



Malí tvůrci s velkým srdcem

Letošní Vánoce budou možná chudší než ty předchozí. Možná ale budou naopak mnohem bohatší: kvůli krizi máme možnost si je užít jinak. Nenaкупit záplavu věcí, ale skutečně přemýšlet, co a proč chceme a přejeme si. A koho nákupem dárku podpoříme. Zda své omezené peníze utratíme v řetězcích, nebo jimi zaplatíme českým tvůrcům. **TEXT KLÁRA KUBÍČKOVÁ**

Zatímco velké obchody lákají na Black Friday a své zboží ve snaze utržit prodávají ve velkém a s obřími slevami, rodí se i jiná méně konzumní iniciativa – malí tvůrci přenášejí do českého prostředí takzvaný Small Business Saturday. Tedy Sobotu malého byznysu, která připadá letos na 26. listopadu a soustředí se na podporu malých obchůdků, které prodávají originální zboží. Tvůrci a tvůr-

kyňe po celý listopad vysvětlují, proč má smysl nakoupit zboží s přidanou hodnotou. Místo panenek z dovozu za dvě stovky se totiž vyplatí koupit třeba ručně šité maňásky, byť by byly třikrát dražší – jsou vyrobené u nás, peníze se budou točit v české ekonomice, pomohou místním tvůrcům přežít krizi a nás zákazníky naučí vážit si věcí, které si koupíme.

Přítomná iniciativa, která podporuje české tvůrce, není nijak nová, už za covidu vznikl projekt

Darujeme české Vánoce. „Ten projekt vznikl vlastně omylem,“ směje se Hana Šormová mezi regály s dřevěnými hračkami, kreativními sadami a deskovými hrami české výroby ve svém obchůdku Takaro v Brně. Nápad se zrodil v hlavě Jany Kuntošové z projektu Vesnické dobroty, ta chtěla původně jen nakopnout zákazníky trojí sdílenou radostí: „Ten, kdo něco kupuje, bude mít radost, že někoho obdaroval, obdarovaný má radost, že něco

dostal, a potěšený je i výrobce, kterého ty peníze podpoří, aby mohl dál produkovat,“ vysvětluje Šormová tu zmíněnou trojí radost. Patří k tomu vlastně ještě radost čtvrtá – peníze se budou točit v české ekonomice, ne v té zahraniční nebo nadnárodní. „Jana tehdy neměla kapacitu na to ze svého nápadu udělat nějakou iniciativu, takže jsem se toho chopila já a vytvořily jsme projekt Darujeme české Vánoce. Bylo to během pande-

SMALL BUSINESS SATURDAY

- **Small Business Saturday je americký nákupní svátek, který se koná v sobotu po Dni děkuvzdání ve Spojených státech během jednoho z nejrušnějších nákupních období v roce. Tato sobota je vždy poslední v listopadu, spadá tedy mezi 24. a 30. listopad.**
- **Poprvé se konal v roce 2010.**

mie, vánoční trhy, na kterých čeští výrobci před svátky hodně prodají, hodně utrží a vydělají tak často na fungování během zbytku roku, byly zrušené – ale najednou se takové virtuální tržnice rozjely na internetu, přes e-shop, na sociálních sítích. A byl z toho virál (stránky nebo videa, která lidé hromadně sdílejí na sítích, pozn. aut.),“ popisuje Hana nadšení, které projekt vzbudil. Díky Darujeme české Vánoce Hana potkala mnoho českých tvůrců a založila Takaro, které tvůrce dodnes podporuje. Hana je i jednou z tváří, které do Česka přinesly Small Business Saturday.

Jak se dělá cena

Small Business Saturday stojí na podobném principu jako Darujeme české Vánoce, i když vznikl už před dvanácti lety ve Spojených státech a k nám se dostává až teď. Zatímco velké obchody mají možnost prodávat svoje zboží s obřími slevami během Black Friday, na Small Business Saturday je těžší natrefit, protože nestojí na žádných velkých reklamách – a je

potřeba hledat, koho a jak podpořit. Poohlédnout se v obchůdku v sousedství, pokud nechci kupovat panenku Barbie, po

ručně šitém maňáskovi. Sehnat novou kabelku tak, že zadám do vyhledávače termín upeyklace, a podpořit tím ženu ze sousedství, která šije tašky ze starých riflí koupených v second handu. Cíleně nakoupit v e-shopech tvůrců, kde se kromě zboží objeví také symbol písmene F doprovázený hlavními položkami, které vytváří hodnotu produktu. Iniciátorky projekt staví na myšlenku podobné světovému hnutí Fair trade, které usiluje mimo

jiné o platbu spravedlivých cen za zboží v rozvojových zemích. S tím rozdílem, že nejde o férové ceny pro výrobce za mořem, ale o Česko a místní drobné živnostníky. Na facebooku a na instagramu stačí hledat označení Měsíc férových cen. To jsme zkusily ve Vlastě za vás – pod hashtagem #mesicferovychny „vyjede“ na instagramu skoro čtyři sta položek. Jednou z nich je třeba taška od tvůrkyně Hanako, která ve svém postu



