

SPECIÁLNÍ PŘÍLOHA

UDRŽITELNÁ SPOLEČNOST

Méně chemie na polích i ve zvířatech. Unie chce zelenější farmy, čeští statkáři odporují

Evropská strategie Farm to Fork má přimět zemědělce používat méně pesticidů, zajistit lepší podmínky zvířatům a zvýšit podíl půdy pro ekologické zemědělství. Cílem je zvýšit biodiverzitu a pomoci půdě zadržovat vodu. Ekozemědělci to vítají, zemědělská družstva varují před zdražováním potravin.

Zuzana Keményová zuzana.kemenyova@economia.cz

Teprve před pár týdny Evropský parlament přijal přelomovou ekologickou strategii pro zemědělství a potravinářství Farm to Fork, a už se kolem plánu formují dva protichůdné názorové tábory. Jedni říkají: je to vítaná změna a jediná cesta, jak hospodářit dlouhodobě v souladu s přírodou a dostávat na stůl zdravé jídlo nezatížené chemií a utrpením zvířat. Druhý tábor říká: je to zbytečná byrokracie, která jen zkomplikuje českým farmářům život a zdraží potraviny.

Strategie Farm to Fork, tedy od farmáře na vidličku, je součástí Zelené dohody pro Evropu (Green Deal) a má přispět k dosažení uhlíkové neutrality v Evropě do roku 2050, stejně jako zpomalit ubývání živočišných druhů, zmírnit erozi a znečištění vod. Stanovuje například, že evropské zemědělství má do roku 2030 omezit spotřebu pesticidů o 50 procent a minerálních hnojiv o 20 procent.

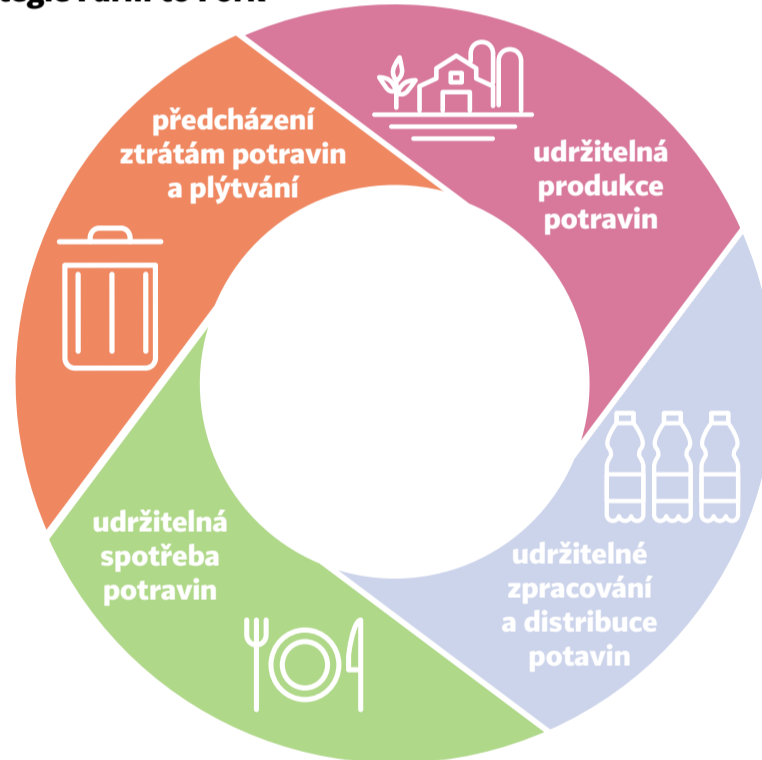
Podle strategie mají také státy zajistit, aby únik živin z půdy poklesl o polovinu. A také o polovinu omezit používání antibiotik v živočišné výrobě. Naopak podíl půdy využívané k ekologickému zemědělství by měl do roku 2030 vzrůst na 25 procent. Dílčí cíle pak například stanovují, že nejméně 10 procent zemědělské plochy má mít velmi rozmanité krajinné prvky, tedy například mokřady, příkopy, stromořadí a tak dále. Ty mají přispět ke snížení eroze a poslouží jako úkryt pro hmyz a divoká zvířata. Výsledkem toho všeho má být zdravější a rozmanitější krajina, kde se bude dařit jak původní přírodě, tak zemědělství.

Některé farmy už tak fungují roky

Ekozemědělec Martin Hutař, majitel Ekofarmy Probio ve Velkých Hostěrádkách na jižní Moravě, strategii vítá. „Na naší farmě to tak děláme už 12 let, ekologičtí zemědělci v celé republice už 30 let,“ poukazuje Hutař a hned dává konkrétní příklad, kde se už cíle podařilo dávno naplnit. „V regionu Velkých Hostěrádek došlo k navýšení výměry ekologického zemědělství v posledních několika letech ze 400 hektarů na více než 2000 hektarů. Přešlo na to tady asi sedm zemědělců,“ říká Hutař. Důvody jsou pragmatické: ekonomika a hospodaření v problematických přírodních podmínkách, kdy je režim ekologického zemědělství výhodnější, zčásti i díky dotacím.

