

ANALÝZA KOMUNIKACE TESSEA

OBSAH

1	AKTUÁLNÍ SITUACE	3
1.1	VIZE	4
1.1.1	OČEKÁVÁNÍ OD ČLENŮ PRO OBDOBÍ 2024–2025.....	5
1.2	SWOT ANALÝZA	7
2	CÍLOVÉ SKUPINY.....	9
2.1	Cílové skupiny komunikace TESSEA	9
2.2	Členové TESSEA a členské organizace	10
2.3	Potenciální členové a zájemci o spolupráci	10
2.4	Veřejná správa, kraje a státní instituce	11
2.5	Odborná a akademická veřejnost	11
2.6	Média a širší veřejnost	12
2.7	Firemní sektor a strategičtí partneři.....	12
2.8	Evropské a mezinárodní instituce	12
3	CÍLE KOMUNIKACE	14
3.1	Strategické cíle komunikace TESSEA	14
3.1.1	TESSEA jako střešní organizace/ asociace	15
3.2	TEMATICKÉ OKRUHY KOMUNIKACE PRO ROK 2024.....	15
3.3	KOMUNIKAČNÍ ARGUMENTY	17
3.4	Shrnutí jak argumenty využívat	18
4	KOMUNIKAČNÍ KANÁLY (aktualizace 2025–2026)	19
4.1	TONALITA.....	19
4.2	Osobní setkání se členy	20
4.3	Newsletter TESSEA	20
4.4	Sociální sítě	20
4.5	Web TESSEA	21
4.6	Ambasadoři a influenceři	21
4.7	Eventy a odborné akce	22
4.8	PR a média.....	22
4.9	Shrnutí: strategické směřování komunikačních kanálů (2025–2026).....	23
5	KONKURENCE.....	24
5.1	DEKLARACE ODPOVĚDNÉHO PODNIKÁNÍ	24

5.2	ASOCIACE ZAMĚSTNAVATELŮ NA CHRÁNĚNÉM TRHU AZZP	25
5.3	ČESKÉ SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ (AKTIVITA MPSV)	25
5.4	BREAKFAST STORY	26
5.5	ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI.....	26
5.6	HODNOTOVÁ PROPOZICE TESSEA VS KONKURENCE	27

1 AKTUÁLNÍ SITUACE

TESSEA je národní síť pro sociální ekonomiku a sociální podnikání s regionálním zastoupením. Sdružuje a propojuje sociální podniky, zaměstnavatele na chráněném trhu práce, neziskové organizace i jednotlivce, kteří sdílejí hodnoty sociální ekonomiky. TESSEA hájí zájmy svých členů, prosazuje systémové změny podporující rozvoj sociálního podnikání a zajišťuje přenos informací mezi praxí, veřejnou správou a odbornou veřejností. Současně poskytuje aktuální přehled o dění v oblasti sociální ekonomiky v ČR i v zahraničí a vytváří prostor pro sdílení zkušeností, spolupráci a společný rozvoj.

Komunikace TESSEA a jejích aktivit prochází obdobím konsolidace. V minulosti byla komunikace směrem k členům i veřejnosti méně systematická, což mohlo vést k nižší srozumitelnosti a menší viditelnosti organizace. TESSEA si proto klade za cíl posílit strategickou komunikaci, zlepšit dostupnost a srozumitelnost informací a sjednotit vizuální i obsahovou prezentaci směrem k členům, partnerům i veřejnosti.

Zájmem TESSEA je dlouhodobě prosazovat evropskou definici, zásady a principy sociálního podnikání v českém kontextu. To chce naplňovat prostřednictvím vzdělávání členů, osvěty veřejnosti, odborných diskusí a spolupráce s orgány státní správy i regionální samosprávy.

Pro rozvoj těchto aktivit je však klíčové zajistit stabilní financování, rozšířit členskou základnu a zvýšit dopad komunikačních kanálů. Na trhu zároveň přibývá subjektů, které se tématu sociálního podnikání věnují, avšak bez dostatečného odborného zázemí. TESSEA proto usiluje o to, aby byla v ČR vnímána jako důvěryhodný a odborně ukotvený hlas sociální ekonomiky.

Vedení TESSEA si bylo těchto potřeb vědomo a v uplynulém období na ně aktivně reagovalo. V roce 2024 byla nastavena nová fundraisingová strategie, rozběhla se systematická účast TESSEA na klíčových akcích a konferencích v oblasti sociální ekonomiky a sociálního podnikání, a ve spolupráci s agenturou CIRAA byl realizován nový komunikační plán, který sjednotil vizuální styl, posílil prezentaci TESSEA navenek a podpořil informovanost členů i veřejnosti.

Na členské schůzi začátkem roku 2024 byly stanoveny hlavní priority, které jsou postupně naplňovány:

- **vytváření hodnoty pro členy** – pravidelná peer-to-peer setkávání ředitelů sociálních podniků, odborné workshopy a školení, sdílení metodik a příkladů dobré praxe (např. metodika k veřejným zakázkám),
- **získávání zpětné vazby od členů** – systematicky po akcích i v průběhu roku, prostřednictvím online formulářů a členské sekce,
- **propojování s regionálními a strategickými partnery** – zejména s krajskými úřady, Svazem českých a moravských výrobních družstev, AZZP a dalšími platformami,
- **advokační činnost a vysvětlování legislativy** – aktivní účast v diskusích o zákonu o integračních sociálních podnicích a §78 zákona o zaměstnanosti, příprava metodických výstupů a podkladů pro členy,
- **sběr a komunikace příběhů sociálních podniků**, které ukazují reálné dopady sociální ekonomiky,
- **rozvoj partnerství** s evropskou sítí ENSIE a společností Grant Advisory (DotaceOnline.cz),
- **zajištění finanční udržitelnosti po roce 2025** – příprava projektových žádostí a jednání o partnerství,
- **rozšiřování členské základny** zejména v méně zastoupených regionech (Královéhradecký, Plzeňský a další kraje).

1.1 VIZE

V období 2024–2025 TESSEA naplnila hlavní očekávání v oblasti komunikace, odborné prezentace a vnitřního fungování organizace.

Cílem bylo vytvořit jasný a funkční systém komunikace, definovat prioritní témata a posílit schopnost TESSEA aktivně vystupovat jako respektovaný odborný hlas v oblasti sociální ekonomiky. Tento cíl byl naplněn prostřednictvím tvorby komunikační strategie, akčního plánu a vizuální identity, které vznikly ve spolupráci s odbornými partnery.

Hlavními tematickými oblastmi komunikace v letech 2024–2025 se staly:

- **legislativa a advokační činnost**, zejména v souvislosti se zákonem o integračních sociálních podnicích a §78 zákona o zaměstnanosti,
- **specifika a přínosy sociálního podnikání**,
- **příběhy sociálních podniků a jejich zaměstnanců** – členů TESSEA,
- **pozitivní dopady sociálního podnikání na životní prostředí a komunitní soudržnost**,

- **propagace akcí pro členy a odborné veřejnosti**, včetně **odborné moderace a spolupořádání konferencí a panelových diskusí** organizovaných ve spolupráci s partnery, jako je evropská síť ENSIE či Ministerstvo průmyslu a obchodu.

Vnitřní fungování organizace se podařilo stabilizovat – TESSEA posílila procesy rozhodování a komunikace tak, aby bylo možné zachovat demokratický charakter a zároveň pružně reagovat na aktuální témata. Byl vytvořen rámec pro interní koordinaci sdělení a mechanismus pro rychlou a jednotnou komunikaci navenek.

TESSEA současně nastavila **dlouhodobou komunikační profilaci** jako odborného, důvěryhodného a aktivního partnera v oblasti sociální ekonomiky. Organizace se stala viditelnou součástí národního i evropského diskurzu, a to nejen formou publikací a stanovisek, ale i prostřednictvím **odborné moderace a facilitace akcí**, které přispívají k propojování sociálních podniků, veřejné správy a byznysu.

