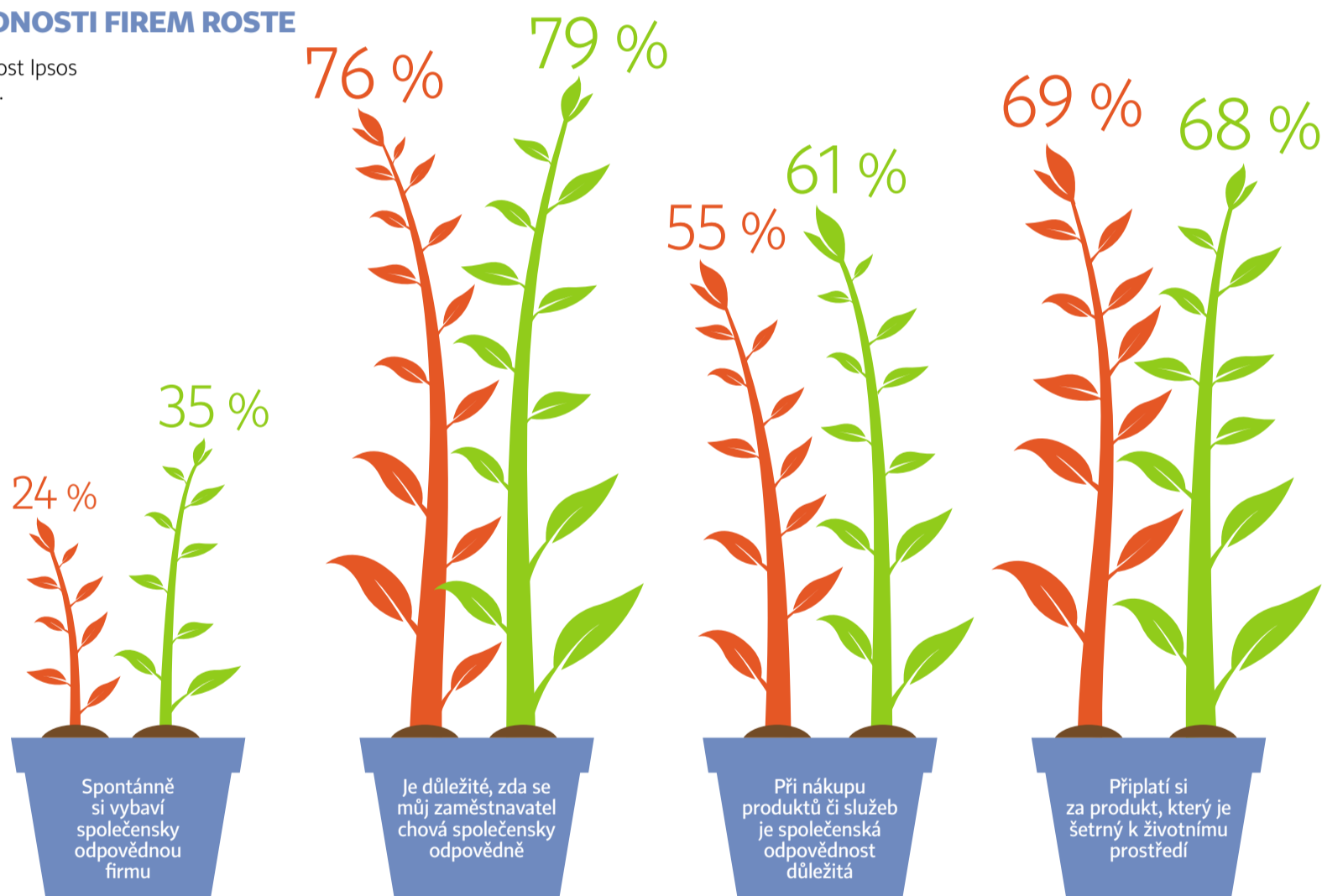


UDRŽITELNÁ SPOLEČNOST

FÉROVÉ PODNIKÁNÍ JE V TUZEMSKU TRENDEM. ČEŠI HO VYŽADUJÍ

VÝZNAM SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI FIREM ROSTE

Výzkum CSR & Reputation research provedla společnost Ipsos v listopadu 2016 na vzorku 1 009 lidí ve věku 18-65 let.



● 2015
● 2016

Zdroj: Ipsos

Zuzana Keményová
zuzana.kemenyova@economia.cz

Před dvěma lety se svět dohodl, že se stane lepším. V září 2015 všech 193 států OSN na summitu v New Yorku podepsalo, že se budou snažit naplňovat cíle udržitelného rozvoje – takzvané cíle SDG (Sustainable Development Goals).

Konkrétně je to 17 ambiciózních úkolů, které má lidstvo splnit do roku 2030 a které zasahují do různých oblastí: například podstatně zvýšit podíl energie z obnovitelných zdrojů nebo celosvětově zdvojnásobit energetickou účinnost. Umožnit všem ženám zapojit se do ekonomického a veřejného života, zajistit vzdělání všem dětem bez rozdílu, dosáhnout regulace rybolovu, zastavit plýtvání potravinami nebo předcházet suchu, záplavám a dalším hrozbám spojeným se změnou klimatu.

Česko je před Lucemburskem
Za dva roky od vytyčení těchto cílů se začínají projevovat konkrétní výsledky. Specifická opatření směřující hlavně k zelenější energetice

přijalo třeba Švédsko, které chce do roku 2040 vyrábět 100 % své energie pouze z obnovitelných zdrojů.

Ani Česká republika není nijak pozadu. Podle takzvaného SDG Indexu, který sestávají experti z kabinetu tajemníka OSN a který podle mnoha kritérií určuje, jak se plnění úkolů jednotlivým zemím daří, je Česko na úctyhodném 15. místě ze 149 hodnocených států. Je dokonce před Lucemburskem, Slovinskem či Spojenými státy.

Férovost řeší i malé firmy

Positivní je i postoj Čechů k udržitelnému rozvoji, hlavně ke společenské odpovědnosti v byznysu. Podle aktuálního průzkumu agentury Ipsos se stále více Čechů zajímá o aktivity firem z hlediska CSR – společenské odpovědnosti.

Narůstá počet lidí, pro které je důležité, jestli se jejich zaměstnavatel chová společensky odpovědně. Uvedlo to 79 % dotázaných, před rokem to bylo o 3 procentní body méně. I v rozhodování při nákupu produktů či služeb má společenská odpovědnost větší význam než před rokem, je důležitá pro 61 % Čechů, před rokem to bylo

55 %. Celkem 35 % české populace si dokonce spontánně vybaví konkrétní společensky odpovědnou firmu, před rokem to bylo o 11 % méně.

„Vnímám velké pokroky české veřejnosti už v několika posledních letech,“ říká Soňa Jonášová, ředitelka Institutu cirkulární ekonomiky (Incien), který se věnuje udržitelnosti a chytrému nakládání s odpady, takzvanému oběhovému hospodářství.

„Když jsme před dvěma lety založili Incien, byl o oběhovém hospodářství jeden článek na internetu. Dnes nás oslovují desítky obcí, malých firem i korporátů a mluví o tom, že jsou jim tyto principy blízké, vidí v nich obrovské příležitosti a aktivně si stanovují celkem ambiciózní cíle. Změna klimatu přichází rychleji, než jsme čekali, a firmy závislé na přírodních zdrojích jsou mezi prvními průkopníky,“ dodává Jonášová.

A do trendu naskočily i firmy, které přicházejí se stále více pracovanými CSR strategiemi na několik let dopředu. Dominují hlavně témata zelených technologií, pomoc znevýhodněným dětem a handicapovaným. „Celkové

CO JE ČR 2030

V dubnu vláda České republiky přijala strategii rozvoje do roku 2030. Dokument formuluje cíle, kterých by mělo Česko v příštích 13 letech dosáhnout. Jde o celou řadu oblastí: od podpory rozmanitosti živočišných a rostlinných druhů přes hospodaření s půdou nebo podporu kultury, vzdělávání až po lepší hospodaření s přírodními zdroji. Dokument je pouze vizí, obecně formulovaným cílem. Jeho naplňování mají na starosti jednotlivá ministerstva a další státní instituce.

povědomí o tématech CSR v Česku narůstá, připojují se nejen velké korporace, ale i středně velké a malé společnosti, které mohou tuto oblast dále obohatit,“ říká Michal Kadera, ředitel vnějších vztahů ve Škodě Auto. „V naší strategii společenské odpovědnosti máme stanoveny čtyři priority: dopravní bezpečnost, technické vzdělávání, péči o děti a bezbariérovou mobilitu,“ dodává Kadera.

