

září 2020

fresh[®] TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Zdeněk Jandejsek

Jan Nedělník

Michal Chour

Jan Voříšek

Dalibor Paclík

Jan Škoda

Pavel Krajčík



Zdeněk Jandejsek

Králíci
pro konkurenceschopnost

rozhovor na stranách 2–4

Králíci

pro konkurenceschopnost

Králík. Pro lidi na vesnici zvíře, které patřilo téměř na každý dvorek. Krmit bylo čím. Více přšlo, trávy rostlo dost. Pro příbuzné z města bylo králíčí pochoutkou, pro lidi na dietě významným doplňkem stravy. Spolužačka mne naučila jíst tatarák ze syrových králíčích jater, ten, kdo neokusil, netuší... RABBIT Trhový Štěpánov a.s. vstoupil před třiceti lety na trh právě jako chovatel králíků a dodavatel králíčího masa. Byla to odvaha, chuť poznamenat dějiny zemědělství v Čechách, anebo sázka do loterie? Podle slov generálního ředitele Ing. Zdeňka Jandejska, CSc., bylo toto rozhodnutí odpovědí na možnosti, které se na začátku 90. let nabízely samy: najít komoditu, se kterou se lze uplatnit na zahraničních trzích, při její produkci bude vysoká přidaná hodnota a současně bude schopná konkurovat na evropském trhu. Jak vzpomíná na své začátky a jak argumentuje například v diskuzi o soběstačnosti osobnost, která má na svém kontě nespočet úspěchů, a ještě více moudrých podnikatelských rozhodnutí?

né podmínky k odběru produkce. A deset měsíců od kopnutí do země na zelené louce jsme začali. Chov králíků, jejich porážka a jatečné zpracování je v portfoliu skupiny dodnes.

Od té doby, od roku 1990, jste se však pořádně rozrostli...

Nezastírám, kus práce za námi je. RABBIT tvoří podniky zemědělské prvovýroby s půdou a specializované podniky na chov a výkrm prasat, na chov drůbeže a produkci vajec, na produkci mléka a hovězího masa, samozřejmě na chov králíků, máme podnik služeb na výrobu krmných směsí a podniky, které zapracovávají drůbeží, králíčí, vepřové, hovězí maso a vyrábějí uzenářské výrobky. Ucelený systém s vysokou produktivitou práce i kvalitou.

Ke králíkům jsme brzy přidali výrobu elektřiny, ale to nám k rozvoji nestačilo. Začali jsme obchodovat s mraženým drůbežím masem, vodní drůbeží, rybím masem a zeleninou. Přidali jsme porážku drůbeže. To, co nám tehdy pomohlo, byl nedostatek drůbežího masa na trhu a zvýšená poptávka po něm. Učili jsme se za pochodu, v roce 1995 jsme dokázali porazit už 1,028 miliónu kuřat za rok.

Nárůstem výroby drůbežího masa a dílů však docházelo k nerovnoměrnému využití suroviny, a tak jsme vystavěli malou uzenářskou výrobnu. V prvních měsících roku 1995 jsme vyprodukovali 5000 kg výrobků za měsíc, dnes je to 250 kg za den. Tento rok se také stal mezníkem v rozvoji firmy. Mohli jsme začít zvyšovat mzdy, přeměnit produkci ve prospěch chlazeného masa. Výrazně rostla efektivita práce.

O tři roky později jsme investovali ve prospěch automatického kuchání, byly to velké peníze. V této době byla linka na zpracování drůbeže schopna porazit 2600 kusů za hodinu. Začali jsme také s budováním vlastních prodejen, do konce roku 1998 jich bylo sedm.

Zpracování drůbeže jsme zvýšili o 32 % a vlivem růstu cen hlavně za bourané výrobky se zvedly tržby o 43 %. A rok na to jsme zahájili budování maloobchodní prodejní sítě, takže koncem roku 1999 jsme měli už 22 prodejen. Nabírali jsme na síle. Koupili jsme druhou drůbeží porážku v moravském Jevíčku.

Roky 2008 a 2009 jsme ale pocítili jako většina podnikatelů, celosvětová krize se nevyhnula ani nám. Novým impulzem byl až rok 2014, kdy se v České republice začal řešit obrovský pokles v soběstačnosti potravin. V roce 2019 představovaly naše výkony více než 7,5 miliard korun.



Ing. Zdeněk Jandejsek, CSc.

Chov králíků, to nemuselo být tak složité, to bývalo na vesnici pro každého skoro samozřejmost...

Něco jiného je mít jednu králíkárnou a živit rodinu a příbuzné. Velkochov je o něčem jiném. Já o tom velmi důkladně přemýšlel. Mé rozhodnutí doprovázely cesty do zahraničí, zejména

do Itálie, Francie, Maďarska, Holandska a Belgie. Navštívil jsem možná až stovky farem a desítky jatek. Snahou bylo vybudovat provoz s parametry, které zajistí schválení porážky k exportu do západoevropských zemí. Postavili jsme menší provoz a s minimálními náklady. Museli jsme zajistit asi 28 povolení různých úřadů. Bylo nutné připravit nákupní síť a vhod-



O soběstačnosti se nyní mluví z nejrůznějších úhlů pohledu. Jak to vidíte?

Soběstačnost stále klesá. Přesto mají čeští zemědělci a zpracovatelé těžší pozici při umísťování kvalitní domácí produkce na našem trhu. Pro české firmy není problém konkurovat vysokou kvalitou, problémem jsou nákupní ceny, protože produkce zahraničních dodavatelů je v zemích původu dotovaná dva až pětinasobně více ve formě národních dotací, než je tomu u nás. Tímto způsobem spotřebitel nikdy nepozná reálné náklady na výrobu potravin, a tak se v posledních letech potkáváme i s vyšším plýtváním potravin.

Zůstali králíci středobodem vašeho zájmu?

Těto komoditě jsme zůstali věrni, ale předběhlo je kuřecí a vepřové. Hlavní a nejrozsáhlejší činností skupiny RABBIT Trhový Štěpánov a.s. je dnes jatečné zpracování drůbežního a vepřového masa. Toto maso, které má stoprocentní původ v České republice, je od výroby krmiv až po zabalení a prodej pod kontrolou jak podnikových orgánů, tak českých kontrolních institucí od kontroly osiv obilovin, přes Státní veterinární správu až po Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci na vlastních prodejnách firmy a v maloobchodním prodeji v ČR. Když hovoříme o domácí kvalitě, rád bych v této souvislosti upozornil na pojem České kuře s rodokmenem. Jaké je to kuře? Takové, kde jeho výroba začíná produkcí obilí z polí obhospodařovanými s péčí řádného hospodáře, zpracováním kvalitního krmného obilí na krmivo, výkrmem českých brojlerových kuřat, jejím potravinářským zpracováním, zabalením a prodejem v maloobchodě i vlastních prodejnách. Je to ryze český domácí vysoce kvalitní produkt, kde každý spotřebitel může dohledat online informaci o původu kuřete na základě šarže z etikety (www.ceskekureci.cz).

Producenti vepřového a hovězího masa začínají být celospolečensky konečně zase patřičně uznávanými subjekty. O čem to vypovídá?

Byl bych rád, kdyby si lidé vážili všeho, co dává smysl, co má pro jejich život význam. Základních hodnot, dobrých vztahů. RABBIT patří k největším producentům vepřového, hovězího a mléka u nás. Stálo nás to velké úsilí, chtěli jsme jít cestou, která přináší užitek všem. V rámci skupiny máme kapacity na chov 14 000 kusů prasnic, 4000 kusů dojných krav a 350 kusů masných krav. Zvířata jsou vykrmována ve vlastních zařízeních a s výjimkou mléka vše zpracováváme také sami. A distribuujeme do všech obchodních sítí u nás a částečně na Slovensku. Zmíním se třeba o vepřovém, máme tři podniky specializované na chov a výkrm prasat: Mydlářka a. s., VEMA, akciová společnost a Drupork Svítavy, a. s. Vynikající výsledky dosahujeme v odstavu a odchovu selat na prasnici, a to od 31,5 do 33,5 kusu selat na prasnici za rok. Mnohé provozy jsou kompletně zrekonstruované a zvířata jsou prostá hospodářsky významných nemocí (označovaná anglickou



zkratkou SPF). Po dokončení rekonstrukcí dalších provozů bude mít firma RABBIT Trhový Štěpánov a. s. na 14 000 kusů prasnic, od kterých bude vykrmeno a dodáno na vlastní jatky v Českém Brodě a České Skalici



zhruba 430 000 kusů vykrmených prasat ve váze přibližně 115 kg na kus.

Mléčné výrobky zažívají boom, zákazníci opět objevují jejich přínos pro zdravé stravování a stejně tak se více na našich stolech objevuje hovězí...

Zdravý selský rozum je na místě. Určitě je na místě posvačit jogurt než sníst pytlík bonbónů. A lepší je k obědu kousek masa než dva zákusky v cukrárně. Ale abych mluvil k věci. Naše kapacity chovu skotu jsou směřovány hlavně do výroby mléka. V pěti podnicích jsou chovány dojnice v celkovém počtu 4000 kusů s průměrnou užitkovostí 10 400 litrů mléka na dojnici za rok. Tyto dojnice vyprodukují ročně kolem 40 milionů litrů mléka. V jednotlivých stájích se užitkovost pohybuje od 9500 litrů na dojnici za rok až do 13 000 litrů na dojnici za rok. Také chováme stádo masného skotu, a to v podnicích První zemědělská Ratměřice spol. s r. o. a SPZV Ostředek, a. s., v počtu 350 kusů krav bez tržní produkce. Odchovaný zástavový skot se zde pak vykrmuje až do jatečné váhy 750 až 850 kg na kus. Výkrm jatečných býčků zabezpečuje také společnost AGRO Poříčí spol. s r. o., která telata a zástavový skot nakupuje mimo skupinu RABBIT a provádí výkrm až do jatečné hmotnosti.

Vztah spotřebitelů k domácím chovatelům a výrobcům potravin se mění, lidé si více začali vážit českých. Máte z toho radost?

Určitě ano, kousek národní hrdosti potěší každého, kdo to s podnikáním myslí vážně. My jsme na jatečné zpracování vepřového a hovězího dobytka zaměřili dva podniky, které zabezpečují nejen porážku, ale i zpracování masa a produkci masných výrobků. Jatky Český Brod a. s. poráží ročně od 170 000 do 200 000 kusů jatečných prasat a zajišťují české výsekové maso z produkce výrobních podniků RABBIT Trhový Štěpánov a. s. Výsekové maso dodávají do

obchodního řetězce Globus, dodávky představují na 40–45 % své produkce, 20–25 % své produkce prodávají ve vlastních obchodech Jatky Český Brod a. s. a prodejnách RABBIT Trhový Štěpánov a. s. Zbylých 30 až 40 % prodávají maloobchodním prodejnám mimo skupiny a do provozů gastro.

Skaličan a. s. Česká Skalice poráží ročně 100 000 – 120 000 kusů prasat a asi 6000 kusů hovězího dobytka, prasníc, ovcí a produkuje ročně cca 8700 tun uzenářských výrobků. Výrobní kapacity jsou však v současné době vytíženy na 50–60 %. Po ukončení rekonstrukcí výrobních podniků bude ročně k dispozici přibližně 430 000 kusů prasat, ze kterých bude 230 000 kusů porážet Skaličan a. s., čímž dojde k úplnému využití kapacity jatek.

Co patří mezi žhavé novinky?

V roce 2019 jsme na trh uvedli jako první v ČR z velkokapacitní porážky „pomalu rostoucí kuře“ s označením z „extenzivního chovu“ dle legislativy EU 1538/91. Kuře splňuje tyto parametry dle příslušného nařízení: minimální doba výkrmu 56 dní a maximální hustota 15 kusů kuřat na metr čtvereční. Ta jsou chovaná v uzavřených moderních stájích, splňujících požadavky na biologickou bezpečnost chovu.

