zaznívá kritika nedostatečné komunikace. Je to chronický problém, který krize jen obnažily na kost,“ popisuje důvody založení rady Michal Vlasák z APRA. Právě efektivní komunikace je podle sdružení asociací důležitá v krizových situacích jako jsou pandemie, válečný konflikt, hospodářská recese nebo boj s fake news.

Kvalitní komunikace je klíčová

Rada pro strategickou komunikaci vytýká státu dlouhodobě nízké investice do komunikace. Zatímco ve vyspělých zemích se pohybují zhruba kolem 15 % objemu celkového trhu, v České republice se tato úroveň dlouhodobě drží pod dvěma procenty. Toto podfinancování se tak podepisuje především na kvalitě.

Nové sdružení stát dále kritizuje za často neprofesionální a formálně vedenou komunikaci s minimem zájmu o skutečný dopad kampaní.

Chybí proškolení experti

„Dlouhodobě víme o tom, že státním marketérům chybí platforma pro výměnu názorů a zkušeností. Stejně tak chybí zkušenosti s marketingem státní správy i komunikačním agenturám. Proto proběhla 21.10. ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj, již druhá konference, jejímž cílem je zejména edukace v oblasti praktické implementace komunikačních nástrojů. Od dat, přes realizaci, až po nákup mediálního prostoru. Tyto konference jsou jedním z nástrojů, které jsou k dispozici pro zvýšení kvality komunikace státu.“ připomíná Lucie Češpivová z AKA

Cílem je poskytnout podporu výkonným úředníkům ve státním marketingu tak, aby byli schopni vyhodnotit potřebu, stanovit a kontrolovat cíle, smysluplně zadávat a vést komunikační zakázky. Rada pro strategickou komunikaci informovala o svých záměrech poskytovat školení a konzultace již na zasedání Rady vlády pro státní správu a zájem projevila již řada

ministerstev. Již nyní se téměř stovka profesionálů schází na půdě Ministerstva pro místní rozvoj ČR i s dodavateli služeb, aby si vyměnili své zkušenosti.

„Nechceme být agenturou státu, která radí, jak řešit konkrétní problém. Chceme pomoci budovat stabilní a odbornou infrastrukturu. Aby na správných místech bylo dostatek erudovaných lidí, kteří pak na konkrétní potřeby dokážou kvalifikovaně reagovat,“ shrnuje za radu Hana Huntová ze SIMAR.

Cíle sdružení agentur jsou obsaženy v Memorandu, které je přílohou této tiskové zprávy, a naleznete ho níže.

Kontakt pro média

David Vondra
david.vondra@insighters.cz
+420 776 700 131

Lucie Češpivová
lucie.cespivova@dorland.cz
+420 222 782 747

MEMORANDUM

o vzájemné spolupráci asociací v rámci “Rady pro strategickou komunikaci”

Strany memoranda:

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace, o.s., sídlo: Šmilovského 1264/5, 120 00 Praha 2, IČO: 604 47 044, zastoupena

prezidentem Mgr. Pavlem Brabcem

Asociace direct marketingu, e-commerce a zásilkového obchodu, z.s., sídlo:

Jankovcova 1037/49, 170 00 Praha 7, IČO: 638 31 201, zastoupena

předsedou představenstva Mgr. Michalem Horákem

Asociace komunikačních agentur České republiky, spolek, sídlo:

Na Pankráci 420/54, 140 00 Praha 4, IČO: 452 47 846, zastoupena

ředitelem PhDr. Markem Hlavickou

Asociace Public Relations, z. s., sídlo:

Na poříčí 1041/12, 110 00 Praha 1, IČO: 638 30 477, zastoupena

předsedou výkonné rady Patrikem Schoberem

Česká eventová asociace z.s., sídlo:

Salvátorská 931/8, 110 00 Praha 1, IČO: 063 99 304, zastoupena

předsedou asociace Vítem Rozehnalem

Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, sídlo:

