



### Oáza pomoci

Obec Neratov v Orlických horách je unikátní. Pracují tam téměř jen lidé s handicapem.

### Váha udržitelnosti

Být zelenou firmou je trend i nutnost. Nakolik je ale udržitelnost jen marketing?

### Nejštědřejší dárci

Češi zůstávají solidární i v krizi. Suma peněz směřující do nadací a fondů letos opět vzrostla.



# DEJME SRDCE DOHROMADY!

Už 11. rok pomáháme dobročinným projektům v regionech. Společně jsme rozdělili **77 milionů korun**. Dejme srdce dohromady v nové úvzuě na [www.csobpomaharegionum.cz](http://www.csobpomaharegionum.cz).



**11**  
LET POMÁHÁ  
REGIONŮM

# OBSAH

## Češi a dárcovství

**04-07**

Covid proměnil návyky ve formě přispívání. Češi dají na online sbírky, v mimořádných situacích dovedou přispět enormně, uvedla v rozhovoru ředitelka Fóra dárců.

## Vesnice dobra

**08-11**

Obec Neratov s unikátním kostelem s prosklenou střechou spravuje spolek, který razí heslo, že vše se dá opravit. Nejen stavby, ale i způsob lidského směřování.



## Žebříčky dárců

**13-17**

Celková suma finančních prostředků v nadačních fondech a nadacích opět vzrostla. Kdo disponuje největším kapitálem, který přerozděluje lidem v nouzi?

## Pomoc navzdory osudu

**18-21**

Moderátorka České televize Barbora Kroužková roky bojuje s vážnou nemocí mladší dcery. Ani to jí ale nebere chuť pomáhat potřebným.



## Pravidla udržitelnosti

**24-26**

Skutečně se firmy přibližují k udržitelnosti, nebo se jedná spíše o rafinovanou marketingovou komunikaci?

## Síla vzájemnosti

**28-29**


Nadace Via dle ředitele Zdeňka Mihalca nejen organizuje sbírky, ale také motivuje lidi k větší vzájemné solidaritě.

## Příběh nadšence

**32-34**

Ivo Dokoupil náhodou objevil v lesích v Sudetech zdevastovaný kostel. Rozhodl se ho opravit a udělat z něj centrum setkávání.



A portrait of Klára Šplíchalová, a woman with long, wavy red hair and blue eyes, wearing a dark grey turtleneck sweater. She is sitting at a table with her hands clasped, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a simple indoor setting with a window and a wooden door.

Podle Kláry Šplíchalové by dárcovství mělo vyvolávat radost.

**Dárce by si měl  
vždy ověřit,  
kdo za sbírkou stojí**

Češi coby dárci chtějí mít jasnější představu o tom, komu přispívají. Liší se tím od západních národů, které podporují charitativní činnost jako takovou. „Máme pořád ještě zažitý historický model stromu splněných přání, chceme vidět tvář. Pravidelné dárcovství zatím nemáme tolik v krvi, ale lepšíme se,“ říká ředitelka Fóra dárců **Klára Šplíchalová**.

# K

lára Šplíchalová je přesvědčená, že formy dárcovství ovlivnila výrazně covidová vlna, kdy se Češi přeorientovali na online podporu. Té ale podle ní pořád chybí vytrvalost. Zároveň se netají tím, že ji mrzí, když si jeden dárcovský projekt dovede získat mediální pozornost, zatímco jiné už ne.

**Nedávno jsem se cítila trochu provinile, když se mi potřeťi nechtělo u pokladny v obchodě přispět na stejnou věc. Jak se díváte na podobné hromadné sbírky?**

Je pravda, že když jste zdravý pracující člověk a někdo se vás zeptá, jestli chcete přispět třeba na pomoc dětem, a vy odmítnete, je vaše odpověď společensky skoro nepřijatelná. Jenže tato otázka nebyla správně položena. Pomoc má být dobrovolná a od srdce. Neměli bychom dávat peníze jako vykoupení nebo odpustek, když se nechceme cítit špatně. Darování by lidem mělo přinášet radost. Když vám někdo na ulici nabídne produkt, také se necítíte provinile, chcete-li

si nákup promyslet, projít si třeba e-shop. S pomocí by to mělo být podobné. Cítit provinilost je špatně, protože každý bychom měli mít právo rozhodnout se, jestli chceme přispět. Musíme se rozhodnout v klidu, s radostí a láskou. Pak nás žádná otázka na příspěvek nemůže vykoledit.

**Jací jsme dárci?**

Považujeme se za štědré, protože z průzkumů často vyplývá, že daruje každý druhý. Zároveň ale vidíme, že turbulentní situace, které ovlivnily celou planetu a společnost, ať už pandemie covidu nebo válečný konflikt na Ukrajině, dárcovské chování změnily. V něčem ho urychlily, něčemu prospěly, ale stávalo se, že někdy to mohlo být i na úkor kvality konkrétní pomoci.

**Překvapilo vás v průzkumech něco?**

Nemůžeme čekat, že se meziročně budou konat velké změny, ale mění se okolnosti a situace se vyvíjí. Průzkum dárcovských SMS nám ukázal,





## Klára Špíchalová

ředitelka Fóra dárců

Vystudovala Fakultu sociálních věd Univerzity Karlovy a ve Fóru dárců pracuje již více než dvacet let.

Dlouhodobě se angažuje v oblasti rozvoje dárcovských metod, propojování komerčního a neziskového sektoru, prosazování kvalitních podmínek pro efektivní fungování neziskových organizací a zvyšování jejich transparentnosti.

Je členkou Výboru pro legislativu a financování Rady vlády pro Nestátní neziskové organizace.

V roce 2019 získala ocenění TOP žena veřejné sféry v prestižní anketě Hospodářských novin.



Firmy se za posledních deset let naučily věnovat i složitým lidskoprávním tématům.

že lidé pomoc směřují k dlouhodobé podpoře. Jsou situace, jako třeba tornádo na Moravě, kdy se vzvedme vlna podpory, v tom jsou Češi opravdu dobří. Nesmíme ale zapomínat ani na dlouhodobou a pravidelnou pomoc pro různé organizace. I k tomu ale Češi směřují a mají finanční dary jako trvalý příkaz. Hodně pozitivně nás při vyhodnocování informací z dárcovských SMS překvapil věk. Očekávali jsme, že dárci budou o něco starší, že to budou lidé kolem 60 let. Je jim ale mezi 45 a 50. A je znát, že se stírají i genderové rozdíly.

### Když mluvíte o dlouhodobé podpoře, jak zvolit správný projekt?

Jde o kombinaci dvou věcí. Člověk si samozřejmě musí vybrat něco, co je blízké jeho srdci, čemu rozumí, s čím souzní a kdy věří, že i stovka nebo pětistovka měsíčně pomůže, aby se situace obrátila k lepšímu. A pak, což bych řekla, že je možná ještě důležitější, si musíme vybrat, prostřednictvím koho chceme přispívat. Protože veřejně prospěšná organizace je garantem toho, že peníze půjdou tam, kam mají, že organizace s nimi bude zacházet transparentně. Myslím, že tady ještě nejsme tolik vyškolení. Lidé vnímají, že přispívají na dobrou věc, a už nehledají detaily. Proto bych ráda apelovala na každého, aby se podíval, jak jeho oblíbená nezisková organizace funguje a kdo stojí za sbírkou, která ho osloví.

### S firmami je to podobné? Měly by mít promyšlenější a ucelenější plán podpory?

Firma není primárně určená k tomu, aby dělala dobro, ale aby vytvářela zisk. Takže veškeré finanční prostředky, které vydělá a které se rozhodne dát na charitu, si musí významně obhájit u managementu. I to je důvod, proč při pandemii covidu nebo dalších vlivů, které ovlivnily společnost, byly firmy těmi prvními, které zmrazily rozpočty a vyčkávaly, jak s financemi dál naložit. Pomocť ale mohou dvěma způsoby. Nesmírně důležité je u nich to, že obvykle dlouhodobě podporují jednu oblast. Za posledních deset let se naučily vybírat a dokážou věnovat finance i složitým lidskoprávním tématům, kterým je třeba integrace propuštěných vězňů. Už to nejsou jen ta líbivá témata jako opuštěná zvířata a podobně. Druhá věc je, že v soukromých společnostech nabývají na významu zaměstnanecké sbírky, což třeba na Západě vnímají zaměstnanci jako jeden z benefitů zaměstnavatele. Protože věří, že právě on dokáže směr jejich daru dobře vybrat a oni díky tomu pomohou správné věci, aniž by se sami museli v problematice orientovat.

### Řekla jste líbivá témata. Na co lidé neradi přispívají?

Lidé musí věřit tomu, na co přispívají. Lidskoprávní témata jsou velmi náročná na porozumění, což ale pravděpodobně vychází z našeho dlouhodobého nastavení. Jsme třeba přesvědčeni o tom, že muž by se o sebe měl postarat sám, proto je obtížné sehnat prostředky třeba pro muže bez domova. Je pro nás srozumitelnější

pomoci dětem nebo seniorům. Vlna solidarity ve složitých tématech není tak rozšířená. Proto je skvělé, že se jim začaly věnovat i firmy.

### Co kdyby existovalo něco jako anonymní sbírka? Přispět dlouhodobě třeba na pomoc dětem nebo péči o seniory a organizace by si peníze pak samy rozdělovaly a určovaly, na co konkrétně je použijí.

To by byl bezvadný koncept, ale musím říct, že na to nejsme ještě tolik připraveni. Před pár lety jsem řešila povodně v Belgii a Německu, kdy došlo ke zničení infrastruktury. Obrátila se na mě jedna známá z Česka, že má k této oblasti vztah a ráda by přispěla někomu konkrétnímu. Propojila jsem se se zahraničními kolegy, kteří ale byli úplně v šoku. Přitom v Česku je standardní, že lidé potřebují vidět takzvanou „tvář“ katastrofy. Na Západě už se to spíš neděje. Já osobně přispívám konkrétní organizaci, jejíž práce se mi líbí, a je mi vlastně jedno, jestli z toho pošle něco někomu konkrétnímu nebo peníze použije na provozní náklady.

### Mohli by mít takový koncept „pomoz někomu“ vůbec úspěch?

Popravdě jste mi připomněla guerilla akci na United Islands of Prague. Před pár lety jsme oslovili studenty herectví, kteří naprosto neutrálně chodili mezi lidmi a prosili o příspěvek. Neříkali komu a na co, neměli žádné potvrzení, měli obyčejné kasičky bez razítka, ve kterých byla díra, kam se dala strčit celá ruka. Vybírali jsme dvacet korun a za ně jsme jim dali osklivou krabičku, která měla být paralelou k takovým těm líbivým plyšákům. No a uvnitř byla dvacetikoruna s omluvou, že jsme je napálili. Je super, že jste chtěli pomoci, ale dávejte si pozor na to, komu přispíváte, a darujte správně.

### A to pořád platí.

Ano. Svým způsobem jsme altruisticky založení, z naší podstaty chceme pomoci, ale mnohdy nemáme čas, spěcháme a ani nechceme slyšet smutný příběh. Takže prostě dáme peníze a máme pocit, že máme splněno, a pokračujeme v koloběhu našich životů. No a pak se může stát, že třeba přispějeme do špatné sbírky nebo podvodníkům. Vždyť v létě to byla velká kauza, kdy podvodníci volali lidem a nutili je přispívat na vymyšlený účel. Za mě je důležité o těchto věcech mluvit z preventivního hlediska. Pokud chci přispět, je dobré podívat se, kdo za sbírkou stojí.

### Zmínila jste příklad s Belgií, jak vnímáte rozdíl v mentalitě?

Na Západě mají lidé zejména dlouhodobě dárcovství už trochu více zažité, mají ho v krvi. Tamní lidé přispívají na charitativní činnost jako takovou, u nás se zatím ještě drží přístup, že chceme pomoci konkrétnímu člověku. Takový trochu historický model stromu splněných přání pro děti z dětských domovů, že lidé chtějí vidět tvář člověka, kterému jeho pomoc přispěje. Ale souvisí to s tím, že chtějí rozumět tomu, komu přispí-

vat. Zároveň to ale třeba umožní rozvinout srdce dárce ještě dál a dostat se od dětských domovů třeba k podpoře péstounské péče.

### **Je pro lidi jednodušší dát místo příspěvku jinou energii, třeba fyzickou pomoc?**

Je to opravdu člověk od člověka. Je dobře, že si každý může vybrat, že i dobrovolnická činnost má u nás svoje místo. Lidé mohou chodit do nemocnic, venčit psy do útulků, organizovat potravinové sbírky. Odvíjí se to opravdu od toho, co nám přináší radost. Ať už je to pravidelný příspěvek, krátkodobá pomoc nebo dobrovolnění.

### **Proč ještě nemáme dárcovství tolik zažitě?**

Myslím, že velkou paseku napáchala éra komunismu. Často ještě převládá názor, proč nepomůže stát, proč bychom měli suplovat jeho roli. Což v zemích na západ takto není. Vnímají, že stát má svoje nezastupitelné místo a podporuje řadu věcí, pak je tu byznys, který ve společnosti tvoří zisk a je odpovědný i za to, že jeho část investuje zpět do společnosti. A tuto dvojici doplňují veřejně prospěšné organizace svoji činností.

### **Přesto se zeptám, proč stát v oblasti zdravotnictví u některých případech nepomůže?**

Když si vzpomenu na srpnovou sbírku pro Martínka, kdy se vybralo 140 milionů korun, naprosto rozumím rodičům, kteří se snažili získat prostředky na záchranu života svého syna. Na druhou stranu se ale ukázalo, že zde chybí jakási systémová debata na toto téma a že životy lidí nemohou viset v rukách jednotlivých úředníků zdravotních pojišťoven a procesy nesmí být tak netransparentní. Podle mě to poukázalo na specifický problém, který je potřeba řešit na nejvyšší úrovni a mít pro obdobné situace transparentní a funkční procedury. Na druhou stranu za mě, pokud se třeba řeší standardní situace potřebných, kteří využívají různé kompenzační pomůcky, je třeba podívat se vždycky, kdo za sbírku stojí. Nadace, jako profesionál v poskytování pomoci, má zmapovaný terén, dovede odhadnout, kdy je nutná sbírka a kdy se dá například čerpat z jiných zdrojů.