Vraťme se ke žhavé diskuzi o soběstačnosti...

V České republice je v současné době soběstačnost kolem 59 %. Například soběstačnost ve

vepřovém mase je na úrovni 38–39 %, přesto zájem maloobchodního prodeje není o všechno domácí maso. I když je nákladově levnější a pro naše životní prostředí výrazně příznivější, probíhá obrovský nákup štedře dotovaného vepřového masa ze Španělska, Belgie, Německa a dalších států. Touto nepřilíživě vhodnou nákupní politikou maloobchodu jsme nuceni část produkce v živém stavu vyvážet na Slovensko, do Maďarska a v menší míře i do Německa.

Máme to v Evropě Kocourkov! Pokud by se však politika státu změnila, bude směřovat ke zvyšování soběstačnosti a budeme dávat přednost produktům z krátkého výrobního a zpracovatelského řetězce, tedy domácím regionálním produktům, může být výroba a zpracování

vepřového masa velkou příležitostí pro zemědělskou prvovýrobu. Vždyť téměř 50 % produkce obilovin se vyváží jako surovina a dovoz vepřového masa s přídáním hodnotou překračuje 60 %. Velmi dobré chovatelské výsledky dávají velkou šanci tomuto odvětví vrátit se do roku 1993, když jsme byli ve výrobě vepřového masa ještě soběstační. Ve dle výrobců mohou profitovat i zpracovatelské subjekty, kterých je dostatek a jsou přiměřeně vybaveny, ale jejich současně nižší vytížení snižuje jejich profit.

Nízká soběstačnost je i v produkci kuřecího masa, která se pohybuje mezi 50–60 %. Zde je značný prostor pro rozšiřování tuzemské produkce na úkor dovozu zejména z Polska, Německa a Nizozemska. Měsíčně je do ČR dovezeno 8000–9500 tun kuřecího masa, což představuje 6,5 milionu kuřat za měsíc. Nezanedbatelná je environmentální stopa dovozu, kdy k importu v uvedené výši je potřeba na 500 plně naložených ka-

mionů měsíčně. Importované drůbeží maso je cíleno částečně do maloobchodu, převážně pak do veřejného stravování (gastro, státní a příspěvkové organizace, municipality, školy a školky).

Myslíte si, že se rýsují podmínky pro to, abychom za čas kupovali více českých potravin?

Nákup domácí regionální produkce je velkou příležitostí nejen pro zemědělce a zpracovatele, ale zejména pro naše občany, kteří tak mají možnost konzumovat zdravé, kvalitní domácí potraviny, jež konkurují zahraničním dovozům. V případě, že tady nebudeme mít vlastní produkci potravin, ceny základních komodit (masa, mléka, vajec, ovoce a zeleniny našeho mírného pásma) a výrobků se výrazně zvýší a my budeme jenom statisty. Samozřejmě základní podmínkou budou podpory v celé EU. Není nutné, aby se zvyšovaly, ale musí se sjednotit tak, aby docházelo ke konkurenci na základě výsledků, nikoliv na základě síly národních rozpočtů jednotlivých států Evropské unie, jak je tomu v současné době. Příklad jak zvýšit soběstačnost, nám dávají státy, jako je Německo, kde ještě v nedávné době měli soběstačnost ve vepřovém mase na úrovni 80 %, ale dnes produkují přibližně 120 % své potřeby a z pohledu své velikosti jsou významným exportérem. Stejně tak Španělsko produkuje 373 % své potřeby a ještě před 20 lety bylo sotva soběstačné. Naše výsledky v sektoru prasat z pohledu nejen užitkovosti, ale i nákladů, jsou lepší než ve Spolkové republice Německo a přibližně stejné na úrovni Španělska, tak proč bychom neměli konzumovat vlastní vepřové, když dokážeme zajistit špičkové podmínky výroby, máme vlastní krmivo, a hlavně vynikající zooveterinární i hygienickou kontrolu výroby, zpracování i prodeje? Stejná situace je i v drůbežím a králíčím mase, vejcích a rostlinných komoditách, kde dosahujeme nadprůměrných výsledků a zajišťujeme špičkové podmínky pro produkci.

připravila Eva Brixí



Na venkov patří moderní prodejny potravin

Úbytek menších prodejen potravin v loňském roce výrazně zpomalil. Řada z nich se naopak vrhá do výrazné modernizace. Podle Družstva CBA, které disponuje odborným týmem pro takzvaný remodeling, mají o tuto modernizaci zájem především prodejny s obrátem nad milion korun. Družstvo takto v průměru přestavuje minimálně jednu prodejnu měsíčně, za deset let chce mít remodelovanou třetinu sítě. Ta by zároveň měla v budoucnu zajišťovat 80 % celkového obrátu.

Podle posledních dat společnosti Nielsen v loňském roce výrazně zpomalil úbytek menších prodejen potravin. Provoz ukončilo 195 obchodů s prodejní plochou do 400 m², což je meziročně o dvě třetiny méně. Řada z menších obchodů přitom jeví zájem o modernizaci, která jim dává výrazně vyšší konkurenceschopnost. Lídrem mezi českými obchodníky je v tomto směru Družstvo CBA, které nejen pro prodejny ze své sítě nabízí možnost takzvaného remodelingu. Jeho součástí je mimo jiné modernizace provozního vybavení za účelem snížení nákladů, zatraktivnění vizuálu prodejny či přeskládání sortimentu podle posledních trendů. Podle předsedy družstva Romana Mazáka jeví největší zájem o remodeling větší prodejny s ročním obrátem nad milion korun. Vůbec největší snahu o přestavbu pak CBA eviduje u nejúspěšnějších prodejen, jejichž roční obrát se pohybuje nad tři miliony korun. „Úspěšné prodejny mají zájem o rekonstrukce, investice, ušetření nákladů, ale také o napojení na náš software, který jim z hlediska logistiky a administrativy výrazně ušetří práci,“ vysvětlil Roman Mazák.

Družstvo CBA v průměru remodeluje 15 prodejen za rok. „Každý měsíc děláme nový projekt, někdy jich stihneme i více. Jsme zhruba 30 % nad původním plánem a už nyní máme z 50 % naplněný příští rok. Proces remodelingu prodejen nám každopádně může zabrat i dalších zhruba 20 let.“ Součástí sítě CBA je totiž



více než 1000 obchodů, při současném tempu by tedy kompletní remodeling všech zabral ještě více času. Podle Romana Mazáka přitom záleží na zájmu prodejen. „Z našeho pohledu je vysoký, rámcově v desítkách. Dokážeme tak díky němu pokrýt veškeré kapacity našeho expertního týmu, který se remodelingu věnuje. Pokud by se zájem násobně zvýšil, tým bychom určitě rozšířili,“ řekl Roman Mazák. Plán CBA je mít do deseti let 300 remodelovaných prodejen, aktuálně jich má téměř sto. Roman Mazák v tom kromě atraktivnějšího vzhledu a většího zájmu spotřebitelů vidí i další pozitiva. „Samozřejmě se stává, že malé prodejny různě přecházejí mezi jednotlivými obchodními sítěmi. K nám takto díky možnosti remodelingu celá řada z nich přišla a nyní nemá důvod odcházet jinam. Díky tomu posilujeme a zkvalitňujeme naši síť, která se stává více a více konkurenceschopnější na tuzemském trhu,“ uvedl. V desetiletém horizontu by tak podle předsedy Družstva CBA všechny remodelované prodejny měly stát za 80 % obrátu celé sítě. Při modernizaci prodejny je nutné sledovat i nejnovější trendy spojené se samotným zbožím – v posledních letech totiž stoupá tlak na jeho kvalitu, roste také poptávka po zdravé vý-

živě, biovýrobci či regionálních produktech. Tento sortiment tak při remodelingu nově získává v prodejně více místa. S tím pak souvisí i rozmístění dalšího sortimentu, který je na toto zboží navázaný.

Na plánech remodelingu prodejen v síti CBA nic nezměnila ani jarní koronavirová krize, projekty se pouze o dva měsíce posunuly. Důvodem bylo zejména dočasné přerušení dodávek zařízení ze zahraničí. Během opatření zároveň majitelé provozoven v první řadě zabezpečovali chod svých prodejen. „Co období nouzového stavu naopak ukázalo v plné nahotě, byly limity e-shopů s potravinami. Statisticky to možná nevypadá, jejich růst se však týkal pouze velkých a krajských měst, nikoliv venkova. Pro e-shopy zde není klientela a v dohledné době ani nebude,“ doplnil Roman Mazák.

Podle něj klasický velký potravinový e-shop nemůže kamenné prodejny na venkově konkurovat, zejména s ohledem na kombinaci logistiky, obslužnosti a počtu položek. „Počty položek jednotlivých e-shopů tvoří zhruba 7 % objemu naší sítě, pohybují se okolo 20 000. Udělat z toho našich 300 000 není jen tak, je to otázka několika let. V tuto chvíli nevidíme v Česku sílu, která by to zvládla v kombinaci s udržitelností provozu a kvalitní logistikou,“ uzavřel Roman Mazák.

Družstvo CBA CZ je sdružení velkoobchodů a maloobchodních jednotek, které aktuálně čítá více než 1000 prodejen a produkuje obrát více než tři miliardy Kč. Současným cílem CBA je vybudovat stabilní síť kvalitních maloobchodů, čehož se snaží dosáhnout podporou maloobchodníků, investicemi do prodejen, kvalitním marketingem nebo zaváděním nových technologií a služeb. Pilířem je jednotný maloobchodní pokladniční systém s centrálním číslníkem zboží čítajícím v současnosti již více než 120 000 položek.

(tz)



Výzkum pro krajinu snů a užitku



RNDr. Jan Nedělník, Ph.D.

Váš výzkumný ústav propracovává nové poznatky vědy a výzkumu, které mají vést k lepší praxi zemědělců. Jaký příklad z poslední doby byste jmenoval?

Letošní rok je příkladem, kdy v jarním období byla poměrně dlouhá perioda sucha a poté přišlo období s intenzivními srážkami. Rok 2020 z hlediska průběhu počasí bude zřejmě patřit k těm průměrnějším, ale obě zmíněné periody ukazují na složitost, se kterou se musí zemědělec při svém hospodaření vypořádat. Proto se snažíme přinášet technologie, které by mohly vlivy některých extrémů minimálně zmírnit. Vyvíjíme a testujeme například nové technologie smíšených kultur. Do širokořádkové plodiny, kterou je kukuřice, sejeme některou z plodin fixujících dusík. Z prvních výsledků vyplývají až překvapivé efekty. Ať tím, že tento způsob významně snižuje erozi, obohacuje půdu o organickou hmotu nebo neméně významně přispívá ke zvýšenému výnosu zelené biomasy. Dalšími příklady by mohly být nové odrůdy, které doporučujeme zemědělcům jako mezplodiny či jako plodiny do nektarodárných pásů pro zvyšování počtu přirozených opylovatelů v krajině.

Záběr máte široký – zemědělství, potravinářství i biotechnologie. Jaké ambice má třeba poslední jmenovaný obor? Čeká ho převratná budoucnost?

