

# Společenská odpovědnost firem



# Už Baťa věděl, co je to CSR

## Firmy stále víc sázejí na společenskou odpovědnost. Stávají se tak atraktivnějšími



Václav Herz  
herz@mf.cz

Doby, kdy si většina firem pod pojmem společenská odpovědnost představovala adventní sbírku mezi zaměstnanci pro psí útulek či předvánoční předání šeku vybranému dětskému domu, jsou už i v České republice pryč. Nepsaná pravidla společenské odpovědnosti firem teď spíš směřují k průběžné a celoroční podpoře vybraných organizací. A mnohem užším vazbám s neziskovkami, které podporují.

Ostatně tímhle směrem se například vydal i podnik Škoda Auto. „Společenskou odpovědnost vnímáme jako pevnou součást firemní politiky,“ potvrzuje Bohdan Wojnar, člen představenstva mladoboleslavské automobilky. „Za každým z projektů, které podporujeme, vidíme příběhy konkrétních lidí, kterým můžeme ulehčit život a pomoci,“ dodává Wojnar.

Díky podobnému přístupu tak může fungovat řada neziskovek či sociálních pracovníků, jimž stát pomáhá velmi málo.

### Kontinuální závazek

Ačkoli se ze společenské odpovědnosti firem čili CSR (z anglického corporate social responsibility) stala v poslední době téměř mantra, její výklady se různí. Podle definice Evropské komise je CSR „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“.

Světová podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj zase tvrdí, že „CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku“.

Z toho vyplývá, že CSR není nijak nahodilá činnost. Stále víc jde o strategicky promyšlené jednání s jasně nastavenými pravidly. A stoupá v něm i objem peněz.

„Pokud se týká rozpočtů firem na programy CSR a cause marketingu, objemy se rok od roku zvyšují. Kromě jiného proto, že firmy hledají nová komunikační témata, ale i proto, že zájem veřejnosti o společenskou odpovědnost firem roste,“ prohlásil v jednom

z rozhovorů už dříve Michal Růžička, šéfredaktor časopisu CSR Forum.

Dotýká se tím jednoho z dalších lákadél CSR. Pokud propagace firmy pokulhává, projekty společenské odpovědnosti mohou být oblastí, kde se podnik a jeho činnost zviditelní. Řada expertů zastává názor, že pokud je CSR dobře propracovaná a zaměřená, dokáže pomoci i jménu firmy.

Samozřejmě v případech, kdy podnik dlouhodobě zamořuje okolní obce rakovinnými zplodinami nebo vypouští jedy do vody, ani promyšlenější CSR nepomůže.

### V továrně mají usilovati o pokrok veškerí zaměstnanci

Ač se dnes zdá, že CSR je takřka nutností a přirozenou věcí, její historie není kdovíjak dlouhá. Ve Spojených státech se rozvíjí od poloviny 20. století, do Evropy začala masivně pronikat v 90. letech.

Za začátek lze považovat rok 1953, kdy poprvé vyšla kniha Společenská odpovědnost manažera (Social Responsibilities of the Businessman) od amerického ekonomy Howarda Rothmanna Bowena. V publikaci poprvé zaznívá spojení společenská odpovědnost firem jako zohlednění sociálních hledisek při řízení.

Čeští a moravští patrioté ovšem nezapomenou dodat, že mnoho let před ním tuhle praxi ve Zlíně rozvíjel i Tomáš Baťa. A v řadě věcí mají pravdu. Světoznámý podnikatel část zisku vracel do regionu i svým zaměstnancům. Vybudoval pro ně kolonie domů, řadu městských staveb, financoval vzdělání a nebyvale pomohl rozvoji Zlína.

„Veliký pokrok ve výrobě založen jest na drobných zlepšeních, projevujících se při každém kroku a pohybu člověka. V továrně mají usilovati o pokrok veškerí zaměstnanci, ovšem nejvíce podnikatel sám. Tuto největší překážku překoná podnikatel, který pochopí, že jest povolán k tomu, aby zisky pocházející z pokroku výroby spravedlivě rozdělil mezi dělnictvo, zákaznictvo a závod,“ prohlásil Tomáš Baťa v létě roku 1924 na konferenci v Praze.

