

březen 2018

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Karel Pacourek

Pavel Mikoška

Jiří Kopáček

Michael Valášek

Barbora Kaprálová

Jiří Hollein

Matěj Kretík



Karel Pacourek

**Filozofií značky jsou inovace
a zdravý selský rozum**

rozhovor na stranách 2–4

Filozofií značky jsou inovace a zdravý selský rozum



Když jsem navštívila areál Družstevních závodů Dražice, jako bych se ocitla jednou nohou v inspirující době První republiky, druhou však na půdě firmy, kde

třisměnný provoz dává příležitost odhadnout, že se zde vyrábí spousta užitečných zařízení, bez nichž se člověk dnes neobejde. Nejen stylově zrekonstruované budovy, ale především stopa přemýšlivosti někdejší generace, to vše jako výchozí bod novodobé vynalézavosti a hledání cesty, která bude nejen akcionářům, ale především zákazníkům dávat smysl. Tak nějak bych si dovolila stručně charakterizovat to, co mne napadlo, když jsem měla příležitost seznámit se s filozofií podniku a snahou cizelovat postavení na českém i mezinárodním trhu.



Ing. Karel Pacourek

foto Martin Šimek

Společnost Družstevní závody Dražice, největší český výrobce ohřívačů vody a výhradní dodavatel kvalitních švédských tepelných čerpadel NIBE, zaznamenala výborný rok 2017. Potvrzují to její ekonomické výsledky, včetně tržeb, které vzrostly oproti roku 2016 téměř o 9,7 % na 1,4 mld. korun. Na celkovém obratu se nejvýrazněji podílel tuzemský prodej produktů DZD (50 %), dále prodej tepelných čerpadel NIBE (22 %) a zbytek tvořil export do zemí EU, Ruska nebo Severní Ameriky (28 %). Co stojí za takovým úspěchem? Mno-

hé možná napoví úvahy generálního ředitele Družstevních závodů Dražice-strojirna s.r.o. Ing. Karla Pacourka:

Jste největším výrobcem ohřívačů vody v České republice, ale zná vás celá Evropa, potažmo mnozí odběratelé vzdálenějších destinací. Jaký to je pocit?

Mnozí vědí, že Družstevní závody Dražice jsou firmou s dlouholetou tradicí – původně to bylo výrobní družstvo, které ohřívače teplé vody do-

dávalo na trh od roku 1956. Bylo tak slavné a bohaté, že mělo svoji vlastní kapelečku i hospodu. Tehdejší záměr vyrábět to, co lidé budou stále potřebovat, byl velmi nosný. A nám dávalo smysl, po řadě změn týkajících se vlastnictví a formy podnikání, na to navázat. Dnes jsme členem švédské skupiny NIBE a naše bojler s jedinečným systémem topných keramických těles mají více než poloviční podíl na domácím trhu. Cílem je však vedoucí postavení s ohřívači vody v ČR ještě upevnit a posílit je i mezi nejlepšími evropskými firmami v oboru. Vycházíme z jasně daných atributů: dlouholetá tradice, vysoká kvalita, nadstandardní služby zákazníkům a odpovědnost vůči životnímu prostředí. Pro stabilitu našeho businessu hraje nepopiratelná výhoda. Lidé teplou vodu potřebují stejně tak jako jídlo, oblečení nebo bydlení. Tedy abych odpověděl – pocít je to velmi povzbuzující. Na druhé straně sám o sobě nestačí.

Exportujete do řady zemí, které destinace jsou těmi, na něž spoléháte nejvíce?

V současné době vyvážíme do 40 zemí světa a rádi bychom export ještě pozvedli. Tři čtvrtiny obratu ohřívačů teplé vody jdou na trh ČR a SR a 30 % připadá na export do zemí Evropské unie, Ruska, na Ukrajinu, do pobaltských zemí a zemí bývalého Sovětského svazu. V Rusku jsme na prvním místě v prodeji sofistikovaných ohřívačů. S těmi jsme pronikli také do Chile, která je nejvíce proevropsky orientovaná země z Latinské Ameriky. Ale dodáváme i do Mongolska jistému podnikateli, který dříve studoval v Česku a má k nám velmi dobrý vztah. Co z toho plyne: vývoz cílíme především do Evropy, a to z prostého důvodu. Naše výrobky jsou objemově neskladné, jsou to velké kusy a převážet je znamená mimo jiné vozit vzduch, a to je na delší vzdálenosti neekonomické.

Čím jste si získali své zákazníky? A jak se z nich stávají ti věrní? Hraje svou roli stále tradice?

Předně kdo je náš zákazník: jsou to zejména instalatéri, kteří nakupují v odborných velkoobchodech. Tradice svoji roli hraje, a to ve znalosti našeho sortimentu a dlouhodobé spolupráci s odběrateli. Instalatéri jsou platformou prodeje, na jejich erudici, zkušenosti a práci sázíme. Víme také, že nechceme být nejlevnější, ale tato zásada je podložena snahou dát uživateli ty nejlepší garance kvality, servisu, údržby, tedy jistotu, že mají vždy všechno nainstalované v pořádku, podle pravidel, certifikací, že se prostě mohou spolehnout. To je naší velkou přidanou hodnotou.



2x foto archiv DZD Dražice

Nechceme prodávat jen na množství, třeba přes internet, bez jakéhokoli poradenství. Potřebujeme zpětnou vazbu, čili vztah. Instalatér je základ, pevná osa naší klientely. Musíme se snažit, aby byl spokojený, abychom mu poskytovali školení o novinkách, informace, jaké potřebuje, byli stále po ruce, když se vyskytne problém, dokázali poradit. Montovat se musí podle přísných pravidel, a nejen proto, aby vše dobře sloužilo, ale i proto, že když se něco stane, aby měl koncový uživatel pádný argument například pro pojišťovnu. Tedy snažíme se dát jistotu.

Všimla jsem si, že když stavebník konzultuje s instalatérem, jak vybavit technickou místnost rodinného domku, odpověď je velmi často stejná: jedině Dražice! To je reference, která nemá konkurenci...

Víme o tom a velmi si toho vážíme. Nejsou to pro nás jen reference, je to něco více. Je to součinnost zhruba s 200 servisními firmami, které nám věří. Taková slova „jedině Dražice“ jsou zároveň odpovědí na naši strategii.

Většina lidí touží po technologicky špičkových výrobcích jednoduchých na ovládání, údržbu i opravy...

Myslím, že jdeme přesně tímto směrem. DZ Dražice i NIBE do rozvoje výroby investují, jak do nových technologií a modernizace, tak

do samotného vývoje, který kopíruje všechny zásadní požadavky trhu. Nechceme koncového uživatele obtěžovat nesmysly, ale dobře sloužit, šetřit mu energie, čas, nervy. Respektujeme požadavky na chytrá zařízení, ale nepřeháníme to do té míry, aby byli lidé z používání našich vý-



robků vystresování. Vždy hledáme smysl inovací, neděláme inovace pro inovace.

Mezi novinky posledních let se řadí 3. generace inteligentního ohřívače vody OKHE Smart, průlomový model tepelného čerpadla systému vzduch-voda NIBE F2120 se sezonním tepelným faktorem vyšším než pět, a dále ventilační tepelné čerpadlo NIBE F730 pro energeticky šetrné budovy. A letos jsme představili dvě novinky, jednou z nich je elektrický plochý ohřívač vody OKHE ONE pro malé a úzké prostory, který se začal velmi dobře prodávat.

Naše zařízení se vyznačují skutečně jednoduchým ovládáním a také nároky na opravy nejsou nadměrně složité. Například ohřívač vody se nemusí vypouštět, při opravě se šetří voda i čas.

Sortiment je rozmanitý. Co byste v portfoliu ještě rád viděl?

Určitě bychom chtěli navazovat na to, co již umíme a co lidem dobře slouží. Na druhé straně bych se někdy rád dočkal toho, abychom nemuseli kalkulovat se stále rostoucími cenami vstupů, způsobenými různými vlivy na trhu, ať už jde o ocel, nebo lidskou práci. Nejsem asi sám, koho trápí, že náš stát tak nepružně přistupuje k naléhavé potřebě řešit nedostatek pracovních sil svojí vízovou politikou. Pro české firmy je to záležitost bytí a nebytí, která začala už rušením učňovských škol. Řemeslo má zlaté dno. Česká republika je průmyslově orientovaná a založená na strojírenství. Podcenění společenské prestiže

dobrého řemeslníka se nám nyní velice vymstilo. Nezbyvá než hledat pracovníky na východ od nás, kde je dostatečná kapacita. Proč se připravujeme o takovou možnost zbytečnou liknavostí? Nedostatek pracovníků může významně ohrozit celou naši ekonomiku. A je-li problém řešitelný, proč ho neřešíme? Pro DZ Dražice není problém zaměstnat třeba Ukrajince, umíme je zaučit, vyškolit a díky příbuznému jazyku se s nimi i dobře dorozumíme. To má mnoho různých souvislostí, až třeba po bezpečnost a ochranu zdraví při práci.

Fotovoltaický ohřev vody je zajímavou alternativou, která přináší značné úspory. Na tomto poli jste také dobře zabodovali...

Společnost Družstevní závody Dražice vyrobila ve spolupráci s majitelem patentu firmou LOGITEX ohřívače vody, které používají elektrickou energii z fotovoltaických panelů. Pro ohřev vody se využívá energie Slunce, která pomocí fotovoltaických článků vyrábí stejnosměrný elektrický proud, jenž ohřívá vodu v zásobníku. V případě dražických ohřívačů vody je v něm umístěna unikátní suchá topná spirála, která je vyrobená speciálně na zpracování dodaného stejnosměrného proudu. Při tomto způsobu napojení na fotovoltaické panely nevznikají žádné ztráty elektrické energie. Patentovaným řešením DZ Dražice je regulace tepelných ochranných prvků a dvou spirál. Přestože vyrobený stejnosměrný proud je přímo napojen na topnou spirálu, systém dokáže bezpečně odpojit spirály od zdroje a umožňuje využít přebytek stejnosměrného proudu v dalších krocích. Může se využít pro ohřev dalšího bojleru v druhé koupelně, na výrobu vlastní elektřiny, na topení napájené stejnosměrným proudem, na nabíjení baterií a podobně.

Fotovoltaický systém ohřevu vody přináší výrazné úspory energií i peněz a současně přispívá k ochraně životního prostředí. O kvalitě výrobků svědčí také certifikáty, které získal: Certifikát TÜV, Certifikát CE, Certifikát patentové ochrany USA, Certifikát patentové ochrany Kanada, Certifikát patentové ochrany Austrálie.

Na webových stránkách uvádíte, že byste se rádi zařadili mezi nejlepší evropské firmy v oboru. Co tomu má napomoci?

Snažíme se být přemýšlivá firma. Chceme do svých výrobků prosazovat zdravý selský rozum.

Zdá se mi však, že ten tak trochu v Evropě začíná chybět. Dám příklad: náš klasický elektrický ohřívač vody má účinnost přes 95 %, čili z 95 % přeměňuje elektřinu na teplou vodu. To je fantastické. Navíc má nadstandardní izolaci, jedno z nejlepších řešení, jaké vůbec existuje. Přesto se na štítku nedostaneme do jiné třídy než B a C. Přitom jiné výrobky nejrůznějšího sortimentu, které zdaleka nemají tak vysokou účinnost, v třídě A podle opatření EU z roku 2015 a 2017 (ekodesign) jsou. Udržitelnost ctíme, třeba už tím, že se snažíme, aby naše výrobky dlouho bezporuchově sloužily. Některé kroky v legislativě se mi však zdají postavené na hlavu. Jako by se Evropa pasovala na spasitele světa. V inovacích se chceme opírat ne o překotné změny ve výrobě, ale takové, které mají význam a člověku dobře slouží. V ohřívačích

vody budeme i nadále stavět na našich třech atributech: precizní smalt, námi patentované suché keramické těleso a vynikající izolace.