Podle mého názoru čeká. Biotechnologie jako způsob produkce látek s využitím ve farmakologii, potravinářství, veterinární medicíně. Biotechnologie jako nástroj pro vyšší efektivitu zpracování biomasy z primární produkce, ale i biomasy odpadní. A biotechnologie jako efektivní nástroj pro tvorbu nových šlechtitelských materiálů založených na detailní znalosti genetické informace, jejího bezpečného použití a využití ve šlechtění. Tento obor má obrovský potenciál a troufnu si tvrdit, že v ČR

Nápady a vynalézavost se snahou dostat je co nejrychleji do správné zemědělské praxe, to je jedno z mnoha poslání soukromého pracoviště Výzkumný ústav šlechtitelský a pěstivařský, spol. s r.o. v Troubsku. Má velké renomé nejen jako tým erudovaných odborníků, ale rovněž jako spolutvůrce mnoha projektů a programů, jejichž prostřednictvím získává česká krajina zpět, co jí patří, a dostává to, co plyne z nejnovějších vědeckých a výzkumných objevů. Vždy totiž platilo, že léty prověřené zkušenosti spojené s unikátními myšlenkami dokázaly posouvat lidstvo po trajektorii pomyslného blahobytu dál. O to, aby se lidem u nás dobře žilo, tedy co nejlépe ve vztahu k přírodě, krajině, s níž se snaží najít zase společnou řeč, ať už jako prostí uživatelé, obyvatelé, nebo v roli zemědělců, se snaží jmenovaný ústav společně s další firmou Zemědělský výzkum, spol. s r.o. V jejich čele stojí RNDr. Jan Nedělník, Ph.D.:

je na velmi vysoké úrovni. Dnes se o biotechnologiích hovoří také v souvislosti s bioekonomikou a cirkulární ekonomikou. I zde se jako ústav snažíme být aktivní. Pro spolupráci špičkových subjektů a expertů v těchto oblastech jsme založili BIOekonomický HUB České republiky (www.bio-hub.cz) a snažíme se tato témata akcentovat jak ve výzkumných programech, tak v koncepčních dokumentech.

Zabýváte se rovněž zvyšováním výnosnosti plodin. Čím se dá dnes ovlivnit?

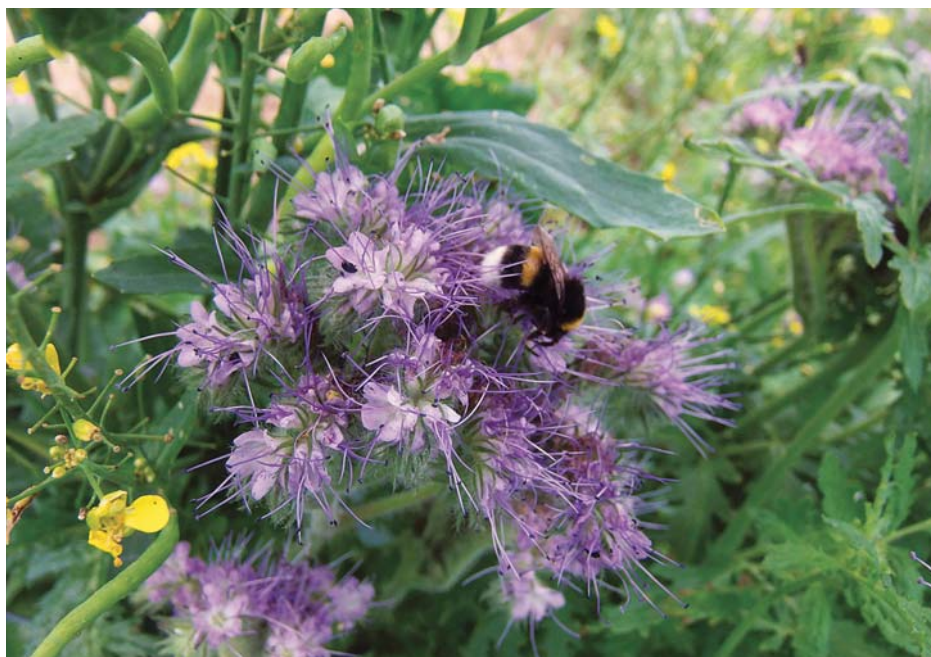
Výnosový potenciál plodin je limitován celou řadou faktorů. Tím zřejmě nejdůležitějším je genetická podmíněnost a tam se snažíme napřít svou pozornost. Je ale třeba říci, že u mnoha druhů více než o další zvyšování výnosu jde o genetiku a šlechtitelům o jeho stabilizaci, a především o nové odrůdy s novými vlastnostmi. Ať už jde o zvýšenou kvalitu z pohledu nutričního, či o zvýšenou rezistenci ke škodlivým činitelům. To je část genetická. Určitě se výnosnost plodin dá zvyšovat a stabilizovat využitím technologických prvků ve výživě či ochraně rostlin. Prvky pre-

cizního zemědělství jsou v této oblasti zcela nezastupitelné.

Šlechtitelství a pěstivařství má v České republice silné kořeny a zajímavé výsledky. Přesto se mnozí lidé domnívají, že „vše je přešlechtěno“, že tedy rostliny nevydrží tolik jako dříve, jsou náchylné k chorobám a ztrácí výživový potenciál, třeba vitamíny a stopové prvky. Mají pravdu, anebo se naopak velmi mýlí?

Děkuji za otázku a jen potvrzuji, že šlechtění má opravdu v ČR dlouhou tradici a velmi vysokou úroveň. Pokud bych trochu fabuloval, tak bych mohl odpovědět, že kdyby nebylo „přešlechtěno“, tak bychom neměli co jíst. Požadavky spotřebitelů jsou stále vyšší a jen nové odrůdy a s nimi spojené udržitelné technologie mohou přinést produkci kvalitních a zdravotně nezávadných produktů. To, že se některým lidem zdá, že jsou některé plodiny náchylnější k napadení škodlivými činiteli, je spíše dáno tím, že i jakýkoli škůdce či patogenní organizmus je živým organismem a snaží se přežít. A protože mnohé životní





cykly jsou vázány na hostitele, tak i škodlivý organizmus neustále vytváří nové rasy či populace, které překonávají případnou rezistenci. Snižování používání pesticidů, o kterém se mluví v nových strategiích na úrovni EU, nebude bez šlechtění možné.

Na jakém výzkumném projektu se nyní podílíte a co je cílem?

Těch projektů je celá řada, ale dovolím si zmínit dva. Prvním je Národní centrum kompetence – Biotechnologické centrum pro genotypování rostlin, které je podpořeno z Technologické agentury ČR programu Národního centra kompetence. Mám tu čest tento projekt koordinovat a spolupracovat v něm se špičkovými českými výzkumnými pracovišti a šlechtitelskými firmami. Hlavním cílem je moderními geneticko-šlechtitelskými metodami co nejdůkladněji popsat genetickou diverzitu studovaných plodin (ječmen, trávy, jetel, brambory, hrách, ovoce) a přinést šlechtitelské veřejnosti rychle využitelné nové poznatky. Právě s cílem tvorby kvalitativně nových, uživatelsky zajímavějších odrůd. V tomto projektu se snažíme kombinovat nejmodernější techniky a biotechnologické postupy. Druhý projekt souvisí právě s podporou bioekonomiky a iniciativou země střední a východní Evropy BIOEAST. V projektu BIOEASTsUP H2020 společně s mojí kolegyní Marií Kubánkovou vytváříme tematické skupiny orientované na oblast biotechnologií, agroekologie nebo oblast sladké vody a podporujeme zapojování podnikatelských subjektů do bioekonomiky.

Hlavním cílem je moderními geneticko-šlechtitelskými metodami co nejdůkladněji popsat genetickou diverzitu studovaných plodin (ječmen, trávy, jetel, brambory, hrách, ovoce) a přinést šlechtitelské veřejnosti rychle využitelné nové poznatky. Právě s cílem tvorby kvalitativně nových, uživatelsky zajímavějších odrůd.

Hledáte rovněž odpověď na to, jak zvýšit úrodnost českých a moravských polí. Znamená to, že nám nedávají tolik úrody, kolik bychom potřebovali, že se o ně zemědělci špatně starají? Anebo chcete dokázat, že se prostřednictvím výzkumu a vývoje dá získat z potenciálu pole nemožné?

Zvýšit či možná bych spíše řekl vrátit a stabilizovat na předchozí úroveň. Úrodnost orné půdy je velmi komplexní vlastností kombinující fyzikální, chemické a biologické prvky. Souhlasím s vámi, že kvalita půdy není příliš potěšitelná, a proto hledáme nástroje a postupy, jak s tím něco udělat. Je to celý program využívání mezplodin, permanentního zeleného krytu, zvýšení obsahu organické hmoty v půdě třeba pomocí kompostu, využití různých sorbentů pro zvýšení vododržnosti půdy i pro zlepšení fyzikálních vlastností.

Technologická kázeň v kombinaci s nejnovějšími výzkumnými poznatky je cestou, jak úrodnost českých a moravských polí stabilizovat.

Směřují tyto aktivity i k vyšší soběstačnosti naší země ve výrobě ovoce, zeleniny, cukrovky, brambor a potravin?

Koronavirová pandemie a zastavení ekonomiky otevřelo dle mého názoru otázku soběstačnosti. Nejen v zemědělských komoditách a potravinách. Otázku soběstačnosti Evropy i České republiky. Myslím, že i zde je třeba nějakého kompromisu, asi není reálné, abychom ve všech komoditách rostlinného, a především živočišného původu byli plně soběstační jako



republika, ale přesto je třeba o soběstačnosti hovořit. Najít rozumnou míru a tu potom koncepčně podpořit. U rostlinné výroby to bude o něco snazší než u živočišné, kde přece jen obnova či reprodukční cykly jsou dlouhodobější. Nehledě na to, že byly v minulosti mnohé kapacity nevratně zlikvidovány. Otázka soběstačnosti je předmětem poměrně vášnivých diskuzí mezi zemědělskými ekonomy, a názor na to, jak k finálnímu řešení přistoupit, není vůbec jednotný, ale také ne jednoduchý. Nicméně priority soběstačnosti a udržitelnosti zemědělské produkce jsou právě stále více akcentovány na úrovni EU a objevují se ve strategiích Zelené dohody nebo Od vidlí po vidličku.

I když u nás letos místy hodně přšelo, neznamená to, že voda zůstává v krajině a že s ní umíme řádně hospodařit. Může i strojní obdělávání polí ovlivnit množství vláhy v půdě, může přispět k větší vlhkosti tam, kde to je potřeba?

Naštěstí vydatné srážky do určité míry na většině území ČR eliminovaly zemědělské sucho. Srážky navíc přišly v období, kdy se ještě tvořil výnos u polních plodin, takže výnosy, a dokonce i kvalita sklizené pšenice a řepky není vůbec špatná. Oproti tomu v mnoha regionech se stalo ale i to, že půda již byla vodou přesycena a nebyla v krátkém čase schopna další množství vody zadržet. Zadržení vody v krajině je opět dle mého názoru komplexní problém a je třeba diskutovat, a také konečně realizovat, různé prvky vodohospodářských opatření. Mám na mysli stavbu přehrad, stavbu či obnovu rybníků, revitalizace meliorací pro zadržení i odvod vody, celou řadu krajinných prvků umožňujících vázání vody, a samozřejmě také zvýšení retence vody půdou, ať již ornou, či lesní. A to jsme opět oblohou u kvality půdy a technologií, které by tu kvalitu v nejširším slova smyslu měly zvýšit. Ta de-



bata je samozřejmě i o závlahách, protože do budoucna se asi bez závlah a obecně melioračních opatření neobejdeme. A ta debata se musí vést o využití nejen povrchové vody přicházející se srážkami. Ale i o využití tzv. šedé vody z čistíren odpadních vod. Jsem rád, že tematickou skupinu zaměřenou na využití sladké vody na úrovni makroregionu BIO-EAST iniciovalo právě Ministerstvo zemědělství. Skupinu koordinuje RNDr. Zuzana Boukalová, která ve spolupráci s doktorkou Marií Kubánkovou zpracovávají výchozí rámcové podklady a vytvářejí skupinu odborníků.

Vaším hitem se stali čmeláci. Dodáváte je nejen zahrádkářům a fandům, ale také sadařům. Opravdu pomáhají, když všechno kvete? Uplatňují se i v lesních porostech?

