

březen 2016

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Jiří Růžička

Michal Řičař

Jiří Souček

Ctirad Hemelík

Jaromír Hájek

Jan Bubeník



Jiří Růžička

Vzduch, voda, půda, hračky
i pyrotechnika...

rozhovor na stranách 2–3

Vzduch, voda, půda, hračky i pyrotechnika...



Ing. Jiří Růžička, MBA

Co akreditace všechno představuje? Nejde asi jen o „modrý papír“, který si lze pověsit na stěnu...

Osvědčení o akreditaci, které ČIA vydává jako doklad o udělení akreditace, je skutečně vyvedeno v modrých barvách, ale prakticky jde až o tu pověstnou třešničku na dortu. Akreditace totiž představuje především velkou přípravu a splnění všech akreditačních požadavků na straně organizace, která o udělení akreditace chce požádat. Pak následuje posouzení ze strany ČIA, přezkoumávání, rozhodování a po několik následujících let také opakované návštěvy ČIA s cílem prověřit, zda požadavky na udělení akreditace jsou i nadále plněny.

V jakých oblastech je tedy akreditace poskytována?

Jen úvodem upozorním, že termín akreditace je nejen v českém právním prostředí užíván také v jiných souvislostech (například zákon č. 95/2004 Sb., zákon č. 499/2004 Sb.), než pouze s prováděním akreditace subjektů posuzování shody akreditačním orgánem ČR, tj. ČIA. ČIA jako jediný národní akreditační orgán ČR notifikovaný Evropskou komisí zabezpečuje akreditaci v oblastech jako jsou: zkušební laboratoře, kalibrační laboratoře, zdravotnické laboratoře, certifikační orgány (certifikující produkty, osoby, systémy managementu), inspekční orgány, environmentální ověřovatelé (EMAS), ověřovatelé skleníkových plynů, poskytovatelé zkoušení způsobilosti a výrobci referenčních materiálů.

Námi akreditované subjekty působí v posuzování shody nejrůznějších činností a produktů – od stavebních materiálů, přes elektrické výrobky, různorodé materiály, vzduch, vodu, půdu, potraviny, paliva, nábytek, stroje, papír, obaly, léky, textil, tabák, hračky, vozidla, výpočetní techniku, sklo, keramiku, lékařské přístroje, zemědělské výrobky, dřevo i pyrotechniku. K jejich vyhledání je na našem webu www.cai.cz k dispozici pravidelně aktualizovaná databáze akreditovaných subjektů.

Jak je vidět, záběr je natolik široký, že v procesu akreditace využíváme specialisty ze všech oblastí a úzce spolupracujeme s odbornými sdruženími, univerzitami, výzkumnými ústavy a asociacemi akreditovaných subjektů. Se šíří záběru systému akreditace také souvisí jeho využívání mnoha ministerstvy pro posuzování odborné způsobilosti subjektů. Před pár lety byl pro Světový den akreditace, který připadá na 9. červen, používán přiléhavý slogan: „Usnadňujeme výkon státní



Čtvrtstoletí je pěkný věk. Jeho oslava dává mimo jiné prostor k ohlédnutí se za kouskem historie, jež přinesla spousty

nového, řadu změn, mnoho užitku. Tak je tomu i v případě Českého institutu pro akreditaci, o. p. s., který si takové narozeniny právě připomíná. Je jediným národním akreditačním orgánem České republiky notifikovaným Evropskou komisí. O tom, jak se činnost tohoto ojedinělého subjektu promítá do života nás všech, jsme hovořili s jeho ředitelem, Ing. Jiřím Růžičkou, MBA...

Česká republika má zaveden akreditační systém již 25 let. Zajišťuje jej Český institut pro akreditaci, o. p. s. známý také pod zkratkou ČIA. Jakým způsobem se s jeho činností a výsledky setkávají běžní spotřebitelé?

Spotřebitelé a široká veřejnost se s našimi službami obvykle setkávají jen zprostředkovaně. Spotřebitel očekává kvalitní produkty a služby od firem, které je poskytují, ale o činnosti orgá-

nů, které jejich dodavatele po odborné stránce posuzují nebo kontrolují, neví zpravidla nic, protože tento proces považuje za samozřejmost. V současnosti se však i sám osobně již častěji setkávám s výsledky označenými tzv. akreditační značkou, která kopíruje logo naší společnosti, a to zejména v prodejnách se zavedeným a posouzeným systémem analýzy nebezpečí a stanovení kritických kontrolních bodů (tzv. HACCP), a také na výsledcích vyšetření z akreditovaných zdravotnických laboratoří.

správy“, což si řada zodpovědných pracovníků již uvědomila. Přesto někteří stále pověřují subjekty pro aktivity posuzování shody ve jménu státu bez ověření jejich odborné způsobilosti za využití akreditace a bez představy o tom, jaké má akreditační systém spravovaný ČIA možnosti a přínosy pro jejich činnost.

Jak je to s uznatelností akreditace, kterou udělí ČIA, například v jiných členských státech Evropské unie?

ČIA je notifikován a uznán Evropskou komisí jako jediný akreditační orgán České republiky. Za tímto jednoduchým konstatováním je však plnění požadavků kladených na akreditační orgány nejen mezinárodní normou ISO/IEC 17011, ale také plnění právních požadavků stanovených evropským, přímo aplikovatelným právním předpisem (nařízení č. 765/2008), zákonem č. 22/1997 Sb., a také pozitivní výsledky vzájemného posouzení (tzv. evaluace) organizovaného Evropskou organizací pro spolupráci v oblasti akreditace. Tak jako naši klienti, i ČIA musí všechny požadavky trvale splňovat, neboť jejich plnění je rovněž pravidelně vyhodnocováno. Pouze úspěšná evaluace nám pak umožňuje podepsat tzv. Multilaterální dohodu o vzájemném uznávání (MLA) jak na evropské, tak i na celosvětové úrovni.

Tím se dostávám k otázce ohledně uznatelnosti akreditace. Podrobnější vysvětlení považuji za důležité, neboť v ČR nadále působí také jiné subjekty, které se snaží vyvolat iluzi, že jsou „akreditačními orgány“; uznatelnost jejich výsledků je však snadno zpochybnitelná. Přesto se najdou instituce, které jejich výsledky akceptují, aniž si uvědomují negativní následky svého konání. Máme před sebou stále hodně práce s vysvětlováním a propagací činnosti ČIA jako národního akreditačního orgánu.

Abych odpověděl na uznatelnost akreditace v EU – již zmíněné evropské nařízení č. 765/2008 stanovuje dokonce povinnost vnitrostátním orgánům uznávat nejen výstupy ostatních národních akreditačních orgánů, které se úspěšně podrobily

evaluaci, ale i akreditovaných subjektů. Tímto mechanismem je zajištěna vzájemná uznatelnost výsledků vydaných akreditovaným orgánem a nemělo by docházet ke zpochybnění úrovně takových výsledků.

ČR je prostřednictvím ČIA také členem celosvětových organizací IAF (Mezinárodní akreditační fórum) a ILAC (Mezinárodní spolupráce v oblasti laboratoří a inspekčních orgánů), kde jsme od roku 1996, tj. letos je tomu kulatých 20 let. Dovolím si upozornit, že ČIA byl první akreditační orgán ze zemí střední a východní Evropy, který v roce 1998 podepsal multilaterální dohodu pro oblast laboratoří a pro oblast certifikačních orgánů. Na základě těchto dohod jsme tedy rovnoprávnými členy na evropské i mezinárodní úrovni akreditace. Pro námi akreditované subjekty posuzování shody je tím zajištěno mezinárodní uznávání výstupů jejich činnosti, kterou mají v rozsahu udělené akreditace.

Vraťme se k vašemu 25. výročí. Jak to všechno začalo?

Začátek akreditace v ČR je ještě v tehdejší Československé socialistické republice, protože informace o akreditaci byly do Československa získány v roce 1987 a hned v následujícím roce jsme zahájili přípravy na její zavedení. Dokonce již v roce 1988 jsme se zúčastnili zasedání WECC, tedy Západoevropského kalibračního sdružení, které sdružovalo akreditační orgány v oblasti akreditace kalibračních laboratoří; kromě toho také existoval WELAC pro oblast zkušebních laboratoří.

Naše pozice na mezinárodním poli tenkrát pochopitelně nebyla dobrá. Státy tehdejší západní Evropy se na nás zpočátku dívaly jako na chudé a málo schopné sousedy. Neměli jsme zkušenosti, začínali jsme od nuly, učili jsme se za pochodu. Museli jsme si vybudovat svou, věřím, že dobrou pověst. Některé státy tehdy prosazovaly vytvoření samostatných „východoevropských organizací“. My jsme ale chtěli být řádným členem evropských struktur, do kterých jsme historicky patřili, a to se nám také podaři-

lo. Na druhou stranu nám mnoho našich zahraničních partnerů také pomáhalo. Předávali nám zkušenosti, které jsme nemohli tak rychle získat, což nám usnadnilo zvládnout hektický začátek činnosti akreditačního orgánu v souladu se všemi požadavky mezinárodních norem a předpisů. Dnes, po letech, bych naše kroky vyhodnotil jednoznačně: podařilo se nám zapojit velmi rychle.

V 90. letech se problematikou akreditace zabýval FÚNM, tehdejší Federální úřad pro normalizaci a měření, jehož působnost byla v oblasti normalizace, metrologie a zkušebnictví. V březnu 1991 udělil první akreditaci, tehdy pro Výzkumný ústav vlnářský, který má stále přidělené číslo 1001. FÚNM se vydáním Směrnice o akreditaci přihlásil i k problematice akreditace, protože se do značné míry týkala oblastí jeho působení, a to v době, kdy jsme prožívali historické události roku 1989, které vyvrcholily sametovou revolucí.

Změnu, kterou tato revoluce přinesla, oceňuje zejména starší generace, protože došlo k zásadnímu obratu našich životů. Pravidla volného pohybu zboží, služeb a osob umožnila intenzivní kontakty s našimi sousedy na západ, na sever i na jih od našich hranic. Toto postupné otevírání se světu přineslo možnosti nejen navštívit pro nás do té doby nedostupná místa, ale také budovat akreditační systém na kvalitativně jiné úrovni.

Čtvrtstoletí je už přece jen důvod k hodnocení, proto jsme se rozhodli oslovit senátní Výbor pro hospodářství, zemědělství a dopravu a společně zorganizovat seminář na toto téma. Díky vstřícnosti předsedy tohoto výboru, senátora Jana Hajdy, a jeho místopředsedkyně, senátorky Veroniky Vrečionové, se seminář uskutečnil 18. března 2016 v historických prostorách Valdštejnského paláce Senátu Parlamentu České republiky, na kterém nejen zástupci státní správy, ale i hospodářští partneři zhodnotili přínos akreditace pro celou Českou republiku. Přinesl řadu prospěšných informací, s nimiž budeme dále pracovat.

ptala se Eva Brixí ■■■
foto: archiv ČIA



O extrémním množství dostupných informací

Možná jste si všimli, že publikujeme hojnost informací, které vycházejí z dílny společnosti Bisnode. Údaje to jsou hodně zajímavé, a nejen to. Dávají nám tušit, jak se to má s naším podnikáním, s čím si firmy zahrávají, co neplní, kolik jich přibývá či ubývá, v jakých oborech se jim vede nejlépe, jak to je s daňovými ráji, zda se rodí více „srůček“ nebo akciovek... Za mnohými soubory dat stojí Michal Řičař, analytik jmenované společnosti Bisnode. V jakých souvislostech je vidí právě on?



Michal Řičař pro média

Pro ekonomu znamená dobrá analýza dat doslova poklad. Vy máte pod kontrolou tolik údajů, že se s nimi dají dělat doslova zázraky. Pro koho jsou vaše výstupy vhodné zejména?

