**Stanovisko Rady pro výzkum, vývoj a inovace k Návrhu aktualizace „Koncepce jednotné prezentace České republiky“**

1. **Způsob předložení návrhu**

Návrh aktualizace „Koncepce jednotné prezentace České republiky“ (dále jen „Koncepce“) byl předložen Radě pro výzkum, vývoj a  inovace (dále jen „Rada“) dopisem ministra zahraničních věcí Tomáše Petříčka ze dne 24. dubna 2019 č. j. 115231/2019-OZZ.

Návrh byl Radě předložen k projednání v návaznosti na II odstavec 2 Usnesení vlády č. 104 ze dne 4. února 2019.

1. **K návrhu Koncepce**

Radě je předkládán ke stanovisku návrh aktualizace Koncepce, jejíž stávající verzi schválila vláda na návrh Ministerstva zahraničních věcí usnesením č. 74 dne 19. ledna 2005.

Základní parametry stávající Koncepce jsou nadále relevantní, zároveň je nezbytné Koncepci významným způsobem aktualizovat, a to především s ohledem na nové akcenty budování pozitivního obrazu České republiky v zahraničí. Zejména s ohledem na důsledky plynoucí z implementace vládou schválené **Inovační strategie České republiky 2019-2030.**

S ohledem na kompetence Ministerstva zahraničních věcí stanovené zejména §6 aktuálního znění zákona č. 2/1969 Sb. (kompetenční zákon) a zákonem č. 150/2017 Sb. o zahraniční službě v platném znění bude návrh Koncepce projednán na Meziresortní komisi pro prezentaci České republiky. Následně bude návrh Koncepce předložen vládě s cílem co nejdříve **zahájit relevantní prezentační aktivity k podpoře pozitivního obrazu naší země v zahraničí pod novou značkou „The Czech Republic: The Country for the Future“.**

1. **Navrhované změny a jejich soulad s Inovační strategií České republiky 2019–2030**

Návrh aktualizace Koncepce je předložen Ministerstvem zahraničních věcí (dále jen „MZV“) ke stanovisku Rady v souladu s Usnesením vlády č. 104 ze dne   
4. února 2019, které ukládá ministrům při přípravě všech koncepčních a strategických materiálů svého rezortu respektovat Inovační strategii České republiky 2019*–*2030 a projednat jejich soulad s Radou.

Budování obrazu země je dlouhodobý proces. Je třeba vytvořit fungující systém pro jeho strategické řízení v dlouhodobé perspektivě. Přičemž stále chybí důsledně koordinovaná jednotná prezentace České republiky v zahraničí. Realizují se pouze prezentace za jednotlivé segmenty (export, turistika, kultura), bez společného zastřešení, bez jednotícího prvku. Vytváření dobrého jména České republiky jako vysoce inovativní země je nahodilý proces. ČR je v zahraničí propagována primárně tradičním způsoben (země piva, hokeje, broušeného skla a památek), i přes řadu výjimečných úspěchů v oblastech nejnovějších trendů ve vědě, výzkumu a komerčních aplikacích není ČR vnímána jako země inovativních příležitostí s výjimečným lidským potenciálem v řadě technologických oborů.

V návrhu aktualizace Koncepce je za cíl jednotné prezentace ČR stanoveno budování obrazu naší země pod značkou „Česká republika: země pro budoucnost“. Tato vize prezentace České republiky vychází se strategií a priorit všech resortů a je shrnutím všech podstatných společných prvků.

1. *K návrhu aktualizace Koncepce – východiska a cíle jednotné prezentace*

Výchozími dokumenty zpracování návrhu aktualizace Koncepce jsou materiály:

- „Východiska Koncepce jednotné prezentace ČR v zahraničí“, přijatý usnesením vlády č. 239 ze dne 17. 3. 2004,

- „Koncepce jednotné prezentace České republiky“, přijatá usnesením vlády č. 74 dne 19. 1. 2005,

- „Exportní strategie ČR 2012*–*2020“, přijatá vládou dne 14. 3. 2012,

- Koncepce zahraniční politiky ČR, přijata vládou dne 13. 7. 2015,

- Státní kulturní politiky na léta 2015*–*2020 s výhledem do roku 2025, přijaty vládou dne 15. 4. 2015,

- Inovační strategie České republiky 2019*–*2030, přijata vládou dne 4. 2. 2019.

