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, strukturovaně zpracované kroky vlády, příručky a další pro **podnikatele nezbytné informace**.

*„Tyto informace přitom zpracováváme a zveřejňujeme na webu* [*www.komora.cz*](http://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**](https://www.komora.cz/press_release/hospodarska-komora-svaz-obchodu-a-cestovniho-ruchu-a-asociace-hotelu-a-restauraci-predlozily-vlade-navrh-na-postupne-otevirani-provozoven-obchodu-sluzeb-a-gastronomickych-zarizeni/) **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 považuji za důležité,* ***aby se ekonomika mohla brzy nastartovat a vláda neprodlužovala mimořádná opatření déle, než je nezbytně nutné****,“* dodal Jaroslav Havel, řídící 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**](http://leteckaposta.cz/883525216)

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.

**Miroslav Diro**  
Tiskový mluvčí a vedoucí Tiskového oddělení  
Hospodářská komora České republiky  
M: +420 724 613 088

[diro@komora.cz](mailto:diro@komora.cz) **•** [www.komora.cz](http://www.komora.cz/)

**Pavlína Stránská**, PR manager

**BigBoard Praha, a.s.**

**mobil:** +420 739 372 041

**e-mail:** [pavlina.stranska@bigboard.cz](mailto:pavlina.stranska@bigboard.cz)

**web:** [www.bigboard.cz](http://www.bigboard.cz/)