Je pravdou, že pozorování a vstupní data jsou alfa a omegou každého výzkumu. Svým způsobem lze říci, že smyslem existence Bisnode je shromažďování extrémního množství dostupných informací o všech ekonomicky aktivních subjektech

na trhu v Evropě, resp. prostřednictvím databázi Dun & Bradstreet ze země celého světa. To však na druhé straně pro analytika vytváří značné bariéry, neboť množství dat je tak ohromné, že jejich analýza je mnohdy nesnadná.

Mým záměrem je dodávat přidanou hodnotu v podobě snadné interpretace a využití podkladových dat konečným uživatelům. Můžeme si to představit jako vhodné nastavené potrubí – na jedné straně je oceán dat a správným průměrem trubky a jejím nasměrováním přivedeme vhodné informace správnému uživateli. Onou trubkou jsou matematicko-statistické nástroje a hloubková analytika, nasměrováním pak využití vhodných technik vzhledem ke koncovému zákazníkovi.

Výstupy jsou vhodné pro všechny, kteří jsou ekonomicky aktivní a jsou pro nás dostatečně viditelní na trhu, neboť tehdy můžeme vhodně namířit „trubku“ jejich směrem. Ať už jde o podnikatele malého, středního, či velkého

rozsahu, nebo živnostníky, pokud aplikují základní postupy ke sledování ekonomiky podniku, ošetřování rizik u svých zákazníků a dodavatelů, celkově svého businessu, pak zcela jistě mohou využít ekonomicko-analytické výstupy. Tím mohou snížit, anebo dokonce eliminovat náklady plynoucí z nedostatečných informací o svém trhu, zákaznících, konkurenci či

potenciálním rozvoji do budoucna. Platí totiž, že nevyužitím příležitosti anebo jejím přehlédnutím zvyšujeme budoucí rizika svého businessu už pouze tím, že stávající či noví konkurenti ji využijí a posílí svou pozici vůči nám.

A kdo má o vaše analýzy největší zájem? Firmy, média, nebo státní instituce?

Největší poptávka po ekonomicko-analytických nástrojích a informacích je zejména z podnikatelské sféry od malých až po ty největší firmy. Ti, kteří zkoušejí nové cesty, jsou de facto nuceni mít stále aktuální informace o stavu svého okolí a jeho pravděpodobným budoucím vývoji. Tehdy přichází naše část – dodávat maximálně aktuální data, informace a interpretace o minulosti, současnosti i budoucnosti, a to jak z pohledu ekonomiky jako celku, tak na úrovni podnikatele a jeho

bezprostředního okolí. Na základě požadavku našeho zákazníka dochází k monitoringu všech označených subjektů – jejich kompletní ekonomická a právní historie, současný stav, finanční zdraví i jejich pravděpodobný budoucí vývoj apod. Z těchto informací si náš zákazník může udělat velmi solidní a věrohodný obrázek o analyzovaném prostředí.

Jistě nelze opomenout ani vámi zmíněná média a státní instituce. Médii se snažím dodávat zajímavé a nevěšední ekonomické informace, které pocházejí z tzv. „data-miningu“ či „dolování dat“. Hledáme vzorce a ekonomické principy v našich datech tak, abychom mohli veřejnosti sdělit zajímavosti v chování české i zahraniční ekonomiky z rozličných úhlů pohledu.

Státní instituce již tradičně využívají našich rozlehlých databází k monitorování trestné činnosti a jejímu předvídaní. Jsme rádi, že můžeme participovat na zkvalitňování podnikatelské základny i morálky. Osobně se domnívám, že kvalitní podnikatelské prostředí je velmi důležitým principem pro dobře fungující ekonomiku i stát.

Dá se z vašich dat opravdu třeba usoudit, v jakém stavu byla loňská ekonomika v České republice? A jaký nás čeká vývoj letos?

Mým záměrem je dodávat přidanou hodnotu v podobě snadné interpretace a využití podkladových dat konečným uživatelům.

Část mé práce se přímo týká tzv. scoringových modelů. Jde o modely, které na základě kompletní několikileté analýzy dané ekonomiky (ČR,

Jsme rádi, že můžeme participovat na zkvalitňování podnikatelské základny i morálky.



SR aj.), předpovídají pravděpodobný budoucí vývoj. V současnosti dokončují model pro Českou republiku, a tak proběhl značně rozsáhlý výzkum nad historií české ekonomiky. Pokud srovnáme uplynulá dva roky 2014 až 2015 s předchozími roky, pak si musíme povšimnout, že došlo k zajímavému posunu zejména u právnických osob (firem). Celkově se u těchto subjektů snížila rizikovost úpadku i zadlužení. Také si můžeme povšimnout, že v posledních letech vzniká větší množství nových firem. To pouze za mikro pohled do ekonomiky. Z makro pohledu jsme viděli značný nárůst HDP, naopak inflace klesla na historické minimum. Ceny benzínu, resp. ropy, spadly na sedmiletá minima atd. Pro ekonomu velmi zajímavé kombinace ekonomických fundamentů, z nichž pro současnost a budoucnost plyne další rozvoj ekonomiky a větší příležitosti pro podnikatele. Na druhé straně nelze opomenout tzv. finanční bublinu, která se vytvořila na finančních trzích. Její vznik je dán tzv. „kvantitativním uvolňováním“, tedy zjednodušeně řečeno tím, že centrální banky tisknou peníze a „volně“ je pouštějí do ekonomiky. Je to vhodná strategie zejména pro stát, neboť tím sám sobě umožňuje žít na dluh – jako by si sám pro sebe tisknul peníze. Vše má ale svůj háček a oním háčkem zde je právě vznikající bublina nejprve na finančním trhu a posléze na dalších trzích. Toto jsme již zažili v roce 2007, resp. 2008, nejprve v podobě globální finanční a následně hospodářské krize. Uvidíme, jak se tržnímu principu v nadcházejících několika letech podaří vypořádat s tak ohromnou finanční pumpou do ekonomik. V současnosti je velmi obtížné odhadnout skutečné dopady, jejich velikost a pole působnosti. Z objektivního ekonomického hlediska lze však určitě konstatovat, že současný rozvoj je podmíněn potenciálními riziky, která plynou z proběhlého a probíhajícího kvantitativního uvolňování.

Co z toho plyne třeba pro drobné firmy a co pro živnostníky? Bude se jim tedy podnikat lépe, nebo hůře?

Pro drobné firmy i živnostníky z výše

vedeného plyne několik závěrů. Jednak to, že trh přináší větší poptávku, a tedy i nové příležitosti. Na nás však je, abychom byli informovaní a věděli o těchto možnostech. Na druhé straně však i to, že se postupně zvyšuje konkurence tak, jak vznikají nové firmy se snahou

dotat trhu nové postupy, nápady či se pouze snaží využít možnosti zisku. Měli bychom si být také vědomi možných potenciálních budoucích rizik a dle toho přistupovat ke svému podnikání. Pokud své podnikání myslíme vážně a dlouhodobě, pak určitě není vhodné volit krátkodobá řešení, která se dlouhodobě obrátí proti nám. Jinak řečeno, raději volme takový business, který je ekonomicky fundovaný, má svou ekonomickou logiku i stabilitu, je postaven na silné základně, zákaznících a produktech. Pouze tehdy jsme dobře připraveni i na horší časy.

Svět trápí do velké míry nejistota a nejisté jsou i prognózy budoucnosti. Co se dá z dat vyčíst naopak zcela jasně?

Zcela jistě se dá vyčíst pouze minulost. Tedy vzorce chování, které byly v ekonomice, podnikatelském prostředí do současného dne. Zpravidla platí, že čím jsou analyzovaná data novější (např. stáří vstupních dat je max. 1 rok), pak



Jelikož se držím ve své práci striktní objektivitě a lze hovořit o ekonomickém výzkumu, pak se neděším opačných výsledků, neboť jejich možný výskyt vychází z definice statisticko-matematického aparátu. Mým výsledkem je pravděpodobnost budoucího vývoje, nikoli jistotní verdikt.

vysledované vzorce platí i pro současnost a pro následující rok či více let. Tento fakt je velmi důležitý pro pravděpodobnostní ekonomické modely a využívá se napříč mnoha vědami.

Pouze díky tomu je možné předpovídat budoucnost. Můžeme to také říci tak, že budoucí předpověď je podmíněna minulým chováním. Pokud by se lidé ze dne na den chovali zcela jinak, pak by nemohla být vytvořena žádná předpověď o budoucím vývoji.

Podnikatelé a manažeři touží po radostech, potřebují optimizmus. Počítáte i s takovou analýzou, která dokázala naladit psychiku lídrů k větší pohodě? Z jakých dat by se mohla připravit?

Řekli jsme si, že klíčová jsou vstupní data, a tak analýza, jejímž účelem by bylo podpořit podnikatelský optimizmus, by musela být připravena z optimistických dat. Zde jsme lehce v úsměvné rovině, nicméně i optimistický analytik může vytvářet optimistické zprávy. Je otázkou, zdali je to žádoucí. Avšak určitě se sluší připomenout, že např. ČNB vydává tzv. zprávy o inflaci, o jejím očekávaném vývoji, a mnohdy právě pouze oznámení či zpráva ČNB dokáže zahýbat s trhy, měnou, inflací, celkově s očekáváním. Čili pokud je subjekt, který vydává zprávu, dostatečně dominantní, kredibilní na trhu, pak jeho signál k optimizmu naladí optimisticky i ostatní hráče trhu, tím se stane i ekonomické prostředí optimističtější, a tím i naši manažeři budou více optimisticky naladěni.

Vytvářet objektivní závěry je svým způsobem velmi odvážné. Můžete se splést, zmylit... Neděsí vás to někdy?

Jelikož se držím ve své práci striktní objektivitě a lze hovořit o ekonomickém výzkumu, pak se neděším opačných výsledků, neboť jejich možný výskyt vychází z definice statisticko-matematického aparátu. Mým výsledkem je pravděpodobnost budoucího vývoje, nikoli jistotní verdikt. Samozřejmostí je, že se člověk snaží udělat maximum pro to, aby se přiblížil nejpravděpodobnější variantě, což znamená prověřit opravdu velké množství dat a přemýšlet nad nimi z mnoha pohledů. Pokud však toto udělám, mám pocit, že jsem udělal maximum, a pak s klidnou myslí mohu sledovat realitu a dle toho reagovat.

Statistika je předmět, který ne každý student na vysoké škole miluje. Zdá se však, že suchá věda dokáže nabízet i prostor ke kreativitě. Můžeme čekat třeba na Apríla nějaké super neobvyklé informace?

Pro mne byla statistika a ekonometrie od počátku láskou na první pohled a jsem velmi rád, že jsem našel práci, která mi umožnila aplikovat vše, co jsem s nadšením studoval mnoho let na škole. Aprílové zprávy jsou v rukou PR specialistů, jejich kreativita a šibalský úsměv na tváři mnohdy dávají tušit, že se blíží 1. duben, a tak i já se nechám překvapit, co pro nás v blízké budoucnosti připraví.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Energie žen je skrytý zákon pohybu

Na úvod jednoho rozhovoru mi ředitel hotelu Clarion v pražských Vysočanech Miroslav Bukva řekl, že je přece normální chlap a že má ženy prostě rád. Usmála jsem se, protože jsem věděla, že to nemyslel nijak bouřlivě, ale jako šéf a prestižní manažer, který v roli atraktivního zaměstnavatele dokáže rozpoznat talenty i v lidech, kteří zdánlivě splývají s ostatními. V zápětí podotkl, že ho genderová tematika, otázky týkající se zaměstnávání žen, práce s jejich potenciálem, komunikativními schopnostmi či empatií, opravdu zajímá. Jsou to podle něj prvky, které se například v obchodní či personální politice firem dlouho nedoceňovaly. U nich v hotelu je tomu jinak.