Celebrity podporují udržitelnost

Česká republika si v cílech SDG drží jedno zajímavé prvenství. Je vůbec první zemí na světě, která uspořádala soutěž Ceny SDGs.

Ocenění jsou určena firmám a organizacím, které se angažují v oblasti udržitelnosti – ať už v ochraně životního prostředí, klimatu, v podpoře komunity, diverzity nebo třeba férovým přístupem k zaměstnancům. Ceny byly slavnostně předány 27. května v Čerinském paláci v Praze.

Akcí organizuje Asociace společenské odpovědnosti společně s Úřadem vlády, centrem OSN v Praze a Českou rozvojovou agenturou. Do soutěže se přihlásilo celkem 215 projektů. Tak vel-

ký zájem o soutěž, která je teprve v začátcích, organizátory překvapil.

„Původně stanovený cíl získat pro první ročník 50 projektů jsme zečtyřnásobili. Stejně tak nás překvapila kvalita projektů a jejich rozmanitost včetně toho, že své projekty do cen přihlásily nejen velké korporace, ale i mikropodniky, města, kraje, či dokonce ministry,“ upřesňuje Lucie Mádlová, ředitelka Asociace společenské odpovědnosti.

Téma cílů udržitelného rozvoje podporuje také řada světových celebrit. Ve videu, které na propagaci cílů vzniklo, účinkuje například herec Leonardo DiCaprio, známý bojovník proti změně klimatu, kuchař Jamie Oliver, herečka Charlize Theronová či Jennifer Lopezová, vědec Stephen Hawking i šéf Microsoftu Bill Gates.

Tuzemsko, stejně jako mnoho dalších signatářských zemí, už zakomponovalo naplňování cílů SDG do své národní politiky. Česká vláda přijala letos v dubnu strategii rozvoje Česká republika 2030, která je jakýmsi návodem pro jednotlivá ministerstva, kam se bude země v příštích 13 letech ubírat.

Rozhovor

ČESKO JE V PLNĚNÍ CÍLŮ 15. NEJLEPŠÍ. JE ALE PŘÍLIŠ ZÁVISLÉ NA UHLÍ

JEFFREY D. SACHS, ŘEDITEL CENTRA UDRŽITELNÉHO ROZVOJE NA KOLUMBIJSKÉ UNIVERZITĚ V NEW YORKU

Zuzana Keményová
zuzana.kemenyova@economia.cz

Každý rok se v ulicích New Yorku sejde 70 tisíc lidí, aby podpořili koncert, na kterém zaznívá poselství cílů SDG (Sustainable Development Goals): boj s klimatickou změnou, se znečištěním země i vody, přístup ke vzdělání nebo rovné zacházení pro všechny. A takové hvězdy jako Beyoncé a další celebrity veřejně povědomí o cílech SDG svým vystoupením ještě umocňují. A tak přestože prezident Donald Trump ekologické a humánní cíle právě nepodporuje, americká veřejnost už o úkolu, který si vytyčila OSN, leccos ví.

„Naše vlády nemusí být vždy nakloněny změně, dokonce i když je to změna k lepšímu. Ale naším úkolem je vytvořit tlak na vlády, aby udělaly správnou věc,“ říká exkluzivně pro Hospodářské noviny Jeffrey D. Sachs, profesor na Kolumbijské univerzitě, poradce generálního tajemníka OSN a propagátor udržitelného rozvoje v USA.

HN: K čemu mají sloužit cíle SDG a proč by se o ně lidé měli zajímat?

Myšlenkou cílů udržitelného rozvoje je změnit způsob, jakým funguje světová ekonomika. Podle těchto cílů by měla ve výsledku být více férová a více udržitelná v ekologii. Právě teď můžeme vidět, že v mnoha zemích mají velký problém se znečištěním, globálním oteplováním a dalšími potížemi se životním prostředím. A souběžně s tím se na mnoha místech rozšiřují nůžky mezi bohatými a chudými. Proto v roce 2015 všichni členové OSN přijali cíle udržitelného rozvoje. Řekli tím: máme mít ekonomiku s trojitým dnem. Má samozřejmě směřovat k ekonomickému růstu, ale také k férovosti v byznysu a k ekologické udržitelnosti. Nesmí stát jen na jednom z těchto pilířů, ale na všech třech dohromady.

» Univerzity mnoha států světa mění učební látku a učí studenty o udržitelnosti.

HN: Proč vůbec musíme mít takhle stanovené cíle? Proč jednoduše neřekneme státům OSN a firmám, ať se chovají odpovědně?

Podstatou cílů SDG je, aby pomohly každému pochopit, co jsou vlastně problémy současné společnosti. Ukazují, na co je třeba se zaměřit. Říkájí: tohle je způsob, kterým má ekonomika fungovat, a tohle je způsob, kterým funguje právě teď. Musíme změnit a zlepšit naše současné směřování. Myšlenkou SDG cílů je nastavit kritéria pro nás samé. Tyhle cíle směřují až do roku 2030. Nejsou to úkoly, které by se daly naplnit z roku na rok, ale spíše něco, čeho může dosáhnout současná generace. Musíme mít pohled s delším dohledem, než jaký obvykle mají naše vlády, protože vlády jednotlivých států jsou velmi krátkodobé a stejně krátkodobé jsou i jejich plány. Starají se, co bude příští rok, nebo o příští volby. Ale nedívají se na věci shora. Takže podstatou SDG cílů je také podpořit uvažování v dlouhodobějším měřítku.

HN: Pro koho jsou vlastně cíle stanovené?

Jsou primárně pro státy. To znamená, že jsou v nich vymezené role pro vlády i pro představitele byznysu, protože podnikatelé by se měli chovat tak, aby naplňování SDG cílů podporovali. Jsou v nich také úkoly pro univerzity, kde například učím i já. Jsou tam určené směry výuky, výzkumu a dalších kroků, které by měly univerzity podniknout. Takže SDG cíle vytyčují způsob fungování celých národů a jejich naplňování závisí na mnoha různých součástech společnosti. Nejsou závislé jen na jednom sektoru nebo jedné instituci, je to celý komplex různých kroků z různých míst.

HN: Ty cíle přijalo všech 193 států OSN v roce 2015. Jsou už někde vidět výsledky jejich naplňování?

Ano, jsou. Každý červenec se scházejí představitelé vlád zapojených států a podávají zprávu o tom, co konkrétně pro naplnění cílů dělají. V roce 2019 se bude konat také celosvětový summit, na kterém se zhodnotí snaha v celosvětovém měřítku. Letos v červenci se sejde několik desítek členských zemí a předloží zprávu: tohle teď právě děláme, tohle jsou naše konkrétní výsledky. Z vlastní zkušenosti mohu říct, že mnoho vlád – ne všechny, ale skutečně mnoho – už



Jeffrey D. Sachs (63)

Je ředitelem Centra udržitelného rozvoje na Kolumbijské univerzitě v New Yorku, kde také učí o udržitelnosti a ekonomii. Je rovněž poradcem generálního tajemníka OSN a propagátorem myšlenky SDG cílů. V roce 2015 získal cenu Blue Planet Prize, prestižní ocenění pro vědce za úsilí v ochraně životního prostředí. Časopis The Economist označil Sachse za jednoho ze tří nejvlivnějších ekonomů poslední dekády.

FOTO: PROFIMEDIA

zakomponovalo naplňování cílů do svých národních strategií a už nyní například směřují k větším investicím do obnovitelných zdrojů energie, což je jedna z hlavních podmínek tohoto projektu. Má pomoci odklonu od uhlí, ropy a plynu k solární a větrné energii a dalším typům obnovitelných zdrojů. A to už se na mnoha místech opravdu děje. Velmi důležité kroky také podnikly univerzity mnoha států světa. Mění učební látku, představují studentům nové programy udržitelného rozvoje a spolupracují s vládami na propagaci cílů udržitelného rozvoje. Nedávno jsem byl v jihovýchodní Asii, kde je už nyní hodně takových aktivit na pořadu dne. Takže máme první náznaky, že mnoho zemí bere SDG cíle skutečně vážně a mění je v politickou realitu.

HN: Které země jsou v tom nejdál?

V Evropě je dobrým příkladem Švédsko. Zmobilizovalo byznysový sektor, vědce i vládu, aby se naplňování cílů skutečně dařilo, a dělá velké kroky ve změně své energetiky. Velmi seriózně na cílech pracuje také Německo a z rozvojových zemí překvapivě Čína vykazuje obrovskou snahu. Má pětileté plány rozvoje a cíle zakomponovala přímo do jádra svých pětiletok. Hlavně co se týče omezení znečištění, rozvoje měst a vývoje nových technologií. A to je velmi důležité, protože Čína má ve světové ekonomice stále významnější roli.