Inovativní smysluplný přístup je váš firemní adrenalin. Kde probíhá vývoj nových produktů?

Vývoj toho, co vyrábíme, zůstal zde, v Dražicích. Naše jedinečné znalosti si chráníme, ať už jde o nové myšlenky, postupy výroby, technologie i užívané materiály. Máme řadu certifikátů, ochranných známek. Na inovacích stavíme. K našim ojedinělým řešením patří některé uni-

kátní materiály a technologie, ke kterým náleží například polyuretanová izolační pěna s nadouvadly 4. generace nebo suché keramické topné těleso, které dobře odolává působení tvrdé vody. Zároveň se chystáme rozšiřovat portfolio o další šetrná zařízení na vytápění, chlazení či ohřev vody. Za zmínku možná stojí jeden z našich nedáv-

ných zlepšováků, tedy funkce Antilegionella. Ta je zavedená v inteligentních ohřívačích vody OKHE Smart. Slouží k odstranění bakterie Legionella, která se často vyskytuje v systémech s teplou užitkovou vodou. Spočívá v řízení teploty vody tak, aby bakterie nepřežila.

Dnes jste stoprocentním švédským kapitálem, členem skupiny NIBE. V čem to posílilo vaše postavení?

Když se majitelé v roce 2006 rozhodovali, jak umocnit náš kapitál, chtěli firmu prodat někomu z oboru, kdo takové výrobě rozumí a má k ní vztah. A také s vědomím, aby byl zaručen rozvoj. To se podařilo. Máme dost příležitostí k tomu, abychom potenciál i zdejší know-how dostatečně využívali, posilovali a firmu vedli k dobré seberealizaci.

A máte své sny?

Zůstat nejlépe vnímanou a nejvíce kupovanou značkou v ČR a SR. Významně posílit export. Motivací každého šéfa je podle mne růst parametrů, které znamenají úspěch, ale úspěch v souvislostech. Také bych si přál, aby náš dražický tým byl stále tím, čím je: vlastně skoro rodinná firma, v níž si navzájem umíme vyjít vstříc, poradit si, porozumět si. Přál bych si, aby u nás nepracovali zaměstnanci jen z finančních důvodů. Nechceme být stroj na lidi ani firma, která prodává za každou cenu. Já bydlím v Praze, a když přijedu do Dražic, je to pro mne balzám. Čili těch průníků je více, nejde jen o pracovní prostor. A tak by to mělo zůstat.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■



foto Martin Šimek



foto archiv DZD Dražice

Albert: co patří k charakteristice našich úspěšných store manažerů

Přijít do obchodu a dobře a rychle nakoupit. Mít z toho dobrý pocit a vrátet se. To si přeje asi každý z nás. Pro obchodníka není nic cennějšího než získat srdce zákazníka. Ano, prodej je také hodně o emocích, nejen o cenách. Diamantová liga kvality, zajímavá soutěž o nejšikovnější prodejny na českém trhu, v loňském roce hodnotila jak malo, tak velkoobchodní prodejny s převahou sortimentu potravin, i prodejny s nepotravinovým sortimentem. Do finální fáze tohoto klání bylo nominováno celkem 41 prodejen. Certifikát Držitel ocenění Diamantové ligy kvality a právo používat ochrannou známku po dobu dvou let získalo 36 z nich. Mezi vítěznými byly také prodejny Albert. Co to pro značku znamená, charakterizoval Pavel Mikoška, Quality Director Ahold Czech Republic, a.s.:



Pavel Mikoška

Prodejny Albert bodovaly v druhém ročníku soutěže Diamantová liga kvality, společném projektu Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a Ministerstva průmyslu a obchodu. Co právě u nich stojí za pochvalu? Čím vynikají?

Všechno, co na našich prodejnách děláme, děláme pro zákazníka. Zní to jako klišé nebo reklamní slogan. A může se to zdát velmi jednoduché, prostě nabízet potraviny k prodeji, ale aby vše fungovalo a zákazník byl spokojený, za tím je obrovská koordinace všech navazujících procesů. No a co stojí za pochvalu a co zákazník nejvíce hodnotí, je jeho celkový pozitivní zákaznický zážitek, pozitivní zákaznická zkušenost při nákupu na oceněných prodejnách. Použitá metodika hodnocení prostřednictvím vyškolených hodnotitelů je právě založená na základních stavebních kamenech zákaznické spokojenosti, kdy hodnotitel přichází na prodejnu jako „neznámý“, tj. neidentifikovaný, zákazník a svoji „zákaznickou zkušenost“ převede do předpřipraveného formuláře. Tento mu nabízí možnost hodnotit jak kvalitu nabízeného zboží, tak také čistotu a celkovou upravenost prodejny, ale i personálu, a v neposlední řadě také úroveň služby, které se mu na prodejně dostane.

Jak AHOLD jednotlivé účastníky motivoval a jak vysvětloval poslání soutěže?

Jde již o druhý ročník soutěže a na základě zkušeností z toho prvního nebylo nutné naše prodejny nějak specificky motivovat. Všichni již předem věděli, že jde skutečně o prestižní soutěž a chtěli se do ní přihlásit. Nyní již interně řešíme nominace a celkovou organizaci pro naši účast ve třetím ročníku soutěže. Závěrečný Galavečer Diamantové ligy s vyhlášením vítězů je pro všechny zúčastněné jednoznačně taková událost, na kterou se nezapomíná. Vždyť komu se to kdy poštěstí, a jestli vůbec někdy v životě, aby se tvářil v tvář setkal s řadou politiků a významných osobností našeho

veřejného života, kterou většina z nás zná jenom z televizní obrazovky...

Myslíte si, že soutěživost v lidech stále je a že radost z vítězství mění člověka i celé týmy a vede k lepším výkonům?

Jednoznačně to tak platí. Ve velkém jsme to mohli vidět v předchozích dnech při sportovních přenosech z olympijské Koreje. Radost vítězů i zúčastněných diváků byla vždy veliká. A ohromnou měrou jsme si toho pak mohli všichni v naší zemi užít, když Ester Ledecká vytřela všem „papírovým favoritkám“ zrak. A pro pracovníky prodejen to platí také, každý přece chce být členem úspěšného, nebo dokonce vítězného týmu. A každý manažer prodejny chce být úspěšným koučem takového



týmu. Samozřejmě, aby to tak fungovalo, musí panovat v kolektivu dobré vztahy. A ty nevznikají hned – potřebují čas. V minulosti jsme s tím v Albertu, stejně jako naše konkurence, mnohdy hodně bojovali.

Vy osobně máte oblast kvality ve vaší společnosti na starost. Jak se do strategie promítla právě Diamantová liga kvality?

Diamantová liga kvality je jedním z „nepovinných programů“, kterým hodnotíme své prodejny, nicméně do celkového kontextu hodno-

cení našich prodejen podle dalších ukazatelů velmi dobře zapadá. Hodláme s ním proto i do budoucna dále počítat a aktivně pracovat.

Zvláštní cenu prezidentky svazu obchodu získala prodejna Albert z Moravského Krumlova. Čím si to právě ona zasloužila, v čem se liší od jiných prodejen?

Odpověď již byla v podstatě řečena v předchozích odstavcích. Na uvedené prodejny velmi dobře pracuje sebraný kolektiv lidí, kteří si dovedou navzájem pomoci a vyjít vstříc a chtějí při tom být nejlepší. Nejlepší ve srovnání s místní konkurencí a nejlepší také uvnitř vlastní firmy. Když říkám nejlepší, tak to vše především viděno očima našich zákazníků. Všichni víme, že v existující době slevových akcí je docela jednoduché si mezi obchodníky zákazníky navzájem přetahovat, a získávat tak okamžité krátkodobé výhody na trhu. V Moravském Krumlově jde našim zaměstnancům o to, aby bez ohledu na okolní „vábničky“ ze strany konkurence zůstávali zákazníci prodejny věrní a se svými nákupy v Albertu byli trvale spokojeni.

Říká se, že vše je o lidech a jaký šéf, takový kolektiv. Jak charakterizovat ředitele vítězných prodejen? Co mají společného? Charizma, autoritu, výborné organizační schopnosti, nadání stmelovat tým?

V podstatě jste to všechno vyjmenovala – a všechno je správné. U někoho víc toho a u druhého víc jiného. Vedle výše uvedeného je to ale také zkušenost a dlouhodobá práce v obchodě. Aby se z člověka stal „dobrý obchodník“, musí uvedenou práci mít mimo jiné také rád a chtít na sobě dále pracovat. Myslím, že toto také významně patří k základní charakteristice našich úspěšných store manažerů, a to nejen těch, kteří úspěšně reprezentovali naši společnost v minulém ročníku soutěže Diamantové ligy kvality. Za vedení společnosti Albert jim tímto upřímně děkuji.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi ■■■

Mezi kouzelníky a sýrařskými mistry u nás i v 56 zemích světa



Ing. Jiří Kopáček, CSc.

tický profesor Jiří Doležálek, u kterého jsem se prvně na vysoké škole učil sýrařskou teorií. Pak ale přišla setkání s řadou odborníků – praktiků: v jihočeské Madetě to byl nejprve technolog Vladimír Tůma, po kterém jsem později přebíral pracovní pozici, a skvělí sýraři Václav Buryánek z generálního ředitelství Jihočeských mlékáren a Josef Pánek ze závodu Madeta Řípec. A nesmím zapomenout na paní Ing. Štípkovou z bývalého generálního ředitelství Mlékárenského průmyslu. Ale těch rádců a „učitelů“ se na mně „vystřídalo“ ještě daleko více, a já si dodnes na všechny velmi dobře vzpomínám a jsem jim vděčný za to, co pro můj další vývoj znamenali.

Později pak přišli odborníci ze zahraničí, a těch bych skutečně vyjmenoval také velmi mnoho, a byla mezi nimi jak celá řada profesorů z uznávaných univerzit, tak také „Mistrů sýrařů“ z malých i velkých sýráren. Za všechny snad vzpomenu alespoň na jedno jméno – byl a je jím stále Ing. Karol Herián, bývalý ředitel Výzkumného ústavu mlékárenského v Žilíně, vzácný člověk, který má v srdci určitě také hodně veliký kus sýra.

V roce 2015 jsem byl intronizován za čestného člena renomovaného „Společenství mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona“. V tomto pro mě velice váženém „klubu“ jsem osobně poznal další skvělé osobnosti evropského sýrařství, ale zejména mě učarovali afinitě sýrů. U nich jsem našel novou přidanou hodnotu v sýrařině, a někdy jsem si s nimi připadal, že jsem spíše mezi „kouzelníky“ nežli mezi sýrařskými mistry.

Českomoravský svaz mlékárenský loni na podzim prezentoval některé nové poznatky a zajímavosti týkající se snoubení sýrů s vínem. Platí stále tatáž pravidla jako před desetiletími, nebo lze víno a sýry kombinovat s větší fantazií či tak, jak to vyhovuje naturelu člověka?

Je to právě tak, jak říkáte. Při výběru vhodného vína k sýrům by se měli lidé především řídit tím, co každému z nich osobně chutná a nenechávat se „natlačit“ do doporučení, které by nebylo vhodné jejich chuťovým smyslem a představám. Já bych ale určitě poradil, samozřejmě pokud je to možné, vybírat si k sýrům takový druh vína, který pochází ze stejné výrobní oblasti jako konzumovaný sýr. To samozřejmě není splnitelné vždy. Obecně ale platí, že čím bohatší je celkový buket sýra, tím by mělo být také plnější a „robustnější“ servírované víno.

K sýrům se hodí především bílá vína. Bílé chuťově plné odrůdy harmonují obvykle



ČESKOMORAVSKÝ SVAZ MLÉKÁRENSKÝ

Být v blízkosti Ing. Jiřího Kopáčka, CSc., předsedy představenstva Českomoravského svazu mlékárenského, znamená dovědět se vždy něco nového o mléce, jogurtech, tvarohu či sýrech. Znalosti tohoto muže jsou nekonečné, ale

nejen to. Dokáže je interpretovat srozumitelně a poutavě, tak jako málokterý odborník. Naslouchat mu znamená nejen se poučit a získat zajímavé informace, ale zároveň se pobavit a prožít báječné chvíle.