Společně s nezbytným institucionálním zajištěním prezentace na úrovni státní správy a samosprávy, jež řídí činnost zahraničních zastupitelství, materiál zdůrazňuje také role nestátních subjektů při prezentaci České republiky (Asociace krajů, Akademie věd ČR, Svaz průmyslu a dopravy, Hospodářská a Agrární komora, Asociace malých a středních podniků a živnostníků).

Cílem návrhu aktualizace Koncepce je prezentovat Českou republiku jako sebevědomý stát, navazující při svém rozvoji na více než tisíciletou historii své státnosti. Jako zemi zaměřenou na neustálé zkvalitňování podmínek života svých obyvatel ve všech relevantních oblastech. Budovat značku České republiky jako sebevědomého inovačního lídra − komunikovat ČR jako zemi s vědeckým potenciálem, vyspělým průmyslem a výzkumem v četných oborech, se vzdělanými a vynalézavými lidmi s velkou invencí.

Další cíle: Prezentace českého umění, kulturního dědictví České republiky jako významné součásti evropského a světového kulturního dědictví, mj. z hlediska aktivní podpory jeho dalšího rozvoje a obohacování současnou tvorbou. Všestranná propagace České republiky jako ideální destinace pro turistiku s pozitivními efekty na trhu práce vč. generování dalších finančních zdrojů na uchování, ochranu a rozvoj historického a kulturního dědictví naší země a jejího přírodního bohatství. Posílení synergického efektu státní správy v oblasti prezentace doma i v zahraničí se zapojením soukromé sféry a krajských samospráv. Důsledná koordinace aktivit státní správy v oblasti prezentace České republiky s pozitivním dopadem na efektivitu výdajů státního rozpočtu na prezentační a marketingové aktivity státu.

1. *Pilíře, nástroje jednotné prezentace*

Návrh aktualizace Koncepce definuje Českou republiku jako a) vyspělou demokratickou zemi; b) moderní rozvinutou zemi zaměřenou na vzdělání, vědu a výzkum, zemi s kvalitním vzdělávacím systémem a kvalifikovanou pracovní silou s velkým znalostním a inovativním potenciálem, jako stát, který aktivně podporuje projekty mezinárodní spolupráce v oblasti vědy, výzkumu a vývoje v rámci dvoustranných i mnohostranných vztahů; c) důvěryhodného partnera - Česká republika je součástí všech důležitých mezinárodních organizací a uskupení (EU, RE, OSN, NATO, OECD, WTO atd.), kde je aktivním a uznávaným partnerem; d) partnera hodného pozornosti díky tradicím, kultuře, pevnému hodnotovému ukotvení i současným aktivitám v nejrůznějších oblastech (atraktivní a vyhledávaná destinace pro zahraniční partnery v oblasti obchodní, vědecké, kulturní nebo turistické); e) zemi s bohatou kulturou a přírodním bohatstvím.

Českou republiku prezentují a zastupují v zahraničí zastupitelské úřady ČR. Dále pak v zahraničí působí Česká centra, zahraniční zastoupení CzechTrade a CzechInvest a zahraniční pobočky CzechTourism. Aktivity těchto institucí hrají naprosto zásadní roli při budování obrazu české republiky v zahraničí. Nejvyšším stálým představitelem České republiky v přijímajícím státě je mimořádný a zplnomocněný velvyslanec.

K nejčastějším formám prezentace, mimo činnost zahraničních zastoupení ČR, patří výstavy a veletrhy. V případě účasti více státních subjektů na mezinárodních výstavách a veletrzích je žádoucí soustředění všech prezentací do jedné společné expozice pod značkou **„The Czech Republic: The Country For The Future“.**

Pod tuto značku je žádoucí prezentovat i expozice realizované samostatně se účastnícími státními subjekty na úzce specializovaných mezinárodních výstavách a veletrzích v nejrůznějších oblastech činnosti.