### **A jak se obecně stavíte ke sbírkám a influencerům?**

Sbírky považuji za nesmírně důležitý projev solidarity, kultury a vyspělosti občanské společnosti. Často potřebujeme impuls, abychom sáhli do peněženky. A k influencerům... Je dobře, že se zajímají o svět kolem sebe, ale někdy je smutné, že některý z nich podpoří jednu sbírku a jiné se mediální pozornosti nedostane. Což je samozřejmě, ale někdy i trošku trpké, protože třeba nemocní lidé by neměli čekat v koutě a vymyšlet srdceryvný příběh, který by influencera zaujal natolik, že ho nasdílí komunitě.

### **Jak to dělat jinak?**

Dříve hrála hlavní úlohu média, nyní je zdatně doplňují sociální sítě. Snažím se všechny podpo-



**Životy lidí nemohou viset v rukách jednotlivých úředníků, chybí tu systémová debata.**

rovat v tom, aby si vybrali svoje téma, na které budou přispívat dlouhodobě. Protože pak se nemusí stát, že jeden příběh bude mít štěstí a ten druhý už ne. Mně osobně třeba srdcervoucí příběh nestačí. Ráda pomůžu lidem s cystickou fibrozou a už nepotřebuji na vlastní oči vidět jejich utrpení. Ale jak už jsem zmínila letní podvodnou sbírku, na fotkách trpících se jim podařilo vybrat 40 milionů korun. To je šílené. Takže zase apelují na to hledat za každým srdcervoucím příběhem i odborného garantu, organizaci, která ve svojí práci nevystřikuje do popředí hlavně a pouze příběhy. Každý lidský příběh má jít ruku v ruce i s garantem z oblasti veřejně prospěšné organizace, která jednak pomáhá, a současně usiluje o systémovou změnu. Myslím, že přichází vývojový posun v komunikaci.

### **Ve Fóru dárců jste už dvacet let. Jak systém dárcovství ovlivnily technologie?**

Zmíním určitě portál Daruj správně, který byl prvním online dárcovským portálem u nás. Když si vzpomenu na arku Pomozte dětem, která se poprvé konala zhruba před pětadvaceti lety, fungovala na principu, že lidé volali do televize, kde si telefonistky zapisovaly, kolik kdo přispěje. A lidé šli druhý den do banky nebo na poštu a peníze poslali. Dokážu si představit, že lidé zavolají do televize a slíbí podporu, ale že půjdou druhý den na poštu, je pro mě dnes už sci-fi. Takže třeba dárcovské esemesky nebo online portál znamenal fakt obrovský technologický posun, stejně jako rozvoj internetových plateb, aplikací i mobilních telefonů. Technologie s sebou nesou i to, že se dá jednoduše reportovat, co se do sbírek vybralo ještě dřív, než se rozpečetí kasičky. To je důležitým momentem nejen v transparentnosti, ale i v pocitu, že v tom nejsme sami, ale jsme součástí sbírky.

### **Technologie dávají zároveň velký prostor dezinformacím. Bojujete s nimi?**

Musím říct, že když mi začala volat média a vyptávat se na případ podvodu, který už jsem zmínila, udělalo se mi fyzicky zle od žaludku. Uvědomila jsem si, jak takový hyenismus během krátké chvíle může podkopat důvěru, kterou jsme dlouho budovali. Ale je potřeba se k tomu postavit čelem, brát to jako preventivní ochranu všech potenciálních dárců, upozorňovat, informovat, řešit kyberbezpečnost. Protože nikdo nechceme, aby dárci byli podvedeni.

### **Kdy jste naposledy cítila hrdost?**

Za mě je každá úspěšná sbírka větším či menším důvodem k radosti. Ale nemohu nevzpomenout na obrovskou várku financí i podpory při útoků na Ukrajinu, především na koncert na Staroměstském náměstí. Tam mě vzalo za srdce nejen to, kolik lidí se sešlo, ale i to, že koncert byl vysílán v různých rádiích i televizích. Všichni drželi pospolu bez ohledu na to, jestli šlo o komerční nebo nekomerční sféru. Opravdu se v tom okamžiku sešla solidarita v tom nejlepším slova smyslu a v celé řadě svých podob.



# Vyjádřit radost umí každý

Vesnice Neratov je v Česku unikátní v několika ohledech. Tyčí se nad ní kostel s prosklenou střechou a zároveň se kolem ní točí sociální podnikání se stomilionovým rozpočtem. O obci totiž téměř výhradně pečují lidé s handicapem.





Děti ze Základní školy speciální Neratov nacvičují písničku pro chystané vystoupení.

**V**ětšinu zaměstnanců, kteří se starají o vesnici Neratov, tvoří lidé s postižením. To místu dodává specifický charakter. Za projektem stojí Sdružení Neratov, které se se ruku v ruce s handicapovanými podílí na obnově kdysi vysídlené pohraniční obce. „Neděláme to pro ně, ale s nimi,“ vysvětlují lidé ze sdružení, jaké je motto jejich společného úsilí.

„Metr, svetr, metr, svetr,“ opakuje s neskrývanou radostí asi dvanáctiletý Matouš, zatímco rukou ukazuje na obrázkové kartičky rozložené před ním na školní lavici. Všechnu svou energii soustřeďuje na správnou výslovnost. Pak se hlasitě rozesměje. V Základní škole speciální Neratov je jedním z mála žáků, kteří celkem srozumitelně mluví, i když si u toho šlape na jazyk a občas plete

slova. „Rozmluvil se až u nás,“ říká ředitelka školy Bronislava Havlíková o chlapci, který ještě před pár lety neuměl verbálně komunikovat a dnes je jedním z nejpovídanějších dětí ve škole.

Někteří Matoušovi spolužáci podobnou hru s kartičkami zvládnou, jiní se dorozumívají znakováním nebo ukazováním na piktogramy. Jsou tu i téměř nepohyblivé děti, ty během vyučování cvičí pomocí speciálních pomůcek hrubou nebo jemnou motoriku.

Potom se jde zpívat. Celá škola se shromáždí ve vstupní hale a za kytarového doprovodu charismatického pedagoga nacvičuje písničku na chystané vystoupení. Nechybí u toho výskání a hlasité bříknání na poklice. Mluvit, chodit, vidět nebo slyšet umí jen někteří, vyjadřovat radost ale dokážou všichni.



## Vybydlená vesnice se proměnila

V Bartošovicích v Orlických horách, jen malý kousek od česko-polské hranice, není speciální škola náhodou. Sídli tu Sdružení Neratov a lidé s handicapem jsou tu už více než třicet let zapojeni do obnovy života ve vysídlené pohraniční obci Neratov, kde se začátkem devadesátých let vytvořila živá komunita kolem opravy zříceného kostela. Majestátní chrám s dnes už proslulou skleněnou střechou se tu stal symbolem myšlenky, že všechno rozbité se dá opravit a že každý člověk může být užitečný. To první platí o vesnici poznamenané poválečným odsunem obyvatel, to druhé o lidech s fyzickým nebo mentálním postižením, kteří zde dnes vyrůstají, pracují, starají se o návštěvníky a dodávají místu neobyčejně vlnnou atmosféru. „Magické místo. Já to tam miluju,“ píšou fanoušci Neratova na sociálních sítích. A myslí tím nejen kostel a divokou okolní přírodu, ale také přívětivou komunitu, která o poutní místo pečuje. A která je z velké části tvořena právě lidmi se zdravotním nebo jiným znevýhodněním.

Sociální práce byla v Neratově spojená s obnovou vesnice hned od začátku. Sdružení Neratov tu nejdřív začalo zaměstnávat lidi s postižením v zázemí pro návštěvníky, tedy v prádelně, ubytovně, hospodě a obchůdku. Postupně se činnost rozšiřovala na řemeslné chráněné dílny, zahradnictví, pivovar a další pracoviště nejen v Neratově, ale i v okolí. Vzniklo zde chráněné bydlení, denní stacionář a také speciální základní škola, která příští rok oslaví deset let od svého založení.

Kapacita školy je 24 žáků, aktuálně jich sem chodí 21 a rozdělení jsou do čtyř tříd. „Máme tu děti se středně těžkým, těžkým i hlubokým mentálním postižením, děti s poruchami autistického spektra, děti s kombinací mentálního postižení se smyslovými vadami, nevidomé i neslyšící. Ještě se nám nestalo, že bychom nějakého žáka nemohli přijmout kvůli závažnosti jeho postižení,“ říká ředitelka Havlíková. Škola usiluje o to, aby žáci mohli trávit čas v podnětném prostředí mezi svými vrstevníky a dokázali se v rámci svých možností co nejvíce osamostatnit. A zároveň se snaží odlehčit rodičům, kteří o ně doma pečují. Díky napojení na Sdružení Neratov však nabízí lidem s postižením ještě jednu důležitou věc a tou je perspektiva jejich budoucího uplatnění.

Žáci totiž vyrůstají v úzkém kontaktu s ostatními pracovišti sdružení, a když jim to zdravotní stav dovolí, mohou po ukončení školní docházky najít zaměstnání v nedalekých chráněných dílnách. Nebo využít služeb denního stacionáře, případně chráněného bydlení. V každém případě zůstanou v kolektivu známých lidí, k nimž mají důvěru, a v prostředí, které mají rádi. „Je pro ně velmi důležité, aby nepřišli o své kamarády a o svůj svět, kde je jim dobře,“ potvrzuje Havlíková. Dává jim to také smysluplnou náplň života. Jsou tu nejen opečovávaní, ale i doopravdy užiteční. A v zázemí, které jim Sdružení Neratov



poskytuje, mohou – pokud chtějí – zůstat vlastně celý svůj život.

## Serepetičky neděláme

Nejbližší pracoviště je od školy vzdálené jen asi čtyři sta metrů. Jmenuje se Kopeček a je to třípatrová chalupa, kde se nachází stylový obchůdek a chráněné dílny. Keramická, tkalcovská, šicí a košíkářská. „Pracuje tu 35 lidí, z toho 28 handicapovaných,“ představuje podnik jeho vedoucí Romana Bukáčková. Ta spolu se svým manželem přímo na Kopečku už šestnáct let i bydlí.

V keramické dílně hraje rádio, jeden pracovník tu právě pečlivě smirkuje povrch hrnků, ostatní jsou zrovna na obědě. V policích kolem stěn jsou vyrovnané hliněné nádoby, které čekají na dekoraci a glazuru. „Vyrábíme tu dva druhy keramických výrobků. Jeden se odlévá do sádrových forem a druhý se vytáčí na hrnčířském kruhu,“ popisuje Bukáčková. Nikdo ze zaměstnanců sem přitom nepřišel jako profesionální keramik, všichni se řemeslo naučili až tady. V dílně vznikají uživatkové dárkové předměty, jako jsou džbánky, misky, květináče nebo formy na bábovku. Ty se pak prodávají v obchůdku zde v Bartošovicích nebo v nedalekém Neratově. „Když ale přijde velká firemní zakázka, třeba na několik stovek hrnků, všichni opustí svoji práci a dělají to, co je potřeba vyrobit,“ dodává Bukáčková.

Objednávky dárkových předmětů pro firmy se začaly kupit poté, co Sdružení Neratov získalo jako člen Asociace veřejně prospěšných organizací značku České kvality. „Některé firmy na to hodně dbají a objednávají si jen zboží, které má tuto certifikaci. Je pro ně zárukou, že spolupracují s renomovanou organizací,“ vysvětluje finanční ředitel sdružení Antonín Někvinda, který nás chráněnou dílnou provází. Sdružení je kromě toho také držitelem značky Originální produkt Orlické hory, která se vztahuje na keramické výrobky, košíky a řemeslné pivo Prorok.

„Vsadili jsme na užitek. Neděláme žádné serepetičky, ale vyrábíme praktické věci,“ zdůrazňuje Bukáčková. Nechce, aby si návštěvníci

V třípatrové chalupě Kopeček pracuje 35 lidí. Její součástí je i šicí dílna.





kupovali od Sdružení nepotřebné zboží jen kvůli tomu, aby přispěli na dobrou věc. „Když nás chce někdo podpořit, ať si koupí něco, co mu bude sloužit,“ dodává.

I nároky na zaměstnance jsou v tomto smyslu důsledné, jak popisuje šéfka chráněných dílen: „Od každého zaměstnance požadujeme, aby byl schopen samostatné práce. V dílnách je vždy asistent, který handicapovaným pomáhá, ale každý musí umět pracovat sám.“ Propouštět sdružení nemuselo ani během pandemie nebo finanční krize, pracovníci ale byli nuceni se přizpůsobit měnícím se podmínkám provozu a místo práce v jídelně třeba dočasně pomáhat v montážní dílně.

Na chráněném pracovišti se uplatní lidé s různými handicapami. Pracuje tu například zaměstnankyně, která má po mozkové obrně částečně nefunkční ruku, přesto ale dokáže vyrábět do keramiky nádherné dekorace. „O práci s postiženými lidmi se někdy vyprávějí pohádky, ale pravda je taková, že tu řešíme stejné problémy jako každý jiný pracovní kolektiv. Občas jsou mezi nimi žabomyší války, občas si to tu někdo chce jen tak odsedět... V tom nejsou jiní než ostatní zaměstnanci,“ shrnuje zkušenosti s handicapovanými pracovníky Nekvinda. A Bukáčková potvrzuje, že v tomto ohledu nemají ani žádné zvláštní výhody. Kdo nechce pracovat, toho klidně propustí.

