

BAZAAR^{Harper's}

ŽIVOT

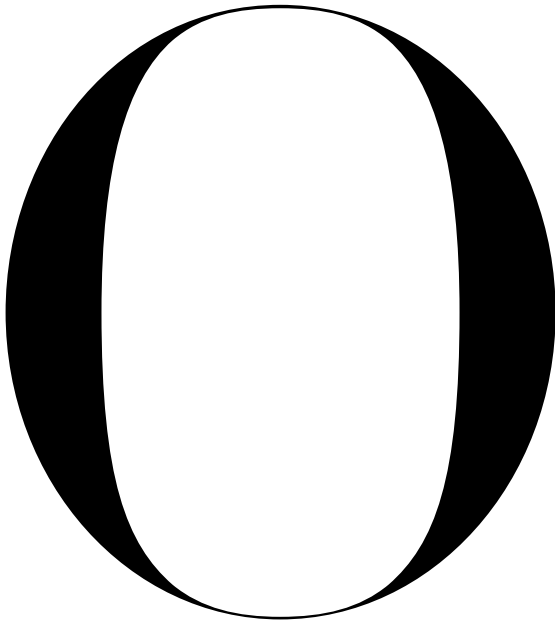
CO JE DOBRÝ ŽIVOT

Jak by mohlo podnikání vypadat v budoucnosti, proč by měla firma stát na třech udržitelných pilířích, a především v čem spočívá ten pravý luxus, říká *Markéta Vinkelhoferová*, zakladatelka Fair & Bio pražírny, mentorka a propagátorka environmentálního sociálního podnikání u nás.

Text NORA GRUNDOVÁ



„Sociální
a environmentální
stránka podnikání
nesmí být jen
pozlátka, měla by být
od samého začátku
v DNA podniku.“



hledání nejšetrnějšího možného přístupu jakékoli firmy k životnímu prostředí a o důstojném životě pro všechny mluví Markéta Vinkelhoferová posledních dvacet let velmi intenzivně. Je to jedna z nejprogresivnějších žen, jaké znám, a je úžasné s ní trávit čas. Pečlivě oprostuje významy slov od nánosu, který na ně nalepil minulý režim, a už minimálně patnáct let zdůrazňuje, že sociální podnikání je ten nejzdravější způsob, jak dělat byznys, a že péče o planetu musí být přirozenou, všudypřítomnou součástí našeho chování. Greta Thunberg ještě nebyla na světě, zatímco Markéta učila naši společnost, jak používat slovo udržitelnost a v čem přesně spočívá jeho význam.

K rozhovoru mi Markéta přinesla kávu z jejich úspěšného sociálního podniku a nádhernou ekologickou kyticí od Green Decor. „Je v ní hodně větviček, které teprve rozkvetou, zkrátka české jaro.“

Ač vystudovala angličtinu, stala se jednou z největších odbornic na fair trade a sociální podnikání u nás. Mentoruje sociálně prospěšné podniky a povedlo se jí ze sociálního podnikání udělat mainstreamové téma. Svá slova navíc převedla do praxe a před osmi lety spoluzaložila pražírnu kávy, kterou nazvali jednoduše Fair & Bio. Jejich káva je luxusní ve všech významech toho slova, ale jak Markéta

zdůrazňuje, vše do sebe musí zapadat, aby to dávalo smysl. Proto v pražírně certifikovaný produkt od konkrétních pěstitelů zpracovávají zdravotně a sociálně znevýhodnění lidé a celá firma hledá tu environmentálně nejudržitelnější cestu. „Vždycky jsem razila koncept, že jakékoli naše konání by mělo přispívat ke kvalitě života všech kolem.“ Přitom je to pořád úspěšný byznys.

Můžeš vysvětlit, co sociální podnikání obnáší?

Sociální podniky řeší buď sociální, anebo environmentální problémy, případně oba dva najednou. Do jisté doby se tím rozumělo hlavně zaměstnávání zdravotně postižených lidí. Poukazují na to, že tenhle typ podnikání má nejen pozitivní sociální dopad, ale také přínos pro rozvoj místa, komunitu, přírodu a kvalitu života vůbec. Nověji přibylo environmentální sociální podnikání a já se starám o jeho rozvoj v ČR. Takové podnikání neřeší jen záležitosti sociální, ale zahrnují do svých aktivit i životní prostředí. Možná se toho nedožiju, ale chovám naději, že jednou tak budou podnikat všechny firmy. Mělo by to jít. Dnes jsou firmy založeny na maximalizaci zisku, což je jen ekonomické hledisko. I my v sociálním podnikání zisk ctíme, protože – aby bylo jasno – sociální podnikání není nezisková činnost. I sociální firma musí dbát na to, aby po pokrytí nákladů a poté, co všichni jsou důstojně zaplacení, byla v zisku, aspoň malém, musí si na sebe vydělat. Svého druhu ziskem je tu ovšem i ona kvalita života, o které mluvíme. A to ve městě i na venkově, takže je jasné, že bude mít různé podoby tak, jak se liší potřeby městských lidí a lidí z venkovských regionů.

Dnes se k sociálnímu hledisku přidává ještě péče o životní prostředí.