Hutař dodává, že cíle strategie Farm to Fork u nich na farmě už nyní přepřelují a myslí si, že pro ochranu zemědělské krajiny je potře-

Strategie Farm to Fork



Cíle pro udržitelnou produkci potravin do roku 2030



Zdroj: Evropská komise, Farm to Fork

ba dělat ještě více, než navrhuje strategie. „Mrzí mě, že všichni hledají důvody, proč to nejde. Situace v zemědělství je hodně vážná. A znovu dokola vysvětlovat lidem, že potraviny musí mít vyšší cenu a že jen tak mohou vyžadovat vyšší kvalitu, regionálnost a podobně, to je úkol státu,“ myslí si Hutař. Je podle něj potřeba především regulovat levné

dovozy průmyslových potravin a vychovávat spotřebitele, aby ocenili kvalitu i vliv hospodaření na přírodu a krajinu. Vadí mu také, že peníze z dotací jdou mnohdy do zisku zemědělců a do zajištění levných potravin, a ne do zlepšování kvality vody, půdy a živin v ní. „Zemědělství se stalo lukrativním podnikáním. Důležité je, aby nyní stát uhlídal, že ze-

mědělci část dotací opravdu vložili na realizaci cílů určených ve Farm to Fork,“ nabádá Hutař.

Svaz: čeští zemědělci už jsou ekologičtí dost
Naopak proti strategii se vyhradil Zemědělský svaz ČR, který tvoří hlavně zemědělská družstva. Tvrdí, že ekologické cíle v ní obsažené sníží zemědělskou produkci v EU o pětinu a zvýší ceny produktů. „U hovězího masa bude zdražení téměř o 60 procent, u vepřového masa téměř o 48 procent, u mléka to bude 36 procent. U obilovin o 12 procent, u olejnin o 18 procent,“ říká předseda Martin Pýcha. Snížením produkce v Evropě se podle Pýchy zvýší produkce v jiných státech, což povede například k dalšímu odlesňování v Brazílii.

Svaz prý vnímá potřebu přizpůsobení se klimatické změně. Zemědělci jsou ti první, kteří ji zaznamenali a kdo jí jsou ohroženi. „Nejsme si ale jisti, zda prostředky, jako je snížení spotřeby pesticidů, minerálních hnojiv či změna struktury ve prospěch rostlinné výroby, přinesou očekávaný efekt. Některé z cílů strategie jdou dokonce přímo proti sobě, například požadavek na snížení použití minerálních hnojiv a jejich nahrazení statkovými (chlévský hnůj, močůvka, kejda, pozn. red.) a zároveň tlak na pokles počtu chovaných zvířat,“ upozorňuje mluvčí svazu Vladimír Pícha. Dodává, že evropské zemědělství jako jediný systém na světě dokázalo za posledních 30 let snížit emise skleníkových plynů o 20 procent i bez speciální strategie.

„Evropské zemědělství je nejvíce regulovaným obrem na světě a je už dávno tahounem vývoje k přírodě šetrným pracovním postupům. Cestu vidíme v dalším zlepšování už používaných postupů a ve vývoji nových technologií, jež zajistí současnou úroveň produkce a lepší vliv na okolní prostředí. Příkladem mohou být technologie precizního zemědělství, které umožnily snížit spotřebu pesticidů, minerálních hnojiv i paliv a zároveň zvýšit produktivitu práce,“ navrhuje Pícha.

Expert: pozdější náprava bude bolet víc

Pavel Kindlmann, profesor Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy, namítá, že Zemědělský svaz ČR a s nimi spojené organizace, zastupující vesměs velké podniky, vykreslují hrůzyplné scénáře zdražování potravin a poklesu produkce. „Jde ale o predikci pouze finančních dopadů v nejbližší budoucnosti. Na věc je však třeba pohlížet z dlouhodobého hlediska. Pokud něco neučiníme nyní, bude náprava v budoucnu bolestnější. Zástupci velkoagrárních podniků a agrochemických kombinátů se tak chovají jako ten, koho bolí zub, ale nejde k zubaři ze strachu z bolesti při zákroku,“ dává přirovnání Kindlmann.

Příloha: Udržitelná společnost

Ředitel speciálních projektů Aleš Mohout •

Vedoucí speciálního obsahu Jan Záluský •

Editor Tomáš Wehle • Grafika a zlom Vizualní studio Economia •

Obchod a inzerce Daniel Hort (daniel.hort@economia.cz)

Komentář

Jídlo – zkáza lidstva?