Miroslav Bukva

noval. Nevzdávají se a jsou vytrvalé. Umí se radovat z výsledků.

Možná by se slušelo prozradit, že si vážíte řady konferencí, seminářů, nejrůznějších setkání s ženskou tematikou, které se ve vašem hotelu odehrávají.

To zcela určitě. Letos jsme u nás například hostili již 7. ročník konference Ženy sobě, což je dnes obrovská dvouhodinná akce pod taktovkou Lenky Štátné. Na těchto konferencích se setkává mnoho zajímavých osobností – ženy podnikatelky, ženy, které začaly o podnikání přemýšlet, celebrity. Každá z nich si nese svůj příběh, aniž to možná tuší, a tady se některé z nich vyprávějí. Je úžasný zážitek to poslouchat, vcítit se do různých kolizních životních milníků těchto žen, které daly vzniknout mnoha firmám a firmičkám. Tady poznáte tu obrovskou sílu a energii, která dokáže zasáhnout v okamžiku, kdy člověk startuje novou etapu života. Energie žen je snad skrytý zákon pohybu, nevím, jestli mi rozumíte, ale je až neuvěřitelné, co všechno ženy v roli podnikatelek nebo manažerek dokáží zvládnout. To velmi obdivuji a mám k takovým ženám velkou úctu.

A když se vám nakumuluje tolik té úžasné energie na jednom místě, hotel žije jinak než běžným provozem. Citlivý člověk cítí chvění, které napovídá o touze dělat smysluplné věci, posouvat život o kousek dál...

Tím jste mi připomenul i váš vztah ke společenské odpovědnosti. Co si pod ním mohou představit?

Určitě ne málo. Netajíme se tím, že jsme se zapojili do mnoha projektů, jimiž pomáháme například hendikepovaným občanům, dětem v mateřské škole a podobně. Jednoduše řečeno – když můžeme, jdeme do toho, a ne vždy se to týká jen finančního obnosu. Mnohé je o vztahu, o čase, nebo o pár slovech.

Považuji za osobní povinnost každého z nás znevýhodněným občanům podávat pomocnou ruku. Zkuste se plnohodnotně obsloužit, když máte třeba jen nohu v sádře. Je to svým způsobem banalita, ale i ona rázem velmi pozmění vaše možnosti, zasáhne do návyků a změní organizaci dne.

S čím vším musí počítat nevidomí nebo lidé, kteří neslyší? Toto v Clarionu velmi vnímáme a učíme se, jak přistupovat právě třeba k postiženým hostům, co je nezbytné pro vozíčkáře, jak nevidomému servírovat kávu, proč udělat ten či onen úkon jinak, než je běžné. Pro zaměstnance i mne samotného je to studnice zkušeností, která nutí přemýšlet v nových souvislostech.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Proč?

Protože jsem se přesvědčil, že zažitá názory na to, jak riskantní je zaměstnávat ženy s malými dětmi nebo ty, u nichž se dá předpokládat, že brzy odejdou na rodičovskou dovolenou, jsou nesmysl. Není třeba pravdou, že díky nemocnosti dětí jsou ženy méně využitelné než jejich mužské protějšky. Záleží totiž na tom, jak si procesy na pracovišti nastavíte a jaký prostor lidé dostanou. A jak to respektují. A pokud oba póly sladíte vzájemnou důvěrou a loajalitou, není nic užitečnějšího a příjemnějšího.

Co tím myslíte?

Například to, že u některých profesí je v praxi proveditelné, aby žena v určitou dobu plnila své mateřské poslání, ale zároveň nezapomněla na vlídné pracovní prostředí. Odpovídající vstřícnost a respekt ze strany zaměstnavatele pak často oplatí svou iniciativou během rodičovské dovolené. To se oběma stranám bohatě vyplatí. Žena neztratí kontakt s hotelem a jeho agendou, určité činnosti bude vykonávat z domova nebo k nám bude docházet na stanovený počet hodin týdně. My pak nepřijdeme o jistotu určitých operací a výkonných, které nám garantovala. Vlastně na tom není nic zvláštního, jde jen o vzájemný kompromis a objevování výhod tohoto kompromisu. Z hlediska nákladů je to i efektivnější varianta než hledání náhrady.

Genderové otázky se netýkají jen žen, ale vzájemného respektu při zaměstnávání obou pohlaví...

To zcela určitě. Já při zvažování, zda bude výhodnější přijmout ženu nebo muže, při roz-

hodování o odměnách apod. v podstatě nedělám mezi pohlavími rozdíl. Vždy beru v úvahu, jaké místo potřebujeme obsadit a pro koho je ta práce vhodná. Také nemám rád konflikty na pracovišti, a když už při některém musím zasáhnout, snažím se situaci posuzovat objektivně, s rozvahou. A hledat řešení, které malér neprohloubí, ale buď narovná, nebo zvládne tak, aby se obě strany rozešly relativně v klidu. Rád dám šanci průšvih napravit, funguje to více než tresty. Nebudu zastírat, že v tak velkém hotelu, jako je Clarion, není vše růžové a také my řešíme spousty běžných provozních nedorozumění. Přesto si po letech praxe myslím, že se vyplácí naslouchat a na některé věci si udělat vlastní názor a nepodléhat emocím.

A co se mi osvědčilo nejvíce – nereagovat striktními příkazy. To se člověk, jemuž je výška určena, zatvrdí, a aniž by snad chtěl, jako by naschvál neudělal, co by měl. Je to jako akce a reakce. Metoda vysvětlování se mi zdá účinnější a mnohokrát se mi to potvrdilo.

Zdá se, že personalistika je pro vás hodně významná součást každodenní práce.

Možná bych to řekl trochu jinak – o tom, koho zaměstnáme, dost přemýšlím. Třeba banketové koordinátorky v Clarionu jsou hlavně ženy. Záměrně. Jsou to ony, které se dokáží s klienty lépe domluvit než muži. Reagují citlivěji, umí lépe přesvědčovat, obětavěji hledají cesty kompromisů, snaží se vždy vyhovět. A když jim poděkujete za skvěle odvedenou práci, vrátí to dvojnásobnou iniciativou. Toho si nesmírně cením.

Ženy jsou v komunikaci také vynalézavější, než my, muži. Snaží se vždy přijít věci na kloub a baví je to, na co by muž dávno rezig-

JAK HLEDÁTE KVALITNÍ ZBOŽÍ A SLUŽBY VY?



**VYBÍREJTE PRODUKTY OZNAČENÉ
LOGEM PROGRAMU ČESKÁ KVALITA.**

Získáte jistotu, že:

Výrobek (služba) je kvalitní
Výrobek nebo služba má v porovnání s ostatními produkty na trhu nadstandardní kvalitu.

Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.

Kvalita je průběžně kontrolována
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.

Je ověřována spokojenost zákazníku s výrobkem či službou
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.

Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, podnikatelských svazů, státních orgánů a Rady kvality ČR.

**Více informací najdete na:
WWW.CESKAKVALITA.CZ**

ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



PROSPERITA

KVALITA
Česko Slovenský obchodní Związek

Radiožurnál
Český rozhlas

Rád se pomazlím s hezkým kouskem masa

Jaro přineslo do našich očekávání nejen příslib radostí, které se s tímto ročním obdobím snoubí, ale také pomyslení na nejrůznější záminky, jak posedět venku, pod širým nebem a naservírovat si pohodu v podobě grilování nebo opékání voňavých dobrot nad ohýnkem. Hodování jakožto odpočinek od týdenního shonu se hodí vždy. Není proto od věci nastartovat naši chuť na nějaký ten hřích nebo-li ochutnávku, která k vlhým podvečerům tak jako tak patří, již nyní. Milého úkolu se ujal obchodní ředitel firmy Uzeniny BETA Jiří Souček:

Březen není jen letošním měsícem Velikonoc, ale labužníci se už nemohou dočkat prvních grilovaček. Co byste z vašeho sortimentu rád připomenul k této příležitosti?

Jednoznačně a na základě vlastních zkušeností bych rád všem doporučil výrobek pojmenovaný Milánkova pikantní klobása. Jde o vynikající masovou středně pikantní klobásu, která se vyznačuje ručním a pečlivým výběrem surovin, specifickým způsobem výroby, zasušením před koncem výrobního procesu a hlavně použitím speciálního druhu koření, které při dožití technologického postupu výroby vykouzlí krásné žilkování mezi kousky masa. Klobása se báječně hodí jak ke konzumaci za studena, na jednohubky, obložené mísy, tak její výborná chuť vynikne právě na grilu. Tato klobása slaví velké úspěchy jak při rodinných grilovačkách, na stáncích s občerstvením na koupalištích, hřištích, stejně tak i při velkých akcích, jako bylo například loňské Mikulášské setkání NH Car v Praze na Strahově, 300 Zatáček Gustava Havla v Hořicích apod. Druhým produktem, jenž bych rád komentoval, a letošní novinkou, je Klo-



Jiří Souček

bása Hévíz, která při grilování vyniká naprosto jedinečnou chutí a vůní, navíc je typická pro výrobky z regionu, kde se vyrábí. Tato klobása obsahuje přes 80 % vybraného, libového masa, které je těženo z plecí Českých pašiků. V tyto dny klobásu uvádíme na trh a postupně nabízíme všem svým zákazníkům. Doufáme, že si výrobek najde své fandky a bude slavit alespoň obdobné vítězství jako Milánkova klobása. Nerad bych ale zapomněl třeba na šunkovou klobásu, krkonošskou klobásu, chilli klobásu a apettito klobásu.

Chystáte nějakou grilovací novinku? Někdě griluje od masa až po šunku vše, ale myslím, že nejlépe chutnají stále klasické špekáčky nebo klobásy k tomu určené.

Je vždy na chutích každého konzumenta, tedy čemu dá

přednost a jakým směrem vede své kulinářské umění. Ono jedna věc je chtít něco grilovat a druhá věc je umět to grilovat. Opravdu někdy vidím takové věci na grilech, že se jeden nestačí divit. Hlavně, že se to dělá na značkovém grilu, s profi vybavením, ale že výsledek je dost žalostný, to už nikomu nevádí. Kolikrát si říkám, že je lepší opravdu dobrý, masitý špekáček, obvyklej opečený nad táborákem než nějaké trávení času s nejnovější technikou. Nejhezčí chvíle, které si za poslední léta pravidelně připomínám v souvislosti s našimi Špekáčky (ano, takhle je to správně, protože jde o špekáčky z Pecky), jsou ty, kdy si hezky nařežu špekáček na „ježka“, napíchnu na klacek, krásně opeču, při tom do ohně ukapává omastek a syčí, a v závěru si jej stáhnou na čerstvý chleba s hořčicí! No a teď, jak vám odpovídám, tak se mi neskutečně začaly sbíhat sliny při tak krásné představě. Nakonec, proč to tajit. V naší nabídce najdou zákazníci hned tři druhy špekáčků: právě popisované Špekáčky – bez lepku, ručně vázané, dále Netradiční špekáčky a Pikantní špekáčky ručně vázané. Co je též velmi dobré na grilu, je šunka od kosti ne-

bo uzená krkovička, zabalené do silného alobalu, nechané někde v zapomnění na kraji grilu tak hodinku, až hodinku a půl, musí se však pravidelně otáčet. Po rozbalení se na vás vyvalí hromada vůně a krásně se rozpadajícího masa.

