

TISKOVÁ ZPRÁVA

„Než bude pozdě“ | Billboardy po celé zemi nabádají k podpoře podnikání

Praha, 8. dubna 2020 – Podpořit Hospodářskou komoru v jejím úsilí pomoci podnikatelům a při jejím vyjednávání s vládou o podpoře živnostníků a zaměstnavatelů se rozhodly firmy z několika odvětví. Podnikatelé v kampani „Než bude pozdě“ nabádají k záchraně podnikání, pracovních míst a restartu tuzemské ekonomiky.

„Aktivity Hospodářské komory považujeme za důležité, pokud chceme, aby se ekonomika co nejrychleji vrátila do stavu, v jakém byla před koronavirovou krizí. Proto jsme přišli s nabídkou bezplatné realizace rozsáhlé reklamní kampaně na „záchranu, než bude pozdě“,“ vysvětlil předseda představenstva skupiny BigBoard Richard Fuxa důvod, proč firma **poskytla 120 svých velkoplošných outdoorových reklamních ploch** napříč republikou a zajistila jejich výrobu i montáž. Hospodářská komora v rámci kampaně uhradí jen režijní náklady na tisk a instalaci výlepů.

Kampaň o třech motivech nabádá k záchraně podnikání, pracovních míst a restartu tuzemské ekonomiky. Jejím smyslem je dát na vědomí celé ekonomické komunitě bez ohledu na zaměření a velikost podniku, od OSVČ až pro průmyslové obry, kde mohou hledat odpovědi na nejpalčivější otázky jejich současné situace.

Proto billboardy odkazují na webové stránky Hospodářské komory, na kterých **podnikatelé naleznou přehledně aktuální informace v souvislosti s výskytem onemocnění COVID-19** – bezplatnou poradnu renomovaných právních kanceláří, přehled požadavků podnikatelů a jejich plnění ze strany zákonodárců, strukturované zpracované kroky vlády, příručky a další pro **podnikatele nezbytné informace.**

„Tyto informace přitom zpracováváme a zveřejňujeme na webu www.komora.cz především pro naše členy. Touto kampaní je chceme nabídnout všem živnostníkům a firmám,“ upřesnil tajemník Úřadu Hospodářské komory Tomáš Vrbík. **Informace z webu Hospodářské komory již využilo přes 150 tisíc návštěvníků.**

„Přes řadu pozitivních kroků vlády **považujeme za nutné reagovat na až zbytečné přešlapování v podpoře podnikání i na nepřehlednost, nesrozumitelnost či nejednoznačnost některých vládou přijatých kroků i na problémy, které vznikají při aplikaci podpůrných programů do praxe.** Podmínky podpory se mění ze dne na den, jako v případě pomoci živnostníkům, kapacity programů jsou vyčerpány v řádu hodin nebo jsou jejich podmínky nastaveny tak, že na ně nemají šanci někteří podnikatelé dosáhnout,“ uvedl prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý.

Kampaň odkazuje také na tento týden [podnikatelskými organizacemi sestavený a vládě předložený návrh](#) na postupné otevírání provozoven obchodů, služeb a gastronomických zařízení, a to v několika vlnách a při dodržování hygienických a epidemiologických opatřeních.

Podle odborníků v oblasti komunikace **srozumitelná komunikace ve všech svých podobách spolurozhoduje o úspěšnosti boje s krizí.** „Oceňuji proto, že Hospodářská komora učinila srozumitelnost jedním ze svých klíčových požadavků na stát,“ říká Marek Hlavica, ředitel Asociace komunikačních agentur.

Iniciativu už finančně podpořilo několik firem a podnikatelů. „Rozhodli jsme se tuto kampaň podpořit, protože považujeme za důležité, aby se ekonomika mohla brzy nastartovat a vláda neprodlužovala mimořádná opatření déle, než je nezbytně nutné,“ dodal Jaroslav Havel, řídicí partner advokátní kanceláře Havel & Partners.

Podle prezidenta skupiny Česká zbrojovka Group je pro exportně orientovanou zemi, jakou je ČR, důležitá jasná vize co bude dál. „Oceňuji, jak aktivně Komora přistoupila k předkládání konkrétních návrhů na pomoc domácí ekonomice. Je dobře, že se podařilo prosadit prvky přímé finanční podpory, jako jsou kurzarbeit nebo přímé dávky OSVČ. **Důležité ale také bude, aby se připravil plán podpory exportu českých firem,**“ uvedl Lubomír Kovařík.

Na podporu kampaně firmy posílají peníze na transparentní účet vedený u České spořitelny. **K dnešnímu ránu 12 podnikatelů a firem na účet zaslalo 260 tisíc korun.**

Vizuály ke stažení přes [LeteckáPošta.cz](#) [ZDE](#)

Pro skupinu BigBoard je současná významná podpora činnosti Hospodářské komory další z řady aktivit, v rámci kterých v této době celospolečensky pomáhá. Záhy po vypuknutí krize přišla s vlastní osvětovou kampaní nabádající k dodržování přísné hygieny a nošení roušek. „Opět se tak ukazuje, že venkovní reklama je plnohodnotné masové médium, které je v případě nouze nezbytným prostředníkem pro komunikaci důležitých sdělení,“ dodává Pavlína Stránská, tisková mluvčí společnosti BigBoard.