Robert Kičina

Každý rok se ve světě vyprodukuje 42 až 55 miliard tun oxidu uhličitého a toto číslo stále stoupá. Více než čtvrtinu těchto emisí má na svědomí potravinářství. Vzhledem k obrovskému množství skleníkových plynů vypouštěných do ovzduší se tak potravinářský průmysl společně s energií, logistikou a módním průmyslem řadí do pomyslné top pětky největších světových znečišťovatelů.



Než se jídlo dostane k nám na talíř, je za tím spousta práce – od přípravy půdy, prvotního pěstování nebo chovu přes zpracování až po balení, distribuci a likvidaci zbylého odpadu. To vše má za následek produkci nemalého množství emisí. Jedno avokádo vyprodukuje stejné množství oxidu uhličitého jako kilo banánů, takže ačkoliv se může zdát jako ideální volba pro naše tělo, planetě až takovou radost neudělá. Značná část skleníkových plynů v potravinářství vzniká i dopravou, která je vlivem konzumní společnosti často přes půlku planety. Kokosový ořech urazí od stromu v Asii až k nám do kuchyně více kilometrů, než většina z nás procestuje za rok. Nemenší problém je i plýtvání jídlem – průměrný Čech ho vyhodí ročně okolo 80 kilogramů, což odpovídá hmotnosti dospělého muže. Zodpovědnost však neleží jen na bedrech jedinců, ale i potravinových gigantů.

Největší potravinářský koncern na světě, švýcarské Nestlé, přispěl v roce 2018 svou činností ke vzniku až 92 milionů tun emisí skleníkových plynů. Skoro dvě třetiny z tohoto množství přitom pocházejí ze zemědělství, proto se hlavně na něj společnost hodlá v následujících letech intenzivně zaměřit, a to zejména skrze podporu takzvaného regenerativního zemědělství a zasažení 200 milionů stromů v příštích 10 letech. Garden Gourmet, jedna ze značek Nestlé nabízející vegetariánské a veganské výrobky, má ambice stát se do konce roku 2022 uhlíkově neutrální a samotný koncern se zavázal do roku 2030 snížit své emise na polovinu. Do roku 2050 pak chce dosáhnout nulových čistých emisí. Nezbývá než doufat, že snahy největší potravinářské firmy na světě inspirují i další.

Autor je manažerem pro korporátní záležitosti Nestlé Česko.

Rozhovor

Reputace je dnes nejcennějším jménem firem. Investory zajímají ty odpovědné

Zuzana Keményová
zuzana.kemenyova@economia.cz



Dříve se firmy hodnotily podle svého hmotného majetku. Dnes je pro investory nejvyšší kritérium nehmotné – reputace firmy. Proto si každý podnik velmi hledí své pověsti a chce působit jako ekologicky smýšlející a etický. Jonathan Wootliff roky řídil komunikaci v hnutí Greenpeace a nyní radí velkým společnostem s udržitelností a CSR. Zná tedy pohled nezisku i byznysu. „Pokud firma nevytvoří zisk, nemůže pomáhat. Na druhou stranu aktivisté nechtějí firmy zavírat, chtějí je přimět, aby se zlepšily,“ říká. Stále více se podle něj ukazuje, že udržitelnost přímo zvyšuje hodnotu firmy na trhu.

HN: Co nadnárodním firmám radíte?

Většina společností mě osloví až ve chvíli, kdy už jsou veřejně kritizovány a potýkají se s problémy. Lidé už například bojkotují jejich produkty nebo se aktivisté přivazují řetězy k jejich bagrům. Já přicházím ve chvíli, kdy jsou firmy pod tlakem: musí buď změnit to, co dělají, nebo to vysvětlit. Ano, existuje pár společností, které se o téma udržitelnosti nezajímají, nicméně je mnoho velmi dobrých společností, které ale dělají špatné věci, například škodí životnímu prostředí, a často o tom ani nevědí. Je také důležité si uvědomit, že udržitelnost není jen ekologie, ale také sociální sféra a firemní řízení. Určitě znáte pojem ESG (environmentální, sociální a korporátní řízení je skóre celkové svědomitosti firmy, pozn. red.). Investoři podle toho hodnotí společnost. Ještě před čtyřiceti lety byl hlavním kritériem hodnocení společností jejich majetek, hmotné věci. Tohle se naprosto změnilo, většina firem nemá hmotný majetek, dokonce i aerolinky si letadla pronajímají. A hlavní kri-

térium hodnocení je nehmotné jmění, především pověst podniku. To si firmy velmi dobře uvědomují a zařizují se podle toho.

HN: Jak dobré firmy škodí, aniž by to věděly?

