Stanovisko AKA k inovační strategii vlády

Vláda zveřejnila Inovační strategii, ve které hraje marketing podstatnou úlohu. Asociace komunikačních agentur (AKA) hodnotí tento přístup jako průlom do setrvačného myšlení, které dosud roli marketingu a komunikace inovací ignorovalo. Chybí ale marketingová podpora konkrétním projektům.

Právě vinou zanedbané komunikace a nedostatečné marketingové podpory zapadly mnohé inovace. Na různých fórech zaznívá, že zatímco po technické stránce jsou český průmysl, malé inovativní podniky, start-upy a instituty na vysoké úrovni, jejich schopnost se prezentovat je hluboko pod úrovní konkurence a zcela za potřebami dnešní doby. Export znalostně intenzívních služeb, jak uvádí Rada pro výzkum, vývoj a informace ve Strategii, je, na rozdíl od jiných hodnot mapující inovační prostředí v ČR, neuspokojivý.

Asociace komunikačních agentur vítá Inovační strategii České republiky 2019 – 2030 jako významný signál ke změně tohoto stavu. Nesmí však zůstat jen u budování značky České republiky jako země s vysokým inovačním potenciálem.

Možná ještě důležitější je systém marketingové a komunikační podpory pro perspektivním start-upy, malé a střední podniky, výzkumné instituce či specifické obory, ve kterých dosahujeme světové úrovně.

„Právě marketingové a komunikační aktivity jednotlivých inovačních firem, projektů a institucí dokážou tvrzení o České republice jako zemi budoucnosti naplnit přesvědčivým obsahem. Jinak hrozí, že kampaň na inovativní Česko bude pokládána za ničím nepodložené chvástání,“ říká ředitel AKA Marek Hlavica

AKA se bude snažit přesvědčit státní orgány, aby do systému podpory inovací byla zahrnuta i podpora marketingových a komunikačních aktivit. Ostatně sám obor marketingu a komunikace je objektem razantní proměny tažené především technickými inovacemi. Inovační marketing si už zdaleka nevystačí s obligátní podporou účasti na veletrzích a výstavách.