

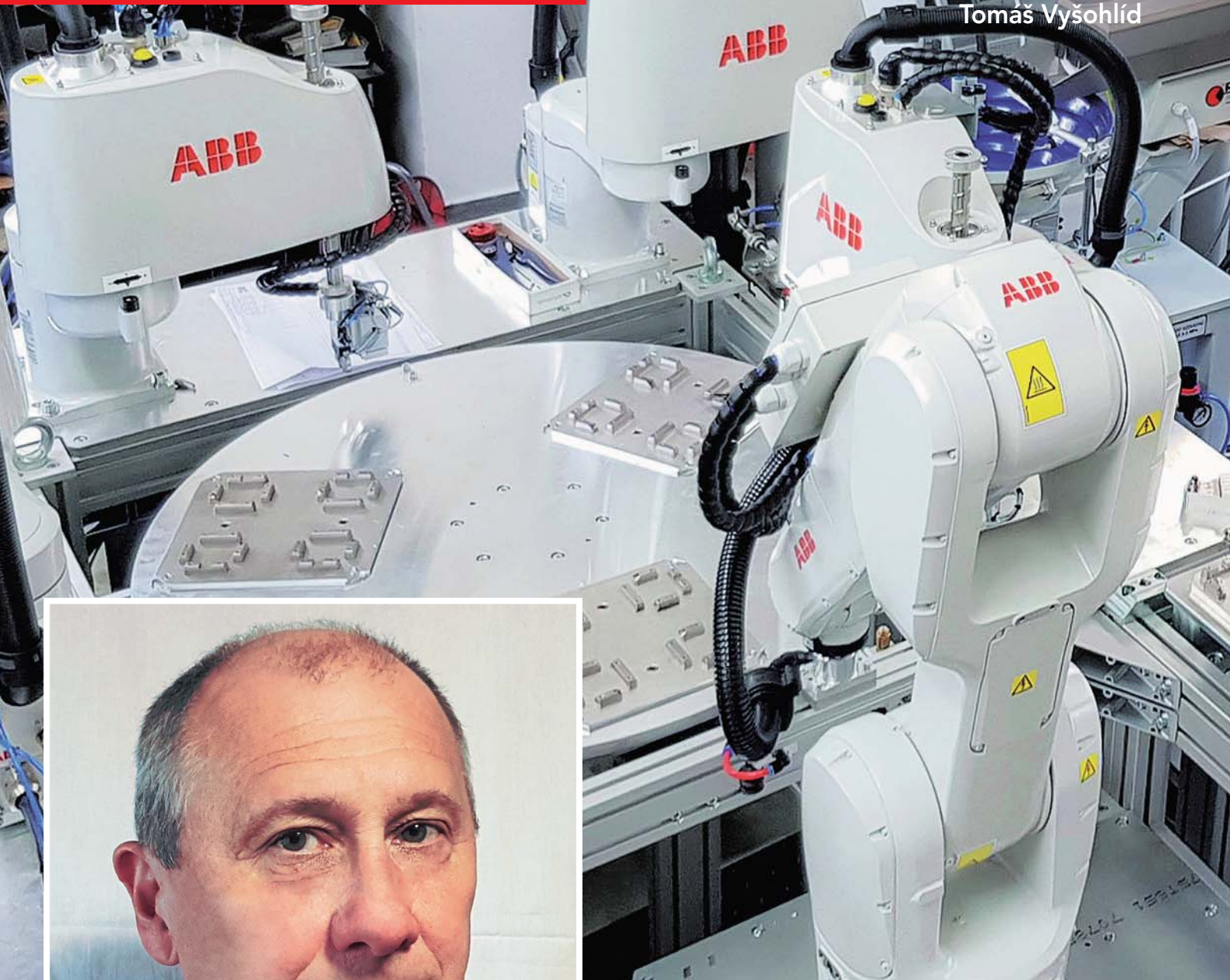
březen 2021

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Josef Klíma
Cyril Svozil
Pavel Ráliš
Jan Vokurka
Robin Švaříček
Tomáš Mertlík
Radek Sajvera
Jakub Šulta
Tomáš Vyšohlíd



Josef Klíma

**Pro mne je výzva
životabudič**

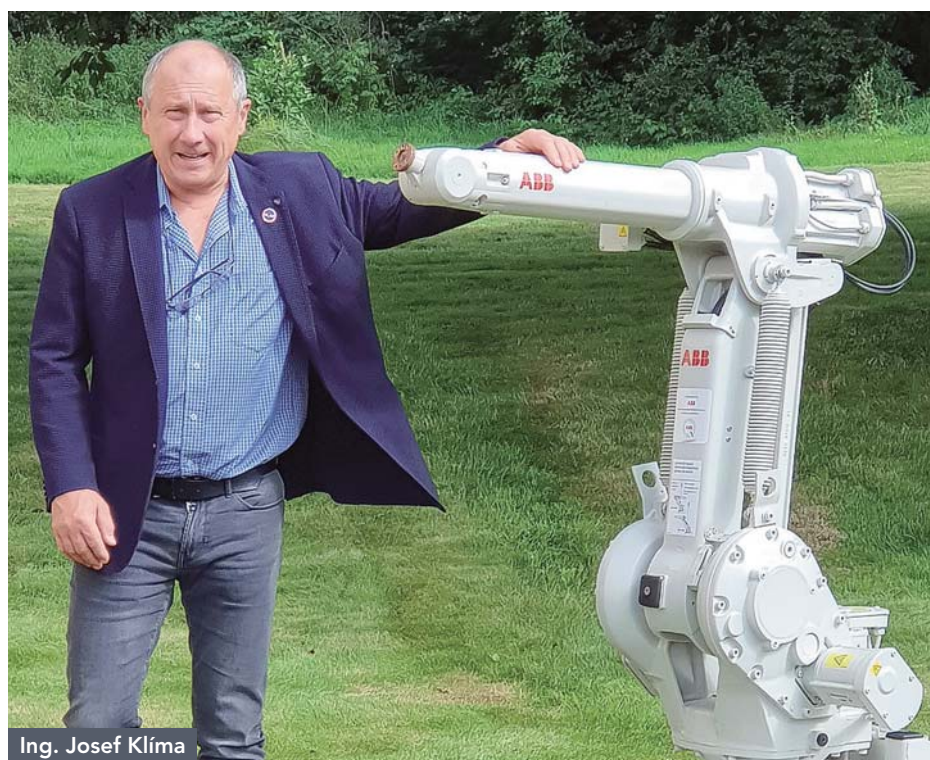
rozhovor na stranách 2–3

Pro mne je výzva životabudič



Dnešní manažery přirovnal k hasičům. Potvrdil, že člověk je od toho, aby přemýšlel, než aby se nechal ubíjet těžkou vyčerpávající prací. A že humor má v životě své důležité poslání. Ing. Josef Klíma je předsedou výrobního družstva ELAP na severu Moravy a v soutěži MANAŽER ROKU 2019 získal mimořádné ocenění – stal se Manažerem digitálního věku.

Když jsem si s ním telefonovala, dopředu mi bylo jasné, že odpovědi na otázky, o které jsem ho poprosila, a které si v dalších řádcích můžete přečíst, o jeho životním postoji vypoví mnohé. Že načrtnou ve zkratce obrys jeho manažerské profese, dotknou se slabin české ekonomiky, nastíní význam harmonie pracovního a osobního života. Popsat souvislosti věcí a dějů ne v záři reflektorů, ale očima praktika, a zároveň s nadhledem muže, jemuž legrace dny všední i sváteční skutečně koření, to není zas tak časté. A jde to i v několika větách:



Ing. Josef Klíma

V soutěži MANAŽER ROKU jste zabodoval, stal jste se Manažerem digitálního věku. Motivovalo vás to k něčemu, přivedlo na stopu dalších souvislostí například pro řízení družstva?

Digitální věk způsobil, že množství a rychlost informací, které je nutné zpracovat, se znásobily. S tím souvisí i množství dezinformací a nepravd, které se v tomto toku dat pro rozhodování nesou. Hlavní úkol manažera je odseparovat tyto dva druhy informací od sebe. Týká se to nejen řízení kolektivu, ale i projektového řízení nebo zákaznických zadání. Možnost vzniku vir-

tuálních řešení, animací, 3D modelů a jiných možností digitalizace nám usnadňuje rozhodování a minimalizuje možnost chyb, které by pravděpodobně vznikly.

Ostatně, co to dnes řízení je? Uplatňování zdravého selského rozumu, pouhá kontrola, administrativa, kamarádské vztahy v týmu, nebo přenesení zodpovědnosti na kolegy?

V současné době se řízení spíše přesunulo do roviny „hašení“. Množství vnějších změn, které zasahují do řídicího procesu společnosti, je tak markantní, že se již prakticky nedá nic

normálně naplánovat. Mám pocit, že se chovám jako velitel hasičského zásahu, který hledá neoptimálnější řešení, jak uhasit požár (prostor, čas a materiál pro realizaci) a snížit velikost škody (dodržet termín).

Když jste družstvo zakládali, měli jste jasný cíl, anebo se vaše vize postupně utvářela?

Vznik družstva byl logickým pokračováním cesty automatizace, kterou jsme jako mladý, po škole vzniklý kolektiv započali v zemědělském podniku. Po zániku zemědělského podniku jsme se přesunuli do oblasti průmyslu. Práci se živým materiálem (dobyt看) jsme nahradili materiálem neživým (stroji). Naším hlavním cílem bylo a je najít technická řešení k odstranění těžké a často mysl ubíjející činnosti pracovníků, zvýšení efektivity výroby a snížení počtu zmetků.

A proč jste volili právě družstevní formu podnikání? Původně vaše parta pracovala ve Státním statku Bruntál...