„Ten, kdo kupuje, bude mít radost, že někoho obdaroval, obdarovaný má radost a potěšený je i výrobce.“

HANA ŠORMOVÁ

u fotografie svojí tašky nazvané Egg Bag vysvětluje, proč stojí dva a půl tisíce: „Střihy jsem budovala v grafickém editoru a průběžně si vyráběla papírové modely, abych zjistila, jak bude ve 3D fungovat. Ušila jsem několik modelů z různých materiálů, abych zjistila, že některé věci nejsou praktické, a předělala je. Odepínací klopa měla být původně na zip, ale stiskací druky se ukázaly jako mnohem elegantnější řešení. Koupila jsem lis, abych je mohla aplikovat na všechny díly kvalitně.

Potrápila jsem se s přáním, aby popruhy byly variabilní a daly se proměnit v ucho kabelky. Stálo mě to pečlivý výběr komponentů a několikrát přešívání vzorku – a voilá! Fungují!“ líčí Hanako. Ale to není všechno, hodně času jí stálo také jednání s nábytkářskou firmou, která vyrábí luxusní křesla, od ní bere tvůrčiny zbytky látek, které firma už nevyužije, ale na tašky se výborně hodí. „Samotné střihání trvá dlouhé hodiny. Pokud zachraňuji i malé zbytky materiálů, je celý proces časově ještě náročnější,“

vysvětluje „nevýhody“ své práce. Na základní šití najala švadleny, sama dokončuje ty nejsložitější švy. Pak batohy fotí, další čas jí zabere plnění e-shopu a peníze stojí i jeho provoz. I proto je cena její tašky mnohem vyšší než podobné sériově vyráběné tašky z dovozu z Asie.

Aby řemeslo nezaniklo

Podobně jsou na tom tvůrčiny, které vyrábějí kosmetiku, pletou nebo háčkují oblečení, vaří domácí likéry nebo drátují ozdoby na stromeček. To všech-

no se pod hashtagem Měsíc férových cen dá najít a to všechno pak my zákazníci můžeme koupit – nejenom během Small Business Saturday 26. listopadu. Český tvůrce je takový Ferda Mravenec, práce všeho druhu. U toho, že umí něco vyrobit, to totiž nekončí. „Je také fotograf, copywriter, odborník na sociální sítě, je svým vlastním právníkem a daňovým poradcem,“ vypočítává pod dalším hashtagem Měsíc férových cen tvůrčiny Máma v lese, která šije oblečení pro děti. Small

PŘÍBĚH Liška za tisícovku

Barbora Pallová rozjela svoje podnikání na mateřské dovolené, založila značku Lesito. Její „vlajkovou lodí“ jsou ušitá zvířátka – a na své lišce ukazuje, proč má smysl akce Měsíc férových cen.

Bára drží v náruči svojí textilní lišku, jednu z nejprodávanějších hraček ze své dílny, roztomilou asi pětáctičtyřicetimetrovou postavičku s ušima, čelenkou, dlouhým nožičkami a ručičkami a s květovaným bříškem. Liška stojí přesně tisíc devadesát korun. Tolik? Tak poslouchejte: liška je certifikovaná, to znamená, že prošla testováním, má za sebou chemické rozborů použitých materiálů, v laboratoři jí natahovali a zkoumali, zda se nerozpadne, nebude se párat nebo neohrozí děti, které ji ožučí. A taková certifikace stojí desítky tisíc. Někteří tvůrci obcházejí certifikaci tak, že nazvou hračku dekorací, to je ale nepřipustné, protože pokud něco vypadá jako hračka pro děti, je to za hračku pro děti považované. Navíc nestačí ani napsat, že jde o výrobek nevhodný pro děti

do tří let, protože hračky se certifikují pro děti do čtrnácti let. „Pak musím nakoupit materiál, nitě, stroje, na kterých šijeme a vyšíváme, máme i žehličku lis. K vyšívacímu stroji musíte dokoupit i programy: vyšívací program s doživotní licencí mě stál třicet tisíc, dalších patnáct stojí kurz, kde vás ho naučí používat. Když se rozhodnete ho neabsolvovat, musíte i tak investovat desítky hodin do toho, abyste se ho naučila používat metodou pokus – omyl, a i ty hodiny jsou investice, ten čas nestrávíte výrobou produktu, za který byste hned dostali peníze,“ vysvětluje Bára.