Často chybují v dodavatelském řetězci. Například Ikea, se kterou jsem se poprvé setkal před 25 lety, v té době vůbec nedbala na původ dřeva, z něhož vyrábí. Mnoho let neměla žádnou politiku ohledně udržitelnosti svých dodavatelů dřeva a byla spoluzodpovědná za odlesňování, aniž by si to uvědomovala. Dnes je to samozřejmě úplně jinak. Podobně například McDonald's byl před mnoha lety poprvé obviněn z odlesňování v Brazílii, protože nakupoval maso dobytka, pro jehož potravu se vypalují pralesy. Tehdy McDonald's řekl: Nás se to netýká, my nechováme dobytek, my jen kupujeme hovězí. Samozřejmě si svou spoluzodpovědnost uvědomil a dnes je taková argumentace nepřipustná. Jak Ikea, tak McDonald's mají dnes jasně dané programy pro zachování přirozených lesů a ujišťují, že jejich produkty nepřispívají k mýcení pralesů.

HN: A jsou věci, které firmy dnes dělají, ale za pár let budou rovněž nepřijatelné?

Ano, například zřejmě budou muset mnohem pečlivěji počítat svou uhlíkovou stopu nebo omezit jednorázová plastová balení. Třeba Coca-Cola vyrábí mnoho jednorázových obalů. Dělá něco, co dřive bylo O. K. a dnes už to tak není. Společnost si uvědomuje rozsah škod, které jednorázové plasty v přírodě a v oceánech páchají. Takže Coca-Cola bude muset najít řešení tohoto problému. Sociální aspekty se ale budou měnit mnohem výrazněji než ty ekologické, například téma genderové rovnosti. Češi se nad tímto tématem pořád trochu poušívají. Pokud ale budete mít firmu s nulovým zastoupením žen ve vedení, lidé si budou stěžovat. Dnes je to podle mě ještě v pořádku, za několik let už nebude. Je to jen otázka času.

HN: Jak mají firmy jednat s neziskovkami, aby to přineslo spokojenost obou stran?

Jsou to lidé ze dvou různých planet. Management firem si o lidech z neziskovek někdy myslí, že jen kouří marihuanu a objímají stromy, a lidé z neziskovek si myslí o těch z korporátů, že jim jde jen o zisk. Ani jeden z těchto pohledů není pravdivý a tyhle dvě skupiny si velmi často nerozumí. Jeden z mých nejtěžších úkolů za posledních 20 let bylo přimět tyto dvě strany, aby spolu mluvily. Mohou to být roky i desetiletí trvající diskuse. Realita ale je, že byznys musí uspět, a pokud firma nevytvoří zisk, nemůže pomáhat. Na druhou stranu aktivisté nechtějí firmy zavírat, jen je chtějí přimět, aby se zlepšily. Firmy by měly neziskovkám naslouchat, jinak se ocitnou v bublině. Většina CEO řídí drahá auta, nepoužívají MHD a nemají představu, jak vlastně veřejnost žije a jak běžní lidé přemýšlejí. Neziskovky jim tohle spojení s veřejností zprostředkují. Naštěstí existují aliance, kde firmy a neziskovky působí společně. Je to například FSC (Forest Stewardship Council, uděluje značku výrobkům, které vznikly v souladu se zásadami udržitelného lesního hospodaření, pozn. red.) nebo Rainforest Alliance (zasazuje se o zachování biodiverzity pomocí udržitelného zemědělství, pozn. red.).

HN: Jak má člověk rozeznat greenwashing?

Jednoduše použít svou inteligenci. Byl bych velmi ostražitý ke společnostem, které příliš nahlas prohlašují, že jsou zelené. Mnoho firem dělá spoustu environmentálně prospěšných věcí, ale nepoužívá je jako marketingový nástroj. Samozřejmě, můžete se o nich dočíst na jejich stránkách nebo ve zprávách o udržitelnosti, ale neroztrubují to všude kolem.

HN: Co si myslíte o nedávné konferenci COP26 v Glasgow? A kdo dohlédne na to, že státy opravdu splní své závazky?

Kontrola závazků je součástí celého procesu a dohlíží se na to v legislativním rámci Spojených národů. Když podepíšete jejich úmluvu, je to, jako když podepíšete jakýkoliv zákon. Aktivita států se měří a vyhodnocují a existuje samozřejmě systém sankcí a pokut při nedodržení závazků. Co se týče mezinárodních konferencí, nejsem vůči nim vůbec skeptický. Byl jsem na každé klimatické konferenci od té v Kjótu (1997, pozn. red.) a jejich proces opravdu funguje, i když někdy pomalu. Česko má ale dvě tváře: tvář pro Evropskou unii, kdy nic nenamítá, se vším souhlasí. Na druhé straně vystoupí politik, jako je Babiš, a řekne: Nebudeme poslouchat nařízení EU, protože pro nás nejsou výhodná. Čeští politici potřebují větší sebevědomí a více zkušeností v environmentální politice. Pak by věděli, že ochrana životního prostředí je magnet na hlasy voličů. V Česku ale pořád převažuje staromódní, industriální myšlení. Převládá názor, že ekologie je příliš drahá a nemůžeme si ji dovolit. Ochrana přírody ovšem šetří peníze, znamená nová pracovní místa i obchodní příležitosti.

