

květen 2024

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Lukáš Benzl
Jan Doležal
Luboš Hajský
Hana Macháčová
Jiří Jemelka
Petr Žemlička
Andrej Slávik



Lukáš Benzl

AI má potenciál skokově zvýšit
životní úroveň nás všech

rozhovor na stranách 2-3

AI má potenciál skokově zvýšit životní úroveň nás všech

AI Česká asociace umělé inteligence

At' chceme, nebo ne, umělá inteligence nás svými drápky každým dnem vtahuje do děje na scéně našeho století. Ačkoli ji mnozí ještě nemají rádi, odsuzují ji, vysmívají se jí a zatracují ji, jak to jen jde, aniž by tušili, že díky ní se zpřesňuje třeba předpověď počasí nebo si mohou pomocí mobilu změřit tlak, jsou součástí toho všeho, co se doslova každý den mění bez ohledu na naše tužby či zvyklosti. AI proniká do peněženek, do jízdních řádů, do genetiky. Rozhodla se být po našem boku a přátelit se s člověkem. Kolik náklonnosti je však ten ochoten jí věnovat? A rozhoduje o tom vůbec? Jak se pozná revoluce od evoluce? Co nastane poté, až si na AI zvykne? Budeme se mít lépe? V čem všem lidstvu pomůže? Odpovídal Lukáš Benzl, ředitel České asociace umělé inteligence, která byla založena v roce 2023:



Lukáš Benzl

Proč vznikla vaše asociace?

Jsmo svědky velké revoluce, kdy se umělá inteligence mění z technologické na celospolečenskou výzvu. Česká asociace umělé inteligence vznikla jako první česká iniciativa, které na celorepublikové úrovni strategicky řeší propojení firem a podporu rozvoje AI napříč všemi odvětvími. Fungujeme jako páteř českého AI ekosystému. To vše s velkým důrazem na etické a morální výzvy, které s sebou rychlý rozvoj AI technologií přináší.

Nastíníte její program pro rok 2024?

Klíčovým pojmem pro tento rok je pro nás „AI transformace“. To znamená, že se snažíme zod-

povědně provádět české firmy implementaci umělé inteligence do jejich podnikání. Shromáždíme případové studie, odborníky, zkušenosti i ověřené postupy ze zahraničí. Zároveň organizujeme sérii vzdělávacích akcí a odborných konferencí. Velmi důležitá je pro nás spolupráce s partnery a tvorba živé komunity.

Kolik má členů? Přibývají další?

Aktuálně máme přes 160 firemních členů, což z nás dělá největší AI organizaci v zemi. Tento počet navíc rychle roste, což nás nesmírně těší. Zároveň bych však rád upozornil na to, že aktuálně přes 75 % přihlášek slušně odmítáme. Je pro nás důležité být v kontaktu se členy, kteří se nebojí „vyhrnout rukávy“ a pustit se

do práce. Stejně tak musí každý člen souhlasit s naším etickým kodexem.

Co jim nabízíte a do jakých aktivit se mohou zapojit?

Členové od nás dostávají hned několik služeb, mezi které patří například bezplatná právní pomoc či firemní vzdělávání. Stejně tak je pro nás důležité pochopit specifické potřeby každého člena. Jedině tak mu dokážeme nabídnout aktivity a hodnotu, která dává smysl. Ke každé firmě tak přistupujeme zcela individuálně.

O umělé inteligenci se vedou živé diskuze. Jako v případě všeho nového a přelomového má i ona řadu odpůrců. Kdy budou poraženi?

Kritika umělé inteligence je přirozená a z určitého úhlu pohledu potřebná věc. Cílem tak určitě není odpůrce porazit, ale konstruktivně s nimi diskutovat. Některé argumenty proti AI nejsou založeny na pravdě. Je pro nás důležité technologii popularizovat, ukazovat její výhody, ale neignorovat možná rizika a nedostatky.

V čem tedy lidstvu opravdu AI pomůže? Ušetří nám například hodně času, pokud se využije tam, kde bude mít své opodstatnění?

Jsem přesvědčen o tom, že AI má potenciál skokově zvýšit životní úroveň nás všech. Pokud nezaspíme, otevírají nám technologie cestu ke kvalitnější zdravotní péči, velkým časovým úsporám v práci, chytrějším městům i ochraně životního prostředí.

Pomůže likvidovat přebujelou byrokracii, zpřehlední a zjednoduší komunikaci mezi státem a občanem?

Digitalizace státu je velké téma několik posledních let a mě těší, že na straně veřejné správy vidím mnoho nadšených lidí, kteří chtějí díky AI minimalizovat byrokratickou zátěž jak na straně úředníka, tak na straně občana. Již nyní jsme svědky několika zajímavých projektů. Pochopitelně to není jednodu-

V oblastech, jako je jaderná bezpečnost nebo bioinženýrství, může AI pomoci monitorovat a řídit rizika, čímž by se snižovalo nebezpečí katastrof způsobených lidskými chybami nebo nedbalostí.



chý úkol, ale nakročeno máme velmi dobře a ambiciózně.

V čem nepomůže vůbec?

Obávám se, že možnost jednoduše generovat syntetický obsah a tzv. deepfakes bude testovat naši obezřetnost při přijímání informací víc než kdy dříve. Již nyní jsme zahlaceni dezinformacemi a jejich objem dál nebezpečně roste. Nebude tak snadné vybírat si, čemu věřit. Na druhou stranu s filtrováním zpráv a ochranou před útočníky dokáže AI také pomáhat.

Určitě se dotkne i mezilidských vztahů...

Nepochybně, ale ne nutně v negativním slova smyslu. AI může pomoci zlepšit komunikaci mezi lidmi poskytováním překladů v reálném čase nebo nástrojů pro rozpoznání řeči, které umožňují lidem s různými jazykovými schopnostmi nebo se sluchovými postiženími lépe komunikovat. Něco jako jazyková bariéra se stane minulostí. Na druhou stranu nadměrná závislost na technologii a digitálních interakcích může vést k oslabení osobních vztahů.