### **Přijed', podívej se, pochop**

Sdružení Neratov má v současné době více než 230 zaměstnanců, z toho 170 handicapovaných. „Celkem máme asi dvanáct středisek,“ představuje různá pracoviště sdružení jeho finanční ředitel, když se přesuneme na místo, kde všechno začalo, do Neratova. Od místní restaurace U Proroka velkou část z nich vidíme před sebou jako na dlani. Pod svahem, na kterém stojí neratovský kostel Nanebevzetí Panny Marie, jsou dvě chaty pro ubytování poutníků, jídelna, prádelna a infor-

“

**Od každého zaměstnance požadujeme, aby byl schopen samostatné práce.**

**V keramické dílně vznikají užítkové dárkové předměty, jako jsou džbánky, misky, květináče nebo formy na bábovky. Sdružení Neratov si obecně staví na tom, že věci, které vyrábějí, mají mít praktické využití.**

mační centrum. Dole u křižovatky se krčí hospoda s občůdkem a naproti ní je malé zahradnictví a pivovar. Za ním už teče Divoká Orlice, která tu tvoří přirozenou hranici mezi Českem a Polskem. „V Neratově se všechna práce točí kolem servisu pro návštěvníky. V Bartošovicích jsou pak řemeslné dílny, kde se vyrábí dárkové předměty. Kromě toho máme ještě jedno chráněné bistro v Žamberku. A několik montážních dílen, kde děláme jednoduché manuální práce,“ vypočítává Nekvinda. Rozmanitost činností podle něj dobře pomáhá rozmělnit finanční riziko sociálního podnikání, což se potvrdilo především během pandemie.

Na svou hlavní činnost, kterou je provoz chráněného bydlení a denního stacionáře, si musí Sdružení Neratov z velké části vydělat samo. V minulém roce mu vlastní tržby pokryly více než polovinu celkových nákladů, čtvrtinu pak financovalo ze státního příspěvku na chráněný trh práce a asi desetinu pomocí darů. „Chtěli bychom dosáhnout toho, aby náš přínos byl kolem 75 procent. To by pro nás znamenalo velkou ekonomickou soběstačnost, včetně vytváření rezerv,“ prozrazuje své ambice Nekvinda. Byznysově jsou podle něj nejlépe nastavené montážní práce, kde jsou jasné zakázky, jasná pracovní činnost a silní strategičtí partneři. Když není zrovna pandemie, vydělá si na sebe i ubytování a hospoda. Pivovar by byl bez zátěže úvěru plusový, v současnosti se pohybuje kolem nuly. Provoz prádelny a zahradnictví se naopak ekonomicky nevyplatí, v mozaice činností má ale svoje místo.

Právě dlouhodobá perspektiva a slušná ekonomická soběstačnost se líbí firmám, které Sdružení Neratov podporují. „Vnímají nás jako partnera, který nemá jen nataženou ruku, ale dokáže si na některé mimořádné investice vydělat sám,“ komentuje spolupráci s firemními dárci Nekvinda. Ani současná ekonomická krize podle něj nezpůsobila citelný úbytek donátorů nebo snížení jejich darů. „U jedné firmy se dokonce stalo, že nám poslala peníze už v únoru, protože měla obavy, že na konci roku už by na to nemusela mít. Řekli si, že nás radši podpoří hned,“ vypráví s úsměvem.

Oficiálnímu fundraisingu se sdružení moc nevěnuje. Využívá raději osobní zkušenost lidí, kteří přijedou Neratov zažít. „Máme to nastavené takhle: přijed', podívej se, pochop,“ popisuje Nekvinda. Ze zkušenosti ví, že manažeři firem rychle porozumí tomu, jak sdružení funguje a zda si zaslouží jejich důvěru a podporu.

K návštěvě ostatně zve celá vesnice, která za posledních třicet let vyrostla doslova z trossek. Svah vedle cesty vedoucí ke kostelu je osázený jabloněmi, králíkárna a voliéry lákají děti k prohlídce malého hospodářství, od záhonů se zeleninou zdraví návštěvníky mladá zahradičnice a před hospodou i pivovarem postávají dobře naladěni milovníci místního piva Prorok. Kostel se nikdy nezamyká. Otevřené je tu nejenom nebe prosvítající jeho skleněnou střechou, ale i dveře všem lidem, kteří chtějí poznat příběh Neratova a nechat se jím oslovit.



## Nadace a fondy

Nestabilní ekonomická situace potvrzuje, že nadace a fondy jsou společensky odpovědní investoři. Počet nadačních subjektů meziročně vzrostl, zvýšil se i objem přerozdělených peněz.



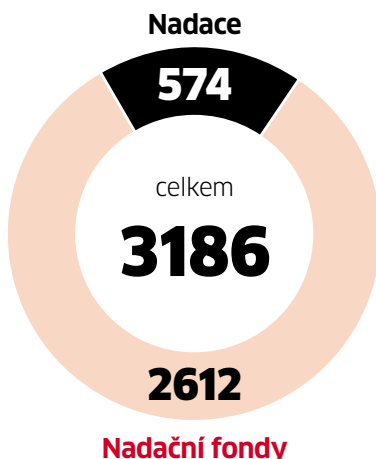
Další zajímavá data a čísla naleznete v **Mapě dárcovství 2023**

### Počet nadačních subjektů

(za rok 2023)

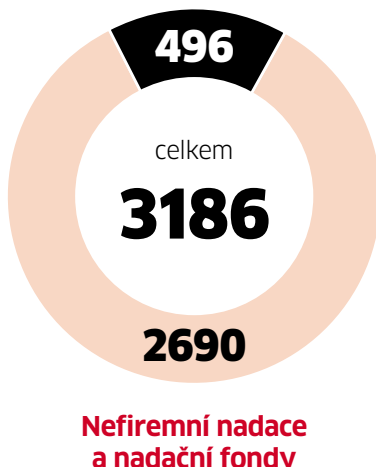
Meziročně vzrostl počet v Česku působících nadací a nadačních fondů o 143 subjektů (nárůst téměř o 5 %).

#### nadace vs. nadační fond



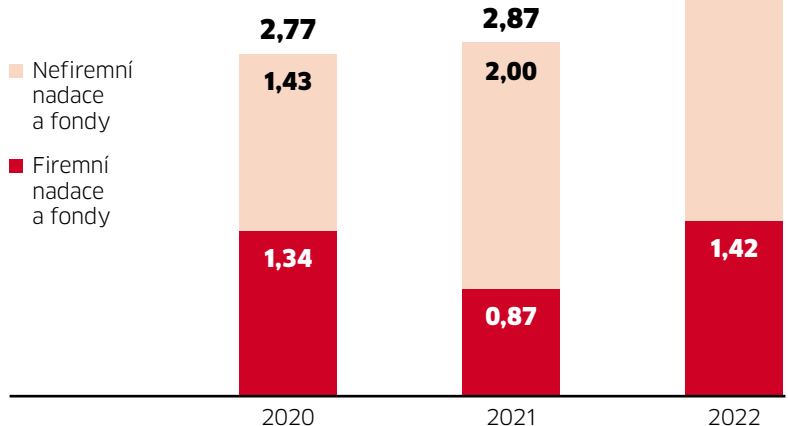
#### firemní vs. nefiremní

Firemní nadace a nadační fondy



### Objem rozdělených nadačních příspěvků, meziroční srovnání (v mld. Kč)

V roce 2022 rozdělily v Česku nadace a nadační fondy o 0,8 mld. více než v roce 2021 (nárůst o 27 %).

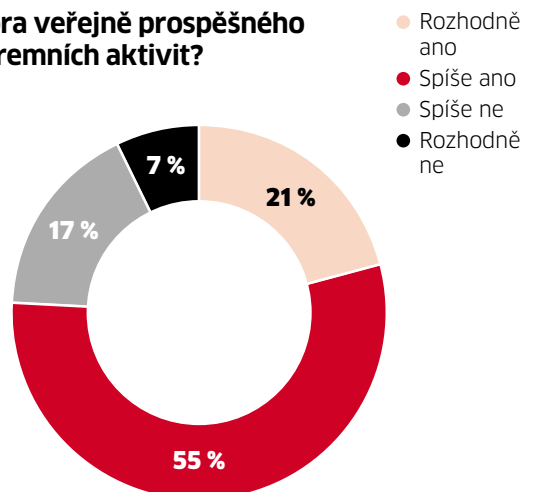


### Společenská odpovědnost firem očima veřejnosti

Firemní nadační subjekty rozdělily v roce 2022 o více než půl miliardy korun více než v předchozím roce.

#### Měla by být podpora veřejně prospěšného sektoru součástí firemních aktivit?

Meziročně se zároveň zvýšil podíl lidí, kteří považují podporu veřejně prospěšného sektoru za **důležitou součást firemních aktivit**. Tento názor sdílí více než **tři čtvrtiny dotázaných** (76 %), v minulém roce se jednalo o dvě třetiny dotázaných (67 %).



Sympatie k firmám u lidí nejvíce zvyšuje podpora **zdravotní oblasti** (60 %), u téměř poloviny lidí (49 %) pozitivně ovlivňuje sympatie k firmě také podpora **děti a mládeže, životního prostředí** či podpora v **sociální a humanitární oblasti**.



Společnost ATREA sídlí v Jablonci n. N. a zaměřuje se na výrobu vzduchotechnických jednotek s rekuperací tepla. S obratem překračujícím miliardu korun je v tomto oboru nejsilnějším tuzemským výrobcem a úspěšně proniká i na zahraniční trhy. Zároveň společnost aktivně podporuje různé nadační projekty. Rozhovor nám poskytl majitel a generální ředitel Ing. Daniel Morávek a exportní ředitel Mgr. Ondřej Kolman.

### Je vzduchotechnika perspektivní obor?

**DM:** Ano, je to skutečně perspektivní odvětví. Současně totiž řeší dva velké problémy – zdravé prostředí a díky zpětnému zisku tepla výrazně snižuje spotřebu energie a šetří náklady na vytápění.

### Jak si svůj úspěch vysvětlujete?

**DM:** Firmu jsme založili s mým otcem už v roce 1990 a dodnes čerpáme z otcovy technické erudice a vizionářství. Naše produkty jsou kvalitativně a technologicky na špičkové světové úrovni, což ostatně dokazuje náš úspěch na náročných západních trzích.

### Na jaké trhy vyvážíte?

**OK:** Exportní politiku máme založenou na kombinaci vlastních dceřiných společností a distributorského systému. Dceřiné společnosti jsme založili již v deseti zemích Evropy a v některých (např. v perspektivním Rumunsku) jsme dnes už jedničkou na trhu. Naším dominantním exportním trhem je stále Německo, kde jsme dlouhodobě velmi úspěšní. Naposledy jsme uspěli při vstupu na australský trh. I díky těmto úspěchům cítíme určitou sociální zodpovědnost.

### Co konkrétně na poli sociální zodpovědnosti děláte?

**DM:** Po mnoha letech nekoordinované pomoci jsme se rozhodli tuto oblast vnitřně zprofesionalizovat a založili jsme interní nadační fond ATREA. Inspirací je nám západní model, kdy je určitým nepsaným kodexem úspěšných firem působit pozitivně na své okolí, a nejen

finančními prostředky podporovat regionální projekty. Věříme, že toto bude nabývat na síle i v České republice. A tak je to správně.

### Čemu se váš nadační fond věnuje?

**DM:** Nadační fond jsme založili na sklonku roku 2020 v době covidu, abychom podpořili hlavně naše kolegy. Jako rodinná firma se snažíme o lidský přístup a jsme otevřeni pomoci a podpoře našich zaměstnanců. Ať už se jedná o zdravotní problémy či podporu dětí a samoživitelů. Těm jsme například poskytovali počítače na distanční výuku. Věříme, že firma si má svých lidí vážit a ti by měli mít důvěru ve vedení.

**OK:** Snažíme se podporovat nejrůznější zejména regionální projekty zdravotního, sociálního a edukativního rázu. Kultura rodinné společnosti a soukromého sektoru se promítá i do této naší činnosti. Projekty pečlivě vybíráme a analyzujeme. Pokud podporujeme organizace, osobně s nimi jednáme a podmínkou je, abychom věděli, kam a na co jsou finanční prostředky určeny. V případě podpory individuálních lidí známe jejich osudy i problémy. Snažíme se prostě, abychom využili finanční prostředky maximálně efektivně. Podporujeme tak lidi v kritické zdravotní situaci, edukativní projekty, ale i libereckou či jabloneckou nemocnici, hospice, knihovny atp.

### Podporujete výhradně regionální projekty?

**OK:** Ano, ale máme jednu důležitou výjimku v podobě podpory napadené



Ukrajiny. Pokud to určitá část společnosti nechce vidět, či to někoho už obtěžuje, my považujeme za naprosto zásadní nepřivírat nad tímto válečným zločinem oči. Naše děti se nás jednou budou ptát, co jsme v tuto kritickou dobu dělali. My chceme mít alespoň částečnou odpověď. Lhostejnost totiž zabíjí stejně jako ruské rakety.

Hned na začátku invaze jsme ubytovali válečné uprchlíky v našich bytových prostorech, vybavili ve spolupráci s Libereckým krajem azylové centrum zejména pro prcháající maminky s dětmi, nakoupili jsme stovky taktických lékáreniček a poslední dobou se zaměřujeme na záchranná terénní auta přímo na frontu.

### Jak to funguje?

**OK:** Spojili jsme se s organizací Post Bellum, iniciovali firemní sbírku a zdvojnásobili všechny vklady. Z těchto prostředků jsme na jaře zakoupili první záchranné auto a dovezli jej přímo na Ukrajinu do první linie. Dodnes slouží a zachránilo zatím přes čtyřicet životů. Tato terénní auta jsou totiž výkonná a rychlá v porovnání s těžkou technikou a na frontě jich je nedostatek. Jedná se o auta, která prostě zachraňují vojáky přímo z frontové oblasti a vozí je do nejbližší polní nemocnice. Kontrolujeme ten projekt od nákupu vozu až po převoz a předání. Když se těm mužům při předávání díváte do očí, víte, že to má smysl. Proto v tomto projektu pokračujeme i nadále. Už jsme přímo na frontu dovezli i druhé auto a na třetím pracujeme. Kdokoli může zvážit příspěvek. Ty peníze doslova zachraňují denně životy.