Vaší celoživotní láskou a profesní specializací jsou sýry, prosluli jste jako znalec těchto pochoutek i důležitých potravin. Co bylo podnětem k této vášni?

Odpověď na tuto otázku by byla asi hodně dlouhá. Tak předně – sýry mi velice chutnají,

vystudoval jsem mlékařskou technologii a jak svou diplomovou, tak svou doktorandskou práci jsem právě na sýry zaměřil. A v neposlední řadě moji profesi a koníčka v jednom, tedy sýrařinu, formovala setkání s mnoha významnými osobnostmi, které mě skutečně ovlivňovaly. Tím prvním byl určitě charisma-

s mnoha sýrovými druhy. Doporučují se odrůdy s jemnou kyselinkou a nepříliš vysokým obsahem alkoholu, a především nízkým obsahem taninu. Suší vína a svěží růžová vína se dobře hodí k čerstvým a měkkým sýrům, například vyrobeným z koziho mléka.

Při volbě červených vín bych ochutnával spíše lehká vína s ovocným podtónem. Chuťově těžší vína s výraznější tříslovinou se podávají spíše k výrazně aromatickým sýrům například s mazenem na povrchu či tzv. omývanou kůrou.

K dezertním, ledovým a slámovým vínům by měli spotřebitelé vždy hledat chuťový „kontrast“, kterým jsou například sýry s modrou plísní uvnitř hmoty.

A v neposlední řadě je třeba dodržovat zásadu, aby k podávaným sýrům vína byla vždy správně vytemperovaná. U čerstvých sýrů by se měla teplota pohybovat mezi 15–17 °C, zralější sýry by měly mít teplotu pokojovou okolo 20 °C. Bílá vína musejí být vždy vychlazená, červená vína by měla být temperovaná na teplotu 15–18 °C.

A jak je to s variacemi na téma sýry, ovoce a zelenina? Přinesly nejnovější názory hodně odlišností oproti dosavadním zvyklostem?

Mluvíme-li o servírování sýrů, často to je právě v souvislosti s vínem. Ale to se nemusí vždy nabízet jenom v tekuté podobě, protože kombinace sýrů a hroznového vína, tedy ovoce, je rovněž osvědčená letitá tradice. Nakrájený sýr na kostky ozdobený bobulí z hroznů je chutný, vzhledově lákavý a rychlý snack, který určitě nezklame. Na další ovocné plody jako možné kombinace k sýrům se však dlouho zapomínalo. Dnes si i u nás začínáme pomalu zvykat podávat sýry také jako dezert na konci stolování. A stejně jako nazdobený sladký dezert by mělo dobře vypadat i prkénko se sýry doplněné vhodně vybraným sezonním ovocem či chuťově zajímavou ovocnou zavařeninou. Sýr totiž miluje sladké! Přesvědčte se sami o tom, jak se sýrově nakyslá, lehce slaná, někdy až pikantní nebo v případě ementálských druhů sýra zase naslává chuť skvěle snoubí se sladkými plody, ať už v jejich čerstvé podobě, nebo v zavařeninovém, kandovaném či usušeném stavu. Ze zavařenin se staly oblíbenými zejména ovocné chutney nanášené jako topping na malé kousky sýra. Ale vraťme se k ovoci jako takovému, tedy k čerstvým plodům. Sortimentní nabídka ovoce v našich obchodech je dnes doslova nepřehledná a celoročně nabízí výběr ovoce z celého světa, které se tak může stát zajímavou přílohou právě k sýrům. A může to být nejenom ovoce z našich zeměpisných šířek, stejně však také tropické ovoce, které vedle zajímavého chuťového „snoubení“ se sýrem často nabídne i překvapivou a lákavou barevnou kombinací na talíři.

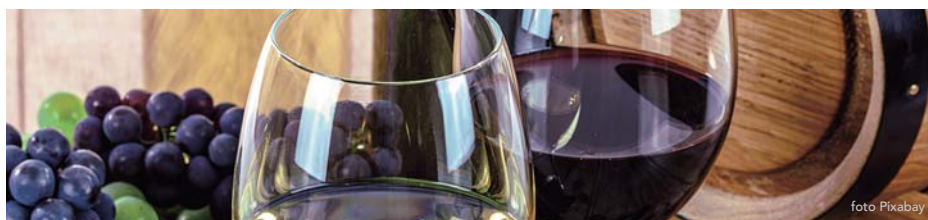
Při hledání vhodného ovocného partnera k sýrům si musíte nejdříve výslednou kombinaci vyzkoušet a přesvědčit se o výsledné chuťové harmonii. Pozornost je třeba věnovat zejména ovoci s vysokou ovocnou kyselinkou, která by mohla negativně překrýt výslednou

chuť sýra. Výběr ovoce se samozřejmě liší i v návaznosti na stupni prozrálosti sýra. Při kombinování sýrových mís a prkének s ovocem se musíme vždy snažit o to, aby byly oba přírodní produkty také vizuálně v harmonii. A ten, kdo servíruje a zdobí, by měl i znát určitá přání a očekávání těch, kterým bude své „dítko“ nabízet, i když samozřejmě určité experimentování s následným momentem překvapení jsou zajisté vítány. Někteří sýraři a prodejci sýrů doporučují, aby byl sýr spíše kombinován s tím ovocem, které má právě svoji sezonu. V přírodě má totiž všechno svůj čas. Také lidský organizmus si žádá v každé roční době něco trochu jiného, podle toho, jaké má aktuální požadavky – to, co je splňuje či co nejlépe chutná. A i když nebude ovoce samo o sobě součástí sýrové mísy,

není na závalu, když vedle ní umístíte jako doplněk právě košík s různým ovocem a host si sám vybere podle svých chuťových preferencí. Ale nemusí to být jenom ovoce, podobná pravidla platí i pro zeleninu či bylinky, které mohou být rovněž vhodným doplňkem k sýrům, a nejlépe opět podle roční doby.

Když se rozhodujete, jaký sýr k snídani, svačině či večeři, tak podle čeho? Stačí třeba jen okamžitá chuť? Nebo je lepší přihlížet k určitým zásadám ve stravování, zdravotním doporučením, názorům výživových poradců?

I v tomto případě platí, že všechno má svůj čas. Ráno, když je den ještě „mladý“, bych doporu-



Párování sýrů s vínem – příklady konkrétních doporučení

druh sýra	příklad českého výrobku	doporučené typy vína – odrůdy, popř. jiné nápoje
Čerstvé a termizované sýry měkké sýry Čerstvé kozi sýry	Lučina, Matylda čerstvý sýr, Smetanový sýr, Žervé	Suchá bílá vína s ovocným či květinovým podtónem, např. Muškát, Müller-Thurgau
Sýry s bílou plísní, např. typu Camembert a Brie	Hermelín Kráľ sýrů	Suchá bílá vína s ovocným či květinovým podtónem nebo i lehká červená vína, např. Müller-Thurgau, Frankovka, Modrý Portugal
Sýry s modrou plísní uvnitř hmoty	Jihočeská Niva Modřenin	Sladká dezertní vína, Ledové či slámové víno
Gorgonzola	Caesar Bleu	tramínová vína Tramín červený, Gewürztraminer
Stará (uležlá) gouda, extratvrdé sýry typu Grana a Parmezán	Gran Moravia Archivní sýr	dezertní vína, Portské, ale také např. Vlašský ryzlink
Tvrdé sýry, sýry s tvorbou ok typu Ementál a Maasdam	Primátor, Montana Madeland	Suchá bílá vína, např. Sauvignon, Ryzlink rýnský, Ryzlink vlašský, Chardonnay, Rulandské šedé
Horské sýry, Raclette	Moravský blok	Lahodná přívlastková bílá vína, např. Ryzlink vlašský, Sauvignon Blanc, Rulandské šedé
Dvouplíšňové sýry, např. Cambonzola	Vltavín	Bordeaux, Cabernet Sauvignon
Sýry s mazenem na povrchu (klášterní sýry) (Münster, Romadur, Limburger)	Romadur, Sedlčanský romadur- žek, Sedlčanský Pepin, ale ta- ké Olomoucké tvarůžky	Silnější bílá vína plné ovocné chuti, ale také např. pivo nebo ovocný mošt
Polotvrdé a tvrdé ovčí sýry (Pecorino)	u nás pouze na farmách	Suché červené víno Chianti z Toskánska

čil čerstvé sýry, mladé, nepřliš prozřálé, v poledne můžeme například pro gratinování pokrmy zvolit už prozřálější a chuťově plnější sýr, a večer, například při posezení s přáteli a skleničkou vína není od věci servírovat silnější aromatické sýry, archivní polotvrdé a tvrdé sýry a rozličné speciality, které nám dnešní bohatý trh se sýry nabízí. Samozřejmě každý z nás jsme individualitou, s různými chuťovými zvyklostmi, a především očekáváními, a každému tudíž může v danou chvíli chutnat něco zcela jiného. Takže pokud někomu nevádí si i ráno vybrat například silně aromatický romadúr a zapít ho třeba sklenicí mléka, tak proč by se měl ohlížet na nějaké konvence. Prostě nechť si ho dá. Rady výživových poradců bych ale nikdy nepodceňoval, ale ani nepřeceňoval. Bohužel mezi těmito odborníky jsou i někteří odborníci typu „rádoby“, kteří mohou být komunikačně velmi zdatní a pak často mnohdy předávaná i chybná doporučení mohou vést k vytváření neopodstatněných mýtů a polopравd.

A nakolik se změnila výroba sýrů u nás za posledních 25 let?

Ta změna je neuvěřitelná, a to jednoznačně v tom pozitivním slova smyslu. Především došlo k významnému rozšíření a obohacení sortimentu sýrů. Už to není jenom o tom koupit si „červenou nebo žlutou cihlu“ a jen sem tam něco jiného, jako tomu bylo před revolucí, dnes v prodejnách dostaneme všechny druhy sýrů, z celé Evropy, ve všech stupních zralosti, v neuvěřitelném počtu embaláží. A právě ta obalová technika se hodně zlepšila. Díky novým technologiím se prodloužila trvanlivost, zvýšila se potravinová bezpečnost, a především se zvýšila kvalita produkce po všech stránkách. To, že se občas hovoří i o nekvalitních a falšovaných produktech, je zejména proto, že se významně zlepšila kontrolní činnost našich dozorových orgánů, která je oproti minulosti daleko efektivnější. A pozitivně se na vývoji našeho sýrařství podepsala také zvýšená konkurence způsobená i příchodem zahraničních investorů do našeho průmyslu. Ta soutěž není vůbec lehká, všichni v ní chtějí vyhrát, ale nakonec tím skutečným vítězem je právě spotřebitel, který si může vybrat právě to nejlepší.

Někdo propadá sýrům francouzským, jiný švýcarským, další nedá dopustit na sýry polské nebo bulharské. Jak si stojí v porovnání s Evropou sýry české?

I české sýry mají své kouzlo a jsou žádány ve světě. Takovou naší specialitou jsou tavené sýry, jejichž kvalita mnohonásobně předčí výrobky ze zahraničí. V přírodních sýrech máme také tři

výrobky s evropským chráněným zeměpisným označením: je to Jihočeská Niva a Jihočeská Zlatá Niva a Olomoucké tvarůžky. A pak nezapomeňme, že i do českého sýrařství vstoupili světové významní hráči, kteří svoji „českou“ produkci vyváží do celého světa. Je to například Mlékárna v Klatovech, která vyrábí tolik oblíbenou Mozzarellu, která odsud putuje do Polska, Německa, ale i do Itálie, nebo se zase na zdejší klatovský ementál uváděný na trh pod značkou President těší zákazníci ve Francii. Z litovelské společnosti Brazzale Moravia patřící italskému investorovi putuje parmezánský typ sýra Gran Moravia do 60 zemí světa. Neméně úspěšní jsou sýraři v Příbramě a v Sedlčanech. Ale určitě nesmím zapomenout na jihočeskou Madetu, o jejichž výrobcích stále platí slogan „Nenajdete ve světě sýry jako v Madetě“. Takže upřímná poklona i našim „mistrům sýrařům“. Jen bych si přál, aby český zákazník byl k tomu „českému“ více loajální. Bohužel tomu tak prozatím není.



