

**2letá strategie (2026–2027)
marketingu inovačního
ekosystému
v rámci RIS JMK 2021–2027**

Obsah

1. Mission Statement	3
2. Kontext a východiska.....	3
3. Cíle a klíčové pilíře marketingu inovačního ekosystému	6
Posilujeme atraktivitu regionu jako místa pro inovace a technologie.....	7
Precizní podpůrný marketing	7
brnotechregion.eu.....	8
Posilujeme důvěru a otevřenou komunikaci mezi všemi prvky ekosystému.....	10
Platforma Velvet Innovation – Born in the Brno Region	10
4. Systém koordinace (governance)	12
5. Význam zkratk a pojmů	14

1. Mission Statement

Cílem marketingu inovačního ekosystému je **posilovat atraktivitu regionu jako místa pro inovace a technologie, místa, kde rostou globálně úspěšné firmy a inovace**. Atraktivita regionu nevzniká sama od sebe – je výsledkem kvalitních podmínek pro činnost jednotlivců i institucí, důvěry a spolupráce mezi aktéry i schopnosti dát o sobě vědět relevantnímu publiku doma i ve světě.

Naše marketingová strategie proto rozvíjí **nástroje**, které umožňují budovat **silnou identitu ekosystému uvnitř regionu**, a přitom vytvářet **důvěryhodný a inspirativní obraz** navenek – vůči talentům, investorům, partnerům i médiím. Pracujeme tak, aby se lidé, kteří tvoří zdejší inovační prostředí, cítili být jeho sebevědomou součástí – a aby pro ně bylo přirozené na jeho atraktivitě dále spolupůsobit.

Atraktivitu regionu vnímáme jako **emoční, reputační i hodnotovou kvalitu**, která se odráží v tom, jak ochotně lidé region doporučují, jak silné vztahy tu vznikají, nebo jak rychle se zde daří realizovat globální nápady.

2. Kontext a východiska

Inovační ekosystém jižní Moravy patří **mezi nejlépe rozvinuté** ve střední a východní Evropě. Spojuje **kvalitní výzkumné instituce, úspěšné technologické firmy, startupy i veřejný sektor** v dlouhodobé spolupráci. Jeho síla stojí na důvěře mezi aktéry, sdílené ambici tvořit globálně úspěšné projekty a vysoké koncentraci talentu, know-how a podpůrné infrastruktury.

Prostřednictvím **marketingu** vytváříme podmínky k tomu, aby se tato vnitřní síla přirozeně **promítala i navenek** – do rostoucí reputace regionu jako místa pro inovace, do hrlosti těch, kdo v něm působí a do pozitivního očekávání a důvěry těch, kdo přicházejí zvenčí.

Strategie marketingu inovačního ekosystému navazuje **na strategický cíl 6 RIS JMK** ¹ vytvořit **otevřený a atraktivní ekosystém** – opírá se také o Metodiku marketingové a komunikační strategie: systémovou podporu implementace a řízení národní RIS (Czechinvest, 2022). Zaměřuje se především na specifický cíl 6.2, který podporuje budování **mezinárodní reputace a pozitivního vnímání regionu** jako místa, kde vznikají **klíčové inovace** a **globálně úspěšné firmy** s produkty s vysokou přidanou hodnotou. Zároveň ale reflektuje i cíl 6.1, který spočívá v posilování **důvěry a otevřené komunikaci mezi všemi prvky inovačního ekosystému**.

Strategie reflektuje to, co se v regionu **osvědčilo**: neformální **spolupráci, sdílení know-how** a stále silnější oborové **komunity**. Usilujeme o podporu těch, kteří inovace v regionu skutečně tvoří nebo hrají klíčovou roli pro jejich rozvoj – zejména founderů startupů, scaleupů, spinoffů, velkých firem, talentů, ale i zástupců veřejné správy, akademického sektoru a dalších rezidentů inovačního ekosystému.

Strategie vychází z přesvědčení, že silný obraz regionu nevzniká shora, ale zdola – prostřednictvím úspěchů jednotlivých aktérů a oborů, které mají globální ambice i dopad. **Vytváříme rámeček**, který umožňuje **různé přístupy a komunikační vrstvy**, přičemž všechny vedou k **jednomu cíli**: zvýšit atraktivitu regionu jako místa, kde vznikají inovace s celosvětovým významem.