HN: Kdo dohlíží na naplňování cílů?

Spojené národy jsou odpovědné za koordinaci snahy jednotlivých států světa. Ale přímou odpovědnost mají skutečně národní vlády jednotlivých států. Protože právě vlády členských států se pod naplňování cílů podepsaly.

HN: Ve Spojených státech mají SDG cíle velkou podporu například u celebrity. Jak tohle téma bere americká veřejnost?

Právě teď máme velký problém. Zprvce mnoho lidí o cílech SDG vůbec neví, za druhé hodně lidí, kteří o nich vědí, je podporuje, ale naše vláda ve Washingtonu je nepodporuje vůbec. Prezident Donald Trump není právě podporovatelem těchto témat a myslím si, že pravděpodobně o cílech udržitelného rozvoje

nemá ani tušení. Obávám se, že tohle je současná politická realita ve Spojených státech. V některých zemích slyšíte, jak prezident nebo předseda vlády mluví o cílech SDG, v jiných o tom neuslyšíte ani slovo. Spolupracuji s mnoha politiky, s mnoha celebritymi i vědci, abychom cíle udržitelnosti propagovali, i když to současná vláda nepodporuje. Když dám konkrétní příklad: každý rok se v září v New Yorku koná koncert, kam chodí okolo 70 tisíc lidí a vystupují tam velmi slavní hudebníci, jako třeba Beyoncé. Během koncertu zazní mnoho poselství o naplňování udržitelného rozvoje a vysílá se to na celosvětových televizních kanálech. Tohle je extrémně důležité. Jedna věc je podepsat dokumenty na půdě OSN a druhá je dosáhnout toho, aby veřejnost tyto cíle brala vážně. Naše vlády nemusí být vždy nakloněny změně, dokonce i když je to změna k lepšímu. Ale naším úkolem je vytvořit na ně tlak, aby udělaly správnou věc.

HN: Co Česká republika, jak si zatím v naplňování cílů stojíme?

Spolu se skupinou, kterou vedu pro generálního tajemníka OSN, jsme vytvořili hodnocení nazvané SDG Index. Je to měřítko pro všechny země a každý stát je hodnocený za to, jak se mu daří cíle udržitelnosti naplňovat. Lidé mohou tento žebříček najít on-line na www.sdgindex.org. Je v něm umístění jednotlivých států společně s informací, jaký problém je v té které zemi zásadní. Česká republika se umístila docela dobře, na 15. místě ze 149 hodnocených států světa. Jedním ze slabších míst jsou u nás uhlíkové zplodiny z energetiky, to je výsledkem naší výrazné závislosti na uhlí. Další slabé místo Česka je celkem malé množství inovací v byznysu. Jedním z cílů je totiž inovativní ekonomika, ale množství patentů a technologický vývoj nejsou v Česku na takové úrovni, na jaké by měly být. A dalším slabším místem, alespoň podle našich dat, je příliš nízké zastoupení žen v českém parlamentu. Veřejnost v konkrétních zemích by si měla uvědomit tyto jednotlivé slabosti a snažit se s nimi pracovat. Každý jednotlivec může přispět a je jedno, čím zrovna je. Jste student? Můžete studovat, jak ten problém řešit. Když jste byznysmen, zaměřujte se na čistou, férovou a zelenější ekonomiku a tak dále.

Příběhy vítězů

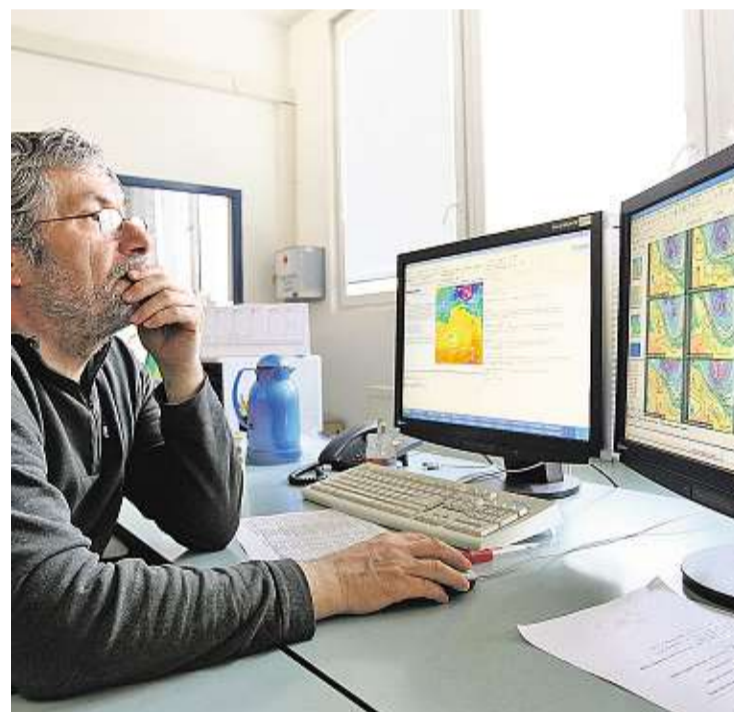
Křivá zelenina nebo ekologické domy. Ceny SDGs mají své první vítěze



Vítězné Ceny SDGs

Historicky první Ceny SDGs si odnesly (zleva) iniciativa Zachraň jídlo, Nadační fond Avast, projekt Český ostrovní dům, obchodní dům Ikea a Český hydrometeorologický ústav.

FOTO: ARCHIV HN, HN - MICHAELA DANELOVÁ, ARCHIV ČESKÝ OSTROVNÍ DŮM, ARCHIV IKEY, HN - MARTIN SVOZÍLEK



Zuzana Keményová
zuzana.kemenyova@economia.cz

Poslední květnová sobota patřila tomu nejlepšímu, co se v udržitelnosti v Česku událo za posledních několik let. V pražském Černínském paláci se udělovaly vůbec poprvé v historii Ceny SDGs. Jsou určené firmám, institucím a neziskovkám, které se angažují v udržitelnosti – ať už v ochraně životního prostředí, klimatu, v podpoře komunity, diversity nebo třeba férového přístupu k zaměstnancům. Jednoduše v některém z cílů takzvaných Sustainable Development Goals (SDG), ke kterým se před dvěma lety zavázaly státy OSN. Česká republika se tak stává první zemí na světě, která tyto ceny za udržitelnost uděluje. „Už nyní máme ze zahraničí ohlasy, že by takový model rádi aplikovali. S nadsázkou lze říci, že Česko může jít v tomto směru ostatním zemím příkladem,“ podotýká Lucie Mádlová, ředitelka Asociace společenské odpovědnosti, která udílení cen spolupřipravila. Do Ceny SDGs se přihlásilo 215 projektů, takto velký zájem organizátory překvapil. Dobré ohlasy má i klip Česko mění svět, kde tuzemské celebrity myšlenku SDG propagují. Za dva měsíce od uvedení má na YouTube přes 101 tisíc zhlédnutí.

Do hlasování se kromě odborné poroty a České rozvojové agentury zapojila z velké části i veřejnost. Češi v otevřeném on-line hlasování vybrali dva z pěti vítězů, celkem lidé poslali 8300 hlasů.

1. Veřejné hlasování – soukromý sektor

Původně to byl projekt studentů architektury, který si kladl za cíl promítnout principy ochrany životního prostředí a udržitelnosti do současného stavitelství. Projekt Český ostrovní dům ale už od svého vzniku výrazně rezonuje v médiích, a to nejen u mladé generace. Lidé jej svými hlasy vybrali jako vítěze mezi sedmičkou projektů v kategorii soukromý sektor.

Slovo ostrovní vyjadřuje v názvu směřování k soběstačnosti budov, například k šetrnosti ve spotřebě elektrické energie, vody nebo tepla. Hlavním pilířem jsou studenti, pro které vznikla stejnojmenná soutěž Český ostrovní dům. Loni se jí zúčastnilo 200 vysokoškolských studentů architektury a stavebnictví. Letos již přilákala 350 studentů, což ze soutěže Český

ostrovní dům dělá největší studentské architektonické klání v Česku.