Zkušenosti z předchozích let ukázaly, že rozsáhlé a teoretické dokumenty nejsou efektivním nástrojem řízení komunikace. TESSEA proto nyní pracuje s přehledným, prakticky zaměřeným komunikačním plánem, který zohledňuje reálné kapacity a obsahuje konkrétní úkoly, odpovědnosti a časový rámec.

Vize a očekávání pro období 2026–2027:

- rozšíření komunikačního týmu a posílení kapacit pro PR, obsahový marketing a moderaci odborných akcí,
- systematické zapojování členů do tvorby obsahu prostřednictvím členské sekce a tematických pracovních skupin,
- pravidelné publikování odborných stanovisek a analýz TESSEA k aktuálním tématům,
- propojení komunikace s fundraisingem a partnerskými aktivitami,
- rozvoj multimediálních formátů (video, podcasty, infografiky, rozhovory s odborníky),
- rozšíření odborné moderace a facilitace akcí v regionech i na celostátní úrovni,
- posílení spolupráce s regionálními médii a partnery v krajích,
- dlouhodobé budování značky TESSEA jako hlavní autority v oblasti sociálního podnikání v ČR.

TESSEA tak vstupuje do další etapy, jejímž cílem je prohloubit odborný dialog, posílit advokační dopad a dále rozvíjet kultivovanou, srozumitelnou a důvěryhodnou komunikaci směrem k odborné i široké veřejnosti.

1.1.1 OČEKÁVÁNÍ OD ČLENŮ PRO OBDOBÍ 2024–2025

Na workshopu v Brně v lednu 2024 a následně v rámci dotazníkového šetření na podzim 2024 se zástupci TESSEA a členové sítě shodli na klíčových očekáváních týkajících se dalšího rozvoje organizace.

Členové nejčastěji zdůrazňovali potřebu **posílit vnější viditelnost sociálního podnikání**, a to formou akcí pro veřejnost a spoluprací s tradičním byznysem. Toto očekávání TESSEA naplnila

realizací **Fóra sociální ekonomiky 2024 v Praze**, které se stalo největším setkáním odborné i laické veřejnosti v této oblasti, a spoluprací na konferenci **ForSEk 2024** pořádané družstvem Texman.

Další významná očekávání členů směřovala k posílení **meziresortního propojení, advokační činnosti a odborných analýz** zaměřených na dopady legislativy na sociální podniky. Členové oceňují dosavadní aktivitu TESSEA v této oblasti a chtějí, aby v ní organizace pokračovala – zejména v hájení zájmů integračních sociálních podniků, připomínkování zákonů a reprezentaci vůči státní správě i Evropské komisi.

Z dotazníkového šetření vyplynula i silná poptávka po:

- **rozšíření vzdělávacích a poradenských aktivit,**
- **větším důrazu na praktické nástroje a příklady z praxe,**
- **rozvoji networkingových a obchodních příležitostí mezi členy,**
- **aktivnější komunikaci prostřednictvím newsletteru a členské sekce,**
- **větším zapojení členů do řízení a směřování organizace.**

Členové rovněž vyzdvihli potřebu **propojovat sociální podnikání s tématy ESG, environmentální udržitelnosti a společenské odpovědnosti**, a žádají, aby TESSEA v této oblasti zastávala viditelnější roli odborného garanta.

Z výzkumu i osobních setkání vyplynulo, že TESSEA je pro své členy:

- důvěryhodným zdrojem informací a aktuálních legislativních novinek,
- prostorem pro **sdílení zkušeností, praxe a vzájemnou podporu,**
- prostředníkem, který **posiluje hlas sociálních podniků na národní i evropské úrovni.**

Zároveň členové vyjádřili přání, aby TESSEA do budoucna dále rozvíjela:

- **odbornou moderaci a facilitaci odborných akcí,**
- **vzdělávání zástupců členských organizací,**
- **a strategické partnerství s kraji, univerzitami a podnikatelskými asociacemi.**

1.2 SWOT ANALÝZA

SILNÉ STRÁNKY	• Dlouhodobost a stabilita TESSEA působí nepřetržitě od roku 2015 a během této doby si vybudovala pozici stabilního a důvěryhodného partnera pro státní správu, kraje, sociální podniky i evropské organizace. • Odbornost a praktická zkušenost TESSEA disponuje týmem odborníků, kteří rozumějí jak každodenní praxi sociálních podniků, tak i legislativním a systémovým otázkám sociální ekonomiky v Česku a v Evropě. Díky tomu dokáže efektivně propojit teoretické know-how s reálnými potřebami praxe. • Silné osobnosti a reprezentace navenek TESSEA dlouhodobě reprezentují výrazné osobnosti oboru – od Markéty Vinkelhoferové, která prosazovala environmentální rozměr sociálního podnikání, po současnou ředitelku Terezu Dostálovou a členy správní rady, kteří aktivně vystupují v odborných fórech a veřejné debatě. • Pevná a loajální členská základna Síť tvoří pestré spektrum sociálních podniků, neziskových organizací a zaměstnavatelů na chráněném trhu práce z celé ČR. TESSEA s členy udržuje blízký a partnerský vztah založený na důvěře, spolupráci a sdílení zkušeností. • Reputační kapitál a pozice lídra oboru TESSEA je vnímána jako hlavní zastřešující organizace pro sociální podnikání v Česku – je partnerem pro MPSV, MPO i evropské sítě (např. ENSIE) a má reálný vliv na tvorbu politik v oblasti sociální ekonomiky.
SLABÉ STRÁNKY	• Omezená flexibilita vnitřního řízení Demokratický a konzultativní charakter organizace je silnou hodnotou TESSEA, zároveň však v některých situacích zpomaluje rozhodovací procesy a omezuje schopnost pružně reagovat na aktuální podněty či mediální témata. • Nedostatečně systematická komunikace Komunikace TESSEA se v minulosti rozvíjela spíše ad hoc, bez jednotného stylu a koordinace. Přestože v roce 2025 vznikl nový komunikační plán, jeho plné naplnění brzdí omezené personální a finanční kapacity. • Omezený, ale postupně se rozšiřující dosah komunikačních kanálů V průběhu období 2024–2025 se podařilo zvýšit viditelnost TESSEA, zejména prostřednictvím sociálních sítí a newsletteru. Stále je však potřeba cíleně oslovovat nové publikum mimo okruh sociálních podniků a posilovat spolupráci s regionálními médii a veřejnými institucemi.