Méně je více

Šest let zkušeností jí dovedlo k tomu, že si všechny svoje hračky šije sama, protože nenašla nikoho, kdo by byl schopný ušít malé hračky z látky tak, aby byly sku-



tečně precizně vyvedené. Raději tvoří méně kvalitních věcí, než aby jen navrhovala prototypy a prodávala ve velkém. Jakmile je hračka hotová, musíte ji nafotit na e-shop. „Musela jsem investovat docela velké peníze do kvalitního mobilu, abych mohla svoje hračky dobře vyfotit. Ty fotky pak stáhnout, upravit, nahrát.

Další investice jsou peníze, které jdou do zřízení e-shopu, platíte za jeho funkce, za balíkovnu, zásilkovnu, za možnost platit kartou,

kteří na e-shopu být musí,“ vypočítává Bára. Další peníze jdou do systému na rozesílání newsletteru, který umožňuje oslovování většího počtu zákazníků najednou. Následuje časová investice do vyplňování položek na e-shopu, každá hračka musí mít popis, informace o materiálu, rozměrech a ceně. Vyrobit hračku je jen třeba dvacet procent času stráveného se zbožím, další čas „žere“ propagace. „To, že jste šikovný tvůrce a vyrábíte krásné věci, je jen malá část



rukodělné podnikání

Kniha Hany Konečné vyšla letos v nakladatelství Jan Melvil Publishing a skvěle shrnuje všechno, co by měl tvůrce vědět, aby nebyl koníčkem (tedy někým, kdo otročí svému koníčku), ale aby byl skutečným podnikatelem, který se tvorbou užívá. Dozvíte se v ní všechno o cenotvorbě, marketingu, budování značky, mnoho konkrétních příkladů a příběh tvůrkyňe Irči, který se vine celou knihou.

Business Saturday má pro české tvůrce ještě jeden rozměr: podporuje české řemeslo, aby nezaniklo. Existence mnoha českých tvůrců a jejich rozmanitost je pro českou ekonomiku přínosnější než existence jedné

obří montovny. To, abychom i za dvacet let měli na výběr, co za výrobky si koupíme, znamená, že budeme dnes přemýšlet nad tím, koho svými penězi podpoříme. A je možná lepší darovat pod stromeček

každému tři dárky, nad jejichž hodnotou jsme přemýšleli, než jich koupit víc bez rozmyslu. A nezapomenout na tu zmíněnou trojí radost – kterou má dárece, obdarovaný i konkrétní tvůrce. ●

práce. Mnoho tvůrců tady skončí, protože nezládnou ten druhý, stejně podstatný krok – dát o sobě vědět,“ vysvětluje Bára.

Sama nemá ráda, když někdo říká, že je třeba přesvědčit zákazníky, aby u ní nakoupili. „Nejde někoho nutit, raději říkám, že chci, aby to zákazníci se mnou bavilo,“ říká. Každý den tak „krmí“ síť. „Říká se, že musíte sedmkrát zachytit pozornost zákazníka, aby vás vnímal – musí vás vidět na facebooku, na instagramu, číst o vás v časopisech, slyšet o vás od ostatních zákazníků. Tady se tvoří rozdíl mezi studenými a teplými kontakty. Každému, kdo vás na sítích osloví, pošle vám zprávu nebo nějak reaguje, musíte odpovědět. Když vám jeden týden napíše maminka, že objednává hračku pro nemocné dítě a vy jí odepisujete, že hračku posíláte, ptáte se jí, jestli je dítěti lépe a jak nemoc zvládají. To je všechno čas, který dělá výslednou cenu produktu. Zákazník si může koupit v řetězci panenku za dvě stovky – a pokud chci, aby si koupil lišku za tisíc korun, musí k tomu mít nějaký důvod. Třeba ten, že se cítí opečovaný, že ví, že

si kupuje originál s nějakým příběhem,“ dodává Bára.