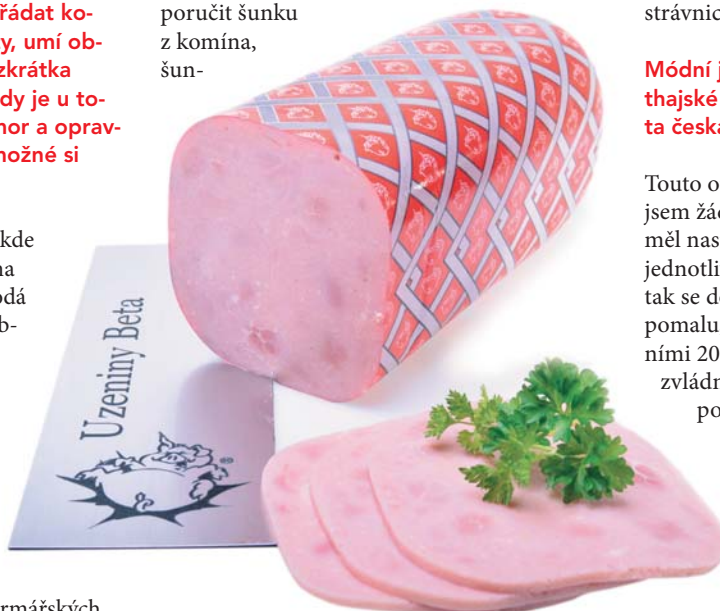
Uzeniny BETA vnímá veřejnost jako kreativní firmu, která dokáže uspořádat komorní oslavu až po firemní party, umí obsloužit různé festivaly, závody, zkrátka setkání nejružnějšího druhu. Vždy je u toho prima nálada, smysl pro humor a opravdu dobré jídlo. Co všechno je možné si u vás objednat?

Upřednostňujeme venkovní akce, kde se dá využít velký potenciál grilů na dřevěné uhlí, které samozřejmě dodá všem masným a uzenařským výrobkům nezaměnitelnou a vynikající vůni i chuť. Rozhodně se nezalekne ani společenských událostí, firemních grilovaček, různých nákupních dnů maloobchodních sítí apod. Mezi asi nejzajímavější akce patří motocyklové závody v Hořicích s účastí kolem 10 000 osob, dále pouťové grilovačky, různé akce na podporu farmářských uzenin, samozřejmě soutěž Česká chuťovka na půdě Senátu v Praze, další a další akce, kam se naše výrobky hodí. Dobrá nálada musí provázet každé naše vystoupení. Víme, že lidé se rádi zasmějí, pobaví a nechají rozveselit. Dobré jídlo a pití jsou snad tou nejsnazší cestou k dosažení takového záměru. Není přece nic krásnějšího, než když se vydaří počasí, na tácku je kus pořádné masové klobásy a v půllitru se třpytí pivečko. To se potom diskutuje! Na našich prodejnách je možné také objednat chlebičky, zákusky, dorty na přání, jednohubky, ale velkou specialitou prodeje je tvorba obložených mís a nádherných dárkových košů z leccého, na co si jen člověk vzpomene. Asi největším záběrem je nyní pořádání svaatebních obřadů a oslav na naší horské Chatě Milíře v Peci pod Sněžkou, kde se dá připravit setkání od rodinného charakteru až po velkou party čítající 100–150 osob. Postaráme se o ubytování až 50 hostů v chatě, jejich dopravu na místo naším autobusem, veškeré vybavení rautu, baru, zajistíme party stany, můžeme v létě zorganizovat i spaní na pozemku, ale hlavně se postaráme špičkově o všechny příchozí. Máme k tomu takový rozverný slogan, který, prosím, berte s nadhledem: Nacpeme vám pupíky, až vám ulítají knoflíky.

Velikonoce jsou příležitostí, kdy si dopřáváme také ledasjakou dobrotu. Nepečte se jen beránek a mazanec, ale vyrábí se chlebičky, rolády, obložené mísy. K tomu se volí nejrozmanitější šunky. Jaké byste doporučili?

Tady nebudu chodit kolem horké kaše. Jednoznačnou špičkou mezi našimi šunkami je šunka s medem. Jde o šunku nejvyšší jakosti,

kteřá je vyráběna pouze z vrchních šálů velkých kýt. Jde o jeden z nejlepších kousků masa celého pašíka. Šál je očištěn, okořeněn, přidán Český med ze středoevropské Kolče a naskládán do velkého, pergamenového obalu. Následuje tepelné opracování, zauzení, chlazení, půlení, balení a cesta na pulty prodeje. Dále mohou doporučit šunku z komína, šun-



čičku od kosti a pro běžné použití zlatou šunku s vysokým obsahem masa a příjemnou chutí.

Předpokládám, že sám také rád vaříte. Co nejraději? A potřebujete se u toho pekelně soustředit?

Jéje, no to je tedy otázka. Řekl bych, že jsem specialista na minutkovou kuchyni, která mě velmi baví. A manželka by jistě řekla, že jsem taky velký specialista na nepořádek v kuchyni po mém působení v ní. Ale je asi pravda, že to tvrdí většina žen po mužské akci u plotny.

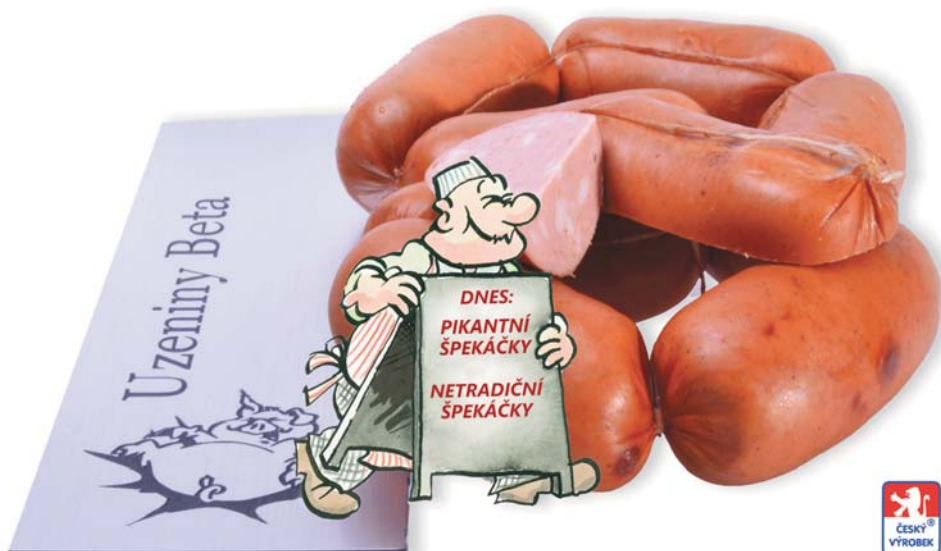
U minutek mě baví hrani si s chutěmi, surovinami a přílohami. Rád se pomazlím s hezkým kouskem masa, dodám mu ingredience, které se hodí, užívám si vůni čerstvých bylinek a také věnuji čas přípravě přílohy. Nejen něco uklonit pro nasycení, ale aby výtvar lahodil i oku. Se zaujetím pro věc servírují na teplých talířích a jsem rád, pokud je mé tři strážnice vrátí prázdné.

Módní jsou kuchyně všech světadílů – od thajské až po italskou. Jaké přednosti má ta česká?

Touto otázkou jste mě trochu zaskočila. Nejsem žádný gurmánský odborník, který by měl nastudována gastronomická specifika jednotlivých světadílů. Když mohu srovnávat, tak se domnívám, že klasická česká kuchyně pomalu, ale jistě mizí. Najděte mi mezi dnešními 20–30letými ženami kuchařku, která zvládne českou klasiku. Vše je dnes otázkou polotovarů, hotových jídel, fast foodů, sushi apod. Byl jsem svědkem situace, kdy do našeho řeznictví přišla nakupující a ptala se řezníka, jaké maso použít na guláš. Ani nevěděla, zda chce dělat vepřový, nebo hovězí. Když se již podařilo vybrat druh, ptala se na postup, koření a další náležitosti vedoucí k výrobě této české klasiky. Jsem si jist, že česká kuchyně, jak tradiční, tak i moderní, má svým konzumentům co nabídnout. Jde o stravu pestrou, zajímavou a jistě i kvalitní. O těchto kvalitách umí naše kuchyně přesvědčit i při různých mezinárodních událostech či prezentacích na světových výstavách. Je nutné, aby se o české kuchyni vědělo, mluvilo a byla celkově i strážníky chápána pozitivně. Tyto aktivity mohou v dlouhodobém časovém horizontu přispět k prohlubování znalostí a zájmu o naše jak tradiční, tak i nové dobroty.

ptala se Eva Brixí

INZERCE



Oč jde: pochopit jedinečné možnosti spolupráce



Ctirad Hemelík

Prostředí businessu rozbouřily zajímavé projekty Ctirada Hemelíka. Jedním z nich je Festival Evolution, kde jsme se mohli setkat s širokou škálou nabídky vedoucí k vyváženějšímu životnímu stylu, neobvyklým výrobkům, bylinkám, práci s psychikou, umění relaxace. Pražské dostaveníčko těch, kteří hledají východisko z kolotoče kariéra, stres, nedostatek času, stravování, zvyklosti, zdraví, touha žít jinak. Pokud jste se byli podívat, určitě jste začali přemýšlet nad tím, co vás brzdí nebo co změnit. Na podobné téma jsem hovořila s autorem myšlenky, Ctiradem Hemelíkem:

Zdravý životní styl je, dá se říci, vaše vášeň. Ke svým názorům, ale i projektům, které vystihují podstatu vaší osobnosti, jste však dospěl po řadě omylů, díky cestám, neobvyklým poznatkům, zkušenostem a rozhlížení se kolem sebe. Co vám otevřelo oči?

Neříkal bych úplně vášeň. S manželkou preferujeme kvalitní výrobky, většina potravin u nás je v kvalitě bio, nakupujeme na farmářských trzích, a když je možnost, tak přímo „od zdroje“. Samozřejmě, že po narození dětí oba dva více dbáme na výběr kvalitních a zdravých potravin, ale nejde o žádné dogma. Já sám se snažím udržovat přirozenou rovnováhu – pokud sním něco nezdravého,

nemučím se pak dva dny výčitkami svědomí. Osobně si myslím, že nic by nemělo být naším diktátorem, ani zdravé jídlo. Spíš se snažíme dodržovat zásady zdravé stravy ve spojení s pohybem, a hlavně – a teď to bude znít jako fráze – s udržováním duševního zdraví. To je myslím velmi důležité: člověk ovlivňuje svou fyzickou stránku také stavem své stránky duchovní.

Diskuze na téma životní hodnoty a styl rostou a pronikají nejen do oboru stravování, trávení volného času, vztahu k technologiím, případně se začínají dotýkat zisků nadnárodních firem. V co jednou vyústí?

V pochopení jednoty. V to, že pochopíme jedinečné možnosti spolupráce. V to, že lidský potenciál bude využíván pro nás jako pro společenství, a také pro naši planetu, která nám nyní dává vše. A jinou nemáme.

Jak nahlížíte na pojmy udržitelný rozvoj a společenská odpovědnost?

Navážu na přechodí odpověď – neměly by to pro nás být jenom pojmy. Měly by být základem v mentálním nastavení společnosti. Z pohledu budoucích generací nám totiž nic jiného nezbyvá.

Spousta lidí fandí vašemu Festival Evolution, jehož další ročník proběhl v polovině března v Praze. Co si od tohoto konceptu slibujete do dalších let? V čem je jeho poslání?

Jsem rád, že máme své fanoušky a můžu říct, že rosteme společně se zájmem o zdravý životní styl a osobní rozvoj. Koncept je jednoduchý – chceme představovat to nejlepší –



jak v programu, tak v nabídce zboží a služeb. Spojení prodejní a programové části přináší návštěvníkům benefit: o čem se v rámci programu mluví, to je možné si rovnou vyzkoušet, osahat, ochutnat nebo si přivonět. Je to jediný takto koncipovaný festival ve střední a východní Evropě. Naším cílem je vytvoření prostoru, který návštěvníky seznámí s co nejširší škálou názorů a přístupů a představí různé interpretace či nové přístupy. I proto máme podtitul „Festival, který vám nasadí brouka do hlavy“. Je dobré, když víte, kolik zajímavých lidí přemýšlí podobně jako vy. No ne?