	• Omezené, avšak stabilizované vnitřní zdroje a fundraising TESSEA disponuje omezenými personálními i finančními zdroji, nicméně v průběhu projektu vznikla fundraisingová strategie i finanční plán, které vytvářejí rámec pro postupný rozvoj organizace. Je však nezbytné dále posilovat kapacity a rozšiřovat zdroje pro dlouhodobě udržitelný růst. • Zlepšený, ale stále rozvíjený onboarding a komunikace s novými členy Proces přihlašování a zapojení nových členů se v uplynulém období zefektivnil a stal se přístupnějším. Nadále je však potřeba rozvíjet systém uvítací komunikace, prezentovat přidanou hodnotu členství a prohlubovat propojení mezi novými a stávajícími členy. • Trvající nejednotnost postojů uvnitř členské základny TESSEA sdružuje široké spektrum organizací s rozdílnými typy činností i názory, zejména v otázkách legislativy a financování. To někdy komplikuje dosažení jednotného stanoviska či jasného veřejného postoje. • Nedostatečné personální kapacity TESSEA disponuje množstvím nápadů a návrhů na rozvoj, avšak jejich realizaci často limituje omezený počet pracovníků a vysoká administrativní zátěž.
PŘÍLEŽITOSTI	• Začít systematicky lobbovat za evropskou definici a vnímání sociálního podnikání v Česku a tuto aktivitu představit členům jako přínos členství v TESSEA. • Otevírat téma ESG v rámci sociálního podnikání a pomáhat členům lépe pochopit tuto oblast a využít její příležitosti. • Najít si ambasadory tématu a profilovat se také skrze jejich aktivity. • Ve spolupráci s akademickou sférou připravit metodu hodnocení dopadů sociálního podnikání a dál s metodou a daty pracovat v komunikaci.
HROZBY	• Rostoucí konkurence v oblasti sociálního podnikání Téma sociální ekonomiky se stává čím dál atraktivnějším pro nové subjekty, včetně komerčních firem a konzultačních agentur. Tyto nové iniciativy mohou přebírat prostor v mediálním i odborném diskurzu, přestože často nemají hlubší znalost či vazbu na hodnoty sociálního podnikání. • Konkurenční prostředí ze strany projektů financovaných z veřejných zdrojů Projekt MPSV na podporu sociálního podnikání do značné míry kopíruje a dubluje poslání i aktivity TESSEA, přičemž disponuje výrazně větší dotační podporou. To může oslabovat pozici TESSEA jako nezávislé odborné platformy a komplikovat získávání vlastních zdrojů. • Legislativní nejistota a změny právního rámce Novela zákona o sociálním podnikání a souvisejících předpisů může

	přinést nejasnosti nebo zvýšit administrativní zátěž pro sociální podniky. To může mít dopad jak na činnost samotných podniků, tak na advokační a podpůrnou práci TESSEA. Změny v prioritách a aktivitách MPSV Směřování či způsob komunikace Ministerstva práce a sociálních věcí může ovlivnit vnímání tématu sociální ekonomiky a potenciálně i reputaci TESSEA, pokud nebudou kroky ministerstva dostatečně koordinovány s odbornou praxí. Omezená flexibilita vnitřních procesů Přestože se interní fungování TESSEA v posledním období zlepšilo, rozhodovací procesy zůstávají poměrně komplexní a mohou zpomalovat reakci na nové příležitosti či krizové situace. Nejasně vnímaná přidaná hodnota členství Část členských aktivit TESSEA se překrývá s programy externích partnerů (např. SPointy nebo Sociální bankovníctví České spořitelny), které jsou otevřené i nečlenům. Pro dlouhodobou motivaci členů je proto klíčové jasně definovat a komunikovat jedinečnou hodnotu členství v TESSEA.
--	--

2 CÍLOVÉ SKUPINY

Pro komunikaci TESSEA jsme určili několik základních cílových skupin. Každá z nich má odlišné potřeby, motivace i očekávání – proto je nezbytné k nim přistupovat diferencovaně a volit odpovídající komunikační kanály, formy i obsah sdělení. Cílem je, aby komunikace byla srozumitelná, přiměřená úrovni znalosti tématu a zároveň budovala důvěru a povědomí o hodnotách sociální ekonomiky.

2.1 Cílové skupiny komunikace TESSEA

Pro komunikaci TESSEA jsme určili několik základních cílových skupin. Každá z nich má odlišné potřeby, motivace i očekávání – proto je nezbytné k nim přistupovat diferencovaně a volit odpovídající komunikační kanály, formy i obsah sdělení. Cílem je, aby komunikace byla srozumitelná, přiměřená úrovni znalosti tématu a zároveň budovala důvěru a povědomí o hodnotách sociální ekonomiky.

2.2 Členové TESSEA a členské organizace

Hlavní interní cílová skupina, pro kterou TESSEA představuje zastřešující platformu.

Cílem komunikace je posilovat sounáležitost, informovanost a aktivní zapojení členů do činnosti sítě.

Témata, která členy zajímají: legislativní změny (zejména zákon o ISP, §78 zákona o zaměstnanosti), metodiky k integrační podpoře, dobrá praxe sociálních podniků, veřejné zakázky, financování a dotační příležitosti, networking, firemní partnerství a rozvoj značky sociálního podniku.

Prioritní sdělení: přínosy členství, sdílení zkušeností, aktuální výzvy, legislativní novinky, pozvánky na akce a vzdělávání.

Kanály: e-mailing, newsletter TESSEA, členská sekce webu, online setkání, sociální sítě (uzavřené skupiny), regionální akce.

DOPORUČENÍ:

1. Pracovat s náborem strategií členství a následnými aktivy, které TESSEA pro členy dělá. Je zapotřebí mít na zřeteli otázky:

- Chceme mít hodně členů, a tak šířit osvětu nebo spíše méně členů, které si ale budeme pečlivě vybírat a členství v TESSEA se stane známkou kredibility pro další partnery?
- Chceme vytvářet přidanou hodnotu skrze vzdělávací aktivity? Pokud ano, budou za poplatek otevřené také pro ne-členy (viz např. model PR Klub)?
- Jak zaktivizovat stávající členy, aby se zapojovali do akcí TESSEA a dál šířili dobré jméno TESSEA?

2. Aktivně mapovat potřeby členů.

- 2x ročně rozeslat dotazník se zpětnou vazbou a výběrem z možností, čemu by se členové chtěli věnovat, co potřebují, co je trápí.
- Vytvářet program TESSEA, který reflektuje zpětnou vazbu členů (např. setkávání ředitelů sociálních podniků).
- Vytváření rubrik pro newsletter a pro sociální sítě, aby se prezentovali jak aktivity členů, tak poskytovaly vzdělávací hodnotu pro sledující.

2.3 Potenciální členové a zájemci o spolupráci

Tvoří je sociální podniky, zaměstnavatelé na chráněném trhu práce, neziskové organizace a další subjekty sdílející principy sociální ekonomiky.

Cílem komunikace je představit hodnotu členství, zviditelnit benefity a usnadnit vstup do sítě.

Témata, která je zajímají: jak se stát členem TESSEA, přehled aktivit sítě, přidaná hodnota

členství, legislativní rámec sociálního podnikání, úspěšné příklady členů, možnosti spolupráce, certifikace a uznání značky sociálního podniku.

Kanály: web TESSEA, LinkedIn, Facebook, osobní kontakt na akcích, regionální partneři, PR články, informační materiály.

2.4 Veřejná správa, kraje a státní instituce

Do této skupiny patří zástupci MPSV, MPO, MŽP, MMR, krajských úřadů, měst a obcí. TESSEA vůči nim vystupuje jako odborný partner a reprezentant sektoru.

Cílem komunikace je posilovat důvěru, spolupráci a prosazování systémových změn podporujících sociální podnikání.

Témata, která je zajímaví: dopady sociálního podnikání na zaměstnanost, regionální rozvoj, ESG, environmentální přínosy, měření dopadů, legislativní stabilita a efektivita dotací.

Kanály: oficiální stanoviska, policy briefe, přímá jednání, konference, kulaté stoly, LinkedIn, newsletter pro partnery.

DOPORUČENÍ: Z komunikačního hlediska je u těchto subjektů a jejich představitelů (úředníci i političtí funkcionáři) velice důležité navazovat **osobní vazby**. Je proto správně, že zástupci TESSEA se účastní veřejných a odborných debat, kde kontakty s těmito osobami mohou navazovat a utužovat vztahy. Doporučujeme také **přidat aktivní komunikaci na síti LinkedIn**, kde se hlavní představitelé TESSEA propojí s klíčovými představiteli státní správy a budou i v online prostoru vést debatu o sociálním podnikání, která povede k širšímu organickému dosahu a naplnění cíle být aktivní v komunikaci

2.5 Odborná a akademická veřejnost

Tvoří ji výzkumníci, univerzity, studenti, think-tanky a lektorská centra.

