

KDO ZASTAVÍ HRU PŘIPOMÍNÁJÍCÍ LEGENDÁRNÍ „LETADLO“?

Komentář k článku z časopisu Marketing&Media číslo 7, 15. 2. 2010

Není to tak dávno, co jsme si přečetli v inzerátu umístěném na čtvrté straně obálky Časopisu českých lékárníků toto sdělení: „Změna na trhu doplňků stravy – Ledferma přebírá vybrané značky společnosti Renuto“. Poté následoval text, ve kterém nás ředitel nově ustavené Ledfermy, pan Stanislav Mrázek, jenž byl také ředitelem společnosti Delpharma, informuje: „Z průzkumu mezi lékárníky vyplývá, že výrobky distribuované v minulosti společnostmi Delpharma jsou u nich velmi dobře zapřesány.“ Pan ředitel ovšem zapomněl dodat, že toto „zápisné“ stálo jiné společnosti 326 milionů korun, které jim jménem Delpharmey nikdy nezaplatil. V této souvislosti pak vyznívá tragikomicky poslední věta z jeho přímé řeči: „Věřím, že tyto

výrobky pomohou zvýšit tržby lékárnám a pomohou jim tím v současné ekonomické situaci.“ Dále se ve zmiňované inzerci uvádí, že Ledferma zároveň znovu zahájí obchodní a marketingovou podporu staronovým značkám, mezi něž patří známé výrobky Gel Activ, Lipoxal, Bellasin a CEM-M.

Zasvěcený by na tomto místě mohl dodat, že legendární hra „letadlo“ může pokračovat... Jak totiž plyne z níže uvedeného článku, který publikujeme z únorového čísla (a se souhlasem) časopisu Marketing and Media, praktiky hlavních aktérů jsou již dvě desetiletí stále stejné. Nejdříve naleznou menší agentury, dají jim dobře nastavené zakázky, ze začátku i něco málo zaplatí, poté je nechají investovat do podpory svých značek vel-

ké peníze, aby nakonec nezaplatili nic a proměnili se v jinou společnost. Tak to bylo i v legendární hře „letadlo“, kde všichni účastníci platili, ale ve finále bral jen jeden, jenž nakonec vysublimoval do nové struktury, kde znovu začal... Provozování hry „letadlo“ se ovšem stalo trestným činem.

Na místě je tedy otázka, kdo zastaví tuto „hru“, ve které je lékárník rukojmím nekorektního byznysu? Bohužel, jak to vypadá, právo je zřejmě drahé a legalizovat lze téměř vše, a dokonce to ještě inzerovat v komorovém časopise. Odpověď na zmiňovanou otázku je proto zřejmá – hru připomínající legendární „letadlo“ pravděpodobně nezastaví právníci, ale můžeme ji v této chvíli zastavit jedině my lékárníci!

Komentář připravila odborná redakce Edukafarm

Ledferma: Ačkoli sotva vznikla, má minulost

Na trh s doplňky stravy vstoupila nová společnost **Ledferma**. Pro českou ekonomiku, konkrétně pro české agentury a média, by to mohla být „radostná“ zpráva, ovšem je tu pár znaků, které radost kazí. „Vznik podobné společnosti jsme očekávali,“ říkají bývalí zaměstnanci a dodavatelé společnosti **Delpharma Nutraceuticals** (dále jen **DPN**), jež je od loňského května v insolvenčním řízení a dluží 326 milionů, z nichž nebude podle insolvenčního správce zajištěna ani polovina. Ledferma se totiž podobá DPN, tak jako se DPN v roce 1995 při svém vzniku podobala stejným způsobem zaniklé společnosti **Deleew Health**.

Co dodavatele možná čeká?

„Je to minimálně hodně zvláštní,“ říká **Jiří Svoboda**, ředitel agentury **Mediaedge:cia**, jež je nyní druhým největším věřitelem DPN. „Ačkoli to není přesně dohledatelné, je pravděpodobné, že za firmami stojí stejní lidé,“ doplňuje Svoboda, jehož agentuře DPN dluží 25 milionů korun. Nemuselo k tomu dojít. „Věděli jsme, jakou mají minulost, proto byly podmínkou spolupráce stoprocentní předplatby. Ty nám dávali až do začátku roku 2008,“ říká Jiří Svoboda a doplňuje, že s podmínkou skončili v roce 2008 s tím, že



Stanislav Mrázek je jedním ze společných prvků nově vzniklé Ledfermy a staré a nechalvalně známé DPN.

měli dojem, že je firma životaschopná. Problémy se splácením začaly ani rok na to – na konci roku 2008.

DPN neměla dobrou pověst u téměř žádné agentury, s kterou spolupracovala. Byly mezi nimi záměrně jen malé agentury (např. **Generace, White, Vamb, Krystal Production**), aby se jejich praktiky nerozkřikly, shodují se jejich bývalí zaměstnanci. Jak praktiky vypadaly? Firma se s agenturami domluvila na měsíčním fee, nutila je však odevzdat práci za celý rok co nejdříve. Čím dřív ji dodaly, tím méně peněz dostaly. Při neplacení faktur DPN argumentovala tím, že práce nebyla kvalitní. ✕

text Hana Nováková

Jak se firmy podobají?

DPN prodávala stejné značky, jaké má Ledferma (např. CEM – M, GelActiv, Lipoxal), stejného mají i ředitele Stanislava Mrázka. Za DPN stáli, jak se shodují její bývalí zaměstnanci, dva Američané, Paul Deleew a Miroslav Lněnička. Vývoj nasvědčuje tomu, že stojí i za Ledfermou, ačkoli to firma popírá. Jejím majitelem je Platinum River, což je podle vyjádření Ledfermy společnost, která zakládá firmy. Všichni její jednatelé jednájí zároveň v několika desítkách firem, některé sahají až na Kypr, kde sídlí vlastník DPN. Jedinou deklarovanou osobou Ledfermy je Stanislav Mrázek. Ten je podle bývalých zaměstnanců i dodavatelů v podnicích pánů Lněničky a Deleewa bílým koněm. Právě on podal vloni v květnu insolvenční návrh. Důvodem bylo to, že od března nedostal výplatu. Věřitele i zaměstnance na úpadek společnosti zaujala právě rychlost. Většinou pochybují, že by měla společnost důvod krachovat. Podle jednoho ze zaměstnanců, který si nepřál být jmenován, dosahovala ročního obrátu až 300 milionů Kč.