Jonathan Wootliff (64)

■ Narodil se v Londýně, kde vystudoval žurnalistiku. V letech 1994–1999 působil jako ředitel komunikace ve vedení Greenpeace. Nyní je ředitelem společnosti Reputation Partners, zaměřuje se na komunikaci firem během konfliktů a krizí a etiku v byznysu (ESG). Pomáhá firmám vybudovat u veřejnosti pozitivní image.

■ Už 16 let žije v Praze, v Česku vede Rethink Project, zaměřený na vzdělávání a kritické myšlení a na boj s netolerancí. Jde o iniciativu vedenou řediteli velkých společností, jež se zavázaly k dekarbonizaci.



Spojuje byznys a nezisk. „Management firem si o lidech z neziskovek někdy myslí, že jen kouří marihuanu a objímají stromy,“ říká Jonathan Wootliff.

Foto: HN – Lukáš Bíba

Obaly

Češi testují vratné obaly pro přepravu banánů. Už teď zachrání před vykáčením miliony stromů

Jitka Kvartková
autori@economia.cz

Světoví producenti banánů hledají cesty, jak jednorázové lepenkové krabice nahradit bedýnkami pro opakované užití. Na novém řešení s nimi úzce spolupracuje česká firma Well Pack, která patří k lídrům světového trhu v mytí vratných obalů. „Největším oříškem je správné naskládání banánů do beden, aby byl co nejlépe využit jejich prostor a zároveň bylo zboží doručeno ve vynikající kondici,“ říká Jaromír Opatrný, jeden ze spoluzakladatelů Well Packu.

Podaří-li se zavést použití vratných bedýnek masově, Češi přispějí k záchraně milionů stromů ročně. Firma zatím ve zkušebním režimu přepravila banány z Kostariky do Finska a z Guatemaly do Texasu, na konci října spustila zkušební balení v Ekvádoru. Chystá se postupně testovat v dalších zemích a s odlišnými odrůdami banánů.

„Kvůli výrobě papíru se každý rok pokácí čtyři miliardy stromů. To je jedno procento amazonského pralesa každý rok. Od července proto

testujeme přímo v jednotlivých zemích Latinské Ameriky a hledáme cesty, jak jednorázové krabice nahradit těmi opakovaně použitelnými,“ uvádí Opatrný.

Češi přitom úzce spolupracují s hlavními světovými značkami jako Chiquita, Delmonte či Dole. Že si velcí světoví exportéři vybrali právě Well Pack, není náhoda. Firma je v celosvětovém měřítku druhým největším hráčem na trhu a ročně umyje 300 milionů kusů vratných obalů. Na špičce se drží díky vlastnímu inovačnímu centru, které vyvíjí nové technologie a postupy. V případě balení banánů jde však hlavně o způsob jejich uložení do přepravek. Při tom je třeba sledovat řadu kritérií, počínaje správnou hmotností naplněné bedýnky až po uchování čerstvosti zboží během přepravy.

K odběratelům, pro něž Well Pack vratné obaly testuje, patří britský maloobchodní řetězec Waitrose, rakouský Hofer, švýcarský Migros Swiss či finský SOK. Spolupráci rozjíždí s dalšími. „Při zavádění novinek je vždy potřeba vypořádat se především s předsudky lidí, kteří dlouhá léta něco dělali zavedeným způsobem. K lídrům v udržitelnosti na latinskoamerickém kontinentě



Změna Nový způsob balení si vyžaduje pečlivou přípravu a detailní zaškolení baličů. Foto: Well Pack

patří Kostarika, proto jsme s testováním vratných bedýnek začali právě tady,“ říká Luis Salazar, logistický expert z Kostariky, který se podílí na hledání optimálního řešení.

„Odběratelé nejvíce žádají takový způsob plnění bedýnky, aby se do ní vešly banány o celkové váze 18,5 kilogramu. Tak dokážeme nejlépe vytižit lodní kontejnery,“ konstatuje Jaromír Opatrný a dodává: „Zároveň je důležité ohlídat, aby nedošlo k poškození banánů. V případě lepenko-

vých krabic se totiž používá i horní díl jako víko, zatímco plastové bedýnky jsou jednodílné a skládají se přímo na sebe. I díky tomu spotřebujeme méně hmoty.“

Po úspěšném testování plastových bedýnek pro přepravu banánů z Kostariky a Guatemaly se na podzim zkušební režim přesunul do Ekvádoru a během prosince se spustí na ostrově Tenerife. Zatímco průměrná délka prémiových banánů v Ekvádoru je 25 centimetrů,

banány pěstované na Kanárských ostrovech jsou spíše menší. Každý trh si proto vyžaduje svůj postup.