Jaké benefity a jaká úskalí přináší dnes firmám a jak by to mohlo být třeba za pět let?

Vliv umělé inteligence na firmy se vyvíjí rychle, a to jak v současnosti, tak i v očekáváních do budoucna. Mezi některé z hlavních benefitů patří zvýšení efektivity a produktivity, zlepšení rozhodovacích procesů či inovace v produktech a službách. Mezi výzvy se řadí obavy o soukromí a bezpečnost dat, právní otázky nebo náklady na údržbu. Výhledově lze očekávat pokročilejší integraci AI a automatizaci celé řady firemních procesů.

Nebude nás nutit chodit na rande podle aplikací? Nebude o nás druhým prozrazovat nepatřičné informace?

Nepatřičné informace o sobě prozrazujeme často již nyní na sociálních sítích. AI algorit-

my jsou dnešní běžnou součástí seznamovacích aplikací. Můj pohled je však takový, že na konci jakéhokoliv rozhodovacího procesu by vždy měl být člověk a jeho kritický rozum.

Co čeká řemeslníky? Instalatéra, zedníka nebo kadeřníka a cukrářku asi AI nenahradí. Bude mít řemeslo stále zlaté dno?

Pochopitelně existují obory, kde lidé mají nad technologiemi výhodu. Nicméně software založený na AI může pomoci řemeslníkům efektivněji plánovat své úkoly a spravovat zásoby materiálů, čímž ušetří čas a sníží náklady. Navíc mnohé řemeslné práce vyžadují adaptabilitu a řešení nečekaných problémů, což je něco, co je pro AI velkou výzvou.

Dá se očekávat, že bude AI chytřejší než člověk?

Záleží na tom, jak definujeme „inteligenci“. Umělá inteligence už dnes překonává lidské schopnosti v některých specifických úlohách od šachů po zpracování a analýzu velkých objemů dat. Nicméně v obecné inteligenci, která zahrnuje schopnost učit se z různorodých zkušeností, adaptovat se na nové situace a pochopit složité mezioborové koncepty, je člověk stále výrazně v předstihu.

Určitě významně ovlivní zdravotnictví, vzdělávání, pravděpodobně oděvní průmysl, svět médií. Zrodí se nové obory. Existují vize?

Ano, umělá inteligence již nyní významně transformuje mnoho odvětví a s jejím dalším rozvojem se očekává, že tyto změny budou ještě hlubší a rozsáhlejší. Namátkou zmíním například personalizovanou medicínu či virtuální vzdělávání. Již nyní jsme svědky toho,

že vznikají zcela nové pracovní pozice jako manažerka AI transformace nebo prompt inženýr.

Znovurozdělí svět, znásobí majetek, ale třeba zabráni válkám a jiným katastrofám...

V oblastech, jako je jaderná bezpečnost nebo bioinženýrství, může AI pomoci monitorovat a řídit rizika, čímž by se snižovalo nebezpečí katastrof způsobených lidskými chybami nebo nedbalostí. AI nese obrovský potenciál pro pozitivní změny, klíčem k maximalizaci jejich přínosů a minimalizaci rizik bude rozvoj robustních právních a regulačních rámců, etických zásad a mezinárodní spolupráce.

A nezblázníme se z ní? Bude naše psychika náležitě odolná a ukázněná?

To je velmi důležitá otázka. Rozvoj a integrace umělé inteligence do našich životů může mít skutečně významné dopady na naši psychiku a společenské vztahy. Ačkoliv AI přináší mno-

ho benefitů, jako je zvýšení efektivity a možností ve vědě, medicíně a mnoha dalších oblastech, je důležité brát v úvahu i potenciální psychologické a sociální dopady jejího rozšíření. Pokud stroje převzou úkoly, které tradičně vyžadovaly lidskou expertízu, může

to ovlivnit naše vnímání smyslu práce a vlastní identity. To může vést k pocitům nejistoty. Ale ostatně i kvůli tomu Česká asociace umělé inteligence vznikla. Jsme zde, abychom v tomto období rychlých technologických změn pomáhali zůstat při smyslech a vytěžili z AI maximum pozitivního pro budoucnost celého lidstva.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Kritika umělé inteligence je přirozená a z určitého úhlu pohledu potřebná věc. Cílem tak určitě není odpůrce porazit, ale konstruktivně s nimi diskutovat. Některé argumenty proti AI nejsou založeny na pravdě.

Každý Čech utratí ročně za květiny kolem 1500 korun

Která žena by nechtěla dostávat květiny! Patří do našich životů nikoli jako samozřejmost, ale jako pochvala nebo útěcha, ocenění či obdiv. Také jako skromná až výjimečně pojatá dekorace, která přináší do interiérů radost a pohodu. Příroda je vymyslela, aby nám poskytla povznášející potěšení nad tvary, barvami, vůněmi... Každá ta esence krajiny, která se nám tak vrhá do náruče, je svébytná, nenapodobitelná, okouzující. Povznáší naše já, někdy tak trošku přidává na sebevědomí, a pomáhá obohatit duši tóny harmonie a té nejlepší energie. Ať už je veselo, nebo smutno. Svaz květinářů a floristů ČR, letitý člen Agrární komory ČR, několik desetiletí usiluje o podporu českých pěstitelů květin i našich floristů a snaží se odborně i široké veřejnosti o oboru krásy, ale i velikého know-how a zkušenosti předávaných z generace na generaci, sdělovat informace zajímavé, poučné a užitečné. Některé z nich komentoval ve svých odpovědích prezident Agrární komory ČR Ing. Jan Doležal:



Ing. Jan Doležal

Květiny mají v našem životě ojedinělou úlohu. Snažíme se jimi potěšit v radostných chvílích i v těch smutných. Provázejí nás při svatbě i při pohřbu. Zdobíme si jimi příbytky, kanceláře, recepce business center, obdivujeme je na zahradě i na louce. Co všechno jimi dokážeme vlastně vyjádřit?