Přibyl v České republice těch, kteří holdují právě sýrům?

Ano, jednoznačně. Sýry se i u nás stávají součástí nového životního stylu a už nejsou pouhou základní potravinou, ale lidé si jich stále více dopřávají i jako dezert, tedy podobně jako je tomu třeba ve Francii. Naše spotřeba sýrů proto pozvolna roste a nyní průměrný Čech spotřebuje ročně téměř 18 kg sýrů a tvarohů. Toto číslo nás tudíž řadí do skupiny skutečně vyspělých sýrařských zemí, pokud se týká stravovacích návyků. Více a více využívá sýry také gastronomie a jiný potravinářský průmysl, který je zapracovává do nových kombinovaných potravin, a stále se rozšiřuje sortiment i takzvaných konvenčních sýrových výrobků. Česká republika

tudíž kopíruje všechny současné světové spotřebitelské trendy.

Jaký nejpozoruhodnější poznatek přinesl výzkum konzumace sýrů v poslední době?

Na tuto otázku jsem vám v podstatě už dvakrát odpověděl. Jsou to zejména nové technologie výroby a balení, a je to posilující užití sýrů v gastronomii a zvyšující se výroba nových „pohodlných“, tedy convenience, výrobků. Výzkum konzumace sýrů jako takový se příliš neprovádí, za to náš výzkum intenzivně pracuje na nových technologických řešeních, tedy např. na tom, aby se i sýry staly tzv. funkční potravinou, a konkrétních případů je už mnoho. Sýraři společně s vědci pak pracují na reformulacích svých výrobků – tedy například na snižování obsahu soli v sýrech, snižování tuku apod., a to vše při zachování požadované chuti, a především nezměněného charakteru sýra. Není to lehké, ale je to nezbytné.

A z jiného soudku: stále se ukazuje, jak je nezbytná úloha marketingu, komunikace se spotřebitelem a osvětová činnost. To vše, pokud se tomu sýraři dobře věnují, posiluje další zlepšování sýrařské kultury našeho národa.

Za poznáním lahodných mléčných produktů jste procestovali kus světa. Co vám z toho vylplynulo?

Ve své hodně dlouhé praxi jsem již navštívil 56 zemí. Při návštěvách mě vždy zajímá úroveň jejich sýrařství, „sýrařská kultura“ místních obyvatel, zvyklosti, tradice a pokaždé také hledám, co je třeba lepší než u nás, z čeho bychom se mohli poučit, nebo naopak co my bychom mohli předat rozvojovému světu z našeho sýrařského know-how. Takto třeba dnes pomáhám v rámci jednoho z našich projektů faremním horským sýrařům v Bosně a Hercegovině, nebo radím malým mlékařům v Libanonu. O mých cestách píšu pro časopis Potravinářská revue již od roku 2007 nekonečný seriál nazvaný Putování za sýry, čtenáři mě žádají, abych tyto „sebrané spisy“ už konečně vydal knižně. Snad k tomu jednou dojde.

Ale když se vrátím ze svých cest do Čech, vždycky se těším, že se zase podívám do některé z našich skvělých sýráren, kde jsem se toho vlastně hodně naučil. Jsem hrdý na naše sýraře a mám rád naše české sýry. A toto poselství bych rád vzkázal čtenářům vašeho časopisu, tedy našim spotřebitelům: Jezte pravidelně sýry, jsou ve vaší výživě důležité a nezastupitelné. Dopřávejte si je z celého světa, ale nikdy nezapomínejte na ty naše české. Určitě neprohlupejte!

otázky připravila Eva Brixi

Zdravá kancelář: firma SCS Software

V pořadí již 4. ročník prestižní soutěže CBRE Zasedačka roku zná své vítěze. Kategorii Zdravá kancelář, jejímž garantem a odborným hodnotitelem je každoročně Česká rada pro šetrné budovy, letos ovládl český výrobce počítačových her SCS Software. Ten porotce zaujal svými nadstandardně řešenými kancelářemi s výbornou akustikou, efektivně regulovanou cirkulací vzduchu a variabilitou pracovního prostředí. Připojil se tak k vítězům z minulých let, kteří se tímto oceněním mohou pyšnit.

„Vítěze kategorie Zdravá kancelář vyhláshujeme v rámci soutěže CBRE Zasedačka roku již potřetí v řadě. Naším cílem je poukázat na příklady dobré praxe tak, aby se kvalitní vnitřní prostředí postupem času stalo naprostým standardem českých kanceláří. Jsme proto velmi rádi, že zájem o účast v soutěži stoupá, což současně svědčí o rostoucí ambici zaměstnavatelů vytvořit pro své zaměstnance co nejvhodnější pracovní podmínky. Kvalita prostředí totiž zásadně ovlivňuje nejen zdraví, ale i celkovou spokojenost lidí, a tím i jejich produktivitu – vydýchaný vzduch či kolísající teploty mohou snížit výkonnost o 10 %, hluk pak vede k poklesu koncentrace až o 66 %. Vytvoření příjemných podmínek pro práci se proto stává důležitou konkurenční výhodou na trhu a firmy si toho jsou velmi dobře vědomy,“ uvedla Simona Kalvoda, výkonná ředitelka České rady pro šetrné budovy.

Stejně jako v minulých ročnících se Rada u přihlášených kanceláří zaměřila na hodnocení šesti základních kritérií – akustiku, kvalitu vzduchu, ergonomii, světelné a tepelné podmínky a v neposlední řadě i tzv. wellbeing zahrnující aspekty kvalitního a spokojeného života, mezi něž patří např. množství zeleně uvnitř i vně budovy či dostupnost služeb. Ve vztahu k nim odborná porota posuzovala nejen technická kritéria, ale na základě odevzdaných dotazníků zároveň i subjek-

tivní vnímání prostoru samotnými uživateli. Ze čtveřice finalistů, kteří se probojovali do závěrečného kola, se absolutním vítězem v této kategorii stala společnost SCS Software. „Kanceláře firmy SCS Software nás oslovily zejména perfektně řešenou prostorovou akustikou prostřednictvím stropních panelů, sténových absorberů a paravánů a současně velmi dobrou neprůzvučností jednotlivých místností. Tento aspekt se projevil i na spokojenosti zaměstnanců – 96 % z nich kvalitu akustiky ohodnotilo v dotaznících pozitivně. Ocenili jsme také vhodně nastavenou regulaci přiváděného vzduchu do zasedacích místností a nízkou koncentraci oxidu uhličitého, jež se podle provedených měření pohybovala pod normou stanoveným limitem 1500 ppm,“ zdůvodnil výběr vítěze porotce a předseda představenstva Rady Tomáš Andrejsek ze společnosti ELAN Interior. Vedle toho experti Rady kladně hodnotili i prostorové řešení kanceláří, ergonomii či světelné podmínky. „Množství denního světla je možné regulovat pomocí vnějšího a vnitřního stínění. Díky nastavitelným židlím, stolům i monito-

doplnil k výhodám kanceláří firmy SCS Software Andrejsek.

U zbývajících finalistů, kteří postoupili do závěrečného kola, vyzdvihla porota zvláště kvalitu vnitřního ovzduší a nízkou koncentraci CO₂. U lídra v oblasti podnikových aplikací SAP Services ocenila dále akustické řešení na chodbách, včetně počtu call boxů a dalších míst pro nerušenou práci, či vhodné umístění vzhledotechniky nasměrované tak, aby proudící vzduch nefoukal zaměstnancům přímo za krk. Technologická firma Red Hat Czech naopak odborníky nadchla zejména celkovým pojetím prostoru s důrazem na přírodní motivy. Experti uvítali i variabilitu pracovního zázemí s možností individuálně nastavit vzdálenost monitoru, výšku stolu či polohu židle. Ve vztahu ke kritériu wellbeing dosáhl nejvyššího hodnocení vývojář mobilních aplikací Ackee, který zaujal urbanistickým začleněním budovy, občanskou vybaveností a množstvím zeleně v okolí. Ve všech kancelářích se porotci setkali s velmi nízkou vlhkostí vzduchu hluboko pod optimálním rozmezím mezi 50–60 %. Finalistům obecně

proto doporučili do interiéru začlenit větší počet živých květů a rostlin, aby bylo prostředí z hlediska vlhkosti pro zaměstnance příjemnější. Zároveň je upozornili i na přílišné přetápění v zimním období, neboť naměřené teploty přesáhly mnohdy až o 2 °C doporučenou teplotu 22 °C.

„Rok od roku se soutěž CBRE Zasedačka roku těší stále větší popularitě a významu. Zároveň je zajímavé sledovat sílící zastoupení IT firem v jednotlivých soutěžních kategoriích – jen v případě Zdravé kanceláře jsou všichni čtyři finalisté právě z této sféry. Vzhledem k vysoké konkurenci na trhu práce, obzvláště v oblasti IT, a boji o schopné a kvalitní zaměstnance je tento trend zcela logický. Preference zdravých budov zohledňujících primárně komfort uživatelů a jejich fyzickou a psychickou pohodu je proto klíčovým faktorem, na který by zaměstnavatelé i z dalších oborů podnikání měli do budoucna klást zvýšený důraz,“ upozornila Simona Kalvoda. Vzhledem ke komplexnosti problematiky zdravého vnitřního prostředí, která se dotýká prakticky všech oblastí lidské činnosti, spustila Rada počátkem letošního roku i nový web www.zdravabudova.cz, určený nejen zaměstnavatelům, ale i široké veřejnosti, s množstvím zajímavých a užitečných informací.

(tz)



rům mohou dále zaměstnanci uzpůsobit své pracovní místo v závislosti na svých potřebách a současně mohou k práci využít i jiných místností a nemusí nutně pracovat u svého stolu,“

Představy Čechů o stáří: strach i sny

foto Pixabay

Nemoci, finanční nejistota, strach a beznaděj. To jsou slova, která se Čechům nejčastěji vybaví, když pomyslí na stáří nebo důchodový věk. Mají ale také celou řadu snů, které si chtějí v penzi splnit. Málo lidí přitom najde odvahu spočítat si, kolik si na takový důchod potřebuje našetřit. Průměrnému Čechovi tak může pro důchod podle jeho představ chybět více než milion korun. To a mnohem víc ukazuje průzkum NN Penzijní společnosti o představách mladé a starší generace Čechů o stáří.

„Zajímalo nás, na co se lidé těší, z čeho mají obavy a jak se na penzi chystají ve 25 letech a v 55 letech. Proto jsme si nechali zpracovat rozsáhlý průzkum a věříme, že pomůžeme lidem připravit se po všech stránkách na penzi, na kterou budou mít důvod se těšit,“ uvedla Kateřina Štěrbová, členka představenstva NN Penzijní společnosti, která je generálním partnerem projektu Cena života. Průzkum byl proveden na reprezentativním vzorku české populace, a vypovídá tak o představách mladé

Představení průzkumu

Projekt: Cena života

Výzkum pro NN: Online sběr dat v Českém národním panelu (2. polovina listopadu 2017)

Velikost vzorku: N = 600

Osloven reprezentativní vzorek dle pohlaví, velikosti místa bydliště a kraje ve věkových kategoriích



i předdůchodové generace. Rozdíly mezi generacemi jsou vidět už v žebříčku jejich hodnot. Zatímco mladší generace považuje za nejdůležitější v životě rodinu, starší si váží nejvíce zdraví. Se snahou myslet víc na sebe souvisí touha seniorů po cestování a dalších zájmových činnostech, na něž jim dosud nezbýval čas.