Po roce 1948 v souvislosti s nástupem komunismu a znárodněním přestaly takové tendence v Československu i dalších zemích východní Evropy existovat. Hledělo se především na to, aby hospodářství plnilo stanovené plány. A jestli kvůli tomu trpí lidé nebo životní prostředí, nebylo tolik důležité. Nejvýmluvnějším případem je likvidace desítek historických obcí a měst v severozápadních Čechách kvůli těžbě hnědého uhlí.

Co by na Západě těžbažům prošlo jen po dlouhých debatách a s projekty společenské odpovědnosti s obřím rozpočty, odbyli

českoslovenští plánovači během několika let a lidí přesunuli z jejich domovů do paneláků.

Situace se začíná měnit až po revoluci. Stejně jako v celé Evropě se díky projektům v režii OSN a EU dostává propagace společenské odpovědnosti velkého prostoru.

„V polistopadové historii českého podnikání je koncept společenské odpovědnosti šířen zejména velkými nadnárodními společnostmi, které mají své pobočky v České republice a přinášejí své dobré praxe a firemní kulturu ze zahraničí. Manažeři společenské odpovědnosti jsou lídry v diskusi k tvorbě společensky odpovědné koncepce v České republice. Mezi české firmy, které se podílejí na projektech CSR, patří zejména malé a střední firmy,“ uvádí CSR portál.

### Důležité pro mladé

Že důležitost CSR pro firmy neustále roste, zřejmě nejlépe potvrzují výsledky výzkumného projektu CSR & Reputation Research, který každoročně provádí agentura Ipsos. Aktuální studie potvrdila, že hodnocení společenské odpovědnosti firmy výrazně souvisí s její reputací a atraktivitou jako zaměstnavatele.



„Pokud se firma chová zodpovědně ke svým zaměstnancům, klientům, životnímu prostředí i prostředí, ve kterém podniká, a není spojována s žádnými aférami, je přirozené, že je vnímána jako dobrý a důvěryhodný partner, tedy že má dobrou reputaci. A v takové firmě lidé chtějí pracovat, nejen proto, že tam dostanou každý měsíc svou výplatu, ale i proto, že jim to dává smysl,“ popisuje Lenka Šilerová, ředitelka divize Ipsos Employee Relationship Management. „Zároveň vidíme jasný trend, že pro generaci Y, tedy mladé lidi, je společenská odpovědnost důležitější než pro

ostatní, a to jak při volbě zaměstnavatele, tak při nákupu výrobků a služeb,“ doplňuje.

„Skuteční lídři se již tolik nezaměřují pouze na čistě charitativní účely, ale snaží se prostředky a kapacity vložit do konkrétních projektů s dlouhodobým dopadem na společnost, například v oblasti vzdělávání,“ komentuje výsledky výzkumu Tomáš Macků, research & communication director Ipsos.

### Kouzelné úterý

Mezi hlavní trendy v CSR v poslední době patří dobrovolnictví. Díky tomu roste význam takzvaného Giving Tuesday – tedy mezinárodního svátku dárcovství a dobrovolnictví. Tradice začala v roce 2012, loni se jej zúčastnilo 45 tisíc firem ze 71 zemí z celého světa.

Letos se Giving Tuesday poprvé dostal i do České republiky. Poslední listopadové úterý tak proběhla řada sbírek, charitativních bleších marketů, firem dobrovolně pomohly expertizami a odbornými radami neziskovým organizacím a také se rozběhlo několik výzev, jejichž účelem je finančně podpořit nemocné lidi.

Giving Tuesday je stále zajímavější i pro velké společnosti. Minulý rok se Google spojil s neziskovou organizací

INZERCE ▼ A161007047

## HENDIKEP JAKO PROFESNÍ BENEFIT

Společnost Transkript online přináší nový nástroj HR managementu, jímž je pojetí hendikepu, resp. jeho kompenzace, jako profesního benefitu. Respektuje a naplňuje principy sociálního podnikání a diversity managementu na trhu práce či při zaměstnávání osob se zdravotním postižením. **Nevidomí přepisovatelé** zde uplatňují své nadstandardní sluchové schopnosti, vyšší schopnost koncentrace na mluvené slovo a delší krátkodobou paměť v **přepisovatelských službách audiozáznamů**. Zcela uni-

kátním řešením je pak poskytování služeb **přepisu mluveného slova v reálném čase neslyšícím osobám** prostřednictvím mobilní aplikace.