Máte pravdu, že květiny nás v životě provázejí při mnoha různých příležitostech. Když květinu darujeme, chceme tím zpravidla udělat někomu radost. Traduje se, že květiny dostávají především ženy, ale čím dál více se potvrzuje, že květina dokáže potěšit a zpříjemnit den komukoliv bez rozdílu pohlaví či věku. Řezanými květinami i takzvaně hrnkovými rostlinami si lidé zdobí kanceláře i domovy. Různé druhy rostlin jsou pak spojené s jednotlivými svátky. Prosincovou vánoční výzdobu tvoří obvykle vánoční hvězdy různých barev, bram-

bořky nebo azalky. Velikonoce zase symbolizují příchod jara, a tedy k nim patří narcisy, tulipány nebo třeba hyacinty. Jediné, co by květiny rozhodně neměly, je vyvolání nějakých negativních pocitů. V minulosti tomu ale tak nebylo, vzpomeňme si na květomluvu z 18. století. Tehdy bylo možné květinami vyjádřit nejen náklonnost, ale také nesympatie nebo se jimi něco vytýkalo. A nebylo to jednoduché, bylo třeba dobře znát nejen druhy květin, ale orientovat se i v symbolice barev. Asi nikoho nepřekvapí, že rudá růže znamenala „miluji tě“, ale třeba bílou růží lidé dávali najevo, že se kvůli obdarovanému trápí. Některé barvy tulipánů zase byly spojovány s nedostatečnými duševními kvalitami, jako je pýcha nebo povrchnost. Je ale dobře, že tato doba už pominula a dnes je cílem květin především potěšit. A to se stává při všech příležitostech již od narození.

Jaký vztah ke květinám máte vy osobně?

Jednoznačně pozitivní. Sice jsme na rodinné farmě, na které jsem vyrůstal, květiny produkčně nepěstovali, nicméně jak říká klasik, respektive film Slavnosti sněženek, nejkrásnější květina je brambora, a právě brambory jsme měli. Ty se koneckonců původně do Evropy dostaly jako okrasné rostliny, kterými si honosné komnaty zdobila šlechta, než se brambora později naopak stala základem jídelníčku nejchudšího obyvatelstva. I když právě u brambor se konzumuje hlíza, všechny jedlé plody začínají jako květy, a i ta klasická polní produkce je tak v určité fázi vegetace přínosem ke vzhledu krajiny. Ke květinám jako takovým mám vztah určitě vřelý, jen mě mrzí, že české květiny jsou vzhledem k složitému historickému vývoji tohoto sektoru tak trochu ohroženým druhem.

Pro designéry jsou květiny také velkou vášní, floristé jsou odborníky, kteří nás učí s nimi pracovat neotřele, s nápadem, citem...

Za to mají můj velký obdiv, protože na to je potřeba nejen mít pro květiny cit, ale i umět s nimi zacházet, aranžovat je a zároveň odhadnout přání zákazníka. Na to jsou potřeba skuteční odborníci, není to pro každého.

Ostatně jak si vedou čeští květináři a floristé? Co se jim daří, a nač naopak hartusí?

Svaz květinářů a floristů ČR zastupuje pěstitele květin, prodejce květin a floristy již více než třicet let. Hájí jejich zájmy, pořádá vzdělávací akce, pomáhá získávat a administrovat dotace a další. Je členem Agrární komory ČR i Unie zaměstnavatelských svazů ČR. Pod hlavičkou Agrární komory ČR pracuje Komoditní rada pro okrasné rostliny. Svaz má 156 členů a členové z řad pěstitelů tvoří asi 80 % pěstitelského potenciálu ČR. V oboru má jediné odbytové družstvo CZ Flora. To vzniklo v roce 2001 spojením renomovaných pěstitelů a majitelů skleníkových hospodářství pro zastřešení prodeje vlastní produkce do široké obchodní sítě v oboru okrasných rostlin s cílem dodávat produkty na český trh. České květináře trápí celkový nárůst nákladů, nejistota odbytu, dovoz ze zahraničí, a nakonec i postoj zákazníků, kteří váhají s nákupem květin, protože ho vyhodnotí jako zbytečnou položku v nákupním koší. Obdobná situace je také u floristů i některých malých květinářských provozoven. Zaznamenáváme zvýšenou poptávku po osivu a sadbě zeleniny



z důvodu snahy o vlastní výpěstky, lidé se prostě snaží šetřit.

Blíží se Děčínská kotva. Čím byste rádi zaujali?

V letošním roce se uskuteční již 53. ročník Děčínské kotvy, která je zároveň Mistrovstvím floristů České republiky. Odehraje se ve dnech 15. a 16. května 2024 v prostorách areálu zámku Děčín. Pořádá ji děčínská škola společně se Svazem květinářů a floristů ČR, díky kterému mají vítězové možnost postoupit do mezinárodních soutěží, jako je Eurofleurs nebo Europa Cup. Dalším významným partnerem je Český zahrádkářský svaz. Letošní ročník si klade za cíl propojit květiny s hudbou, a podtitulem tedy je heslo „Hudba uvolňuje ducha a okřídluje myšlenky“. Sám jsem zvědavý, jak se s tímto úkolem účastníci vypořádají.

Sklo a květiny také patří k sobě. O tom bude další, tentokrát červená akce, již bychom si neměli nechat ujít. O čem bude a proč se pořádá?