„Líbí se mi, že Češi mají navzdory obavám, co jim stáří přinese, spoustu snů a přání, které si chtějí v důchodu plnit. Více než polovina starší

generace se těší, že už bude dělat jen to, co ji baví, a že bude jezdit na výlety a užívat si vnučata. Mladší generace chce v penzi cestovat po světě, radovat se z vnučat nebo spát a odpočívat dle potřeby,“ řekla Kateřina Štěrbová. Češi si podle průzkumu NN Penzijní společnosti uvědomují, že pro kvalitní prožití důchodového věku potřebují pevné zdraví, ale také finanční zabezpečení. Mladí i starší Češi považují za příjem schopný jim zajistit spokojenou penzi asi 20 000 korun měsíčně, od stá-

tu z toho očekávají okolo 12 000 korun. Přitom ale pouze polovina mladší generace a přes 70 % starší generace sdělila, že se finančně na stáří připravují a nespolehnají jen na stát.

„Ačkoli dvě třetiny zástupců mladé i předdůchodové generace shodně tvrdí, že při spoření na penzi nejvíce spoléhají na penzijní produkty s podporou státu, je dnes průměrná úložka jen něco málo přes 600 korun a průměrný věk účastníka penzijního spoření je 47,5 roku. Průměrný Čech si tak při očekávaném odchodu do důchodu v 65 letech naspoří v penzijním fondu necelých 230 000 korun,“ vyčíslila Kateřina Štěrbová.

Průzkum přitom zároveň ukazuje, že mladí i starší lidé v ČR počítají, že si důchod budou moci užívat v průměru do 80 let. „Málokdo si včas spočítá, že pokud chce jít do důchodu v 65 letech a mít měsíčně nad rámec státního důchodu ještě dalších 8000 korun, pak bude na penzi potřebovat úspory ve výši téměř 1,5 milionu korun,“ doplnila Kateřina Štěrbová. Data NN Penzijní společnosti ukazují, že ve věkové kategorii 18–29 let si spoří ani ne každý třetí Čech a ve věkové kategorii 50–59 let jsou to dva ze tří lidí.

Češi stále dostatečně nemyslí na finanční přípravu na stáří a v rámci spoření na penzi nevyužívají ani všechny příspěvky, které jim nabízí stát nebo zaměstnavatel. Výrazně se tak lišíme od západu Evropy, kde lidé berou přípravu na stáří v aktivním věku za běžnou součást života. „Příjem průměrného holandského důchodce tvoří starobní důchod ani ne z jedné třetiny. Naprostou většinu si lidé naspoří sami s příspěvím zaměstnavatele. Ráda bych proto na Čechy apelovala v jedné věci: Nebojte se si to spočítat. Kdo nechce být v důchodu překvapený, měl by si dopředu udělat představu, jak dlouho očekává, že v důchodu bude, a kolik peněz bude chtít mít měsíčně, aby si penzi užil. Potom už je na každém, jestli chce věřit, že za něj vše zaplatí stát, nebo si raději na splnění svých snů našetří a bude mít jistotu, že se má na co těšit,“ dodala Kateřina Štěrbová. NN Penzijní společnost doporučuje, aby si mladí lidé začínali spořit nejlépe hned od první výplaty. Například už měsíční příspěvek 300 Kč dává nárok na státní podporu 90 Kč, což odpovídá 30% zhodnocení. Pro vyčerpání celé státní podpory 2760 Kč za rok by si měl člověk měsíčně posílat na spoření na penzi alespoň 1000 korun.

„Od loňského roku se nejvíce vyplácí měsíčně si odkládat 3000 Kč, kdy kromě příspěvku státu lidé zaplatí také o 3600 Kč méně na daních a každý rok tedy ušetří celkem 6360 Kč. Zároveň radím využít výhody dlouhodobosti a pravidelnosti a zvolit si vyvážené nebo dynamické penzijní fondy, které v průměru přinášejí i několikanásobně vyšší výnosy,“ doporučila Kateřina Štěrbová. Spoření se státní podporou v penzijních fondech je klíčovou součástí finanční přípravy na spokojené stáří, ale nemělo by být jediné. „Příkladem dalších vhodných způsobů zajištění na penzi jsou třeba investice do akcií, podílových fondů nebo do vlastního bydlení,“ dodala. (tz)

Představy dvou generací Čechů o stáří

	23–27 let	50–65 let
Když se řekne stáří	Nemoci, bolesti, léky	Nemoci, bolesti, léky
Když se řekne důchod	Chudoba, finanční nejistota	Klid, volný čas
Sen, který si chtějí splnit	Cestování po světě	Cestování – turistika
Nejdůležitější věc v životě	Rodina	Zdraví
Nejčastější způsob trávení volného času	Internet	Péče o domácnost
Očekávání odchodu do důchodu	Postupně po dosažení důchodového věku	Hitně po dosažení důchodového věku
Věk odchodu do důchodu	69 let (průměr)	63 let (průměr)
Plánovaný věk dožití	80 let	80 let

Stáří: strašák, nebo vytoužený odpočinek?



Kolik chceme na spokojené stáří?



... a proto si musíme si pomáhat.



...a přesto **60 %** starší generace chce občas finančně vypomáhat svým dětem

1/3 obou generací vidí u svých rodičů pomoc prarodičům v penzi

1/2 plánuje osobní péči v případě nesoběstačnosti rodičů

...a tak strojařům leží celý průmysl u nohou



Prof. Ing. Michael Valášek, DrSc.

Prof. Ing. Michael Valášek, DrSc., je mužem spousty aktivit. Je to jeden z těch, jemuž daly sudičky do vínku touhu po vzdělání, schopnost poznávat nepoznané, odhalovat lidstvu záhady mezi nebem a zemí, nadchnout ostatní k tomu, aby spolu s ním chtěli měnit svět. Znít to příliš nadsazeně? Možná. Ale to přeci vůbec nevadí. Dnes je „mimo jiné“ děkanem Fakulty strojní Českého vysokého učení technického v Praze (můžeme gratulovat, poslední únorový den byl velkou většinou zvolen na další čtyři roky), vede zde odbor mechaniky a mechatroniky, pracuje jako zastupitel Prahy 12, a také je autorem řady patentů. Jeho odborné zaměření by se dalo shrnout přibližně takto: počítačová mechanika soustav mnoha těles a robotika, dynamika vozidel; řízení zvláště nelineárních mechanických systémů a robotů, mechatronika, obráběcí stroje; počítačová podpora inženýrské práce, expertní systémy, umělá inteligence, inženýrské navrhování. O tom, jak co udělat jinak a lépe, přemýšlí vlastně celý život:

Hýříme pojmy průmysl 4.0, kreativita do manažerské práce, potřeba neotřelých řešení, umělá inteligence, znalostní ekonomika. Ale ubývá patrně těch, kteří vědí, v čem je podstata a co je potřeba dělat... Jak se na to díváte?

Odborné věci naší technické civilizace jsou složité a vyžadují spolupráci mnoha lidí. Dále tyto odborné věci nejsou příliš přitažlivé pro velkou část populace. Výsledek je, že tyto věci studuje část populace bez schopnosti vytvořit si jasný vhled do podstaty věcí. Je proto jen málo lidí se schopností vidět podstatu věcí. Jeden profesor tvrdil, že matky v Českých zemích mohou porodit jen 300 opravdových inženýrů. To je špatná zpráva, ale i dobrá zpráva, že je zde velký prostor pro uplatnění.

Tvůrčí práci přisuzujeme ponejvíce umělcům a ne každý tuší, že často daleko (promiňte mi ten názor) vyšší obrátky tvůrčího i tvořivého myšlení představuje práce konstruktéra strojaře, vynálezce čehosi, jaderného fyzika, který otvírá vesmírné brány štěpení hmoty a proměny energie, nebo biologovi, jenž hledá nový potenciál plevelu ve výživě člověka a kapacitě jeho mozku. Proč si tak lajdácky zjednodušujeme život?

Odborné věci jsou složité, a jak už jsem naznačil, vyžadují spolupráci spousty jedinců, představují velkou část řehole, rutinní práce, postupují pomalu a udržet si nad věcí nadhled s motivací, trysku tvoření a jeho přechodu do přesné realizace, není snadné. I jen porozumět věci je dlouhé a náročné. Pěstovat pravidelnou výkonnou tvořivost není jednoduché.

Když jsem měla možnost bavit se s šikovnými matematiky, žasla jsem, kolik citu je v jejich srdcích, jaké obzory synergií nám otvírají, kolik humoru dokáží přeposlat svým nadhledem určitému řešení, tedy dospět k výsledku. A přitom je pořád nemáme rádi. Co s tím?

Je rozdíl mezi těmi, co něco umí a dělají, a těmi, co to dokáží naučit. Máme velké dluhy ve výuce matematiky, fyziky, chemie, biologie. Potřebujeme správné učitele. Zvláště matematika vyžaduje, že vám nesmí ve znalostech zůstat žádná mezera, neboť to vede ke zhroucení celé stavby znalostí. Když se učíte jazyk a neznáte nějaké slovo, tak máte deset způsobů,

jak si pomoci, říci nebo napsat to jinak. V matematice to tak není. Potřebujeme se vážně zabývat vhodnými postupy výuky.

Vy jste autorem několika vynálezů, podal jste patentové přihlášky. Kolik je v nápadu práce (štěstí přeje připraveným) a kolik tvůrčího potenciálu? Rodí se převratná myšlenka někdy zdánlivě z ničeho?

V nápadu pro vynález je vždy hodně práce. Bez práce nevznikne nic. Tvůrčí potenciál je jen schopnost konat tvůrčí práci lépe, ale vždy je to práce. Nicméně součástí této práce je pěstování empatie. Empatie se popisuje jako vcítění se do pocitů druhého člověka, ale já užívám i vcítění se do fyzikálních dějů již vytvořeného nebo ještě hledaného řešení výrobku. Pro hledání nových řešení, které jsou později vynálezy, mám opakovaný postup. Na problému je třeba pracovat, zkoušet standardní řešení, až se problém přestěhuje do před-

Empatie se popisuje jako vcítění se do pocitů druhého člověka, ale já užívám i vcítění se do fyzikálních dějů již vytvořeného nebo ještě hledaného řešení výrobku.

stavivosti, a tím do podvědomí. Pak musí přijít emoční náraz a podvědomí vám zjeví hledané řešení. V tom okamžiku převratná myšlenka přichází zdánlivě jakoby z ničeho, ale není to pravda. Je vždy za ní práce vědomá pro přechod do podvědomí a práce podvědomí.

Jaké vaše nápady se podařily převést do praxe?

Nekývající jeřáb.

Co si mohu představit pod pojmem jeřáb, který se nekýve? A co je to čtvrtauto?

Posune-li se prostě jeřábová kočka (závěs lana), pak břemeno začne kývat. Jeřáb, který nekýve, znamená takové řízení pohybu jeřábové kočky, že břemeno udělá jeden kyv a zůstane stát v klidu. Čtvrtauto znamená zjednodušení zkoumá-



ní pérování podvozku automobilu na pérování jen jednoho kola, tedy jednoho ze čtyř kol.

Vymyslel jste pružný bod v prostoru. Tedy obráběcím strojům se blýská na úplně jiné časy?

Obráběcí stroje by mohly být úplně jiné. Třikrát lepší. Jenže cesta od nápadu k prodávanému výrobku je dlouhá a trnitá. A tak možná dříve přijde 3D tisk.

Jste jednatelem firmy Inomech, která se zabývá inovativním konstruováním. Poskytujete služby a nápady českým subjektům, nebo pracujete i pro zahraniční zájemce?

Zákazníci jsou převážně firmy v Českých zemích, i když se zahraničními vlastníky.

Snažíte se o podporu tvořivosti studentů. O jaké projekty dnes jde?

Začíná to předmětem Kariéra v inženýrství a pokračuje reálnými projekty, třeba pohony uvnitř pneumatiky pro zlepšení pohodlí a současné manévrovatelnosti, stability aut.