Za své sociálně inovační a veřejně prospěšné aktivity získala společnost několik ocenění, a to jako sociální firma či formou ocenění komerčních partnerů poskytujících ve svých zákaznických centrech službu online přepisu.

Přepisovatelské služby využijí zejména pořadatelé

konferencí, diskusních panelů či kulatých stolů, autoři reportáží, úřady státní správy pořizující audio či video záznamy jednání, doslovný přepis poslouží také jako přehledný a na archivaci nenáročný zápis z pracovní porady aj. Mezi výhody nákupu této služby od společnosti Transkript patří zejména:

- › špičková kvalita práce profesionálního týmu nevidomých přepisovatelů, mistrů a vicemistrů v psaní na klávesnici v ČR
- › rychlost dodání zakázky (přepisovatelé k dispozici denně online 9–18 hod.)
- › možnost nákupu služby v režimu tzv. **náhradního plnění**, tzn. od zaměstnavatele s více než 50 % zaměstnanců se zdravotním postižením, se slevou na daňových odvodech snižujících konečnou cenu zakázky až o 36 %.

Nákupem této profesionální služby přispívá odběratel na bezplatné poskytování komunikačních

služeb pro osoby se sluchovým postižením a podpoří zaměstnání nevidomých přepisovatelů v moderní profesi, pro niž mají mimořádné schopnosti.

**Transkript**



WWW.TRANSKRIP.T.CZ

Dlouhá 37, 110 00 Praha 1

T: +420 603 400 591

E: podpora@transkript.cz



## Jak to dělá Škodovka

Zaměstnanecké sbírky jsou ve Škodě Auto postaveny na kombinaci principů Payroll giving a Matching: zaměstnanec přispívá libovolnou částkou vybrané neziskové organizaci ve formě srážky ze mzdy, firma tento příspěvek zdvojnásobuje. Zaměstnanecké sbírky ve Škodě Auto fungují od roku 2014. Na roky 2016 až 2018 vybrali zaměstnanci celkem šest neziskových organizací, které bude firma podporovat. Tady jsou tři z nich:



### Helppes – Centrum výcviku psů pro postižené

Helppes se zabývá výchovou a výcvikem asistenčních, signálních, terapeutických a vodících psů. Společnost provozuje bezbariérový výcvikový areál, který poskytuje klientům, pracovníkům, dobrovolným spolupracovníkům i psům ve výcviku nezbytný komfort a splňuje mezinárodní standard. Prostředky zaměstnanců a firmy Škoda Auto posiluje rozpočet projektu Pomoc přichází na čtyřech tlapkách, jehož cílem je začlenění osob s těžkým zdravotním postižením do společnosti a zajištění kvalitnějšího života pomocí speciálně vycvičeného asistenčního/signálního psa.

### Světluška – Nadační fond Českého rozhlasu

Sbírka Světluška pomáhá nevidomým a těžce zrakově postiženým dětem a dospělým z celé České republiky. Vybrané finanční prostředky jsou rozdělovány v rámci dvou programů: Stipendijní program a Pedagogický asistent pro těžce zrakově postižené děti z okolí závodů Škoda Auto. Stipendia jsou určena pro nevidomé studenty technických a příbuzných oborů, a to na kompenzaci zrakového handicapu, jako jsou úprava studijních materiálů, přepis učebnic a skript do Braillova písma, asistenční a průvodcovské služby, speciální kompenzační pomůcky a podobně.

### Život dětem

Posláním této neziskové organizace je pomoc vedoucí ke zlepšení zdravotního stavu a kvality života vážně nemocných dětí v rámci celé České republiky. Život dětem pomáhá především dětem v domácí péči rodičů, ale také zdravotnickým a dalším dětským zařízením. Získané finanční prostředky ze zaměstnaneckých sbírek organizace používá na uspokojení individuálních žádostí rodičů vážně nemocných dětí, a to na základě lékařských zpráv dětí, odborných doporučení a dokladu o příjmech a výdajích rodiny. Spolu se Škodou Auto organizace Život dětem již dva roky pomáhá každý měsíc dvěma dětem.