Lustrfest 2024 oslavuje 300letou tradici výroby lustrů v Kamenickém Šenově a letos se uskuteční 14. a 15. června. Součástí bude floristická show Květiny a sklo, kterou předvedou jedni z nejúspěšnějších českých floristů, mnohonásobní vítězové Mistrovství České republiky ve floristice a úspěšní účastníci mezinárodních soutěží. Karolína Žáčková, Jaromír Kokeš a Hana Kindelmannová Šebestová představí své umění v huti sklárny Jílek, která byla založena v roce 1905 a je jednou z nejstarších v Česku. Pýchou sklárny je kromě široce zaměřené produkce barevného skla také nádherná architektura budovy samotné sklárské hutě, která je zajímavá především unikátním použitím kovové nosné konstrukce. Zdejší výrobky jsou známé například z filmu Barbie. Věřím, že je na co se těšit.

Česko není v produkci květin soběstačné, její hodnota se pohybuje na úrovni 2,7 miliardy korun ročně. K uspokojení poptávky je nezbytné květiny dovážet a hodnota tohoto dovozu činí 5,6 miliardy korun.

Je spočítáno, kolikrát v roce česká žena dostane kytičku? Nebo kolikrát vstoupí do květinářství za rok český muž?

To by mě samotného zajímalo, na základě oficiálních statistik ale máme informace pouze o celkové útratě. Každý Čech utratí ročně za květiny kolem 1500 Kč, přičemž za řezané květiny je to necelá pětistovka za rok.

Čím si dnes mohou prodejny květin u nás konkurovat?

Nejprve je třeba uvést, že Česko není v produkci květin soběstačné, její hodnota se pohybuje na úrovni 2,7 miliardy korun ročně.

K uspokojení poptávky je nezbytné květiny dovážet a hodnota tohoto dovozu činí 5,6 miliardy korun. Jsme nuceni dovážet především řezané květiny, které se v Česku prakticky nepěstují. Květiny je možné koupit nejen

ve specializovaných květinářstvích, ale i ve velkých obchodních řetězcích, kde se prodávají vedle potravin, oblečení, kosmetiky a dalšího zboží. Ne všichni prodejci ale o květiny pečují správně, a ty mnohdy trpí i během transportu, takže se může stát, že zakoupená květina vydrží maximálně pár dní, a pak uvadá. Pokud zákazníci chtějí kvalitní květinu z domácí produkce, nejlepší je zakoupit ji přímo od našich pěstitelů.

Ti to ale nemají v posledních letech jednoduché, jak jste naznačil, ceny energií je hodně vyčerpaly. Jak zvládají své náklady?

V rámci konsolidace veřejných financí byly s platností od ledna letošního roku přezahraněny řezané květy a řezaná zeleň do základní sazby DPH, tedy 21 %. To samozřejmě znamená zvýšení cen za řezané květy a květinové služby. Hlavním důvodem zdražení byl samozřejmě růst cen energií ve všech položkách, a to více

než o sto procent. Dovoz květin se ve všech skupinách v roce 2023 snížil, což by odpovídalo nižší spotřebě, ale snížil se i vývoz, a květiny se tedy prodaly u nás. Ačkoliv nemáme v tuto chvíli úplně přesná data, je zřejmé, že zájem o květiny klesá, což dokumentuje i fakt, že v roce 2022 byla spotřeba 1546 Kč na osobu na rok a v roce 2023 spotřeba klesla na 1434 Kč na osobu na rok. Pokles je tedy 7,2 %. S tím souvisí pokles tržeb některých prodejců květin o 5–15 %. Tento rozptyl je způsoben individuálně podle podmínek jednotlivých provozoven, jako jsou vlastnictví či pronájem provozovny, konkurence v místě působení, mzdové náklady a další.

Označení Česká květina mělo své poslání. Platí pro ně stále stejná pravidla? Kdo může toto pojmenování používat?

Pod záštitou Svazu květinářů a floristů ČR vzniklo označení pro výpěstky českého květinářství Česká květina. To je zárukou kvality a původu českých výpěstků tradičních pěstitelů květin v Čechách, na Moravě a ve Slezsku. Označení Česká květina propůjčuje předsednictvo SKF ČR svým členům. V současné době užívá značku 15 pěstitelů.

Svaz květinářů a floristů je členem Agrární komory ČR. Jak a v čem oba subjekty spolupracují?

Agrární komora ČR sdružuje zemědělce všech velikostí, právních forem i výrobního zaměření. Netýká se to pouze chovatelů hospodářských zvířat nebo pěstitelů plodin, ale také květin, a vůbec okrasných rostlin a dřevin. Některé problémy mají obdobně všechna odvětví a společná obrana zájmů může být efektivnější. Agrární komora ČR je k dispozici při jednání s politiky nebo při spolupráci s médii i v dalších oblastech. Při AK ČR pracuje již zmíněná Komoditní rada pro okrasné rostliny, kde se jednání účastní pěstitelé květin. Členové SKF ČR pracují i v dalších komisích AK ČR.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Nejsem žádný vizionář, jsem praktik, kterého baví proces vývoje

Někteří považují vodík za spásné řešení klimatické krize, jiní jsou k němu skeptičtí podobně jako k bateriím. První české aplikace a řada těch zahraničních ale ukazují, že obě technologie mohou poměrně dobře kooperovat a pomalu se stávají i cenově dostupnými. V tuzemsku je jejich velkým průkopníkem firma Devinn. Její spoluzakladatel a CEO Luboš Hajský prozradil, že k vodíku přistupuje ryze prakticky. Jeho využitelnost dokazuje data, která vycházejí z provozu reálných produktů, například z fungování vodíkového hospodářství umístěného přímo v sídle firmy v Jablonci nad Nisou.



Luboš Hajský

Osmým rokem patříte k průkopníkům vodíku v Česku. Firmu ale máte už deset let. Čím jste se zabývali předtím?