„Prémiové banány se tradičně balí do krabic ve třech řadách, zatímco trsy menších odrůd se do beden skládají ve čtyřech řadách. Při testování optimálního využití bedýnek mimo jiné zkoušíme také kombinovat do jedné bedny banány různých velikostí,“ podotýká Luis Salazar.

Kostarický manažer je přesvědčen, že jakmile jeden z producentů zavede sériové využití vratných obalů, ostatní firmy z oboru ho budou následovat. Tradiční karton, který světoví exportéři využívají desítky let, je sice měkký a pevný zároveň, jako jednorázový obal však už dnes neobstojí. Zatímco kartonový obal se hned po prvním použití stává odpadem, vratné bedýnky lze pro přepravu použít až 120krát.

„Naším záměrem je zvýšit udržitelnost v přepravě čerstvých potravin na velké vzdálenosti. Z jednoho stromu lze vyrobit zhruba 152 kartonových krabic. Při našem současném obrátu 300 milionů vyčištěných beden ročně to znamená, že před poražením zachráníme téměř dva miliony stromů každý rok,“ uzavírá Opatrný.

Advertorial

PENNY MARKET

HN060069

Hýbeme se hezky česky rozdávalo radost

Projekt Hýbeme se hezky česky si dal pro letošní rok za cíl podpořit návrat dětí ke sportu po dlouhém lockdownu. Na jaře se do něj přihlásilo přes 1100 sportovních týmů ze všech koutů Česka a po finálovém hlasování je jasné, jak si 455 finalistů rozdělí finanční podporu ve výši bezmála čtyř milionů korun. Projekt, který připravilo Penny, ovšem nerozdával jen finanční nebo materiální podporu, ale i radost.

Onom, které týmy obdrží podporu 15 tisíc korun a kteří zbývající finalisté dostanou příspěvek ve výši pět tisíc korun, rozhodlo ve finálovém hlasování takřka milion a čtyři sta tisíc lidí přímo v prodejnách Penny. Vybrané týmy se ale mohly těšit i na něco, co by jinak nezažily. Při příležitosti Dne dětí byly ze všech přihlášených vylosovány čtyři, které získaly ojedinělý zážitek. Návštěvu exkluzivního VIP boxu na vybraném fotbalovém zápase na pražské Slavii si užije TJ Sokol Plzeň V a Základní škola Veselí nad Lužnicí. Natáčení televizní reklamy na třetí fázi projektu si zase užily týmy TJ Sokol Lány a Základní škola Rousínov.

„Rozhodli jsme se dát dětem i zážitek, který si za peníze běžně nekoupíte. Věříme, že to bude něco, na co budou vzpomínat celý život,“ říká vedoucí strategického marketingu Penny Vít Vojtěch. „A protože jedním z ambasadů projektu byl i fotbalový internacionál Vladimír Šmicer, rozhodli jsme se společně s ním uspořádat pro děti i fotbalový trénink.“

Trénink si tak užilo 22 dětí ze Základní školy v Unhošti. „Děti jsou z různých klubů, které

hrají v okolí. Po lockdownu, kdy se vše zastavilo, zlenivěly a je složité je vrátit k režimu, který měly před pandemií. Projekt Hýbeme se hezky česky pomáhá tomu, aby děti měly motivaci znovu sportovat. Právě třeba i trenink s Vladimírem Šmicrem, který vyhrál Ligu mistrů a nastřílel 27 gólů za reprezentaci, je motivuje k tomu, chtít být jako on,“ vysvětloval během tréninku Eduard Novák, učitel tělesné výchovy na ZŠ Unhošť.

„Čím více se budeme hýbat, čím více budeme sportovat, tím budeme proti nemocem odolnější. Přístup ke sportu vnímám jako problém celé společnosti a měli bychom na jeho podpoře více pracovat. Proto takové projekty, jako je Hýbeme se hezky česky, mají smysl,“ dodal Vladimír Šmicer.