Zejména stravování se u určitých skupin obyvatelstva posunuje do středu jejich pozornosti. Mnozí zjišťují, jaké mámení jsou potraviny s vysokou trvanlivostí, jak jídelníček ovlivňuje výkonnost člověka nebo jak mohou pomoci zelené koktejly. Co se vám osvědčilo?

V tomhle jsem bylinkář. Mám rád přísady, vyluhy, koncentráty a vše, z čeho je cítit energie. Jsem vyznavačem středu, a tak si rád zkusím od všeho trochu. Nemám žádné velké doporučení – zkoušejte, a to, co vás osloví, je to nejlepší pro daný okamžik.

Není to všechno jen trend naší doby, který přehluší za pár let jiný směr? Roli v tom hraje určitě i konkurenční boj firem, kapitálové střety mocných...

Vrátím se k druhé otázce. Lze to vnímat jako trend, který přejde. Já se snažím říct, že pro nás jako pro lidské společenství, by nemělo jít o trend, který nastaví „kapitalismus“ a jeho nejvyšší vedení. Pro nás by to mělo být základem pro přemýšlení. Jestli nebude, tak jako živočišný druh určitě vymřeme. O tom dnes již není pochyb.

Styl života a vlastní selský rozum doplněný řadou informací je pro některé dnes východiskem k tomu, aby se nezbláznili. Je šance, aby se podnikatelé a manažeři zbavili stresu a tlaku na výkonnost?

Znova se vracíme k otázce PROČ. Výkon se dá měřit mnoha parametry. Když si na první místo nebudeme dávat finance nebo moc, ale dáme si tam například to, zda jsou lidé kolem nás šťastní nebo zda můžeme nějak podpořit ostatní, nebudeme pod takovým stresem. Podívejte se na to takhle: jediným, kdo rozhoduje o tom, jakou práci děláte, jste vy sami. Takže je jen na vás, jaké podmínky si nastavíte



nebo jestli přijmete podmínky, které někdo nastaví vám. Čas a energie je to, co máme a nesmíme jimi plýtvat.

ptala se Eva Brix

Kávovar pro muže – vstupenka do každé kuchyně

Právě nyní vstoupil na český trh zcela nový designový kávovar Tchibo Cafissimo TUTTOCAFFE, který se pyšní mezinárodním oceněním Red Dot Award 2015 za design. Dostupný je v černé, červené a bílé barvě za doporučenou maloobchodní cenu 2999 Kč v e-shopu www.tchibo.cz, v prodejních místech obchodních řetězců a ve všech značkových obchodech Tchibo.

Tak, jak už jsou uživatelé kávovarů Cafissimo zvyklí, nabízí i TUTTOCAFFE všechny výhody kapslového kávovaru – snadnou, rychlou a čistou přípravu kávy ve stále stejné vysoké kvalitě. V pohodlí domova si zákazníci vychutnají především espresso, caffè crema nebo filtrovanou kávu, tedy klasické černé kávy bez mléka. Nový Cafissimo TUTTOCAFFE by proto měl zaujmout i muže, jelikož v sobě spojuje komfortní přípravu kvalitní černé kávy a čistého moderního designu. Automatický systém přístroje na základě zvoleného druhu kávy připraví každý nápoj pod optimálně vyladěným tlakem až 15 barů. Kávovar akceptuje individuální nastavení množství vody podle toho, jak silnou kávu kdo preferuje. Praktický je integrovaný zásobník na použité kapsle (pojme jich až sedm), výškově nastavitelná odkapávací miska a zásobník na vodu o objemu 0,7 l. Kávovar je opatřen indikátorem nedostatečného množství vody a indikátorem potřeby odvápnění. Vstupenkou do každé kuchyně může být pro TUTTOCAFFE nejen jeho elegantní vzhled, ale i kompaktní rozměry 15 x 26,5 x 36 cm. Standardem u Tchibo je prodloužená

záruka na 40 měsíců. „Fakt, že design je pro Tchibo důležitý, dosvědčuje i tato naše čerstvá novinka na českém trhu. Kávovar Cafissimo TUTTOCAFFE získal ocenění renomované mezinárodní designérské ankety Red Dot



Design Award, jenž je jedna z nejuznávanějších v oblasti produktového designu. Velmi si tohoto ocenění vážíme a věříme, že si nový kávovar najde řadu příznivců,“ dodal k novince Steffen R. Saemann, marketingový ředitel společnosti Tchibo Praha, spol. s r.o. Kapsle Tchibo lze vybírat ze 13 různých druhů podle chuti a preferencí. Jde o stálý sortiment kapslí, který pravidelně obohacují limitované edice jedinečných druhů káv z konkrétních farem. Veškerá káva v kapslích Tchibo je certifikovaná, tedy vypěstovaná trvale udržitelným způsobem. Od loňského roku jsou navíc v nabídce i tři druhy čajových kapslí.

O ocenění Red Dot Design Award

Red Dot Design Award pro produkty je udělována Design Zentrum Nordrhein-West, jednou z nejstarších a nejprestižnějších institucí v Evropě. Uděluje cenu Red Dot Design Award už od roku 1954 a nyní pokrývá 19 kategorií od módy, kanceláře, vnitřního designu a průmyslu až po medicínu. Red Dot je značkou kvality uznávanou po celém světě. Porota Red Dot Design Award je tvořena renomovanými experty z celého světa a její skladba se každoročně mění. Hodnotící kritéria jsou podřízena tomu, aby byly brány k hodnocení stále nové pohledy podle technických, sociálních, ekonomických a environmentálních požadavků. (tz) ■■■

www.tchibo.cz, www.cafissimo.cz,
www.tchibo.com/cz
www.facebook.com/TchiboCeskarepublika

Co je názorová platforma

Naši pekaři



Voňavá, čerstvá houska s máslem, krajíc chleba se sádlem a cibulí – znáte lepší pochoutku pro milovníka české kuchyně? A škodí takové dobroty zdraví, nebo ne? Budeme jíst někdy jen zeleninu, ovoce a maso? Jaký chléb je pro Středoevropana nejvhodnější? Z čeho se vlastně peče? Jsou trendy zdravé výživy opodstatněné?

Jací jsou pekaři – podvodníci a šizůnkové? A jak se vede těm, kteří ctí poctivé řemeslo? To jsou otázky, které se promílají mezi lidmi stejně jako počasí, jež je námětem na kdykoli.

Jenže – právě ti poctiví pekaři už toho mají dost. Naštvali se a chtějí s „obecným“ povědomím něco udělat. Vzniklo pekařské oborové hnutí a zároveň názorová platforma s názvem Naši pekaři. V únoru zahájilo svou činnost. Naši pekaři podle vlastních slov nejsou spokojeni se současným stavem věcí týkajících se poctivého českého pekařského řemesla, vnímání chleba jako kulturního fenoménu, českých tradic a jejich posuzování mladou generací, zodpovědnosti vůči přírodě i člověku, kvality pečiva v českých obchodech, marketingových a obchodních praktik mnohých výrobců i prodejců, stravování školáků, zdravé výživy a životního stylu a šíření různých nepodložených mýtů kolem pečiva.

Svou činnost chtějí Naši pekaři zaměřit do následujících tří priorit:

- kultivace vnitřního prostředí, tedy poctivé české pekařiny. Zde se chce hnutí postavit za všechny, kteří podnikají v souladu s právem

a dobrými mravy, nešidí zákazníka, platí daně, neuchylují se k nekalému marketingu apod.,

- obrana české pekařiny proti nekalým obchodním zájmům a komunikačním praktikám některých subjektů či zájmových skupin, které chtějí cíleně poškodit české řemeslo, české produkty a tradici kvalitního českého chleba,
- náprava a osvěta spotřebitelské veřejnosti směrem k snižování plýtvání potravinami, zlepšení výživy mladé generace, zodpovědnému nakupování potravin a také připomenutí faktu, že chléb je „boží dar“ a výsledek pořádné dřiny, poctivé lidské práce.

Své aktivity chtějí Naši pekaři zaměřit především na laickou, nepekařskou veřejnost, kterou chtějí oslovit např. pomocí internetového portálu Chléb náš vezdejší.cz (www.chlebna-svezdejsi.cz), kde uživatelé najdou články o pekařském řemesle, výrobě pečiva, mýtech a faktech kolem zdravé výživy apod. Další aktivity proběhnou v rámci mediálních kampaní Fandím našim pekařům (významné osobnosti

vyjadřují podporu českému chlebu a pekařině) a Tohle Vám nezbaštíme (v ní budou odhalovány obchodní, marketingové a komunikační praktiky některých výrobců či prodejců pečiva a potravin obecně).

Směrem k odborné – především pekařské a potravinářské – veřejnosti připravilo hnutí Naši pekaři vlastní kodex, který musí respektovat ti, kteří se chtějí k názorové platformě buď přidat, nebo ji alespoň podporovat, např. vylepením samolepky s logem Naši pekaři na své provozovny a prodejny. V kodexu jsou stanoveny respektované hodnoty hnutí, mezi jinými péče o kvalitu řemesla a výrobků, úcta k tradici české pekařiny, společenská zodpovědnost a nekompromisní důraz na otevřenou, pravdivou a nezkreslující komunikaci s veřejností.

Hnutí Naši pekaři děkuje všem, kteří mu v úplných začátcích pomáhali: Svazu pekařů a cukrářů ČR za odborné rady, ministru zemědělství Marianu Jurečkovi za osobní záštitu, kterou myšlenka a webový portál věnoval, všem dobrým pekařům za to, že projektu od začátku fandili, a všem zákazníkům, kteří dosud nezapomněli, co znamená „chléb náš vezdejší“.

Hnutí Naši pekaři vzniklo jako soukromá iniciativa skupiny významných osobností z pekařského oboru z celé České republiky. Mezi její zakládající členy patří majitelé či manažeři pekařských provozů různých velikostí, specializací či tržní síly. Toto hnutí je zcela apolitické, z hlediska svých názorů a aktivit je dokonce nezávislé na oborových cechovních organizacích. (tz)

LeasePlan vede u nás i ve světě

V květnu uplyne dvacet let od okamžiku, kdy společnost LeasePlan Česká republika, s.r.o., na pražském Žofíně představila médiím svůj operativní leasing automobilů, do té doby ve zdejších končinách v podstatě neznámý produkt. Stejně jako tehdy stojí i dnes v čele české pobočky firmy Jaromír Hájek.

Co se vám vybaví, když si vzpomenete na dobu před dvaceti lety?

Spousta práce, přece jen jsme byli průkopníci a to s sebou neslo specifické úkoly – museli jsme o kvalitách operativního leasingu přesvědčit nejen klienty, ale i dodavatele, což bylo zpočátku možná ještě složitější. Ale vedle starostí se mi vybaví i nadšení všech kolegů, kteří se tenkrát nebáli vstoupit se mnou na nejistou půdu, a samozřejmě i velká radost. To když jsme krátce poté, co jsme zahájili obchodní činnost, podepisovali smlouvy s prvními klienty. Úžasné je, že někteří z nich jsou s námi stále.

O kolik zákazníků dnes pečujete a kolik vozů máte v portfoliu?

V současnosti se staráme přibližně o dvě tisícovky klientů, respektive o více než 20 000 je-



Jaromír Hájek

jich vozů. Žádná jiná společnost specializující se na full-service leasing, neboli nejvyspělejší variantu operativního leasingu, u nás tak rozsáhlou flotilu neprovozuje. Lídrem jsme i na globální úrovni. Na konci loňského roku naše centrála oznámila překonání hranice 1,5 milionu vozů, čímž jsme se stali první firmou v oboru, které se to podařilo. Zároveň vedení ohlásilo ambiciózní plán – do roku 2020 pokrýt hranici dvou milionů vozů.