Až 70% produktů rostlinného původu, které konzumujeme, je závislé na dobrém opylování. Z toho je patrný obrovský význam opylovatelů v krajině. Čmeláci jsou výborným doplňkem pro opylování ovocných stromů, zeleniny, opylování kultur ve sklenících a věřím, že mi čtenáři potvrdí, že pokud mají čmeláky na své zahrádce, tak se velmi výrazně zvyšuje úroda. Vždy velmi záleží na tom, aby i u nás koupené čmeláky dodal sadař či zahrádkář opravdu v době maximálního kvetení. Předem mnou na stole jsou švestky ze stromu, který mám vysazený v ne úplně ovocnářské lokalitě a kde je málo přirozených opylovatelů. V loňském roce téměř nulový výnos, v letošním roce po přisunutí jednoho úlu čmeláků diametrální rozdíl. Víte, jak se to říká? Kozel zahrádkníkem. V lesních porostech, abych odpověděl na celou otázku, se čmeláci nevyužívají, tam je to spíše otázka snůšky včel. A možná jste zaznamenali konstatování včelařů, že v letošním roce bude



málo medovicového medu kvůli vykácení obrovských ploch smrků v důsledku kůrovcové kalamity.

Uvažujete rozšířit nabídku o další užitečné pomocníky do zahrad jako třeba žížaly, slunéčka sedmitečná, sýkorky?

Těch užitečných pomocníků může být celá řada. Máte pravdu, že i slunéčko jako predátor celé řady hmyzích škůdců je velmi užitečné. Dala jste nám dobrý tip do budoucna, děkuji. Veřejnosti nabízíme kromě čmeláků poznatky o možnosti usídlit na zahrádkách další přirozené opylovatelé. Jsou to ty známé hmyzí domečky, my se k nim snažíme dodávat nektarodárné plodiny a směsi, které by opylovatelé na zahrádku přilákaly. Takže si zájemci u nás mohou koupit osivo, a být tak podporovatelem hmyzích populací v krajině.

Jste čelným představitelem Asociace výzkumných organizací, která sdružuje soukromé subjekty na poli výzkumu a vývoje. Jak byste zhodnotil činnost členů?

Proto se snažíme přinášet technologie, které by mohly vliv některých extrémů minimálně zmírnit. Vyvíjíme a testujeme například nové technologie smíšených kultur. Do širokořádkové plodiny, kterou je kukuřice, sejeme některou z plodin fixující dusík. Z prvních výsledků vyplývají až překvapivé efekty.

Pokud bych trochu fabuloval, tak bych mohl odpovědět, že kdyby nebylo „přešlechtěno“, tak bychom neměli co jíst. Požadavky spotřebitelů jsou stále vyšší a jen nové odrůdy a s nimi spojené udržitelné technologie mohou přinést produkci kvalitních a zdravotně nezávadných produktů.

Asociace výzkumných organizací letos slaví 30 let své existence. Když jsem psal článek o historii, tak jsem si bez nadsázky uvědomil, jak obrovský kus práce asociace pro kultivování českého výzkumného prostoru udělala. Ať už to bylo v oblasti legislativní, či při tvorbě různých koncepcí a výzkum-

ných programů. Dnes je asociace nejsilnějším subjektem reprezentující aplikovaný výzkum v ČR. Členské organizace ve svých oborech jsou špičkami na národní, a v mnoha oborech i na mezinárodní úrovni. Svědčí o tom celá řada ocenění na veletrzích, pravidelné úspěchy a ceny udělované Technologickou agenturou ČR, mezi členy je mnoho Vizionářů roku.

Podarilo se více poznatků dostat do praxe a rychle tak, jak to firmy opravdu potřebují?

Věřím, že ano. Dnes je již téměř pravidlem, že ve výzkumných projektech jsou i partnery podniky jako aplikační garanti. A shodneme se asi na tom, že žádný podnikatel nebude investovat do projektů, ve kterých nebude vidět návratnost svých vložených soukromých prostředků. Je ale pravdou, že o rychlosti a efektivitě transferu výzkumných výsledků do praxe vedeme neustále debatu a snažíme se ten transfer akcelarovat různými cestami a různými metodami. Přes klustry nebo platformy. I asociace má dnes platformu, která transferuje výsledky členů do praxe. Spolu s Hospodářskou komorou ČR v letošním roce startujeme interaktivní portál s akronymem MAPAVIN, kde bude poprvé v historii ČR na jednom místě nabídka výzkumných organizací podnikatelské sféry. Nabídky volných kapacit laboratorních a techno-

logických i nabídka možností vzájemné spolupráce. Intenzivní v této oblasti je i spolupráce se Svazem průmyslu a dopravy ČR a nevládními zemědělskými organizacemi.

Čím se může asociace u příležitosti letošního výročí pochlubit? Jakým trendům jste napo-

mohli, o kolik jste český výzkum posunuli dopředu?

Historicky viděno tou největší zásluhou asociace byla maximální podpora pro vůbec zachování existence výzkumných pracovišť aplikovaného charakteru v období privatizace. Možná, pokud by nebylo argumentační základny asociace, tak by mnohá výzkumná pracoviště zanikla. To se nakonec stalo nevratné u celé řady kapacit. V současné době diskuze nad zákonem o výzkumu, vývoji a inovacích, debata o systému hodnocení výzkumu, debata o nepřímých nástrojích podpory výzkumu, o národní politice VaV – tam všude jsme, doufám, aktivními účastníky, a věřím, že naše stopa v těchto a v mnoha dalších dokumentech a činech je zřejmá. Doufám, že jsme jako asociace napomohli k tomu, že do českých podniků jdou kontinuální inovace, které napomáhají rozvoji české ekonomiky a dělají náš život příjemnější.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■

Kouzlo zrcadla a obklady ve velkém stylu

Nemusíte být zrovna Alenka z říše divů, abyste mohli cestovat do jiných světů. Díky dveřím MASTER DOOR můžete udělat tajemnou říši za zrcadlem třeba ze svojí ložnice. Obvodový rámeček z hliníkového profilu, který tvoří nosnou konstrukci dveřního křídla, lze doplnit opláštěním z mnoha materiálů. A nyní to může být i zrcadlo! Dveře tak povýší ze své tradiční funkce pro oddělení místností na praktický a designový prvek. Nicméně interiér ale můžete ozvláštnit i jiným způsobem – vysokou estetickou hodnotu mu dodají například originální obklady ze skla.



„Majitelé malých bytů velmi často řeší, jak je zařídit účelně a efektivně, aby měli dostatek úložných prostor, a přitom místnosti co nejméně zmenšili. Díky dveřím MASTER DOOR se zrcadlem nemusí přemýšlet, kam umístit velké zrcadlo. Mohou ho mít rovnou na dveřích. Nejenže tím ušetří místo, zároveň dodají malému prostoru více světla a opticky ho zvětší. K opláštění dveřního křídla se používá běžné zrcadlo, pouze se na jeho zadní stranu nalamínuje bezpečnostní fólie. Pokud by tedy

došlo k jeho poškození, střepy se nevysypou a zůstanou uchycené na fólii,“ vysvětlil Petr Paksi, ředitel společnosti JAP FUTURE s.r.o., českého výrobce designových dveřních systémů i dalších interiérových prvků, jako například unikátních skleněných obkladů, které interiéru nabízí originální, a přitom praktický způsob ozvláštnění stěn. Obklad z lakovaného skla prostor osvěží a vašemu domovu dodá šmrnc, který se jen tak neokouká. Moderní čistý design beze spár, vysoká odolnost

a snadná údržba z něj dělají ideální náhradu klasických keramických obkladů v kuchyních nebo koupelnách.

Hodí se ale prakticky pro jakoukoliv místnost a vždy bude výrazným designovým prvkem, který nikdo nepřehlédne. Nebojte se velkých skleněných ploch a propojte pomocí obkladu z lakovaného skla do jednoho stylu klidně celý interiér. „Skleněné obklady se vyrábějí na míru konkrétní místnosti. Používá se výhradně kalené sklo, takže jsou velice odolné proti mechanickému poškození nebo poškrábání, zároveň to ale znamená, že jakmile sklo projde procesem kalení, už ho nelze nijak mechanicky upravovat. Všechny otvory pro zásuvky a vypínače se proto musí v daném interiéru precizně zaměřit a nechat do skla vyřezat již během výroby,“ vysvětlil Petr Paksi. Na vytvrzenou skleněnou desku se poté z jedné strany nanáší pomocí mokrého nástřiku zvolená barva. Vybrat lze téměř z 2500 odstínů. Lakovat lze jakékoliv sklo, od čirého přes tónované až po satínované. Aby nedošlo k poškození barvy, upevňuje se obklad lakovanou stranou směrem ke zdi, a to buď lepením, nebo pomocí hliníkových profilů. Po upevnění na stěnu je obklad téměř nezničitelný a jeho barva zůstane jasná a výrazná dlouhé roky. I to je další z možností, jak oslovit náročného a tvořivého zákazníka. Firmě JAP FUTURE, která působí na českém trhu již od roku 1991, se to bezesporu daří. Svým iniciativním a vynalézavým přístupem vždy dokáže vyvinout a nabídnout trhu přesně to, co mu chybí, a to s noblesou, která klienta dokáže oslovit v pravou chvíli. (rix)



Když stát podnikatelům pomůže, jen na tom vydělá



Michal Chour

Můžete říci, proč se váš hotel, a vy osobně, zapojil do iniciativy Centrum žije? Co si od toho slibujete?

Už dlouho jsme uvažovali nad tím, že se do podobné iniciativy pustíme. Chtěli jsme sdružit všechny důležité obory a přijít s návrhy a podněty na zlepšení celkové situace v centru Prahy. Dávno před koronakrizí jsme řešili nejrušnější problémy napříč obory, které se týkaly většiny z nás. Koronavirová krize pro nás tedy byla jakýmsi impulzem, abychom se založením spolku už dále neotáleli. Následky opatření proti šíření nemoci covid-19 tvrdě zasáhly podnikatele v centru Prahy, mezi které se také řadíme. Všem nám nyní hrozí bezprostřední existenční složitosti a je potřeba jednat. Zároveň pro nás toto uskupení představuje příležitost, jak společně přijít na řešení, které nám jednak pomůžou z aktuální krize

Praha, výkladní skříň našeho turistického průmyslu, je v ohrožení. Přežije současnou krizi a vyjde z ní ještě atraktivnější, nebo se úroveň jejich služeb vrátí do šedých let totality? Nejen o tom jsme hovořili s Michalem Chourem, předsedou spolku pro restart Prahy Centrum žije a generálním ředitelem hotelu Alcron.

způsobené pandemií, ale také které zlepší kvalitu středu Prahy. A to i s ohledem na problémy, které jsme řešili ještě před pandemií.

V čem si můžete poradit sami?

Rapidně jsme snížili celkový počet zaměstnanců, tím i náklady. Snížili jsme také počty pokojů, se kterými operujeme, tím jsme zmenšili náklady na energie kvůli omezenému provozu pokojů. Díky tomu jsme mohli snížit i počty zaměstnanců na směnách, jelikož místo čtyř recepčních, kteří odbavovali 100 hostů denně, máme nyní jen dva recepční, kteří odbavují kolem 30 hostů denně. Tato a další opatření týkající se změn v provozu hotelu nám pomohou se v rámci ziskovosti udržet alespoň někde kolem nuly, ale to se bavíme o hlavní sezóně.

Bez jaké pomoci se v této situaci neobejdete?