Tři pilíře přístupu k marketingu inovačního ekosystému

Strategie stojí na principech, které jsou podle odborníků na místní a národní branding, včetně Simona Anholta, efektivnější než klasický „place marketing“.

- **od marketingového obrazu k marketingovému chování**: Region představujeme skrze konkrétní činy, výsledky a příspěvky světu.
- **od geografie k hodnotám**: Sdružujeme a komunikujeme kolem sdílených hodnot, jako jsou otevřenost, spolupráce a pozitivní dopad inovací, nikoli pouze kolem názvu místa.
- **od monolitu k otevřenému ekosystému**: Nabízíme rámeček a nástroje, které posilují autenticitu a reputaci jednotlivých aktérů, přičemž společně vytvářejí obraz silného a propojeného regionu.

¹ https://www.risjmk.cz/getmedia/b6b45b79-b5b7-4355-a3e3-10f6a4b04f82/RIS-JMK-2021-_CZ_jednostrana_1.pdf.aspx?ext=.pdf

Tyto principy naplňujeme třemi hlavními nástroji:

- **brnotechregion.eu** – datová a prezentační platforma, která systematicky představuje silné obory a úspěšné firmy regionu zahraničním investorům, partnerům a médiím. Její nedílnou součástí je každoroční tištěná datová zpráva připravená ve spolupráci s klíčovými aktéry inovačního ekosystému
- **Precizní podpůrný marketing** – soubor výkonových a obsahových aktivit (mediálních partnerství, spolupráce s datovými platformami), který zajišťuje konzistentní a účinnou viditelnost regionu i jednotlivých klíčových oborů.
- **Velvet Innovation** – hodnotová platforma inovátorů z jihomoravského kraje, která inspiruje a propojuje lidi i organizace napříč obory, přitahuje talenty, oslovuje i širší veřejnost a je otevřena i talentům, partnerům, inovátorům z dalších regionů.

Tento přístup:

- **posiluje vlastnictví a zapojení aktérů**, protože se mohou ztotožnit s hodnotami a tématy, které skutečně žijí
- **dává prostor rozmanitosti**, aniž by oslaboval společnou identitu;
- **funguje uvěřitelně doma i v zahraničí**, protože prezentuje konkrétní lidi, firmy, technologie a výsledky – nikoli slogany.

Z hlediska obsahu se věnujeme zejména klíčovým oborům.

Zaměřujeme se na obory, ve kterých má region **prokazatelnou mezinárodní konkurenceschopnost** a dlouhodobý rozvojový potenciál – konkrétně čipy a polovodiče, kyberbezpečnost, elektronovou mikroskopii, letecký a kosmický průmysl a herní vývoj. Tento přístup odpovídá doporučením odborné literatury^{2 3} k regionálnímu branding, podle níž je efektivnější stavět značku na jedinečných a ověřených silných stránkách regionu než se snažit komunikovat vše, co v něm je. Tyto oblasti reprezentujeme prostřednictvím spolupráce s médii, práce s relevantními daty a sdílením inspirativních příběhů startupů, scaleupů, spinoffů a projektů s potenciálem komercializace a škálovatelnosti na globální úrovni.

² Simon Anholt, *Competitive Identity* (2006)

³ Vít Kobylka, Tomáš Avrat: *Metodika marketingové a komunikační strategie* (2002)