Cílem komunikace je rozvíjet odborný dialog, přenášet data z praxe do výzkumu a posilovat analytické zázemí TESSEA.

Témata, která je zajímaví: dopad sociální ekonomiky, měření přínosů, evropské trendy, ESG reporting, výzkum integračních podniků, inovace v sociální ekonomice.

Kanály: odborné články, publikace, konference, partnerské projekty, spolupráce na výzkumech, odborné kulaté stoly.

2.6 Média a širší veřejnost

Tato skupina formuje veřejné povědomí o sociálním podnikání.

Cílem komunikace je popularizovat téma, prezentovat přínosy sociální ekonomiky a bourat stereotypy o „dotační závislosti“.

Témata, která média a veřejnost zajímají: lidské příběhy, společenský dopad, lokální ekonomika, udržitelnost, začleňování znevýhodněných osob, propojení byznysu a solidarity.

Kanály: tiskové zprávy, rozhovory, reportáže, PR články, sociální sítě, videa, podcasty, storytelling.

DOPORUČENÍ: Komunikačními kanály pro laickou veřejnost je komunikace skrze média a skrze jednotlivé členy TESSEA, ale i formou influencerů, nových komunikačních forem podcasty, videocasty, apod.

2.7 Firemní sektor a strategičtí partneři

Tvoří jej komerční firmy, CSR oddělení, nadace a korporace, které hledají smysluplnou formu spolupráce.

Cílem komunikace je ukázat sociální podnikání jako spolehlivého partnera pro naplňování cílů udržitelnosti a ESG.

Témata, která je zajímají: inkluze, lokální dodavatelské řetězce, odpovědné veřejné zakázky, měření dopadů, společenská odpovědnost, možnosti partnerství.

Kanály: osobní jednání, networking, konference, LinkedIn, odborné publikace, partnerské projekty.

DOPORUČENÍ: Jako první krok je nutné vytvořit si etický kodex pro financování. Z pohledu komunikace by o firemní donory a partnery měl začít pečovat fundraising TESSEA. V tomto směru je komunikace velice závislá od osobních vazeb fundraisera, potažmo vedení TESSEA, a představitelů jednotlivých firem nebo firemních nadací. Doplňkově doporučujeme začlenit představitele firem také do newsletteru TESSEA.

2.8 Evropské a mezinárodní instituce

Zahrnují evropské sítě (zejména ENSIE), platformy a instituce EU podporující sociální ekonomiku.

Cílem komunikace je reprezentovat českou praxi, sdílet zkušenosti a aktivně se zapojovat do mezinárodního dialogu.

Témata, která je zajímají: implementace evropského akčního plánu pro sociální ekonomiku, legislativní rámec, spolupráce mezi státy, podpora sociálních inovací, zapojení českých subjektů

do evropských projektů.

Kanály: mezinárodní konference, online platformy, projektová spolupráce, oficiální dokumenty a stanoviska, newslettery a sítě ENSIE.

DOPORUČENÍ:

1. Promyslet si náborou strategií členství a následné aktivity, které TESSEA pro členy dělá. Je zapotřebí zodpovědět si na otázky:

- Chceme mít hodně členů, a tak šířit osvětu nebo spíše méně členů, které si ale budeme pečlivě vybírat a členství v TESSEA se stane známkou kredibility pro další partnery?
- Chceme vytvářet přidanou hodnotu skrze vzdělávací aktivity? Pokud ano, budou za poplatek otevřené také pro ne-členy (viz např. model PR Klub)?
- Jak zaktivizovat stávající členy, aby se zapojovali do akcí TESSEA a dál šířili dobré jméno TESSEA?

2. Začít aktivně mapovat potřeby členů.

- 2x ročně rozeslat dotazník se zpětnou vazbou a výběrem z možností, čemu by se členové chtěli věnovat, co potřebují, co je trápí.
- Vytvářet program TESSEA, který reflektuje zpětnou vazbu členů (např. setkávání ředitelů sociálních podniků).
- Vytváření rubrik pro newsletter a pro sociální sítě, aby se prezentovali jak aktivity členů, tak poskytovaly vzdělávací hodnotu pro sledující.

3 CÍLE KOMUNIKACE

Komunikace TESSEA má za cíl podporovat dlouhodobé postavení organizace jako národní autority v oblasti sociální ekonomiky. Strategie se zaměřuje na odbornou důvěryhodnost, popularizaci tématu, posilování sítě členů a srozumitelné přibližování principů sociálního podnikání širší veřejnosti.

3.1 Strategické cíle komunikace TESSEA

- 1. Budovat profil TESSEA jako odborného partnera pro instituce v oblasti sociálního podnikání.**
TESSEA chce být vnímána jako stabilní, respektovaná a kompetentní organizace, která dokáže odborně zastupovat sektor vůči ministerstvům, krajům, obcím a evropským institucím. Cílem je, aby byla přirozeným partnerem pro tvorbu politik, konzultace legislativy a implementaci programů sociální ekonomiky.
- 2. Posilovat povědomí o sociálním podnikání a vyvracet mýty.**
Veřejnost často spojuje sociální podnikání výhradně s chráněnými dílnami nebo s dotační závislostí. Komunikace TESSEA má ukazovat pestrost sociální ekonomiky, její ekonomický přínos, inovativní přístupy a pozitivní dopady na společnost i životní prostředí.
- 3. Podporovat rozvoj sociální ekonomiky a propojování aktérů.**
Cílem komunikace je nejen šířit informace, ale aktivně přispívat k rozvoji oboru – například podporou vzdělávání, síťování, přenosem dobré praxe a spoluprací napříč sektory (neziskový, firemní, veřejný).
- 4. Profilovat TESSEA jako lídra tématu sociální ekonomiky v ČR.**
TESSEA se chce prezentovat jako hlavní platforma, která sjednocuje hlas sektoru, přináší odborná stanoviska, data a návrhy řešení. Součástí tohoto cíle je pravidelné veřejné vystupování, odborná moderace konferencí a publikování analýz, které formují diskusi o sociální ekonomice.
- 5. Vysvětlovat, že sociální ekonomika není „chráněná dílna“.**
TESSEA chce dlouhodobě přispívat ke kultivaci jazyka a porozumění tématu. Sociální podnikání má být vnímáno jako moderní a inovativní součást ekonomiky, která propojuje ekonomickou udržitelnost s pozitivním společenským dopadem.
- 6. Edukace společnosti prostřednictvím nových komunikačních forem.**
TESSEA chce využívat moderní formáty – podcasty, videocasty, krátká videa, vizuální storytelling, rozhovory a zapojení influencerů nebo ambasadorů z praxe. Cílem je přiblížit téma novým skupinám, zejména mladší generaci, a rozšířit dosah mimo tradiční odbornou komunitu.

3.1.1 TESSEA jako střešní organizace/ asociace

Komunikace TESSEA by měla dlouhodobě posilovat její identitu jako **asociace odborníků, institucí a podniků, které sdílejí hodnoty sociální ekonomiky.**

Hlavní pilíře komunikace TESSEA jako asociace:

- **Odbornost a partnerství** – TESSEA je respektovaným odborným partnerem institucí a médií.
- **Znalost oboru sociální ekonomiky** – sdílí aktuální data, výzkumy a legislativní informace.
- **Podpora rozvoje sociální ekonomiky** – prostřednictvím vzdělávání, advokačních aktivit a spolupráce členů.
- **Komunita a sounáležitost** – vytváří prostor pro setkávání, sdílení zkušeností a vzájemnou podporu.
- **Legislativní rámec a jeho výklad** – odborně vysvětluje dopady zákona o sociálním podnikání a související legislativy.