Pokud chce stát udržet náš sektor, je potřeba ho nyní v době krize podpořit. Když podnikatelé nebudou schopni udržet v chodu své hotely, restaurace, firmy nejrůznějšího zaměření, desetitisíce lidí přijdou o práci a postupem času se z mnoha objektů v Praze stanou opuštěná místa bez perspektivy a uplatnění. V případě, že v Praze nebude slušná nabídka hotelů a dalších služeb, nebudeme nadále konkuren-

ceschopní dalším evropským městům. Chceme tudíž přijít s návrhy řešení, které nebudou zatěžovat státní rozpočet, a stát na nich v konečném důsledku ještě vydělá. Pomůžeme tak nejenom majitelům či provozovatelům, ale pomůžeme také lidem, kteří nepřijdou o práci a své jistoty, což v důsledku pomůže zlepšit kvalitu našeho hlavního města. A hlavně, v konečném součtu všeho pomůžeme ekonomice celé země.

Změní se tedy Praha jako nejvýznamnější turistická destinace, včetně hotelových služeb, nebo se postupně vrátí do starých kolejí?

Praha už kvůli koronakrizi svou proměnou prošla. Nyní je otázka, jak bude naše metropole vypadat v budoucnu. Bez pomoci státu bude velmi obtížné udržet všechny fungující podniky v chodu, a pokud tyto podniky zkrachují, vrátíme se zase o desítky let zpátky. Z výkladní skříňe a chlouby České republiky se může rychle stát pusté místo plné prázdných kulís již jen připomínajících nedávný věhlas atraktivní destinace a vyhledávané lokality. Jsem přesvědčen, že tohle nebezpečí si zatím uvědomuje jen málokdo. Samozřejmě doufáme, že postupem času se nám podaří vrátit se do „starých“ kolejí, je to ale otázka mnoha faktorů a primárně otázka několika let.



Kdybyste byl na místě ministra pro místní rozvoj, co byste pro cestovní ruch udělal?

Myslím si, že z mé pozice nevidím jako relevantní či žádoucí stavět se na místo ministra pro místní rozvoj. Pro nás, myšleno hotelový segment, restaurace a obchody, je nejdůležitější, aby k nám do Prahy, ale nakonec i do dalších měst v České republice opět začali jezdit zahraniční turisté. Vítáme tedy jakoukoliv podporu zahraničního turizmu.

Každá ztráta a obtíž v sobě obsahuje i něco pozitivního, a to prožitou zkušenost. Bude tomu tak i v případě koronavirové krize?

Koronakrize pro nás byla jakýmsi impulzem, abychom založení spolku uspíšili, to určitě hodnotím pozitivně. Věřím, že naše iniciativa pomůže nejenom s aktuálními problémy, ale že v konečném důsledku bude prospěšná i v mnoha dalších ohledech, které jsou pro pražské podnikatele palčivé. Ačkoliv jsme v průběhu karantény řešili opravdu obtížné otázky týkající se provozu hotelu a zažívali jsme krušné chvíle, v rovině osobního života bychom určitě pozitiva našli. Po dlouhé době jsem měl možnost trávit více času s rodinou a věnovat se věcem, na které v klasickém pracovním procesu nezbyvá tolik času.



Jaký hotel Alcron byste chtěl vidět za rok, za dva, za pět let?

Každý hoteliér by nejradši svůj hotel viděl plný hostů, plný života. Hotel, který má vypnutá světla, kde nevidíte ani hosty, ani zaměstnance, to je něco, čeho se chceme vyvarovat. Chtěli by-

chom si udržet kvalitu servisu, aby se k nám klienti rádi vraceli a byli u nás spokojeni. Takže pokud za rok, dva či za pět let budeme mít obsazenost v nějaké rozumné hranici a náš hotel bude plný života, budeme spokojeni.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

INZERCE

Uzeniny Beta

výrobce kvalitních uzenin z podkrkonoší. Tradiční účastník soutěže o nejlepší tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka. Naší prioritou je výroba s vysokým podílem ruční práce, pečlivý výběr suroviny a tradiční způsob uzení výrobků na bukových štěpcích. Dodáváme výrobky do maloobchodních prodejen v celých Čechách. Hledejte naše logo a slogany Pecky z Pecky, Co Pecka vyrobí, to Beta rozvozí a Separát je pro nás sprosté slovo. Děkujeme za podporu a nákup kvalitních výrobků od tuzemských výrobců.







Svítlidla z Preciosy si podmaňují lidské emoce

Jan Volšík je důležitým mužem, který rozhoduje o celosvětových zakázkách pro Preciosu – Lustry, a.s. Obchodní a marketingový ředitel severočeské společnosti vyrábějící luxusní osvětlení si uvědomuje, že drtivou většinu zákazníků má značka Preciosa Lighting v zahraničí, avšak nejenom kvůli českým kořenům se v Kamenickém Šenově zajímají také o domácí trh. V rozhovoru napověděl, co se skrývá za světovým úspěchem místních sklářů.



Jan Volšík

Preciose Lighting se daří propojovat tradici s moderními technologiemi. Můžete přiblížit některé vaše technické novinky poslední doby?

Před patnácti lety bylo těžko představitelné, že lze svítidlo rozsvítit cinknutím skleniček. Dnes to pomocí počítačové technologie umíme naprogramovat. Dokážeme tak ovládat svítidlo zvukem nebo i dechem. Z pohledu praktičnosti jsou to sice méně uchopitelné věci, ale ukazuje to neuvěřitelné možnosti našich

svítidel, díky nimž lze pracovat s emocemi lidí. Interakce svítidel a lidských emocí je směr, kterým Preciosa Lighting jde, aby uspokojila potřeby zákazníků po celém světě.

Jak technologie ovlivňují samotnou vaši výrobu?

Snažíme se jít s dobou, přičemž máme velkou výhodu, že máme vlastní laboratoře i vývojové středisko. Sledujeme trendy nejen v osvětlení, ale i v čipech, LED čipech a dalších záležitostech,

jako jsou materiály či povrchové úpravy. Snažíme se používat ty nejlepší technologie zpracování, třeba laserové stroje a jiné věci.

Jste především exportní firmou. Jak důležitý je pro vás domácí trh?

Jsme česká firma a chceme být vidět i u nás a být spojováni i s domácí scénou. Přestože je český trh pro naši firmu jako celek malý, dokonce menší než samotný New York, je pro nás důležitý z pohledu produktů i brandu. Máme v Praze několik zajímavých instalací, třeba na Pražském hradě nebo v O2 areně. Český trh dělá zhruba 3 % z obrátu, ale rozhodně ho nevnímáme jako nějakou popelku. Je pro nás důležité být doma vidět. Když zahraniční klienti přijedou do výroby v Kamenickém Šenově a pozorují skláře, kteří tam vyfukují sklo a pod rukama se jim rodí nové svítidlo, odjíždějí nadšení a rádi se vracejí.

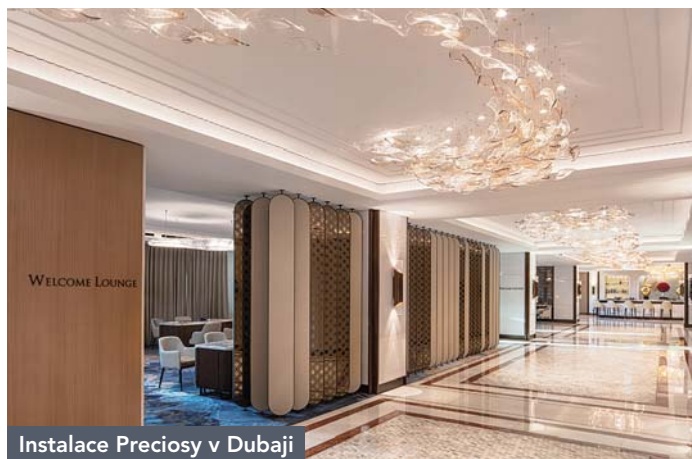
Sklářství je českou specialitou. Jak vnímáte konkurenci, která vyrostla i nedaleko od vás v tzv. Křišťálovém údolí?

Jsme za ni rádi, konkurence je zdravá, protože vás táhne kupředu, nutí vás vymýšlet stále něco nového. Na trhu se pohybuje spousta menších či větších českých firem, které pomáhají šířit renomé českého křišťálu ve světě. Silnou konkurenci najdeme samozřejmě i ve světě, v Americe, Asii, Itálii či ve Francii nebo Rakousku. Nicméně Preciosa Lighting si drží velmi silné postavení mezi všemi hráči.

Máte tedy výraznou pozici v zahraničí. Kde jste nejsilnější?

Máme sedm zastoupení v zahraničí, pokrýváme celý svět, nejvíc Severní Ameriku, Evropu, Asii a arabské země. Arabský poloostrov pro nás představuje největší a nejdynamičtější trh. Arabové umí velmi zajímavě reagovat na světové akce, jako je třeba Expo nebo světový fotbalový šampionát. To-

Jsme česká firma a chceme být vidět i u nás a být spojováni i s domácí scénou. Přestože je český trh pro naši firmu jako celek malý, dokonce menší než samotný New York, je pro nás důležitý z pohledu produktů i brandu.



Instalace Preciosy v Dubaji



Originální kousek ze Šanghaje

mu také přizpůsobují infrastrukturu a budoucí rozvoj. Region se rozvíjí z politicko-ekonomického hlediska, ať už je to Saúdská Arábie, nebo Katar. I v Americe máme velmi pěkné objemy, a pokud bych shrnul celou Asii, tedy pobočku v Hongkongu a Singapur, tak jejich pozice je také velmi silná.

Dá se to vyjádřit v číslech?

Arabský poloostrov tvoří dnes asi 30 % obratu, Amerika asi 25 %, 20 % nám dělá Asie a zbytek připadá na euroasijský pás, což jsou země bývalého Sovětského svazu, a část obchodů realizujeme také přímo v Evropě.

Liší se požadavky zákazníků v jednotlivých částech světa?

Jsou velmi odlišné. V Asii, arabském světě a postsovětských republikách, když přijedete do hotelu nebo jiného rezidenčního objektu, musí hned v lobby být něco, co vás šokuje. Svítidla tam poutají pozornost, ať už svojí velikostí, nebo moderní strukturou. Zejména v Arábii musí vyvolat wow efekt, svítidlo prezentuje tamní kulturu i ducha celé stavby. Evropa a Amerika jsou výrazně konzervativnější a požadavky na design jsou minimalističtější. V těchto zemích musí mít svítidlo zejména funkční vlastnost, správně prostor osvětlovat. Zbytek Asie je na pomezí těchto pólů. Je dobře, když svítidlo skvěle vypadá, ale také musí dobře svítit.

Vy sám v roli obchodního a marketingového ředitele hodně cestujete. Kolik času jste trávil na cestách loni a letos?

Současná situace ve světě samozřejmě výrazně ovlivnila a změnila způsob práce. V loňském roce, resp. před vypuknutím pandemie, jsem trávil na cestách téměř polovinu svého času. Osobní schůzky s kolegy na zahraničních afilacích či s klienty byly na denním pořádku.

V letošním roce od poloviny března kvůli všem omezením cestování dělím všechny čas mezi Prahu, kde máme kanceláře a Flag Ship Store v Rytířské ulici, a Kamenický Šenov, kde je sídlo společnosti a výrobní závod. Změnil se samozřejmě také způsob komunikace s kolegy ve světě, online zůstává prakticky neustále.

Dlouhou část vaší profesní kariéry jste spojil s působením pro společnost Renault. Můžete porovnat obchod s luxusními svítidly s prodejem francouzských tahačů?

Velmi zajímavá otázka. Na první pohled samozřejmě najdeme několik rozdílů. Luxusní svítidla nejsou tolik lakmusovým papírkem výkonu ekonomiky jako prodej nákladních vozidel. Ale v podstatě se oba světy zas tolik neliší. Stále je to business, jde o to pochopit

klientovy potřeby a umět na ně reagovat ke spokojenosti obou stran.

Jak náročné je skloubit práci obchodního a marketingového ředitele s osobním životem? Čemu se nejraději věnujete ve volném čase?

