



Logo firmy mají na své výstroji i českobudějovičtí hokejisté

Těší nás dělat radost jiným lidem,

říká o dárcovství firmy BANES Pavel Baloun

Jihočeskou firmu BANES odborná veřejnost spojuje především s přesnou strojírenskou výrobou rotačních dílů. Kromě svého hlavního zaměření se však firma významně věnuje i donátorství hned v několika oblastech. A nutno dodat, že poslední dobou stále častěji.

V čem firma BANES spol. s r.o. spatřuje smysl a poslání filantropie? O tom Lbby hovořilo s jejím zakladatelem a jednatelem Pavlem Balounem.

Co vás přivedlo k firemnímu dárcovství a jak dlouho se mu věnujete?

Řečeno velkou zkratkou - povaha, výchova, možnosti. První dva body byly již dány dávno v minulosti. Větší možnosti máme až v posledních letech.

Máte ve vaší firmě vypracovanou dárcovskou strategii nebo spíše vkládáte peníze na prospěšné věci podle momentálních možností?

Sponzorskou strategii nemáme. Snažíme se vždy o to, aby investované peníze přinesly prospěch a radost oběma stranám. Nám se vrací v podobě reklamy, v podobě budování image a „dobrého jména“, ale často jen jako dobrý pocit, že jsme udělali radost mnoha jiným lidem.

Jakým projektům a kterým formám podpory dáváte přednost?

Případně, neplánujete v tomto směru i něco do budoucna?

Preferuji projekty a oblasti, které mne samotného oslovují. Mám rád přírodu a sport, a proto do těchto oblastí také směřuje největší objem prostředků. Jsme rádi, že můžeme být partnerem atletického oddílu TJ Slavoj BANES Pacov, extraligových hokejistů Mountfield České Budějovice, fotbalistů z Kamenice nad Lipou nebo ZOO v Jihlavě... Nemalé prostředky věnujeme i v sociální či kulturní oblasti.

S jakým ohlasem se mecenášské aktivity vaší firmy setkávají u obchodních partnerů, s nimiž spolupracujete? Zaznamenali jste nějakou zpětnou vazbu?

Rád vysvětluji svým spolupracovníkům a partnerům působení reklamy jako soutok dvou řek. Jedna řeka jsou vlastní referencie pramenící z dobře vykonané práce, od spokojených zákazníků, a druhá jako záležitost čisté reklamní, vytvářená v médiích či na veřejnosti. Když se tyto řeky v myslí potenciálního zákazníka spojí, to znamená, že naši firmu zná již z pozitivních referencí od

jiného zákazníka a například také z krásného billboardu v ZOO v Jihlavě, je velký předpoklad nového obchodu. A snad to děláme dobře, když ani v současné době nemáme nouzi o nové zakázky a nové zákazníky.

Z jakých důvodů jsou, podle vašeho názoru, v České republice zapojeny firmy do filantropického programu v menší míře, než je tomu v jiných vyspělých zemích?

Asi je něco špatně. Moc chceme dostávat a málo dávat. To platí o lidech, o firmách, o tomto státu. Jen se podívejme na argumentace typu: „Málo čerpáme dotace z EU, ...získali jsme dotaci z EU, ...vybudujeme z dotací“. Za firmu BANES mohu říci, že jsme nikdy nečerpali žádné dotace od státu ani z EU

na výstavbu, nákup technologie či školení a přesto firma roste v objemu výroby každým rokem o cca 25 % a může si dovést pomáhat jiným. Musíme se více spoléhat sami na sebe, na svůj rozum, svoje nápady a svoji práci.

Chcete čtenářům Lbby doporučit nějaký vhodný projekt či formu zapojení se do filantropického programu?

Ať si každý vybere projekt, ke kterému má osobní vztah, kterému důvěřuje. Ať pomůže jen trošku nebo více a pak si představí, kolika lidem udělal radost. Ten pocit stojí za to! **f**

ksm



Velká část prostředků směřuje do partnerství atletického oddílu TJ Slavoj BANES Pacov



Firma podporuje jihlavskou ZOO, kde se rovněž prezentuje veřejnosti