Moje historie před Devinnem začínala ve firmě Lukov Plast v Českém Dubu, kde jsem se zabýval sériovou výrobou pro automotive, ne jen pro Škoda Auto, ale pro celý koncern Volkswagen. Ze seřizovače jsem se časem dostal na pozici technického ředitele a spoluzakladatele firmy. Jenže mě baví, když se něco vyvíjí a rozvíjí. To je pro mě na práci to nejkrásnější. Proto jsem se rozhodl sériovou výrobu opus-

tit, a nejprve vzkřísit firmu Elkop Technik, která jako poslední česká firma vyrábí topná tělesa, například do vstříkolisů. Ani tam ale nebyla práce tak pestrá, a tak jsme společně s manželkou založili společnost Devinn, kterou jsme chtěli navázat na zkušenosti z automotive. Jen se orientujeme na jinou část trhu, a to primárně na vývoj. Vyvíjíme například závoňní LED světla nebo testujeme komponenty, obecně se zaměřujeme na složitější věci s vyšší přidanou hodnotou. Rád bych ale zdůraznil, že nejsem žádný vizionář – jsem především praktik.

Po třech letech jsme si pak řekli, že chceme rozšířit portfolio našich zákazníků i naše know-how, a tak jsme začali s vodíkem. Zúčastnili jsme se tehdy setkání na naší ambasádě v Berlíně, na kterém jednotlivé evropské státy představily své projekty týkající se vodíku. Šlo třeba o dálniční tahy s vodíkovými stanicemi i různé další aplikace, a v tu dobu nám poprvé došlo, že vodík se v budoucnu nevyhne ani Česku.

Jak velkou část vaší práce tvoří vývoj produktů pro automotive? A kolik času zbývá na práci s vodíkem?

V předchozím období jsme do vodíkové technologie spíš investovali, čas i peníze, a pracovali jsme na menších projektech. Nyní se vodíková větev mění na prosperující oddělení, které je soběstačné a má zakázky na delší čas dopředu. Je tedy vidět, že se nám investice začíná vracet. A potvrzují to i čísla, protože z našeho zhruba dvousetmilionového obrátu tvoří nyní 25–30 % vodík. Do budoucna je naším cílem podíl ještě zvýšit. Především ale chceme vyvíjet v Česku věci s vysokou přidanou hodnotou. Snažíme se přinášet smysluplná řešení, která obstojí i v západní konkurenci.

Kolik taková zařízení stojí? Není vodík stále příliš nákladný?

Záleží na rozsahu technického řešení. Když se řekne deset milionů, laikovi to pochopitelně přijde moc, ale hodně záleží na tom, co dané zařízení umí a jak funguje. Máme velký rozptyl výkonových řad, a tak je poměrně složité ceny konkretizovat. Například generátor stojí jednotky milionů, ale opět se hodně liší jednotlivé kusy podle konfigurace a výkonu.

Kdy očekáváte éru vodíku? Tedy dobu, kdy bude vodík levnější než spalovací motory.

Positivní zprávou je, že už nyní vidíme, jak rychle se technologie vyvíjí a zlevňuje. Například palivový článek stál před šesti, sedmi lety

Rád bych snad řekl jen to, že jako Česko máme obrovský potenciál, který ne úplně využíváme, a vlastně si nevěříme. Umíme často profitovat jen na části řetězce. Dokážeme zakázku vyvíjet nebo vyrábět, přidaná hodnota ale odchází jinam.

tolik, za kolik dnes koupíte model se čtyřikrát větším výkonem. Na západ od nás už jsou realitou i ceny vodíku na úrovni fosilních paliv a u nás to s nějakým zpožděním pěti až deseti let také pravděpodobně nastane. V osobních autech se ale technologie kvůli chybějící infrastruktuře zřejmě zatím nerozšíří, protože se zkrátka nevyplatí jet si do Prahy natankovat, abyste mohli v Jablonci jezdit na vodík.

V oblasti nákladní dopravy jste spolupracovali například s Tatrou. České firmy tedy na vodík slyší, ale jak ho vnímá veřejnost?

Ve veřejném prostoru se teď hodně mluví o tom, že vodík je lepší než baterie. My ale mainstream příliš neřešíme. Víme, že vodík nemůže fungovat bez energie z baterií a je potřeba, aby obě technologie kooperovaly. Hlavní jsou pro nás úspěšné spolupráce s českými firmami, například s Tatrou, pro kterou jsme letos dokončili vodíkové nákladní auto a nedávno jsme se domluvili na pokračování spolupráce.

Kromě vodíkového vozidla ale budeme tentokrát realizovat i vodíkovou plnicí stanici, což je pro nás velký úspěch, a především potvrzení toho, že se první projekt povedl. Více než z poloviny ji přitom chceme vyrobit přímo u nás. Tím se odlišujeme od jiných firem, které často spíš jen nakoupí hotovou technologii, a pak ji přeprodají dál.

Přidanou hodnotou vodíku je, že ho můžete pomocí elektrolyzáru vyrobit v podstatě kdekoliv. Lokálnost výroby vodíku je za nás také preferovanou variantou. Dříve se totiž stávalo, že pokud si někdo do Čech objednal zelený vodík, dodavatelé mu ho dovezli třeba z Belgie, a to zkrátka z hlediska ekologie nedává příliš smysl.

Loni jste představili celé vodíkové hospodářství. Dá se ve zkratce říci, jak funguje?

Může fungovat v různých režimech. Základ je ve výrobě zeleného vodíku

z energie fotovoltaiky pomocí elektrolyzáru. Typicky se využívají přebytky energie. V Jablonci je technologie nasazená přímo na naší budově. Fotovoltaika v létě vyrobí víc energie, než potřebujeme, pomocí elektrolyzáru z ní tedy vyrobíme vodík, a ten pak využijeme buď na testy našich zařízení, nebo si ho necháme uložený až do zimních měsíců, kdy z něj pomocí palivového článku vyrobíme elektřinu a teplo. Právě pokud se vodík nevyužívá na testy a zůstává v oběhu, může budova, na které



Přidanou hodnotou vodíku je, že ho můžete pomocí elektrolyzáru vyrobit v podstatě kdekoliv. Lokálnost výroby vodíku je za nás také preferovanou variantou.

k trakčním bateriím, který dokáže včas upozornit na možné problémy. Baterie elektromobilů rozhodně nevzpánou tak často, jak se píše v médiích, ale stát se to může, a pokud začne hořet automobil například uprostřed výrobní linky, může jít o velký problém. V ho-

je zařízení umístěné, dosáhnout většího stupně energetické nezávislosti.

