

Tisková zpráva Asociace českých nábytkářů (AČN) ze dne 16.4.2020, zaručíme stejnou úroveň ochrany jako autosalony.

Z bleskového výzkumu mezi svými členy, asociaci jednoznačně vyplynulo, že čeští nábytkáři jsou schopni zaručit svým zaměstnancům i zákazníkům stejnou úroveň bezpečí před nemocí COVID 19 jako autosalony, které budou otevřeny 20. dubna. Showroom s auty se téměř neliší od showroomu s kuchyněmi, koupelnami nebo jiným nábytkem, jedná o podobně uzpůsobené provozovny. Nerozumíme tomu, proč z hygienického hlediska nevádí tlačence na košíky u hobbymarketů? Lze předpokládat, že k těsnému kontaktu mezi lidmi bude docházet na farmářských trzích, které budou za čtyři dny povoleny. Opravdu to nevádí?

Ačkoliv AČN opakovaně žádá o nastavení rovných podmínek podnikání a zamezení nefér hospodářské soutěže, ne vše se bohužel daří. Nyní jsou oficiálně otevřeny maloobchody, které na tisících metrech čtverečních nabízí nábytek z Polska nebo z Číny (tzv. hobbymarkety). AČN již dříve odmítla zmatečný návrh na postupné otevírání obchodů. AČN již dříve volala pro zavedení přísných hygienických standardů, které budou muset respektovat všichni, ať malí, tak velcí. (Není totiž pravda, že ve velkých obchodech jsou lidé na sebe více natěsnáni než v malých...).

AČN žádá, aby prodejny nábytku, showroomy, kuchyňská studia atd. byly otevřeny v první vlně. Tyto obchody nenavštěvuje mnoho lidí. Rozhodně se nejedná o provozovny, kam by chodili lidé trávit volný čas. Stejně jako autosalony mohou tyto showroomy fungovat na objednávku. Konzultace nebo schůzku lze sjednat předem po e-mailu nebo telefonem. Zajistit dezinfekci i ochranné prostředky pro zákazníky i zaměstnance je samozřejmostí. Mohou zaručit, že nedojde k vyšší koncentraci lidí atd.

Je zřejmé, že českým nábytkářům velmi záleží na zdraví svých zaměstnanců i zákazníků. O tom není pochyb. A pokud jsou čeští nábytkáři schopni zaručit stejná nebo i lepší hygienická opatření, je nefér je ze hry vyloučit. Z rychlého průzkumu uvádíme několik citací, které ukazují, že do showroomů s nábytkem přichází skutečně malý počet zákazníků a lze se vyhnout tomu, aby se zákazníci potkávali. Zeptali jsme se, zda jsou schopni zajistit stejnou úroveň ochrany jako autosalony?

Manažerka výrobní firmy se 150 zaměstnanci říká: *„rozhodně jsme schopni tato opatření zajistit a dodržet. Schůzky si lze domluvit dopředu a zajistit, aby v prodejně byl určitý počet lidí v daný čas. Před dvěma týdny jsme našim showroomům vydali pokyn k zajištění ochranných pomůcek a prostředků nejen pro architekty, ale také pro zákazníky a stanovili pravidla správného chování na prodejnách v době koronaviru. Jsme český výrobce, který zaměstnává české občany a podporuje českou ekonomiku, tak ať se podle toho již začne někdo chovat.“*

Majitel výrobní firmy se 70 zaměstnanci říká: *„návštěvnost na našich podnikových prodejnách byla dosud 3 – 5 zákazníků za den. Uzavírají se u nás pouze objednávky, které jdou následně do výroby. Někteří zákazníci mají vybráno na internetu a jen sepiší objednávku, někteří chodí a vybírají třeba půl roku. Každopádně platí, že jen zřídka se potkají na prodejně dva zákazníci současně a není problém je řešit odděleně. Tedy zajistit podmínky odděleného přístupu není problém.“*

Majitel výrobní firmy s 80 zaměstnanci říká: „*rozhodně jsme schopni zajistit stejné podmínky jako autosalony. Naše prodejny (provozovny) navštěvuje průměrně 6 zákazníků za den, čili je to méně než 1 zákazník za hodinu.*”

Šéf obchodního oddělení výrobní firmy s 50 zaměstnanci: „*tímto mohu potvrdit, že u nás ve studiích jsme schopni zajistit stejné podmínky jako autoservisy. Pracovní místa na studiích máme oddělené a průměrná návštěvnost je u nás 1-5 zákazníků za den.*”

Majitel výrobně-obchodní firmy se 100 zaměstnanci, a významný zaměstnavatel osob se zdravotním postižením: „*Ano, jsme schopni zajistit stejné podmínky jako autosalony. Zrovna v našem případě nám vzorkovnu navštíví 2 - 3 zákazníci denně, máme plochu cca 500m², takže tady se ani nemají šanci potkat, kdyby přišli najednou.*”

Spolumajitelka rodinné firmy: „*Ano, jsme schopni zajistit vše pro maximální bezpečnost jak našich zákazníků, tak našich zaměstnanců a kolegů. Jsme rodinná nábytkářská výrobně-obchodní firma s 60 zaměstnanci a jsme schopni zajistit vše pro bezpečnost jak v naší výrobě, tak i na naší prodejně. Naše prodejna nábytku má 1.000m² a naše průchodnost je 10 - 50 zákazníků/denně. Tato průchodnost umožňuje zajištění bezpečnosti našich zákazníků, jelikož nedochází k návštěvě více zákazníků naší prodejny v jeden moment.*”

Jednatel výrobní společnosti s 45 zaměstnanci: „*Jistě že jsme schopni toto splnit, nám projde prodejnou cca 10 lidí denně, a to máme plochu cca 350 m².*”

Děkujeme všem členským firmám, že se za současné krize způsobené koronavirem řada z nich aktivně zapojila do pomoci druhým. Začali vyrábět ochranné roušky, kterých je stále nedostatek. Někteří šijí pro obyvatele vesnic, kde podnikají, jiní dodávají zdravotníkům a dalším složkám ZIS. Firmy, které provoz nepřerušily, upravily podmínky na pracovištích. A to jak v kancelářích, tak ve výrobním provozu. Nošení roušek je samozřejmostí, jakož i řada dalších opatření na ochranu zaměstnanců.

V případě potřeby podpořit naši žádost dalšími fakty, jsme jako Asociace českých nábytkářů připraveni s vámi úzce a aktivně spolupracovat.

Asociace českých nábytkářů od svého vzniku podporuje v České republice prodej kvalitního nábytku a poskytování kvalitních služeb vztahujících se k nábytku. Asociace českých nábytkářů je správcem značky Česká kvalita – Nábytek www.ceska-kvalita-nabytek.cz a provozovatelem vyhledávače prověřených nábytkářských firem www.nabytek-jistota.cz. Významný podíl činnosti Asociace českých nábytkářů zaujímá dlouholeté sledování statistických trendů ve výrobě a obchodě s nábytkem. Asociace českých nábytkářů je významným partnerem pro zastupování požadavků podnikatelů z oboru výroby nábytku.

Ing. Tomáš Lukeš
tajemník Asociace českých nábytkářů