Organizátorům se podařilo dát dohromady přední odborníky z jednotlivých oborů, ze kterých se skládá běžná budova: tedy například z energetiky, vodního hospodářství, architektury, chytrého řízení, odpadů či vzduchotechniky. Společným úsilím těchto špiček s nadějnými talenty vybranými ze soutěže vznikne v příštím roce reálný, veřejně přístupný prototyp domu kompletně odpojeného od inženýrských sítí.

2. Veřejné hlasování – veřejná sféra

Z projektů neziskových organizací veřejnost nejvíce zaujala akce Jsem připraven iniciativy Zachraň jídlo. Ta dlouhodobě bojuje proti plýtvání potravinami v domácnostech, supermarketech, ale i v restauracích nebo zemědělství. Projekt Jsem připraven se zaměřil na takzvanou křivou zeleninu a další plodiny, které se kvůli svým mirám nebo vzhledu nedostanou do prodejny a končí často jako odpad.

Cílem kampaně je informovat veřejnost o tom, že se až 20 procent zemědělské produkce v Česku nedostane ke spotřebitelům kvůli přísným nárokům na vzhled. Součástí kampaně je také web www.jsem-pripraven.cz. Na něm se lidé mohou dozvědět více podrobností a svým podpisem stvrdit, že by byli ochotni si „křivou“ zeleninu či ovoce kupovat.

Záhy po spuštění kampaně na jaře roku 2016 začal křivou zeleninu nabízet internetový obchod Rohlik.cz a diskont Penny Market. Zkušební prodej „křivé“ zeleniny spustilo letos v lednu i Tesco. Všechny obchody chtějí v prodeji pokračovat. Iniciativa Zachraň jídlo zorganizovala výstavu německého umělce Uliho Westphala a v den otevření výstavy uspořádala happening, kde dobrovolníci rozdávali mrkve a cibule, které nebyly pro prodej „dostatečně hezké“. V restauraci V Zátíši zase z vyřazených dýní, které se nedostaly do prodejny, uvařil šéfkuchař Igor Chramec celé menu.

3. Cena odborné poroty

Odborná porota Ceny SDGs, složená z odborníků z médií, neziskovek, ale i vlády vybrala za nejlepší projekt Spolu až do konce Nadačního fondu Avast. Je to program, který podporuje rozvoj paliativní péče v Česku a svým zaměřením i rozsahem je jedinečný. Nadační fond Avast založila v roce 2010 společnost Avast Soft-

Kategorie a hlasování

Ceny se udělují celkem v pěti kategoriích: 1) Soukromý sektor – kategorie pro firmy všech velikostí, hlasuje veřejnost on-line. 2) Veřejná sféra – kategorie pro neziskové organizace, veřejnou správu, školy atd., hlasuje veřejnost on-line. 3) Cena odborné poroty, kde hlasuje porota složená ze zástupců médií, Asociace společenské odpovědnosti a dalších. 4) Cena České rozvojové agentury (ČRA) – uděluje se za partnerství v rozvojové spolupráci firmám i neziskovému sektoru, předává ČRA. 5) Reporting podle SDGs – cena za zprávy o udržitelnosti, hlasuje odborná porota.

Jde o první nezávislé ocenění v naplňování udržitelnosti, které společně iniciují Úřad vlády ČR, Asociace společenské odpovědnosti, UN Global Compact v ČR, ministerstvo průmyslu a obchodu, Česká rozvojová agentura a Informační centrum OSN v Praze.

ware z iniciativy svých českých zakladatelů. Základní vizí programu je, aby měl člověk k dispozici kvalitní informace a mohl se na konci svého života svobodně rozhodnout, kde a jak chce zemřít, jaký způsob péče zvolí a koho chce mít nablízku.

„Odborná porota ocenila, že projekt Spolu až do konce otevírá téma, které je v české společnosti spíše tabuizované. Nebojí se nahlas mluvit o umírání, navíc se podílí na systémových změnách,“ přibližuje Mádlová.

4. Cena České rozvojové agentury

Česká rozvojová agentura (ČRA) poslala mezi vítěze projekt Clidata Českého hydrometeorologického ústavu. Je to databázová aplikace, která umožňuje zpracovávat klimatologická data. Už nyní ji používá zhruba třicet zemí, a to i rozvojové, jako třeba Barbados, Burkina Faso, Dominikánská republika nebo Etiopie. Data o klimatu jsou díky aplikaci dostupnější, lépe se s nimi pracuje a výstupy se používají v mnoha oblastech, jako třeba v ochraně životního prostředí, ve vodohospodářství, zemědělství, dopravě nebo zdravotnictví.

„Zaujal nás hlavně velký mezinárodní přesah tohoto projektu. Také ostatní byly velmi zajímavé, ale myslíme si, že toto má a bude mít opravdu velký dopad. Navíc to přímo pomáhá rozvojovým zemím,“ vysvětluje volbu Martin Náprstek z ČRA.

5. Cena za reporting podle SDGs

Firmy po celém světě postupně mění své obchodní modely, aby odpovídaly společenským potřebám, a začleňují SDG i do svých reportů, tedy zpráv o udržitelnosti. V takzvaných reportech firmy veřejně oznamují, čeho se jim podařilo dosáhnout a na čem ještě chtějí zapracovat. Cenu za nejlepší zprávu o udržitelnosti získala od odborné poroty Ikea Česká republika. Zpráva má v sobě mnoho výzev a záměrů a podle poroty bude zajímavé sledovat, zda se podaří jejich realizace. Podle hodnocení odborné poroty report Ikey naplňuje vybrané cíle, které souvisí s jádrem jejího podnikání. „Nesporný je také vzdělávací přínos reportovaných aktivit pro veřejnost, který je navíc proveden velmi kreativní formou. Vyšel nejen v klasické elektronické formě, ale také ve zkrácené verzi v podobě karet hry zelený Petr nebo formou ilustrovaných antistresových omalovánek pro dospělé,“ připomíná Mádlová.

Rozhovor

ROZVOJOVÁ POMOC NENÍ CHARITA, ALE INVESTICE

MICHAL KAPLAN, ŘEDITEL ČESKÉ ROZVOJOVÉ AGENTURY

Klára Ludvíková
autori@economia.cz

Ročně Česká rozvojová agentura (ČRA) přerozděluje 500 milionů korun do rozvojových projektů. Čeští geologové díky těmto penězům mapují celé území Etiopie. Z jejich zkušeností dnes čerpá nejen tamní vláda, ale i další dárcovské země. Podle Michala Kaplana, ředitele ČRA, mohou firmy v partnerských státech najít skvělé obchodní příležitosti. Zapojení soukromého sektoru do udržitelnosti letos poprvé ocenila veřejnost i odborná porota v soutěži Ceny SDGs.

HN: Jaký je počet vašich současných projektů a s kolika zeměmi ČRA spolupracuje?

Každý rok realizujeme přibližně 120 rozvojových projektů, dnes na území až 11 partnerských států, což je pro dárcovské velikosti České republiky tak akorát. V šesti zemích, jakými jsou Bosna a Hercegovina, Moldavsko, Gruzie, Etiopie, Kambodža a Zambie, probíhá dlouhodobá spolupráce. Na Ukrajině, v Sýrii a Afghánistánu reagujeme na aktuální dění.

HN: Kolik peněz je v rámci projektů za rok přerozděleno?

Rozpočet agentury je 500 milionů korun a jen pět procent z něj jde na administrativu, zbylá částka míří do projektů. Z tohoto pohledu se dá říct, že jsme poměrně levná a úspěšná agentura.

HN: Jak probíhá proces výběru partnerských zemí?

Vždy se jedná o politické rozhodnutí ministerstva zahraničních věcí, kdy do procesu výběru vstupují tři kritéria. Těmi jsou potřeba, vhodné prostředí a historie vztahů mezi Českou republikou a danou zemí. Klademe důraz na to, aby se naše pomoc dostala mezi nejchudší státy, bylo v nich stabilní prostředí pro realizaci projektů a dobré podmínky založené na historii mezi naší a partnerskou zemí co do politických a ekonomických vztahů. Důležité také je, aby v zemi nechyběla ambasáda.

HN: Projekty jsou udržitelné, pokud jejich přínos přetrvává i po ukončení jejich financování. Jakým způsobem dochází k plnění této podmínky?

Pokud nyní v Etiopii kopeme vrt vody, není problém ho vybudovat a vkládat do něj prostředky, ale především zaručit, aby tam také zůstal. Nesmí se stát, že bychom pár let po dokončení projektu zjistili, že vrt již nefunguje. Je třeba pracovat s místní komunitou, udělat jí osvětu a školení, aby věděla, jak vrt opravit. Zpětnou vazbu provádíme formou evaluací, jejichž vyhodnocení jsou doporučení, která se snažíme zapracovat i do nových projektů. Polovina z nich splňuje kritérium udržitelnosti, což nepovažujeme za špatný výsledek. Důležité je si uvědomit, že není tragédie vytvořit projekt, který se nepovede, ale ze špatného projektu se nepočít.