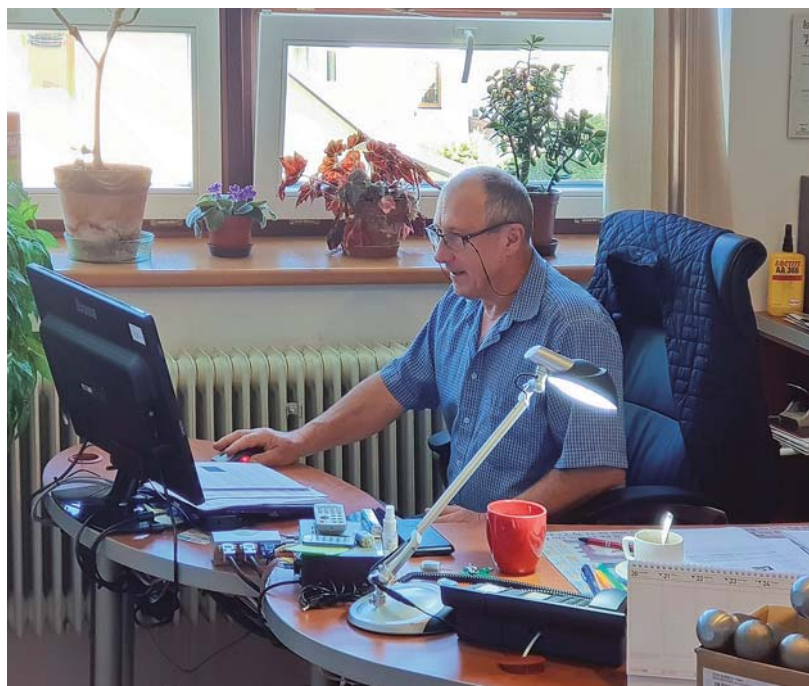
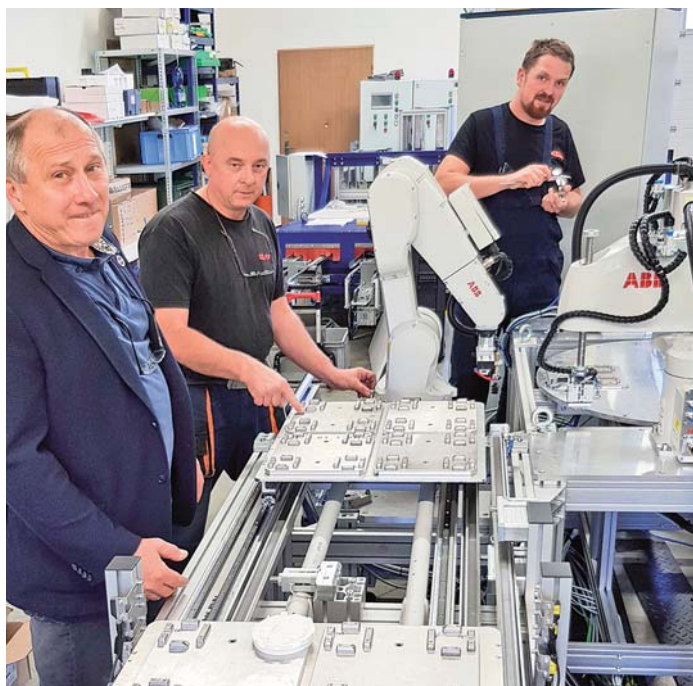
Když jsme v roce 1990 byli nedobrovolně vrženi do oceánu podnikání s nulovými znalostmi a zkušenostmi, tak forma výrobního družstva nám byla nejbližší. Do roku 1989 mělo hodně JZD přidruženou výrobu, která často byla objemově větší, než vlastní výroba zemědělská. Musím říci, že volba výrobního družstva byla volba dobrá a během 30leté činnosti jsme neměli potřebu ji opustit a transformovat se na jinou formu společnosti.

Často se ještě říká, že lidé technicky orientovaní nejsou kreativci. Nemyslím si to, spíše skromněji prezentují to, co umí, protože to musí také doložit čísly, fakty, životaschopností myšlenky. Jak je to s nápady ve vašem případě? Jak vznikají? Ať už výrobní, nebo obchodní?

Každá poptávka nebo vzniklý problém je výzva. Výzva, zda danou problematiku zvládneme. Nutí vás to stále studovat nové věci a postupy. Pro mne samotného je výzva životabudič, který mě udržuje v aktivní hladině života, a hlavně mi umožňuje zanechat po sobě na tomto světě „kladnou“ stopu. Zároveň se učím říkat „ne“. Jsou prostě požadavky, kde neznáme řešení. Mám své osobní pravidlo, a to, že pokud do tří minut neznám alespoň náznak řešení, danou problematikou se nezabývám.

Dnes se specializujete na robotizaci. Jaký k ní mají české firmy vztah? Sázejí na ni, nebo se jí trochu obávají?

Robotizace, a to nejen v průmyslu, je budoucnost. Lidé by měli vykonávat činnost tvůrčí, organizační, vizionářskou atd. Stereotypní a fy-



zicky namáhavou, někdy až životu nebezpečnou práci by bylo nejlepší přenechat strojům. Robot není všelék, je to jen jedna z cest. Naše česká společnost je kvůli nízkým dělnickým mzdám a vysokým pořizovacím nákladům automatizace zatím opatrná. Ekonomická návratnost je často dlouhá, a proto nezajímavá. Novodobé „otrokářství“ zatím vede.

Jaká je vaše současná zkušenost – nezdráhají se firmy pod tlakem koronaviru investovat do robotizace, vkládat prostředky do procesů, které jim přinesou vyšší produktivitu, kvalitu, přesnost, ušetří čas? Váhají více než před rokem, anebo naopak?

Část odpovědi na otázku jsem již uvedl v předchozích řádcích. Nejistotu z budoucnosti, ztráta zakázek nebo nestabilní pracovní prostředí (karanténa, omezující nařízení vlády atd.) požadavkům na robotizaci nepřidávají. Počet firem, které jdou cestou automatizace, současně klesá. Stále převládá pořekadlo „košile bližší než kabát“. Radši peníze teď než v budoucnu. Společnost je celkově ve velké nejistotě a ta se odráží jak ve způsobu rozhodování, tak v investicích do budoucna.

ELAP významně komunikuje s ČVUT Praha. Co vám to přináší, čím je tato platforma zajímavá?

Již to bohužel není pravda. Delší dobu s ČVUT nekomunikujeme, protože nejsou studenti slévárenství. Není komu své zkušenosti předat. Smutné.

Liší se nějak vztah vaší generace k robotizaci od postoje současných absolventů vysokých škol?

Liší. Má generace začínala s „primitivními“ roboty a manipulátory tuzemské výroby a po-

stupně jsme se propracovali k současným robotům, které mají až neuvěřitelné mechanické a funkční vlastnosti. Současní absolventi mají možnost získat během studia až nepředstavitelné množství zajímavých informací, mohou na zahraničí stáže, mají možnost se seznámit se špičkovou technikou. Bohužel počet studentů, kteří o tuto činnost mají zájem a jsou ochotni v ní pokračovat po studiích, je malý.

Robotizace, a to nejen v průmyslu, je budoucnost. Lidé by měli vykonávat činnost tvůrčí, organizační, vizionářskou atd. Stereotypní a fyzicky namáhavou, někdy až životu nebezpečnou práci by bylo nejlepší přenechat strojům. Robot není všelék, je to jen jedna z cest.

Vyprojektovali jste a s partnery uvedli do života spousty výrobních linek pro lisy hliníkových slitin, keramiky, gumy, název ELAP najdeme v papírenském a potravinářském průmyslu i v zemědělství. Které z odvětví ve vaší orientaci převládá nyní?

Každý rok je z pohledu typu aplikací rozličný, ale nejčastěji děláme aplikace ve slévárenském průmyslu barevných kovů.

Na trhu působíte již 31. rokem, jsou to tedy tři desítky let zkušeností, výher i proher. Co vás nejvíce poučilo a co byste ještě jednou rád zažil?

Nejvíce vás ponaučí prohra. Prohra jak v technické, tak lidské rovině. Prohra je základ úspěchu, ale pouze za podmínky, že se s této prohrou poučíte a pro sebe si vyvodíte závěr, jak se

jí v budoucnu vyhnout. Jinak prohru vždy zopakujete. Jedním z hlavních základů výhry je lidský kolektiv, se kterým nápady a myšlenky realizujete. Bez zdravého a funkčního kolektivu se dílo těžko podaří. Zažívám bohatý život a beru jej takový, jaký je, neopakovatelný.

Ten, kdo vstoupí do businessu, musí být odvážný i optimistou. Vy máte velký smysl pro humor. Pomáhá vám s tím vším, co je potřeba zvládnout? A spoléháte na něj?

Humor je kořením života. Humor a legrace ze sebe sama vám umožní dnešní silné stresující dobu překonat ve zdraví. Životním postojem k humoru se mi povedlo rozesmát lidi, které nikdo v práci se smát neviděl. Máte pravdu, že pohybovat se v dnešním businessu je odvaha. Prakticky neplatí žádná společenská pravidla, slušnost je znak slabosti. Nápady a řešení se kradou ve velkém pod rouškou výběrových a jiných řízení. Jen s humorem a nadhledem přežijete.

Mnoho živnostníků a menších firem se dnes rozhoduje, zda s podnikáním nekončit. Co byste poradil, jak byste povzbudil?

Je pravdou, že být zaměstnancem se zajištěnou a pravidelnou mzdou má své výhody. Život podnikatele je jak loď na rozbouřeném moři. Chvilí nahoře a chvíli dole. Můžete se pustit do projektů, které jako zaměstnanec nemůžete realizovat. Není univerzální rada, zda pokračovat, nebo nepokračovat. Zdravotní, rodinné nebo podnikatelské problémy vám znemožní pokračovat v podnikání, i když budete chtít. Drobná rada přesto: zdraví a vyrovnané funkční rodinné vztahy jsou důležitější než vyšší příjem peněz.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■

Rozhovor plný vykřičníků, téma plné výzev



Ing. Cyril Svozil

Okamžik, kdy zakladatel firmy, či spíše mnoha firem, jejichž synergie vytváří logický řetězec výrobních a obchodních aktivit, předá pomyslné klíče od dveří svého profesního života dětem, svým nástupcům, se dá asi těžko dopředu popsát. Jak o tom zatím přemýšlí Ing. Cyril Svozil, osobnost nespočtu projektů, autor spousty nápadů, unikátních myšlenek, vizionář, ikona podnikatelského světa? Vybudoval značku FENIX, která reprezentuje výrobu a prodej topných systémů v široké škále upotřebitelnosti, ale také chytrá energetická řešení pro jednotlivé stavby, města, obce. Bude určitý milník jeho kariéry radost, nebo smutek? Je to dilema, rozumově sice zvládnuté, ale emocionálně někde úplně jinde? Je to úleva, nebo šok pro organizmus člověka, který byl mnoho desetiletí ve středu dění? Je to výhra nad sebou samým? Existuje vůbec odpověď na takové otázky? A má vůbec smysl se takovými úvahami zabývat? Čas budoucnosti již dnes velmi intenzivně hledá řešení, jež lidstvu nastíní cesty, kudy v energetice dál. Jednou z nich je ta, již rozvíjí seskupení firem FENIX GROUP. A bude určitě užitečné jít po stopách strategie, jejíž kořeny jsou v Jeseníku na severu Moravy a již holdingu vtisknul Cyril Svozil:

Kdy jste začal přemýšlet o tom, že firmu postoupíte následovníkům, svým dětem?

První myšlenka přišla již v roce 1994, kdy jsem byl finalistou tehdejší soutěže Podnikatel roku. Výběrová komise byla složena ze zástupců české šlechty navrátilí se ze zahraničního exilu. Dlouhé diskuze byly velmi podnětné, okouzlo mne jejich pojetí světa a náhled na život jako službu: převzít – rozvinout a předat! To dává životu jiný rozměr i jistou formu nesmrtelnosti.

Nebránily se děti a vzaly věc racionálně, anebo bylo jejich rozhodování plné emocí?

Myšlenku nástupnictví jsem jim nevnucoval, dcera působila ve firmě již od roku 2001, syn nastoupil v roce 2011. V roce 2016 jsem dostal „nabídku snů“ na odkup firmy, a to byl právě ten zlomový okamžik, kdy jsme řešili budoucnost. K mé velké radosti se jasně oba vyjádřili pro pokračování!

Nebude jim chybět jistota a entuziasmus zakladatele? Nebude toho na ně najednou příliš mnoho i přesto, že podnikají společně s vámi?

Pozice zakladatele i jeho role je z mnoha důvodů unikátní a neopakovatelná, samozřejmě na ni budou muset navázat, ale to již svým vlastním způsobem – vytvořit si svou vizi a svou cestu!

Kdy se oficiálně hodláte rozloučit se svou pozicí?

Původní záměr byl, že ve výkonných funkcích skončím k 1. lednu 2022, současná krize ale pravděpodobně tento krok o rok či dva oddálí.

Myšlenku nástupnictví jsem jim nevnucoval, dcera působila ve firmě již od roku 2001, syn nastoupil v roce 2011. V roce 2016 jsem dostal „nabídku snů“ na odkup firmy, a to byl právě ten zlomový okamžik, kdy jsme řešili budoucnost. K mé velké radosti se jasně oba vyjádřili pro pokračování!