DonorsChoose a na svou homepage umístil odkaz, přes nějž mohli uživatelé darovat peníze na inkluzivní vzdělávání. Vybralo se 500 tisíc dolarů, Google přidal další půlmilion.

Deník Guardian US zase daroval inzertní prostor na svých stránkách šesti neziskovým organizacím, které se zaměřují na pomoc lidem postiženým uprchlickou krizí.

A že je taková pomoc pro neziskovky důležitá, potvrzuje i česká obecně prospěšná společnost Helppes. Cvičí psy pro postižené. Podle její ředitelky

Zuzany Daušové vyjde procvičení jednoho asistenčního psa na čtvrt milionu korun. „A trvá šest až osm měsíců,“ počítá Daušová. Proto jsou závislí na finančních darech.

Daušovou prostřednictvím sbírek mezi svými zaměstnanci podporuje Škoda Auto. A nejde jen o finanční pomoc. Protože se psi musejí umět o své nové páníčky postarat nejen doma, kde dokážou rozsvítit, otevřít ledničku nebo pomoci s převlékáním, ale i na veřejnosti, cvičitelé s nimi vyrazí do Mladé Boleslavi na dny otevřených

dveří i hudební festival. Psi se totiž musejí naučit pracovat v jakýchkoli podmínkách. „Výcvik neprobíhá jen na cvičáku. Pes musí být zvyklý na hluk, velký počet lidí a třeba i na dopravní prostředky,“ přibližuje Daušová.

Zlatý retrívr doprovázející odjíždějícího vozíčkáře je jedním z příkladů, jak dnes CSR může fungovat. Z dobré vůle či doplnku podnikání se jednoduše stala nutnost, pokud má být v současnosti firma zajímavá a její jméno nemají znát jen insideři. ●

INZERCE ▼ A161007155


# Pojďme tvořit odpovědný byznys!

STRATEGIE  
UDRŽITELNOSTI

NEFINANČNÍ  
REPORTING

KONZULTACE

Jsmo první specializovaná agentura v ČR zabývající se korporátní strategií udržitelného rozvoje, společenskou odpovědností a nefinančním reportingem.

 **flagship**

[www.flagship.cz](http://www.flagship.cz)

# Nepřežijeme, pokud nezměníme konzumní chování

## Firmy, které vracejí společnosti svůj dluh, mají větší šanci na úspěch

Petr Weikert  
weikert@mf.cz

Velké hráče tuzemského byznysu čeká od Nového roku jedna velká novinka. Budou muset reportovat, zda a jak se chovají odpovědně ke společnosti. Byť to může vypadat jako zátěž, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti Lucie Mádlová říká, že se konání firemního dobra brzy stane standardem. „Aby se firmám v budoucnu

*nejen finančně dařilo, nezbude jim nic jiného než změnit své myšlení, technologie, svůj byznys model a zamyslet se nad tím, jaké zboží a služby mohou na trhu nabídnout uvědomělým zákazníkům,*“ říká v rozhovoru pro týdeník Euro.

► **V roce 2018 bude poprvé zhruba třicítka největších firem v Česku vydávat zprávu o společenské odpovědnosti (CSR), tedy veřejně říkat, jaký dopad mělo jejich podnikání v předchozím roce na okolí či co dělají pro své zaměstnance.**

**Není to z vašeho pohledu pro firmy zatěžující?**

◀ Novela zákona doslovně vychází z evropské směrnice a její ustanovení nijak nemění ani nezpřísňuje. Při transpozici byl kladen důraz na to, aby nedošlo ke gold-platingu, tedy přidávání informací nad rámec stanovených směrnicí. Je třeba zdůraznit, že se ve finále týká opravdu malého množství firem, které jsou oproti tomu legislativně napřed, protože nefinanční reporty již pravidelně vydávají.

► **Zpráva o společenské odpovědnosti bude také auditována, auditoři nebudou ovšem zkoumat pravdivost údajů, pouze formální stránku. Nevidíte v tom nedokonalost předpisu?**

◀ O těchto částech se na národní úrovni vedla široká diskuse. Směrnice nechala na uvážení jednotlivých členských států EU, zda požadovat také ověření kvality informací. Auditoři nakonec opravdu jen ověřují, zda byl přehled nefinančních informací vypracován. Na druhé straně firma nad rámec směrnice může auditem prokázat i jejich pravdivost, což může zvýšit jejich transparentnost, ale také další náklady.