Jak ke splnění tohoto plánu může přispět vaše pobočka?

První podmínkou je nalezení nových obchodních příležitostí, jako se nám to povedlo v případě produktu LeasePlan Go. Nabízíme jej necelé dva roky a za tu dobu jsme jeho prostřednictvím předali klientům z řad malých firem či drobných živnostníků už více než tisícovku vozů. Ukázali jsme tak, že operativní leasing není jen pro velké firmy s desítkami či stovkami vozidel. A druhým nezbytným předpokladem je udržení stávajících klientů. To se nám podaří pouze tehdy, když budeme schopni přicházet s novými a novými inovacemi, díky nimž přineseme ještě efektivnější a komfortnější řešení jejich mobility. Důležitou roli přitom budou hrát nejmodernější technologie. Už brzy například klientům nabídneme balíčky služeb založených na využití telematických dat, které do-

kážeme sbírat online z jednotlivých vozidel. Můžeme se zaměřit například na spotřebu paliva, protože dokážeme velice přesně analyzovat jízdní styl každého řidiče – jak ostře projíždí zatáčky, jak prudce dobrzdí, jak agresivně předjíždí a podobně. Telematická zařízení můžeme využít i pro včasnou diagnostiku poruch, při vyhledávání odcizených vozidel a podobně.

S jakými největšími překážkami se dnes potýkáte?

V našem oboru panuje velice tvrdá konkurence. To vede k tomu, že některé společnosti nabízejí zákazníkům zcela nereálné výše splátek. Hrozící ztrátovost obchodu se pak snaží dohnat při závěrečném vyúčtování, kdy po zákazníkovi požadují vysoké doplatky za tzv. nadměrné opotřebení vozu. Taková špatná zkušenost pak vrhá stín na celý obor a doplácí na to i seriózní společnosti. U nás například vyčíslení nadměrného opotřebení provádějí inspektoři nezávislé instituce podle mezinárodně platných manuálů, které jsou klientům volně k dispozici. Podobných příkladů bych mohl uvést více. Naštěstí stále větší počet zákazníků už chápe, že v případě operativního leasingu není samotná výše splátky rozhodujícím faktorem. Důležité je přesně vědět, co za své peníze dostanete.

ptala se Eva Brixl

Jaromír Hájek

Absolvoval zahraniční obchod na Vysoké škole ekonomické v Praze. V manažerských pozicích pracuje od roku 1991. Nejprve působil jako ředitel českého zastoupení nizozemské poradenské společnosti Larive Holland.

V letech 1995 až 2007 byl prvním generálním ředitelem společnosti LeasePlan ČR.

V roce 1999 se zároveň stal ředitelem slovenské filiálky.

V období 2006 až 2007 se podílel na zahájení činnosti rumunského zastoupení skupiny. Mezi lety 2007 až 2011 působil na pozici generálního ředitele společnosti LeasePlan Itálie, v lednu 2012 se vrátil do čela české pobočky. Je držitelem titulu Manažer roku 2012 v oblasti doprava a logistika, viceprezidentem prezidia České manažerské asociace, působil i jako člen představenstva České leasingové a finanční asociace.

Český výrobce luxusního nábytku dobývá již deset let zahraniční ambasády



foto Triant

Rodinná firma Triant, výrobce nábytku v klasickém stylu, vybavila během čtvrtstoletí své existence stovky bytů, právních kanceláří, luxusních hotelů, ale také například senátní kanceláře či vládní interiéry v Hrzánském paláci, Slavíčkově vile apod. V poslední dekádě navíc získala jedno nenápadné, ale o to prestižnější prvenství: nábytek z jejích dílen zdobí jedenáct velvyslanectví šesti zemí v sedmi státech světa.

Spojené státy americké, Belgie, Argentina či Německo. Washington, Berlín, Lipsko nebo Budapešť. Pět českých ambasád, ale též velvyslanectví Ruska, Německa či Palestiny. Tyto reference činí ze společnosti, kterou v České republice zná především movitější soukromá klientela, manažeři a právní kanceláře, aspiranta na pomyslný titul „dvorní dodavatel ambasád“. Miloš Horák, zakladatel firmy Triant, přitom začínal ještě za komunistického režimu jako restaurátor nábytku v Kutné Hoře. Postupně se svou firmou realizoval zakázky pro více než desítku velvyslanectví. „Ambasadoři jsou logicky jednou z našich cílových skupin. Právě velvyslanectví přece mají být výstavní skříní

svého státu, musejí působit seriózně, ale rozhodně ne zakonzervovaně nebo zapškle. Klasický styl a ušlechtilé dřevěné materiály jsou k takové solidní a zároveň moderní reprezentaci ideálním prostředkem,“ řekl Miloš Horák.

Začalo to Budapeští, poslední je zatím Palestina

V roce 1998 získal Triant svou první zakázku pro velvyslanectví – ruskou ambasádu v Budapešti. Dodal pro ni interiér zasedací místnosti, kancelář velvyslance a vybavení některých přílehlých prostor. Klient byl s výsledkem spokojen, a jelikož diplomatický svět představuje bohaté předivo vzájemně propojených vztahů, kontaktů a referencí, získal Triant nejen dobré jméno, ale podařilo se mu spustit i jistý dominový efekt. „Následovaly zakázky pro česká velvyslanectví, a to i v tak exotických zemích, jakými jsou Argentina či Severní Korea. Ruští ambasadoři nám však také zachovali přízeň a náš nábytek stojí v interiérech jejich velvyslanectví v Lipsku a Berlíně,“ vypočítal Miloš Horák. Zatím posledním odběratelem z řady ambasadorů bylo pražské velvyslanectví Palestiny v roce 2015.

Ambasadoři preferují ořech a třešeň, ale také skryté dveře a trezory

Zakázka pro velvyslanectví se v zásadě neliší od standardního plnění Triantu, ale přesto svá

specifika má. Nábytek pro ambasády většinou vychází z některé z pěti kolekcí, které firma vyrábí, design však bývá upraven potřebám a vkusu klienta.

„Řešili jsme též individuální požadavky, jsou to skrytá dvířka na trezor, držáky na vlajky nebo plastiky různých znaků či erbů. Méně obvyklé jsou například tajné zásuvky nebo schránky v některých kusech nábytku, ty obvykle slouží pro ukládání dokumentů, ale také zbraní nebo cenností,“ vysvětlil Miloš Horák. „Tajné dveře do skrytých místností a nenápadné tlačítka k nim patří též mezi oblíbená zadání ambasád. U jedné ze zakázek byly skryté dveře dokonce součástí velké knihovny a objevily se až po odklopení dílu s knihami, takže pro běžného návštěvníka byly zcela neviditelné.“

Velkým tématem je pro Triant také původ materiálů, které pocházejí výhradně z Evropy, čímž se firma odlišuje od levných dovozů z východu. To s sebou nese vyšší výrobní náklady, a tedy i zatížení zákaznickova rozpočtu, avšak Miloš Horák považuje ekologický přístup vykoupěný vyšší cenou za svou přednost. A jaké výrobky a materiály patří mezi ambasadorů k nejoblíbenějším? Jde většinou o klasické dřeviny, jako jsou ořechové nebo třešňové dřevo, z ostatních materiálů pak kvalitní kůže a anglické látky. Mezi kovy vede mosaz a leštěná nerez. (tz)

Dobrý pocit z podpory ušlechtilých cílů a myšlenek

Mercedes je značkou, která patří do světa nej nej. Je to zkrátka klasika, která zasahuje několik generací, ať již člověk sází na rozum, či emoce. Mercedes je symbiozou obého, synergií technologické dokonalosti a ojedinělé nádhery. Alespoň o osobních vozech to lze tvrdit víc než na sto procent. Mercedes se však neváže jen k blahobytu či dokonalosti. S Ing. Janem Bubeníkem, Sales and Marketing Directorem Mercedes-Benz Praha, jsme připravili následující řádky na úplně jiné téma, než byste možná očekávali:

Podporujete yourchance o.p.s. a projekt Začni správně. Proč yourchance a proč zrovna tuto část aktivit?

Yourchance vzdělává a podporuje mladé lidi v tom, aby uvažovali do budoucna, aby přemýšleli o hodnotě peněz, a stávali se tak zodpovědnými vůči sobě i společnosti. Projekt Začni správně jde v tomto směru ještě dál a pomáhá v celkové integraci dětí z dětských domovů do společnosti. Vzdělávání mladistvých a integrace dětí z dětských domovů – to jsou zkrátka důležité oblasti, které si myslím, že je třeba podporovat.

Proč by se měla podle vás veřejnost o toto téma zajímat?

Žijeme v této společnosti a měli bychom chtít dohromady podporovat a začleňovat mladé lidi, kteří neměli tolik štěstí, aby mohli vyrůstat v úplných rodinách, za normálních podmínek. Naši podporou se hlásíme k těmto hodnotám a cílům společnosti yourchance, která řeší otázky prevence předluženosti, bezdomovectví a trestné činnosti v České republice, stejně tak jako svými dalšími projekty přispívá k vyšší finanční gramotnosti.

V čem vidíte důležitost firemního dárcovství a dárcovství obecně?

Pokud firmy, nebo i jednotlivci, mají prostředky k darování, stačí svou investici pouze správně nasměrovat.

Co je pro vás ve vztahu dárce – obdarovaného nejdůležitější?

Za mě je na prvním místě vždy dobrý pocit z podpory ušlechtilých cílů a myšlenek. Je skvělé vidět, že díky našemu smartu může yourchance bezproblémově cestovat a pořádat workshopy, které jsou tolik žádané, po celé České republice.

Člověku, který se chce stát dárce, ať už individuálním, nebo firemním, byste možná něco poradil...

Určitě je třeba dobře zvážit svou investici. Mělo by se shodovat vlastní přesvědčení o správ-



Ing. Jan Bubeník

nosti daného projektu s všeobecnou prospěšností.

Začleňování mladých dospělých z dětských domovů do běžného života není jednoduché a někdy dá dost práce. Co podstatného na tom spatřujete?

Právě tu podporu, kterou projekt Začni správně poskytuje. Pro děti z dětských domovů je začlenění do běžné společnosti mnohem komplikovanější než pro děti, které pocházejí z běžných poměrů. Je to velmi citlivé téma, ale je skvělé, že tato iniciativa u nás funguje a jsem rád, že můžeme yourchance pomáhat. (red)



A toto je autíčko, které používá Jana Merunková (vlevo) a Gabriela Křivánková (vpravo) ze společnosti yourchance

Plzeňský Prazdroj

je pro studenty top zaměstnavatel

Plzeňský Prazdroj patří mezi české top zaměstnavatele roku 2015. Anketní projekt*, pořádaný Asociací studentů a absolventů, zkoumá od roku 2011 kariérní preference studentů českých vysokých škol. Nejvýznamnější český výrobce piva se již tradičně objevuje na předních příčkách ankety a v letošním ročníku zvítězil v kategorii Spotřebitelský průmysl již potřetí.