Syn Cyril Svozil mladší, dcera Ing. Kateřina Jezerská a otec Ing. Cyril Svozil

Ano, to jsou skutečné výzvy a jsem přesvědčen, že jsme pouze na začátku. V této oblasti čeká celý svět ještě dlouhá cesta lemovaná mnoha omyly a slepými uličkami.

Přesto však s Fenixem budete určitě dál spolupracovat, přemýšlet o strategii, cizlovat vizi. Do čeho byste i nadále „rád mluvil“?

Určitě se chci nadále podílet na rozvojových programech i na bilancování výsledků. Do samotného řízení však již zasahovat nebudu.

Jakou zkušenost byste zároveň s velkou zodpovědností chtěl předat?

Nikdy se příliš jednostranně nefixovat k jedné myšlence či cestě, zachovávat si maximální flexibilitu a otevřenou mysl pro nové impulzy a nápady!

Nebojíte se diskuzí, které mohou přijít?

Samozřejmě by mne velmi mrzelo, pokud by se případné pracovní konflikty přenášely do osobního života, myslím, že si to riziko všichni uvědomují, a jsou proto velmi opatrní.

Nebo smutku z toho, že je něco jinak?

Pokud se bude firma pozitivně rozvíjet, bude mít dynamiku a nové nápady, vůbec mi nebude vadit, že to již nejsou nápady moje, smutek bych pociťoval pouze v opačném případě!

Ostatně, co jste se od dcery a syna sám naučil v podnikání? Ctíte jejich styl práce a je i pro vás inspirativní?

Každý manažer má svůj styl a priority, a pokud to vede ku prospěchu firmy, je to tak dobře! Spolupráce mne donutila o nich přemýšlet a zohledňovat je ve svých rozhodnutích.

Čím hodláte „jako penzista“ vyplnit zdánlivě volný čas? A budete vůbec nějaký mít?

Jsem přesvědčen o tom, že pokud budu v dobré zdravotní kondici, tak se nudit nebudu.



du! Ale půjde jistě o obrovskou změnu, protože můj téměř celý sociální život je spojený s firmou.

Business se vám za ty roky stal koníčkem, do velké míry smyslem života. Vždy jste hledal, jak být užitečným, jak přinést zákazníkovi praktická řešení vycházející z nových poznatků. Budete hledat dál?

Ano, to je určitě téma, které budu vždy mít na zřeteli při hodnocení ročních výsledků i přijímání nových strategií! Zákazník, jeho spokojenost a potřeby musí zůstat základním kamenem firemní strategie i pro mé následovníky!

Optimální způsob vytápění budov, ale i fotbalových trávníků, vinic, inovativní využívání elektřiny, její získávání z netradičních zdrojů, ukládání a chytré užití – pořád to jsou výzvy?

Ano, to jsou skutečné výzvy a jsem přesvědčen, že jsme pouze na začátku. V této oblasti čeká celý svět ještě dlouhá cesta lemovaná mnoha omyly a slepými uličkami. Naším velkým úkolem bude se těmto nástrahám vyhnout!

Téma smart cities je vám velmi blízké. Neuvažoval jste někdy o tom, že by se Jeseník, kde ponejvíce působíte, mohl stát chytrým městem?

Jedním z projektů, na kterých nyní aktivně spolupracujeme, je pilotní projekt mikrogridu v Jeseníku. Hodláme se do něj zapojit našimi kapacitami FV elektráren i velkokapacitních bateriových úložišť.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



Batch brew – jak mít pořád dost kávy po ruce

Jste zvyklí popíjet kávu během dne a chcete si ji vychutnat čerstvou i odpoledne, aniž byste museli připravovat každý šálek zvlášť? Tereza Balá z doubleshotu vám poradí, jak jednoduše připravit výbornou kávu v domácích podmínkách a jak ji udržet co nejdéle čerstvou. Kouzelným slůvkem tu není „prosím“, ale „batch brew“.

Pokud jste v kavárnách s výběrovou kávou jako doma, tak vám asi už obsluha nabízí batch brew, tedy kávu, která je předem připravená a obsluha vám ji jen naservíruje, přitom chutná úplně jako ta čerstvě připravená. Ale napadlo vás, že takový komfort si můžete dopřát i doma? Batch brew je ideální pro všechny, kterým jeden šálek kávy nestačí a zároveň se jim nechce podstupovat vážení, mletí a další kroky nezbytné pro dokonalou chuť více než jednou denně. Vydrží totiž i několik hodin jako čerstvá a lze ji připravit několik šálků naráz. Co to tedy je? Batch znamená doslova dávka nebo várka, brew je příprava nebo vaření. Jako batch brew se označuje překapávaná káva přichystaná strojově ve větším množství. „Při této metodě přípravu nasypete odměřenou čerstvě namletou kávu do kávovaru a stroj se sám postará, aby výsledná káva splňovala veškeré parametry dobře vyextrahovaného nápoje,“ vysvětlila Tereza Balá, školička a baristka pražírny doubleshot. Zjednodušeně: vložíte propláchnutý filtr, nasypete kávu, zapnete a káva překaže do konvice úplně sama. Stroj se postará o to, aby překapala vhodnou rychlostí a teplotou, aby chutnala jako ta vyrobená ručně (hand brew). Součástí překapávacích kávovarů vhodných pro výběrovou kávu je termoska, do které káva teče. To je na první pohled rozdíl, který je odlišuje od těch klasických „překápek“, které

známe z amerických filmů. U těch je konvice skleněná a teplota kávy v ní se udržuje díky horké ploténce, na které stojí, což ale nápoj přepaluje a degraduje. Termoska „pouze“ udržuje nápoj horký, což je nejlepší cesta k zachování kvality kávy. Ideálním kávovarem na batch brew pro podmínky home office, kde pracují alespoň dva milovníci kávy pohromadě, je elegantní Moccamaster KBGT-741, který připraví naráz až 1,25 l kávy a zabere mu to 6–8 minut (a skoro vůbec vás k tomu nepotřebuje). Stačí si pak

ta nejrychlejší varianta pro kávu s sebou. Stačí načepovat z termosky a je hotovo. Příprava navíc není časově náročná, proto bývá batch brew levnější než ostatní filtrované kávy,“ doporučila tuto variantu Tereza Balá.

Doubleshot s.r.o. je českou lokální pražírnu výběrové kávy a společným projektem kávových nadšenců. Společnost byla založena v létě 2010 s jediným cílem: nabízet kávu bezprecedentní kvality a zároveň si vážit přírody a mít úctu k práci farmářů. Většina káv nabízených na www.doubleshot.cz nese označení Káva z rukou farmáře, což v praxi znamená, že kromě exkluzivní chuti se doubleshot zaručuje za to, že osobně navštívil alespoň jednou danou kávovou farmu, je s farmářem v přímém kontaktu a minimální cena zaplacená producentovi kávy je vždy alespoň o 25 % vyšší než minimální garantovaná cena v systému Fairtrade.

Kromě výběrové kávy nabízí doubleshot i vybavení pro domácí přípravu kávy, kávové kurzy pro veřejnost a školení profesionálů. Vlastní a provozuje také tři pražské kavárny – Můj šálek kávy (Karlín), Místo (Hradčanská), espresso bar v Alza.cz (Holešovice). (tz)



Jak udržet doma kávu co nejdéle čerstvou?

- 1 I když k tomu mnohé laciné domácí kávovary vybízejí, nepřihlívejte v nich kávu během dne. Zahříváním se odpařuje voda, káva se o ploténku pálí, hořkne a ztrácí aroma.
- 2 Ihned po uvaření raději kávu přelijte do termosky, která ji udrží teplou po celý den.
- 3 Nepřítelem kávy je také vzduch, respektive kyslík, kvůli kterému dochází k oxidaci a změně chuti. Ideální jsou proto termosky, které přístup vzduchu omezují.
- 4 Anebo si pořídte domácí kávovar, který místo do skleněné konvičky překapává nápoj rovnou do termosky, třeba jako výše zmíněný Moccamaster KBGT-741 (na www.doubleshot.cz za 5400 Kč).
- 5 Kávu v termosce skladujte ideálně dvě hodiny, pak i ta sebekvalitnější odrůda začne své kvality ztrácet.
- 6 Každý den termosku pečlivě vypláchněte a kartáčem odstraňte případné usazeniny. Díky tomu bude nádoba bez zápachu staré kávy, kovů i bez tmavého nánosu na stěnách a bude připravená na další den a novou porci čerstvé kávy.

jen dolévat z termosky, a zpříjemňovat si tak třeba pracovní den průběžně. Kdo by si nepřál mít doma snadný přísun čerstvé kávy? „Batch brew splňuje všechny obvyklé požadavky: je jednoduchý na přípravu, káva je hodně a chutná výborně,“ shrnula všechny jeho klady Tereza Balá. A pokud si domácí přípravu neuzíváte, zkuste si batch brew objednat v kavárně. „V kavárnách doubleshotu mají otevřeno i v aktuální situaci a batch brew je úplně

fin4Business jako nová značka úspěchu na úvěrovém trhu

Ať jsou zprávy o vývoji ekonomiky ovlivněné koronavirem jakékoli, odvážné části podnikatelské veřejnosti, například investorům, se v České republice daří. Firmy dál přicházejí se spoustou nápadů, které hodlají proměnit v životaschopné projekty. Dalo by se říci, že naopak krizová doba s sebou nese myšlenky převratné, inovátorské, které je dobré finančně podpořit, aby výsledek začal co nejdříve a nej kvalitněji sloužit lidem. Finance mohou být z různých zdrojů, snad nejrozšířenějším nástrojem je dobrý úvěr. Ne vždy však má firma potřebné know-how na jeho získání. V takovém případě je vhodné obrátit se na zkušeného poradce, který žadatele dokáže provést všemi úskalími až do zdárného konce. Osobnost Ing. Pavla Ráliš, MBA, není třeba ve světě financí představovat. Celý svůj profesní život zasvětil právě tomuto oboru. V současné době působí společně s kolegyní Monikou Fremuntovou jako reprezentant nové, vlastní značky fin4Business:

Nebylo vaše rozhodnutí vyměnit jistoty za měšťnance, nadstandardně placeného vrcholového manažera, za podnikatelský adrenalin, zbytečně riskantní? Skok z okna v době, která s sebou nese mnoho nejistot?

Nemyslím si to. Představy o životě se mění, člověk posouvá mantinely možností, přizpůsobuje se okolnostem, chce zkusit něco nového, hledá, jak se ještě lépe seberealizovat.

A když to zkonkretizuji, v mém případě šlo o to, že jsem nemohl ze své někdejší manažerské pozice a na základě pravidel, jež bylo nutno ze zákona respektovat, poskytnout firmě, klientovi, vyšší úvěr, než potřeboval. A to jsem chtěl změnit.

Tím, že jste se osamostatnil?

Ano, je to jedna z cest, na které mohu zúročit dosavadní zkušenosti, stavět na nich, a jejich prostřednictvím pomoci plnit sny a podnikatelské představy klientů. Zní to možná alibisticky, ale je to tak. S kolegyní

jsme jako konzultanti navázali komunikaci s řadou bankovních i nebankovních institucí a jednou fintech platformou a společně s jejich odborníky připravujeme úvěrování velmi zajímavých projektů.

Kdy přesně jste tedy začali?

V závěru měsíce října loňského roku.

Nač přesně se specializujete?