Vlídný marketing

Řada tvůrců se ostýchá dělat marketing nebo neví, že je nutné se mu věnovat – marketing není sprosté slovo a dá se dělat vlídně. „Největší porci času tvůrcům spolkne práce na propagaci. I když pojedete prodávat na trhy a nebudete prodávat na internetu, strávíte čas tím, že mluvíte se zákazníky, vysvětlujete jim, proč vaše hračka stojí tolik,“ popisuje Bára. Férová cena navíc není podle ní něco, co je fixně dané, ale cena, ke které je dobré směřovat – ne každý začínající tvůrce si nastaví cenu tak vysoko, aby byla skutečně férová, ale je dobré vědět, že v danou chvíli prodává třeba lehce pod cenou, ale ví, proč to zrovna dělá. Pozor – lišku jsme ještě pořád neprodali – zbývá ještě její zabalení do originální krabičky s logem, pokud je krabička na míru, jde o ještě větší investici. A pak se jde na poštu nebo se vezou balíčky do Zásilkovny. „Zákazníci nejsou čísla, ale konkrétní lidé. Pokud jim budu věnovat pozornost, budou se vracet. Je těžší „ulovit“ nové zákazníky

než si udržet ty, které jste už získali. To je něco, co s hračkou koupenou v řetězci nedostanou,“ vysvětluje Bára.

To, co se vyčíslit nedá, je originalita nápadu, specifické know how, přidaná hodnota, která u výrobků z nadnárodních koncernů chybí. „Když nakoupíte hračku v řetězci, někde si nějaký majitel odškrtne další prodaný anonymní kus zboží. Když koupíte hračku u malého originálního tvůrce, můžete si představit jeho radost. Raduje se, že má na kroužky pro dítě nebo na novou bundu – a to je něco, co je navíc. Nevnímejte to ale jako charitu, peníze mají moc podpořit něco, co má smysl, udržet při životě nějakou hodnotu, která by jinak zanikla. Je tu ještě jedna podstatná věc: když koupíte dítěti hračku od originálního tvůrce, která je dražší, musíte na ni našetřit, myslet na ni, přemýšlet o tom, proč to děláte a proč ji chcete – a tohle učíme i naše děti. Že je dobré nehromadit věci, které se dají snadno získat, ale na něco se těšit, toužit po tom, užít si to. Vztah k takovému produktu je pak jiný než vztah k něčemu, co získáte rychle a snadno,“ myslí si Bára.

JAK PODPOŘIT SMALL BUSINESS SATURDAY?

ZADEJTE NA FACEBOOKU NEBO INSTAGRAMU DO VYHLEDÁVÁNÍ #MESICFEROVYCHCEN A VYBÍREJTE. TŘEBA:

- **Jenčák a dcery Destillery** – domácí likéry, kde se za férovou cenou skrývá i náročná macerace kakaových bobů.
- **SkaVerka** – vyrábí ručně malované obrázky, třeba skládku originálního betlému.
- **Batolec** – vyrábí kousátka nebo ručně pletené deky pro miminka, jednu takovou deku s jemným vzorem pletou i osm hodin.
- **Máma v lese** – její dětské laláče stojí kolem tisíce korun, platí se nejenom za síť a materiál, ale i za to, že je certifikovaný pro děti nebo za vlastní vychytaný střih.
- **Mi Tefiti** – dělá kurzy výroby přírodní kosmetiky s certifikací, kde jeden stojí 1490 korun – na každém takovém kurzu stráví i dvanáct hodin času přípravou a chytáním ingrediencí pro „alchymii“.
- **Dratule.cz** – drátuje ozdoby, šperkovnice nebo vesačky, všechno si fotí a prodává sama.
- **Alucha.cz** – vyrábí na šlapacím stroji dámské ekologické, pratelné menštruační vložky s českými granáty, které pomáhají zbavit se menštruačních bolestí.
- **Kreanatura** – dva umělci kováři umí ze železa vykovat vše od broží po vývrtky, to všechno si fotí a propagují sami.
- **MacramAnnie** – vyrábí macramé, tedy závěsné drhane ozdoby, hodiny zabere opracování závěsné větve, výběr materiálu, navržení vzoru a samotná výroba, takže velký záves stojí i tři tisíce.
- **Hravé dřevo** – tady můžete koupit dřevěné hračky a dekorace, platí se nejenom za nápad a materiál, ale třeba i za speciální laser, kterým jeříné vzory vyřezávají.