Ano, už by nemělo jít „jen“ o sociální rozměr, osvětu, komunitní rozvoj a podporu místní ekonomiky tím, že odbíráme od lokálních dodavatelů. Environmentální hledisko je důležité. Škála je obrovská, můžeme začít tím, že důsledně třídíme odpad a vytváříme ho vědomě co nejméně, používáme šetrné postupy při výrobě, šetříme energiemi až po ekologický produkt, což je třeba naše Fair & Bio káva. Vše nemusí být splněno hned, ale je důležité vědět, že od začátku k tomu chceme směřovat. A nebrat to sociálně a environmentálně jen jako pozlátko ani to odsouvat do neurčité budoucnosti, až si vyděláme. Mělo by to být v DNA toho podniku. Ať je to firma, s. r. o., družstvo, nebo jiný typ podnikání. Zásadní je takzvaný princip trojího prospěchu, v angličtině se tomu říká „triple bottom line“, tedy splnění tří pilířů: ekonomického, sociálního a environmentálního. Všechny by měly mít stejnou váhu.

Takže nic neziskového?

Vůbec ne, není to charita, chráněná dílna, pomoc ani žádná sociální služba. Je to podnikání. A já se znova a znova přesvědčuji, že to lidi emancipuje, a to nejen ty znevýhodněné, ale i ty tzv. normální. Mohou dělat něco, co je na-

plňuje, baví a dobře užívá. Inspirovala jsem se v zemích globálního Jihu, kde jsem před lety dělala rozvojovou spolupráci, a také v mých fair trade aktivitách. I když žijeme v opatrné společnosti, kde je silná nedůvěra k čemukoli, co používá slovo „sociální“, na kvalitu života, zejména teď s končící pandemií, slyší čím dál víc lidí; je to pro ně důležité. Dříve se se mnou hodně dohadovali, že to zavání socialismem a co to sem z toho globálního Jihu tahám. Pořád vysvětluji, že koncepty, kdy o sebe pečuje komunita lidí, jsou nám všem blízké, včetně konceptu družstevnictví, kterému pověst poničil minulý režim.

Mluvily jsme spolu o tom, že produkty ze sociálního podnikání jsou luxusní, že to nejsou věci, nad kterými se má srdce ustrnout. Co tedy znamená luxus v pojetí sociálního byznysu? Luxus je přece dobrý život, nebo lépe důstojný život, když vycházím z anglického termínu „dignified life“. V češtině má možná slovo důstojnost slabší význam. Luxus se zdá jako zavádějící slovo vyhrazené pro drahá auta a parfém. Ale například přírodní mýdla z mýdlárny Koukol, což je další sociální podnik, luxusní jsou. Pokud budu hledat luxus v produktech, pak je to vysoká kvalita, která by dnes už měla být spojená s přírodou. Luxus není nic chemického, boom chemizování všeho jsme už nechali ve 20. století. Zároveň je luxus něco, co jítí tvoje smysly, je plné vůně, chutě, vizuální krásy a dělá ti to radost. Když jsem dříve dělala kampaně za fairtradovou čokoládu a kávu, slychala jsem námitky, že fairtradové čokolády jsou drahé. Na to jsem odpovídala, že ano, je to proto, že surovina byla vypěstována za důstojných podmínek pro lidi i planetu, ale zároveň jsou velmi kvalitně vyrobené, takže nemáte nutkání jíst tuhle čokoládu po kilech. Luxus spočívá v minimalismu, i trocha udělá velký zážitek a vydrží. Což znamená, že nemusíme hodně spotřebovávat a vytvářet hory odpadu, protože vlastností luxusu je také neškodit. Luxus je zároveň čas a klid. Takže je to například dobrá práce, která je dobře zaplacená.

Sociální podnikání přitom nevzniklo na zelené louce, jak jsem pochopila...

Ano, takové podniky tu mají tradici už více než 170 let. Za minulého režimu tu byla družstva invalidů. Ta družstva došla zajímavě fungovala, subdodávala průmyslu, vyráběla různá drobná hejblátka do strojírenských závodů, anebo

sklářských podniků, jejich výrobky i služby měly dobrou pověst. Spousta družstev a spolků vznikla už v 19. století a rozšířila se u nás nejvíc za první republiky. V polovině 19. století se totiž kvůli boomu industrializace začali lidé v Evropě tlačit do měst, kde ovšem neměli tak dobrý přístup ke kvalitním potravinám, a tak si začali zakládat spotřební družstva. První vzniklo roku 1844 v městečku Rochedale u Manchesteru. České země nezaostávaly, u nás v roce 1847 vznikl Pražský potravní a spořitelní spolek, který reagoval na potřebu kvalitního a cenově dostupného jídla ve městě. Vypadala trochu jako dnešní bezobalové prodejny, stály tam pytle s hrachem, rýží nebo moukou, která nebyla pajcovaná omítkou. Na počátku 20. století také vzniklo známé družstvo Včela, které mělo kdysi i svoji pražírnu kávy ve Vršovicích včetně vlastní balírny. Nastudovala jsem si je, když jsme zakládali naši družstevní pražírnu. Tehdy se nám lidé smáli, že zakládáme JZD, dnes se ale doba už posunula a na komunitních podnicích už nelpí špatná reputace z minulého režimu. Když lidem vysvětlím, jak podnikáme, tak už se nesmějí. I v 19. století šlo vlastně o komunitní podnikání lidí, jehož hodnoty jsou platné dodnes. Málo se ví, že takto vzniklo třeba Národní divadlo nebo pražská zoo – obojí byly družstevní projekty, ze kterých poté profitovali všichni. To je mimochodem další vlastnost sociálního podnikání.