Chystáte i letos novinky? Nebo už nějaké přibýly?

Pokud jde o produktové novinky, můžeme zmínit například bateriové úložiště s DC/DC nabíječkou PowerUnit, které si můžete pomalu nabít ze sítě třeba v garáži. A jakmile potřebujete, snadno si z ní elektromobil rychle dobijete. Už teď je hodně žádaná v zahraničí, a to i díky kompaktnímu rozměru. To je vlastně odpověď i na poměrně častý dotaz, jestli bate-

rie, nebo vodík. Pro potřebu krátkodobého uložení energie a jejího rychlého uvolnění je baterie zkrátka lepší. Pro ukládání energie na delší dobu nebo pohon energeticky náročných zařízení se zase lépe hodí vodík. Dalším příkladem je určitě Watchdog, tedy bezpečnostní systém, který máme nasazený u velkých automotive klientů. Jde v podstatě o senzor připojený

tových elektromobilech už hodnoty baterie hlídá přímo bezpečnostní systém vozu, ale v továrně je někdy těžké to odhalit. A ve chvíli, kdy se spustí požární systém, už může být pozdě. Jakmile se totiž baterie zahřívá na povrchu, je nejspíš uvnitř něco už hodně špatné a vy máte jen krátký čas na reakci.

Náš produkt je napojený přímo na řídicí elektroniku baterie a mnohem rychleji identifikuje problém. Buď ho tedy oznámí přímo senzor, nebo je vše softwarově propojené se systémy bezpečnosti ve výrobě a systém už sám zavolá hasiče nebo pošle notifikaci příslušným pracovníkům.

A ještě můžeme něco prozradit o další novince. Ve veřejném prostoru stále kolují zprávy o tom, že se vodíkové technologie nevyplatí a mají extrémně dlouhou návratnost. Já s tím ale úplně nesouhlasím. Hlavně jde často o odhady, a ne o opravdu relevantní data. Loni na podzim jsme tedy na základě poptávek sestavili tým analytiků a vše pečlivě monitorujeme. Jde skutečně o jednu z nejobornějších skupin na tuto problematiku, která získává aktuální údaje, a výsledky nám už po krátké době ukazují zajímavé věci. A to, že existují situace a místa v republice, kde se využití vodíku vyplatí, a je i businessově zajímavé. Výpočet nám u každé lokality trvá přibližně dva měsíce, a investor pak získává informace, na základě kterých se může rozhodnout, jestli dát technologii šanci. Nejsou to žádné odhady, ale opravdu výsledky práce kvalifikovaných specialistů.

Tuším, že máte ještě něco na srdci...

Rád bych snad řekl jen to, že jako Česko máme obrovský potenciál, který ne úplně využijeme, a vlastně si nevěříme. Umíme často profitovat jen na části řetězce. Dokážeme zakázku vyvíjet nebo vyrábět, přidaná hodnota ale odchází jinam. Změnit to samozřejmě není jednoduché, dělat jen věci na objednávku je navíc pohodlné řešení. Neměli bychom se ale vzdát snahy udržet si co největší přidanou hodnotu u nás.

za odpovědi poděkovala Dana Halušková

Nadace Kooperativy se zaměřuje na prevenci a bezpečnost

JUDr. Hana Machačová byla dlouholetou členkou představenstva pojišťovny Kooperativa, v posledních letech pak i náměstkyní generálního ředitele. Po svém odchodu z představenstva i nadále působí jako poradkyně generálního ředitele Martina Diviše a aktivně se zapojuje do charitativních projektů pojišťovny. V současné době je předsedkyní správní rady Nadace Kooperativy, která podporuje nejen charitativní projekty, zaměřuje se i na projekty prevence a bezpečnosti na silnicích.



Co pro vás osobně znamená společenská odpovědnost?

Myslím, že pro každou a úspěšnou společnost by mělo být automatické, že nebude zapomínat na ty, kteří měli méně štěstí. A není to jen otázka finančních darů, měli bychom dostatečné úsilí věnovat i spokojenosti klientů a zaměstnanců, investovat do prevence a celkově dávat najevo, že nám na světě kolem nás záleží. Ostatně naše bezprostřední okolí, ať sociální, nebo klimatické, také ovlivňují naše činy a je na nás, jakou budoucnost si připravíme.



JUDr. Hana Machačová

Můžete představit nejzajímavější projekty, kterým se Nadace Kooperativy a Kooperativa samotná věnuje?

Významně jsme pokročili v rozvoji Platformy Vize 0, která sdružuje všechny subjekty se zájmem o bezpečnější silniční provoz. Zásadně jsme se podíleli na změnách ve vzdělávání mladých řidičů promítnuté v novele silničního zákona: Zavedení tzv. řidičského průkazu na zkoušku na dobu dvou let a možnost udělení řidičského oprávnění již v 17 letech, při jízdě s mentorem. Nadace Kooperativy také podpořila projekt Asistence Pátý stupeň, jehož cílem je umožnit lidem tolik osobní asistence, kolik potřebují, nejen na kolik jim vystačí příspěvek od státu. Cílem je prosadit systémovou změnu, která umožní všem klientům s postižením žít svobodněji.

Do charitativní činnosti se významně zapojují i zaměstnanci...