HN: Vaše programy se týkají různých sektorů, od zdravotnictví, vzdělání až po nezaměstnanost. V čem jsou Češi nejvíce nápomocní?

Z hlediska objemu peněz jde nejvíce na oblast vody a sanitace. Češi mají velkou tradici v oblasti geologie.



Foto: HN – Lukáš Bíba

Mapují celé území Etiopie z hlediska geofyzikálního průzkumu, a to nejen pro projekty, které financuje ČRA, ale též z nich vláda Etiopie i ostatní donoři.

HN: Stojí si Česká republika v rámci pomoci a udržitelnosti v porovnání s jinými státy dobře?

Pokud jde o porovnání v oblasti peněz, objem pomoci se měří v poměru k HDP. Zde za dárci, jako je Švédsko, Norsko a Dánsko, kteří dávají na pomoc více než 0,7 procenta HDP, zaostáváme. Co do kvality jsme dle organizace OECD empatický donor. Velké země posílají partnerským zemím stostránkové dotazníky k vyplnění, na jejichž základě možná začne za dva roky vznikat nový projekt. Češi přijedou do země, první den zajdou do místní hospody, kde se zajímají o danou problematiku, a druhý den už projekt začne. V tom je česká pomoc flexibilní a dosahuje poměrně rychle výsledků.

HN: Máte představu o tom, jaké mají Češi povědomí o vaší agentuře?

Z průzkumu veřejného mínění vyplývá, že přibližně 80 procent občanů republiky podporuje myšlenku pomáhat méně rozvinutým zemím. I přes toto vysoké číslo dále komunikujeme s veřejností a lidským způsobem ji informujeme o tom, kolik peněz jsme na daný projekt využili a jak jeho pomoc funguje.

HN: Cíle SDG (Sustainable Development Goals), které byly v roce 2015 přijaty na summitu OSN, představují 17 cílů udržitelného rozvoje, mezi něž patří vymýcení chudoby, hladu, zvýšení kvality života a další. Je splnění reálné?

Je ambiciózní, ale i reálné. Cíle navazují na ty předchozí z programu Millennium Development Goals z roku 2000. Některé byly nejen splněny, ale dokonce překonány. Zkušenosti ukazují, že za předpokladu spolupráce a propojení chudých zemí, dárců a soukromého sektoru, který může v partnerských zemích najít zajímavé obchodní příležitosti, jsou stanovené cíle dosažitelné.

HN: Vůbec poprvé v České republice byly neziskové organizace a firmy oceněny za to, že zapojily udržitelnost do svých vlastních strategií. Co by pro ně mělo být hnacím motorem, aby v těchto aktivitách pokračovaly i nadále?

Hlavní je, aby byly součástí rozvojové spolupráce. Rozvojová pomoc není charita, ale investice. To se snažíme firmám sdělovat. Nechceme, aby věnovaly peníze pro dobrý pocit, ale proto, aby z toho něco měly. Například česká společnost Mamacoffee v Etiopii zpracovává kávu, kterou prodává v Evropě a na vyspělých trzích. ČRA ji podporuje, protože vidí pozitivní dopad i v rámci rozvoje. Tvoříme tím pracovní místa, zaměstnáváme muže i ženy, vzděláváme je a v konečném důsledku je to výhra pro obě strany.

HN: Co chce Česká rozvojová agentura dělat v dalších letech?

První vize se týká zvýšení počtu kolegů, projektů a dopadu našich aktivit. Chceme mít více lidí v terénu. Letos jsme vyslali jednu expertku do Etiopie, další do Kambodže a příští rok plánujeme vyslání do Zambie a Bosny a Hercegoviny. Zároveň čekáme na akreditaci u Evropské komise, díky níž budeme schopni čerpat finanční prostředky i od Evropské unie.

Cena České rozvojové agentury

Česká rozvojová agentura (ČRA) již bezmála deset let přispívá k celosvětovému úsilí o odstranění extrémní chudoby. Stovky podpořených projektů nevládních organizací, firem, univerzit a dalších partnerů zlepšily životní podmínky tisíců obyvatel méně rozvinutých oblastí světa. „Naplnění cílů udržitelného rozvoje považujeme za jednu z hlavních priorit naší práce, a proto jsme se rozhodli ve spolupráci s organizátory Cen SDGs udělit také historicky první Cenu ČRA. Toto ocenění směřuje především k projektům, které podle našeho názoru výrazným způsobem přispívají k řešení nějakého globálního či lokálního problému. Cíle udržitelného rozvoje se totiž neomezují jen na problémy „rozvojových zemí“, ale dotýkají se doslova každého z nás,“ říká Martin Náprstek z ČRA.

Čtrnáct finalistů Ceny ČRA tak reprezentuje jak projekty spadající do oblasti zahraniční rozvojové spolupráce, tak i zajímavé náměty oslovující spíše domácí publikum. Právě propojenost současného světa a vzájemná provázanost lokálních a globálních témat jsou v centru pozornosti agentury cílů udržitelného rozvoje. Konkrétní záběr námětů finalistů Ceny ČRA sahá od zlepšování situace farmářů v Africe přes podporu udržitelné turistiky v Jižní Americe až po kampaň zaměřenou na problém plynutí potravinami v České republice. „Všechny projekty, které projevily zájem soutěžit o cenu, si nepochybně zaslouží uznání. Široké spektrum problémů, o jejichž řešení se realizátoři těchto plánů snaží, svědčí o zájmu českých subjektů o agendu udržitelného rozvoje. Pro nás tato historicky první Cena ČRA představuje i závazek do budoucna. V jejím udělování chceme pokračovat i v dalších letech,“ dodává Náprstek.

V letošním roce byla Cena ČRA udělena projektu Clidata, jehož realizátorem je Český hydrometeorologický ústav. Aplikace Clidata je určena pro zpracování a kontrolu klimatologických dat a je s podporou Světové meteorologické organizace aktuálně využívána ve třetici zemích světa.

Projekty

Program České rozvojové agentury udělal z rybáře podnikatele

Klára Ludvíková

Kromě přípravy a financování dvoustranných projektů rozvojové spolupráce mezi Českem a dalšími zeměmi má Česká rozvojová agentura (ČRA) na starosti také realizaci projektů ve specifických programech, trojstranné projekty spolufinancované z dalších zdrojů a tuzemské projekty zaměřené zejména na šíření osvěty o zahraniční rozvojové spolupráci. Dlouhodobé projekty nyní běží mimo jiné v Etiopii, Kambodži a Bosně a Hercegovině.

Mikropodniky v Etiopii

Nezaměstnanost mladých lidí je v Etiopii jednou z hlavních překážek ekonomického rozvoje. Bez práce je zde okolo 30 % mladých. Česká rozvojová agentura zde proto financuje projekt na zvýšení zaměstnanosti mladých žen a mužů v kožedělném

sektoru prostřednictvím zkvalitnění odborného vzdělávání a podpory podnikání.

Mladí nezaměstnaní z měst Soddo a Dilla na jihu Etiopie se mohou v rámci projektu zapsat do krátkodobého nebo standardního kurzu na zdejších polytechnických školách, který jim poskytne základní vzdělání a znalosti o kožedělném průmyslu. Tyto učňovské lekce je také naučí, jak správně vyrábět kožené výrobky. Po ukončení kurzu dostanou jeho účastníci navíc šanci založit si s dalšími absolventy za zvýhodněných podmínek svůj mikropodnik.

Místo rybolovu pěstování zeleniny

ČRA také pomáhá vysídleným rybářům z kambodžské provincie Koh Kong. Rybářské rodiny, které musely opustit své domovy a odstěhovat se do vnitrozemí, ztratily svůj tradiční způsob obživy – rybolov, což zhoršilo jejich ekonomickou situaci.

Pan Tankin žije se svou rodinou v malé vesničce asi 20 km od pobřeží, odkud se musel kvůli vyšším podnikatelským zájmům před 17 lety vystěhovat. Změna způsobu života nebyla jednoduchá, ale Tankin se s ní vyrovnal po svém. Rozhodl se pěstovat zeleninu a pomalu se mu začíná dařit. V rámci projektu Posilování odolnosti vůči katastrofám prostřednictvím lepšího vzdělávání a obživy si s odbornou pomocí zpracoval podnikatelský plán na rozšíření sortimentu pěstovaných plodin.