Jak konkrétně funguje vaše pražírna?

Před osmi lety jsme pražírnu založili v Kostelci nad Labem. Nedaleký poskytovatel sociálních služeb Vyšší Hrádek právě zavřel budovu bývalého ústavu a přestěhoval znevýhodněné lidi do nových asistenčních a chráněných bytů v různých domcích po celém okolí. A právě z některých z nich se rekrutovali lidé, kteří u nás dnes melou, váží a balí kávu. Máme dvanáct zaměstnanců, z nichž devět je se zdravotním postižením. Jde nám o důstojnou práci nejen u nás,

ale i globálně, proto je naše káva fairtradová. Zároveň respektujeme environmentální koncepty, pražíme bio kávu, snažíme se o co nejněšetrnější provoz, o zero waste, dodáváme až třicet procent naší kávy do obchodů, kaváren a kanceláří bezobalově ve vratných barelech. Pořád přemýšlíme o obalech, přešli jsme z hliníkových na papírové a podobné. A plníme i třetí pilíř zmíněného trojího prospěchu: jsme ekonomicky udržitelní.



Před osmi lety spoluzaložila Markéta Vinkelhoferová pražírnu kávy **Fair & Bio**. Z dvanácti zaměstnanců se na provozu podílí devět se zdravotním postižením. Firma stojí na principu trojí udržitelnosti: sociální, environmentální a ekonomické.



Příkladem úspěšného sociálního podniku je **Mýdlárna Koukol**. Majitelka firmy na venkově u České Lípy dbá na přírodní receptury mýdel, pečuje o zdejší louky a aktivuje místní komunitu k vzájemnému setkávání.



„Luxus je něco, co jitrí smysly, je plné vůně, chutě, vizuální krásy a dělá vám to radost. Spočívá v minimalismu, i trocha udělá velký zážitek.“

Může každá firma najet na princip trojího prospěchu?

Ano, je třeba pochopit, že se nejedná o nějaký živořící sektor, ale o životaschopnou komunitu, která přispívá ke kvalitě života a může reagovat na potřeby toho kterého místa. Třeba již zmíněná Mýdlárna Koukol začala jako spolek lidí žijících na venkově u České Lípy, kde sociální podnikání nebylo zrovna rozšířené. A dnes tam kvete mýdlárna s regionálními produkty, kterou její zakladatelka umístila do barokní fary, již sama renovuje. Byliny sbírá z luk chráněné oblasti České středohoří, které kosí a o které se stará. Dbá na receptury, má certifikaci vegan, regionální produkt i CPK (certifikovaná přírodní kosmetika).

Odkud je květina, kterou si mi přinesla?

To je Green Decor, který mimochodem loni připravil květinovou dekoraci na jednu z přehlídek fashion weeku. Green Decor jsou pěstitelé a floristé, kteří hodně řeší ekologičnost a k sociálnímu aspektu se dostávají postupně. Usilují o rodinnou farmu s lokálním přesahem, jako mají třeba Kytky od potoka v Přílepech u Prahy. Prošlapat cestu ekologickému květinářství u nás je nesmírná dřina, Green Decor a Kytky u potoka jsou v dodržování principů nej-

dále a dokázaly, že i v našich klimatických podmínkách je možné vypěstovat ekologickou květinu a dodávat ji celoročně, ovšem musíme vycházet z ročního období. Zbavit se představ, že je běžné mít jahody a růže v zimě. Být ve větším souladu se sezónností našeho klimatického pásu.

Můžeme se totiž do sociálního podnikání zapojit aktivně i jako zákazníci. Podívejme se, jaké sociální podniky kolem nás působí, a podpořme je svým nákupem nebo veřejnou zakázkou. Stále říkám: nenabízejme jim dary, ale odebírejme jejich produkty, klidně i ve velkém. Anebo se podívejme, zda se nám někde poblíž neobjevila nová výdejna komunitou podporovaného zemědělství, třeba v rámci nějaké komunitní zahrady. Například mně se to letos poštěstilo a konečně mohu pro svou pravidelnou porci bio zeleniny a ovoce zaskočit doslova za roh. Nebo si vezmeme šicí dílny, které loni celé jaro chrlily roušky. Mnohé z nich jsou sociální podniky a vyrábějí krásné designové věci, spadající do škatulky slow fashion, když děláme rozhovor pro módní magazín. Já jsem vůbec příznivkyně pomalosti a všude to o sobě říkám. Podnikat se totiž má hlavně pomalu a kvalitně. Stejně jako žít – a myslím, že doba covidová nám to jasně ukázala. ●