Když se podívám na rok 2023 a shrnu pár čísel, mohu být na kolegyně a kolegy v Kooperativě opravdu hrdá. Loni se zapojil do dobrovolnictví rekordní počet 1527 zaměstnanců. Kooperativa se zavázala k Chartě proti domácímu násilí, která vznikla z iniciativy organizace Rosa Centrum pro ženy, pod záštitou Odboru rovnosti žen a mužů Úřadu vlády a zmocněnkyně vlády pro lidská práva. Aktuálně sdružuje 16 subjektů z řad firem, institucí a organizací, které se zapojily do prevence domácího násilí a pomáhají také obětem z řad svých zaměstnanců a zaměstnankyň. Děkuji všem, kteří k těmto aktivitám přispěli.

...a zaměstnancům naopak pomáhá Fond pro lepší život. Představila byste nám ho?

Hlavním heslem fondu je „Zaměstnanci zaměstnancům“. Veškeré finanční prostředky fondu jsou dary od zaměstnanců Kooperativy a dceřiných společností pro jejich kolegy. Fond nabízí pomocnou ruku zaměstnancům Kooperativy, kteří se vlastními silami nemohou dostat z tíživé situace z důvodu nejen vlastního hendikepu, ať už fyzického, psychického, nebo sociálního. Fond vznikl na základě zkušenosti ze severních Čech, kde kolegové uspořádali sbírku na invalidní vozík pro syna zaměstnankyně Kooperativy. Od té doby jsme pomohli řadě dalších.

Například?

Myslím, že mnozí z nás mají ve svém týmu někoho, kterému fond významně pomohl. Mě osobně velmi dojalo setkání s kolegyní a její holčičkou. Kolegyni jsme pomáhali při dlouhodobém léčení její malé dcery. Takové chvíle dokazují, že podporovat Fond pro lepší život má smysl. V loňském roce jsme podpořili dalších šest kolegů a kolegyně. Prostředky z Fondu tedy nejen pomáhají, ale díky sdílení zkušeností fungují i jako jistá prevence. Platí samozřejmě jednoduchá rovnice, čím víc dárců, tím víc kolegů v nesnázi můžeme podpořit. V roce 2023 darovali zaměstnanci do fondu více než jeden milión korun. Všem přispěvatelům bych za to chtěla velmi poděkovat.

ptala se Kateřina Šimková

Slunci vstříc

aneb co všechno nabízí Kia

Nikdo nepochybuje o tom, že současná klimatická i politická situace nahrává fotovoltaickým panelům. Zajímat by se o ně měl i ten, kdo vlastní elektromobil. Nejen automobilový průmysl, ale i energetika a další oblasti procházejí zásadními změnami. Tlak na dekarbonizaci a snižování emisí můžeme vnímat prakticky na každém kroku. Mění se však i myšlení běžných spotřebitelů, kteří nejsou lhostejní k životnímu prostředí a hledají ekologické alternativy prakticky ve všech oblastech života.

Ti, kteří již mají na střeše svého domova fotovoltaické panely, se tak často přiklánějí i k pořízení elektromobilu, a naopak majitelé aut do zásuvky hledají další pro zeměkouli přívětivý zdroj energie.

Úvahy to jsou správné. Podle odborníků mohou být právě zmíněné panely, ideálně doplněné wallboxem, vhodným způsobem, jak usnadnit domácí dobíjení. Samotné automobilky si přitom již uvědomují, že prodejem bateriového modelu péče o zákazníka končit nemůže, a proto rozšiřují své portfolio o další související služby. Příkladem může být spolupráce českého zastoupení značky Kia s energetickou společností E.ON.

Elektromobil a energie na jednom místě

„Díky propojení s firmou E.ON jsme schopni našim zákazníkům zajistit odbornou instalaci wallboxu, a to včetně vyřízení dotace na jeho pořízení, servisní služby nebo kontrolu kvality domácích elektrických rozvodů,“ vysvětlil Jakub Řehounek, Business Development Manažer společnosti Kia Czech.

Vedle připojení wallboxu, který oproti kla-



sické zásuvce nabízí výrazně kratší dobu dobíjení, může Kia zprostředkovat rovněž instalaci samotných fotovoltaických panelů. „Obvyklejší je sice opačný postup, kdy zákazník už toto zařízení má, a k tomu si pořizuje právě elektromobil spolu s wallboxem, ale my jsme připraveni na obě varianty. Dokážeme vyhovět i zájemcům, kteří již elektrovůz vlastní, a teprve nyní si například pořídili rodinný dům a rádi by jej vybavili solárními panely,“ doplnil Jakub Řehounek.

Vyřízení příjmné dotace

V případě instalace se nabízejí zajímavé úspory. Nejenže je většinou možné vybrat si ze zvýhodněných balíčků, které obsahují wallbox i FVE panely, ale v případě kombinace obou zařízení se příspěvek ještě navyšuje o desetitisícový bonus. Zákazníci tak mohou čerpat až 185 000 Kč. Dobíjení elektromobilů přitom nároky na fo-

tovoltaické panely nijak neovlivňuje. Pro domácí ekosystém představuje vozidlo pouze další spotřebič. Při projektování se však hodí počítat s dostatečným výkonem FVE tak, aby byl co nejvyšší.

Doma, na cestách i v práci

Například dobíjení v noci z veřejné sítě nebude mít na domácí fotovoltaickou elektrárnu žádný vliv. Nicméně pokud má dobíjení využívat výhradně slunce, pak je ideálním uživatelem ten, kdo autem jezdí tři dny v týdnu, následující dva dny jej pak dobíjí a větší nájezdy má v létě. Zájemce si však může pořídit FVE řešení s bateriovým úložištěm, které dokáže pokrýt spotřebu i během doby, kdy slunce zrovna nesvíti.