3.2 TEMATICKÉ OKRUHY KOMUNIKACE PRO ROK 2024

Komunikace TESSEA v období 2025–2026 navazuje na předchozí strategii a reflektuje aktuální legislativní, společenské a ekonomické změny v oblasti sociální ekonomiky. Cílem je posilovat odborné postavení TESSEA, podporovat informovanost členů, propojovat sociální podniky s dalšími sektory a rozšiřovat povědomí o sociální ekonomice mimo její „vnitřní kruh“.

Sociální ekonomika jako nástroj společenské změny

- Představování sociální ekonomiky jako moderní a udržitelné součásti ekonomiky.
- Vysvětlování principů, dopadů a přidané hodnoty sociálních podniků pro společnost, komunitu a životní prostředí.
- Osvěta zaměřená na mladší generaci – nový způsob komunikace (video, podcasty, influenceři, storytelling).
- Téma: „*Sociální ekonomika jako budoucnost práce a udržitelného podnikání.*“

Implementace a dopady zákona o integračních sociálních podnicích

- Výklad nového zákona č. 468/2024 Sb. a jeho praktické dopady na fungování sociálních podniků.
- Spolupráce s MPSV, kraji a členskou základnou na vývoji metodik a sdílení příkladů z praxe.
- Téma: „*Jak na integrační podporu v praxi – legislativa, metodika, financování.*“
- Pravidelná série online webinářů a metodických workshopů.

Propojování sociálních podniků s byznysem a regiony

- Byznysová témata, příklady spolupráce s firemní sférou a sociálními podniky.

- Partnerství s kraji, municipalitami a lokálními podniky – podpora komunitních strategií a lokální ekonomiky.
- Téma: „*Odpovědné partnerství: sociální podniky a byznys pro udržitelnou budoucnost.*“
- Rozvoj konceptu **Business Speed Dating TESSEA** a **regionálních fór sociální ekonomiky**.

ESG , CSR a udržitelnost

- Propojování „S“ pilíře ESG s principy sociální ekonomiky.
- Téma: „*Sociální podnikání jako praktická aplikace ESG principů.*“
- Prezentace dat o dopadech sociálních podniků, měření efektů, reporting.
- Spolupráce s univerzitami a experty na udržitelnost a dopadové investování.

Sdílení dobré praxe a příběhů členů TESSEA

- Pravidelné zveřejňování inspirativních příběhů členů TESSEA a jejich zaměstnanců.
- Téma: „*Lidé sociální ekonomiky – příběhy, které mění svět kolem nás.*“
- Rozhovory, krátká videa, podcasty a vizuální kampaně.
- Zapojení členů do spolupráce obsahu (členská sekce, newsletter, sociální sítě).

Odpovědné veřejné zadávání a inkluzivní trh práce

- Popularizace principů odpovědného veřejného zadávání, prezentace metodik a příkladů z praxe.
- Téma: „*Veřejné zakázky jako nástroj změny – jak může stát i samospráva podpořit sociální ekonomiku.*“
- Spolupráce s MPSV, MPO a krajskými úřady.
- Účast na odborných panelech a pracovních skupinách.

Sociální ekonomika a kultura / komunitní rozvoj

- Ukazování přínosů sociálních podniků v oblasti kultury, ochrany památek, komunitního života a lokální identity.
- Téma: „*Sociální podnikání jako nositel kulturního a komunitního dědictví.*“
- Komunikace s obcemi, kulturními centry a vzdělávacími institucemi.

Evropská spolupráce a mezinárodní kontext

- Sdílení zkušeností a inspirace z evropských zemí (ENSIE, B-WISE, CEFEC apod.).
- Téma: „*Evropské trendy sociální ekonomiky – co může Česko nabídnout a čím se může inspirovat.*“
- Prezentace českých příkladů na evropských fórech.
- Účast TESSEA v evropských projektech a diskusích o implementaci Akčního plánu pro sociální ekonomiku.

3.3 KOMUNIKAČNÍ ARGUMENTY

Komunikační argumenty představují základní pilíře, o které se TESSEA opírá při prezentaci své práce, hodnot a významu sociální ekonomiky.

Jejich úkolem je sjednotit jazyk, který používáme vůči institucím, členům, médiím i veřejnosti – tak, aby komunikace byla **srozumitelná, důvěryhodná a hodnotově ukotvená**.

Apolitickost

TESSEA je odborná a hodnotově ukotvená platforma, nikoli politický subjekt.

V komunikaci je důležité zdůrazňovat, že TESSEA zastupuje zájmy všech sociálních podniků bez ohledu na politickou orientaci aktuální vlády či vedení ministerstev.

Klíčové sdělení: „Sociální ekonomika je věcí praxe a lidí, nikoli politických preferencí.“

Využití: ve veřejných vystoupeních, tiskových zprávách, v reakci na legislativní návrhy, v komunikaci s médii i státní správou.

Koncepčnost

TESSEA prosazuje dlouhodobě koncepční přístup k rozvoji sociální ekonomiky – nejedná ad hoc ani reaktivně, ale vychází z odborných dat, zkušeností členů a evropských trendů.

Koncepčnost vyjadřuje stabilitu, odbornost a důvěryhodnost organizace.

Klíčové sdělení: „Sociální ekonomika potřebuje dlouhodobé plánování, ne krátkodobé projekty.“

Využití: v policy dokumentech, strategických prezentacích, ve spolupráci s MPSV, MPO, kraji i evropskými partnery.

Praktické znalosti

TESSEA vychází z reálné praxe sociálních podniků a zná jejich každodenní realitu – ekonomickou, legislativní i lidskou.

To jí umožňuje poskytovat kvalifikované návrhy, odborné komentáře a realistická řešení.

Klíčové sdělení: „TESSEA zná praxi sociálních podniků, protože ji sama spoluvytváří.“

Využití: při tvorbě metodik, vzdělávacích aktivit, konzultacích s institucemi, v médiích.

Mezioborovost

TESSEA propojuje ekonomiku, sociální oblast, environmentální témata, komunitní rozvoj i vzdělávání.

Tento přesah je jedinečným přínosem sociální ekonomiky – ukazuje, že inovace vznikají na průsečíku oborů.

Klíčové sdělení: „Sociální ekonomika spojuje, co společnost často odděluje – ekonomiku, solidaritu a udržitelnost.“

Využití: v kampaních, na konferencích, při oslovování partnerů z akademické, veřejné i firemní sféry.

Neziskové podnikání

TESSEA vysvětluje, že sociální podnikání není opakem zisku, ale jiným způsobem jeho využití – zisk je prostředkem k dosažení společenského dopadu, nikoli cílem.

Tento princip je klíčový pro pochopení ekonomické logiky sociální ekonomiky.

Klíčové sdělení: „Sociální podnikání podniká s cílem zlepšovat život lidí, ne maximalizovat zisk.“

Využití: v edukativních materiálech, při jednáních s médii, v osvětových aktivitách, při komunikaci s byznysem.

Sociální podnikání jako fenomén

TESSEA prezentuje sociální podnikání jako moderní, inovativní a perspektivní trend, který propojuje ekonomickou efektivitu s lidskostí a odpovědností.

Fenomén sociálního podnikání překračuje hranice neziskového sektoru a ukazuje nový model fungování ekonomiky.

Klíčové sdělení: „Sociální podnikání je budoucnost práce – propojuje ekonomiku a solidaritu.“

Využití: v PR aktivitách, v kampaních, při spolupráci s médii a na mezinárodních fórech.

Solidární ekonomika

TESSEA navazuje na evropskou tradici solidární ekonomiky, která staví na hodnotách spolupráce, spravedlnosti a sdílené odpovědnosti.

Tento koncept přináší do veřejné debaty nový pohled na podnikání – důraz na člověka, komunitu a planetu.

