

Narazila jsem na novinové články, kdy se úspěšní čeští podnikatelé svěřili s tím, že své výrobky neprezentují jako české. Česko, na rozdíl třeba od Švýcarska, či skandinávských zemí, podle nich není značka, která by jim pomohla prodávat jejich zboží. A to i přesto, že český stát do své prezentace vkládá řadu prostředků. Nejenže do zahraničí vysíláme naše diplomaty, máme zahraniční rozhlasovou stanici, ale také investujeme do vizuální prezentace.

Informace z novin potvrdil i tým studentů Karlovy univerzity, který nás upozornil na nekonceptní přístup v prezentaci České republiky v zahraničí a na to, že prakticky s každým novým ministrem vznikají na řadě ministerstev nová loga, která se používají v tištěných materiálech, na vizitkách, nebo v prezentacích. Každé ministerstvo má své vlastní logo a vlastní strategii prezentace naší země. To bohužel způsobuje, že lidé v zahraničí ztraceni v řadě jednotlivých dojmů neví, co přesně si pod Českou republikou mají představit. Neví, čím je naše země výjimečná a proč by například s našimi firmami měli obchodovat. Sjednocení vizuální prezentace může také přinést úspory ve státním rozpočtu a pocit větší profesionality naší veřejné správy.

O nápravě a o dalším postupu vlády jsme jednali už několikrát na půdě poslanecké sněmovny. Minulý týden proběhlo pracovní jednání na vyšší politické úrovni, které řídila vicepremiérka a naše předsedkyně Karolína Peake. Přislíbila nám, že sjednocení log českých úřadů a navržení dalšího postupu při vytváření strategie prezentace České republiky probere s dalšími ministry a pokusí se téma začlenit do jejího plánu úspor ve veřejné správě.

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)