Pohyb přímo ve školách

Projekt Hýbeme se hezky česky odstartoval Penny v dubnu letošního roku. Jeho cílem je podporovat dětský sport po celé zemi. „Byli jsme překvapeni, kolik lidí v jednotlivých fázích hlasovalo. I přímo v prodejnách dal svůj hlas některému z týmů prakticky každý pátý nakupující. Hned 14 z nich dostalo hlas od více

než osmi tisíc lidí. Potvrdilo se nám tak, že jdeme správnou cestou a že lidé chtějí dětský sport podporovat,“ komentuje závěrečnou fázi projektu Vít Vojtěch. „Spojením s Českou obcí sokolskou a Asociací školních sportovních klubů (AŠSK) se nám podařilo projektem oslovit i týmy v nejmenších městech a obcích a naplnilo se tak to, co bylo naším cílem,“ doplňuje Vojtěch. Nyní se 455 týmů, jejichž seznam je zveřejněn na webu www.hybemesehezkycesky.cz, těší nejen z finanční odměny, ale i materiální podpory.

„Reakce ze stovek našich jednot a jednotlivých sportovních týmů byly od začátku nad očekávání. Důležité je, že se podařilo pomoci i těm dětem, které se věnují sportům, jež nejsou tak populární a rozšířené, jako jsou fotbal nebo florbal. Vždyť se podpory dočkaly děti hrající stolní tenis, cheerleaders, děti, které se věnují gymnastice, atletice, ale hlavně všestrannosti, která bývá v nesokolském prostředí často přehlížena. To je to, co je na tomto projektu unikátní,“ říká Hana Moučková, starostka České obce sokolské.

Prezidentka AŠSK Svatava Ságnerová přidává ještě jeden rozměr akce: „Děti ve školách potřebovaly po dlouhém lockdownu ně-

jaký podnět a právě tento projekt byl takovým impulzem, jak je motivovat k návratu ke sportu. Pro nás je důležité vytvářet podmínky pro pohybové aktivity přímo ve školách, které děti navštěvují, protože je přirozené a logické, aby sportovaly tam, kde se vzdělávají a mají své kamarády.“

Každodenní pohyb je přirozený

Mezi oceněnými jsou i Zající Libochovice, florbalový tým při ZŠ Jana Evangelisty Purkyně v Libochovicích. „Snažíme se, aby děti měly to, co pro nás bylo v dětství přirozené – každodenní pohyb a kamarády okolo sebe. Díky spolupráci se Sokolem má více než 500 dětí z naší školy, ale i okolí možnost se rozvíjet, být s kamarády, učit se komunikovat, najít si své místo v partě,“ popisuje učitel a trenér Jan Fictum.

Protože se projekt setkal s velkým ohlase, už nyní se začíná připravovat následující ročník. „Ukázalo se, že dětský sport potřebuje dlouhodobou podporu. Vymýšlíme, jak projekt vylepšit, jak podpořit ještě více dětí a jak jich ke zdravému pohybu a setkávání s kamarády přivést co nejvíce,“ nastiňuje Vít Vojtěch.



Basketbal Mezi podpořenými týmy byly i basketbalistky TJ Sokol Pečky. V klubu dnes sportuje ve třech kategoriích více než 80 dětí. Foto: archiv Penny

Bankovníctví

Bankovní sektor se zelená. Ke změně barvy směřuje také klienty

Miroslava Kohoutová
miroslava.kohoutova@economia.cz



Financovat projekty, které mají negativní dopad na životní prostředí, bude pro firmy stále dražší. Nastat může i situace, kdy banka odmítne bonitního klienta, protože jeho projekt bude výrazně zvyšovat uhlíkovou stopu. V některých sektorech už finanční instituce minimalizují své úvěrování.

„Dnes už vybrané velké banky a pojišťovny nechtějí spolupracovat s firmami těžícími uhlí a s dalšími navazujícími obory,“ potvrzuje Martin Křivánek, který v KPMG Česká republika vede tým zaměřený na ESG, tedy ohleduplné a udržitelné podnikání a investování. „Prozatím se primárně nezaměřujeme na ryze uhlíkovou stopu, ale na celkové dopady podnikání klienta na životní prostředí. Pokud je vysloveně negativní, je to neslučitelné s naší úvěrovou politikou,“ říká Petra Kopecká, tisková mluvčí Raiffeisenbank. Zároveň přiznává, že pokud je u klienta ESG riziko nízké, při rozhodování o financování je to pro něj plus. „Ovšem není to a nikdy nebude jediný faktor, který posuzujeme. Vždy je důležitá návratnost. Víme ale, že negativní vliv klientova podnikání na životní prostředí či sociální soudržnost může přinášet dodatečné náklady a návratnost úvěru ohrožovat,“ vysvětluje Kopecká.

U některých bank může narazit i ten, kdo by chtěl financovat nemovitost se špatným

energetickým štítkem. Typicky při nákupu starší nemovitosti nebo při snaze vyplatit pomocí hypotéky podíl příbuzného na nemovitosti bez rekonstrukce. „Dostane velmi nevýhodné podmínky nebo úvěr nezíská vůbec,“ zdůrazňuje Martin Křivánek. Podle něj by ale měla banka v takových případech umět nabídnout alternativu.