INZERCE ▼ A161006984

**family andjob.cz**

**RODINA A PRÁCE - JDE TO!**  
Propojujeme svět práce a rodiny

Nabízíme Vám:

- Firemní školka na klíč
- Programy pro maminky na rodičovské dovolené
- Work and life balance
- Diverzita a rovné příležitosti
- Vzdělávací aktivity
- Maternity management

...to vše i za finanční podpory grantů z EU

**f** Family and Job | e-mail: info@familyandjob.cz | tel. 725 938 950





► **V čem vidíte největší přínos tohoto opatření?**

◀ Většina velkých firem ve svých výročních zprávách nebo samostatných reportech pravidelně o nefinančních aktivitách informuje. Nevýhodou však doposud byla obtížná porovnatelnost firem mezi sebou, což by směrnice měla usnadnit. Soustředit se budou muset na oblasti, které doposud

v reportech nerozvíjely, jako například na oblast lidských práv a protikorupční politiky. Stejně tak by měly reportovat nejen to dobré, co nad rámec zákonných požadavků dělají, ale i transparentně komunikovat negativní dopady své činnosti na společnost a uvádět opatření k jejich nápravě a zlepšení. To už může být u některých firem trošku problém a nemusí to úplně

zapadat do jejich líbivé marketingové strategie. Navíc tlak na zveřejňování nefinančních informací sílí nejenom ze strany spotřebitelů, ale také ze strany investorů. Sedmdesát osm procent z nich podle nedávného průzkumu společnosti Deloitte pokládá doposud zveřejňované nefinanční informace za nedostačující a volá po jejich vyšší standardizaci.

► **Mělo by Česko časem přistoupit k širšímu zapojení firem, když se nyní připojilo k minimálnímu rozsahu, který žádá Evropská komise?**

◀ Nepředpokládám, že by k tomu mělo v ČR dojít, ale dokážu si představit jiné evropské státy, které budou tlak na vyšší transparentnost postupně stupňovat. Ukáže čas a jistě i zpětná vazba od samotných firem, kterých se směrnice týká. Nápomocné budou určitě i nezávazné pokyny pro vypracování nefinančních zpráv, které Evropská komise vydala koncem roku 2016. Obsahují také nefinanční klíčové ukazatele výkonnosti včetně obecných i odvětvových, a to s cílem usnadnit podnikům relevantní a srovnatelné uvádění nefinančních informací.

## TVOŘÍME KLIMA PRO SPOLEČNOST - SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST PODNIKU

Ci2, o. p. s., je nezisková organizace prosazující udržitelnost a klimaticky odpovědnou společnost. **Zaměřujeme se na stanovení uhlíkové stopy.**

**Přínos uhlíkové stopy pro podniky:**

- podpora moderního CSR a podnikové strategie
- součást reportingu v rámci standardu GRI
- připojení se k celosvětovému trendu klimaticky odpovědného podnikání

**Nabízíme:**

- výpočet uhlíkové stopy podniku, produktu či akce
- zapojení do značkového programu Sledujeme/Snižujeme CO<sub>2</sub>
- podporu offsetového projektu - veřejně prospěšná aktivita pro konkrétní komunity

Ci2, o. p. s. | info@ci2.co.cz | www.ci2.co.cz  
www.snizujemeco2.cz | www.facebook.com/Ci2Ops



Snižujeme CO<sub>2</sub> pro podniky aktivně  
snižující svou uhlíkovou stopu.

**icos**  
Pomáháme tam, kde je potřeba

**POMÁHEJTE S NÁMI**  
[icos.krumlov.cz](http://icos.krumlov.cz)

**držitel ocenění**  
Neziskovka roku  
2016

2. místo v kategorii  
střední neziskovka.

**spolupracovat  
s nejlepšími je radost...**

INZERCE ▼ A161007089

► **Na které aktivity společenské odpovědnosti se z vašich zkušeností tuzemské firmy nejvíce orientují?**

◀ Aktivity, které firmy podnikají v rámci společenské odpovědnosti, se liší podle velikosti podniku či jeho odvětví. U řady firem stále převažují nahodilé aktivity převážně v oblasti jednorázové filantropie a charity, na druhé straně celá řada nejenom velkých firem přichází s propracovanou strategií společenské odpovědnosti a udržitelnosti, navíc za ni mnohdy zodpovídají již nejvyšší představitelé firem.