Celý život mě provází sport, zůstávám mu věrný i teď. Samozřejmě času je méně, ale čas na partičku golfu, projíždku na kole nebo v zimě na lyže se najde. Většina hotelů má dnes dobře vybavená fitness centra, tak se snažím být v pohybu i na cestách.

Máte vizi, kam byste rád dotáhnul Preciosu Lighting v následujících pěti letech?

Preciosa Lighting patří ke světové špičce v oboru. Její unikátní svítidla probouzející v lidech spousty pocitů a přinášející radost. Jsou oblíbená prakticky po celém světě. Mojí vizí je posílit toto postavení firmy a její vnímání zákazníky a pevně ukotvit Preciosu v myslích klientů jako spolehlivého dlouhodobého partnera.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Interiér ve Washingtonu

Přispěli jsme k nové léčbě prostaty

Muži mívali dvě jistoty: v mládí vojnu a ve stáří problém s prostatou. Ani jedno už dnes nemusí platit. Přestáváme válčit a s chronickými nemocemi močových cest si umíme poradit moderně, a hlavně účinně. Přispěl k tomu i tým českých lékařů. S jedním z nich, profesorem MUDr. Daliborem Pacíkem, emeritním přednostou Urologické kliniky Fakultní nemocnice Brno, jsme si na toto téma povídali.

Kolik mužů vlastně trpí problémy s prostatou?

Nezhoubné zbytnění prostaty, které je také označováno za nejčastější nezhoubný nádor u mužů, je onemocnění s vysokým výskytem. Jeho histologická podoba se u muže začíná formovat již po čtyřicítce, v páté dekádě věku jím trpí už skoro polovina mužů a s narůstajícím věkem jejich počet poměrně rychle eskaluje, takže kolem osmdesátky jím trpí skoro každý muž. Protože neexistuje zatím žádná účinná primární prevence, pokud chceme zabránit důsledkům, které onemocnění muži může způsobit, znamená to diagnostikovat ho včas a účinně ho léčit u těch pacientů, kteří léčbu potřebují, a zabránit tak možným negativním dopadům

Máte představu, jaké to může mít ekonomické následky pro každého z těchto jedinců?

Záleží na tom, v jaké fázi onemocnění pacienta zastihne. Pokud jde o fázi nepříjemných symptomů, které velmi značně negativně zasahují kvalitu mužova života, už tady mohou být ekonomická následky značné. Například časté noční vstávání kvůli nucení na močení vede k nedostatku odpočinku, ten dále ke ztrátě výkonnosti, což se samozřejmě může projevit v poklesu produktivity práce a schopností podávat výkon v první řadě. A může to končit až ztrátou zaměstnání. Společensky se muž stává izolovaným, vyhýbá se nejrozmanitějším aktivitám, které mohou vést k nejruznějším ztrátám v profesním životě. Ztráta výkonnosti a nechuť k různým činnostem spěje k zanedbávání nejruznějších činností i doma (jako jsou třeba všelijaké opravy, údržba apod.), které v důsledku vedou k chátřání a větším ekonomickým ztrátám nežli při zachování běžné údržby. Pokles sexuální aktivity a schopností, které jsou s močovými symptomy prokazatelně spojené, mohou narušit partnerský život s dalšími dopady v ekonomické sféře. Souhrnně lze tedy říci, že následky mohou být nedozírné.



MUDr. Dalibor Pacík

Unikátní metody léčby zbytnělé prostaty jsou v rozvinutých státech zřejmě nákladnou záležitostí. Víme, jak jsou finančně náročné?

Vývoj nových léčebných metod (podobně jako třeba vývoj nových léků) je spojen s dlouhým a nákladným výzkumem, které se logicky musí promítnout do jejich finální ceny. Tedy ano, obecně jsou vždycky nákladné.

Nejnovější, a jistě i nejšetrnější metodou u nás dostupnou je metoda REZUM, na níž jste se podílel. Bude pro naše pacienty dostupná?

Ano, metoda REZUM, tedy aplikace sterilní páry do prostaty, je tou nejnovější, a přitom

nejméně invazivní a nejšetrnější metodou instrumentální léčby nezhoubného zbytnění prostaty, také tím, že ji lze provést ambulantně a v místním umrtvení. Není samozřejmě prosta výskytu doprovázejících nežádoucích účinků, které jsou dočasné a co do intenzity mírné až střední a jsou velmi individuální (u některých pacientů nejsou vůbec žádné). Namísto je podotknout, že tento výkon není hrazen zdravotní pojišťovnou. Tvorba ceny je vždy složitá a individuální záležitost. U nás v SurGal Clinic, kde je speciální centrum pro tyto výkony, je její cena 80 000 korun (kupříkladu ve Švédsku je cena srovnatelná, ale ve Velké Británii je to až 175 000 korun).

Dá se tedy vyčíslit, jak se tato metoda finančně vyplatí?

Určitě ano. Zatím neexistuje přímé srovnání head to head s jinými jednotlivými metodami. V USA ale kupříkladu provedli srovnávací analýzu s ostatními co do efektivity srovnatelnými způsoby a zde metoda REZUM vyšla jako ekonomicky nejméně nákladná, a jako naopak nejnákladnější metoda kombinované medikamentózní léčby.

Jak se stalo, že jste byli americkým partnerem vybráni jako jedno ze tří center na světě, které se podílelo na vývoji zařízení a metody?

To je velmi správná a zajímavá otázka. Je opravdu velmi výjimečné stát u zrodu nové, a navíc léčebně celosvětově úspěšné metody. Většinou se to lékaři nepodaří během kariéry ani jednou, já měl to štěstí a čest, že se mi to povedlo.

Na stejnou otázku jsem se ptal tehdejšího CEO společnosti NxThera (společnosti, co metodu vyvinula) Boba Paulsona. Jeho odpověď zněla, že si provedli rozsáhlý průzkum, z širšího výběru provedli analýzu referencí o pracovišti a jeho vedoucím, zhodnotili publikační aktivitu a reálný potenciál, který jim z toho vyšel, a já a pracoviště, které jsem vedl, (společně s centrem ve Stockholmu a USA) jim z toho vyšly jako nejvhodnější subjekty a vítězové, kteří byli osloveni, aby se zúčastnili pilotní studie této metody. No a protože výsledky byly úspěšné, americká Food Drug Administration tuto metodu REZUM v USA schválila na podzim 2015 a v USA se jí léčilo již bezmála 40 000 mužů.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Koronavirus podtrhl hygienickou roli obalů

Ještě na počátku tohoto roku se zdálo, že celý svět se z ekologických důvodů otáčí zády k plastům v nejrůznějších podobách. S šířící se virovou pandemií však zejména obaly z mikrotenu, polypropylenu a další materiálů znovu přišly ke slovu, protože zaručovaly dokonalou ochranu zboží i spotřebitelů. Bude tento trend pokračovat, či ne? Otázka směřuje na Jana Škodu, marketingového manažera značky oblíbených mléčných výrobků Hollandia stejnojmenné firmy Hollandia Karlovy Vary, s.r.o.



Jan Škoda

Které obalové materiály jsou v mlékárenském segmentu nepoužívanější a nejvhodnější?

V případě našeho segmentu, tedy jogurtů a dalších mléčných výrobků, bývají velmi často používané PP kelímky. Plní všechny aktuálně platné evropské a české zákonné normy a požadavky a zajišťují především dostatečnou

ochranu výrobku. Setkat se v poslední době nicméně lze i například s K3 obaly, u kterých se kombinuje převážně recyklovatelný papír s plastem. V souvislosti s obalovými materiály se v našem segmentu také objevují otázky, proč nejsou jogurty častěji baleny ve skle. Skleněný obal ale váží stejně jako 34 kelímků na stejnou hmotnost produktu. Vyšší hmotnost tak znamená vyšší spotřebu u logistiky,

a tedy výraznější uhlíkovou stopu. Jejich přínos proto není jednoznačný.

Koronavirus zvýraznil funkci obalu zejména z hlediska hygieny a ochrany zdraví. Jak na mimořádnou situaci reagovali výrobci, prodejci a zákazníci?

Před koronakrizí bylo možné pozorovat výrazné snahy o co největší minimalizaci obalových plastů napříč odvětvími. V nouzovém stavu pak nastaly velké změny, kdy bylo široké spektrum zboží nově baleno do jednorázových plastů. V obchodech šlo pozorovat například větší příklon k polyethylenu, přesněji k mikrotenovým sáčkům a rukavicím, typicky u čerstvého pečiva. Lidé si v tomto období uvědomili, že primární funkcí obalu je ochrana. Na druhou stranu tlak na redukcii obalových plastů by neměl přestávat ani v dobách krize. V Hollandii jsme se snažili jít příkladem, už koncem loňského listopadu jsme z výrobků Smoothie Balance a Bio Bi-Fi Drink odstranili překrývající polyethylenová víčka a ani v době koronakrizy jsme na tom nic neměnili.

Když se řekne ideální balení, co si pod tím představíte dnes a co zítra?

Nejen v případě jogurtových výrobků je to takové, které v první řadě garantuje ochranu a bezpečnost produktu dle požadavku Evropského úřadu pro bezpečnost potravin EFSA. Pokud je u obalu navíc vidět snaha o ekologické řešení, je to určitě s výhodou. Z hlediska budoucnosti lze říci, že inovace na úrovni obalových materiálů jsou primárním úkolem pro firmu produkující obaly. Naši povinnosti je pak vytvářet takové dodavatelsko-odběratelské prostředí, které kontinuálně generuje inovativní řešení v mnoha aspektech.

Nicméně, jak by podle vás mohl vypadat obal budoucnosti?

Je to poměrně utopická myšlenka, nicméně všichni sníme o obalu, který bude možné recyklovat opakovaně poslat takzvané do dalšího kola, a to při minimálním úbytku použitelné hmoty. U takového obalu by zároveň bylo spotřebováno minimum energie na jeho recyklaci a jeho třídění by bylo pro třídící linky co nejjednodušší. Žadoucím by u takového řešení bylo i to, kdyby recyklace na primární granulát, ideálně jednoho plastového polymeru, byla tak dokonalá, že by nebylo nutné zohledňovat, čím byl původní obal kontaminován.



ptal se Pavel Kačer

Poptávka po zdravých kancelářích se zvedne



Po událostech s výskytem nemoci covid-19 budou firmy věnovat výrazně více pozornosti vlivu pracovního prostředí na zdraví svých zaměstnanců. Skanska očekává i zvýšení poptávky po tzv. zdravých kancelářích, na které se dlouhodobě zaměřuje. Trend ilustruje i karlínský administrativní projekt Praga Studios, který nově získal certifikát WELL oceňující právě vliv budovy na lidské zdraví. Jde o teprve druhou budovu s touto certifikací v Česku.

Jednou z kategorií, kterou certifikace WELL v kancelářských budovách hodnotí, je kvalita vzduchu, která má zásadní vliv na zdraví lidí. Správně navržená vzduchotechnika je velmi účinným nástrojem v boji proti šíření a přenosu virů, a tím i nemocí na pracovišti.

„Filtrace vzduchu na Praga Studios funguje nepřetržitě, což je velmi důležité pro výměnu vzduchu i mimo pracovní dobu. Čerstvý vzduch přichází přes vysoce účinné filtrační jednotky MERV 13 a jeho množství je vyšší oproti minimálním zákonným požadavkům tak, aby byly zajištěny co nejkvalitnější zdravé pracovní podmínky. Systém vzduchotechniky prochází přísnými a častými kontrolami a důsledně je hlídána pravidelná výměna všech filtrů, což opět mimo jiné vyžaduje i WELL certifikace,“ komentovala Eva Nykodymová, sustainovation manažerka pro komerční development Skanska v rámci regionu střední a východní Evropy.