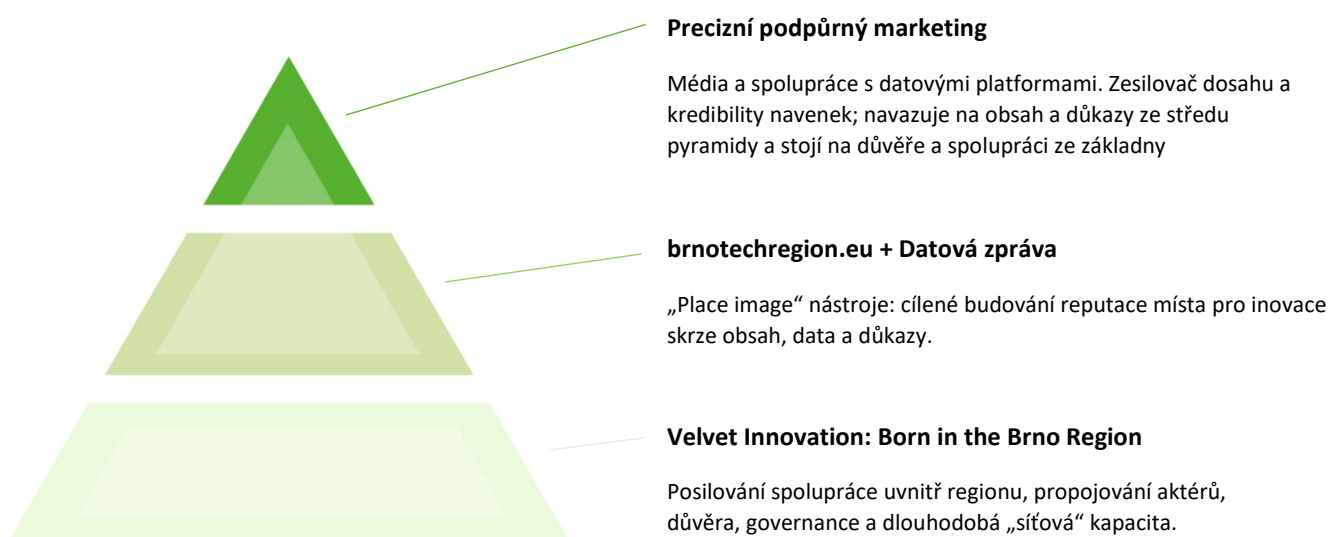
3. Cíle a klíčové pilíře marketingu inovačního ekosystému

Naše strategie staví na **třech pilířích**, které dohromady tvoří **provázaný rámec** pro komunikaci, komunitu i růst – webová platforma **brnotechregion.eu (nebo jiná alternativa)**, **precizní podpůrný marketing** a **platforma Velvet Innovation**. Každý z pilířů naplňuje jiný aspekt strategických cílů RIS JMK:

Precizní podpůrný marketing a **brnotechregion.eu** naplňují cíl **6.2** – zvyšují atraktivitu regionu jako místa pro inovace a technologie, posilují jeho viditelnost a reputaci u klíčových zahraničních publik.

Platforma Velvet Innovation rozvíjí cíl **6.1⁴** – primárně posiluje důvěru, otevřenou komunikaci a sounáležitost uvnitř inovačního ekosystému jižní Moravy.

Díky tomu dokážeme propojit vnitřní i vnější rozměr marketingu: **prezentujeme region** jako sebevědomého a důvěryhodného hráče na mezinárodní scéně a zároveň budujeme **silnou komunitu uvnitř**.



⁴ Číslování marketingových cílů odpovídá číslování v Regionální inovační strategii Jihomoravského kraje.

Posilujeme atraktivitu regionu jako místa pro inovace a technologie

Precizní podpůrný marketing

Precizní podpůrný marketing se zaměřuje na dva klíčové nástroje: **mediální partnerství** a **spolupráci s datovými platformami**.

Dlouhodobá spolupráce s klíčovými **mediálními tituly** (například Forbes, CzechCrunch, Wired...) nám umožňuje prezentovat úspěchy aktérů inovačního ekosystému ve správném kontextu – prostřednictvím **obsahu nebo eventů**. Pomáháme tak budovat povědomí o výjimečném postavení regionu v oblasti inovací a startupů i důvěryhodný obraz regionu v očích národní i mezinárodní veřejnosti.

Zároveň budeme rozvíjet **spolupráci s globálními datovými platformami** (například Crunchbase, StartupBlink, Statista), které zajišťují, že region i jeho startupy jsou **viditelné, srovnatelné a relevantní** v mezinárodních databázích a žebříčcích. Díky nim také můžeme prezentovat přesná a ověřitelná data z ekosystému a posilujeme důvěryhodnost směrem k investorům, novinářům i zahraničním partnerům.

Typové aktivity:

1. Media relations

- Budování dlouhodobých mediálních partnerství s prioritními tituly (např. Forbes, CzechCrunch, Wired).
 - Vytváření tematických obsahových spoluprací – např. články a rozhovory s aktéry ekosystému, případové studie úspěšných firem a projektů, online speciály ke klíčovým oborům nebo trendům.
- Mediální podpora vybraných aktivit inovačního ekosystému regionu – zejména prostřednictvím individuální komunikace se zahraničními novináři

2. Spolupráce s datovými platformami

- Navazování a správa partnerství s globálními datovými platformami (např. Crunchbase, StartupBlink, Statista).

- Zajištění aktualizace dat o regionálních firmách, výzkumu a infrastruktuře v relevantních byznysových mezinárodních databázích.
- Zajištění relevantního benchmarkingu a mezinárodní srovnatelnosti (např. umístění regionu v ekosystémových mapách).
- Poskytování důvěryhodných dat stakeholderům – investorům, novinářům, partnerům.