Solární ohřev vody v Mostaru

Cílem projektu Solární energie pro nemocnici Dr. Safeta Mujiče v Mostaru v Bosně a Hercegovině bylo vybudování funkčního solárního systému na ohřev užitkové vody.

Vše bylo úspěšně spuštěno na konci února letošního roku. Místní nemocnice tak ušetří nejen náklady na ohřev vody, který byl dosud zajiš-



Foto: ČRA

ťován kotli na fosilní paliva, ale přispěje také ke snížení emisí.

Dosud byla nemocnice vybavena kotelnou fungující na plyn i topný olej. Toto řešení však bylo nákladné a neekologické. Díky klimatu mohl být starý

systém nahrazen novou technologií založenou na využití sluneční energie. Nainstalováno bylo 104 solárních termických panelů, zásobníky vody, potrubní systém, čerpadla a systém měření a regulace.

Odpovědná tiskárna, tak trochu jiný byznys

Na severovýchodě Čech, nedaleko od hranic je tiskárna, na první pohled podobná mnoha jiným, s ohledem na polohu Broumova, ve kterém se nachází, navíc dosti vzdálená velkým městům, a tedy i přímým zdrojům mnoha zakázek. Na pohled druhý je však v mnohém jiná, schopná dodávat nejenom cenově a kvalitativně konkurenceschopné produkty, tedy nízkonákladový tisk a související služby s využitím špičkových digitálních technologií, zároveň však i dávat práci obecně znevýhodněným a podporovat kulturní a společenské aktivity v kraji.



Obnova a obroda broumovského kláštera

Kořeny tiskárny a jejího vzniku jsou svázány s broumovským klášterem. Tato impozantní stavba z roku 1213 za minulého režimu značně chátrala. Po navrácení řádu Benediktinů volala po obnově a smysluplném využití. Rozsáhlé rekonstrukci částečně napomohly dotace a úsilí mnoha ochotných lidí, včetně dobrovolníků. V prostorách kláštera a jeho zahrady se začalo utvářet jakési kulturní a společenské centrum zdejší oblasti.

Se sháněním prostředků na dokončení rekonstrukce a se zajištěním veškerého provozu pomohla Agentura pro rozvoj Broumova a projekt „Vzdělávací a kulturní centrum Klášter Broumov“ (VKCB), díky kterému se v klášteře prakticky neustále odehrává bohatá paleta společenských, vzdělávacích a uměleckých aktivit, zvyšujících kulturu oblasti. Udržitelnost takto rozsáhlého projektu, zahrnujícího i rozvoj a správu památky, je však velice náročná. Celá skupina zaměstnává již desítky lidí. VKCB nechce spoléhat na dotace a granty, a proto se snaží alespoň o částečnou soběstačnost. Proto rozvíjí hospodářská aktivity a jednou z nich je i provoz tiskárny.

„Abychom tohle všechno mohli dělat, abychom mohli provozovat VKCB v klášteře, v národní kulturní památce s obrovským rozsahem, tak jsme kromě jiného začali podnikat. A to v tradici toho, že kláštery vždy fungovaly

jako samostatné celky. Tehdy však měly k dispozici polnosti a lesy, což dnes nemají. Přesto nechceme být závislí na dotacích a grantech, proto se snažíme podnikat, proto jsme založili tiskárnu, říká Jan Školník, podnikatel a filantrop, který společně se svou ženou a s týmem spolupracovníků projekt realizuje.

S principem sociální firmy

Tiskárna funguje na principu sociální firmy, zaměstnává tedy handicapované. Zároveň je vlastněná neziskovou organizací vykonávající kulturní činnost. Jako sociální firma se tedy zavázala, že 50 procent svého zisku nikdy nerozdělí a bude reinvestovat do svého rozvoje, což také dělá. Druhá polovina zisku pak putuje na provoz kulturního centra.

Na začátku tiskárně pomohla dotace na pořízení kvalitních technologií, další provoz a rozvoj jsou už však zajišťovány tak, aby se obešly bez dotací. I když ani těm se zde nebrání, protože rychlejší rozvoj a rozšiřování rozsahu služeb přináší i možnost zaměstnat více handicapovaných a zajistit více prostředků na kulturní a společenské akce. Ve městě je jedinou sociální firmou, tedy i jedinou šancí na práci pro lidi se znevýhodněním.

„Na začátku mi to přišlo náročnější, protože jsme se pustili do podnikání, kterému

jsme až tolik nerozuměli, dnes už ale mohu říci, že je to relativně jednoduché, protože náš koncept je natolik unikátní, že ho zákazníci sami vyhledávají. Z toho máme velkou radost,“ přiznává Jan Školník a dodává, že důležitým zdrojem nových klientů jsou ti stávající, kteří se o své pozitivní zkušenosti se službami tiskárny rádi podělí se svými partnery.

Malonákladový tisk neomezuje vzdálenost

Zakázky přitom přicházejí z celé republiky, od malých i velkých firem, jakými jsou například Wikov MGI, Lázně 1897 Velichovky nebo síť drogerií Rossmann, ale také od různých institucí a neziskovek, například od Nadace neziskovky.cz, Transparency International, Ministerstva zemědělství ČR a mnohých dalších.

„Máme zákazníky z řad malých neziskovek, které chápou náš příběh, protože se potýkají s podobnými věcmi, až po velké koncerny, které chtějí dát najevo, že mají regionální soudržnost, že vnímají svoji odpovědnost,“ upřesňuje klientské vazby Jan Školník.

Pozice tiskárny je specifická v zaměření na oblast malonákladového digitálního tisku, která se neustále rozšiřuje, protože lze dělat malé náklady častěji, a přitom za výhodných cenových podmínek. Dříve firma vytiskla například 5000 ks, aby se s cenou za kus dostala

na přijatelnou úroveň, pak ale třeba polovinu vyhodila, protože materiály v průběhu času zastaraly. Dnes může v rychlejšímu sledu tisknout menší náklady bez plýtvání.

„Tiskneme v nákladech zhruba do 1000 ks, ale i třeba jen 10 ks. Kupříkladu naši brožuru o klášteře si tiskneme po 50 ks, protože ji průběžně doplňujeme a měníme, aby byla vždy aktuální,“ demonstruje Jan Školník na vlastním příkladu výhody malonákladového tisku.

Na otázku, proč se pustili zrovna do tohoto oboru podnikání, pak říká: „Jednoduše proto, že ve městě žádná tiskárna nebyla a my jsme pro naši kulturní činnost hodně tisku zadávali. Nakonec se však ukázalo, že z našich zakázek tiskárna žít nemůže a že se budeme muset hodně otáčet, aby to fungovalo. Naštěstí jsme ale dokázali relativně rychle oslovit dostatek zákazníků, kteří tomu rozuměli.“

Pod jejich tlakem jsme pak změnili i naši vizuální tvář, abychom se více odputali od kláštera a abychom ukázali, že tiskárna je svébytným prvkem. Zároveň jsme v rámci tohoto procesu zavedli značku Tiskneme odpovědně, která je symbolem, jež si i naši zákazníci často umísťují do svých tiskovin. Tím pak i zprostředkovaně vyprávějí náš příběh a celého kláštera.“

Tiskárna začínala se čtyřmi lidmi, dnes jich ve špičkách potřebuje až 10. Další

zhruba 24 zaměstnanců společnosti se podílí na organizaci kulturních akcí.

Bez dotace tu nedávno pořízením nového digitálního stroje rozšířili možnosti tisku ve větších formátech a v rozšiřování možností hodlají dále pokračovat. Teď připravují velkou investici do dalšího knihařského zpracování, aby byli schopni nabídnout více možností vazeb. „Pořád se snažíme jít s trhem. Jednou z věcí, které jsme před dvěma lety odstartovali, je webové rozhraní pro B2C produkci fotoproduktů, fotodárků. Nyní chceme posílit marketing tohoto produktu, aby se více rozšířilo povědomí o našem portfoliu v této oblasti,“ popisuje pan Školník další aktivity v oblasti rozšiřování služeb. Na otázku, zda není pro tiskárnu poloha Broumova příliš velkým handicapem, pak upřímně uvádí: „Objektivně, poloha je nejčastěji připomínkou zákazníkům, obava, že vzdálenost ovlivní rychlost. My ale nezřídka distribuujeme zakázky do 24 hodin, takže k zákazníkovi se dostaneme do 48 hodin a to je rychlost, kterou zákazníci většinou ani nepotřebují. Nejsme copycentrum. Máme spřátelené kanceláře v Praze a v Brně, kde si lze zakázky vyvádět. Firmy mají díky nim pocit, že jsme jim blíže, ale ve většině případů jsme je ani nevyužili, protože přímá distribuce funguje bez problémů a rychle.“



Tiskárna Broumov

- Malonákladový digitální tisk letáků, kalendářů, plakátů, vizitek, pohlednic, vstupenkových mazet, obálek, samolepek, vlněn, vísáček, katalogů, brožur, časopisů, výročních zpráv, knih, obecních zpravodajů a dalších tiskovin.
- Další služby: polygrafický audit, grafická úprava a DTP, vazba a zušlechťení tiskovin.

