

■ Debata HN

# Zájem o filantropii mezi podnikateli roste. Přispět může i privátní bankovníctví

Miroslava Kohoutová

miroslava.kohoutova@economia.cz



**F**ilantropie se stává čím dál více integrovanou součástí byznysu. Firmy a podnikatelé si uvědomují, že mají společenskou odpovědnost a že je důležité něco vrátit zpátky do společnosti. Nezastupitelnou roli může přitom hrát privátní bankovníctví.

Jde o privátní bankovníctví a filantropie dohromady a měl by privátní bankéř otevírat i tato témata? Mimo jiné i to bylo tématem debaty Hospodářských novin s názvem Jak byznys podporuje filantropii. Diskuse se zúčastnili Milena Pelová, head of business support Erste Private Banking, Martin Palička, spoluzakladatel IT skupiny Etnetera Group, a Dagmar Goldmannová, ředitelka Nadačního fondu Via Clarita, která podporuje a rozvíjí filantropii v Česku.

Toto odvětví v posledních letech výrazně roste, a to jak z pohledu darů fyzických osob, tak i firem. Největšími tématy jsou vzdělávání a sociální témata. Pandemie covidu-19 a válka na Ukrajině podnítily nové dárce a stávající

vedly k větším darům. Češi obecně velmi dobře reagují při krizových událostech. Ať už jsou to válka na Ukrajině, nebo povodně, vždy se zvedne vlna solidarity.

## Některé klienty jsme otázkou zaskočili

Bezprostřední reakci na válku na Ukrajině potvrdil i Martin Palička, spoluzakladatel Etnetera Group. „Hned druhý den jsme se sešli a v rámci vedení celé společnosti jsme se dohodli na poskytnutí finanční pomoci, kterou jsme poslali sbírku organizaci Člověk v tísni a na pomoc uprchlíkům. Dodnes z ní platíme ubytování dvěma rodinám,“ řekl v rámci debaty.

V Etnetera Group dlouhodobě podporují projekty ze sociální oblasti a oblasti vzdělávání. Při minulých povodních například celá firma vyjela pomáhat na sever Čech. Podporovány jsou i charitativní aktivity zaměstnanců. „Osobní zapojení lidí je na tom to nejcennější. Nejde jen o objem peněz, ale i o to, že lidé dělají něco, čemu věří, a firma je v tom podporuje,“ říká.

Martin Palička je přesvědčený, že jeho firma není výjimkou. „Mělo by být samozřejmostí, že když se firmě nějakým způsobem daří, má něco do společnosti vrátit,“ zdůrazňuje.

V Evropě se objem darování pohybuje mezi 0,2 a 0,7 procenta HDP, výrazně méně než v USA, kde se jedná o zhruba dvě procenta HDP. I přes pozitivní trendy se stále Česko pohybuje na spodní hranici evropského intervalu. V Americe i v západní Evropě je navíc běžnou praxí zařazení filantropického poradenství mezi služby privátního bankovníctví. V Česku tomu zatím tak není. Erste Private Banking se proto ve spolupráci s Via Clarita snaží o to, aby privátní bankéři tato témata s klienty otevírali.

## Mladší podnikatelé přichází

„Některým našim klientům jsme položili otázku, jestli by čekali od privátního bankéře, že má tato témata otevírat. Někteří to nečekali a byli překvapení, vždy to ale někoho zaujme,“ říká Milena Pelová. Dle Pelové je reakce klientů zatím tři ku sedmi v neprospěch filantropií. Věřící ale, že se čísla do tří let otočí.

Jedním z důvodů, proč by bankéři měli otevírat témata filantropie, je kromě podpory charitativních projektů také posilování vztahu s klientem. „Když se s ním nebavíte pouze o zhodnocení majetku, dostáváte se k jiné stránce jeho osobnosti,“ vysvětluje Milena Pelová. A nemusí jít přitom o klienty, kteří si mohou dovolit milionové dary. Pomoc může být různorodá, včetně poradenství nebo pronájmu prostor.

V debatě také zaznělo, že Češi jako fyzické osoby loni přispěli zhruba čtyřmi miliardami korun, ale odhaduje se, že přes daňová příznání lze zachytit pouze část skutečných darů. „Z některých průzkumů vychází, že okolo 30 procent lidí se nějakým způsobem angažuje, ať už v dobrovolnických aktivi-

tách, nebo v darování,“ doplňuje data Dagmar Goldmannová.

Účastníci debaty se shodli, že se filantropie stává standardem mezi českými podnikateli. Podle Goldmannové se jí stále častěji věnují čím dál tím mladší dárce. A zajímavý trend je i to, že chtějí být součástí dobročinných aktivit. Vzestup zažívá také rodinná filantropie, kdy stále více podnikatelů zapojuje do svých dobročinných aktivit rodinné příslušníky.

Nárůst mladších podnikatelů, pro které je dárcovství tématem, potvrzuje Milena Pelová z Erste Private Banking. „Doslova říkají, nám už další auto nebo milion na účtu radost neudělají. A dost transparentně říkají, pokud se nám daří, dáme, až se nám nebude dařit, nedáme,“ zdůrazňuje.

Podle Martina Paličky každý, kdo už vydělal určitý objem financí na pokrytí svých životních potřeb, většinou hledá větší smysl ve svém životě a k němu dobrovolná pomoc patří. „Člověk buduje celý život firmu a pak jednou dospěje do stadia, že ji prodá. A dvě jídla nepotřebujete, pět aut také ne, na jachtu a letadlo je to málo. Potom je hezké peníze vrátit zpět do systému a pomáhat tam, kde je potřeba,“ uvádí.

Diskutující se také shodli, že přispívat není jen o penězích a lidé mohou začít dobrovolnickou činností. Stačí se rozhlédnout po okolí, v rodině, v rámci komunity, protože vždy se najde někdo v okolí, kdo potřebuje pomoc.

~  
**Když se s klientem nebavíte pouze o zhodnocení majetku, dostáváte se k jiné stránce jeho osobnosti.**

Milena Pelová,  
Erste Private Banking

~  
**Začněte ve svém okolí, v rodině, v komunitách, ve kterých se pohybujete.**

Dagmar Goldmannová,  
Via Clarita

~  
**Mělo by být samozřejmostí, že když se firmě nějakým způsobem daří, má něco do společnosti vrátit.**

Martin Palička,  
Etnetera Group

**Martin Palička**  
spoluzakladatel,  
Etnetera Group

**Dagmar Goldmannová**  
ředitelka,  
nadace Via Clarita

**Milena Pelová**

head of business support,  
Erste Private Banking



Foto: HN - Lukáš Biba

PARTNEREM DEBATY JE:

**ERSTE**  
Private Banking