1. *Úkoly pro zajištění jednotné prezentace*

Pro dosažení optimálního výsledku při budování pozitivního obrazu naší země je nezbytná koordinace aktivit státních institucí. Vytvoření odpovídajících koordinačních mechanismů, již předpokládá přijatá **Inovační strategie ČR 2019–2030**. Na nadresortní úrovni je žádoucí „vybudování marketingového týmu, který bude systematicky zavádět nové prvky komunikace napříč resorty“ a současně bude odpovědný za vytvoření nástrojů komunikačního mixu pro koncepci jednotné prezentace České republiky. (Inovační strategie, kapitola Chytrý marketing).

Oblast zahraniční prezentace podle kompetenčního zákona a zákona o zahraniční službě spadá do agendy Ministerstva zahraničních věcí. Užitečným nástrojem koordinace činnosti jednotlivých subjektů podílejících se na prezentaci České republiky je **mezirezortní Komise pro prezentaci ČR**, jakožto poradní orgán ministra zahraničních věcí.

V rámci Inovační strategie ČR 2019*–*2030 schválila vláda značku **„The Czech Republic: The Country For The Future“, která se přijetím této Koncepce jednotné prezentace ČR stává značkou České republiky**, pod kterou bude budován obraz naší země v zahraničí. Tento krok je zásadní pro budoucí prezentační aktivity státu.

K dosažení uvedeného cíle systematicky budovat značku The Czech Republic: The Country for the Future“ je nutno vytvořit grafický manuál pro tuto strategii a zavést jeho prvky do klíčových národních i mezinárodních dokumentů a aktivit (konference, výstavy, EXPO, předsednictví EU ad.), vč. zakomponování do online komunikačních nástrojů. Důležitou součástí budování značky ČR je vytvoření nástrojů komunikačního mixu (reklama, PR, podpora, přímý marketing) pro Koncepci jednotné prezentace České republiky, a to zejm. na bázi nových komunikačních technologií s využitím sociálních sítí apod. (Inovační strategie, kapitola Chytrý marketing)

Na nadrezortní úrovni je třeba vytvořit jednotný vizuální styl - grafický manuál pro praktické užití, závazný pro všechny složky státní správy.

1. **Zhodnocení návrhu aktualizace Koncepce Radou**

Navrhovaná aktualizace Koncepce v širším kontextu respektuje směr nové prezentace České republiky tak, jak jej nastavila Inovační strategie ČR 2019–2030 v pilíři Chytrý marketing. Návrh rovněž zahrnuje doplnění již existující Komise pro prezentaci ČR, která je poradním orgánem ministra zahraničních věcí, o nový mechanismus nadresortního typu pracovně označený jako „národní marketingový tým“. V případě Komise pro prezentaci ČR jsou v Koncepci detailně vymezeny kompetence tohoto mechanismu, zatímco národní marketingový tým takto vymezen není.

Z návrhu aktualizace Koncepce tedy není dostatečně jasné, jakým způsobem budou tyto dva mechanismy na sebe navazovat a zda se nebudou ve svých kompetencích překrývat. Zároveň podstata národního marketingového týmu tak, jak je s ní pracováno v Inovační strategii ČR 2019–2030, předpokládá, že některé činnosti a kompetence, jež jsou v Návrhu aktualizace Koncepce přiřknuty Komisi pro prezentaci ČR, by měly naopak spadat pod národní marketingový tým.

1. **Zásadní připomínky Rady**

Rada požaduje, aby MZV doplnilo Návrh aktualizace Koncepce o výčet činností a kompetencí národního marketingového týmu včetně definice vztahu a návazností na již existující Komisi pro prezentaci ČR. Rada doporučuje, aby MZV tuto problematiku projednalo s garantem pilíře Chytrý marketing.

1. **Závěr**

* Rada schvaluje Stanovisko k Návrhu aktualizace „Koncepce jednotné prezentace České republiky“ a žádá poskytovatele o zapracování zásadní připomínky v části V. stanoviska před jeho projednáním mezirezortní Komisí pro prezentaci ČR.
* doporučuje ministrovi zahraničních věcí dokument se zapracovanou připomínkou následně předložit vládě.

Praha, 31. května 2019