Když jim říkáte, v čem je vaše fakulta jedinečná, jaké argumenty volíte?

Vše, co kolem sebe vidíme, muselo být vyrobeno na strojích, jinak bychom si to nemohli dovolit koupit. Česká republika je průmyslová země, průmysl stojí na strojích, stroje navrhují, vyrábějí a udržují strojní inženýři, ti jsou spoluzodpovědní za konkurenceschopnost ČR měřeno zaměstnaností a životní úrovní, a tak strojařům leží celý průmysl u nohou.

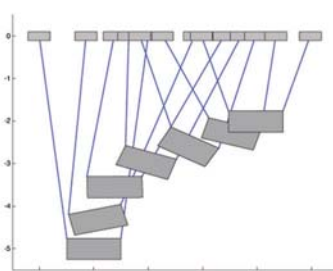
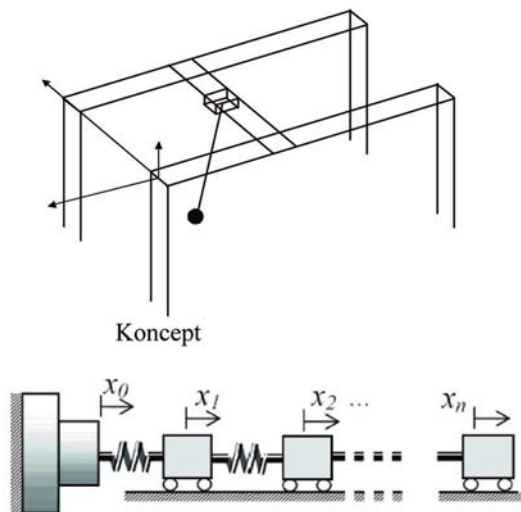
V jedné své prezentaci jste uvedl, že si kladete bláznivé otázky a sníte. O čem nyní?

Řízená změna boční stability automobilu během průjezdu zatáčkou, nový typ akustické izolace vyrobitelné jen 3D tiskem, jak mechatronicky zvýšit pevnost materiálu, stabilita časově proměnných systémů při omezené změně vlastností aj.

ptala se Eva Brixí

Nekývající jeřáb

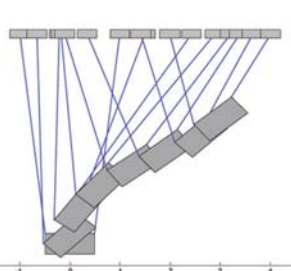
Potlačení kývání tvarováním vstupu řízení



Pohyby jeřábového manipulátoru s řízením natočení břemene



Manipulace s víkem turbíny v elektrárně Dětmorovice



Realizace funkčního modelu

Latinská Amerika je fascinující region

Barbora Kaprálová bude řídit zahraniční kancelář agentury CzechTrade v Kolumbii. Jejím úkolem je především pomáhat v navazování a rozvíjení obchodní spolupráce českých firem s partnery v Latinské Americe. Chtěla by otevřít tento trh i výrobkům a oborům, které na něj dosud nepronikly. Hovoří o tom v následujících řádcích.

Jižní a Střední Amerika je pro nás kontinent značně vzdálený, nejen geograficky, ale i kulturně, politicky a ekonomicky. Čím si vás získala?

Latinská Amerika je nesmírně rozmanitý a fascinující region, právě ta neskutečná pestrost přírody, demografie, ale třeba i kultury a životního rytmu v kombinaci s podobnými rysy vycházejícími ze společných historických momentů si vás dokáže velmi snadno podmanit. Při každé další cestě do Latinské Ameriky jste totiž konfrontováni s pocitem jisté známosti a zároveň neodbytného pocitu, že vždy bude co nového objevovat.

Jak se vyvíjel váš zájem o země Latinské Ameriky od prvního seznámení až po profesionální vztah?

Vůbec poprvé jsem se s Latinskou Amerikou setkala při exkurzi do Bolívie, kam jsem se dostala ještě jako studentka politologie, a to i díky tomu, že má alma mater (Univerzita Hradec Králové) motivuje své svěřence k tomu, aby vybrané teritorium nestudovali jen z odborné literatury. Pokračovala jsem studiem na Pontificia Universidad Católica v Peru a zároveň jsem měla možnost stáže na českém velvyslanectví v Limě. V rámci práce na obchodně ekonomickém úseku ambasády jsem si uvědomila, že bych se velmi ráda zahraničnímu obchodu věnovala i dále a rozšiřovala co nejlépe své zkušenosti především v jeho praxi.

A jaké konkrétní kroky jste podnikla pro získání praktických zkušeností ze světa businessu?

Oslovila jsem jednu českou společnost s návrhem, že se pokusím jí pomoci proniknout na peruánský trh. Následující několikaměsíční praktická zkušenost mi ukázala, že překážky, se kterými se čeští exportéři v Latinské Americe nejvíce potýkají, se často netýkají logistiky nebo přísných tarifních opatření, jak by se mohlo zdát, ale že úspěch či neúspěch businessu až překvapivě často závisí na překážkách, které nazýváme kulturními rozdíly. V podstatě velká část bariér vychází z potřeby adaptovat firemní

obchodní přístup, přizpůsobit marketing, a především věnovat čas a energii novému trhu, a hlavně novým partnerům. Zahraniční obchod prostě není jen otázkou kvantitativních ukazatelů a komparativních výhod, ale také (a často především) schopností pochopit kulturní prostředí a vybudovat kvalitní vztahy s partnery. Jakkoliv toto zní jako naprosto zjevný základ, mnoho jinak velmi schopných českých firem tyto faktory podceňuje, což se, především v Latinské Americe, nevyplácí. Téma exportních bariér v praxi se následně stalo mým velkým zájmem i akademicky a měla jsem možnost se mu věnovat i ve svém výzkumu a konzultovat ho s dalšími českými firmami více i méně úspěšnými v Latinské Americe. V rámci výzkumu jsem pak mimo jiné měla příležitost absolvovat stáž v zahraniční kanceláři CzechTrade v Santiagu de Chile, a když se tedy o pár let později objevila možnost práce pro CzechTrade na pozici konzultantky, nemusela jsem se dlouho rozmyšlet.



Barbora Kaprálová

S jakými výrobky a službami jsou české firmy na latinskoamerických trzích úspěšné?

V rámci celého regionu jsou tradičně úspěšné české firmy z rozličných strojírenských oborů od důlních zařízení a strojů přes stavebnictví, dopravu, zemědělství až po textilní výrobu či potravinářství. Velkým aktuálním tématem a zároveň trendem jsou i možnosti a úspěchy českých exportérů v energetice a nově též ve využívání obnovitelných zdrojů. V jednotlivých zemích můžete nalézt ale třeba také české pivo a pálenky, produkty zdravé výživy, sportovní vybavení, české sklo a křišťál. Na mnoha trzích je oceňovaná kvalita českých zdravotnických přístrojů a nástrojů a české firmy neustále posilují svou pozici i v obranném a leteckém průmyslu. Dalším velmi potěšujícím trendem je to, že si Latinské Ameriky začínají všímat i firmy v oblasti IT služeb. Těch oborů

je skutečně mnoho a věřím, že je zde potenciál pro zapojení dalších nových firem.

V čem vidíte největší rizika pro exportéry? Nelze přece přehlédnout, že jde o politicky a hospodářsky velmi turbulentní region...

Největší rizika pro exportéry v tomto ohledu podle mne leží v nedostatečné informovanosti o místním dění. Nestačí totiž vycházet ze zpráv, které o Latinské Americe publikují hlavní česká média. Jelikož většinou sítím informací k českému podnikateli projdou právě jen ty nejskandálnější, snadno dochází ke zjednodušenému vnímání Latinské Ameriky v prostoru i čase. Především není vhodné Latinskou Ameriku vnímat úplně jako jeden celek, velké rozdíly jsou mezi jednotlivými zeměmi, avšak v mnoha ohledech i v rámci jedné země. Na druhou stranu je to samozřejmě relativně provázaný region, který má určitá společná politická a ekonomická specifika. Z mé zkušenosti úspěšné firmy často vsadí na to, že jejich latinskoamerické aktivity spravuje člověk, který má s regionem zkušenost a tato specifika dokáže nejen vnímat a předvídat, ale dokáže s nimi pracovat ve prospěch své firmy. Mnozí manažeři, kteří se do obchodu s Latinskou Amerikou pustili i bez předchozí zkušenosti s teritoriem, dokázali tuto vstupní nevýhodu překonat právě důslednou přípravou a prací s informacemi. Jako všude na světě, i zde může firma mnohá rizika, která se jeví jako čistě externí, mírnit či eliminovat důslednou prací s informacemi a kvalifikovanými pracovníky.

Těšíte se na práci tisíce kilometrů od domova, v naprosto odlišných klimatických a společenských podmínkách?

Nesmírně se těším na práci pro české firmy v Kolumbii. To, že nebudu moci nějakou dobu spontánně navštěvovat své nejbližší či že budu ve vyšší nadmořské výšce trochu lapat po dechu, je holt neoddelitelná součást takové mise.

Odjíždíte do Kolumbie s určitými přáními a ambicemi?

Mojí největší ambicí a přáním je, abych mohla být prostřednictvím CzechTradu nápomocná širokému spektru českých firem, které se chtějí zaměřit na trhy Latinské Ameriky, a to především na ty, na které by si například právě do Kolumbie samy ještě netroufily. Ráda bych pracovala i s obory, které se prozatím odvažily k expanzi spíše v rámci Evropy, ale mají i v Kolumbii obrovský potenciál. Kolumbie je složitý trh, ale z hlediska ambic mnoha českých firem je to ideální prostor pro jejich expanzi. A já věřím, že spoluprací v rámci Jednotné zahraniční sítě ČR budeme nadále pomáhat rozšiřovat portfolio úspěšných českých firem v této zemi.

ptal se Pavel Kačer

Do čeho investovat **volné prostředky**

Nechat ležet úspory na účtu je jako vyhazovat je bankovku po bankovce z okna na ulici. Takové úspory totiž zvolna ničí inflace, a aby neztrácely na hodnotě, či se ještě lépe zhodnocovaly, je třeba s nimi zacházet chytře. Do čeho se tedy vyplatí v roce 2018 investovat?

Jen za rok 2017 byla průměrná míra inflace v Česku 2,5 %. „V případě peněz zašitých doslova doma v matraci se dá říci, že přesně o tento podíl se loni zmenšila jejich hodnota. U spořicíh účtů, kam úspory ukládá řada lidí, není situace o moc lepší, protože úroky na nich se pohybují kolem 0,5 až 1 % ročně a inflaci ani zdaleka nepokryjí,“ vysvětlil Michael Pokiser z finanční skupiny Ramfin. Podle něj je cestou k uchování hodnoty úspor, nebo lépe jejich zhodnocení, vhodně zvolená investice. Odborníci radí nevsázet vše na jednu kartu, ale mít portfolio investic diverzifikováno. V takovém případě totiž může být případný pokles v jedné jeho části kompenzován výnosem v jiné. Termínované vklady jsou variantou, kterou si vybírají zejména konzervativnější investoři. Riziko ztráty prostředků je sice minimální, na druhou stranu se úroky při pětiletém vkladu u banky po-

hybují jen kolem 2 % ročně. Vyšší úročení je pak u družstevních záložen, kde je však třeba počítat s 10% investicí do kapitálu kampeličky. Při stejné dlouhém vkladu jako u banky se však lze dostat i na úrok vyšší než 3 %. „U tohoto druhu investice je ideální nechat peníze na účtu ležet celou sjednanou dobu. Dřívější výběry jsou často výrazně sankcionovány. Na druhou stranu se však začínají objevovat i produkty, které s touto variantou počítají. Umožní tak sjednání termínovaného vkladu na delší dobu s krátkou, například třicetidenní, výpovědní lhůtou,“ popsal Zbyněk Kočíš z finanční skupiny Ramfin.