**Srdce Evropy pro Ukrajinu**  
Staňte se součástí záchrany raněných vojáků

**ATREA** NADACE ●●● Post Bellum

# Top 25 nefiremních nadací a fondů

**NEFIREMNÍ**
**Oblast působení**

Název	Objem poskytnutých nadačních příspěvků (Kč)	Člen Fóra dárců	Humanitární pomoc a lidská práva	Životní prostředí, rozvoj regionů a ochrana zvířat
1. Dobrý anděl, nadace	382 621 000			
2. Prague Civil Society Centre, nadační fond	243 320 000		✓	
3. Nadace The Kellner Family Foundation	158 678 000		✓	✓
4. Nadační fond Kladné nuly	103 000 000		✓	✓
5. Česko-německý fond budoucnosti, nadační fond	86 740 000	✓	✓	✓
6. Nadace Via	79 797 000			✓
7. Nadace Open Society Fund Praha	75 151 000		✓	✓
8. F-nadace	71 213 000		✓	
9. Nadační fond pomoci	69 218 000		✓	✓
10. Nadace Sirius	68 599 000		✓	
11. Nadace Karel Komárek Family Foundation	66 850 000			✓
12. Nadace Charty 77	63 128 000	✓	✓	
13. Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové	60 276 000		✓	
14. Nadace Prosport	57 600 000			
15. Nadace rozvoje občanské společnosti	34 515 000	✓	✓	✓
16. Nadační fond Českého rozhlasu	33 896 000		✓	
17. Nadační fond Nehemia	30 406 000	✓	✓	
18. Nadační fond Radia Proglas	30 193 000			
19. Nadační fond Kapka naděje	28 178 000	✓		
20. Nadace Blízkosobě	26 988 000		✓	
21. Nadace rodiny Vlčkových	25 401 000			
22. Nadace Lilie & Karla Janečkových	24 787 000			
23. Nadace Terezy Maxové dětem	23 396 000	✓		
24. Nadační fond obětem holocaustu	21 259 000	✓		
25. Nadace The Sekyra Foundation	19 637 000		✓	



Žebříčky nefiremních a firemních nadací a nadačních fondů sestavuje Fórum dárců. Údaje jsou shromážděny pouze od těch subjektů, které nejpozději do 8. září 2023 zveřejnily svoje výroční zprávy a účetní uzávěrky na serveru Justice.cz nebo je zaslaly Fóru dárců.

	Děti, mladí a rodina	Senioři	Pomoc nemocným a lidem s handicapem	Pomoc sociálně znevýhodněným	Kultura, umění a památky	Volný čas a amatérský sport	Vzdělávání a výzkum	Výše registrovaného nadačního kapitálu (Kč)
	✓		✓					1 000 000
								1 000
			✓	✓	✓	✓	✓	1 000 000
		✓	✓		✓	✓	✓	10 000
	✓	✓			✓	✓	✓	4 672 228 000
								78 614 000
	✓							101 744 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	49 054 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2 000
	✓		✓	✓				510 000
			✓		✓		✓	1 000 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	76 616 000
		✓	✓	✓			✓	273 073 000
						✓		575 025 000
	✓		✓	✓	✓		✓	60 845 000
	✓		✓	✓	✓	✓	✓	5 000
	✓			✓			✓	1 000
	✓	✓			✓			1 000
	✓		✓				✓	10 000
				✓	✓		✓	500 000
	✓		✓					1 400 702 000
							✓	512 000
	✓			✓				959 000
	✓	✓			✓		✓	1 000
					✓		✓	500 000

# Top 25 firemních nadací a fondů

## FIREMNÍ

## Oblast působení

Název	Objem poskytnutých nadačních příspěvků (Kč)	Člen Fóra dárců	Humanitární pomoc a lidská práva	Životní prostředí, rozvoj regionů a ochrana zvířat
1. Nadace ČEZ	219 993 000	✓	✓	✓
2. Nadace České spořitelny	144 677 000			
3. Nadace PPF	109 084 000		✓	
4. Nadační fond Škoda Auto	102 421 000	✓		✓
5. Abakus – nadační fond zakladatelů Avastu <sup>1</sup>	92 375 000		✓	
6. Nadace pojišťovny Kooperativa	86 299 000	✓	✓	✓
7. Nadace Agrofert	83 975 000	✓		✓
8. Nadace J&T*	62 635 000			
9. Dům Ronalda McDonalda, nadační fond	61 313 000			
10. Nadace EP Corporate Group <sup>2</sup>	55 364 000			
11. Nadace GCP	47 535 000	✓	✓	✓
12. Nadace RSJ*	37 884 000			
13. Nadace Tipsport	36 309 000		✓	✓
14. Nadace Komerční banky	25 858 000		✓	✓
15. Nadace Vodafone Česká republika <sup>3</sup>	19 490 000			
16. Nadační fond Albert	18 085 000	✓	✓	
17. Nadace bpd partners	17 981 000		✓	✓
18. Nadace Film-Festival Karlovy Vary	15 660 000			
19. Nadační fond Veolia	14 704 000		✓	✓
20. Nadační fond IOCB Tech	13 385 000			
21. Nadační fond Tesco	11 917 000		✓	
22. Nadace O2	11 759 000	✓	✓	✓
23. Nadační fond pomoci Vestar Group	11 745 000		✓	✓
24. Nadace Jablotron	11 116 000		✓	✓
25. Nadace Orlen Unipetrol	9 544 000	✓	✓	✓

\* Přestože byly nadace založeny fyzickými osobami, svým názvem reprezentují firmu a vykazují znaky firemního subjektu. Je běžnou praxí, že do přehledu příspěvků firemních nadací jsou tyto subjekty uváděny i v zahraničí.

<sup>1</sup> V roce 2021 dokončil nadační fond Abakus své sloučení s Nadačním fondem Avast. Fúzí došlo k zániku Nadačního fondu Avast a přechodu práv a povinností na nástupnický nadační fond. Ten stojí na pomezí firemních a nefiremních nadačních subjektů.



# 496

Tolik firemních nadací a nadačních fondů působí aktuálně v Česku. Jde o 15,6 procenta z celkového počtu tuzemských nadačních subjektů.

# 1,3

Tolik miliard korun rozdělila pětadvacítka největších firemních nadací a nadačních fondů v roce 2022. Jedná se o 0,5 miliardy korun více než v roce 2021.

	Děti, mladá rodina	Senioři	Pomoc nemocným a lidem s handicapem	Pomoc sociálně znevýhodněným	Kultura, umění a památky	Volný čas a amatérský sport	Vzdělávání a výzkum	Výše registrovaného nadačního kapitálu (Kč)
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	500 000
							✓	1 734 000 000
	✓				✓	✓	✓	1 000 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	26 000
			✓				✓	5 000 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	500 000
	✓	✓	✓	✓		✓	✓	500 000
	✓							600 000
	✓		✓					200 000
	✓	✓	✓					500 000
	✓		✓	✓	✓	✓	✓	1 000 000
	✓						✓	20 000 000
						✓	✓	500 000
	✓		✓	✓				500 000
	✓	✓	✓	✓			✓	500 000
	✓						✓	1 000 000
	✓		✓		✓	✓	✓	33 800 000
					✓			500 000
	✓			✓		✓	✓	100 000
							✓	500 000
	✓		✓	✓	✓	✓	✓	500
	✓	✓	✓	✓			✓	500 000
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10 000
			✓		✓	✓	✓	35 286 000
	✓		✓	✓			✓	500 000

<sup>2</sup> Nadace EP Corporate Group dále eviduje k 31. 12. 2022 schválené a nevyplacené příspěvky ve výši 54 794 000 Kč.

<sup>3</sup> hospodářský rok 1. 4. 2022 – 31. 3. 2023



**Snažila jsem se být  
pozitivní a věřit, že  
moje dítě přežije**

Barbora Kroužková získala od Fóra dárců cenu za přínos pro filantropii.



Když zadáte **Barboru Kroužkovou** do internetového vyhledávače, vyjede vám téměř padesát tisíc odkazů. Diváci ji znají z České televize. Je ale také moderátorkou řady charitativních akcí, podcastů s osobnostmi z veřejně prospěšného života a držitelkou Ceny Fóra dárců pro novináře za přínos pro filantropii.

# P

okud máte příležitost Barboru Kroužkovou poslouchat tváří v tvář, nepřehlédnete, že z ní jde neskutečná síla, pokora, ale i odhodlání poprat se s čímkoliv. Spolu se svou mladší dcerou, potýkající se s vrozenou atrézií jícnu (nevyvinutí orgánu, který se stává neprůchodným – pozn. red.) a dalšími přidruženými problémy, bojuje za každou minutu. „Od jejího narození jsme žily z minuty na minutu. Můj vlastní život skončil a všechno dál byl bonus. S obrovskou nadějí a vírou jsem věřila, že ona i já máme šanci na jakékoliv bonusy a že budeme žít normálně,“ říká.

#### **Diváci vás znají jako moderátorku. Jak jste se dostala k charitativním projektům?**

To bylo ještě v Českém rozhlase, někdy na přelomu století. Tehdy jsem se začala zabývat genderovými záležitostmi, které v té době ještě nebyly tolik populární. Spolupracovala jsem na seriálu o postavení žen a přes Gender Studies (nezisková organizace, která se zabývá otázkou postavení mužů a žen ve společnosti – pozn. red.) jsem se dostala k problematice žen, jejich zastoupení ve společnosti a k problematice práce žen v kombinaci s péčí o děti. Seriál se postupně rozšiřoval o další témata a já jsem navázala spolupráci rovněž s Fórem dárců.

#### **Od něj jste dokonce získala Cenu Fóra dárců pro novináře za přínos pro filantropii. Vy ale děláte spoustu dalších aktivit, například v loňském roce jste byla jednou z patronek charitativních koncertů České televize.**

Ano, konkrétně stacionáře Vlačstovka, který funguje v rámci Centra pro rodinu a sociální péči

Hodonín. Mé angažmá spočívá hlavně v moderování různých projektů, teď například pojedou patronovat křest kalendáře a výtěžek z něj pomůže mamince, která má dítě s atrézií jícnu. Jedná se o velmi raritní vývojovou vadu, na kterou jsou navázané další komplikace, ať už motorického nebo psychomotorického vývoje. Tohle onemocnění není moc známé, pro lidi s touto nemocí neexistuje žádný nadační fond, proto se snažím co nejvíce pomáhat. I s ohledem na moji osobní zkušenost, protože moje dcera Olivie se s touto vývojovou vadou narodila.

#### **Kdy jste se poprvé o její nemoci dozvěděla?**

Několik hodin po jejím narození. Indikace vrozené vývojové vady atrézie jícnu je velmi obtížná a stále probíhá výzkum, zda to není i genetická vada. V těhotenství se na ni přijít nedá, ani z ultrazvuku nebo genetických testů. Vodítkem může být, když v bříšku miminka není při ultrazvuku viditelná žaludeční bublina, ale moje dcera tu bublinu měla. Upozornit na ni může i zvýšený objem plodové vody vyvolaný poruchou polykání. Jenže já rodila ve 42 letech, takže i když jsem hladinu plodové vody měla vyšší, vešla jsem se do tabulek pro starší rodičky.

#### **Co jste v tu chvíli prožívala?**

První dceru jsem rodila císařským řezem, proto tak probíhal i druhý porod. Přišli mi to říct, když jsem ležela na jínce a nemohla se hýbat. Tehdy jsem o atrézií jícnu slyšela poprvé. Byla jsem v šoku. Asi nejvíc jsem brečela právě ten první den. Ještě večer Olivii operovali a následující dny jsem se k ní nechávala vozit na vozíčku.



## Barbora Kroužková (50)

moderátorka ČT

Vystudovala gymnázium a poté politologii a mezinárodní vztahy na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Absolvovala studijní pobyt v Sydney a Paříži.

Jako novinářka začínala v Českém rozhlasu, kde pracovala jako redaktorka na stanici ČRo 1 - Radiožurnál a poté jako moderátorka. Pracovala také jako redaktorka TV Prima a moderátorka pořadu Press Klub na Frekvenci 1. Od roku 2006 působí jako moderátorka v České televizi.

Je také hlasem podcastů Fóra dárců s osobnostmi veřejně prospěšného sektoru i těmi, které jsou aktivní v oblastech filantropie a společensky odpovědných témat. Dlouhodobě se účastní veřejně prospěšných aktivit, v loňském roce byla patronkou sbírky Adventních koncertů ČT a je také držitelkou Ceny Fóra dárců pro novináře za přínos pro filantropii.

Je maminkou dvou dcer, mladší Olivie se narodila s vrozenou vývojovou vadou – atrézií jícnu.

Hodně mi tehdy pomohli sestry a lékaři, kteří mi poradili, abych své myšlenky zaměřila na něco jiného, než je její nemoc. Možná to bude znít směšně, ale upnula jsem se na to, abych jí mohla dávat mateřské mléko. Olivie byla zasondovaná, dlouho krmená sondou přes nos a já, kromě toho, že jsem se snažila být pozitivní a věřit, že moje dítě přežije, jsem se zaměřila na to, aby mělo moje mléko. Snažila jsem se být v klidu, mít několikahodinový režim, stejně jako ho mělo mé miminko. Pak ještě přišly komplikace a ve třech měsících byla reoperovaná. V nemocnici jsme strávily skoro půl roku.

### Co všechno péče o takhle nemocné dítě obnáší?

Na začátku byla práce s ní velmi náročná kvůli opožděnému psychomotorickému vývoji. Teď už ale dobře jí, ve škole má asistentku a postupně dohání věci, které nezvládá tak bravurně. Mluvit začala až ve čtyřech letech. Následkem porodu nebo operací měla totiž v hlavě silné hematomy, které se rozpustily až postupně. Ale přidružené problémy má valná většina dětí, které se s touto nemocí narodí. Olivie měla například ještě opeřovanou průdušnici a jizva na ní vedla k častým laryngitidám a bronchitidám a dalším nemocem. První roky jsme každý podzim a zimu několikrát trávily v nemocnici na kyslíku. Z toho ale postupně vyrostla. Vždycky nám něco odpadá. Odpadla nám neuroložka. Hurá. Odpadly nám laryngitidy a výjezdy do nemocnic. Hurá. Prodlužují se nám termíny kontrol na chirurgii. Hurá. Fyzicky je na tom teď dobře, dokonce začala hrát na flétnu. Zbytek řešíme rehabilitací, ergoterapií, chodí ještě na logopedii a podobně.