Primární cílová skupina

- rezidenti českých i zahraničních inovačních ekosystémů

Sekundární cílová skupina

- zahraniční a čeští novináři z prioritních médií (např. Financial Times, US/EU/CZ Forbes, El País, Politico, New York Times, Sifted, Forbes, CzechCrunch, Wired apod.)

Cíle

- Počet navázaných mediálních partnerství: 3 ročně
- Počet zmínek týkajících se inovací a startupů z jižní Moravy v českých prioritních médiích: >100
- Počet tiskových zpráv vydaných do zahraničí: >5

brnotechregion.eu

brnotechregion.eu je **digitální brána** do jihomoravského inovačního ekosystému – **srozumitelná**, datově podložená a strategicky cílená. Platforma slouží jako **vizitka** regionu směrem k zahraničí, určená zejména **investorům, analytikům, technologickým partnerům, novinářům** a dalším decisionmakerům.

Její cílem je představit jižní Moravu jako **silného, důvěryhodného** a odborně **vyprofilovaného hráče** v oblasti inovací, výzkumu a technologií. Ukazuje, že region nabízí **kvalitní zázemí pro byznys, vývoj i investice** – a že je připraven na **mezinárodní spolupráci**.

Jedná se o platformu strategickou, byznysově orientovanou a založenou na faktech a datech. Je postavená na oborových přehledech, případových studiích, datových výstupech, která vznikají ve spolupráci s aktéry inovačního ekosystému (startupy, velké firmy, veřejná správa, výzkumné organizace, univerzity apod.)

Platforma **navazuje** předchozí iniciativu #brnoregion, **zpřesňuje její formát a cíl**: jde o **systematickou prezentaci oborových silných stránek regionu** v češtině i angličtině, jasným a důvěryhodným jazykem.

Slouží jako:

- **Datová a analytická vizitka regionu** – přehled inovačních firem, výzkumné infrastruktury, exportní výkonnosti a klíčových hráčů v oborech jako kyberbezpečnost, elektronová mikroskopie, čipy, aero/space nebo herní vývoj. Vytváří důvěryhodný a srozumitelný obraz regionu jako silného a propojeného inovačního uzlu.
- **Nástroj pro první kontakt se zahraničím** – představuje region jako otevřený a propojitelný, s jasným odborným profilem a strategickými cíli. Představuje klíčové obory, investiční příležitosti, úspěšné firmy a dostupnou infrastrukturu.
- **Propojovací uzel** – napojuje region na globální diskurz prostřednictvím datových vizualizací nebo přehledných oborových one-pagerů, které vznikají ve spolupráci s dalšími aktéry inovačního ekosystému. Podporuje rozhodování o spolupráci, investici nebo expanzi směrem do regionu, a to ve spolupráci s národními aktéry, jako je například CzechInvest.

Typové aktivity:

- **Správa a rozvoj webové platformy** – aktualizace obsahu, oborových dat, přehled investičních příležitostí, klíčových hráčů a projektů.
- **Tvorba analytických a datových výstupů** – např. přehled inovačních firem, každoroční specializovaná **Datová zpráva** (v tištěné i digitální podobě).
- **Vytváření datových reportů**, analýz, media kitů a anglických one-pagerů – oborové přehledy a infografiky připravené pro média, partnery, investory.

Primární cílová skupina:

- **rezidenti zahraničních inovačních ekosystémů** – investoři, podnikatelé, analytici, novináři, decisionmakeři z firem a institucí
- ti, kteří hledají **informace** o tom, jaký inovační a podnikatelský potenciál region nabízí

Sekundární cílová skupina:

- rezidenti ekosystému jižní Moravy (jsou důležitým distribučním kanálem) – velké firmy, univerzity, výzkumné organizace, veřejná správa apod.