Klíčové sdělení: „Solidární ekonomika vytváří prostor pro lidi, ne pro maximalizaci zisku.“

Využití: při mezinárodních prezentacích, v komunikaci s akademickou a odbornou veřejností, při vysvětlování principů TESSEA mimo sektor.

3.4 Shrnutí jak argumenty využívat

Externí komunikace: využívat jako jednotnou linii pro tiskové zprávy, veřejné vystoupení a reakce na aktuální dění.

Interní komunikace: sjednocovat jazyk organizace, členů a partnerů.

Advokační a expertní práce: podpořit argumenty při jednáních s ministerstvy, politiky či médii.

Edukace a PR: používat argumenty jako nosné myšlenky při prezentacích, kampaních, workshopech a na webu TESSEA.

4 KOMUNIKAČNÍ KANÁLY (aktualizace 2025–2026)

TESSEA v současnosti využívá kombinaci osobních, digitálních a mediálních kanálů, které umožňují pravidelný kontakt se členy, odbornou i laickou veřejností a klíčovými institucemi. Cílem strategie pro období 2025–2026 je tyto kanály dále profesionalizovat, sjednotit obsahově i vizuálně a zvýšit jejich dopad mimo komunitu sociálních podniků.

4.1 TONALITA

Tonalita komunikace, někdy nazývaná také **tone of voice (ToV)**, je klíčovým aspektem identity značky. Vyjadřuje, jakým způsobem značka komunikuje se svým publikem, a to jak písemně, tak ústně. Nejde jen o to, co říkáte, ale i jak to říkáte. Tonalita zahrnuje volbu slov, gramatiku, styl psaní, tón hlasu a další faktory, které ovlivňují celkový dojem z komunikace. Tonalita komunikace by měla být v souladu s celkovými hodnotami a cíli značky.

Pro TESSEA doporučujeme sebevědomou, jasnou a srozumitelnou tonalitu.

- Vážná/vtipná - tonalita TESSEA je ve středu. Témata, která TESSEA řeší jsou často komplexní a odborná. Nehodí se k nim proto příliš vtipný tón, nebo využití nástrojů jako memes. Na druhou stranu nechceme být ani zcela vážní, aby bylo zřejmé, že TESSEA není státní instituce a mluví lidským a srozumitelným jazykem.
- Formální/neformální - TESSEA je spíše formální. V přímé komunikaci vyká, využívá spisovnou řeč.
- Uctivý/neuctivý - TESSEA je spíše uctivá, ale pořád si zachovává lidský přístup v tonalitě komunikace. Není přehnaně uctivá ani archaická. Nepouští se ale do veřejných konfrontací ani přímo nekritizuje formální autority.
- Nadšený/věcný - TESSEA a její členové mají zápal pro aktivity, kterým se věnují. Je to zřejmé i z komunikace TESSEA. Zároveň si ale TESSEA zachovává pozici odborníka a proto si nedovoluje takovou míru nadšení, která by mohla být pokládána za neprofesionální.



4.2 Osobní setkání se členy

TESSEA pravidelně pořádá setkání pro svých přibližně 60 členů. Ne všichni se účastní aktivně, ale přítomní členové vykazují vysokou míru zapojení a zájmu o rozvoj TESSEA. Častým tématem je poptávka po sdílení zkušeností, propojování, vzdělávání a dalším rozvoji sociálního podnikání – například v kontextu spolupráce s byznysem.

Cíle pro období 2025–2026:

- Zvýšit účast členů a podpořit jejich aktivní zapojení.
- Vytvářet prostor pro vzájemné sdílení a inspiraci.
- Posilovat vnímání přidané hodnoty členství.
- Využívat osobní setkání k získávání příběhů, námětů a zpětné vazby pro další komunikaci TESSEA.

4.3 Newsletter TESSEA

Newsletter je klíčovým nástrojem pravidelné komunikace. Vychází cca 10× ročně a informuje o činnosti TESSEA, novinkách v legislativě, výzvách i aktivitách členů. Odběr má cca 285 osob z řad členů i příznivců TESSEA přičemž míra otevření e-mailů je více jak 90%.

Doporučení a cíle:

1. **Zvýšit počet odběratelů** – propagovat odběr newsletteru na webu a sociálních sítích, využít formát LinkedIn zpravodaje.
2. **Získat zpětnou vazbu** – zapojit členy do hodnocení struktury a obsahu newsletteru.
3. **Rozšířit obsah** – posílit rubriky jako „Z praxe členů“, „TESSEA doporučuje“, „Legislativní okénko“.
4. **Komunikovat protihodnotu členství** – představovat konkrétní přínosy a dopady zapojení v TESSEA.

4.4 Sociální sítě

TESSEA aktivně využívá profily na **Facebooku** a **LinkedInu**, doplňkově využívá **YouTube** pro záznamy webinářů a akcí. Facebook slouží především pro informování členů, zaměstnanců sociálních podniků a širší komunitu, zatímco LinkedIn je zaměřen na státní správu, firemní partnery a odbornou veřejnost.

Aktuální stav:

- Na LinkedInu je kromě oficiální stránky TESSEA aktivní také Tereza Dostálová a Radko Dražil, jejichž osobní profily má silný dosah.
- Obsah TESSEA je konzistentní, ale frekvence se srovnala s konkurenčními subjekty.

Doporučení:

- **Facebook:** sdílení aktualit, pozvánek na akce, obsah členů, reportáže z eventů, upozornění na úspěchy.
- **LinkedIn:** odbornější příspěvky – legislativa, dopady zákona o ISP, ESG, data a analýzy.
- **YouTube:** krátká videa, rozhovory, inspirace z praxe.
- **Osobní profily lídrů TESSEA:** zapojit vedení a členy správní rady do osobní komunikace na sítích.
- **Cíl:** zvýšit počet sledujících o 50 % do konce roku 2026, posílit vizibilitu TESSEA jako hlavní autority tématu.

4.5 Web TESSEA

Web TESSEA je klíčovým prezentačním kanálem, jehož struktura i obsah prošli revizí v rámci přechodu na nový web. Chybí zde jasnější vyjádření přidané hodnoty TESSEA, přehled aktivit a srozumitelná výzva k zapojení. Stránka působí popisně, ale málo příběhově – návštěvník se nedozví, proč TESSEA existuje a jaký má dopad.

Návrhy na vylepšení:

- Přidat výrazné CTA prvky („Staňte se členem“, „Zjistěte, co děláme“).
- Doplnit přehled **výhod členství** a profily členských organizací.
- Vytvořit **kalendář akcí** a sekci „Z praxe členů TESSEA“.
- V úvodní části webu posílit osobní a vizuální rovinu – např. krátké video, mapu členů nebo infografiky.

Doporučení pro aktualizaci:

- Upravit texty a vizuální strukturu, aby web lépe vysvětloval činnost TESSEA a benefity členství.
- Přidat **kalendář akcí** a prostor pro zpětné dohledání pozvánek a výstupů.
- **Cíl:** Propojit web s analytikou (Google Analytics 4) a měřit dopad jednotlivých kanálů

4.6 Ambasadoři a influenceri

V současnosti TESSEA s ambasadory tématu aktivně nepracuje. Do budoucna má potenciál vytvářet spolupráce s osobnostmi, které mohou autenticky šířit principy sociální ekonomiky.

Doporučení:

- Identifikovat „regionální ambasadory“ z řad členů a partnerských organizací.
- Spolupracovat s veřejně známými zástupci sociálního podnikání (např. Kokoza, Ergotep, nebo zástupci integračních podniků).
- Využívat ambasadory jako řečníky, hosty podcastů a tváře kampaní TESSEA.

4.7 Eventy a odborné akce

Eventy jsou jedním z nejsilnějších komunikačních nástrojů TESSEA. Organizace se účastní většiny klíčových akcí o sociálním podnikání – jako řečník, moderátor nebo partner.