Část investic lze vložit do dluhopisů. U firemních dluhopisů je dobré vyhnout se podezřelým, nově založeným společnostem, jež nabízejí dluhopisy se zaručeným zhodnocením. Bezpečnější je nákup dluhopisů více firem prostřednictvím fondu, což finance rozprostře a sníží riziko případné ztráty. Státní dluhopisy jsou opět vhodnější zejména pro konzervativní investory, jejich úroky jsou spíše na úrovni spořicíh účtů. Pro půjčky dnes už lidé nechodí jen do bank či k jejich nebankovním poskytovatelům. Na trhu se nově objevují i peer-to-peer platformy, které zprostředkují půjčku mezi zájemcem o úvěr



a investorem, kterým je soukromá osoba s volnými financemi. Tímto způsobem se dá běžně získat výnos kolem 10 % ročně. Nevýhodou může být to, že tento způsob půjčování peněz je v Česku v začátcích a investice do zahraničí s sebou nesou například poplatky spojené s převody měny nebo riziko kolísání kurzu. Nemovitosti jsou pro investice dlouhodobě výhodnou volbou, a to i přesto, že jejich ceny v posledních měsících strmě rostly. „Lze dosáhnout zhodnocení o 3–5 % ročně. Nemovitosti,

zvláště v dobré lokalitě, jsou navíc dobrým uchovatelem hodnoty,“ řekl Michael Pokiser s tím, že u nemovitostí k pronájmu se vyplatí koupit byty o velikosti 2+kk a 2+1, které lze pronajmout jednotlivcům i mladým párům.

U větších bytů je nutné soustředit se spíše na studenty, nebo počítat s nižším výnosem a pronajmout je rodině.

Kryptoměny jsou fenoménem posledních měsíců. Po Bitcoinu, jenž loni neustále rostl, aby před koncem roku začal výrazně klesat, se jich vyroila spousta. Vzhledem k tomu, že jejich růst a případný pád lze jen těžko předpovídat, je investice do virtuálních měn vhodná pro ty, jimž nevádí rizikový profil. Na druhou stranu může jít i jen o zábavný doplněk ostatních investic, protože není třeba kupovat celé virtuální mince, ale vložit do nich lze i jen pár stotokun. (tz)

INZERCE

BEZPEČNÁ KOLA PRO RADOST

AEZ Cliff dark

AEZ Reef & Reef SUV

DOTZ Revvo black

DOTZ Revvo

DOTZ Kendo

DOTZ CP5 dark

DOTZ CP5

DEZENT TC dark

DEZENT TI dark

Najdete v **ALCAR 3D** konfigurátoru kol s platnou homologací KBA nebo **(E)**



www.alcar.cz

Cukr

a zákon o zachování energie

Skoro všichni ho jíme, skoro všichni ho potřebujeme, skoro všichni se ale přeme o to, jestli je pro nás užitečný, nebo ne. Přitom je krásný, bělostný, vyvolává sladké emoce i sladké sny, vzpomínky na dětství, rodinu i pěkné příběhy. Úloha cukru v životě je tak trochu magická a zároveň více než rozporuplná.

Jako první se začal v Evropě vyrábět cukr z cukrové třtiny, která nepochází z našeho kontinentu. Její pravlastí byla Přední Indie. V českých zemích je cukr znám od doby Karla IV., z roku 1344. Na jeho dvůr se dostávaly cizokrajné výrobky, koření a s nimi i cukr. Do té doby se u nás sladilo jenom medem. První rafinerie třtinového cukru v Evropě vznikla v Holandsku roku 1654. Do Evropy se všechen cukr dovážel, byl drahý a jeho spotřeba malá. Poplava však stoupala. Vynutilo si to hledat domácí suroviny pro jeho produkci. Zkoušela se mrkev, brýza, javor a jiné rostliny. U nás byla rozšířena výroba z javorové šťávy, ale byla nákladná a zanikla.

Cukr v kořenu rostliny *Beta vulgaris* (řepa cukrová) byl objeven již v roce 1605. První cukr z řepy však vyrobil pruský chemik, Andreas Margraff v roce 1747. První řepný cukrovar na světě založil Franz Karl Achard roku 1802 v Kuněrách (dnešní Polsko). V Čechách byla první rafinerie třtinového cukru postavena na Zbraslavi v roce 1787. Napoleonská blokáda evropské pevniny roku 1806 způsobila rychlý rozvoj výroby cukru z řepy u nás. První skutečný cukrovar u nás byl postaven v roce 1829 v Kostelním Vy-



Ing. Jiří Hollein

dří u Dačic. Znáмый český vynález, kostku cukru, vymyslel rakouský ředitel dačického cukrovaru, Jakub Kryštof Rad, v roce 1841, patentován byl o dva roky později. Průmyslové cukrovarnictví začíná až rokem 1850, a to už se do děje zapojuje i cukrovar Hrušovany nad Jevišovkou.

Od roku 1999 můžete potkat na českém trhu značku Korunní cukr. Sladké produkty zpracovávají Moravskoslezské cukrovary, a. s. Ty mají celkem dva cukrovary: v Hrušovanech nad Jevišovkou a v Opavě. Hrušovanský závod jako jediný v České republice zpracovává cukrovou bio-

řepu, ze které vzniká Biocukr krystal. Korunní cukr na náš trh dodává celkem 20 sladkých produktů. Z cukrové řepy vzniká 15 výrobků, další tři produkty jsou z cukrové třtiny, dva produkty pak z hroznového a ovocného cukru.

Tradiční česká firma má společnou historii s mezinárodní Agranou, která na český trh vstoupila už v roce 1994. Na rakouském trhu Agrana vlastní značku Wiener Zucker – Vídeňský cukr. Společnost se v Evropě specializuje na oblast cukru a škrobu. Předsedy představenstva a ředitele prodeje Moravsko-

slezských cukrovarů, a.s., Ing. Jiřího Holleina jsem se zeptala:

Cukrovary jsou zdánlivě v klidu. Řepná kampaň skončila, výrobní linky odpočívají. Nebo je to jinak?

Zpracováním poslední cukrové řepy sice řepná kampaň končí, ale téměř okamžitě začíná příprava na kampaň další. Všechna zařízení, stroje, potrubí je potřeba pečlivě zkontrolovat a potřebné věci se do další kampaně musí opravit, případně vyměnit. Cukerní šťávy jsou po chemické stránce agresivní, a proto je nutné údržbu dělat velmi pečlivě.

Kolik tun bílého zlata jste loni na trh dodali? A v jaké podobě?

Ve všech odbytových kanálech, tzn. domácí trh, export jsme dodali 191 000 tun cukru.

Otázka, která se může zdát podivná: na co všechno se cukr dnes používá?

Kromě standardního tradičního využití, které si umí každý spotřebitel představit – slazení nápojů, přidávek do těsta, výroba cukrovinek, cukrárenské využití, posyp hotových výrobků apod. – je cukr využíván i jako výchozí substrát v různých aplikacích. Pro výrobu aminokyselin, které pak slouží jako komponenty krmných směsí, kyseliny citronové, šťavelové atd.

Jaký obor je v České republice největším odběratelem cukru? Pekaři a cukráři? Perníkáři? Nápojový průmysl? Čokoládovny nebo výrobci marmelád?

V České republice je to hlavně výroba cukrovinek (ať už čokoládových, či nečokoládových), trvanlivého pečiva (oplatky, sušenky) a nápojový průmysl.

Krystal, písek, moučka, kostky. Tím zdaleka váš sortiment nekončí. Co si koncový spotřebitel hodně oblíbil a s jakými novinkami se může z vaší nabídky dnes setkat?

Nejprodávanější položky jsou standardně krystal a krupice, v období sezonního peče-

ní nastupuje moučka. Můžeme taky nabídnout extra jemnou moučku v balení 400 g, která se skvěle hodí pro přípravu plev na zdobení a toppingů. Máme i pozitivní zpětnou vazbu na naše výrobky pro zavařovací sezónu, kde mohou doporučit náš Korunní cukr želírovací 2:1, s kterým je skutečně domácí výroba džemů a marmelád velmi rychlá a jednoduchá. Populární jsou i naše cukry pro přípravu domácích sirupů ať už z květů černého bezu a bylinek, nebo červeného ovoce.

A kde si všechny ty speciality můžu koupit?

Standardní zboží např. v řetězcích Tesco, Globus, COOP, Čepos, Flosman. U specialit záleží na tom, jak se nám podaří uzavřít kontrakty na sezonní zboží.

Dá se tvrdit, že Češi zkonzumují nejvíce cukru o vánočních svátcích? Nebo v létě, když je větší žízeň a popíjejí se hojně i slazené nápoje?

Díky akcím obchodních sítí během celého roku už není sezonnost tak výrazná, ale obecně stále platí vyšší prodej v zavařovacím období a před Vánoci.

Odborníci, lékaři, výživoví poradci, široká veřejnost – všichni se přeme o to, jestli je cukr zdravý, nebo škodí. Odpověď na otázku ale asi musí najít každý sám v architektuře svého životního stylu. Já sama raději mlsám, ale pak si to tvrdě fyzicky odpracuji... Jaký na to máte názor?

Už na základní škole jsme se všichni ve fyzice učili o zákonu zachování energie – jestliže mám nějaký energetický příjem a nižší výdej, tak přebytečná energie nikam nezmizí – musí se uložit. A pro tělo je zásobárna ve formě tuku.

Obecně si myslím, že se zrychlením všeho kolem nás a s pocitem „nemám čas“ je možná pro hodně konzumentů snadnější si dát čokoládovou tyčinku a slazený nápoj. Začít musí každý u sebe a ve své rodině. Chystám

dětem svačinu, nebo jim dám peníze a nemám kontrolu, co si koupí? Neustále se vedou diskuze v médiích o nastupující obezitě dětí, ale proč se pak diskutuje, jestli se přidá, nebo nepřidá hodina tělocviku navíc? Mají si děti skutečně kde hrát? Mají přístup ke sportovním zařízením, výbavě a nejsou omezovaly rodinným rozpočtem? Můj syn vždy se smíchem poukazuje na porovnání s Holandskem, kde půjčení kola ve městě stojí jako pivo u nás – a u nás naopak, tedy někde stojí půjčení kola jako pivo v Holandsku, ale i tak se situace začíná lepší.

Máte k dispozici nějaký průzkum o tom, v jakém věku konzumujeme nejvíce cukru a sladkosti? Zda jako děti, nebo ve věku mezi 40–50 lety, či jako televizní důchodci?

Tak detailní průzkum nemáme k dispozici, ale z jiných průzkumů a odezvy na sociálních sítích můžeme pozorovat renezanci domácího pečení a vaření, což je pro mě vynikající zpráva. Společné jídlo a společné vaření je to, co může lidi spojit.

Kdysi se cukr prodával v lékárnách a mluvílo se o něm s úctou a velkou vážností. Dnes ho mnozí odsuzují a znevažují. Není to zbytečně vyhocený a rozporuplný náhled na věc?

Každá mince má dvě strany a každá věc má dva krajní konce, je to otázka rozumného používání jako u mnoha dalších věcí.

Sladíte kávu nebo čaj?

Kávu si sladím, černý čaj piju rád s trochou mléka neslazený a zelený, případně bylinkové čaje, jen tak, nebo s trochou medu.

A kdy by si měl člověk život pořádně osladit?

