

# Lenka Průšová: Se sluncem se to nemá přehánět, ale dělat z něj nepřítele je zbytečné

Na evropském trhu se prodává přes 500 kosmetických výrobků, které vymyslela. Má oprávnění hodnotit bezpečnost kosmetiky pro všechny země EU. Je spoludržitelkou tří mezinárodních patentových přihlášek, řídí svou značku Canneff a vyvrací kosmetické hoaxy. Mezi nejčastější patří třeba spory o ochranu před sluncem. Jak to tedy s krémy s faktorem je?

**Po dlouhé zimě řada z nás vypadá, že nikdy neviděla denní světlo. Když odoláme pokušení dát si šlofika jarním slunci, co rozumného se dá dělat, abychom se dostali do formy a nabrali vitamín D, který si jinak lidské tělo neumí vyrobit?**

Existuje spousta způsobů, jak nahnat barvu, aniž bychom se osmažili jako telecí řízek. Pokud chcete relativně rychlé výsledky, které poznáte i na světlé pleti, tak doporučuji normální pobyt venku „mimo sluneční špičku“. Namazat se krémem, vzít si čepici a jít odpoledne na procházku. Pro tvorbu vitamínu D to stačí, barvu na vzduchu chytíme a ani světlá pleť se takto s velkou pravděpodobností nespálí. No a závěrem je jisté, že bez slunce se neobejdeme – proto si ho klidně můžeme trochu užít, když na to půjdeme chytře.

## Co to znamená?

Návodů na to, jak se má člověk správně chránit před UV zářením, je dnes všude spousta, ale z tématu se během let stalo bitevní pole.

## Co je na krémech s faktorem tak dramatického?

Divila byste se, jak se na sítích dokáží témata týkající se kosmetiky vy-

hrotit. V době instagramových odborníků na všechno, zejména slečen se silným názorem a vyvalenýma očima, jste se střízlivým postojem a vědeckou expertizou v podstatě nezajímavá. Zrovna kolem SPF tančí zhruba pět zneprátených kmenů.

## Tak schválně, o co se bojujete?

První kmen tvrdí, že slunce je zlo, a měla byste se celý rok mazat nejmíň faktore 50+, případně skrývat v tunelu. Druhý kmen tvrdí, že jediné správné jsou takzvané fyzikální filtry. Třetí skupina nenávidí fyzikální filtry, protože kůže „nemůže dýchat“, jste po nich příliš vybělení, a chce jen ty chemické. Čtvrtý kmen chce fyzikální filtry v nano formě, pátý oddíl trvá na tom, že veškerá chemie i fyzika je zlo a chce ideálně ryze přírodní ochranu, třeba malinový olej. Ten mimochodem proti UV záření nechrání vůbec, ale to je dotyčným jedno. Jednomu přitakáte, druhý dostane psotník... Zábava!

## Co si z toho tedy mám vzít, když mě doteď tyhle hádky mýjely?

Myslím, že normálnímu člověku stačí vědět, že když se namaže přípravkem s ochranným faktorem 15, produkt z je-



Foto: Daniel Zahradka

ho kůže odstíní či pohltí zhruba 93 procent UV záření. Když se namaže SPF 30, produkt vychytá až 97 procent záření. No a když se mázne padesátkou, má ochranu před zhruba 98 procenty, a to už je opravdu hodně. Když se nebudete hodiny grilovat jako chorvatská čudla, což je ze zdravotního hlediska šílenství, udělala jste pro sebe dost.

## Takže rozdíl v ochraně mezi SPF 15 a SPF 30 není dvojnásobný?

Ne. To je nejrozšířenější omyl. Ochrana má takzvanou logaritmickou závislost. Jdete nahoru po křivce, takovém obráceném hrnci. A od určitého bodu už se chráníte jenom o kousíček víc.

## Abychom téma uzavřely, jak to děláte na slunci vy?

Očekávám vlnu instagramové nenávisti, ale já se celoročně mažu patnáctkou. Negriluju se, pochopitelně. V našich zeměpisných šířkách to

stačí a na to abych došla do práce a z práce, notabene ráno kdy slunce tolik nepálí nebo odpoledne kdy už tolik nepálí. Výjimečně na horské túry či u moře použiju SPF 30, ale ani tam se negriluju. Mám čepici, tričko s rukávem, brýle a přes poledne mě venku neuvidíte.