Pomalů, ale jistě

České bankovníctví zezelenává a podle oslovených odborníků začíná pomalu dohánět evropský finanční trh. Směřování k podpoře udržitelnosti je patrné zejména u velkých bank, které jsou dcerami těch zahraničních, majících udržitelnost už jako součást své DNA. Vliv na to má i samotná poptávka ze strany klientů a nastavený trend zaměřený na ESG. Svou podporu ekologického a společenského podnikání navíc banky vyjádřily v letošním roce podpisem Memoranda pro udržitelné finance.

Právě bankovní sektor by měl sehrát zásadní roli při motivování firem k řešení udržitelnosti. Patrné je to i z růstu nabídky zelených produktů. Ta se bude nadále rozšiřovat – o nové úvěry, investiční nástroje, depozita či zelené dluhopisy. „Banky budou více pracovat s nefinančními ukazateli a přeměňovat CO₂ náročnost úvěrů. Budou pokládat nové otázky a tím směřovat zájem klientů na udržitelnost a ovlivňovat jejich aktivity,“ předpokládá Martin Křivánek. Zároveň se domnívá, že přechod na udržitelné financování

bude v Česku pomalejší než v jiných zemích, protože zde není výrazná podpora centrální bankou. Vliv bude mít i to, že jsme zemí, jež z velké části vyrábí energii z fosilních paliv, což se promítá do uhlíkové stopy řady firem.

Nedostatek dat pro výpočet rizik

„Bankovní trh klientům potřebuje poskytnout kompletní nabídku zelených produktů, jak depozita, tak i investiční nástroje a úvěrové produkty. Ty poslední zmiňované přitom hrají největší roli. Zelenou hypotéku s lepší sazbou klienti logicky rádi využijí, i když nejdříve musí své projekty připravit tak, aby podmínky splňovali,“ říká Křivánek.

Podle něj ale rozdíl v sazbách není pro klienty motivační. „S výhodnějšími sazbami je to složitější. Když nabízí banka zelené úvěry s lepšími sazbami, musí umět vypsat zelené dluhopisy, kterými půjčky také za výhodnějších podmínek zafinancuje, případně si dobře propočítat, že riziko nesplácení klienta je nižší. To ale dnes neumíme. Nemáme k tomu data,“ zhodnocuje současný stav Křivánek.

Jednou z největších aktivit, kterou banky v „zezelenávání“ klientů podnikají, je poskytování poradenství v oblasti udržitelného financování. „Největší zájem sledujeme o financování alternativních zdrojů energie, domovů pro seniory, mikropůjčky či investice do oblasti ESG u drobných investorů,“ říká Petr Plocek, tiskový mluvčí UniCredit Bank.

Banky pomáhají klientům s identifikací úspor, se zefektivněním nakládání se zdroji,

s dotacemi. „Nově poskytujeme klientům možnost změření uhlíkové stopy a nastavení plánu na její snížení a přípravu na nefinanční reporting. Ten bude pro firmy nad 250 zaměstnanců za rok 2023 povinný a bude zahrnovat vyčíslení dopadů činnosti firmy na životní a sociální prostředí, uhlíkovou stopu a aktivity vedoucí ke snížení těchto dopadů,“ přibližuje manažer KB EU Point Jan Hanuš.

Rozšiřovat se bude i nabídka zelených hypoték, se kterými je spojena lepší úroková sazba na koupi, rekonstrukci nebo výstavbu energeticky úsporné nemovitosti. Typicky v energetické třídě A nebo B. Tento typ hypoték jako první na českém trhu zavedla Hypoteční banka, která je nabízí se slevou 0,2 procenta ze sazby. Zelená hypotéka je jednou z připravovaných novinek také v UniCredit Bank.

Do budoucna se předpokládá, že dojde ke standardnímu posuzování udržitelnosti v úvěrovém procesu. „Namísto posuzování environmentálních rizik při financování nemovitostních projektů a několika dalších odvětví bude zohledněna v modelech kreditního rizika i udržitelnost úvěrových klientů a celková odolnost úvěrového portfolia banky vůči ESG a klimatickým rizikům,“ říká Oleg Deev z katedry financí Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity. Ten se také domnívá, že změny regulatorních požadavků na modely kreditního rizika dopadnou i na individuální úrokové sazby klientů. „Tyto změny v bankovním sektoru jsou spíše otázkou času než aktivního přístupu některých bank,“ tvrdí Deev.

INZERCE

SPOLEČNĚ RAZÍME ZELENOU CESTU



OD ROKU

2022

ZAČNEME VYUŽÍVAT

100 %

ENERGIE
Z OBNOVITELNÝCH
ZDROJŮ

DO ROKU

2030

SPOLEČNĚ SNÍŽÍME
PROVOZNI EMISECO₂ O 80 %