„Rovněž je sledována i relativní vlhkost vzduchu v budově, která je průměrně držena v optimální hranici 40–50 %, což dle odborníků zkracuje životnost virů,“ dodala.

„Certifikace WELL je pro nás nesmírně cenná, protože je to uznání naší snahy stavět budovy tak, aby se v nich lidé cítili dobře a těšili se

pevnému zdraví. Přísná kritéria certifikace jsou pro naše budovy již standardem. Očekáváme, že nyní na tento trend zareaguje i zbytek trhu,“ uvedla Alexandra Tomášková, výkonná viceprezidentka pro komerční development Skanska v Maďarsku a České republice.

Celá budova využívá takzvaného biofilického designu s důrazem na přírodní prvky a zeleň. Autoři interiéru využívali primárně certifikované dřevo a další důkladně kontrolované materiály s minimálním množstvím organických těkavých látek. Za čerstvým vzduchem a relaxací mohou nájemci vyrazit též na terasu na střeše. Důležitým interiérovým prvkem jsou i četná schodiště spojující jednotlivá patra budovy skrze atrium. Ta podporují zdravý pohyb po schodech a zároveň omezují využívání výtahů, a tedy zvýšené riziko přenosu nákazy v nich. K získání prestižní certifikace přispívá i řada dalších faktorů, podporující nejen zdraví, ale i psychickou pohodu uživatelů.

Vlastní zelenina a denní světlo

Experti v rámci certifikace WELL ocenili na Praga Studios i rozsáhlou komunitní zahradu pro pěstování vlastní zeleniny, otevřenou knihovnu ve vstupním atriu nebo tichý provoz vzduchotechniky. Na střešní terase pak Skanska v rámci biodiverzity umístila včelí úly se třemi včelstvy a hmyzí hotel. Dalším oceňovaným prvkem nad rámec povinných bodů je práce s denním světlem. Tři čtvrtiny pracovních míst jsou umístěny maximálně 7,5 metru od okna.

Řešení zvyšující bezpečnost uživatelů

Z pohledu pohodlí a zdraví nájemců budovy je posuzované i zázemí objektu. Cyklisti mohou využít komfortní šatny se skříňkami, sprchami, bezplatným ručníkovým servisem nebo stojanem pro drobné opravy kol, což ocení především vzhledem k současným preferencím využívání individuálních způsobů dopravy.

Všem nájemcům slouží chytrý operační systém Connected by Skanska, který usnadňuje využívání budovy například pomocí nejmodernějšího parkovacího systému a vstupu do budovy přes mobilní telefon. Při příjezdu autem je uživatel vpuštěn do garáže pomocí kamery, která přečte registrační značku, není tedy nutné přijít do kontaktu se zvonkem a interkomem. Ceněným prvkem je i volná přístupnost atria. Hosté při příchodu se vzhledem k nepřítomnosti turniketů nemusí hlásit na recepci, ale mohou pokračovat rovnou k prostorám nájemce, tudíž je omezen mezilidský kontakt na minimum.

Lídr ve zdraví i udržitelnosti

První kancelářskou budovou v České republice i střední a východní Evropě s certifikací WELL Core & Shell se v dubnu 2019 stala budova Visionary. Skanska na certifikaci cílí i pro aktuálně čerstvě dokončený projekt Parkview na pražské Pankráci. Praga Studios i Visionary se můžou pyšnit dokonce i certifikací LEED Platinum pro Core & Shell, díky které se dle dostupných informací řadí mezi deset nejudržitelnějších kancelářských budov světa.

Certifikaci WELL na úrovni Gold získal pražský kancelářský komplex Praga Studios od institutu International WELL Building Institute™. WELL certifikace vznikla na základě šesti let výzkumu a vývoje ve spolupráci s předními lékaři, vědci a realitními odborníky. Je založena na sledování konkrétních výsledků a spojuje nejlepší postupy v designu a stavění budov s vědeckým výzkumem založeným na důkazech. Budova Praga Studios získala ocenění za výsledky v celkem sedmi kategoriích: vzduch, voda, světlo, výživa, fitness, pohodlí a mysl.

Budova se stala 47. certifikovaným projektem v kategorii Core and Shell na světě, 24. v Evropě a teprve třetím v regionu CEE (všechny tři projekty od developera Skanska). (tz)

Češi jsou pro čirý křišťál, Američané pro barevné sklo

Mít ve firmě originální kousek uměleckého skla je přáním nejednoho podnikatele. Řadě z nich se jejich přání splnilo, jiní se možná právě rozhodují, co koupit, čemu dát přednost, čím dotvořit například interiér recepce nebo ozvláštnit výjimečné chvíle při setkání managementu s obchodními partnery. Napovíme, že je možné zavítat do prodejen společnosti MOSER, a.s., a nechat se inspirovat. Česká sklárna se sídlem v Karlových Varech se zaměřuje na výrobu vysoce kvalitního bezolovnatého křišťálu. Firma navazuje na umělecký odkaz manufaktury Moser, kterou v roce 1857 založil v Karlových Varech rytec a obchodník Ludwig Moser. Dnes patří mezi přední české exportéry, a reprezentuje tak celosvětově českou sklářskou tradici. Moser je členem společenství Comité Colbert, které si klade za cíl udržet a rozvíjet tradiční rukodělnou výrobu luxusních výrobků. A jaké sklo preferují Češi a co se nejvíce v uplynulých letech prodávalo ve světě? Který moderní skleněný objekt se stal mezinárodním bestsellerem? A nejoblíbenější barvy? Chtějí zákazníci rytiny figurálních, nebo zvířecích motivů? Na tyto otázky zná odpověď Pavel Krajčík, obchodní ředitel:

O čem tedy vypovídají vaše prodejní statistiky, ať již se týkají vkusu českých, nebo zahraničních zákazníků? Čirý křišťál, nebo barvy?

Sklárna Moser dnes kromě čirého křišťálu nabízí také šest základních a čtyři doplňkové barvy. Na výběr je modrý akvamarín, růžový rosalin, fialový alexandrit, tyrkysový beryl, žlutý eldor a medově hnědý topas. Mezi doplňkovými barvami najdeme zelený oceanit, tmavě modrou, tmavě fialovou a šedou. Podle našich prodejních statistik z let 2017 až 2019 Češi jednoznačně preferují čirý křišťál. Pokud se rozhodnou pro barvu, preferují akvamarín (světle modrou), topas (medově hnědou) a rosalin (růžovou). Zákazníci v Kanadě a USA naopak dávají přednost barevným odstínům. Barevný a čirý křišťál se prodávaly stejnou měrou v regionu východní Evropy, Ruska a střední Asie. Do Číny se nejvíce vyvážá čiré nápojové



Pavel Krajčík

sklo, zatímco skleněné objekty jsou populární v barvě. Celkově je ve světě nejžádanější trojice barev šedá, akvamarín a topas.

Je mezi vašimi kousky z nedávné doby nějaký výrazný bestseller?

Mezi nejoblíbenější moderní dekorativní objekty z moserovské kategorie Contemporary patří celosvětově úspěšná ručně broušená váza Hruška autora Lukáše Jabůrka. Ta se stala nejen bestsellerem mezi českými zákazníky, ale také stálíci v celkovém exportu. Patří mezi nejoblíbenější objekty v Evropě, Británii, východní Evropě, Číně a na Tchaj-wanu. Autor za design vázy získal Cenu veřejnosti Czech Grand Design za rok 2012, kterou uděluje Akademie designu České republiky. Stejně jako ostatní díla značky Moser je i Hruška ručně fukána z ekologicky čistého bezolovnatého křišťálu, ručně broušena a leštěna do vysokého lesku. Druhým nejprodávanějším moderním objektem v našem exportu je váza s názvem Šiška od stejného autora. Ta se dostala mezi Top 5 nejprodávanějších ve východní Evropě a Rusku, Británii a Číně. Třetí místo v exportu objektů kategorie Contemporary obsadila moderní váza designérky Kateřiny Doušové Gema. Z klasických dekorativních objektů se nejvíce exportovaly vázy Lady Hamilton, zatímco Češi nejvíce kupovali vázy Chrysis.

Jaké rytiny zákazníci vyhledávají?

Jednotlivé regiony se liší také v tom, jaké motivy uměleckých rytin preferují. Češi si oblíbili figurální motivy, které jsou také jedním z nejvíce vyvážených artiklů. Zákazníci z USA si oblíbili vodní motivy, v Evropě jsou zase populární motivy zvířecí. Právě v rytinách je Moser světovou špičkou. Stejně jako před více

než 160 lety zůstává exkluzivní manufakturou, která je založená na výhradně ruční práci sklářských mistrů.

Vaše nápojové sety jsou unikátní, proslulé, skvostné. Oč je v posledních letech z nabídky MOSER největší zájem?

Čtyři nejprodávanější nápojové sety z řady Classic, po kterých byla v letech 2017–2019 největší poptávka, získaly stejnou oblibu u českých i zahraničních zákazníků. Patří mezi ně světově proslulý model Splendid, který vznikl již v roce 1911, Whisky set, Lady Hamilton a tradiční kolekce Bar, která pochází již z třicátých let minulého století a v letošním roce se dočkala nového barevného provedení. Mezi moderními nápojovými sety vede u českých i zahraničních zákazníků kolekce designéra Ronnyho Plesla pod názvem Kubismus.

Nejen do zlata nebo akcií lidé investují, ale i sklo je vhodnou příležitostí...

Ekonomové potvrzují, že umělecké předměty a luxusní křišťál jsou dobrou investicí, která neztrácí svou hodnotu ani v době krize. Platí to i pro nejluxusnější českou značku Moser. Některá umělecká díla, která vydává v limitovaných edicích a jejichž hodnota může dosahovat řádově i milionů korun, jsou zajímavou investiční příležitostí. Zájem o takové zhodnocení prostředků mají především sběratelé skla, kteří ocení originální náměty a mistrovské ruční zpracování, ale i uměleckou hodnotu. Jeden takový objekt může vzniknout i několik měsíců a projde během výroby třeba 40 páry rukou. Mezi takovými investičními tipy jsou z uvedených let například díla z řady Masterpieces, z nichž jsou v Čechách nejoblíbenější Alethea, Bacchus a Mona Lisa. Do zahraničí se nejvíce vyvážela trojice Augustea, Afrodite a Neptun.

připravila Eva Brixl





Co potěší a pohladí

Zavolal mi přítel, celosvětově proslulý umělec, a zval mne na jednu akci, na níž se bude podílet. Srdečně, s citem a nadšením pro představování nových věcí. Udělal mi radost, ostatně jako vždy. Nepodaří se každému, aby se s ním setkal a aby mohl poslouchat, co tento muž dovede. Den na to se na náš tým obrátilo několik firem, které se rozhodly s námi spolupracovat.

Také nám zaplatil poslední dlužník. Zvládla jsem i pár dnů plných letních veder, která mne uvádějí do stavu nedefinovatelnosti, jenž neodpovídá žádnému zákonu o přeměně hmoty a energie. Následovalo ještě několik příjemných zážitků. Že by to bylo samo sebou? Platí to, o čem mnozí stále pochybují? Nedokážu odpovědět. Vážít si toho, co přišlo, však určitě ano. Přejí i vám do letošního podzimu hodně toho dobrého.

Eva Bixi, šéfredaktorka

čtete s námi

ČMSS se změní na ČSOB Stavební spořitelnu

Českomoravská stavební spořitelna fakticky završí integraci do skupiny ČSOB změnou svého názvu v prvním čtvrtletí příštího roku. Maskot ČMSS, známá Liška, bude stavební spořitelnu doprovázet i nadále. Na klienty ČMSS a jejich smlouvy nebude mít změna názvu žádný dopad. Letos v září dojde rovněž k přestěhování zaměstnanců ČMSS do budovy ČSOB Kampusu.