Cíle

- NPS webové stránky od rezidentů ekosystému jižní Moravy: >50

Posilujeme důvěru a otevřenou komunikaci mezi všemi prvky ekosystému

Platforma Velvet Innovation – Born in the Brno Region

Velvet Innovation je **otevřená a hodnotově ukotvená značka**, která propojuje inovátory, startupisty, vědce, technologické lídry i studenty z jižní Moravy napříč obory. Tvoří **základní platformu** inovačního ekosystému pro networking, sdílení i inspiraci. Zároveň je otevřena i širší veřejnosti z jižní Moravy, která sice není přímou součástí inovačního ekosystému, ale může se jí v budoucnosti stát. Platforma má hluboké kořeny v rámci ekosystému jižní Moravy, stojí na hodnotách **otevřenosti, odvahy, smysluplnosti** a společenského **dopadu**. **Vytváří důvěryhodný rámec** pro setkávání, sdílení a spolupráci napříč generacemi i sektory a svým hodnotovým zaměřením může atrahovat inovátory z jiných regionů a přitahovat je blíže k regionu jižní Moravy.

Typové aktivity

1. Konference

Konference je nejvýraznější ekosystémovou akcí roku, je místem pro sdílení úspěchů, tvorbu nových vazeb a inspiraci. Nabízí kurátorovaný prostor, který představuje inovace v celé jejich šíři. Dělá tak nízkoprahovým způsobem, kterým dokáže oslovit i širší veřejnost, nejen rezidenty inovačního ekosystému.

Dopad: Ukazuje světu hodnoty ekosystému, zviditelňuje regionální úspěchy a posiluje sebevědomí komunity.

2. Meetupy

Pravidelný nízkoprahový formát pro **neformální výměnu zkušeností**. Setkání se konají na různých místech a s důrazem na různá témata. Meetupy slouží zejména k navazování vztahů, ale i ke sdílení úspěchů z řad aktérů inovačního ekosystému.

Dopad: Dlouhodobě budují důvěru, hrdost a vztah ke komunitě. Posilují propojení mezi lidmi, obory i generacemi.

3. Awards

Ocenění, které vyzdvihuje **výjimečné projekty s globální ambicí a společenským dopadem**. Nejde jen o technologický výkon, ale o hodnotově zakotvené řešení skutečného problému. Ocenění je otevřené pro projekty/inovátory/firmy z regionu jižní Moravy i dalších, hledá výjimečné nápady rezonující s hodnotami platformy.

Dopad: Zvyšuje reputaci značky i regionu, přitahuje pozornost a zviditelňuje skutečně inspirativní projekty.

Cílová skupina

- **rezidenti inovačního ekosystému Brna** a jižní Moravy – zakladatelé startupů, vývojáři, vědci, podnikatelé, inovátoři z firem i institucí, kreativci, studenti a další aktivní aktéři regionu
- zároveň oslovuje podobně smýšlející **inovátory z dalších regionů ČR** a blízkých přeshraničních ekosystémů, kteří sdílí stejné hodnoty a kulturu spolupráce

Specifické cíle

- Počet unikátních účastníků akcí značky Velvet Innovation: 1300/rok (v případě zvýšení kapacity konference)
- NPS účastníků a partnerů (Net Promoter Score): >70

4. Systém koordinace (governance)

Abychom udrželi strategii živou, propojenou a napojenou na skutečné potřeby lidí z ekosystému, pracujeme s jednoduchým, ale efektivním modelem řízení. Staví na sdílení a zapojení lidí, kteří inovacím v regionu dávají tvář i tah na branku.

1. Inovační platforma marketingu

Inovační platforma marketingu propojí univerzity, veřejnou správu, velké firmy i oborové klastrové organizace, aby společně posílily viditelnost a důvěru v inovační ekosystém Jihomoravského kraje a zlepšili koordinaci marketingových aktivit v rámci kraje. **Vznikne** začátkem roku **2026** jako prostor pro systematické sdílení **zkušeností** a **dobrou praxi** v oblasti komunikace a marketingu. Platforma se bude scházet pravidelně, přibližně na kvartální bázi. Jejím úkolem bude koordinace aktivit, příprava akčního plánu marketingu inovačního ekosystému, dále se bude podílet na dramaturgii obsahu pro komunikační výstupy v rámci aktivit marketingu inovačního ekosystému

2. Ekosystémové platformy a klastry klíčových oborů

Ekosystémové platformy a klastry jsou otevřené odborné skupiny sdružující zástupce firem, výzkumných institucí, komunit i dalších zástupců v daném klíčovém oboru. Podílejí se na dramaturgii témat a dat pro platformu brnotechregion.eu, spolupracují na přípravě datové zprávy, aktivně navrhuji vhodné projekty/firmy pro komunikaci směrem k médiím, do lineupu meetupů a konference, nominují na ocenění.