• Je registrovanou sociální firmou.

Kontakt

Řídičská 89 (areál Veba a.s.)
550 01 Broumov
tel.: +420 493 814 679
e-mail: csb@broumovsko.cz
web: www.tiskarna-broumov.cz

Domestos jako společensky odpovědná značka

V dnešním světě, kde počet obyvatel překotně roste, je kvalitní hygiena a přístup k sanitačním zařízením stále větším problémem. Lidstvo se navíc ve vzrůstající míře potýká s nedostatkem vody. Je na nás, abychom se k tomuto celosvětovému problému postavili čelem, začali dbát o naši planetu a osvojili si udržitelnost ve všech jejích formách. Těchto výzev si je také vědoma společnost Unilever, jež se snaží provozovat svůj byznys tak, aby minimalizovala dopad na životní prostředí.

Unilever na této vizi pracuje společně se svými značkami. Jednou ze společensky odpovědných značek je i Domestos, jenž podporuje jak správnou hygienu a sanitaci v rozvojových zemích, tak i v tuzemsku prostřednictvím projektu Domestos pro školy, který vznikl v roce 2014. Značka mimo jiné v rámci projektu poskytuje vítězným školám finanční prostředky na kompletní renovaci jejich školních toalet. Tato soutěž sklízí velký úspěch, a proto v červnu 2017 u nás odstartuje její již čtvrtý ročník.

Na tyto potvrzené nedostatky zareagovala značka Domestos a vyhlásila soutěž Domestos pro školy. Klade si za cíl zvýšit povědomí o důležitosti správné hygieny – například podmínek na školních toaletách a inspirovat

ky škol obdarovaných produkty Domestos na celý školní rok. Pro velký úspěch je projekt opakován a jeho letošní ročník je v pořadí už čtvrtý. V České republice se soutěže zúčastnilo již 166 mateřských a 175 základ-

my spojené s nedostatečnou hygienou či pitím závadné vody – což představuje téměř 1000 dětí denně.

Domestos, jako jedna ze společensky odpovědných značek společnosti Unilever, se aktivně pustil do řešení těchto palčivých témat. Zavázal se, že do roku 2020 pomůže 25 milionům lidí zlepšit přístup k toaletám a lepší sanitaci.

Tímto závazkem značka napomáhá plnit cíle udržitelného rozvoje, konkrétně Cíl č. 6 – Pitná voda a sanitace. Značka dala například vzniknout iniciativě Domestos Toilet Academies. Jde o model, který zlepšuje hygienu v Indii a Vietnamu proškolením podnikatelů v oblasti sanitace a zpřístupňuje financování sanitačních zařízení domácnostem. To umožňuje podnikatelům rozvíjet jejich podnikání prodejem toalet a vzdělávat komunity o významu sanitace a hygieny. Prostřednictvím Domestos Toilet Academies má značka za cíl mezi lety 2015 a 2017 proškolením 250 podnikatelů a instalovat 115 000 toalet do domácností.

Unilever mění způsob podnikání Společnost Unilever působí ve více než 190 zemích po celém světě a její produkty používají téměř dvě a půl miliardy spotřebitelů. Portfolio společnosti čítá zhruba 400 značek, mezi něž patří Domestos, Dove, Rexona, Axe, Hellmann's, Magnum, Lipton a mnoho dalších.

V roce 2010 společnost představila Unilever plán udržitelného rozvoje, avšak udržitelnost je s ní spojená od jejich samých začátků. Plán si stanovil tři velké cíle.

První z nich je pomoci více než jedné miliardě lidí zlepšit jejich zdraví a životní styl do roku 2020. Druhou je zmírnit dopad na životní prostředí do roku 2030 o celou polovinu.

Poslední oblastí je zlepšit životní podmínky milionů lidí do roku 2020. Základem těchto cílů je devět závazků slibujících jejich společenské, ekologické a ekonomické plnění.

Význam následování tohoto plánu se potvrzuje. V roce 2016 udržitelné značky zajistily 60 % růstu společnosti. Zároveň tyto značky rostou o 50 % rychleji než zbytek byznysu.

Mezi 40 nejlepších značek z portfolia společnosti Unilever se v roce 2016 zařadilo hned 18 udržitelných značek, v roce 2015 jich bylo pouze 12. Vedle toho o ně roste zájem také ze strany spotřebitelů.



školy ke zlepšení prostředí na svých toaletách. Vítězům také poskytne finanční prostředky na kompletní renovaci školních toalet.

Pro účast v projektu je nejprve nutná registrace škol. Následná soutěžní část odstartuje v září 2017 a potrvá do konce roku. Školám jsou od podzimu zadávány aktivity vedoucí hravou formou ke zlepšení hygienických návyků u dětí a ke zvyšování povědomí o důležitosti správné hygieny – například jak si správně mýt ruce, používat toaletu, splachovat či neplýtvat toaletním papírem. Tyto aktivity školy společně s dětmi plní a dokumentují. Poté rodiče obdrží e-mail, skrze který budou moci hlasovat pro vítěze.

Výsledkem projektu jsou stovky zrenovovaných prostředí školních toalet, zrekonstruované toalety ve vítězných školách a stov-

ných škol. Projekt také inspiroval jiné evropské země a v průběhu tří let se rozšířil například do Maďarska a Rumunska.

Globální poslání značky Domestos

Značka Domestos si celosvětově všímá i jiných palčivých problémů spojených s vodou a hygienou. Tekoucí pitná voda či splachovací toaleta v každé domácnosti totiž není samozřejmostí. Na celém světě žije přibližně 2,4 miliardy lidí, kteří stále ještě nemají přístup k adekvátnímu sanitačnímu zařízení, a téměř miliarda z nich dokonce nemá přístup žádný! Třetina světové populace je vystavena nedostatečným hygienickým podmínkám, jež způsobují závažná onemocnění. Statistiky ukazují, že 340 000 dětí ve věku do pěti let ročně zemře na střevní problé-

Domestos pro školy ve zkratce

- Registrace bude zahájena v červnu 2017, samotná soutěž s úkoly a dalšími aktivitami odstartuje v září 2017.
- Pro účast v soutěži je nejprve nutná registrace – hlásit do soutěže se školy mohou od 5. června na adrese www.domestosproskoly.cz.
- Školy spolu s dětmi plní aktivity, za které jsou následně bodovány.

• V soutěži je možné vyhrát renovaci či rekonstrukci školních toalet.

Kontakt

Unilever ČR, spol. s r. o.
Rohanské nábřeží 670/17
186 00 Praha 8
web: www.unilever.cz



Architektura

JINÉ NEŽ UDRŽITELNÉ STAVBY NEUMÍME

STUDIO CHYBIK+KRISTOF DVOU MLADÝCH NADĚJNÝCH ARCHITEKTŮ SI ZAKLÁDÁ NA ZNOVUPOUŽÍVÁNÍ MATERIÁLŮ A NA TVORBĚ VEŘEJNÉHO PROSTORU I NA NETRADIČNÍCH MÍSTECH.

Jana Niedermeierová
jana.niedermeierova@economia.cz

Brněnská dvojice Ondřej Chybík a Michal Křištof patří do mladé generace architektů, pro které je trvalá udržitelnost jejich tvorby naprostou samozřejmostí. Vymýšlejí domy „na více použití“ a přicházejí s nápady, jak dát starým ošklivým budovám nový život. Dokážou například pomocí fasády ze židli proměnit devadesátkové retro v atraktivní sídlo nábytkářské firmy nebo ze špinavého sběrného dvora vytvořit vzdělávací centrum o třídění odpadu. Letos zvítězili v mezinárodní architektonické soutěži na nové sídlo Lesů České republiky a za český pavilon na Expu 2015 v Miláně si odnesli bronzovou medaili za architekturu.