Soustředujeme se pouze na služby podnikatelům. Jde o developerské, investiční a provozní financování. To znamená, že klientům pomáháme s přípravou podkladů potřebných pro takové financování a ve spolupráci s finančním ústavem se postaráme o optimální průběh schvalovacího procesu úvěru. Klientovi jsme tak nápomocní, aby výsledek celého procesu byl ve finále pozitivní. Obnáší to řadu jednání, hledání variant, a zdaleka to není jen o číslech, potřebujete k tomu i dávku kreativity, odvalu pro nalézání synergií. Ale to jsou ty zkušenosti, znalost procesů, prostředí, v jakém se pohybujeme.

Máte za sebou tedy zhruba půlrok práce. Jaké přinesla výsledky?

K 28. února jsme zprostředkovali našim klientům úvěry v objemu přes 650 milionů korun. Zároveň se zpracovávají úvěry za dalších více než 780 milionů s tím, že k půlročnímu výročí zahájení podnikání bychom měli překročit naši první miliardu zprostředkovaných obchodů.

To jsou ambiciózní cíle...

Bez nich bychom sami sebe považovali za váhavé snílky. A to není náš styl. Ve své kariéře jsem byl zvyklý patřičných výsledků dosahovat vždy.



Ing. Pavel Ráliš, MBA

Jinak než tak, že si člověk věří, toho však nedocílíte. Musíte vědět, co chcete, proč a za jakých podmínek. A musíte hledat způsob vedoucí k vyřešení případu. Jako v detektivce. A musíte vidět smysl toho všeho – spokojeného klienta, jeho vítězství, k němuž ten úvěr napomohl.

Říká se, že klientů není nikdy dost...

Ano, to souhlasím. Většina používá naše služby na doporučení jiného spokojeného zájemce. Když se takové osobnosti přesvědčí, že jsme odvedli precizní práci, rádi předají reference dál nebo se po čase vrátí. Samozřejmě jsme připraveni jednat s dalšími firmami, které mají připraven životaschopný podnikatelský záměr a uvažují o jeho úvěrování.

Kde a jak se o vás mohou dovědět více?

Jak jsem již uvedl, fungujeme pod obchodní značkou fin4Business, máme připravené logo, brzy spustíme webové stránky a promýšlíme medializaci. Nejrychlejším kontaktem zůstává stále mobil a e-mailová adresa. V Praze 4 jsme zařídili kancelář, kde se však s ohledem na opatření proti koronaviru s klienty příliš nepotkáváme. Věříme však, že fungovat bude s plným servisem co nejdříve.

připravila Eva Brix

Kontakty:
pavel.ralis@email.cz,
+420 724 169 005
monika_fremuntova@centrum.cz
+420 606 763 102



První na světě: k čemu posloužily růže a co s nimi umí čeští odborníci

Sirup vyrobený s použitím unikátní technologie konzervace před pár týdny uvedl na trh jablonecký výrobce sirupů, společnost Kitl s.r.o. Jako první na světě zde použili ke konzervaci silice z růžových lístků. Zákazníci tak mohou okusit ojedinělý sirup Kitl Syrob Růžový květ, který neobsahuje žádné konzervanty. Na vývoji pokrokové technologie se spolupodíleli odborníci z Výzkumného ústavu rostlinné výroby v Praze a Výzkumného ústavu potravinářského v Praze.

Kitl Syrob Růžový květ připravila společnost Kitl v limitované edici. Tým odborníků v čele s renomovaným botanikem doc. Ing. Romanem Pavelou, Ph.D., zrealizoval při výrobě sirupu unikátní vědecký projekt, kdy silici z růžových lístků využil jako konzervant. Tato



Jan Vokurka

pokroková technologie, tzv. pavelace, byla takto vyzkoušena v České republice a celkově na světě vůbec poprvé. „Díky úzké spolupráci s týmem předních českých vědců se nám podařilo vyrobit sirup, který je bez jakýchkoliv konzervačních látek. Je čistě přírodní a ke konzervaci byly využity silice přímo z růží,“ sdělil Jan Vokurka, jednatel společnosti Kitl. „Jde o zcela novou, unikátní technologii výroby, která využívá místo tradičních, rizikových konzervantů přírodní biologicky aktivní látky z růže stolisté. Tyto terpenické látky mají významné antioxidační účinky s pozitivním dopadem na náš imunitní systém, a zároveň vytvářejí v Syrobu takové prostředí, které brání rozvoji škodlivých kontaminantů, jako jsou povrchové plísňe a Syrob znehodnocující bakterie,“ prozradil o zcela nové technologii botanik Roman Pavela.

Kitl Syrob Růžový květ je jedenáctým sirupem, s nímž společnost Kitl předstoupila před české spotřebitele. Jde o zvláštní edici, která bude dostupná pouze v omezeném období mezi dvěma svátky lásky – sv. Valentýnem a Prvním májem. Sirup je vyroben z květů růží a také po nich intenzivně voní i chutná. Firma Kitl vznikla v roce 2007 v Jablonci nad Nisou, kde působí dosud. Specializuje se na

výrobu bylinných či ovocných sirupů, s důrazem na využívání surovin z biologického a k přírodě šetrného hospodářství. Inspiraci k vývoji receptur čerpá z dobových regionálních pramenů a při jejich přípravě se nechává vést historií prověřenými recepty. Ostatně i název společnost je odkazem na postavu legendárního léčitele a doktora Jana Josefa Antonína Eleazara Kittela, který žil a působil v 18. století na pomezí Jizerských hor a Krkonoš.

Kitl je držitelem certifikátu Regionální produkt Jizerských hor, vítězem několika ročníků soutěže Výrobek Libereckého kraje, k cenným uznáním práce společnosti pak patří například titul Firma roku Libereckého kraje a 3. místo v celostátní soutěži Firma roku v roce 2013, vítězství v prestižní americké soutěži The Mazer Cup International Competition 2015 či opakovaně ocenění na veletrhu Země živitelka, kdy si poslední přivezl v roce 2019, a to hlavní cenu Zlatý klas za limitovanou letní edici Kitl Syrob Okurka Bio.

Významným krokem společnosti Kitl z poslední doby je také odkoupení bývalého zchátralého areálu Vratislavské kyselky, který postupně probouzí k životu.

Jana Vokurky jsem se při příležitosti uvedení obdivuhodné novinky na trh zeptala:

Mezi milovníky delikates se zdravotními benefity je firma Kitl dobře známá. Je těžké promýšlet inovace, zařazovat do sortimentu nové produkty?

My si dáváme záležet na tom, aby naše inovace byly o několik tříd výše než cokoliv jiného na trhu. I z tohoto důvodu nám trvá příprava nového výrobku minimálně jeden rok a přinášíme na trh pouze jednu novinku ročně.

Tou vaší žhavou je mezinárodní unikát, Syrob Růžový květ. Oč přesně jde a co vás k jeho výrobě přimělo?

Jak už název napovídá, jde o sirup z květů růže. Dlouho jsme s českými vědci hledali způsob, jak sirupy konzervovat přírodním způsobem. Přišli jsme s novou technologií konzervace pomocí rostlinných silic, přičemž silice růže byla jedna z těch slib-

ných, a proto jsme se rozhodli uvést na trh Kitl Syrob Růžový květ.

Jako první na světě jste tedy uplatnili ojedinělý způsob konzervace prostřednictvím silic z růžových plátků. Čím je metoda výjimečná? Víím, že nevyzradíte know-how, ale modelový příklad by možná nebyl od věci...

Rostlinné silice se ke konzervaci užívají od starověku. Například již staří Egypťané měli vonné byliny k mumifikaci faraonů. My jsme tyto vlastnosti použili ve světově unikátní technologii, díky čemuž je sirup z růžových květů konzervován pouze a jenom přírodně.

Na vývoji Syrobu jste kooperovali s týmem odborníků v čele s renomovaným botanikem doc. Ing. Romanem Pavelou, Ph.D., pokroková technologie konzervace se jmenuje pavelace. Jak ke spolupráci vlastně došlo?

Naše sirupy vyrábíme za studena, obsahují proto mnoho zdravých prospěšných i chuťových látek. Bohužel jsme pak nuceni ke konzervaci používat sorban draselný. Já jsem dlouho chodil za svým kamarádem Milanem Houškou, vědcem z VÚPP Praha, zda by nám nepomohl. Milan věděl, že doktor Pavela pracuje na biopesticidech a napadlo ho, zda by se podobný účinek nedal používat při konzervaci sirupů. No a tak to všechno vzniklo...

Proč se používají látky z růže stolisté? Jde o růže pěstované v ČR, kde se vyskytovaly dříve celkem běžně?

Růže máme od českého dodavatele, ale nakupujeme je již v podobě růžové silice. Bohužel jsme nebyli schopni zjistit místo, kde se růže pěstují.

V tiskové zprávě k uvedení novinky na trh se píše, že terpenické látky mají významné antioxidační účinky s významným dopadem na náš imunitní systém. Tedy váš Syrob růžový květ bude velmi prospěšné užívat právě v současné době, kdy se obáváme koronaviru...

My uvádíme Růžový syrob v limitované edici mezi třemi svátky lásky, a sice Valentýnem, MDŽ a 1. májem. Myslíme si, že láska zvítězí nad vším!



Dostane se na všechny zájemce?

Kitl Syrob Růžový květ je sice limitovaná edice, ale věříme, že všichni fanoušci budou mít možnost si ho zakoupit. Každopádně doporučujeme udělat nákup spíše dříve než později.

Jak pečujete o své duševní vlastnictví? Děláte v tomto smyslu patřičné kroky?

Nová technologie pavelace je ochráněna celou řadou patentů, užitných vzorů a ochranných známek.

Šetrně zpracovávané dary přírody, jako je třeba meduňka, pampeliška, kopřiva, šípek, jsou stále více populární, roste zájem je konzumovat. Jsou to pro vás příjemné výzvy?

My se snažíme hledět vpřed, spíše bychom rádi vždy přišli na to, co lidem nabídnout nového, než se srovnávat s konkurencí. Každopádně každá nová příchuť je pro nás příjemnou výzvou.

Na jakou bylinku či rostlinu byste se rádi zaměřili v nejbližším období?

To si, s dovolením, necháme pro sebe jako tajemství a překvapení pro naše zákazníky.

Budete s trojicí odborníků i nadále v kontaktu? Můžeme se těšit na další originální kousky ve vaší nabídce?

Určitě ano. Spolupracujeme s nimi již několik let a také do budoucna to plánujeme. V tomto smyslu mohu předestát, že počítáme s dalším překvapením pro zájemce o naše produkty, které vzejde z našeho společného snažení.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Rok 2020 ve znamení sdílené mobility: HoppyGo hlásí 81% nárůst poptávky

HoppyGo je inovativní projekt inteligentní mobility nové generace, který vznikl pod křídly ŠKODA AUTO DigiLab v roce 2017. To je inovační centrum ŠKODY AUTO, které se mimo jiných projektů zaměřuje na vývoj mobilityních služeb. Hodnoty HoppyGo jsou od začátku postavené na dostupnosti a flexibilitě nabídky aut všech značek. Na rozdíl od ostatních carsharingů koncept peer-to-peer na silnici nepřináší nová vozidla, naopak efektivně využívá již vyrobená, a tím pomáhá snižovat jejich počet ve městech a emise spojené s produkcí. Zároveň lidem poskytuje maximální flexibilitu při výběru dopravního prostředku, kdy si zvolí přesně takový automobil, který v danou situaci nejlépe vyhovuje jejich požadavkům, a platí za něj pouze ve chvíli, kdy vůz využívají. Na podnikání během pandemie a fungování P2P carsharingu HoppyGo v České republice jsme zeptali Robina Švaříčka, CEO HoppyGo:



Robin Švaříček

Jak vy sám zvládáte tuto dobu vzhledem k nepříznivému období pandemie covid-19?