► **Může být CSR přínosná i pro samotné firmy? Například při lákání nových zaměstnanců?**

◀ Určitě ano. Tak například Češi vnímají odpovědné firmy podle průzkumu Ipsos jako dvakrát atraktivnější zaměstnavatele.

**Češi vnímají odpovědné firmy jako dvakrát atraktivnější zaměstnavatele. V tom případě jsou dokonce ochotnější koupit si jejich produkt nebo službu.**

V tom případě jsou dokonce třiapůlkrát ochotnější koupit si jejich produkt nebo službu. Stejně tak při současné nízké míře nezaměstnanosti může být společenská odpovědnost zaměstnavatele pro výběr zaměstnání stěžejním kritériem. Mladí lidé chtějí pracovat pro firmu, která má pozitivní společenský dopad, a upřednostňují zaměstnání, jež je naplňuje. Aby se firmám v budoucnu nejen fi-

nančně dařilo, nezbude jim nic jiného než změnit své myšlení, technologie, svůj byznys model a zamyslet se nad tím, jaké zboží a služby mohou na trhu nabídnout uvědomělým zákazníkům.

► **Jak je na tom Česko se společenskou odpovědností ve srovnání s ostatními státy EU? Není to pouze doména zahraničních firem, které mají v tuzemsku pobočku?**

◀ Ke společenské odpovědnosti nebo k odpovědnému podnikání se postupně hlásí celá řada malých a středních firem, které cítí přirozenou potřebu vracet společnosti něco zpět nebo pečovat o své nejbližší okolí, komunitu, která je neodmyslitelným celkem jejich podnikání. Mnohdy je k tomu vedou silné osobní hodnoty majitele, rodinná tradice nebo chuť dělat něco dobrého a nemyslet jen na maximalizaci zisku a po cestě ničit, co se dá.

► **Do kterých oblastí musí teprve CSR proniknout? Jaká je její budoucnost?**

◀ Možná můžeme začít samotnou zkratkou CSR, která sama o sobě zní dost koženě a v očích řady manažerů může být prostě jen kolonkou, kterou je nutné vyplnit a odškrtnout. V takovém pojetí nálepka CSR u mnohých vyvolává spíše negativní pocity. Přitom pokud se dělá správně, jedná se ve firmě o klíčovou aktivitu, která může mít zásadní dopad na její výkonnost a konkurenceschopnost. Společenská odpovědnost není žádná prázdná fráze a třeba při vzdělávání může hrát významnou roli v budoucím chování celé naší společnosti. S výchovou k odpovědnosti je třeba začít u těch nejmenších. To oni se stanou v budoucnu odpovědnými spotřebiteli či majiteli firem, kterým záleží na jejich okolí a mohou výrazně přispět k rozvoji celé společnosti. Říkám jim architekti lepší budoucnosti, v jejich rukou je lepší svět. Nezbytně nutným klíčem k úspěchu je také kolektivní akce. Jestliže nepoplaveme spolu, potopíme se. Nepřežijeme, pokud nezměníme naše návyky a neudržitelné konzumní chování. ●



**Pomáhejte  
s námi  
konkrétním  
dětem!**

**Společenská zodpovědnost  
jednoduše ve 3 krocích:**

**1.  
Vyberte si  
PROJEKT  
nebo  
KONKRÉTNÍ  
DÍTĚ\***

**2.  
KONTAKTUJTE  
NÁS!**

**T: 734 734 856,  
E: info@dejme  
detemsanci.cz**

**3.  
My zařídíme  
VŠE  
POTŘEBNÉ!**

\* Konkrétním dětem můžete spořit peníze, hradit náklady spojené se studiem nebo plnit opodstatněná přání.

**WWW.DEJMEDETEMSANCI.CZ**



# Nezávislý finanční web s 20letou tradicí

**Finanční produkty online – snadno a rychle**  
**Nejvýhodnější finanční produkty na jednom místě**

Hypotéky

Kreditní  
karty

Povinné  
ručení

Havarijní  
pojištění