Cíl: aby se TESSEA objevila na každé důležité akci související se sociálním podnikáním v ČR.

Doporučení:

- Sledovat systematicky kalendář akcí v ČR i zahraničí.
- Z každé účasti získávat nové kontakty a převádět je do sledujících na sociálních sítích či odběratelů newsletteru.
- Využívat eventy i jako **nástroj náboru nových členů**.
- Dokumentovat akce fotograficky a audiovizuálně, sdílet výstupy na webu a sítích.

4.8 PR a média

TESSEA využívá mediální komunikaci zatím spíše reaktivně – reaguje na dotazy novinářů nebo legislativní události. Nejaktivnější mediální komunikace probíhá ve spojení s představiteli TESSEA, zejména ředitelkou Terezou Dostálovou, a členy správní rady, jako např. Anna Šimonová, Radko Dražil, či dalšími členy TESSEA.

Analýza mediálního obrazu (2025):

V roce 2025 zaznamenalo téma sociálního podnikání v českém mediálním prostoru další nárůst pozornosti. Odhadem **150–250 mediálních výstupů** (včetně regionálních Deníků, zpravodajských serverů a oborových portálů) se věnovalo legislativním změnám, příkladům dobré praxe či aktivitám střešních organizací a ministerstev.

Zajímavým momentem roku bylo také to, že se téma sociálního podnikání objevilo i v jednom z nejsledovanějších českých televizních seriálů – **Ulice**. Díky tomu se pojem „sociální podnikání“ dostal do širšího povědomí veřejnosti nejen jako sociální, ale i **podnikatelský koncept**, který může přinášet ekonomické i společenské přínosy.

Doporučení pro období 2026:

- Vytvořit **mediální plán** a databázi relevantních novinářů.
- Zintenzivnit **proaktivní medialobbying** – nabízet vlastní témata, komentáře a příběhy členů.
- Rozvíjet **mediální partnerství** u klíčových akcí TESSEA.
- Systematicky sledovat a vyhodnocovat mediální výstupy (monitoring).

4.9 Shrnutí: strategické směřování komunikačních kanálů (2025–2026)

TESSEA bude v příštích letech:

- Posilovat **osobní kontakt se členy** jako základ vztahové komunikace.
- Zefektivňovat **newsletter** a **web** jako hlavní zdroje informací.
- Aktivně rozvíjet **sociální síť** s důrazem na LinkedIn.
- Zapojoval **ambasador**y a osobnosti sociální ekonomiky.
- Budovat **mediální obraz TESSEA** jako respektované a kompetentní autority oboru.

	See	Think	Do	Care
Web TESSEA	členové - aktuality potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - základní informace o TESSEA	členové - aktuality, propojení na další členy potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - základní informace o TESSEA, kontakt	členové - aktuality, propojení na další členy, kontakt na TESSEA potenciální členové - kontakt, přihláška ke členství veřejná správa, CSR manažer - základní informace o TESSEA, kontakt, medailonky hlavních představitelů	členové - možnosti sdílení novinek z webu veřejná správa, CSR manažer - kontakt, medailonky hlavních představitelů, možnosti podpory
Newsletter členský	členové - aktuality	členové - aktuality	členové - aktuality, kanál pro prezentaci vlastních aktivit	členové - aktuality, kanál pro prezentaci vlastních aktivit
Newsletter externí	chceme motivovat k odběru NL	chceme motivovat k odběru NL	potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - informace o aktivitách TESSEA, jejich členech, možnosti zapojení a sdílení vlastních relevantních aktivit	potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - informace o aktivitách TESSEA, jejich členech, možnosti zapojení a sdílení vlastních relevantních aktivit
Sociální síť TESSEA	členové - aktuality potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - chceme motivovat ke sledování	členové - aktuality potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - chceme motivovat ke sledování	členové - aktuality, posílají vlastní tipy na novinky potenciální členové, veřejná správa, CSR manažer - aktuality	všechny skupiny - sdílí obsah z našich sítí
Sociální síť osobní	všechny skupiny - propojení	všechny skupiny - propojení	všechny skupiny - komentáře, osobní zprávy	všechny skupiny - komentáře, osobní zprávy, sdílení
Média/PR	všechny skupiny - zviditelnění značky TESSEA			všechny skupiny - zájem o názor TESSEA k odbornému tématu
Osobní setkání členů	členové - pravděpodobně mají informaci	členové - nemohou nebo nemají motivaci se zúčastnit	členové - aktivní účast	členové - aktivně se podílí na přípravě

5 KONKURENCE

Analýza prostředí sociální ekonomiky nemá za cíl vymezovat konkurenci, ale **hledat prostor pro spolupráci, průniky a společné cíle**. TESSEA vychází z přesvědčení, že **synergie mezi aktéry je dlouhodobě efektivnější než konkurenční přístup** – skutečný rozvoj sociální ekonomiky vyžaduje sdílení zkušeností, propojování a vzájemnou podporu.

V posledních letech se v tomto prostoru objevuje stále více subjektů a iniciativ, které se různými způsoby podílejí na rozvoji tématu sociálního podnikání. TESSEA v tom vidí příležitost ke **vzájemnému učení, sdílení know-how a posilování společného dopadu**.

Cílem je budovat **partnerské vztahy založené na důvěře, transparentnosti a respektu k odlišným rolím a odbornosti jednotlivých aktérů**. TESSEA v těchto souvislostech vystupuje jako **odborný a apolitický partner**, který propojuje zkušenosti členské základny s expertní znalostí a strategickým pohledem na rozvoj celého sektoru.

Tento přístup umožňuje TESSEA nejen reagovat na aktuální výzvy, ale také **spoluformovat prostředí, v němž se sociální ekonomika rozvíjí jako otevřený a spolupracující ekosystém**.

5.1 DEKLARACE ODPOVĚDNÉHO PODNIKÁNÍ

Deklarace odpovědného podnikání je čitelná a srozumitelná platforma, která staví na jednoduché komunikaci a jasné formulovaných principech. Jejím členům – signatářům Deklarace – nabízí prostor pro sdílení závazku k odpovědnému podnikání, bez formálního procesu ověřování. Na rozdíl od toho **TESSEA klade důraz na hodnotové ukotvení a ověřování etické bezúhonnosti svých členů**, čímž zajišťuje dlouhodobou důvěryhodnost a profesionalitu sítě.

Deklarace není členskou organizací, ale **platformou s výrazným PR a politicko-komunikačním rozměrem**. Ve veřejné komunikaci působí aktivně – pravidelně informuje o činnosti svých signatářů, navazuje kontakt s veřejnou sférou a využívá známé osobnosti k posílení povědomí o tématu (např. Olga Richterová, Markéta Pekarová Adamová, Zdeněk Kosour a další). To přispívá k její viditelnosti i kredibilitě.

Mezi silné stránky Deklarace patří mimo jiné i to, že:

- sbírá a publikuje data a studie o odpovědném a sociálním podnikání,
- provozuje podcast a video rozhovory **CSR Talks**,
- organizuje ocenění **Zlatá Vážka**, které zviditelňuje příklady dobré praxe,
- provozuje portál **OZPkariéra.cz** s nabídkami práce pro osoby se znevýhodněním.

Ačkoliv Deklarace a TESSEA působí v odlišných rámcích – **Deklarace jako otevřená platforma pro odpovědné podnikání, TESSEA jako odborná a členská organizace sociálních podniků** – jejich aktivity se mohou vzájemně doplňovat. **V budoucnu je žádoucí hledat cesty ke spolupráci**, zejména v oblasti sběru dat, medializace úspěšných příběhů a společné komunikace směrem k veřejnosti i státní správě.