ČMSS změní k 11. březnu 2021 svůj název na ČSOB Stavební spořitelnu. „Dovršíme tak loni započatou integraci do skupiny ČSOB. Naši klienti díky tomuto kroku naleznou všechny služby spojené s bydlením pod jednou střechou a jednou značkou. Skupina ČSOB je nejsilnějším poskytovatelem úvěrů na bydlení v České republice a přejmenováním ČMSS dále posílíme vzájemnou vazbu a spolupráci mezi bankou, Hypoteční bankou, stavební spořitelnou i pojišťovnou,“ uvedl k přejmenování člen představenstva ČSOB Petr Hutla.

Kromě změny názvu a loga, a s tím související přeměnou vzhledu obchodních míst ČMSS, se přejmenování nijak nedotkne klientů. Všechny klientské spořicí i úvěrové smlouvy zůstávají v platnosti, klienti nemusejí podnikat žádné kroky. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 9, září 2020

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Bixi-Šimková

e-mail: bixi@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: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



Distribuce: S P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Největší zájem je o kávu a ovocný či zeleninový bar

Drtivá většina Čechů by v práci ocenila nějaký nadstandardní benefit v podobě občerstvení. Nejvíce by lidé uvítali kávovar či presovač, nabídku ovoce a zeleniny a výběr chlazených nápojů. Vyplývá to z průzkumu společnosti Up Česká republika mezi 525 zaměstnanci. Méně tradičními formami občerstvení na pracovišti se firmy snaží doplňovat nabídku svých benefitů a zaujmout uchazeče na trhu práce i stávající zaměstnance. Vůbec nejvíce zaměstnanců by mělo zájem o benefit v podobě kávovaru nebo presovače na pracovišti, o tuto výhodu by stála skoro třetina dotazovaných. Podobný zájem vzbudil také ovocný či zeleninový bar. Ten by si výrazně více přály ženy, konkrétně by ho chtělo 43 % z nich. „Obzvlášť po koronakrizi jsou zaměstnanci citlivější na své zdraví a o podobné benefity, které podporují zdravý životní styl, je proto zvýšený zájem ze strany HR oddělení firem,“ řekl Stéphane Nicoletti, generální ředitel společnosti Up Česká republika.

Na 30 % českých zaměstnanců by stálo o možnost výběru chlazených nápojů, jako jsou džusy nebo limonády. Téměř čtvrtina lidí by ocenila možnost nabídky chlazených nápojů i ve formě automatu na mince či žetony. Různé formy občerstvení na pracovišti jsou příkladem méně tradičních benefitů, kterými se zaměstnavatelé snaží zaujmout potenciální zaměstnance a udržet ty stávající. „Občerstvení na pracovišti je určitě milou pozorností, ale mělo by být doplňkem základní podpory stravování v podobě kvalitní firemní kantine nebo stravenek adekvátní nominální hodnoty,“ sdělila Petra Prchlíková, obchodní ředitelka společnosti Up Česká republika, která se specializuje na zaměstnanecké benefity. Z dalších forem občerstvení by byla pro necelou čtvrtinu zaměstnanců zajímavá tzv. „bezdná“ káva a nabídka snacků či svačiny. O svačiny by přitom nejvíce stáli mladí lidé do 26 let, takový benefit by byl zajímavý téměř pro polovinu z nich



a z nabízených forem občerstvení je pro ně na první příčce. Více než pětina lidí by pak ocenila automat na teplé nápoje a snídani.

„Zájem zaměstnanců o tyto nadstandardní výhody potvrzuje, že stravovací benefity jsou důležitou součástí firemní péče,“ uvedl Stéphane Nicoletti a dodal: „Novým podobám stravovacích benefitů nahrává i postupná digitalizace stravenek, díky tomu lze například eStravenkou bezkontaktně platit v několika tisících automatech na kávu a další nápoje i drobné občerstvení.“

Zájem o elektronické karty i proto mezi zaměstnanci roste. Od zaměstnavatele ji nyní podle průzkumu dostává necelá pětina zaměstnanců, ale ocenilo by ji dalších 41 %. Digitalizace s sebou zároveň přináší další výhody pro pravidelné uživatele stravenkových karet. Například v rámci nového věrnostního programu Up Club mohou hosté za placení eStravenkou v restauračních zařízeních získat až 10 % útraty zpět na svůj účet. Nejméně atraktivním benefitem je podle průzkumu možnost připravit si vlastní nápoj prostřednictvím odšťavňovače či mixéru. Takovou výhodu by si přála desetina lidí. Ačkoliv nejde přímo o formu občerstvení na pracovišti, někteří zaměstnavatelé nabízejí zaměstnancům benefit v podobě výdejny potravin. Jde o speciální chladicí prostor, kam si zaměstnanec může uschovat nákup, který si vyzvedne před odchodem z práce. Momentálně je takový benefit zajímavý jen pro 13 % z nich.

Up Česká republika s.r.o., která zahájila své působení na českém trhu v roce 1995 pod názvem LeChèqueDéjeuner, je součástí mezinárodní skupiny Up, která dnes působí v 29 zemích celého světa. Up ČR se specializuje na zaměstnanecké benefity, ale nabízí rovněž inovativní řešení v oblasti marketingu a strategického rozvoje firem. Schopnost analyzovat aktuální situaci klientů, a navrhovat a uvádět do praxe efektivní benefitní systémy a věrnostní programy, řadí společnost Up ČR k lídrům trhu určujícím trend v této oblasti. Více informací o společnosti na www.upcz.cz. (tz)

Mezi dovolenkovými destinacemi **letos vede Šumava**

Devět z deseti Čechů letos plánuje trávit dovolenou v Česku. A to zejména poznávací formou, přičemž nejoblíbenější destinací je Šumava. Pro více než 80 % Čechů je při výběru dovolené zásadní právě lokalita, naopak za málo důležité považuje 40 % lidí riziko nákazy koronavirem. Vyplývá to z průzkumu iniciativy Zachraňme turismus zpracovaného výzkumnou agenturou STEM/MARK a projektem Česko v datech. Úbytek zahraničních turistů může pro cestovní ruch znamenat výrazný pokles a ohrožení zaměstnanosti. Pomoci kompenzovat dopady může právě dovolená Čechů v tuzemsku.

Koronakrize zásadním způsobem změnila i běžné uvažování o letošních dovolených. Z průzkumu vyplývá, že na dovolenou delší než šest nocí plánuje i v současné době vyrazit zhruba polovina Čechů. Devět z deseti má zájem o dovolenou v České republice, a to především na Šumavě, jižní Moravě nebo v jižních Čechách. „Nejoblíbenější formou dovolené jsou podle průzkumu poznávací výlety. Kromě respondentů starších šedesáti let, kteří po poznávání nejraději relaxují, míří Češi velmi rádi také k vodě,“ uvedl Tomáš Odstrčil z Česka v datech.

Čtyři z deseti Čechů se nákazy nebojí

„Zásadní je při výběru dovolené podle 83 % dotázaných právě lokalita. S rozdílem zhruba 10 procentních bodů je na druhém místě kvalita stravování, následovaná možnostmi aktivit a zážitků. Méně zásadní, ale stále důležitá, je i cena ubytování či recenze jednotlivých míst,“ řekl Tomáš Barčík z iniciativy Zachraňme turismus. Naopak za nedůležité považuje necelých 40 % Čechů riziko nákazy koronavirem. Češi při výběru dovolené nejvíce dají na doporučení blízkých (42 %), nabídky na internetu (31 %) či slevové portály (24 %). Za dovolenou se chystají utratit nejčastěji od 5000 do 10 000 korun. Přes 20 000 korun plánuje utratit jen 7,5 % obyvatel, a to především domácnosti s příjmem nad 50 000 korun.

Hotely a penziony hrají prim

Ve výběru letošních dovolených vedou pobyty v hotelech a penzionech, a to zejména u věkové kategorie 60+ (60 %). Češi se zdráhají využít služeb sdíleného ubytování typu Airbnb (10 %),



foto Kateřina Šimková

ještě méně se jim ale zamlouvají ubytovny či hostely (8 %). Kromě nejmladší kategorie (18–29 let), která kempy a karavany vnímá jako druhý nejlepší způsob ubytování, jsou kempy a karavany třetí nejmeně lákavou variantou. „Hotely jsou dlouhodobě ještě lákavější pro zahraniční turisty, a čím luxusnější, tím lépe. V českých pěťhvězdičkových hotelech se loni ubytovalo pouze 7 % Čechů a zbytek tvořili hosté ze zahraničí. Stejná situace byla i v hotelech, motelech a botelech se čtyřmi hvězdami,“ sdělil Tomáš Odstrčil.

Turismus letos čeká propad

Podíl přidané hodnoty vytvořené v sektoru cestovního ruchu dosahoval loni necelých 3 %. Letošní krize však pro něj bude znamenat zásadní ránu. V ohrožení je i zhruba 241 000 lidí, kteří jsou podle dat ČSÚ v cestovním ruchu zaměstnaní. Nejvíce jich pracuje v restauracích (71 000) a hotelech (40 000). Právě poskytovatelé ubytování zasáhla krize nejvíce, což potvrzují například údaje o platebním chování klientů České spořitelny. Objemy karetních transakcí klesly v této oblasti v týdnu do 29. března meziročně o 90 %. Ještě hůře na

tom byly cestovní kanceláře, které dávají práci 14 000 lidí. Jejich tržby zažily v týdnu do 12. dubna meziroční pokles 99 % a až do konce června zůstaly na 70 % běžných výsledků.

Dovolená v tuzemsku může pomoci

Otázkou zůstává, jak moc ekonomiku zasáhne výpadek zahraničních turistů. Podle ČSÚ spotřeba příjezdového cestovního ruchu loni dosáhla 167 miliard korun. „Nicméně pokud Češi budou méně jezdit do zahraničí a budou více využívat tuzemský cestovní ruch, mohou negativní dopady výrazně vykompenzovat. Minimálně z makro pohledu. Data z platební bilance ukazují, že jsme v zahraničí utratili při cestování asi 135 miliard korun,“ vysvětlil David Navrátil. Podle iniciativy Zachraňme turismus bude stěžejní přilákat české turisty do míst, kam obvykle jezdí zahraniční hosté. „Je tedy třeba zaměřit se na Čechy a na to, co je zajímavé a za co jsou ochotni utráct. Klíčová bude úzká spolupráce mezi jednotlivými subjekty, tedy mezi regiony, ubytovacími službami, sportovními a kulturními atrakcemi, dopravci a provozovateli stravovacích zařízení,“ komentoval Tomáš Barčík. (tz)

VODOROVNÉ VYVRTÁVACÍ A FRÉZOVACÍ STROJE
VODOROVNÁ OBRÁBĚCÍ CENTRA
PORTÁLOVÉ STOLOVÉ STROJE



WHT 110 / 130 (C)

**Stále platí, že více než 100 let
pomáháme tvořit svět kolem Vás.**

Více než stoletá **tradice** a **zkušenosti** s výrobou obráběcích strojů, **dovednost** a **nápaditost** našich lidí a celosvětový ohlas, to vše nás motivuje a umožňuje nabídnout Vám řešení. **Vodorovné vyvrtávačky** deskové i stolové, **obráběcí centra**, **speciální stroje** a nově také **portálové stolové stroje** ještě umocňujeme pestrou nabídkou zvláštního příslušenství k nim a něčím tak samozřejmým, jako je dýchání, totiž širokým rozsahem služeb souvisejících s těmito stroji. Současnost není jednoduchá, však cestu společně najít můžeme.



WHR 13 (Q)



QUALITY SINCE 1903

TOS VARNSDORF a.s., Říční 1774, 407 47 Varnsdorf, Česká republika
Tel.: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 490, E-mail: info@tosvarnsdorf.cz

www.tosvarnsdorf.cz