

Tomáš Čupr (1982)

Slevomat, DámeJídlo, Rohlík.cz

**V sedle
prvního
českého
jednorožce**



1



ŠPAJZKA. KOLONIÁL. ROHLÍK.

Tři slova, tři možné názvy. Jedno rozhodnutí. Tomáš Čupr měl před sebou vytištěná jména pro svůj nový online supermarket a se svým týmem se rozmýšlel nad tím, které zvolí. Byl únor 2014, za okny plísňkanice, a bylo třeba si rychle vybrat. První nákup měl odjet už za pár týdnů.

Špajzka. Nebo Špajska? Špaszka? Jak se to vlastně píše? Lidi to nebudou umět vyťukat na klávesnici správně.

Koloniál? „Tohle slovo se nepoužívá po celé zemi, je to místní označení, Tomáši. Navíc jsem slyšel, že se o tuhle doménu zajímá i konkurence. Cena bude vysoko.“

„A Rohlík?“ obrátil se Čupr k ostatním. „To umí napsat každý a každý ví, co to znamená.“

Doména Rohlík.cz byla obsazená. Držel ji jistý pan Rohlík z Berouna a měl na ní soukromý web s fotkami z rodinných dovolených. Začalo vyjednávání. Pan Rohlík se nejprve zdráhal, nechal se dlouho přemlouvat, až nakonec prohlásil: „Tak já vám ji prodám, ale bude to mastné.“ A řekl si o pět tisíc korun.

Na vysvětlenou – tak kvalitní internetové adresy se většinou prodávají za miliony, což ale pan Rohlík zřejmě netušil, a dal tak za hubičku vzniknout jednomu z neúspěšnějších jmen na české startupové scéně. Jen pro představu: pět tisíc korun dnes Rohlík vydělá za 23 vteřin.

Z odvážného nápadu Tomáše Čupra se totiž stala miliardová firma se stovkami zaměstnanců, která vedle českých měst vozí potraviny i v Budapešti, Vídni a Mnichově. A rozhodně tím nekončí. Zatímco pro

většinu podnikatelů znamenala pandemie koronaviru tvrdý zásah, pro nakupování přes internet to byl vítr do plachet. Zvláště pro byznysmeny s takovým drivem a apetitem jako má Čupr.

Pořád musí něco vymýšlet, měnit, posouvat, předělávat, inovovat. Jeho podřízení tohle dobře znají. Není to příjemné, ovšem tlak vede k výsledkům. A ty Čupr má. Nikdo jiný by si u nás nezasloužil přívlastek *serial entrepreneur* – podnikatel, který rozjel několik úspěšných firem – více než on.

Začal Slevomatem a stal se synonymem pro slevové portály. Pokračoval s DámeJídlo a stal se synonymem pro rozvážku jídel až domů. Teď je s Rohlíkem synonymem pro online supermarket, který vám přiveze nákup i do dvou hodin od objednání.

První dva podniky už opustil a vydělal na nich – dneska je zpětně vnímá jako zácvik pro ten třetí a nepochybně nejhodnotnější z nich. Rohlík je jeho životní projekt a nehodlá z něho vystoupit... možná nikdy.

V březnu 2021 Rohlík inkasoval od zahraničních investorů kapitál ve výši 190 milionů eur, tedy zhruba pět miliard korun – to je s přehledem nejvyšší investice, kterou kdy český startup získal. O čtyři měsíce později investoři přidali dalších 100 milionů eur, a Rohlíku tak vyrostl na čele roh. Ve startupovém názvosloví se totiž firmám, jejichž hodnota překročí hranici jedné miliardy dolarů, říká jednorožci. V Česku žádný takový do té doby neběhal, proto šlo o přelomový moment, který navíc všem začínajícím podnikatelům ukázal, že se nutně nemusí hned odstěhovat do Silicon Valley, aby si mohli osedlat svého jednorožce.

I z Česka můžete, ba musíte, myslet a plánovat ve velkém, popustit uzdu své představitosti a pak se za svým snem pustit. A nepovolit.

Přesně to Tomáš Čupr udělal. I když to dost často bolelo. Za těch deset let, co se pohybuje v tuzemském byznysu, si vybudoval pověst ambiciózního a nekompromisního podnikatele, který si jde tvrdě za svým. Jeho kolegové i konkurenti ho popisují jako odhodlaného člověka s buldočí povahou a přístupem, který není pro každého. Možná proto je to ovšem nejlepší člověk na rozjíždění byznysových projektů v Česku. Protože v začátcích to nejvíc bolí...