**Na evropský trh jste poslala přes 500 kosmetických výrobků. Formuluje pro nadnárodní značky, butikové brandy i pro sebe. Jaké poz-**

### rujete trendy? Co lidé od kosmetiky čekají?

Jednoznačně je vidět obrat k takzvaným přírodním složkám – ať už si pod tím zákazníci představují cokoli, a bez ohledu na to, jestli to pak ve výrobcích funguje. Veliký tlak je na ohleduplnost k přírodě, na které si sama zakládám. Ale snažím se to dělat jinak než firmy, které si obaly oblepí lístečky a králíčky, protože vědí, že zákazník se dál na nic ptát nebude.

### A takové věci se dějí?

Samozřejmě, a ve velkém. Evropský parlament a Rada koncem minulého roku dokonce uzavřely dohodu, ve které za zava-

zuji během dvou let stanovit pevná pravidla, jak vymýtit tyhle „zelené lháře“ z trhu. Pokud nebudete schopná doložit, že skutečně „zeleně“ fungujete, tak si lístečky a králíčky budete moci lepit leda do deníčku. Téhle strategii se říká greenwashing. Firmy vědí, že lidé nechtějí ničit planetu a trápit zvířata, tak nám na úrovni obalu slíbí cokoli.

### To je výborné.

Regulace reklamy sem nedosáhne. EU se s tím snaží něco dělat. Ale zákazníci se musí naučit být náročnější. Jak jsem řekla, sama dělám, co můžu. Kde nemusím nepoužít

vám krabičky, plasty mám již buď recyklované nebo plně recyklovatelné. Výplň do balíků mám ze škrobu. Ani tak toto nehlásím jako nějaký benefit. Je to elementární odpovědnost se takto chovat.

### Mimochodem, když se člověk podívá na čísla týkající se spotřeby kosmetiky, Češi na tom v rámci Evropy nejsou zrovna slavně. Co to znamená pro váš byznys?

To jste řekla dost něžně. Mám k dispozici data, která ukazují, že pokud jde o základní hygienu a péči o zevnějšek, jsme na tom jako země strašlivě. Ze 27 členských zemí

jsme na 26. místě. Za námi je už jen Bulharsko. Pro můj byznys to aspoň znamená, že mám kam růst.

### A co to znamená, že jsme předposlední? Že se málo mažeme krémy a voníme?

Ne, to znamená, že máme i malou spotřebu mydla, zubní pasty a šampónu.

Aha. To je dost tristní.

Na chvíli odbočím.

V gastronomii se před lety i díky lidem jako Zdeněk Pohlreich povedl fantastický obrat. Naučil nás, Čechy, poznat dobré jídlo, ocenit ho, vážit si lidí, kteří ho připravují. Místy

už umíme poznat kvalitu a jsme ochotní si za ni připlatit. V hygieně a péči o zevnějšek se musí stát to samé. Musí přijít někdo, kdo nám ukáže, že takhle ne, protože je to přinejmenším trochu trapné. Smrdět v tramvaji.

### Vy se též snažíte o osvětlení?

Jako pan Pohlreich na to jít nemůžu, jsme diametrálně odlišné typy v úplně odlišných oborech. Ale tím, co dělám – vysvětluju, jak kosmetika funguje, jak se používá a co od ní čekat – se o to též snažím. Člověk se může udržovat, nemusí to ani moc přehánět, ale v téhle zemi by byl malý posun fakt poznat. Lidé by na tom ani finančně nevykrváceli.

### Podnikáte pátým rokem. To je hranice, na které spousta obchodníků shoří. Jak jste na tom vy?

Teď už je to dobré, ale kdybych na začátku věděla, do čeho s podnikáním jdu, tak si radši pořídím přívěs a jdu bydlet do lesa k potoku.

### Jak to?

Byrokratická zátěž v téhle zemi je neuvěřitelná. Není divu, že se Česko nerozvíjí, jak by mohlo, protože papírování, dokazování toho, že jste něco doložila, je práce na plný úvazek. S nadsázkou, průměrná česká firma by se klidně mohla zaobírat jen tím, že je legální. Ale už jsem si zvykla. Na páté výročí se těším. Budeme ho slavit i se zákazníky.

### Budou obligátní slevové kupóny a věrnostní programy?

To ještě nevím. Zato už několik měsíců pracuji na krému, jaký jsem ještě nikdy předtím pro nikoho nevyvinula. Je to můj životní produkt, limitovaná narozeninová edice. Strašně se na něj těším. Bude to pecka. ■ lp