Určitě to není jednoduché a ve spoustě věcí mi, stejně jako asi každému z nás, covid věci naboural – omezené setkávání s rodinou a kamarády je nepříjemné, obzvlášť v situaci, kdy jsme v očekávání prvního potomka. A to jsou momenty, které s rodinou a kamarády chcete prožívat naplno. Spoluhráče z našeho hokejového tý-

mu jsem neviděl skoro rok. Nikdy jsem si neměl představit pracovat mimo kancelář, protože kolem sebe potřebuji mít lidi a sdílet nápady, přijímat zpětnou vazbu a prožívat společné úspěchy a problémy. To vše se změ-

nilo, a vlastně bez jakékoliv alternativy jsme se všichni museli přizpůsobit. Ale беру to tak, jak to je, a stejně jako ostatní kolegové k tomu přistupuji tak, že se maximálně snažím situaci ve společnosti nezhoršovat nějakým nezodpovědným cho-

váním, a případně pomoci přes naši službu tam, kde můžeme. Všichni asi také vnímáme urychlení inovace. Celá odvětví se začala vyrovnávat s novou realitou a výrazný vzestup zaznamenala digitální transformace, kdy se firmy postupně přesouvají do online prostředí. Předpokládám, že tento trend bude pokračovat napříč všemi obory i v nadcházejících měsících a letech.

Koronavirus určitě vaše podnikání i manažerskou práci ovlivnil...

Minulý rok byl plný zvratů a neočekávaných výzev, se kterými jsme se museli vypořádat a přizpůsobit se všemu, co nová doba přinesla. Jako klíčová se ukázala především flexibili-

Během minulého roku výrazně vzrostla i firemní poptávka, jelikož společnosti prakticky ze dne na den neměly využití pro své firemní flotily, a koncept peer-to-peer carsharingu jim tak poskytl příležitost, jak snížit provozní náklady.

ta týmu, která se projeví právě během krizových a vypjatých situací. Jsem proto opravdu hrdý na každého člena a otevřený přístup všech, který byl během několika posledních měsíců nutností.

Od počátku pandemie jsme se snažili zajistit bezpečnost našich uživatelů a samozřejmě co nejvíce pomoci zlepšit současnou situaci v České republice. Stáli jsme u zrodu iniciativy #SKODAAUTOpomaha, v rámci níž jsme poskytli vozy z vlastní flotily pro neziskové a humanitární organizace, které rozvážely léky, roušky, jídlo a další potřebný materiál. Společně se nám se ŠKODA AUTO podařilo zajistit přes 200 vozů pro 89 dobročinných organizací po celé České republice. Díky iniciativě #SKODAAUTOpomaha tak dokázaly jednotlivé organizace rozvézt ochranné štíty, potraviny a více než 400 000 respirátorů a roušek, a pomoci tak celkově téměř 100 000 potřebným. Naším uživatelům jsme umožnili bezkontaktní předávání aut a zároveň jsme v Praze a Brně zřídili preventivní hygienickou stanici pro pronajímatele vozů, kteří si zde mohou svá auta bezplatně vydezinfikovat a vyčistit. Některé plánované projekty jsme museli přesunout, spoustu dalších příležitostí naopak do plánu nově zavést tak, abychom reagovali na nové situace.

Byl vzhledem k pandemii zájem o sdílení aut?

Zájem o sdílená auta byl v minulém roce skutečně obrovský, dokonce jsme dosáhli nejlepších výsledků v historii. Individuální mobilita v současné situaci nabízí nejbezpečnější způsob přepravy a řada uživatelů například dodnes využívá zapůjčených vozů pro rutinní cesty do práce místo veřejné dopravy. Zájemcům jsme zároveň nabídli také atraktivní alternativu pro vícedenní cestování a vzhledem k tomu, že loňskou dovolenou strávila většina Čechů v tuzemsku, tak se jim široký výběr aut na HoppyGo velice hodil. Lidé si půjčovali kombíky s nízkou spotřebou, obytné karavany pro kempování na divoko, kabriolety na ví-

kendy ve dvou nebo sportovní speciály pro nevědní zážitky. Během minulého roku výrazně vzrostla i firemní poptávka, jelikož společnosti prakticky ze dne na den neměly využití pro své firemní flotily, a koncept peer-to-peer carsharingu jim tak poskytl příležitost, jak snížit provozní náklady. Když se podíváme na výsledky, tak meziročně vzrostla poptávka o rekordních 81 %, průměrná délka zápůjčky se prodloužila na 4,2 dne a zvýšil se i počet registrovaných uživatelů, který přesáhl hranici 100 000. Díky úspěšnému roku si na své přišli také pronajímatelé, kteří si mezi sebou rozdělili přes 15 miliard korun. V současné době u nás na platformě nabízí přes 2000 aut více než 1400 pronajímatelů a služba je dostupná prakticky po celé zemi – ve více než 240 městech, v 70 ze 76 okresů.

Jste jediná platforma na trhu, která poskytuje tzv. P2P carsharing. Jak to přesně funguje a jaké má tento koncept výhody oproti ostatním carsharingům?

Koncept peer-to-peer carsharingu umožňuje lidem půjčovat si auta mezi sebou. Na rozdíl od ostatních carsharingů do provozu nepřinášejí nové vozy, ale naopak efektivně využívají již vyrobené, a tím pomáhá snižovat jejich počet ve městech a emise spojené s výrobou. Zároveň lidem poskytuje maximální flexibilitu při výběru dopravního prostředku, kdy si zvolí přesně takové auto, které jim v danou situaci nejlépe vyhovuje, a platí za něj pouze ve chvíli, kdy vůz využívají – například kombík s nízkou spotřebou na delší trasy, dodávku pro stěhování, kabriolet na víkend atp. Díky HoppyGo navíc zákazník vše vyřeší jednoduše buď přes ap-

likaci, nebo na webu, a odpadá tak nutnost složitěho papírování. Zápůjčky vozů jsou cenově velmi dostupné, v průměru je to zhruba

450 korun na den, a vždy zahrnují také havarijní pojištění, takže se pronajímatel ani uživatel nemusí ničeho bát. P2P carsharing se u nás v posledních letech velmi rychle adaptoval a dnes už je využívanou alternativou v oblasti cestování. Lidé oceňují především komfort, flexibilitu a finanční do-

stupnost a všechny tyto výhody konceptu peer-to-peer carsharingu HoppyGo splňuje.

Naznačil jste, že zapojit se tedy mohou i podnikatelé, kteří by chtěli zapůjčit své nevyužívané automobily. Co pro to musí udělat?

Postup je naprosto jednoduchý, stačí se registrovat na webu HoppyGo nebo v aplikaci a nabídnout svůj vůz k pronájmu. Pak už pronajímatel jen počká na schválení účtu, které netrvá déle než 24 hodin, a může začít vydělávat. Neplatí se žádné poplatky, na každý automobil může využít buď vlastní, nebo naše pojištění, nastaví si cenu a poté už pouze schvaluje poptané zápůjčky. Firemním zákazníkům HoppyGo nabízí i možnost využívat zapůjčené vozy pro účely jejich podnikání, k čemuž opět stačí pouhá registrace. Velkou výhodou těmto uživatelům přináší i tzv. „dynamická kapacita“, kdy zákazník za auto platí pouze v momentě, kdy jej skutečně využívá. Je možné také hledat vozidla, která mají odpočet DPH, aby pro plátce DPH byla zápůjčka ještě výhodnější.

ptal se Kateřina Šimková

Zájem o sdílená auta byl v minulém roce skutečně obrovský, dokonce jsme dosáhli nejlepších výsledků v historii. Individuální mobilita v současné situaci nabízí nejbezpečnější způsob přepravy a řada uživatelů například dodnes využívá zapůjčených vozů pro rutinní cesty do práce místo veřejné dopravy.



Nanoroušky s námi zůstanou

I já jsem seděla před rokem u šicího stroje a šila roušky. Bylo to velmi zvláštní období, kořeněné tolika emocemi jako nikdy jindy. U letité veritasky se mi vracely vzpomínky snad delší, než je můj život. Prolínaly se úvahy o všem možném, o hodnotách, které jsou jednoznačné, přesto se těžko pojmenovávají. O prioritách, které se prioritami stávají až v nezbytně možnou chvíli, protože je člověk nedokáže včas docenit nebo jejich význam odsouvá na pozdější dobu. Přemýšlela jsem o pravidlech lidských vztahů, o tom, v co je potřeba věřit a jak, a mezi tím vším jsem nacházela nové a jiné souvislosti. A také jsem si znovu připomněla, jak úžasnou relaxací jsou právě ruční práce, třeba to šití na stroji, kolik přináší tvůrčí svobody a jak léčí přestresovanou duši.

a velmi nás těší, že dokážeme v této nebezpečné době pomáhat lidem a nabízet jim ochranné prostředky, bez kterých se neobejdou. To, že je na trhu více výrobců nanoroušek, je v pořádku, můžeme tak bezpečně zajistit dostatečný počet ochranných pomůcek pro všechny naše obyvatele. Před tím, než jsme odstartovali výrobu nanoroušek, jsme se věnovali výrobě a distribuci širokého spektra zdravotnického materiálu zejména pro nemocnice, v čemž samozřejmě pokračujeme dále. Výroba nanoroušek je pro nás pouze malé procento zaměření firmy.

Po vašich produktech je nyní velká shánka, výroba jede na plné obrátky. Jak prožíváte tuto složitou dobu, která přináší újmu na zdraví lidí, výrazně poznamenala ekonomiku, nálady ve společnosti, na druhé straně vám přináší větší obrát a zisk?

Celá epidemie a omezení, která nás provázejí už přes rok, trvají dle mého až příliš dlouho. S velkou nelibostí pozoruji všechny dopady koronakrizy – globální, ekonomické, ale také dopady na psychiku lidí. Na druhou stranu jsem příjemně překvapen, že si mnozí uvědomili, jak je zdraví důležité, a začali se o sebe starat. A my jsme rádi, že můžeme přispět k tomu, abychom jejich zdraví ochránili. Samozřejmě doufáme, že tato doba brzy skončí a vše se vrátí k normálu.

Kdyby se stal zázrak a koronavirus zmizel z povrchu zemského, co s nanorouškami dál? Našly by své uplatnění? Kde všude? A kde by se mohly ještě velmi dobře využívat právě dnes?

I když se nám koronavirus podaří přemoci, nanoroušky s námi zůstanou. Ochrana dýchacích cest zůstane ještě dlouhou dobu a nanoroušky jsou skvělou alternativou mezi obyčejnými rouškami a respirátory. Poskytují totiž filtrační schopnost srovnatelnou s respirátory, jsou ale oproti respirátorům za několikanásobně nižší cenu a jejich nošení a používání je mnohem pohodlnější.

Celá epidemie a omezení, která nás provázejí už přes rok, trvají dle mého až příliš dlouho. S velkou nelibostí pozoruji všechny dopady koronakrizy – globální, ekonomické, ale také dopady na psychiku lidí. Na druhou stranu jsem příjemně překvapen, že si mnozí uvědomili, jak je zdraví důležité, a začali se o sebe starat.



