

[Autorka: Markéta Hrabánková, Marketing.cz](#)

Již více než před rokem byl na půdě Fakulty sociálních věd UK představen projekt, v němž skupina studentů FSV UK pod vedením Ing. Ladislava Kopeckého a PhDr. Zuzany Leškové vytvořila návrh nové zaštiťující komunikační strategie pro Českou republiku. V květnu téhož roku projekt dostal své slovo i na půdě Poslanecké sněmovny ČR. Marketing.cz mu věnoval článek, který vzbudil diskuzi i emoce a nyní toto téma znovu otevíráme.

Značka ČR na politické půdě

„Práce na řadě témat v politice může trvat dlouho. Obzvláště, když se na úřadech a vysokých postech tak často mění lidé. Když se vymění ministři a vedoucí pracovníci na ministerstvech, znamená to, že se musí opakovat mravenčí práce se seznamováním s tímto tématem, nesmíme to ale vzdát.“ říká Ing. Lenka Andryšová, poslankyně, místopředsedkyně Zahraničního výboru a členka Výboru pro veřejnou správu a regionální rozvoj, která je příznivkyní projektu Značka ČR. Těmito slovy nastiňuje současnou situaci a prostředí v jakém se projekt pohybuje. Jak se na něj a na jeho budoucnost dívá po roce: „Šanci projekt Značka ČR má. Potřebujeme ale vůli premiéra a i celé vlády. Jedině oni totiž mohou změnit značku ČR.“

Dílčí úspěchy

Téma nastolené projektem Značka ČR bylo již několikrát předmětem diskuzí a jednání mezi ministry i úředníky. Podařilo se jej včlenit do proexportní strategie ČR. Podvýbor pro styk s krajany, prezentaci ČR v zahraničí a vnější ekonomické vztahy a Zahraniční výbor zaujali v otázce jednotné prezentace ČR své stanovisko, které bylo předloženo premiérovi. Až do současnosti tedy proběhlo mnoho jednání a diskuzí. „Podařilo se najít shodu ve sněmovně a na úrovni úředníků. Bohužel ta konečná rozhodnutí nemůže udělat nikdo jiný než vláda a ministři samotní. Na tomto poli se nepodařilo dosáhnout shody. Osobně jsem ještě toto téma společně s dalšími tipy preposlala panu premiérovi Rusnokovi.“ komentuje Ing. Andryšová.

Projekt je tedy stále živý, v tomto momentě však bude velmi záležet, jak se k němu postaví

vláda, pan premiér a současně i jednotlivé politické strany. Mnoho menších a dílčích úspěchů již bylo zmíněno a zdá se, že dalšímu vstříc se vydali čeští skláři.

České umění skla – inspirace aneb krok po kroku

Nejen průzkum vytvářený pro účely projektu Značka ČR potvrdil fakt, že české sklo je jedním z pojmů, které jsou spojovány s naší republikou. Stalo se ikonou, která je hluboce zakořeněna v historii naší země a atributem, který má hluboký potenciál k budování image České republiky. S vědomím tohoto bylo vytvořeno sdružení České umění skla a projekt Concerto Glassico. Jejich činnost i záměr byly představeny 29. 8. 2013 na půdě Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Cílem subjektu České umění skla je fungovat jako sdružující platforma českých sklářských a bižuterních značek, ale i sklářských škol a institucí se sklem spojených. Sdružení, jež momentálně čítá 10 sklářských subjektů (např. Moser, Rückl Crystal, Precioza, Granát, LaSvit, apod.) si klade za cíl pomáhat svým členům, ale i České republice k úspěchu a posílení image.

Sklo a jak jej komunikovat

Profesionální komunikace a marketing jsou alfou a omegou i pro skláře. Pro některé menší společnosti však může být tlak dnešního byznysu a náročnost správné propagace velmi náročná. „Nejsou to levné aktivity a řada zejména menších podniků má s jejich realizací problém. Právě tato skutečnost mě vedla k tomu, abych se stal jedním ze zakladatelů občanského sdružení „České umění skla“, abychom spolu s dalšími podniky sklářského a bižuterního průmyslu vytvořili podmínky pro účinnou společnou propagaci tohoto historicky exportního průmyslového odvětví na relevantních světových trzích, samozřejmě při respektování všech odlišností a specifik jednotlivých výrobců, při respektování jejich značek, tradic a firemní kultury.“, říká Ing. Rückl, prezident společnosti Rückl Crystal. Potenciál projektu podpořil i Ing. Jan Bondy, ředitel Odboru veřejné diplomacie, Ministerstvo zahraničních věcí: „Projekt České umění skla je výborná myšlenka, která by mohla propojit skláře, sklářské firmy a umělce pracující se sklem a pomoci jim s propagací jejich práce na zahraničních trzích.“

Concerto Glassico a oč se jedná

Concerto Glassico, jehož autorem je Ing. Ladislav Kopecký, specialista na PR a komunikaci, představuje konkrétní marketingový nástroj, do něhož se promítlo úsilí Českého umění skla. „Concerto Glassico vzniklo jako projekt na podporu českého sklářského a bižuterního průmyslu a prezentaci České republiky v zahraničí. ... Jelikož jádrem prezentace projektu je sklo a bižuterie jako tradiční součásti image Česka, je Concerto Glassico ideálním nástrojem podporujícím také státní propagaci a turismus České republiky.“

Základní podloží projektu tvoří putovní výstava, jež představí historii i současnost české sklářské kultury, návštěvníky nechá nahlédnout do dění kolem sklářských pecí a pozorovat detailní práce, které dávají sklářským výrobkům punc dokonalosti. Projekt je otevřen i rozmanitým doprovodným akcím, jako jsou přednášky, prezentace, přehlídky apod. Jeho snahou je přenést kus sklářského umění, tvořivosti, zručnosti a schopnosti českých rukou do světa. Concerto Glassico by v přímé návaznosti na sdružení České umění skla mělo docílit rozšíření povědomí i znalosti o českém sklářství s příznivým dopadem na značku Česká republika, ale současně i vytvářet platformu, která bude fungovat jako sdružující element.

O sdružení a projektu se vyjadřuje i Mgr. Jiří Říha, ředitel vnějších vztahů společnosti Moser a spoluzakladatel sdružení České umění skla: „Moser považuje za nezbytné sjednotit dosud heterogenní sklářskou základnu na bázi vzájemného respektu a spolupráce, což je jediná cesta jak posílit sklářskou základnu ručního skla jak v tuzemsku, tak zejména v zahraničí. Jedině jednotná platforma skláren je schopná prosazovat zájmy českého ručního sklářství v řadě oblastí...“

Nejde všechno najednou a hned

To jsou cíle, to jsou návrhy, to jsou současné ambice sdružení České umění skla, které začalo slovy, ale přechází v činy. Jak se vše bude vyvíjet, do jaké míry se cíle a vize naplní, to vše uvidí čas. Podstatné je, že se jedná o reálný krok kupředu, který opět posouvá myšlenku o lepším vnímání naší země a její úspěšnosti o stupeň, možná dva výše.

Jak citovat tento článek:

HRABÁNKOVÁ, Markéta. České umění skla – malý ale významný krok pro značku ČR. Marketing.cz [online]. 25. září 2013 [cit. 2013-09-25]. ISSN 1805-4991. Dostupné z:

<http://www.markething.cz/ceske-umeni—maly-ale-vyznamny-krok-pro-znacku-cr>.

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)