5.2 ASOCIACE ZAMĚSTNAVATELŮ NA CHRÁNĚNÉM TRHU AZZP

Asociace zaměstnavatelů zdravotně postižených (AZZP) je dlouhodobým partnerem TESSEA, se kterým sdílí společný zájem na rozvoji inkluzivního trhu práce a podpoře zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Obě organizace se doplňují – **TESSEA zastřešuje širší oblast sociální ekonomiky a integračního sociálního podnikání**, zatímco **AZZP se zaměřuje specificky na zaměstnavatele, kteří zaměstnávají více než 50 % osob se zdravotním postižením a poskytují náhradní plnění.**

Spolupráce obou subjektů se rozvíjí především v oblasti **advokační činnosti, vzdělávání a společných akcí**, jejichž cílem je zviditelnit přínos integračního zaměstnávání a posílit odbornou reprezentaci sektoru vůči veřejné správě i médiím.

AZZP sdružuje firmy, neziskové organizace a další zaměstnavatele, kterým poskytuje **aktualizované legislativní informace, metodickou podporu při žádostech o dotace a zprostředkovává vzdělávací aktivity.**

V komunikaci navenek využívá zejména **Facebook, LinkedIn a pravidelný newsletter**. Aktivita na LinkedInu je spíše umírněná, zatímco komunikace na Facebooku je pravidelná, aktuální a má vysokou míru zapojení sledujících. Nejčastěji sdílí novinky o svých členech, změny v legislativě a nabídky pracovních míst na chráněném trhu práce.

TESSEA a AZZP v současnosti směřují ke strategičtější spolupráci, která má za cíl posílit společný hlas integračních zaměstnavatelů a sociálních podniků, a to jak v oblasti legislativy, tak v odborné i veřejné komunikaci.

5.3 ČESKÉ SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ (AKTIVITA MPSV)

Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV) pro oblast sociálního podnikání provozuje síť **regionálních SPointů** a veškeré aktivity sdružuje pod portál **České sociální podnikání**. Tento portál zprostředkovává sociálním podnikům informace, vzdělávání, adresář podniků i poptávkové formuláře a dlouhodobě přispívá k větší informovanosti o sociálním podnikání v České republice.

Z pohledu TESSEA představuje projekt MPSV **dvojitý výzvu**.

Na jedné straně **zásadně ovlivňuje prostředí financování**, protože využívá veřejné prostředky ve značném rozsahu, čímž **omezuje možnosti TESSEA získávat vlastní zdroje prodejem služeb** na obdobné typy aktivit. Zároveň **v některých aspektech dubluje cíle a poslání TESSEA**, například v oblasti vzdělávání, poskytování informací a podpory sociálních podniků.

Na straně druhé je však MPSV také **kvalitním a respektovaným partnerem**, se kterým TESSEA dlouhodobě spolupracuje na společných cílech a sdílí snahu o systémový rozvoj sociální

ekonomiky.

Spolupráce probíhá jak na úrovni organizací, tak jednotlivých expertů – například **Karel Rychtář, Petra Francová, Markéta Vinkelhoferová, Anna Šimonová, Tereza Dostálová** či **Zuzana Dudáková** se v minulosti podíleli na expertní, konzultační, lektorské činnosti či odborné moderace v rámci aktivit Českého sociálního podnikání.

Portál **České sociální podnikání** dále provozuje vlastní **LinkedInovou skupinu**, **podcast o sociálním podnikání** a je aktivní také na **Facebooku**, kde pravidelně sdílí aktuality, příklady dobré praxe a informace o sociálních podnicích.

5.4 BREAKFAST STORY

Breakfast Story sdružuje chráněné dílny, kterým nabízí členství zdarma. Zprostředkovává pro ně následně zakázky ve formě cateringu nebo prodává jejich produkty na e-shopu. Není přímou konkurencí TESSEA – neřeší celospolečenská témata, ale spíše jednotlivým organizacím pomáhá získávat zakázky, na které by jinak nedosáhly. Prakticky jim pomáhá s prodejem a komunikací s klienty. Osobnost Lucie Hyblerové, která ale za Breakfast Story stojí je charismatická, o sociálním podnikání živě mluví a její projev je v mnohém velice přímý, jasný, čitelný, jednoduchý a moderní.

5.5 ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI

Asociace společenské odpovědnosti je asi nejznámější českou platformou, která prosazuje témata sociální udržitelnosti. Její hlavním tématem je prosazování cílů SDGs v českém kontextu a ve své platformě propojuje neziskový sektor s byznysem. Mezi jejich největší projekty patří Ceny SDGs, ESG žebříček, Giving Tuesday, konference Global Goals a obchod Nakup na dobro. Asociace je velice aktivní v komunikaci i ve vytváření podpory pro své členy. Pravidelně organizuje pro členy menší akce (networkingové snídaně), vzdělávací semináře, nebo prestižní akce s vysokým mediální zásahem (Global Goals Summit, vyhlášení Ceny SDGs). Pravidelně zasílá newslettery o aktivitách členů i o novinkách ze světa udržitelnosti a ESG. Členy podporuje také komunikačně – na svém webu zveřejňuje akce členů, tiskové zprávy, vytváří profily členů atd. Osobnost Lucie Mádlové je velice známá pro kohokoliv z českého prostředí CSR a potažmo ESG. Pravidelně přispívají na LinkedIn a Facebook. Jejich komunikace je na velice vysoké profesní úrovni – mají propracovanou grafiku a dokáží hezky odlehčit texty. Jejich slabou stránkou je, že nejdou příliš do hloubky tématu, ale to pravděpodobně ani není jejich záměrem – soustředí se na sdílení příkladů dobré praxe a na propojování svých členů.

5.6 HODNOTOVÁ PROPOZICE TESSEA VS KONKURENCE

V tabulce předkládáme souhrn toho, co sociální podniky chtějí (identifikace potřeb členů TESSEA, která vychází z workshopů), a srovnání s tím, co členům nabízí TESSEA vs konkurenti. Na základě tohoto srovnání navrhujeme vytvořit unikátní **hodnotovou propozici** TESSEA a **ukotvit si pozici TESSEA na trhu**.

	TESSEA	Deklarace	AZZP ČR	MPSV	ASO
peer to peer setkávání	? členských schůzí se účastní minimum členů	NE	NE	ANO	ANO
školení a workshopy	NE zástupci TESSEA jako jednotlivci školí skrze partnery, ale školení nejsou exkluzivní pro členy	ANO věnuje se vzdělávání, publikuje data, vzdělává skrze vlastní média není exkluzivní pro signatáře	ANO praktické semináře pro členy	ANO školí také zástupci TESSEA	ANO
přístup pro veřejné zakázky	? plánuje se vytvoření metodiky, informuje se o dotacích skrze newsletter	NE	ANO informace o výzvách a provozují portál pro náhradní plnění	ANO rozcestník pro financování + katalog pro náhradní plnění	NE ale propojují nezíská s byznysem skrze networking a Nakup na dobro
propojení na kraje a instituce	ANO	ANO silné propojení na politiky a instituce	?	ANO	NE
lobbying	? jistá forma diskuze probíhá, ale není shoda členů a nereflektuje se jejich názor	ANO aktivně	ANO	? rozhodují o legislativě	NE

sdílení příběhů	ANO aktivně skrze newsletter a sociální síť	ANO podcast, video, ceny Zlatá Váška	ANO	ANO	ANO
konference pro širokou veřejnost	ANO první ročník	ANO veletrhy, výstava, Týdny soc. podnikání	NE	NE ale pořádají řady workshopů a menších	ANO velice prestižní akce

				Setkání	
networking	? pouze formou členské schůze	ANO	?	ANO	ANO
témata ESG	NE	NE	NE	NE	ANO
zdroj hodnotných informací	ANO newsletter informuje o aktualitách i možnostech financování	ANO data, studie, pracovní nabídky	ANO	ANO	ANO