Na žertvách 132/24, Libeň, 180 00 Praha 8, IČO: 613 88 203, zastoupena

výkonnou ředitelkou Ing. Hanou Huntovou

I. Preamble

1. Strany memoranda jsou profesními organizacemi z oborů marketingových komunikací a výzkumu trhu.
2. Strany memoranda jsou si vědomy významu a síly komunikace pro zlepšování života lidí a zefektivnění veřejných služeb a státní správy, ale také v krizových situacích, jako jsou pandemie, válečný konflikt, hospodářská recese nebo boj s fake news.
3. Strany memoranda vnímají komunikaci státu v minulých letech jako nedostatečnou.
4. Strany memoranda si uvědomují, že komunikační branže, kterou zastupují, je schopna nabídnout státním orgánům spolupráci při strategickém řízení a zlepšování profesionality komunikace státu vůči veřejnosti. Disponují potřebným know-how, aby mohly státu nabídnout pomoc.
5. Strany memoranda se dohodly na názvu "Rada pro strategickou komunikaci".

II. Obsah memoranda – klíčové principy

1. Posílit funkci komunikace s veřejností stanovením vhodných pravidel a vypracováním strategií, které povedou k tomu, aby komunikace sloužila cílům a zásadám otevřené vlády, tj. transparentnosti, integrity, odpovědnosti a účasti zainteresovaných stran, a aby byla v co největší míře oddělena od politické komunikace.
2. Institucionalizovat a profesionalizovat útvary komunikace tak, aby měly dostatečnou kapacitu, včetně zakotvení potřebných dovedností a specializací a zajištění odpovídajících lidských a finančních zdrojů.
3. Přejít k informovanější komunikaci, postavené na měřitelných cílech a založené na důkazech, prostřednictvím získávání poznatků o chování, vnímání a preferencích různých skupin veřejnosti a vyhodnocování svých aktivit na základě ukazatelů dopadu.
4. Využívat potenciál digitálních technologií, ale zodpovědně: Digitální nástroje, data a umělá inteligence mohou usnadnit větší zapojení a inkluzi, pokud jsou využívány eticky a s ohledem na soukromí.
5. Boj proti zavádějícím informacím a dezinformacím. Státní správa musí být vybavena pro předcházení a vyvrácení zavádějících informací a dezinformací prostřednictvím jasných postupů a pokynů.

III. Příklady konkrétní pomoci Rady pro strategickou komunikaci

Rada pro strategickou komunikaci spatřuje své hlavní poslání v následujících činnostech:

1. Využití dlouhodobě budované znalosti postupů, struktur, kompetencí a dalších nároků a podmínek komunikace v diskuzích se státní správou.
2. Vytvoření odborného týmu, sestaveného ze zástupců sdružených asociací, ale i dalších odborníků z oblasti komunikace, kteří by v pravidelném intervalu poskytovali svůj pohled na komunikační kroky vlády a nabízeli svou kompetentní oponenturu a doporučení.
3. Navrhování klíčových strategických témat pro komunikaci státu.
4. Pomoc při zajištění odborné úrovně pracovníků v komunikaci. Podpora vzniku certifikovaného vzdělávání těchto profesionálů. Vytvoření kompetenční mapy specialistů ve veřejné správě.
5. Podpora vzniku a činnosti platformy pro sdílení informací a zkušeností. Poradenství při nastavování personálních kapacit oddělení a útvarů komunikace a jejich odborného složení.
6. Metodiky a návody pro výběr dodavatelů v rámci současné legislativy. Metodiky pro doporučené vedení zakázek.
7. Pomoc při nastavení datových zdrojů, na základě kterých se stanovují komunikační témata a tvoří strategie komunikačních kampaní. Součin komunikačních aktivit.
8. Pomoc při nastavení systému krizové komunikace státu v rámci systému pro zvládání krizí.
9. Doporučení pro úpravu legislativy.