Z mého pohledu kdykoli, ale neměla by to být berlička na všechny trable.

otázky připravila Eva Brix





Generace Y je tady

Měla jsem možnost zúčastnit se konference – fóra udržitelného podnikání, které v Praze v únoru pořádalo uskupení Byznys pro společnost. Zaujaly mne názory mladých podnikatelů na to, co je to udržitelnost, jak by rádi žili, jaké vnímají souvislosti, proč co dělají. Není těžké pochopit, alespoň pro mne, proč mají jiný pohled na seberealiza-

ci než jejich rodiče či prarodiče. A bylo by dobré, aby je právě ti starší respektovali a nevnucovali svá měřítka, své názory a své rady. Svět prude se rozvíjejících technologií není samospasitelný, to vědí ti nejmladší a na nich závislí, stejně jako my, příslušníci starší generace. Podle toho soudím, že ti dvacetiletí jsou možná v ledacems rozumnější než ti, co se těší na důchod. My dospěláci můžeme nabídnout zkušenosti, oni inspirující řešení. Co je víc? Myslím, že si zítra založím super hackerskou jednotku. Nebude škodit, ale odkrývat, jak co dělat lépe.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Peugeot odhalil monumentálního lva



Peugeot představil 8. března na ženevském autosalonu lva mimořádných proporcí, sochu symbolizující hrdost, sílu a excelentnost a více než dvě století dlouhou historii značky. Toto vel-

kolepé a nadčasové umě-

lecké dílo, které ztvárňuje stojícího lva, vytvořili designéři studia Peugeot Design Lab. Stává se novým velvyslancem značky, připomíná rovněž 160 let existence legendárního loga. Monument je 12,5 m dlouhý a 4,8 m vysoký. Ztělesňuje hrdost značky, která Peugeot přivedla na úroveň vynikající kvality. Lev je ve znaku značky Peugeot již 160 let. Zobrazení lva z profilu kráčejícího po šípě se poprvé objevilo v roce 1858. Symbolizuje tři vlastnosti pilových listů, které Peugeot původně vyráběl: pružnost, sílu zubů a rychlost řezání. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.clarioncongresshotelp Prague.com

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 7, březen 2018

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-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

Konica Minolta zjednodušuje digitální transformaci firem

Konica Minolta rozšiřuje portfolio řešení v oblasti správy dokumentů a řízení procesů. Systém K2 Five pomůže firmám zefektivnit digitalizaci administrativních procesů a dosáhnout úspor v řádech až stovek tisíc korun. Uživatelům nabízí možnost vytvářet

automatizované procesy bez pokročilých IT znalostí, uživatelské rozhraní přizpůsobené mobilním zařízením nebo vyšší míru zabezpečení. Systém je vhodný zejména pro subjekty, které jsou zatíženy velkým množstvím formulářů, dokumentů a interních procesů, jako jsou výrobní či účetní firmy, banky, energetické společnosti nebo zdravotnická zařízení.

„Firmám chceme pomoci s procesem digitální transformace a zavádění moderních automatizovaných procesů. Jejich využití pomůže zákazníkům výrazně snížit administrativní zátěž i provozní náklady. Například pouze digitalizací a řízením oběhem faktur může středně velká firma dosáhnout úspor až půl milionu korun,“ řekla Barbora Kolaříková, MCS Product Manager Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodala: „Systém K2 Five navíc dodáváme i v cloudové variantě, která nevyžaduje počáteční investice do pořízení hardwaru či softwaru, pouze platby za službu.“

Nová verze systému nabízí jednoduché intuitivní ovládání na principu Drag&drop. Uživatelé mohou rovněž využít už předpřipravených šablon pro ty nejčastěji zpracovávané firemní procesy, jako jsou žádosti o dovolenou či nástupu nového zaměstnance.

K2 Five lze propojit se všemi běžně využívanými firemními IT nástroji, jako jsou e-mail, podnikové systémy (DMS, ERP, MES či účetní software) a cloudová úložiště. Rozšiřuje také přínosy nástrojů Office 365, například Flow. „Je rovněž univerzální z pohledu napojení na zdroj dat. Ten může zákazník dle své potřeby kdykoli změnit a v rámci systému jednoduše nastavit zdroj nový,“ upřesnila B. Kolaříková. Systém dále nabízí funkci validace procesu v reálném čase již ve chvíli jeho vytváření. Uživatelé tak mají okamžitou zpětnou vazbu, zda zvolený postup neobsahuje chyby či riziková místa. Zvyšuje rovněž míru zabezpečení správy procesů, zejména v rámci možnosti udělení individuálních oprávnění ke konkrétním úkonům. Oproti předchozí verzi blackpearl disponuje K2 Five vyšší úrovní reportů, které umožňují podrobnější monitoring, včetně integrace s nejnovějšími BI nástroji.

Software K2 používají například tyto společnosti – Shell, P&G, Pfizer, Microsoft, Aston Martin, Ford, BMW či TON. Konica Minolta Business Solutions Czech je výhradním distributorem tohoto software pro Střední Evropu. (www.k2.com)

Příklady úspor při zavedení řízeného oběhu faktur:

● Úspory, které lze poměrně přesně vyčíslit, vycházejí ze ztrátových časů při vyřizování urgencí a upomínek. U některých dodavatelů se dají rovněž uplatňovat tzv. bonusy za platby v termínech. Správou elektronických faktur lze také předejít možným sankcím za pozdní platby. U středně velké firmy, která obdrží 10 000 faktur za rok, se odhadují celkové úspory v této oblasti ve výši 350 000–500 000 Kč ročně.

● Další úspory vycházejí rovněž z kontroly správnosti faktur. Firma o 100 zaměstnancích zpracovává 6000 faktur ročně. U zhruba 30 % faktur nastával problém, který způsoboval alespoň 15minutové zdržení oproti standardu. Z tohoto příkladu vychází úspora minimálně 100 000 Kč ročně.

● Úspor je možné dosáhnout také díky jednoduchému způsobu dohledávání faktur. Střední výrobní firma si odhadla čas hledání faktur na 180 hodin za rok. Při interní průměrné ceně nákladů na zaměstnance 300 Kč za hodinu činila úspora jen u hledání faktur 54 000 Kč ročně. (tz)

Talentová agentura, která sází na internetové hvězdy

Matěj Kretík před pěti lety založil talentovou agenturu Bookin Agency. Dnes se stará o přední influencery v Česku a spolupracuje se zvuknými značkami na trhu. Stojí rovněž za obchody s módou pro mladé nejen u nás, ale i na Slovensku, produkcí videoklipů a kampaní. Na kontě má úspěšný online magazín a společně s dýdžejem NobodyListen populární hudební událost Addict, která se rozrostla za hranice Prahy. Oslovuje zejména mladé lidi do třiceti let.

Proč jste Bookin Agency založil? A zaměřoval jste se již tehdy na influencery?

Staral jsem se o hudební interprety a chtěl jsem z toho udělat „největší“ booking agenturu v Česku. Bohužel jsem velmi rychle vystřízlivěl, protože jsem zjistil, jak obtížné je pracovat s „hvězdami“. Takže jsme postupem času agenturu spíše nasměrovali do kreativy a staráme se o jednotky lidí napřímo a do projektů zapojujeme celou škálu influencerů.

Jak postupujete a kdo je podle vás influencer, můžete jej přiblížit?

Primárně závisí na kampani, kterou například řešíme. V případě, že je vhodné zapojit i influencery, vybíráme vhodné kandidáty napříč trhem. Za influencera se obecně považuje člověk, který dokáže ovlivnit chování jiných lidí. Nemusí však jít o reálného člověka. Pro mě je třeba influencer i mimozemšťan Alzák. Případně jej lze vytvořit interně a slavným ho teprve udělat. Často v případě, kdy firma pro značku nemůže najít vhodného influencera, se dá třeba vytvořit z majitele firmy. Takže se dá opravdu využít každý.

Prozradíte, kam chcete firmu dále posunout a jaké máte plány v tomto roce?

Aktuálně se staráme o jasné zadefinování a rozdělení úkolů na jednotlivé projekty. V Bookin Agency zůstane hlavním směrem oblast sociálních sítí a influencer marketingu a start kampaní ve smyslu kreativy. Jednoznačně od ní oddělujeme oblast videa, které směřuji na samostatný

projekt www.studioef.cz. Stále chci být aktuální v trendech sociálních sítí a mít přehled v oblasti influencerů. Vymýšlet kreativní zapojení sociálních sítí, influencerů a videa dohromady.

Můžete být konkrétnější?

Jak jsem již řekl ohledně samotné společnosti, oddělit úplně video produkci. Zaměřit se pouze na management a booking lidí: Johnny Machette, NobodyListen, Ezy, Nuff, Smack a klasickou správu sociálních sítí menších společností.

Kolik vás je a kdo za firmou stojí?

Firma je v podstatě taková „one man show“ se spoustou externích spolupracovníků. Mám ji se svým společníkem, ale ten je zaměřený čistě na sociální sítě a jejich správu. Celá kreativa a projekty jsou pak na mně. Dále je v tom nejúžším okruhu lidí Jonáš – Johnny Machette



Matěj Kretík

www.youtube.com/channel/UC4TGqPUuSW-wOtyzhaZPyqg, který je v roli poradce a kreativce a zástupce mladší generace.

Co chystáte za projekty v tomto roce, můžete prozradit ty zásadní?

Spolu s rapperem Johnny Machetem, zpěvákem Ezym a viceprezidentem Svazu průmyslu a dopravy ČR Janem Rafajem zakládáme nadační fond pro neslyšící a nedoslýchavé s názvem Vlna. Připravujeme projekt „Bav se golfem“ pro Českou golfovou asociaci. Práce nás

čeká na kampaních pro Coca Colu a O2. Chceme zvýšit povědomí o dýdžejci Nuff (Jiří Stabloví) v techno scéně. Aktuálně provozujeme jeden z největších evropských resell storů s názvem Themag.Market. Jde o přeprodáv limitovaných kousků oblečení, bot a doplňků. Dále v obchodě najdete second hand bot a oblečení po slavných českých a slovenských umělcích a známých osobnostech. Chystáme video projekty pro Stream a Seznam a některé další.

Jaký je tedy v současnosti stav na trhu právě v oblasti influencer marketingu a kdo vás třeba inspiruje?

Firmy daleko více chápou, že se mění trh marketingu. Mění se s růstem a vlivem sociálních sítí na každodenní mravenčí práci a je potřeba reagovat v podstatě ze dne na den na aktuální situaci. Inspirací mi je třeba agentura Zaragoza. Ve velkém počtu kampaní je progresivní a dokáže klienta nasměrovat do něčeho, co je třeba velmi trendy a ostatní se toho ještě bojí. Dále je pro mě inspirací internetový bavič Kazma nebo marketingový odborník Marek Prchal.

Využití influencerů je stále na začátku a doba je dynamická. Co je pro vás největší problém?

Komplikace jsou hlavně v tom, že ve velkých firmách vše trvá delší dobu, schvalování je na více úrovních. To se odráží na využití momentálních kreativních nápadů, které fungují jen tehdy, pokud se zrealizují okamžitě. Bohužel často, než se takový nápad schválí, je po „trendu“ a nápad už nemá smysl uvádět do života.

Kdo je tedy v hledáčku vašeho zájmu především?

Už deset let se starám o známé lidi, agentura se zabývá kreativní tvorbou kampaní, případně zapojením influencerů a videa. Hlavně se zaměřujeme na cílovou skupinu do 30 let. Studio Ef. se soustředilo na tvorbu videí, hudebních videoklipů, 360stupňových videí a virtuální reality.

V čem vidíte svou přidanou hodnotu?

Máme vlastní platformy, kde si aktuální chování cílové skupiny třicátníků dokážeme testovat.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Nábytkovým dvířkům se věnujeme téměř čtvrt století a stali jsme se jejich největším domácím výrobcem.

Šest specifických produktových řad spojuje bezkonkurenční kvalita a nejširší spektrum provedení. A ruku v ruce s nimi jdou i mimořádné záruky včetně garance původu vyjádřené typickým stříbrným hologramem.

Trachea. Domov za každými dvířky.



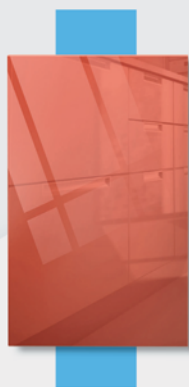
 T.classic

fóliovaná
dvířka



 T.lacq

lakovaná
dvířka



 T.acrylic

akrylátová
dvířka



 T.segment

vícedílná
dvířka



 T.cristal

interiérové
sklo



 T.overface

dekorativní
potisk