### Na začátku jste ji musela speciálně krmit?

Jeden čas jsme doma měli perfusor neboli injekční dávkovač. Na něm se nastavovalo, za jak dlouho má dítě skrz sondu v nose dostat určité množství mléka. Olivie byla dlouhou dobu na kašovitě stravě a dodnes vše musí hodně kousat. To, co s dětmi zvládneme do roka, my měli rozložené do dvou. Vzpomínám si, jak jsme ji učili písničku „Kousej, kousej, zapít, zapít!“, když přecházela na tuhou stravu. Ve školce musela být pod silným dozorem, co se stravování týče. S touto nemocí je také spojený doslova příšerný jícnový kašel. Stačilo přijít v létě ve vedrech do klimatizované místnosti a začala silně kašlat. Několikrát se nám při tom stalo, že lidi chtěli volat sanitku. Pro nás to ale nebylo nic překvapivého. Byli jsme už vytrénovaní.

### Jak jste při tomhle všem dokázala zvládnout psychicky náročnou práci v médiích?

Pro mě byla práce relax. Maminka mi vždy říkala, ať si jdu odpočinout, že mi Olivii pohlídá. Ať si zajdu na kafe, vypnu. Jenže když o dítě pečujete 24 hodin, vypnout nedokážete. Nebo já jsem to neuměla. Neustále hrozilo, že něco vdechne a vy to z ní budete muset buď dostat, nebo volat záchranku. Maminky, které mají zkušenosti s touto nemocí, vědí přesně, co mají dělat. Stává

se to tak často, že už k tomu přistupují s černým humorem a dávají do naší uzavřené facebookové skupiny historky k dobru. Vytáhnou něco z dítěte, zasmějí se a jdou dál. Je to takový černý humor, který má většina lidí, když potřebuje podpořit.

### A ta práce?

Přišla jsem na to, že ta je to jediné, u čeho vypnout doopravdy dokážu. Abyste mohli vysílat, vypnout musíte. Na začátku jsem to šla jen zkusit. Zjistila jsem, že přepnout dovedu, a tak jsem začala do práce chodit odpočívát. Jednou nebo dvakrát, když dcera měla zánět jícnu a začala silně zvracet, se mi stalo, že jsem dovysílala, sundala jsem porty a v tom oblečení, které není moje, protože vysíláme v kostýmech, které pro nás vybírají kostymérky, jsem skočila do auta, cestou zavolala sanitku, s ní jsem se sešla před domem a odjeli jsme společně do nemocnice vyřešit, co se s tím jícnem děje.

### Mám úplně husí kůži.

Naštěstí se to nedělo často. Vím ale o čtyřech dětech, které s touto nemocí zemřely. Měly bohužel soubor těžkých komplikací. Naše dcera má jednu plíci zhmožděnou a chodí na dechové terapie a ergoterapie. Mimochodem na ergoterapie, které jsou hrazené pojišťovnou, jsou obrovské čekací lhůty, přitom je to výborná metoda.

### Vy jste vrozenou vadu své dcery zmedializovala až teď. Proč? Nenapadlo vás nikdy, že by na vás politici při rozhovorech tak neútočili, kdyby věděli, jak to v životě máte těžké?

Tyto dvě věci bych nespojovala. Je to hard talk a ani já se ničím ovlivnit nenechám. Opravdu je potřeba, aby všechny tyto okolní vlivy šly stranou. Proto jsem si dávala hodně pozor na to, abych nebyla ovlivněna já sama ani můj výkon a abych si to psychicky nepřenášela do práce. A proč jsem to řekla až teď? Nebyla jsem schopná o tom mluvit. Od jejího narození jsme žily z minuty na minutu. Můj vlastní život skončil a všechno dál byl bonus. S obrovskou nadějí a s obrovskou vírou jsem doufala, že máme šanci ona i já na jakékoliv bonusy a že budeme žít normálně. A takhle striktně jsem si to nastavila. Ono to úplně nejde, ale snažila jsem se. Třeba jsem chodila s kočárkem kolem školky a vůbec jsem nevěděla, jestli do ní dcera půjde. A pořád jsem na ni mluvila, i když ona nepromluvíla do svých čtyř let. Ne že by byla zticha, to ne, ale měla svoji řeč.

### Jak na to reagovalo okolí?

Nevím jak v cizině, ale Češi jsou dost experti na nevyžádané rady. Olivii byl rok a půl, byla dost velká a nechodila. Zvědavé dámy vám koukají do kočárku se slovy: „Ježíšmarjá, taková hezká holčička a maminka tě drží v kočárku.“ Tohle jsem hodně špatně snášela. Nebo jsme zažívaly nepřijemné situace na pískovišti, když si chtěla hrát, ale jak neuměla chodit, tak se jen plazila.





Nakonec jsem raději brala auto a jezdily jsme na výlety do lesa a krůček po krůčku jsme se posouvaly dál, zatímco jsme řešily spoustu problémů. Už jsem ani nechtěla vědět, jaké další to jsou. Jestli má afázii, dysfázii, autismus, ADHD. Bylo mi to jedno, jen jsem si užívala každý den a každý jednotlivý pokrok.

#### **Pojďme se vrátit k charitativním činnostem. Je něco, co vám v Česku chybí?**

Chybí mi u nás normálnost, obyčejnost, kdy se člověk charitou nemusí chlubit. Dobrovolnictví a filantropie by měly být přirozenou součástí života lidí, kteří mají víc peněz, než sami potřebují. Byla bych ráda, kdyby se charita stala pro lidi přirozenou, aby se nemusely stále vyhlašovat velké akce v médiích, ale aby vše plynulo spontánně.

#### **Zmiňujete, že se tím chce někdo chlubit. To je na druhou stranu podstata firemního dárcovství, které má dost velký podíl na tom, kolik se v Česku vybere peněz. Jakou vidíte roli firemní filantropie?**

Samozřejmě jsem za každou korunu ráda a těším se, že je tu mnoho firem z různých oborů, od telekomunikací přes energetiku až po automobily, které přispívají na charitu. Některé mají dokonce své nadace. Vždy je ale potřeba podívat se na poměr podpory k jejich obratu. V rámci podcastů Fóra dárců děláme rozhovory s lidmi, kteří mají v krajích malé nadace, ale i s těmi velkými, které na charitu vynakládají obrovské částky. Za to podstatné ale považuji, aby velcí i malí byli schopní předsadit kvalitu pomoci před marketingem a vyhledávat témata, která podporu potřebují. Firemní nadace zde mohou být důležitou hybnou silou třeba i systémových změn.

#### **Vidíte to jako trend, že se zvyšuje počet menších firem, které podporují charitativní projekty?**

Určitě ano, ale není to trend úplně poslední doby. Firmy zažívaly loni hodně těžké období a často nám říkaly, že bojují o přežití. Trend vidím spíš

**Barbora Kroužková dlouho tajila, že její dcera od narození bojovala o život a ona s ní. Práce je pro ni relax, kde se může od starostí odpoutat.**

v tom, že se charita regionalizuje a vytváří se komunity dobrovolníků, kterým na něčem konkrétním záleží a vnímají, že tu konkrétní věc jsou schopní nějakým způsobem zařídit sami. Jen bych si přála, aby jim stát neházel klacky pod nohy legislativou a daněmi. Daňová podpora významného nebo dlouhodobého dárcovství je něco, co si u nás zatím hledá svůj prostor. A já bych si tady přála větší podporu státu. Vnímám i to, že lidé si často spoustu věcí dokážou zařídit sami, jen kdyby jim stát ten prostor dal.

#### **Vedete rozhovory s mnoha majiteli firem, kteří jsou aktivní v oblastech filantropie. Mají něco společného?**

Mají a z toho mám radost. A to je to, že firmy už pochopily, že musí mít ve svých nadacích lidi, kteří té oblasti rozumí, dokážou reflektovat změny v legislativě, jsou pro tyto činnosti nadšení a filantropii se věnují naplno, tedy nemají ještě na starosti část managementu. Firemní filantropie už přestává být vynucená povinnost a šéfky a šéfové nadačních fondů začínají mít velkou autonomii, při které si obhajují rozpočty a charitativní akce.

#### **Takže se dostáváme k tomu, co je běžné na Západě.**

Ano, v tomto smyslu ano.

#### **Vnímáte ještě jiné trendy, například podporu hodně specifických oblastí? Narážím na nadaci ČEZ, která podporuje sokola stěhovavého. Vidíte jako trend, že firmy chtějí vybočovat z hlavní linie?**

Nadace ČEZ hlavně podporuje stovkami miliónů ročně celou řadu systémových i lokálních projektů. A to dlouhodobě. Určitě existuje i mnoho zajímavých menších projektů. Firmám se vyplatí soustředit se na velké viditelné záležitosti nebo se s nimi spojovat, ale některé se zaměřují i na věci menšího rozsahu, které jsou pro ně i méně komunikačně přínosné. To právě ukazuje na to, že už to nedělají jenom proto, aby se tím mohly chlubit.

#### **Od začátku války na Ukrajině firmy řeší její ekonomické dopady, výdaje na charitativní projekty přitom bývají to první, co zejména ty malé škrtají. Jaká je ale realita?**

Pandemie měla jeden pozitivní vliv, a sice že se zvýšilo online dárcovství. Třeba DMS zprávy určitě neupadají, dokonce jsme vloni spouštěli novou DMS na zvýšenou částku 190 korun. Co neustává, je velká vlna solidarity. Ať už to bylo tornádo na Moravě nebo případ Martínka trpícího vzácným genetickým onemocněním. V souvislosti s ním mám ale jeden velký apel od charitativních organizací. Tyhle vlny podpořené velkou řadou známých osobností jsou úžasné, ale je potřeba, aby se peníze více distribuovaly. Nechci, aby to znělo, že něco někomu nepřejeme, ale je pak hodně těžké pro organizace dosáhnout podobné vlny.

“

**Češi jsou dost experti na nevyžádané rady. Raději jsem před nimi prchala do lesa.**

# JTI INTERNATIONAL


**Adresa:**

Na Pankráci 1683/127, Prague,  
140 00 – Czech Republic

**Právní forma:** spol. s r.o.

**IČ:** 17047587

**Telefon, e-mail:**

+420 724 460 004,  
eva.prokesova@jti.com

**Kontaktní osoba:**

Eva Prokešová

**Webové stránky:**

<https://www.jti.com/>

**Rok vzniku:** 1898

**Statutární orgán:** Jednatel

**Poslání:** CREATING FULFILLING  
MOMENTS. CREATING A BET-  
TER FUTURE.

**Místo působení:** Praha,  
Česká republika

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

 newstream

 PRKlub



GOOD COMPANY  
CIRCLE

## GOOD COMPANY CIRCLE 2023

SUMMIT UDRŽITELNÉHO ROZVOJE

23. 11. 2023, 10.00

KŘÍŽÍKOVY PAVILONY, VÝSTAVIŠTĚ PRAHA

WE LISTEN AND ACT.

**OBOR/OBLAST ČINNOSTI:**

JTI je druhou největší tabákovou společností v Česku. Prodává první i druhou nejprodávanější značku cigaret v Česku, Camel a Winston. Nedávno uvedla na trh také značku zahřívaného tabáku Ploom X s náplněmi Camel. JTI je dle prestižního hodnocení Top Employer nejlepším zaměstnavatelem v Česku., [www.jti.com](http://www.jti.com).

**PŘÍNOS PRO SPOLEČNOST:**

JTI se v rámci investic do komunit, ve kterých podniká, zaměřuje na pomoc sociálně znevýhodněným osobám ať už zdravotně, sociálně, věkem, finanční situací nebo dalšími vlivy. Považujeme to za nesmírně důležité a za zásadní pro budoucí kvalitu života lidí kolem nás. I z tohoto důvodu vznikla konference Good Company Circle.

**NAŠE PROJEKTY:**

JTI dlouhodobě podporuje Tísňovou péči od ŽIVOTa90 Nadosah určenou seniorům či zdravotně znevýhodněným lidem. Kombinace ústředny s reproduktorem, náramku s tísňovým tlačítkem a čidlem pohybové aktivity může v domácím prostředí zachránit život. Tísňovou péči Nadosah jsme také před čtyřmi lety nabídli zaměstnancům coby firemní benefit. Naši zaměstnanci tedy mohou využít tuto službu pro své blízké.

Spolu s ŽIVOTem90 jsme například také pod vedením špičkového fotografa Františka Ortmana připravili fotografický workshop pro naše zaměstnance v rámci Dne dobrovolnictví, kde vznikla celá řada přátelství mezi

zaměstnanci a seniory. Fotografie můžete dodnes vidět v sídle ŽIVOTa90

JTI spolu s Klubem svobodných matek pomohla v době Covidu bezmála dvěma desítkám samoživitelek rozjet nebo udržet své drobné podnikání, několika kandidátkám také pomohla koučováním a radou nalézt stále zaměstnání.

Jako exkluzivní partner podporujeme Oděvní banku, která spojuje ekologii a udržitelnost s podporou rodin v těžkých materiálních situacích. Oděvní banka nejen poskytuje oblečení těm, kdo ho potřebují, ale také povzbuzuje spotřebitele, aby se rozhodli pro udržitelný šatník.

**MOŽNOSTI, JAK NÁS PODPOŘIT:**

Spojení byznysového světa s tím neziskovým je pro nás standardní a správné. Hledáme jejich synergie a snažíme se najít cesty, jak je stoprocentně využít. Podpořit tak můžete námi podporované partnery z nezisku.

**NAŠE KAMPANĚ,  
FUNDRAISINGOVÉ AKCE:**

Konference Good Company Circle, pořádaná ve spolupráci s Hospodářskými novinami, je naší letošní nejviditelnější akcí. Jejím cílem je vytvořit otevřený prostor pro diskusi ohledně ESG témat zaměřených na sociální udržitelnost, ve které budeme sdílet užitečné rady i praktické zkušenosti. Na konferenci „Good Company Circle 2023, Summit udržitelného rozvoje“ dorazte 23. listopadu 2023 na Výstaviště v Holešovicích do Křížkových pavilonů.







# Zelené firmy? Dříve marketing, dnes reálná snaha



V počátcích byla udržitelnost spíše marketingový pojem a jiná forma reklamy. To se ale mění, firmy začaly brát strategie odpovědnosti vážně. Skutečně udržitelná firma se pozná i tak, že její klíčový byznys neškodí a o svých aktivitách transparentně informuje v nefinančním reportu.