Tomáš Mertlík

U šicího stroje jsem pro chvilky příjemného odpočinku zůstala a vrátila se ke koníčku, jehož provozování mi přece jen léta chybělo. Ale rouškami se již nezabývám. Jsou totiž jiní, kteří to umějí daleko lépe a podle všech náležitostí. Například český výrobce BATIST Medical a.s. jich v současné době chrlí na trh deset miliónů měsíčně, více než 90 % z tohoto počtu je určeno pro domácí trh. Oproti běžným ústenkám, ať chirurgickým nebo látkovým, obsahuje nanorouška Batist vrstvu s polymérem PVDF, který tvoří jemnou a hustou filtrační část, která je schopna zachytávat i velmi jemné částice o velikosti viru. Tato nanorouška tedy chrání i svého nositele. Nanorouška

Batist je kompletně česká, vyrábí se přímo v Červeném Kostelci na Náchodsku, materiál a jednotlivé komponenty pocházejí také výhradně od českých lokálních dodavatelů. K dostání je na e-shopu www.batistsafety.cz, stejně tak v maloobchodní a lékárenské síti. Tomáše Mertlíka, generálního ředitele a majitele společnosti BATIST Medical, jsem se zeptala:

Jste na trhu bezmála 30 let a stali jste se největším českým výrobcem nanoroušek u nás. Nevadí vám přibývající konkurence?

Nanoroušky jsme začali vyrábět před rokem, když se u nás objevila epidemie koronaviru,



Diskutuje se o vlastnostech nanoroušek a respirátorů. Máte na přednosti každého z nich svůj vlastní názor? Není přece jen komfortnější a účinnější nanorouška, než respirátor dvojka?

Respirátor je uzavřený typ ochrany, a proto spadá do kategorie „osobní ochranná pomůcka“, kterou nanorouška nikdy získat nemůže, protože je to otevřený typ ochrany nosu a úst, takže principiálně nejde o dva stejné výrobky. A přestože je filtrační účinnost těchto výrobků srovnatelná, respirátory nejsou testovány na účinnost zachytu viru, naše nanoroušky testovány jsou a v tomto respirátory předčí. Na druhou stranu respirátor je robustnější svým technickým provedením a původně je to prostředek pro zachytávání prachu, jenom některé z respirátorů jsou zdravotnické a mají zdravotnickou specifikaci. Velká část respirátorů, které se dnes používají v Evropě a které jsou do Evropy dováženy, nemají zdravotní certifikaci, ale mají certifikaci jako produkt kategorie PPE (Personal Protective Equipment, tedy Osobní ochranná pomůcka).

Nano materiály mají před sebou zajímavou budoucnost. Mohly by být součástí dalších vašich výrobků, které by sloužily nejen odborníkům ve zdravotnictví, ale i běžnému spotřebiteli?

Běžně se nanomateriály dnes používají jako membrány například ve funkčním oblečení,

najdeme je třeba ve vrstvách prachových filtrů v automobilech a mají i další využití. Co se týká zdravotnictví, cílíme spíše na použití pro profesionály, a to ze dvou důvodů. Nanomateriály filtrují a přitom jsou prodyšné, což by se dalo využít například v jednorázovém zdravotnickém oblečení. Nanovlákna zároveň mohou obsahovat baktericidní a virucidní substance, takže se dají použít na povrchy chirurgických roušek nebo na jednorázové krytí ran.



Máte svůj vlastní vývoj přímo v Červeném Kostelci. Co je jeho prioritou?

Prioritou našeho vývoje jsou dvě oblasti – zabýváme se moderními typy krytí ran a péčí o rány, a také aplikujeme nanomateriál na výrobky pro operační sály.

Jste významným exportérem. Kam vyvážíte nejvíce a kam se v tomto směru chystáte napříč pozornost?

Téměř většina vyvážených výrobků, tedy 90 %, končí na trzích EU, 10 % pak putuje na Blízký Východ. Naše pozornost se ubírá na další evropské země, a to hlavně na ty východní, patří mezi ně například Ukrajina nebo Rumunsko. V plánu máme dostat se i za oceán, procházíme certifikací FDA a chtěli bychom rozjet distribuci našich nanoroušek v USA.

Čemu vás období pandemie naučilo? Vážíte si jinak třeba svého zdraví, možnosti podnikat, laskavého slova?

Vnímám, že pandemie výrazně změnila pravidla, která byla v tomto světě zavedená. Koronakrize mě naučila, že nic není stálé a neměnné. Co se týká podnikání, stojí nás všechny změny hodně úsilí, nic se totiž nerodí rychle a náhodou, ale jenom díky vytrvalosti a tvrdé práci.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Prodej se nám opravdu zvýšil



Radek Sajvera

Připravili jste novinky, které vyjadřují potřeby doby, cílíte na imunitu člověka. Čím tedy především, v čem je princip?

Novinka Pangamin imunita je opravdu takto cílená, ale shodou okolností začal její vývoj ještě před prvním výskytem onemocnění covid-19. Podobně tomu je u dalšího nového výrobku Pangamin ostropestřec, který je zaměřen na detoxikaci organismu, trávení a ochranu jater. Naším cílem je rozšiřovat sortiment o výrobky obsahující pouze přírodní látky. Dbáme na to, abychom se vyhnuli použití „éček“ a všeho dalšího, co by zbytečně zatížilo organismus. Inspiraci hledáme v přírodě. V Pangaminu imunita je vitamín D aktivovaný v buňkách kvasnic definovaným spektrem UV záření. Stejným spektrem záření se v naší pokožce při dopadu slunečních paprsků aktivuje vitamín D3. V kvasnicích jde ale o vitamín D2, který je zajímavou volbou nejen pro všechny, kteří mají vitamínu D nedostatek (což máme skoro všichni, protože nám sluníčko v podzimních a zimních měsících příliš nepřeje), ale i pro vegetariány a vegany. V tabletách tedy není „dosypané“ syntetické „děčko“, ale obsahují vitamín D v biologické vazbě na kvasnicích.

Jak se zvýšil prodej přípravků loni oproti roku 2019? Ovlivnil to hodně koronavirus?

Prodej se opravdu zvýšil a tuto skutečnost bezesporu ovlivnila covidová pandemie. Lidé si začali uvědomovat, že doplňky stravy mají v rámci zdravého životního stylu smysl. Velmi záhy po vypuknutí pandemie se projevilo, že zdravý organismus je jednoduše odolnější.

Firma RAPETO a.s., která na náš trh dodává doplňky stravy značky Pangamin, přichází ráda s novinkami. Mezi ně patří výrobek nazvaný Pangamin imunita. Výtečně se hodí do dnešních dnů k utužení kondice a pro vzdorování před koronavirem. Paradoxem je, že se s jeho vývojem začalo ještě před tím, než ve světě zrádný vir začal řádit. Obsahuje vitamín D, selen a betaglukany. Svě příznivce si brzy našel. Pro mnohé z nás se stal skvělým společníkem. Podle publikovaných informací je to první takový výrobek na českém trhu. Ale nejen o něm jsem hovořila s Radkem Sajverou, jednatelem uvedené společnosti:

Zároveň se ukázalo, jakých látek máme ve výživě nedostatek. Oprávněně se skloňoval vitamín D, selen, ale i další.

Přibývá firem, které nakupují z vašeho sortimentu pro zaměstnance?

Jednoznačně ano a úzce to souvisí s tím, co jsem uvedl v předchozí odpovědi.

Objednávají si zájemci především prostřednictvím vašeho e-shopu, nebo si raději zajdou do lékárny?

Zákazníci si pro výrobky z našeho sortimentu zajdou většinou do lékárny. Jsou zvyklí si kupovat doplňky stravy právě v lékárně, kde je celkově širší nabídka. Zájemce tak na jednom místě pořídí nejen například Pangamin, ale může si dokoupit i volně prodejné léky na bolest, teplotu... To na našem e-shopu nelze. Přesto prodeje jeho prostřednictvím každoročně rostou.

Abyste mohli zařadit do výroby a prodeje nový druh preparátu, kolik času potřebujete? A jak dlouho trval vývoj, třeba v případě Pangaminu imunita?

To je v podstatě u každého přípravku stejné. Od nápadu do okamžiku, kdy si ho zákazník může koupit, uplyne jeden rok intenzivní práce. Není to tak, že se tomu věnujeme každý den, celý proces se skládá z řady úkonů, cyklů, mezi kterými jsou potřebné časové prodlevy.

V poslední době se hojně mluví o betaglukanech. Vy jste s nimi ale pracovali už dávno... V čem spočívá jejich kouzlo?

Betaglukany používáme řadu let s velmi příznivými ohlasy od zákazníků. Jsem přesvědčen, že nás dokážou ještě překvapit. Jejich výzkum stále pokračuje, provádí se nespočet různých studií a vidím v nich potenciál pro další roky. Naši stálíci s betaglukany je Glucamedic komplex. Přídavek vitamínu C a příjemná chuť cucavých tablet si našla své příznivce záhy po jeho uvedení na trh.

Naším cílem je rozšiřovat sortiment o výrobky obsahující pouze přírodní látky. Dbáme na to, abychom se vyhnuli použití „éček“ a všeho dalšího, co by zbytečně zatížilo organismus.

V současné době strádá mnoho lidí sociálně, psychicky, žijí v obavách z vlastní existence, ze ztráty zaměstnání, podnikatelé v řadě oborů krachují. Nechystáte právě pro tuto cílovou skupinu zákazníků převratný produkt? Který by strach převrátil ve výzvu a odvahu řešit situaci?

Na psychiku skvěle působí vitamínové skupiny B a hořčík. To ví jistě řada z nás. A kdybyste se zeptala, jestli něco takového máme v nabídce, doporučil bych Pangamin přírodní B komplex a Pangamin hořčík forte. V něm obsažený hořčík pochází z čistých severských moří a má bezkonkurenčně nejvyšší využitelnost organismem. Ale tabletu, která by nám šmahem vyřešila všechny starosti, které nám život přináší, zatím nikdo nevnalezl. Určitě by to byl trháč, ale obávám se, že si na takový zázrak budeme muset ještě nějakou dobu počkat. Ale vybavuji si slova mé babičky, která razila zásadu, že „ve zdravém těle zdravý duch“ a „kam chodí slunce, nechodí lékař“. To bude ten vitamín D...

za odpovědi poděkovala
Eva Brixí





Český křišťál jako svatební dar nebo pro zážitek v interiéru

Česká sklárna Moser zveřejnila výsledky průzkumu, zaměřeného na postoj Čechů ke křišťálu. Téměř polovina dotazovaných uvažuje o jeho nákupu, většinou by to mohl být dar k různým příležitostem.

Na 43 % dotazovaných uvažuje o nákupu kvalitního křišťálu jako dárku. Nejvhodnější příležitostí, při které mohou obdarovat své blízké, je pro 75 % lidí svatba či její výročí. Zhruba 61 % by ho darovala k narozeninám, třetina k Vánocům, 20 % k promoci a 3 % k Valentýnu. Většina respondentů průzkumu věří, že český křišťál má ve světě velmi dobré jméno. Uvedlo to celých 92 % dotazovaných. Při nákupu by přitom 82 % upřednostnilo ručně vyráběný křišťál české značky. Zhruba 66 % dotázaných lidí souhlasí, že je ozdobou interiéru a má schopnost povýšit prostředí a společenský okamžik na opravdový zážitek.

Češi také vnímají jeho vysokou hodnotu – více než polovina z nich ho považuje za vhodnou investici, která přetrvá generace.