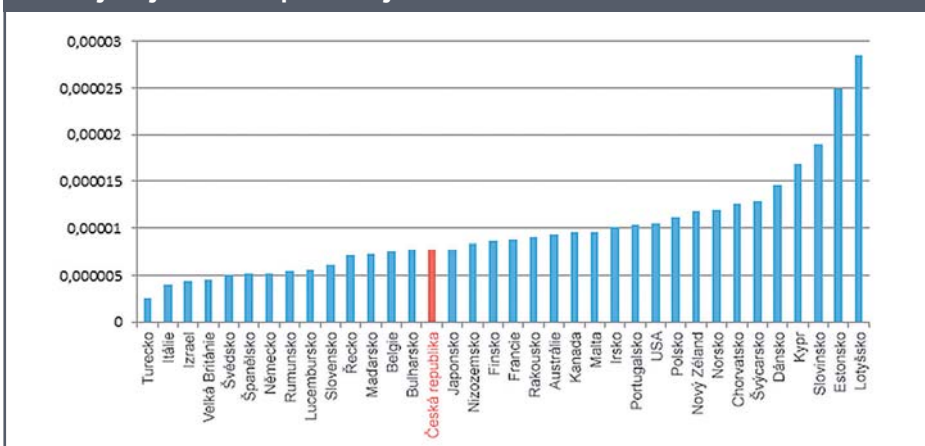
firmy, a získají tak řadu cenných zkušeností. „Spolupráce s vysokými školami je pro nás klíčovou záležitostí. Dokážeme studentům nabídnout prostředí, ve kterém mohou propojit teorii s praxí, a tím se stát lépe uplatnitelnými na pracovním trhu. Naše letní stáže, trainee programy, brigády či juniorské plné úvazky jsou vhodné jako dobrý start kariéry. Protože se nebojíme dát šanci mladým lidem, jsme již tradičně na předních pozicích v průzkumech mínění. Navíc se se studenty snažíme být v kontaktu. Pořádáme pro ně nejrůznější projekty, účastníme se jejich akcí, veletrhů, a i díky tomu o nás vědí,“ řekl Tomáš Srb z Plzeňského Prazdroje.

Anketa ukázala, že studenti si svého budoucího zaměstnavatele volí především podle pracovní náplně, systému odměňování a možností růstu ve firmě. Více než polovina studentů má již pracovní zkušenosti ve svém oboru a od svého prvního zaměstnání po škole očekává nástupní plat kolem 24 000 korun. Budoucí absolventi plánují zůstat u svého prvního zaměstnavatele alespoň pět let a nemají problém se kvůli vysněnému zaměstnání přestěhovat do jiného města, či dokon-

ce do zahraničí. Z průzkumu vyplývá, že studenti vítají možnost zúčastnit se stáží ve firmách. V tomto ohledu jim Plzeňský Prazdroj vychází vstříc a již po několikáté otevře letní stáže pro studenty 4. a 5. ročníků vysokých škol technických, chemicko-technologických i ekonomických oborů. Vybrání stážisté budou zodpovědní za realizaci konkrétních projektů, během nichž mají možnost pravidelných konzultací s managementem

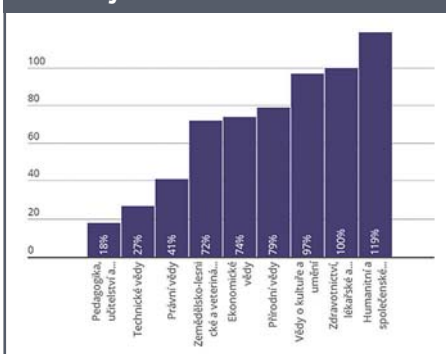
Projekt Top zaměstnavatelé není jediným průzkumem, který ukazuje oblíbenost lídra českého pivního trhu mezi studenty. V loňském roce se umístil mezi deseti nejlépe hodnocenými zaměstnavateli žebříčku Czech Republic's Most Attractive Employers, který zjišťuje kariérní preference a očekávání mladých talentů v ČR a účastní se ho více než 13 000 respondentů. Plzeňský Prazdroj obsadil 7. příčku v kategorii Natural sciences. Již tradičně vítězí také v průzkumu mezi českými vysokoškoláky o nejžádanějšího zaměstnavatele v Plzeňském kraji. Studenti vysokých škol ho dosadili již dvakrát na první místo v kategorii The Most Desired Company, tedy nejvíce obdivovaná společnost. (tz)

Podíl vysokých škol na počet obyvatel

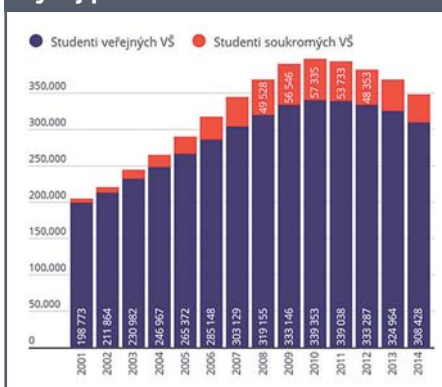


* Od 5. října do 2. prosince 2015 sbírali organizátoři projektu Top zaměstnavatelé data týkající se preferencí českých studentů směrem k budoucímu zaměstnavateli. K online hlasování byli vyzváni studenti více než 30 českých vysokých škol napříč republikou. Do výzkumu se nakonec zapojilo 10 360 studentů, tedy téměř o 2000 studentů více než loni. Letošní ročník Top zaměstnavatelé proběhl pod záštitou Ministerstva práce a sociálních věcí ČR, Ministerstva školství a tělovýchovy ČR, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a České studentské unie.

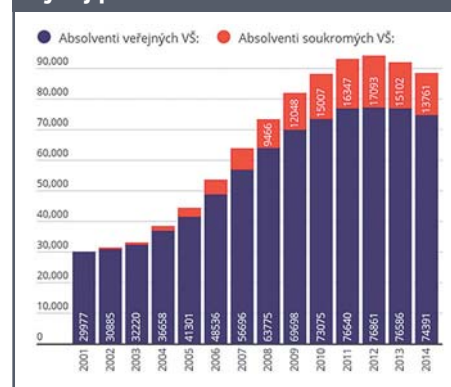
Nárůst počtu studentů mezi lety 2001–2014



Vývoj počtu studentů VŠ



Vývoj počtu absolventů VŠ



COOP. DOBRÉ JISTOTY.

Skupina COOP
realizuje projekt

Rodné listy vlastních značek COOP

v souvislosti s postupným
umísťováním QR kódů na obaly
výrodků vlastních značek COOP

S cílem poskytnout svým zákazníkům další informace o vlastních značkách COOP formou využití moderních komunikačních technologií byl v loňském roce připravován skupinou COOP základní koncept využití QR kódů. QR kód představuje novou generaci informačního zdroje, dokáže zakódovat mnohem větší množství dat než klasický EAN čárový kód. Již v zadání tohoto projektu byl založen požadavek spočívající v tom, aby tato komunikační cesta šla za hranice běžně využívaných možností, které jsou dosud v tomto smyslu jinými obchodními subjekty aplikovány.

Jde o vytvoření kompletní databázové webové platformy, jež přidělí každému výrobku vlastní značky COOP samostatnou webovou stránku, tedy jakýsi „Rodný list“ té které značky COOP. Ten se zobrazí po načtení příslušného QR kódu. Všechny informace tak budou dostupné nejen na klasických stolních počítačích, ale především je bude možné číst z jakéhokoliv mobilního zařízení, tedy chytrého telefonu nebo z tabletu. Zvolená struktura systému tak umožní přístup k datům, navíc s možností jejich využití i v mobilních aplikacích.

K zákazníkovi se tak touto cestou dostanou detailní informace o jednotlivých produktech vlastních značek COOP, jako např. složení výrobku, výživové údaje, údaje o alergenech, údaje o výrobci, logistické údaje atd. „Rodný list“ bude obsahovat fotografii výrobku s možností jejího vytištění a také logo kategorie výrobku, do které je vlastní značka zařazena.

Navíc, ke každému výrobku, do každého „Rodného listu“, je možné zařadit jakoukoliv jinou i marketingovou informaci, a to včetně



krátkodobé, například „novinka“, „probíhá soutěž“ atd. Využití QR kódů bude také jednou z možných cest, jak může zákazník nebo obsluhující personál prodejny získat a poskytnout povinné zákonné informace o výrobku.

Projekt zavádění QR kódů bude uskutečňován postupně, a to v závislosti na využití stávajících skladových zásob obalů u výrobců a dodavatelů a na potřebě tisku nových obalů vlastních značek COOP.

QR kódy na vlastních značkách COOP budou v první etapě umísťovány na foodové výrobky, prioritně na jejich exkluzivní řadu COOP DOBRÉ JISTOTY (www.dobrejistoty.cz).

Informační hodnotu tohoto projektu je možné posoudit stáhnutím příloženého QR kódu:



DOBRÉ
JISTOTY

coop

COOP. VŠECHNO DOBRÉ.



Všímavost je...

Ocitla jsem se na jedné snídani pro spousty manažerů, pro ty, kteří denně podléhají trýzni stresu a nelíbí se jim to. A touží po jediném – odnaučit se to, žít lépe než pod tlakem. Na toto setkání, kde přednášeli Marcela Roflíková a Jan Honzík, mne pozvalo nakladatelství Grada Publishing. To zde také nabízelo řadu publikací, které nás, vyhořelé ubožáky, mají vést k pohledu na život pod jiným úhlem než

pod tím, který tahá dnes za opratě a dělá z nás bláznů. Například knihu Všímavost (Cesta ke zklidnění myslí pro ty, co nestihají). Pojem všímavost se stává fenoménem, jde o techniku, již si můžeme osvojit právě proto, abychom přestali být směšně manažerští. Co si mezi nebe a zemí totiž bije na poplach: pod tíhou korporátních kultur, pod nátlakem technologií, které již včera ztratily hodnotu danou vývojem těch, které je předčily, pod tíhou důrazu na výkonnost a nutnost být tím, který jen a jen řeší, jsme přestali být těmi, kteří prostopáše hřeší a radují se z drobností. Když o tom polemizují i vysokoškoláci, tím hůř. A tak tedy – všímavost. Je zde pro to, abychom se uměli dívat a vnímat. A uvědomili si, kdo jsme. Začela jsem se...

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtěte s námi

Ve Washingtonu české tramvaje

Americký Washington D. C. po více než půl století obnovil v sobotu 27. února tramvajovou dopravu. V 10 hodin dopoledne se první cestující projeli ulicemi hlavního města USA ve třech tramvajích českého výrobce Inekon Group. Dodávka tramvají byla součástí kontraktu v hodnotě 30 mil. USD, v rámci kterého dodal Inekon Group své vozy také do dalších amerických měst – Portlandu a Seattlu. „Zahájení provozu ve Washingtonu D. C. je pro nás stejně dobrou zprávou jako nedávné otevření nové tratě se sedmi našimi tramvajemi v Seattlu. Jde o mimořádný úspěch, který potvrzuje skvělé renomé českého strojírenství. Téměř všude ve světě nyní zaznamenáváme oživení poptávky,“ řekl Josef Hušek, statutární ředitel a předseda správní rady Inekon Group, a. s. „Největší potenciál cítíme v Číně. Od roku 2015 tam spoluplastníme 17% podíl v hodnotě přibližně 200 mil. Kč ve firmě Tong Hao. Její roční výrobní kapacita je 150 tramvají,“ dodal Josef Hušek. Soupravy pro Washington D. C. byly vyrobeny již v roce 2007. Směřovat měly na trať Anacostia Line, která však nebyla dostavěna. Na žádost zadavatele byly následující dva roky uskladněny v depu Dopravního podniku Ostrava. V roce 2009 je Inekon Group převezl do USA a oficiálně předal zákazníkovi – společnosti WMATA. Od té doby byly ale vozy opět zakonzervovány. Mezi tím byla ve Washingtonu D. C. dokončena trať na H Street a Benning Road, kde budou vozy nakonec jezdit. Tramvaje vycházejí z modelu 12-TRIO. „Tímto typem tramvají cestují i obyvatelé dvou moravských metropolí – Ostravy a Olomouce,“ doplnil Josef Hušek. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, březen 2016

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o. Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Notebooky slaví 35 let, jejich kratší životností narůstá množství elektroodpadu

Přenosné počítače neboli notebooky začaly před více než 35 lety z kanceláří i domácích pracoven vytlačovat stolní počítače. S rychlým rozvojem technologií přišla také nutnost jejich častější obměny. Zatímco

v roce 1997 se průměrná životnost přenosného počítače v rozvinutých zemích pohybovala okolo šesti let, v roce 2005 už to byly pouhé dva roky. Kvůli tomu narůstá velké množství odpadu z elektrozařízení, které ne vždy bývá využito. Většinu součástek je přitom možné materiálově recyklovat.