Skutečně udržitelná firma je především transparentní v komunikaci. Umí nejen zdůraznit silné stránky, ale zároveň přiznat i ty slabší, kde je třeba přidat.

**K**dyž v T-Mobilu nakupují elektřinu do sítě nebo pro provoz datových center, vybírají si jenom tu se zeleným certifikátem. Tedy energii pocházející z obnovitelných zdrojů. Do budoucna chtějí pokrýt polovinu spotřebované elektřiny přes PPA, tedy přes dlouhodobý kontrakt na nákup elektřiny ze zelených zdrojů. Instalují fotovoltaiku, a kde to jde, mění způsob vytápění za šetrnější.

Podobné aktivity v posledních letech vyvíjejí prakticky všechny velké společnosti v Česku a přidávají se i malé a nejmenší. Proč to dělají? Je za jejich úsilím skutečně snaha o udržitelnost, nebo marketing a touha dobře vypadat před zákazníky a zaměstnanci?

Podle Sandry Feltham, expertky na oblast společenské odpovědnosti a majitelky konzultační agentury Flagship, jež byla jednou z prvních agentur, které se v Česku začaly udržitelnosti v byznysu věnovat, až dosud skutečně šlo především o marketing. V poslední době se to ale mění. „Firmy začínají chápat potenciál udržitelného podnikání, a jak může pomoci s udržetím zaměstnanců i přilákáním nových talentů. Zároveň také roste přehled lidí o tématu, a tak nemohou riskovat, že to, co o sobě říkají, nesplní. Tedy s tím, jak roste znalost o udržitelnosti jako o výhodném byznys case (obchodním případu – pozn. red.), mají i české společnosti snahu zavádět ji pořádně a inovovat se,“ říká Feltham.

Příklady z minulosti, kdy firmy místo promyšlených a smysluplných strategií podnikaly nahodilé akce bez dlouhodobého efektu, zmiňuje několik.

„Charitativní akce byly často nesprávně spojovány s udržitelností, což vypouštěly PR agentury, které tématu nerozuměly,“ dává příklad Feltham. A i dnes některé podniky vynakládají úsilí v aktivitách, které se jen těžko dají považovat za skutečně udržitelné.

„Jsou to často kampaně týkající se ekologie, které nejsou zasazeny do firemního kontextu, nejsou podloženy daty a vlastně tak nemají s podporou životního prostředí nic do činění,“ říká Feltham.

Podle jejích zkušeností z praxe jsou firmy v Česku stále tak deset let za Západem. Velká většina z nich se o ESG (environmental, social, governance) a udržitelnosti dozvídá teprve v posledních dvou letech. Situace se však podle ní zlepšuje i v tom, že marketing a PR měly udržitelnost dosud často na starosti, a tak byl krůček k tomu, tato pole propojit.

„V poslední době se to ale mění. Pokud firma nemá člověka přímo na ESG, zodpovědnost za tuto oblast přechází pod finanční ředitele či přímo na představenstvo firmy. Propojení s komunikací proto již nebude tak silné,“ předpokládá Feltham.

### Nesmyslné slogany, zavádějící nálepky

V poradenské agentuře CIRA Advisory, která pomáhá firmám se zaváděním cirkulární ekonomiky a udržitelnosti, se denně setkávají s kampa-

## Hříchy greenwashingu

### ■ 1. Skrytý kompromis

Firma propaguje výrobek zdůrazněním zcela okrajových vlastností, i když je jako celek neekologický – například jednorázový kelímek s papírovým brčkem.

### ■ 2. Bez důkazu

Firma zboží propaguje neověřitelnými reklamními slogany.

### ■ 3. Vágnost

Výrobce popisuje zboží nejednoznačným jazykem, který si lze vykládat různým způsobem.

### ■ 4. Menší zlo

Firma svůj výrobek propaguje tím, že se jedná o menší ze dvou zel – například nízkoemisní nafta s biosložkou.

### ■ 5. Falešné certifikáty

Firma takto propaguje svůj výrobek prostřednictvím certifikátů a označení, jež vůbec neexistují.

němi zejména v oblasti spotřebního zboží. Jsou to typicky například drogistické výrobky s nálepkami typu eco-friendly, přírodní, udržitelné či bojuje s globálním oteplováním; ovšem není nijak podloženo, v čem jejich šetrnost spočívá.

„Reklamní texty u mnoha kampaní po zamyšlení vůbec nedávají smysl. Na druhou stranu si nemyslíme, že jde ve 100 procentech případů o záměrný greenwashing. Marketéři jsou totiž také pouze lidé, nejsou to odborníci na udržitelnost, ale na marketing a plní vždy zadání od klienta,“ připomíná Ivana Hekerle, ředitelka komunikace CIRA Advisory.

### Informace mají být ověřitelné a ověřené

Jednou ze známých, ovšem vcelku nesmyslných aktivit, která se v Česku hojně rozšířila v roce 2015 a později, bylo sbírání víček od PET lahví. Víčka se sbírala pro charitativní účely, a to i ve firmách. Informační kampaň ujišťovala veřejnost, že výkup víček pomůže třeba nemocným dětem nebo že se za peníze získané z výkupu víček koupí zdravotnické pomůcky. Jenže v realitě náklady na sběr víček a jejich svoz byly často vyšší než částka, která se díky nim vybrala. Mnohem efektivnější bylo jednoduše hodit víčka do žlutého kontejneru na plast spolu s PET lahve a nechat je zrecyklovat v běžném systému.

Lucie Mádlová, ředitelka Asociace společenské odpovědnosti, vysvětluje, že firma, která skutečně míří k udržitelnosti, se pozná svojí transparentní komunikací. „To znamená, že informace o vlastní udržitelnosti jsou snadno dohledatelné a dočteme se nejen o tom, v čem je dobrá, ale i v jaké oblasti ještě není tolik silná, jak by si vedení představovalo. Udržitelná firma ukazuje konkrétní kroky, ne jen strategie nebo plány, v pravidelných impact reportech (reportech dopadu – pozn. red.),“ připomíná Mádlová.

Firma usilující o udržitelnost také pracuje na promyšleném ekodesignu svých výrobků a řeší celý jejich životní cyklus – od použitých materiálů přes šetrný proces výroby, balení a dopravu až po opravitelnost a ekologickou likvidaci.

„Nejen na papíře nebo v reklamních sloganech, ale v ověřených dokumentech, například i nějakou certifikací nebo nezávislou třetí stranou,“ zmiňuje Mádlová. Skutečně udržitelné firmy také podle jejích slov zapojují své zaměstnance a zúčastněné strany do udržitelných iniciativ a dělají z nich ambasadory udržitelnosti.

### Zaměstnanci navrhuji aktivity v aplikaci

Jak o udržitelnosti uvažují samy firmy? Například Letiště Praha, které se v ESG ratingových žebříčkách umísťuje na předních příčkách, ujišťuje, že se snaží k udržitelnosti přistupovat koncepčně. „Máme definované cílové oblasti, jako například uhlíkové neutrální letiště, snižování hlukové zátěže a podobně. A pro každou z nich zpracované střednědobé a dlouhodobé cíle a akční plány,“ říká Soňa Hykyšová, ředitelka sekce pro životní prostředí, udržitelnost a ESG Letiště Praha.



Hlavní motivací je prý dostat závazkům, které si letiště dalo vůči různým skupinám stakeholderů (zúčastněných stran – pozn. red.), ať už jde o zaměstnance, okolní komunity, dopravce, cestující, akcionáře, regulátory a další.

„Osobně nejsem zastáncí akcí, u kterých marketingový efekt převažuje nad reálným přínosem. Domnívám se, že to celé ESG spíše poskožuje. Udržitelnost s velkým dopadem závisí na systémových změnách, je za tím spousta práce mnoha oddělení a spousta překonávání překážek. A přitom navenek z PR hlediska tyto změny většinou tolik nezaujmu,“ soudí Hykyšová. Připouští však, že i pražské letiště se snaží prezentovat pokroky v udržitelnosti, protože u veřejnosti panuje představa, že největší producent emisí CO<sub>2</sub> je letecká doprava. „Informace o tom, že i toto odvětví se v udržitelnosti výrazně posouvá, už si ale lidé nevyhledávají,“ dodává Hykyšová.

V T-Mobilu je úplně prvním krokem při přemýšlení o udržitelných aktivitách nastavení ESG strategie a s ní souvisejících cílů. A to nejen na úrovni celé skupiny, ale i v její lokální podobě. „Je správné mít ESG strategii pevně spojenou s byznysem, aby byla pro zákazníky a naše byznys partnery uvěřitelná, aby měla co největší dopad. Konkrétní kroky už pak konfrontujeme s našimi hlavními principy – jsou v souladu s naší strategií? Udělají naše podnikání udržitelnější?“ dává příklady mluvčí Patricie Šedivá.

**Firemní udržitelnost není v současnosti jen záležitostí jedné konkrétní společnosti, je podstatná i pro subjekty, které s ní kooperují či obchodují.**

“

**Nová směrnice EU má zabránit tomu, aby se firmy neoprávně prezentovaly jako udržitelné.**

Stejně tak se jim osvědčilo vzít do hry všechny zaměstnance a dát jim možnost přicházet s nápady, jak by se firma mohla chovat udržitelněji. „Vloni, v roce, kdy téměř vším hýbala energetická krize, jsme spustili interní program ECCO<sub>2</sub>, který zastřešuje všechny aktivity týkající se energetické efektivity a úspor ve spotřebě energií a produkce emisí. Program prostřednictvím jednoduché aplikace sbírá, vyhodnocuje a vede k realizaci tipy od samotných zaměstnanců,“ vykresluje Šedivá.

Jako příklad firmy, která má snahu o udržitelnost dobře podchycenou, uvádí Ivana Hekerle z CIRA Advisory nábytkářskou společnost TON. „Je to tradiční česká výrobní značka, která ale do provozu aplikuje prvky cirkularity – z odřezků produkuje zcela nové výrobky, špičkově pečuje o fyzické i psychické zdraví zaměstnanců a nastavuje svoje aktivity vůči přírodě, komunitám i vnitřnímu fungování tak, aby zde mohla být i dalších 150 let,“ zmiňuje Hekerle.

Dalším takovým příkladem dobré praxe, který veřejnosti zatím není příliš známý, je společnost Classic Oil z Buštěhradu u Kladna. Vyrábí technické kapaliny pro budovy a automobilový průmysl. „Jako jediní ve střední Evropě dané kapaliny recyklují, a výrazně tak snižují dopad na přírodu, což dokládá i jejich nedávný výpočet uhlíkové stopy,“ hodnotí Hekerle.

### **Evropská směrnice má vyčistit hřiště**

Jak tedy jednoduše poznat, jestli firma svou snahu o udržitelnost myslí seriózně, nebo ji má jen jako pozlátku pro zákazníky?

„Pokud se firma věnuje agendě udržitelnosti vážně, řeší toto téma napříč celým hodnotovým řetězcem a má podporu vedení či vlastníků. V ideálním případě je úzce provázána s jádrem byznysu a slouží jako prostředek k úspoře nákladů, předcházení rizik, inovacím nebo zvýšení konkurenceschopnosti firmy a lepšímu vnímání značky. Firma pak svoje aktivity, cíle, to, jak se posouvá, či nikoliv, transparentně zveřejňuje v takzvaném nefinančním reportu,“ zmiňuje Vladimír Víšek z iniciativy No Greenwashing.

Pomoci by měla i směrnice o zelených tvrzeních, kterou v březnu vydala Evropská komise a nyní je v rukou Evropského parlamentu a Rady. Firmy už nebudou moci vydávat nepodložená tvrzení, například, že jsou nebo budou uhlíkově neutrální či že jejich výrobek obsahuje 30 procent ekologických materiálů, aniž by k tomu doložily konkrétní data a vědecky ověřené výzkumy. „Zároveň se budou udělovat pokuty, a to ve výši až čtyři procenta z obrátu firmy. Lakování nazeleno (greenwashing – pozn. red.) brzy nebude tak jednoduché,“ předpokládá Víšek.

Dodává, že mnohdy u lidí panuje ono přesvědčení, že greenwashing je doménou marketingu. „Pokud se ale udělá špatné rozhodnutí už o několik kroků dříve, pravdivou komunikaci z toho nevytvoří ani nejlepší komunikační tým. To, aby stáli za udržitelností marketéři, není správná cesta,“ zdůrazňuje Víšek.



# DMSKY PŘINESLY NEZISKOVÉMU SEKTORU JIŽ TĚMĚŘ 1 MILIARDU KORUN

## ÚSPĚŠNÉ MOBILNÍ DARY V ČÍSLECH

Na přelomu roku DMSky prošly inovacemi, které jejich popularitu ještě umocnily a aktuální čísla ukazují, že tento mobilní transparentní dárcovský nástroj dárce hojně využívají napříč podporovanými oblastmi i věkovými kategoriemi. Zároveň je pro dárce důvěryhodný a funkční, což dokazují i rekordní čísla z posledních let. Nová **DMS 190** navíc potvrdila jejich oblibu a za krátkou dobu si získala přízeň dárců, což se výrazně odrazilo na benefičních akcích, na nichž DMS 190 dominovala.

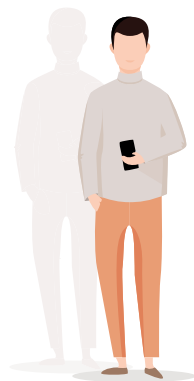
Data k 30. 9. 2023:

- počet DMS za celou existenci služby: **25,8 mil. kusů**
- vybrané finanční prostředky prostřednictvím DMS: **0,9 mld. Kč**

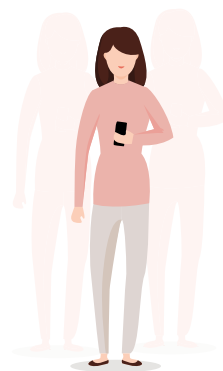
Z analýzy dat Fóra dárců vyplynulo, že mezi nejčastěji podporované oblasti patří pomoc nemocným a lidem s handicapem – **39 %** a humanitární pomoc a lidská práva – **28 %**.