„Výsledky průzkumu nám potvrdily, že český zákazník upřednostňuje kvalitní, ručně vyráběný křišťál domácí značky. A právě Moser je již 164 let exkluzivní manufakturou, která takováto křišťálová díla nabízí. Zároveň je dnes křišťál zajímavou investicí, což podle průzkumu ocení více než polovina Čechů,“ okomentovala výsledky průzkumu Martina Jirásková, ředitelka marketingu společnosti Moser. Firma Moser používá bezolovnatý křišťál, což podle průzkumu oceňují 55 % dotazovaných. Dali by mu přednost, protože je šetrný k životnímu prostředí, zdraví sklářů a zákazníků. Průzkum realizovala pro Moser společnost OMG Research, metodou CAWI online na vzorku 500 respondentů (cílová skupina 30+ AB). Sběr dat proběhl v červenci až srpnu 2020 a lednu 2021. Společnost Moser, a.s., je česká sklárna se sídlem v Karlových Varech, která vyrábí díla z vysoce kvalitního bezolovnatého křišťálu. Firma pokračuje v tradici exkluzivní 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. (tz)

INZERCE



Ochutnejte piva
z experimentálního
minipivovaru
Proud z Plzně!

Objednávejte na:
eshop.pivovarproud.cz



Jedinou cestou pro trh s ojetinami je online prodej

Carvago, spadající do portfolia automotive skupiny EAG, je největší online autotržiště v Evropě s nabídkou přesahující 700 000 ojetých automobilů. Carvago působí výhradně na online trhu, a to jak v rámci B2B segmentu, tak i směrem ke koncovým zákazníkům, kterým přináší největší e-shop s ojetými auty v Evropě. V rámci online prodeje Carvago poskytuje veškeré doplňkové služby jako financování, pojištění, převod vozidla, technickou kontrolu, prodlouženou záruku v délce až dvou let a možnost doručení vozu ke dveřím zákazníka s garantovanou dodací lhůtou do 15 pracovních dní, a především možnost vůz do 14 dní vrátit. Veškeré vozy u Carvago prochází nadstandardní certifikovanou kontrolou CarAudit, která zaručuje perfektní technický stav zakoupeného vozidla. Carvago aktuálně působí v osmi zemích v čele s Českou republikou, Německem, Francií, Beneluxem, Švédskem a Rakouskem a plánuje další expanzi. Ředitele online autotržiště Carvago pro Českou republiku Jakuba Šulty jsme se zeptali:

Pandemie koronaviru má výrazný dopad prakticky na každé odvětví podnikání, jak se to projevuje v segmentu automotive, ve kterém podnikáte?

Uplynulý rok přinesl změny na většině trhů, zcela zásadně ovlivnil prodej automobilů. Zatímco registrace nových aut se loni v rámci Evropy propadly o 19 %, daleko drtivěji ovlivnila pandemie koronaviru trh ojetých automobilů. Zde jsme zaznamenali pokles téměř o 50 %, což znamená, že se celkem prodalo pouhých 255 000 ojetin. Výsledkem je meziroční snížení obrátu z prodeje ojetých aut o 46 %, tedy o 53,6 miliardy korun.

Během pandemie se daří především online prodejcům. U nás se auta prodávají hlavně fyzicky, je to důvod drtivého propadu?

Pandemická situace současně jasně ukázala výhody trhů, které již prošly digitální transformací, a na které díky tomu neměla zásadní dopad karanténní opatření s lockdowny. Český automobilový trh naopak doplatil na absenci plně zavedeného online prodejního kanálu,



Jakub Šulta

který by, vzhledem k uzavření kamenných poboček, přinesl koncovým zákazníkům alternativní možnost koupě vozu. Prakticky žádný z tradičních prodejců nebyl schopen nabídnout kompletní škálu služeb prostřednictvím internetu.

Přesto se ale mnoho prodejců pokoušelo auta online prodávat. Neměli tedy dostatečně propracovaný systém, nebo jak je možné, že neuspěli?

Šlo většinou o sporadické nabídky nákupu vozu na dálku, které kromě odeslání objednávky vozu neumožňovaly také uzavření kupní smlouvy, potvrzení všeobecných obchodních podmínek (VOP), vyřízení pojištění a financování – a především neposkytovaly pro online prodej zcela neoddiskutovatelnou možnost vrácení vozu do 14 dnů od zakoupení. I když se většina tradičních prodejců v době krize zaměřila na posílení digitálního marketingu a svoje skladové vozy zalistovala do online nabídky, rozhodně nešlo o standardní online prodej, jak jej známe z náročného a vysoce kompetitivního segmentu e-commerce.

Jakým směrem se bude nyní situace vyvíjet? Bude vzhledem k pokračujícím vládním opatřením jedinou cestou online?

Trh ojetých vozidel zcela nepochybně projde skutečnou digitální transformací. To mimo jiné potvrzuje také náš loňský start, kdy jsme online autotržiště Carvago úspěšně otevřeli i koncovým uživatelům. Možnost nákupu

prověřených a certifikovaně zkontrolovaných ojetých aut z celé Evropy byl pro zákazníky silným argumentem, proč začít důvěřovat novému prodejnímu kanálu. Carvago.com přineslo plnohodnotné online tržiště, kde si zákazník koupí auto skutečně čistě po internetu, stejně jako televizi, počítač nebo čerstvou zeleninu. Skutečný online prodej ojetin v uplynulém roce dosáhl obrátu přes jednu miliardu korun a v následujících letech strmě poroste i vzhledem k plánované expanzi do okolních evropských zemí v čele s Německem či Polskem.

Zákazník si chce auto před koupí často „osahat“ a vyzkoušet osobně. Bude pro něho tedy kompletní online prodej zajímavý?

Úspěšný start online prodeje ukázal, že pro zákazníky jsou jeho výhody velmi atraktivní – od širšího výběru vozů přes certifikovanou kontrolu až po možnost vrácení vozu bez udání důvodu. Právě možnost odstoupení od kupní smlouvy do 14 dnů má do budoucna znamenat podstatné zvýšení kvality prodávaných ojetých vozů a vymýcení typických podvodů, jako je stáčení tachometrů, falšování roku výroby a prodej aut s různými skrytými vadami. Prodejce ponese za prodávaný vůz plnou odpovědnost a bude v jeho zájmu vyhnout se výkupu ojetých aut pochybného původu a kvality. Například Carvago.com aktuálně nabízí kolem 700 000 aut z celé Evropy, do svého sortimentu však zařadí pouhou desetinu z dostupných ojetých aut na evropském trhu a po následné certifikované kontrole CarAudit zákazníkovi doporučí a prodá jen tři z pěti vozů.

Je pravda, že nákup ojetin byl v minulosti často poměrně ošemetný. Může online praxe zlepšit kvalitu trhu ojetých aut?

Právě široká evropská nabídka ojetých aut, ze které mohou zákazníci vybírat bez jazykové bariéry a nutnosti kamkoli cestovat, umožňuje nákup opravdu kvalitního a v pravém smyslu slova bezvadného vozu. Takové obchodní filozofie se nabídka vozů z čistě lokálních zdrojů nikdy nemůže vyrovnat. Mnozí prodejci se navíc zdráhají přistoupit k online prodeji právě kvůli zákonné 14denní lhůtě na vrácení nevyhovujícího vozu. Digitální transformace a online prodej proto přinese na trh ojetých vozů i tolik potřebnou kultivaci a transparentnost, ze které bude těžit zákazník.

ptala se Kateřina Šimková

Před pěti lety začalo vysílat

Ve čtvrtek 18. února 2021 v 5 hodin a 30 minut to bylo přesně 1826 dní, tedy 43 824 hodin neboli 2 629 440 minut či chcete-li 157 766 400 sekund, kdy začalo vysílání Radia PENNY Live. Každý den jej slyší na půl miliónu lidí, a patří tak k nejposlouchanějším rádiím u nás vůbec.



Tomáš Vyšohlíd

Radio PENNY Live začalo vysílat přesně před pěti lety ve čtvrtek 18. února 2016 v 5.30. V ten den se stalo historicky vůbec prvním živě vysílaným instore rádiem u nás. Od té doby každý den slychají statisíce lidí ve více než 390 prodejnách hlasy jeho moderátorů, zajímavé informace i oblíbené písničky. Za tu dobu se stalo také nedílnou součástí života všech zaměstnanců, pro které vysílá zvláštní program, a je tak nedílnou součástí firemní kultury.

Redakce pod vedením šéfredaktora Tomáše Vyšohlída připravuje každý den 14 hodin vysílání pro veřejnost. K tomu i speciální vysílání pro zaměstnance s informacemi ze společnosti, které k posluchačům putují každý den od 5.30 do 7.00 (Ranní show). „Čeho si vážím je fakt, že za těch pět let se vytvořilo mezi námi a zaměstnanci určité pouto. Stali jsme se doslova jejich rádiem. Naším prostřednictvím sdílejí své příběhy, radosti i starosti lidí z opačných koutů republiky, kteří se třeba nikdy ani nepotkají, přesto díky nám jsou si blízcí a vědí o sobě,“ popsal Tomáš Vyšohlíd.

Každý den od 7.00 do 21.00 nabízejí moderátoři ve vysílání tipy a rady, kulinářské informace a recepty, spotřebitelské informace a soutěže. Hudba, která je nedílnou součástí programu, je tvořena z 50 % českými písničkami. „Když se ohlédnu za těch pět let, vnímám, že naše rádio hraje mnohem víc česky, než tomu bylo na začátku. V našem éteru totiž rádi dáváme šanci i začínajícím interpretům,“ podotkl Tomáš Vyšohlíd a dodal: „Jsme lifestyle rádiem, nejde nám jen o zábavu. Chceme

lidem nejen zpříjemnit pobyt v našich obchodech, ale nabízíme jim také mimo jiné rozhovory se známými osobnostmi, a snažíme se posluchače i vzdělávat, například v našem boji proti plýtvání.“

PENNY bylo vůbec prvním obchodním řetězcem, který vlastní živé rádio nabídl. Redakce Radia PENNY je součástí mediálního domu Radio MAX sídlícího ve Vídni. Z něj moderátoři v současné době osmi rádií vysílají do více než 9000 obchodů v deseti evropských zemích (např. Rakousko, Německo, Itálie, Rumunsko, Slovensko) a každý den slyší jejich vysílání přes 10 000 000 posluchačů.

A jak vidí a slyší „své rádio“ šéfredaktor Tomáš Vyšohlíd? Zeptali jsme se...

Lze nějak shrnout do pár vět pět let práce? Tu spoustu setkání a zážitků?

Před pěti lety bych si asi neuměl představit, jaké rozmanité zkušenosti a zážitky mi působení v rádiu PENNY Live přinese. Díky tomu, že rádio MAX je společností působící v mnoha evropských zemích, poznal jsem za tu dobu velmi mnoho rádiových profesionálů, kteří zůstali věrni éteru i více než 30 let. Je zajímavé, že rádio hraje jinde za hranicemi různé role, ale ta hlavní je nám všem společná: posloucháme ho hlavně kvůli hudbě, kterou máme rádi. Ze zážitků se mi vybaví celodenní živé vysílání s naším mobilním studiem z festivalu Mezi Ploty nebo mnoho známých osobností, které v našem vysílání hostovaly.

Nedílnou součástí programu je ranní relace pro zaměstnance. Kdo je nejvěrnější posluchač?

Popsat ho obecně opravdu nejde. S mnohými jsem měl možnost setkat se osobně a vím, že jsou to lidé, kteří mají svou práci rádi, a berou naše rádio jako partnera, který jim po ránu zlepší náladu a udělá navíc radost, když jim zahraje písničku, kterou si přejí. Už jsme také měli v éteru několik vyznání lásky a žádost o ruku. A dokonce víme, že si někdy kvůli svým oblíbeným moderátorům mění zaměstnanci mezi sebou směny.