První pokusy o vytvoření přenosného počítače začaly už v 70. letech minulého století. K současným přenosným počítačům, jejichž váha se může dostat i pod jeden kilogram, však vedla ještě dlouhá cesta. První komerčně úspěšný předchůdce dnešních notebooků nesl název Osborne1 a vážil okolo deseti kilogramů. Na trh se dostal v roce 1981. Vývojáři ale museli na přenosných počítačích ještě zapracovat. Koncem 80. let 20. století už se objevily první počítače podobné těm dnešním.

Češi mění počítače každé dva až tři roky

Rychlý vývoj technologií s sebou přináší také častější obměnu notebooků. Podle odborníků výměnu starých počítačů za nové podstupujeme každé dva až tři roky. Jedním z důsledků lepší dostupnosti a kratší životnosti notebooků je nárůst množství elektroodpadu, které je třeba ekologicky zpracovat. „Od roku 2006 stoupá v České republice množství zpětně vybraného elektroodpadu. V roce 2006 to bylo 21 138 tun. Do roku 2014 se množství zpětně vybraného odpadu více než zdvojnásobilo, v roce 2014 se vybralo už více než 55 000 tun odpadu z elektrozařízení,“ uvedl David Vandrovec, ředitel skupiny REMA, která se zabývá zpětným odběrem vysloužilých elektrospotřebičů a baterií.

Co se děje dál...

Až padesát milionů tun elektronického odpadu se ročně vyhodí po celém světě. Jen něco málo přes 12 % se doopravdy recykluje. Elektronika přitom obsahuje měď, stříbro, zlato nebo palladium, tedy kovy, které lze dále bez problémů použít. Kovy totiž používáním neztrácejí svou kvalitu. „Díky moderním technologiím lze při recyklaci elektroodpadu získat až 95 % kovů zpět,“ popsal David Vandrovec. Při recyklaci kovů se dokonce ušetří mnoho energie, kterou by bylo jinak nutné spotřebovat při primárním získávání. „Například recyklací hliníku ušetříme až 95 % energie oproti získávání hliníku z rudy,“ dodal David Vandrovec. V České republice se se zpětně odebranými elektrozařízeními a elektroodpadem nakládá několika způsoby. Zařízení se mohou opětovně využít, rozebrat na materiály a materiálově recyklovat nebo energeticky využít. Ideální a ten nejekologičtější způsob představuje samozřejmě jejich opětovné využití a recyklace. Separace elektroodpadu v České republice funguje od roku 2005. Kategorie informačních technologií a telekomunikačních zařízení, kam spadají také notebooky, tvoří přibližně 15 % zpětně odebraných zařízení. V této kategorii se rovněž nejvíce odpadu využije v rámci opětovného použití nebo materiálově. „Lidé si často neuvědomují, že některé součásti počítačů a další elektroniky mohou být toxickým odpadem v případě nesprávného nakládání. Proto je velmi důležité jej ekologicky likvidovat. Právě zpětný odběr zařízení je jediným řešením, jak se šetrně zbavit starých spotřebičů. Příkladem správné praxe využití elektrozařízení je například projekt Zelená firma. Všem domácnostem pak doporučujeme projekt Bud' líný, díky kterému je zajištěna efektivní recyklace, včetně bezplatného odvozu přímo z domácností,“ uzavřel David Vandrovec. (tz)



foto Shutterstock

Investice, Polsko, Česká republika a miliardy

Objem investic ve střední a východní Evropě za minulý rok dosáhl 9 milionů eur. Na prvním místě v regionu je s dokončenými investičními transakcemi v hodnotě 4,1 miliardy eur Polsko, následuje Česká republika s 2,65 miliardy eur. S tím, jak rostou ceny nemovitostí a ubývá dostupných produktů na klíčových trzích v Evropě, přitahuje region střední a východní Evropy stále větší objem kapitálu, který přináší rušnou investiční aktivitu.

Stuart Jordan, vedoucí investičního oddělení JLL pro Českou republiku a region střední a východní Evropy, k tomu řekl: „Celkový objem investic do nemovitostí za rok 2015 činil téměř 9 miliard eur, což představuje historicky třetí nejlepší roční výsledek zaznamenaný v regionu střední a východní Evropy. Zatímco 76 % veškerých transakcí přilákalo Polsko a Česká republika, v roce 2015 jsme zaznamenali také pokračující zájem o Maďarsko, Rumunsko a Slovensko. Nový kapitál teď navíc směřuje i do regionu jihovýchodní Evropy, přičemž nejvíce velkých institucionálních investorů dokázalo přitáhnout Srbsko. Zájem investorů pokračuje i nadále, a podíváme-li se na právě rozjednané a očekávané transakce, lze předpokládat, že rok 2016 bude pro střední a východní Evropu dalším skvělým rokem.“

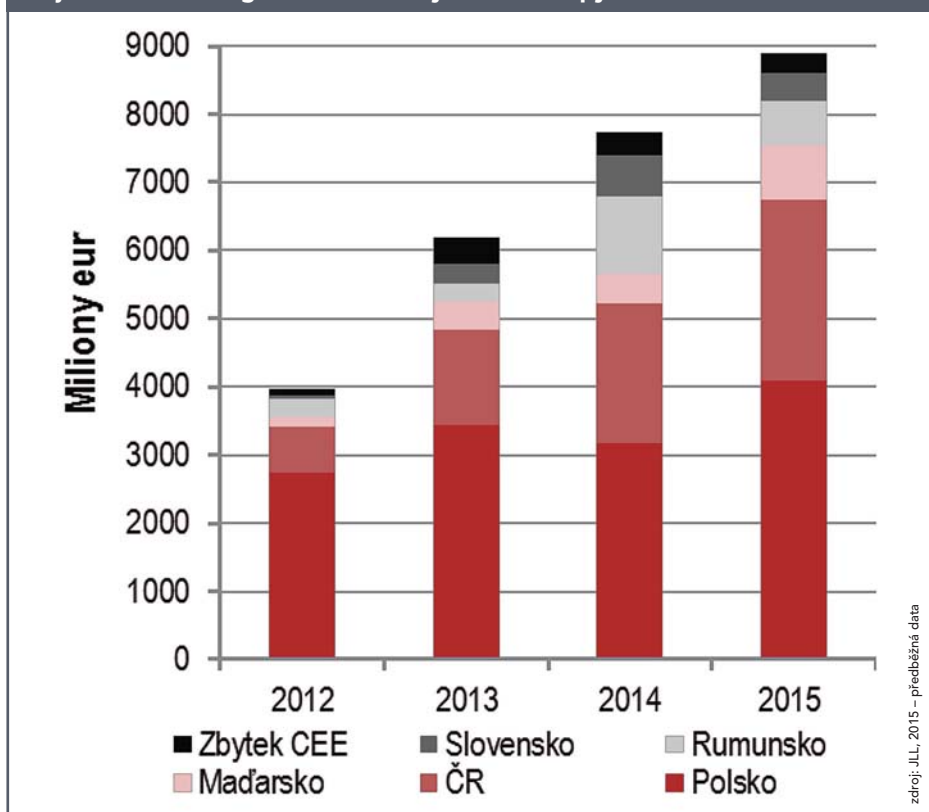
V celoročním srovnání dosáhlo díky rekordním výsledkům druhého pololetí na první příčku Polsko s investicemi v hodnotě 4,1 miliardy eur, což představuje 46 % celkového objemu investic v regionu. Následuje Česká republika s 30 % (2,65 miliardy eur investic) a dále Maďarsko (9 % – 790 milionů eur), Rumunsko (7,5 % – 650 milionů eur), Slovensko (4,5 % – 412 milionů eur) a země jihovýchodní Evropy (3 % – přibližně 300 milionů eur). Pro Českou republiku byl loňský výsledek nejlepší od roku 2007, kdy celkový roční objem investic činil 2,87 miliardy eur. Po silném začátku roku byly v druhém pololetí zaznamenány další transakce o objemu 1,45 miliardy eur, takže celkový objem investic se za uplynulý rok vyšplhal na 2,65 miliardy eur. Druhé pololetí tak přineslo o 65 % více investic než v roce 2014 a celoroční výsledek byl jen o 8 % nižší než rekordní výsledek z roku 2007. Druhé pololetí přineslo 25 transakcí s průměrnou hodnotou 58 milionů eur. Největší aktivita byla zaznamenána v sektoru kancelářských (12 transakcí) a maloobchodních (7 transakcí) nemovitostí. Přestože rezidenční

sektor není v České republice zavedeným institucionálním investičním trhem, představoval největší transakci druhého pololetí prodej rezidenčního portfolia RPG Bytů realitnímu fondu Round Hill Capital patřícímu pod Blackstone. Prodej byl dokončen v srpnu a hodnota transakce činila 700 milionů eur. „Domácí kapitál v roce 2015 dále posílil svou pozici v rámci diverzifikovaného českého kapitálového trhu. V druhém pololetí jsme zaznamenali 62 % investic do kancelářských nemovitostí a 50 % do maloobchodních nemovitostí realizovaných zástupci českého kapitálu,“ sdělil Stuart Jordan. Za zmínku stojí akvizice multifunkčního, převážně retailového projektu Savarin českou skupinou Crestyl od developerské společnosti Ballymore za zhruba 84 milionů eur. O projekt, jehož realizace je příležitostí k regeneraci několika navazujících budov sahajících až k Václavskému náměstí, soupeřilo několik mezinárodních i domácích investorů.

„Zaznamenali jsme také několik maloobchodních transakcí, které poukázaly na pokračující zájem o investiční příležitosti v regionech. Například prodej nákupního centra Varyáda v Karlových Varech či prodej maloobchodního portfolia Bluehouse přispěly k tomu, že investice v maloobchodním sektoru dosáhly za druhé pololetí 322 milionů eur,“ vysvětlil Stuart Jordan. Objem investic do kancelářských nemovitostí oproti prvnímu pololetí narostl o 74 %, přičemž počet jednotlivých transakcí se zdvojnásobil na 12. Největší transakcí druhého pololetí v oblasti logistických a industriálních nemovitostí byla akvizice areálu společnosti Amazon poblíž pražského letiště společností AEW za 75 milionů eur. „Značný počet rozjednaných transakcí ve všech sektorech a příhodné podmínky financování dávají tušit, že rok 2016 opět přinese velký objem investic realizovaných širokým spektrem investorů,“ uzavřel Stuart Jordan. (tz)



Objem investic v regionu střední a východní Evropy v letech 2012–2015



NAŠE OBRÁBĚCÍ
STROJE
VÍCE NEŽ 100 LET
VYTVÁŘEJÍ SVĚT
OKOLO VÁS

VODOROVNÉ VYVRTÁVACÍ A FRÉZOVACÍ STROJE VODOROVNÁ OBRÁBĚCÍ CENTRA

Nejen tradice, ale především dovednost a nápaditost svých lidí, to je základ, na kterém společnost staví.

Vodorovné vyvrtávačky stolové a deskové, obráběcí centra, speciální stroje - to vše umocněno pestrou nabídkou služeb.

Více na

www.tosvarnsdorf.cz

WHR 13 (Q)



WHtec 130



WRD 130/150 (Q)



TOS VARNSDORF a.s., Říční 1774, 407 47 Varnsdorf, Česká republika
Tel: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 269
E-mail: info@tosvarnsdorf.cz, www.tosvarnsdorf.com, www.tosvarnsdorf.eu