### KDO POSÍLÁ DMSKY?

Průměrný věk dárce se pohybuje kolem **51 let**, z čehož nejmladší dárce je ve věku **15 let** a nejstarší pak ve věku **87 let**. Z průzkumu také vyplynulo, že **2/3** mobilních dárců tvoří ženy a **1/3 muži**. Zájem o další kontakt s organizací má a svůj e-mail pro tento účel poskytuje drtivá většina dárců, tedy **86 %**.



- Autentičtí vlastníci osobních telefonních čísel
- Lidé ve věkové kategorii 40-49 let nebo 50-59 let, převážně z Prahy a Středočeského kraje
- Bydlištěm v menších obcích do 10 tis. obyvatel či v hlavním městě
- Nejčastější dar pro podpořenou organizaci ve výši 319 Kč ročně



### NOVINKA V SYSTÉMU DÁRCOVSKÝCH SMS ROKU 2023 – POTVRZENÍ O DARU

Dar prostřednictvím dárcovské SMS je ze své podstaty anonymním darem do veřejné sbírky, nově však mohou organizace získat o svých doposud anonymních dárcích bližší informace, a to prostřednictvím nové služby **Potvrzení o daru**.

Tento rok tak mají dárce poprvé možnost získat za své odeslané DMSky **potvrzení o daru**. Tato celoročně dostupná webová aplikace pro potvrzení o daru k dárcovským SMS funguje na stránkách [www.darcovskasms.cz](http://www.darcovskasms.cz), kde si dárce mohou potvrzení o daru vygenerovat vždy za ukončený kalendářní rok (tedy od 1. ledna až do 31. prosince). Kromě možnosti získat potvrzení o daru mohou také dříve anonymní dárce navázat kontakt s podporovanou organizací.

Více informací o dárcovské SMS najdete na [www.darcovskasms.cz](http://www.darcovskasms.cz).

## NADACE

Češi jsou mistři v nárazové pomoci, když přijde nenadálá tragédie. „Nemají ale vybudované návyky pomáhat soustavně a dlouhodobě,“ říká ředitel Nadace Via Zdeněk Mihalco.



# Darovat pravidelně ještě moc neumíme

**P**říspěť na léčbu nemocného dítěte nebo na podporu rodiny, která přišla o střechu nad hlavou, je v Česku téměř samozřejmostí. U jiných témat je ochota darovat nižší, zvláště pokud jde například o integraci menšin, bezdomovectví nebo lidská práva. „Existují ale filantropové, kteří naopak vyhledávají témata, na která není tolik nasvíceno,“ uvádí Zdeněk Mihalco, ředitel jedné z největších nadací v Česku, která mimo jiné provozuje dárcovský portál Darujme.cz. Kromě toho podporuje i firemní dárcovství a hledá originální formy, jak motivovat lidi k sousedské solidaritě.

**Jedním z vašich cílů je spoluvytvářet v Česku prostředí, ve kterém je pomáhat zcela přirozené. Daří se to v posledních letech?**

Řekl bych, že se to daří nad očekávání dobře. Příspěly k tomu některé krizové události posledních let, jako byla pandemie, tornádo na Moravě a válka na Ukrajině. Negativní události obvykle ukážou to dobré v nás a také tyto případy vyvolaly velké vlny dárcovství. Díky nim se o dárcovství jako takovém dnes více ví, lidé jsou solidárnější a už se to pravděpodobně nevrátí na úroveň, která tady byla, řekneme, před čtyřmi nebo pěti lety.

**V minulém roce jste v Nadaci Via rozdělili mezi potřebné iniciativy téměř 80 milionů korun.**

**Podle jakých kritérií projekty vybíráte?**

Kromě dárcovství jako takového je naším hlavním tématem podpora aktivních lidí, kteří nějakým způsobem mění k lepšímu místo, kde žijí. Jsou to třeba malé spolky někde na venkově, které obnovují náves, provozují místní divadlo nebo něco po-

dobného. Tím vzniká v Česku velká síť aktivních lidí, kteří berou odpovědnost za své okolí a obecně za společnost do vlastních rukou. Tvoří tak základy demokracie. Důležité je, že pečují o své okolí nad rámec vlastní rodiny, zajímají se o to, co je sdílené s ostatními. Tyhle lidi dlouhodobě propojujeme, učíme je získávat další zdroje a rozvíjet svou komunitu. Protože důležitá součást filantropie je také to, že si organizace umí o dar vhodným způsobem říct.

### **Setkáváte se často s tím, že to neumí?**

Celý nevládní sektor stále roste a profesionalizuje se. Dnes u nás máme tisíce organizací a mnohé z nich mají své fundraisery, kteří svou práci chápou skutečně jako profesi a nejen jako nějaké tahání peněz z lidí. Přístup k tomuto oboru se postupně mění a jde v něm stále více o vztah důvěry mezi dárcem a neziskovou organizací. Ideální je, když se na rozvoji podílí obě strany současně. Dárce svými financemi a organizace tím, co dělá. Měl by to být vlastně partnerský vztah. Z pohledu neziskové organizace je to umění nejen říct si o peníze, ale také poděkovat, odreportovat svou činnost, komunikovat s dárcem, zapojit ho do dalšího rozvoje a podobně.

### **S rostoucím počtem dobročinných organizací se zvyšuje i určitá konkurence mezi nimi. Pomáhá to celkovému rozvoji filantropie v Česku?**

Ano, protože roste kvalita a objevují se nová témata, která oslovují nové dárcé. Samozřejmě, že na ty nejvýznamnější dárcé je tím vytvářen větší tlak, chodí za nimi spousta organizací a v tomto smyslu opravdu o jisté konkurenci můžeme mluvit. Myslím si ale, že je to konkurence partnerská, protože všem jde přece o dobrou věc. Do budoucna to může znamenat, že některé organizace zaniknou, když nebudou svou práci dělat dobře a když se neudrží na přeplněném trhu. V tuto chvíli bych ale řekl, že množství občanských spolků a organizací v Česku je pozitivní. V mezinárodním měřítku patříme k inspirativním zemím. Když kolegové z jiných států vidí, co všechno u nás děláme, často nás obdivují.

### **Co nám naproti tomu moc nejde?**

Podle některých dat je v Česku poměrně nízká důvěra mezi lidmi obecně a také důvěra v instituce, včetně neziskových organizací. To je ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi znát a je to hodně složité zvrátit. Může to trvat několik generací. Nebo je možné, že je to zkrátka součástí naší společnosti. Existují výzkumy, které ukazují, že většina našich obyvatel a priori nedůvěřuje lidem ve svém okolí: sousedům, kolemdoucím... Rovnou jim nedůvěřujeme, aniž bychom o nich něco věděli.

### **Souvisí to s tím, že pak i charitu děláme raději na vlastní pěst, než abychom podpořili organizace, které se na pomoc druhým specializují?**

Může se to projevovat i tímto způsobem. U nás je ale spíš velmi typické, že během velkých událostí darujeme nárazově opravdu hodně. V té první emoční fázi většinou přijde velká vlna solidarity.

Po tornádu na Moravě nebo po vypuknutí války na Ukrajině jsme viděli, jak čísla najednou vyletěla a pak zase spadla. To není v ostatních evropských zemích běžné, v tomto jsme opravdu fenomenální. Ale „opravdová filantropie“ podle mě spočívá spíše v tom, že darujeme s rozmyslem, nezištně a pravidelně. Měli bychom se naučit dlouhodobě podporovat projekty, které nám dávají smysl. Nemusí to být nic globálního, stačí třeba sportovní klub v naší ulici nebo lokální spolek. Ale to kouzlo tkví v tom, že jim tu pětistovku nebo určité procento ze svých příjmů posíláme pravidelně. A tam ještě úplně nejsme.

### **Jak se to dá naučit?**

Snažíme se o to pomocí platformy Darujme.cz. Ta slouží přímo neziskovým organizacím a ony s jeho pomocí mohou samy oslovovat své dárcé, budovat s nimi vztahy, sbírat kontakty a podobně. A různými metodami mohou jednorázového dárcce proměnit v dlouhodobého podporovatele.

### **Praxe, která si v Česku získává stále větší oblibu, jsou zaměstnanecké sbírky, kdy firma motivuje své zaměstnance k dárcovství například tím, že zdvojnásobí jejich příspěvky. Je tato iniciativa pro podniky prospěšná?**

V dnešní době, kdy je velká poptávka po kvalitní pracovní síle, je to jedním z možných nástrojů, jak zvýšit u svých lidí loajalitu a motivaci. A také přilákat nové. Tím, že má firma dobrou pověst, přitahuje dobré zaměstnance. Nastupující generace se dnes hodně zajímá o to, jestli je společensky odpovědná. Podniky si stále více uvědomují, že je potřeba, aby dělaly něco prospěšného. Možností je hodně, od firemního dobrovolnictví přes zaměstnanecké sbírky až po specifické formy dárcovství, kdy společnost například přenechá svým zaměstnancům část zisku, aby ho sami rozdělili mezi dobročinné projekty, které si vyberou.

### **Hraje v tom roli i fakt, že od příštího roku budou muset velké firmy reportovat svoji společenskou odpovědnost?**

Nedokážu říct, jestli to s tím souvisí. Pravdou je, že většina velkých společností už na tom nějakým způsobem pracuje dlouho. Je možné, že některé firmy se o to začnou zajímat právě kvůli tomu, že budou mít tuhle povinnost.

### **Je to podle vás správný způsob, jak motivovat podniky k dobročinnosti? Nebo to vede spíše k tomu, že to pak dělají jenom naoko?**

Myslím, že to je případ od případu. Jako pozitivní bych určitě viděl to, že si firmy musí povinně začít klást některé otázky. Jejich management musí kromě zisku začít sledovat i jiné indikátory. Podle mě by ale filantropie měla být v ideálním případě vždy dobrovolná a nezištná. To znamená, že něco daruji, protože chci, ne proto, že mě k tomu někdo nutí, nebo abych si zlepšil svou reputaci. Většina lidí pak zjistí, že to přináší ještě jiný, vnitřní prospěch. Je prokázané, že lidé, kteří nezištně darují, jsou v životě spokojenější.



## **Zdeněk Mihalco**

Narodil se na Bruntálsku, pracoval 10 let v médiích jako editor v Aktuálně.cz, HN a Forbesu.

Už sedmým rokem pracuje v Nadaci Via, nejprve jako programový ředitel, později na pozici ředitele organizace.

Má na starosti hlavně strategické řízení nadace, spoluprací se členy správní a dozorcí rady a péči o rozvoj vztahů s klíčovými dárci. Zajišťuje supervizi několika nadačních programů a podílí se na finančním řízení.

## **Nadace Via**

je jednou z největších nadací v Česku, čerpá peníze zejména od dárců, firem a z výnosů nadačního jmění, čímž udržuje svou nezávislost a šíří tím také myšlenky filantropie a dárcovství v Česku.



# Nadační fond Pink Bubble

Rozhovor se zakladatelkou Pink Bubble Martinou Šmukovou, výkonnou ředitelkou Martinou Meceroovou a manažerkou projektů pro pacienty Renátou Výbornou

## Jak vznikla vaše nadace a komu pomáhá?

**MŠ a RV:** Nadační fond Pink Bubble jsme založily v roce 2012, kdy jsme již obě měly několikileté zkušenosti s pomocí onkologickým pacientům (na Klinice dětské onkologie FN Brno). Vnímaly jsme, že zatímco péči o nejmenší pacienty s nádorovým onemocněním skvěle zajišťovala řada nadací, náctiletým a mladým dospělým se takové podpory nedostávalo. Rozhodly jsme se proto věnovat právě jim. Mladým lidem onemocnění vstoupí do života v citlivém věku, kdy jsou pro ně velmi důležité vztahy s kamarády, a kvůli léčbě od nich často bývají izolovaní. Negativně však bývají ovlivněny nejen jejich sociální vazby, ale také studium nebo třeba první zaměstnání. Nemoc je zkrátka zásáhne v momentu, kdy „stojí na startu“, mají spoustu plánů a cílů a touží žít naplno. Naše nadace se jim toto složité období snaží ulehčit, aby je i navzdory okolnostem prožili co nejšťastněji a dokázali se co nejdříve postavit zpátky na vlastní nohy.

## Jakou pomoc Pink Bubble konkrétně poskytuje?

**RV:** Mladí onkologičtí pacienti potřebují trochu jinou podporu než zcela malé děti. Chtějí mít pocit sounáležitosti, vědět, že na onemocnění nejsou sami a že své starosti mohou sdílet s někým, kdo jim rozumí. Pro ty, kteří už mají léčbu za sebou a mohou se pozvolna vracet do běžného života, proto pořádáme různé akce, ať jsou to společné návštěvy kulturních či sportovních událostí nebo několikadenní ozdravné pobyty, na nichž často vznikají přátelství na celý život.

**MM:** Spektrum podpory, které Pink Bubble poskytuje, je široké, a ke všem příjemcům naší



zleva: Martina Šmuková, Martina Meceroová, Renáta Výborná

pomoci přistupujeme individuálně, tak, abychom jim pomohli s tím, co právě oni potřebují nejvíce. Snažíme se jim plnit jejich osobní přání a také jim zprostředkovávat zážitky, protože právě momenty štěstí a radosti jsou pro děti a dospívající, kterým do života zasáhlo těžké onemocnění, moc důležité. „Bublínkám“, jak našim svěřencům říkáme, přispíváme také na zdravotnické, rehabilitační či pohybové pomůcky a služby, díky nimž je proces léčby kratší a efektivnější, podporujeme je při studiu v nemocnici i v domácí léčbě, zprostředkováváme jim rekvalifikační kurzy, školení nebo brigády a po-

skytujeme jim cílenou pomoc, aby po ukončení léčby mohli snadněji vykročit do nové životní etapy.

## Odkud získáváte prostředky pro činnost nadace a pomoc pacientům?

**MM:** Všechny naše projekty zajišťujeme pouze ze soukromých zdrojů, nečerpáme žádné dotace ani granty, o to vděčnější jsme za solidarititu a vstřícnost našich dárců. Firmy oslovujeme s konkrétními projekty, aby viděly, jak a komu jejich peníze pomáhají. A máme obrovskou radost, když jednorázová spolupráce přeroste v dlouholetou podporu. I díky ní pak můžeme například pořádat ozdravné a zážitkové pobyty pro ty, kteří už mají onkologickou léčbu za sebou. Moc se teď těšíme na zimní pobyt na horách, kdy se naše „Bublínky“ přenesou do jiného světa a budou si moci užít čas s kamarády, kteří prošli podobnou zkušeností, mají porozumění jeden pro druhého a umějí si vzájemně dodat sílu.