Reagují nějak i zákazníci?

Ano, většinou se zeptají na nějaký recept a ingredience, o kterých u nás mohli slyšet, a před Vánoci jsme měli také písničky na přání. Bylo skvělé poslouchat, jak přejí a posílají podporu svým oblíbeným prodávacům nebo pokladnám.

Poslední rok je v našich životech výjimečný. Jak se změnila role rádia v době pandemie?

Myslím si, že všeobecně nás to donutilo k většímu technickému vývoji rádia. Umíme třeba mít hosta ve vysílání z jakéhokoliv místa naší planety, a přitom to zní, jako by stál u nás ve studiu před mikrofonem. Myslím také, že se posílila role našeho rádia ve vztahu vůči zaměstnancům, přece jen jsou stále v první linii, a my jsme ti, kteří se je snaží každý den podpořit a ocenit za jejich náročnou práci.

Jak vzpomínáte na první vysílání?

Na první vysílání si pamatuji velmi dobře, můj hlas byl před pěti lety vůbec první, který zaměstnanci, ale i zákazníci PENNY touto formou slyšeli. Ač už jsem v médiích přes 20 let, tak musím přiznat, že se mi hezky trásly ruce. Byl to opravdu silný okamžik. Startoval jsem něco, co bylo nové a unikátní, co tehdy v Česku ještě nebylo, a byl jsem toho celého součástí.

(tz, rix)





Běžná praxe?

Těší vás, když víte, že umíte? Tím víc překvapí, když klient, s nímž léta vycházíte, na vás z ničeho nic začne pohlížet jako na ubožáka, který se ho drží zuby nehty, který nabízí všechno možné, jen aby mohl tu a tam fakturovat a ne přišel o to své jisté. Když vám řekne, že to, co si přál před pár týdny, vlastně už neplatí, nebo že to samé začne odebírat od jiné firmy,

před níž smeká, protože ona je prostě profík. Zatímco vy jste už okoukaný dodavatel, který nemůže přijít s ničím převratným. Co na tom, že jste dodavky firmu vytáhli z průšvihů. Všechno musí jednou skončit. Jen ne ty vaše dobré nápady, ty se mohou hodit. Dejte nám je, vždyť se známe léta! Tak se to přece dělá, ne?

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

CYRRUS a rekordní zájem investorů

Investování se směle může považovat za jednoho z „vítězů“ ekonomicky turbulentního roku 2020. Potvrzuje to i předběžný hospodářský výsledek významného obchodníka s cennými papíry, společnosti CYRRUS, jenž v loňském roce dosáhl i přes rozsáhlé investice 31,8 miliónu korun před zdaněním. K úspěchu pomohly zejména nové investiční certifikáty připravené ve spolupráci se zahraničními bankami na míru konzervativním českým investorům. Ti do nich v součtu vložili za loňský rok více než 1,36 miliardy korun. Průměrná výše vkladů se u CYRRUS zvýšila meziročně o 8 %. Celkově se tak společnosti podařilo překonat 6,5 miliardy majetku ve správu.

CYRRUS rychle přizpůsobil investiční nabídky změnám ve vnímání rizik, střídavějšímu přístupu lidí k financím, ale například i růstu obliby pasivních investic. V uplynulém roce nabídl 61 nových investičních certifikátů a růst upsaného objemu dosáhl 4 %. V Česku přitom objem prodeje v tomto segmentu poklesl o 40 %. Sázka na obezřetnost investorů se vyplatila a tržní podíl společnosti CYRRUS tak překonal v konkurenci ostatních obchodníků i bankovních domů 12 %.

„Přes 65 % upsaného objemu směřuje do produktů s kapitálovou garancí – ukazuje se, že jsme se trefili do toho, co požaduje český investor a po čem je aktuálně poptávka,“ potvrdil Marek Hatlapatka, ředitel společnosti CYRRUS.

(tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 10, březen 2021

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-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: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Garáže se zvětšují

Garážová stání se v posledních letech postupně zvětšují. Důvodem je nejen stabilní nárůst počtu motorových vozů na českých silnicích a v domácnostech, ale také zvyšující se podíl automobilů typu SUV. Lidé volí prostornější varianty garáží i kvůli vyššímu komfortu, čím dál častěji je proto spojují přímo s rodinnými domy. Oproti minulosti také Češi více dbají na úsporu prostoru, namísto dřívějších křídlových vrat proto nyní volí jejich zajištění ke stropu či stěně garáže. Hlavním atributem, který se u garáží v průběhu času mění, je jejich velikost. Může za to zejména rostoucí počet automobilů. V Česku jich podle loňských statistik jezdilo necelých šest milionů, ještě v roce 2009 jich přitom podle dat Sdružení automobilového průmyslu bylo jen 4,4 milionu. V roce 1989 pak o další dva milióny méně. Garáže se proto postupně zvětšují, což naznačují i data Českého statistického úřadu, která sledují počet automobilů v jedné domácnosti. Zatímco v roce 2005 mělo podle statistiků dva a více automobilů jen 11 % domácností, v roce 2017 šlo už o celou pětinu domácností.



„Trend většího počtu automobilů v domácnostech lze jednoznačně pozorovat i na garážích. Z hlediska realizací vrat nám každým rokem o několik procent roste podíl těch rozměrnějších, která jsou určená pro garáže se dvěma a více auty. Na přelomu tisíciletí šlo o nezanedbatelný zlomek, dnes tvoří zhruba čtvrtinu naší produkce,“ sdělil Petr Přichystal ze společnosti Lomax s tím, že velikost garáží se zvětšuje i kvůli rostoucí oblibě rozměrnějších vozů. Týká se to zejména automobilů typu SUV, jejichž podíl mezi registrovanými vozy setrval stoupá. V roce 2009 se pohyboval kolem pouhých 10 %, v loňském roce se však podle statistik Svazu dovozců automobilů vyšplhal přes 35 %.

„Pokud se garáž nachází v rodinném domě, pravděpodobnost, že v ní bude parkovat SUV, je podle našeho pozorování více než 50 %. S tím logicky souvisí i větší prostor uvnitř. Důležité je ale nezapomínat ani na faktor komfortu – lidé chtějí mít uvnitř garáže více místa než v minulosti, často proto volí větší vzdálenosti mezi vozem a stěnami, než bývá doporučeno,“ doplnil Petr Přichystal. Podle něj v tom často hraje roli i ponechání rezervy pro případné pořízení většího či dalšího vozu v budoucnu. Rostoucí rozměry garáží se pojí také s jejich umístěním. V minulosti byly typicky koncipované jako samostatné stavby vedle domu či na zahradě. Kromě parkování vozu přitom zpravidla sloužily i jako dílny. Tato záliba ve více využitích nezmizela ani v posledních letech, garáže však čím dál častěji začaly být stavební součástí samotných domů. I to přispívá k jejich postupnému zvětšování. „Lidé plánují jejich realizaci v rámci celé stavby a mohou s ní počítat jako s místností navíc. Pokud ji osadí garážovými vraty s kvalitními tepelně-izolačními vlastnostmi, nemusí v zimě vynakládat velké výdaje za vytápění,“ dodal Petr Přichystal. Výraznou změnu lze v poslední době zaznamenat i v dekorech garážových vrat. Obliba různých variant totiž historicky souvisí právě s umístěním garáže. Dávno v minulosti se tento prostor nazýval spíše stodo-lou, u které se používalo dřevo. Postupně ho pak nahradil plech, motiv dřeva ale nevymizel. Začal se totiž lisovat právě do plechu. „Když jsme s dekory dřeva před 20 lety jako první v Česku přicházeli, zbytek trhu to považoval za nesmysl. Díky imitaci dřeva si však mohli sladit vzhled garáže s rámy oken, nakonec to znamenalo trend trvající zhruba 15 let,“ řekl Petr Přichystal.

(tz)

Nabídku funkčních potravin na českém trhu obohatily produkty Powerlogy

Slovenská značka funkčních potravin Powerlogy vstupuje naplno na český trh a je nyní k zakoupení na rohlik.cz. Nabídku budou tvořit funkční čokoládové tyčinky, oříškové krémy, MCT oleje nebo přírodní kolagen.

Za značkou Powerlogy stojí populární slovenský biohacker Dušan Plichta, kterého k výrobě funkčních potravin inspirovaly vlastní zkušenosti se stravováním a tím, jak jeho tělo reaguje na kterou potravinu. „Sám jsem svého času nebral ohled na správnou životosprávu a často jsem bojoval s vyčerpaností a únavou. A to nehovořím o mentální mlze, kdy se vám vůbec nic nechce... Začal jsem se touhle problematikou víc zabývat, a hlavně na sobě všechno zkoušet. Nakonec jsem se rozhodl, že si založím firmu na výrobu funkčních potravin s vizí přinést lidem funkční nástroje, tím myslím jídlo, které posilní zdraví a podpoří energii těla a mysli,“ popsal svoje začátky Dušan Plichta a dodal: „Jsem nadšený, že se nyní budeme moci tématu vědomého stravování a biologické hodnoty potravin více věnovat i v Čechách a nabídneme své produkty všem, kteří se budou chtít biohacknout s námi.“

Co to je

Pojmem funkční potraviny můžeme označit jen některé běžné potraviny ve vysoké kvalitě, které nám neubližují, ale naopak mají pro tělo přidanou funkci. Působí preventivně nebo podpůrně, můžou též ovlivňovat různé funkce v organismu, například upravují a zlepšují trávení, posilují imunitu a podobně. Funkčními můžou být i běžně konzumované potraviny z kvalit-



Dušan Plichta

ních zdrojů zpracované tak, aby o svoji funkčnost nepřišly. Patří sem například kváskový chléb, probiotické zakysané výrobky, kvalitní rostlinné oleje, celozrnné potraviny a cereální produkty obohacené o kyselinu listovou či vlákninu a další. Funkční potraviny jsou též zpracované produkty obohacené o speciální podpůrné látky, které optimalizují životosprávu a zlepšují fyzický, ale hlavně mentální výkon. To je právě i případ produktů Powerlogy, které jsou vyráběné z nejkvalitnějších surovin.

Ranní káva s MCT olejem jako prostředek k vyšší výkonnosti mozku

Každý tuk, ať už jde o kokosový olej, máslo, nebo speciální MCT olej, je složen z mastných kyselin různé délky řetězce. Délka řetězce

mastných kyselin rozhoduje o tom, jak dlouho a „lehce“ olej bude tělo trávit a jak rychle získá hodnotnou energii pro mozek. Hlavní rozdíl mezi MCT olejem a klasickým kokosovým olejem je ve složení kyselin – MCT olej z 99 % obsahuje pouze nejsnáze stravitelné mastné kyseliny Medium Chain Triglycerides, což je forma tuku se středně dlouhým řetězcem. Zároveň je bez chuti a bez zápachu a vznikl extrakcí právě z kokosového oleje. MCT olej se používá za studena do kávy (především ta ranní mozek nastartuje bez zdržování), smoothies nebo šaků. MCT přitom nezatíží trávení a ve správném protokolu podpoří přímou tvorbu ketonů, které mozku dodávají extra energii. I tento MCT olej od Powerlogy je nově k dostání na rohlik.cz. (tz)



-50 %



Jezděte na CNG ještě výhodněji!

Řidiči aut na **CNG** od roku 2021
ušetří za dálniční známku polovinu ceny.



innogycng.cz