Porotu na světové výstavě zaujal jejich nápad vytvořit dům jako modulární stavebnici z kontejnerů, kterou je možné znovu rozebrat a postavit jinde. Moduly pocházejí od vizovické firmy Koma Modular, v jejímž areálu se v současnosti pavilon znovu staví. „Měl by sloužit jako výzkumné středisko pro prefabrikované konstrukce. Zaplní jej laboratoře a kanceláře,“ popisuje Michal Křištof.

Sběrné suroviny jako galerie

Dalším zajímavým projektem z dílny studia Chybík+Křištof je návrh nového sídla Lesů ČR v Hradci Králové, které by se mělo stát největší dřevostavbou v tuzemsku. Se studií brněnské architektury uspěli ve veřejné soutěži, ve které porazili i zahraniční konkurenci. Budova s půdorysem připomínajícím strom by měla spotřebovávat téměř nulové množství energie. Projekt nazvaný Lesy v lese má být zároveň vstupní branou do rozsáhlého areálu městských lesů, které zdejší obyvatelům slouží hlavně k rekreaci.

„Uvědomili jsme si, že nejde o typickou administrativní budovu, ale o stavbu ze státních peněz. Říkali jsme si tedy, že by bylo super, kdyby byla veřejně přístupná. Okolo celé budovy proto povede naučná stezka, kterou se návštěvníci dostanou i na střechu porostlou zelení nebo do centrálního foyer,“ přibližuje Ondřej Chybík.

Budovu by měl obklopotvat také veřejný park a parkoviště. Výstavba celého areálu vyjde odhadem na 470 milionů korun. Pokud vše půjde dobře, bude nové ředitelství hotové do roku 2020. Ve stejném roce by měl být dokončen také další projekt tohoto studia – Galerie odpadu v Hranicích na Moravě. Jde o přestavbu sběrného dvora na vzdělávací centrum o nakládání s odpadem.

„Ten nápad vznikl na popud podnikatele Františka Smolky, který se rozhodl vrátit něco z vlastního úspěchu svému rodnému městu. Stal se předsedou představenstva hranické městské firmy Ekoltes a začal své rodiště zkulturovat. Jednou z věcí, na které se zaměřil, byl zdejší sběrný dvůr, který byl v hrozném stavu. Oslovil proto nás a společně jsme vymysleli projekt na jeho proměnu,“ líčí Chybík.

Ačkoliv sběrné suroviny obvykle nejsou typickou zakázkou pro architektky, Chybík s Křištofem se pro toto téma nadchli. „Pracovali jsme s takzvanou pyramidou odpadu, což je model, který představuje možnosti nakládání s odpady. Nejlepší variantou je přitom prevence a vzdělávání společnosti. Proto jsme se rozhodli největší část areálu věnovat expozici o odpadovém hospodářství. Návštěvníci budou v kruhu stoupat vzhůru po spirále od sběrného dvora skrz expozici až k výhledu na krajinu. Ten je metaforou přírody, kvůli které je důležité tuto problematiku prezentovat,“ vysvětluje Křištof.

Kruhový tvar zvolili architekti jako symbol recyklace, tedy vrácení produktů do koloběhu užívání. Ostatně i na stavbu tohoto areálu by měl být použitý recyklovaný materiál, a to beton, sklo nebo hliník. Pokud stavba skutečně vznikne, půjde podle Ond-



Brněnské talenty
Ondřej Chybík (vpravo)
a Michal Křištof
ve svém brněnském
ateliéru.

Foto: HN – Tomáš Škoda

Fotogalerii nového sídla
Lesů ČR naleznete zde:



řeje Chybíka s Michalem Křištofem v rámci Evropy o ojedinělý projekt.

Podobný název jako Galerie odpadu nese i jejich další dílo. Galerie nábytku je sídlem a showroomem nábytkářské firmy My dva na periferii jednoho z brněnských sídlišť. „Šlo o nepříliš estetickou budovu z 90. let, která ale funkčně byla naprosto v pořádku. Teoreticky by bylo možné ten dům zbourat a postavit nový, ale tím bychom zahodili veškerou energii a materiál, které byly potřeba na jeho výstavbu. Navíc jsme měli omezený rozpočet, a proto jsme se rozhodli z něj udělat velmi jednoduchými zásahy něco lepšího,“ říká Křištof.

Celý dům proto pokryli venkovním pláštěm tvořeným černými židlemi, které společnost My dva vyrábí. Díky tomu získali materiál, který je desetkrát levnější než jakékoliv jiné standardní opláštění. Navíc židle jakožto produkty firmy společnost perfektně reprezentují a dají se znovu použít, až životnost domu skončí.

Do vinařství nejen na skleničku, ale i do kina

Unikátní je také návrh reprezentačního centra vinařství Lahofer, který studio Chybík+Křištof zpracovalo pro znojemského výrobce vín. Stavba uprostřed jihomoravské krajiny poseté vinohrady spojuje výrobu, administrativní zázemí firmy a návštěvnícké centrum. Vedle toho by objekt měl – podobně jako sídlo Lesů ČR – sloužit také jako místo setkávání veřejnosti.

„Mezi výrobu a návštěvnícké centrum jsme vložili vertikální dvůr, který působí jako amfiteátr s výhledovou terasou. V létě sem mohou návštěvníci jít na procházku třeba do letního kina nebo na spoustu jiných akcí. Majitelé vinařství si chtějí najmout animátora, který bude vymýšlet program, a dotvářet tak prostor,“ popisuje Křištof. Budova vinařství by měla vyrůst nedaleko obce Dobšice do roku 2020.

CHYBIK+KRISTOF

Brněnské studio Chybík+Křištof založili v roce 2010 dva absolventi Fakulty architektury VUT v Brně, Ondřej Chybík (31) a Michal Křištof (32). Etablovali se řadou vítězství v architektonických soutěžích. Vyhráli například s návrhem na nové sídlo Lesů ČR nebo na český pavilon na Expu 2015, za který získali bronzovou medaili za architekturu. Mají tři ateliéry – v Brně, Praze a Bratislavě.

Nejnovejším projektem Chybíka s Křištofem je monumentální instalace na Moravském náměstí v Brně, která se snaží upozornit na architektonickou i kulturní minulost tohoto místa. Dříve tu stály hradby a následně Německý dům se sochou císaře Josefa II. V poválečné éře zde byli pohřbíváni rudoarmějci a později se součástí tohoto místa stal nedokončený pomník Tomáše Garrigua Masaryka. Za minulého režimu tu vyrostl pěticipý bazén s vodotryskem a sousoší Komunisté. S výjimkou kašny ale všechny tyto prvky postupně v různých historických etapách z politických důvodů zmizely.

„Vytvořili jsme proto pavilon z lešení, který tyto proměny připomíná. Projektem nazvaným Meeting Brno Point chceme připomenout sounáležitost Čech a Moravy s habsburskou monarchií, největší brněnskou menšinou – moravské Němce, rudoarmějce i dlouhá léta komunistického režimu. Rádi bychom tak vyvolali diskusi o tom, že představa o české monokulturnosti je umělá a nikdy nebyla přirozená,“ podotýká Chybík.

Do budoucna by se Chybík s Křištofem rádi prosadili i v zahraničí, kde oba studijně a pracovní pobývali. Vytvořili například studii kapličky pro české vězňáky na Antarktidě a aktuálně domlouvají spolupráci na stavební proměně čínského města Šan-tchou. „Děje se tam něco neuvěřitelného. Na každé ulici se dvacet procent domů zvedá o jedno až padesát pater. Doslova se tam přesouvají kopce. Chtěli bychom tam vnést prvek udržitelnosti a změnit v tomto ohledu přístup čínských developerů,“ uvádí Chybík.

Udržitelná architektura přitom dělá 100 procent tvorby studia. „Bereme to jako základní stavební kámen. Naše generace se na rozdíl od předchozích zabývá nejen krásou budov, ale i jejich udržitelností. Máme cit pro estetiku, ale nejsme žádní velcí umělci. Podstatnější je pro nás prostředí, ve kterém žijeme, a snažíme se ho co nejpozitivněji ovlivnit,“ uzavírá Chybík.

Partnery přílohy Udržitelná společnost jsou



Česká rozvojová agentura

TISKÁRNA
BROUMOV



Unilever

Příloha

UDRŽITELNÁ
SPOLEČNOST

Ředitel speciálních projektů:
Petr Orálek
Vedoucí přílohy: **Jan Záluský**
Editor: **Markéta Prokšánová**
Grafika a zlom: **Vizuální studio Economia**

Obchod a inzerce:
Michaela Marková
(michaela.markova@economia.cz)