3. Tým inovační agentury JIC

Zajišťuje strategické řízení a každodenní **realizaci** aktivit. Koordinuje inovační platformu, spravuje datovou platformu, je odpovědný za realizaci aktivit marketingu inovačního ekosystému.

Realizace aktivit marketingu inovačního ekosystému bude financována primárně z prostředků **programu Smart Akcelerátor**, přičemž do rozpočtu na roky 2026 a 2027 jsou zahrnuty jak personální náklady, tak nákup služeb.

Celkové roční náklady jsou odhadovány na cca 7 500 000 Kč ročně.

Kromě těchto přímých výdajů počítáme také se zapojením zdrojů partnerů inovačního ekosystému – zejména ekosystémových platforem a klastrů. Tyto příspěvky budou převážně ve formě in-kind plnění (např. sdílení komunikačních kanálů, odborný obsah, zapojení expertů či spolupořádání akcí), jejichž finanční hodnotu nelze přesně vyčíslit, ale které významně posílí dosah a efektivitu společných aktivit.

Financování je tedy vícezdrojové a kombinuje veřejnou podporu se zapojením soukromých a institucionálních partnerů, jak doporučuje i metodika marketingu inovačních ekosystémů.

5. Význam zkratk a pojmů

Image regionu

Záměrně pěstovaný obraz, představa o regionu, způsob prezentace regionu.

Inovační ekosystém (IE), příp. regionální inovační ekosystém

Souhrn firem, veřejných a výzkumných institucí, znalostí a vztahů mezi nimi, jejichž prostřednictvím dochází ke koordinaci, sdílení a spolupráci, což umožňuje kolektivně vytvářet nové hodnoty, kterých by samostatně nebylo dosaženo.

Klíčové obory

Výběr oborů vychází z RIS JMK, pro účely marketingu jsou nicméně konkretizovanější. Jedná se o obory, které splňují následující kritéria:

- V regionu působí zajímavé firmy s mezinárodní ambicí nebo přesahem,
- obor má v regionu kvalitní výzkumné zázemí nebo akademicko-průmyslové ukotvení,
- téma je komunikačně a marketingově atraktivní – umožňuje dobře vyprávět příběhy a zaujmout zahraniční publikum.

NPS

Net Promoter Score – míra loajality, predikuje potenciál k růstu, zákaznickou spokojenost i brand reputation. Měří nadšení zákazníků z produktu nebo služby a ochotu ji doporučit. Základem je otázka: „Na škále od 1-10, jak pravděpodobné je, že tento produkt/službu/brand doporučíte svým kamarádům nebo kolegům?“. NPS se pohybuje v rozmezí -100 až +100. Negativní čísla znamenají nadbytek kritiků, pozitivní nadbytek propagátorů.

Region

Pro potřeby tohoto dokumentu se myslí spádové území s centrem v Brně bez ohledu na administrativní hranice, ovlivněné především prostorem, ve kterém se jednotliví lidé obvykle pohybují na denní bázi (např. v rámci pravidelné dojížd'ky do práce či do škol).

Rezident inovačního ekosystému

Jedinec studující, podnikající nebo pracující v ziskové, akademické či veřejné sféře v segmentu znalostní ekonomiky (v jihomoravské technologické nebo inovativní firmě, v místní pobočce nadnárodní korporace, ve veřejné instituci nebo ve výzkumném centru) –

bez ohledu na to, odkud pochází. Nemusí tedy nutně mít trvalé bydliště v Brně a okolí, tj. může jít např. o studenta VŠ, který má trvalé bydliště mimo JMK, nebo o expata žijícího v Brně (a zapojeného do místní znalostní ekonomiky). V praxi je množina zasažené obecné populace (rezident regionu) podobná množině zahrnující rezidenty inovačního ekosystému a z důvodu zájmu a otevřenosti přijímat informace týkající se témat IE. Rezident regionu bez zájmu o témata znalostní ekonomiky je zasahován krajově, pokud se komunikačně nejedná o cílenou popularizaci.

RIS JMK

Regionální inovační strategie Jihomoravského kraje (RIS JMK). Jde o dlouhodobý plán, jehož cílem je zvyšovat konkurenceschopnost celého regionu s využitím znalostí a inovací. Od roku 2001 spojuje RIS JMK vědce z univerzit a výzkumných center, majitele technologických firem, zástupce místní samosprávy i aktivní veřejnost. RIS JMK je určena všem aktérům v IE, kteří mají zájem skrze své individuální aktivity strukturovaně přispívat k růstu životní úrovně v regionu.