## Jak mohou lidé mladé pacienty prostřednictvím vaší nadace podpořit?

**MM:** Možností, jak pomoci, je spousta. Například nákupem předmětů v e-shopu Pink Bubble, posláním jednorázové dárcovské SMS (např. DMS BUBLINA 190) nebo trvalé dárcovské SMS (např. DMS TRV BUBLINA 190) na telefonní číslo 87777 či zasláním finanční částky bankovním převodem.

**RV:** Můžete ale také udělat radost konkrétní „Bublince“ – stačí si na [www.pinkbubble.cz](http://www.pinkbubble.cz) vybrat některé z přání, které můžete pomoci splnit.

**MŠ:** A moc si vážíme i podpory ze strany firem, ať už se jedná o dlouhodobou spolupráci, nebo třeba výžitek ze zaměstnanecké sbírky či z vánoční tomboly. Máme obrovskou radost z jakékoli „podané ruky“, protože právě laskavost, štedrost a porozumění našich podporovatelů nám umožňuje pomáhat mladým lidem, kteří právě prožívají možná nejtěžší období svého života.

**MŠ, MM a RV:** Nesmírně děkujeme každému za byť sebemenší pomoc, protože i ta může pro naše svěřence v daný moment znamenat velké štěstí.

Barbora S. charitativní kalendář „Princezny pomáhají“ (foto Jan Kvarda)



Zimní ozdravný pobyt Krkonoše 2022



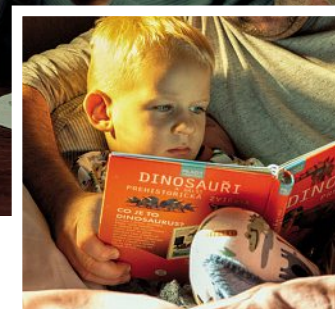
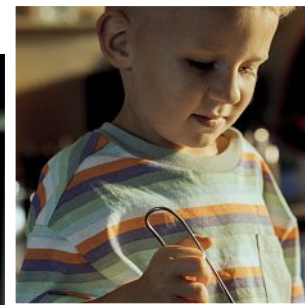
Splněné přání Honza V., elektrická kytara (Kytary.cz)

# Už rok jsme dočasným domovem rodinám vážně nemocných dětí



**Dům Ronalda McDonalda otevřel své dveře 24. listopadu 2022**

Od té doby ubytoval už bezmála 200 rodin dětí hospitalizovaných nebo dlouhodobě se léčících ve Fakultní nemocnici v Motole. Mít rodinu nablízku je totiž pro malé pacienty stejně důležité jako samotná léčba. A pro jejich rodiny zase cítit se jako doma, i když je domov daleko.



„Pocházíme z vesnice nedaleko slovenských hranic. Když nám lékaři sdělili, že hospitalizace našeho novorozeného syna se protáhne na delší dobu, nedokázali jsme si představit, jak bychom mohli zůstat celá rodina spolu a zároveň poblíž něj. Díky zázemí i celému personálu Domu Ronalda McDonalda se nám náročná životní situace zvládala mnohem lépe.“

Veronika a Radek, maminka a tatínek



Ivo Dokoupil objevil kostel v Sudetech náhodou. Rozhodl se zachránit ho.

**Z ruiny kostela tvoří místo pospolitosti**



Žijeme ve zrychleném světě, kdy se spousta věcí odehrává virtuálně a někdy není vůbec čas se ohlížet za sebe. Ale stále jsou tu naštěstí i lidé, jako **Ivo Dokoupil** a parta kolem něj, kterým není lhostejné, jak žijeme. V obci Pelhřimovy na Osoblažsku zachraňují už více než dvacet let původně chátrající a zdevastovaný kostel. Nějaký pátek to ještě potrvá, ale stavba stojí a už teď se stává místem, kde se lidé opět potkávají.

# K

ostel v Pelhřimovech na Osoblažsku našel kdysi Ivo Dokoupil náhodou. Před 20 lety s partou organizoval v okolí tábory, v rámci kterých dělali v krajině oplocenky (ochranné pletivo kolem stromů – pozn. red.). Při jedné projížďce na kole narazili s účastníky tábora na kostel, jenž byl doslova zarostlý jako v džungli. Jak je možné najít u nás ještě dnes takové místo? Komunisti tu po válce po odsunu Němců zbourali celou vesnici. Nezbyl nikdo, kdo by do něj chodil.

### **Kostel jako sklad hnojiv**

Když Němci odešli, neměl už v Pelhřimovech kdo bydlet. Jen na Osoblažsku tak zaniklo asi 10 obcí. Obecně v českých zemích to byly stovky vesnic. V roce 1949 až 1951 se Pelhřimovy doslova rozebraly na stavební materiál. Ušetřeny zůstaly jen dva domy a kostel. „Z jakých důvodů, to už asi nikdo nezjistí. Možná se báli Vatikánu, kdo ví. Kostel každopádně zůstal stát a připadl místnímu JZD, které si tam časem udělalo sklad hnojiv.

Byl vyrabovaný, místní všechno odnesli, něco spálili, něco použili pro kdovíjaké účely. A v takovém stavu jsme ho našli,“ říká Ivo Dokoupil.

Sklad už tam nebyl, družstvo zkrachovalo, v roce 1990 byl kostel navrácen církvi a ta o něj nejevila příliš zájem. Stavba byla otevřená, mnoho let chátrala, ze zdi rostly stromy, čundráci si uvnitř dělali oheň, podle nového majitele tu nebylo jediné okno, dveře, všechny bylo zdevastované. Ale svatostánek přesto ještě jako zázrakem stál.

### **Bez dobrovolníků by to nešlo**

Se stejnou partou, která církevní stavbu objevila, později začali okolí kostela prosekávat a proběhly první práce. Odstartovalo jednání s katolickou církví, která se k tomu vyjádřila tak, že o kostel nemá zájem. Podle Ivo Dokoupila to bylo pochopitelné, na místě nebyli žádní farníci. „Majetky církve jsou celkově obrovské a u některých neví co s nimi. V minulosti byly kostely plné, dnes je tomu jinak, sedí tam čtyři babičky a stavby jsou



## Ivo Dokoupil

ochránce památek

Je to muž mnoha profesí. Kromě ochránce památek je zároveň cestovatel, fotograf, průvodce, ekolog i aktivista. Žije v Radimi, ale tam ho většinou nezastihnete. O svých cestách přednáší po celé republice, vystavuje fotografie, zachraňuje kostel v Pelhřimovech i rychtu v Karlovicích. Sám o osobě říká, že je novinář, fotograf a člověk.

nevyužité. Obzvláště pak takové, co jsou mimo obce, jako je pelhřimovský kostel. Takové jsou pro ně nezajímavé," konstatuje Dokoupil.

„Chtěli jsme se o něj postarat, shánět granty, ale církev se na tom nehodlala podílet. Nakonec jsme se dohodli tak, že jsme napsali žádost směřovanou na biskupa a trvalo týden, než nám kostel přiklepli. Pochopitelně měli radost, že se toho zbavili,“ vysvětluje Ivo Dokoupil a dodává: „Za korunu byl kostel náš, konkrétně Hnutí Duha Jeseníky. Byla to radost, ale na druhou stranu i danajský dar. Najednou máte kostel, jste za všechno zodpovědní, někde něco spadne, někoho to zraní a pobyt ve vězení je na dosah,“ uvádí.

První grant se Ivo Dokoupilovi podařilo získat v roce 2007. Vybavuje si, že shodou okolností byly tu zimu obrovské návaly sněhu a proválala se střecha kostela. „Paradoxně to spolku spíš pomohlo, protože když se pak fotky poslaly památkářům a na ministerstvo kultury, usnadnilo to čerpání financí. Pochopitelně se nedalo řešit všechno najednou, peníze se získávaly po částech, takže se udělal kus střechy, kus jiné práce, pak se něco zase zakončovalo a další rok se pokračovalo. Jen samotná střecha trvala deset let,“ připomíná Dokoupil a poznamenává, že všechny úpravy byly takzvané na dlouhé lokte.

„Když se něco rozebralo, zjistilo se například, že strop je shnilý. Poté co byla střecha hotová, mohli jsme se pustit do interiéru kostela, oken a dveří. V kostele se od počátku prací koná každý rok tábor, na který přijíždějí lidé z celé republiky a pracují tu jako dobrovolníci. To umožní zase doplnit granty, protože když spolek dostane například jen 70 procent žádané částky, tak dobrovolnická práce pomáhá doplnit finance, které v grantu chybí,“ vysvětluje.

### Záchrana fresek i hřbitova

Protože se v kostele od roku 1948 nekonaly žádné bohoslužby, byl odsvěcený. První mše proběhla opět před dvěma lety. Pořádají se v něm ale i další akce – koncerty, jóga nebo tábory. Cílem spolku je, aby místo žilo, aby se tam lidé vraceli. Z výtěžku se zaplatí aspoň pojištění nebo pro-

nájmy pozemku. Samotná stavba je aktuálně v dokončovací akci.

„Dodělává se podlaha, což je práce tak na dva roky, vnější omítky, vnitřní jsou až na jeden malý kousek hotové, to je práce také přibližně na dva roky. Letos se dokončila okna, vsadily se dveře,“ vyjmenovává Dokoupil. Přáním spolku je dle jeho slov ještě kostel vymalovat. „Jsou tam totiž gotické fresky, o kterých na začátku neměl nikdo tušení. Po zahájení oprav nikdo nevěděl, že v ruině pod omítkou je ještě jedna vrstva, původní gotická se zbytky malby. Ty se postupně odkrývaly pomocí sond,“ popisuje zachránce církevní stavby.

Zajímavý je podle Dokoupila i osud zvonu. „Katolíci ho po válce odvezli na krnovské děkanství, momentálně se nachází v jednom kostele v obci u Krnova. Pokud jsou tam farníci, nebudou se ho asi chtít vzdát. Šance, že se vrátí zpátky, je mizivá, ale za pokus to stojí.“

Kolem kostela je i hřbitov, který by se měl v budoucnu revitalizovat. „Zatím se na jeho záchranu předkládal grant třikrát, ale ani jednou se nezadařilo. To je vždy sázka do loterie, ale ani to stále není důvod snahu vzdát,“ je přesvědčený Dokoupil.

### Nejde všechno hladce

Ivo Dokoupil se netají tím, že opravovat kostel je obrovské dobrodružství. „Nevím, jestli bych do toho šel, kdybych jen tušil, co to bude obnášet. Překážky jsou netušené, jak ty stavební, tak ve věcech, kdy se něco nepodaří, někdo vás podvede, řemeslníci něco odbudou, dochází ale i na různé průšvihy z neznalosti,“ říká.

Přesto si myslí, že když člověk dělá něco pro ostatní, vesmír mu pomůže a přidává k dobru historku, která je toho důkazem: „Stala se taková věc, že byla špatně spočítaná výška věže. Postavilo se lešení, napsal se projekt, udělal se rozpočet, ale při realizaci se zjistilo, že nám chybí 50 metrů. Najednou zjistíte, že vám tím pádem chybí i 115 tisíc. A kde je zít? V tu chvíli se objevil majitel stavební firmy, který řekl, že by nám pomohl. Poslali jsme mu veškeré potřebné dokumenty a on za týden zavolal, ať se stavím, že nám pokladní vydá potřebných 115 tisíc. To jsou ty malé zázraky,“ usmívá se.

S obnovou kostela pomáhají Ivo Dokoupilovi dobrovolníci. Na opravu čerpá granty.





# BUĎTE DOBROU ZPRÁVOU!



V záplavě nepříznivých zpráv můžete být dnes pro někoho dobrou zprávou Vy. Ano, právě Vy! Zajištěte pro 1 ohrožené dítě to, co právě teď potřebuje nejvíce: **jídlo, teplo, bezpečí.**



**Nebo pošlete dárcovskou SMS ve tvaru DMS UNICEF 190 na číslo 87 777.**

Pomáhat můžete také každý měsíc zasláním **DMS TRV UNICEF 190**. Cena DMS je 190 Kč. Více na [www.darcovskasms.cz](http://www.darcovskasms.cz). Službu Dárčcovské SMS zajišťuje Fórum dárců.

## Dá se za 190 Kč zachránit svět?

**Odpovídá Václav Marhoul, herec, režisér, scénárista a vyslanec dobré vůle UNICEF ČR**

„To bohužel ne, záchrana světa vyžaduje více než peníze. Ale jeden život, to ano. V krizových situacích může i pár korun, za které se pořídí tablety na čištění vody, lékařská souprava první pomoci nebo výživa, rozhodnout o tom, jestli dítě přežije.“

Díky všem hrůzám, které už lidstvo za celou dobu své existence přežilo, se nám zároveň dostalo mnoha poznání. Vždy tu stály, stojí a stát budou hodnoty, které to vše vyvažují a které tomu špatnému budou stále čelit. Láska, pravda, víra, naděje, lidskost, humánnost, svoboda, lidská práva, pokrok, věda, kultura, ještě hlubší uvědomění si nutnosti a potřebnosti solidarity. I to je důvod, proč jsem se letos stal vyslancem českého UNICEF.

**Cením si všech, kteří nepřestávají pomáhat, kteří nepřestávají věřit v hodnoty lidskosti. Za to jim patří můj dík a obdiv. Buďte prosím dnes pro někoho dobrou zprávou!”**





# Adventní koncerty

České televize



**Od 26. listopadu na ČT1.**

Již 33 let pomáháme lidem, kteří to  
v životě nemají jednoduché.

Pošlete dárcovskou SMS ve tvaru **DMS ADVENT 90** na číslo **87 777**,  
darujte na transparentní účet **692 692 692 / 0800** nebo využijte  
QR platbu. Cena DMS je 90 Kč, více na [www.darcovskasms.cz](http://www.darcovskasms.cz)

 **Česká televize**