„Součástí našich služeb je i zajištění odborného poradenství, v rámci něhož naši zákazníci získají veškeré potřebné informace a doporučení. Domácím dobíjením však možnosti elektromobilistů samozřejmě nekončí. Pokud jde o veřejné dobíjení, počet stojanů roste rekordním tempem, stejně jako se zvyšuje jejich výkon i rychlost dobíjení. Kia v této oblasti nabízí panevropské řešení Kia Charge, díky kterému mají zákazníci aktuálně přístup k více než 650 000 dobíjecích bodů, včetně sítě vysokorychlostních dobíjecích stanic IONITY,“ uzavřel Jakub Řehounek.

připravila agentura DDeM



Manažer 50+:

korporáty se jich zbavují, malé a střední firmy se na ně těší

Přestože by mohli pomáhat mladším kolegům svými zkušenostmi, odolností i nadhledem, korporáty se na ně dívají spíše skrz prsty. Pro malé a střední firmy je ale právě takový manažer-padesátník přímo výhra. Do menšího businessu přináší energii a nové impulzy k růstu. Umí překonávat krize a mnoho dalších nástrah. Jak fenomén manažerů po padesátce funguje? A proč se o to vůbec zajímat?



Ing. Jiří Jemelka, MBA

Posedlost mládím

Korporace jsou organizace zaměřené na pokrok. Proto jsou na řadě manažerských míst otevřené spíše mladším lidem, jimž dávají příležitosti čím dál častěji i v souvislosti s důrazem na budování vědomostní ekonomiky. Dnešní pětadvacátníci mají svěží pohled na svět, ctízádnost, chtějí něco dokázat a změnit. Investují do práce hodně vynalézavosti, ze všech předešlých generací ovládají technologie nejlépe, podílejí se na jejich rozvoji, rychle se učí a přizpůsobují. Právě to je důvod, proč řada personalistů nad zkušenými padesátníky mávne rukou. A řada korporátů se jich kvůli

vnitřní politice zbavuje. Prostě je jednoho dne zcela odstříhnou.

Povím vám příběh. I dnešní manažeri ve vyšším středním věku kdysi byli mladí a dynamičtí jako jejich dnešní mladší kolegové. Měli touhu se vypracovat, růst, povýšit, udělat si jméno. Ovládali tehdy nejatraktivnější technologie. Jenže jak léta plynula, došlo u nich k určitému nasycení a ustálení zvyklostí, výkonu, úrovně fungování. Křivka růstu se zastavila a výchylek směrem nahoru už má málo. Pro nadnárodní organizaci je to signál, že nastává čas na změnu. Přizvat mladší generaci, jež mimo jiné nabízí také možnosti, jak stlačit

mzdové náklady, alespoň na nějaký čas. Ve velkých firmách je vysoká fluktuace taky proto, že akcionáři potřebují růst každý rok. Nejlépe dvouciferný. A jejich oblíbeným způsobem, jak ho zkusit docílit, je obměna zaměstnanců, předně na manažerských postech.

Zakonzerovaná společnost a krok k vyhoření

Nebo je na místě obvykle ještě druhý scénář. V korporátu se vše více méně opakuje. Opravdu se ty vzorce moc nemění. Změna se tady odehrává pomalu. Mění se spíše lidé, ne tolik ale procesy a prostředí. Má to na svědomí jejich samoudržovací charakter a nastavení na určitou kontinuitu. Jenže člověka, který potřebuje ve své práci vnímat smysl a přínos, začíná takové nastavení uvnitř organizace ubíjet, dokonce ho to může dovést až na hranici vyhoření. O to spíše, pokud uvnitř firmy zuří mocenský boj, kde jde o to získat a udržet si výhodnější pozici než ten druhý. Motivovaný člověk se silnou touhou po seberealizaci vyhodnocuje takovou organizaci jako zakonzerovanou a odchází. Často je to provázané i krizí středního věku. Říká si, jsem materiálně zabezpečený, mám nějaký status, ale chci tady vážně pracovat až do konce života?

Oddechový poločas

Po více či méně dobrovolném odchodu z korporátu si manažeri dávají nějakou dobu na zotavení zejména po psychické stránce. Chtějí dohnat, co jim tak trochu uteklo, když byli ve „službě“. Potřebují si utřídit myšlenky a najít si novou perspektivu. Osvěžit duši a zaměřit se na nový cíl. Obnovit staré kontakty a navázat ty nové. Je to takové období rekonstrukce svoji vlastní osoby a osobnosti. Zastavit se, popřemýšlet, přichystat si příležitosti a startovní čáru. Říct si, co v životě chtějí, a co už ne. Taková pauza má u každého jinou délku trvání. Pro někoho to budou tři týdny, pro jiného rok. Na jejím konci ale přichází vždy těžé aha moment. Je to touha zužitkovat své životní a profesní zkušenosti, je to vášeň, dravost a chuť zase něco budovat, dát tomu tvar a dovést to k úspěchu. A především předvést a dokázat, že na to

Stres přispívá k vysokému cholesterolu

Každý rok jen v České republice zemře na problémy spojené s onemocněním srdce okolo 50 000 lidí. A jedním z nejzávažnějších faktorů kardiovaskulárních onemocnění je i vysoký cholesterol. Za jeho vznikem nestojí jen genetické predispozice, špatné stravování či nedostatečný pohyb, ale částečně i stres.

Dlouhodobě vysoká hladina cholesterolu má za následek celé spektrum nemocí. Tělo totiž nedokáže přebytečný cholesterol účinně využít nebo vyloučit z těla ven. V důsledku toho se může začít ukládat do stěn cév ve formě aterosklerotických plátů. Postupně dochází k tomu, že krev nemůže dostatečně proudit zúženou cévou. Vlivem aterosklerózy může vzniknout krevní sraženina, která může cévu ucpat. Pokud ucpaná céva zásobuje krví srdce nebo mozek, může dojít k srdečnímu infarktu nebo mozkové mrtvici. Cholesterol navíc ohrožuje stále mladší populaci, která je stresu vystavována nejvíce.

„Zvýšená hladina cholesterolu netrápí jenom pacienti ve věku 40–65 let. Moderní životní styl podporuje vzestup hladiny cholesterolu, takže musím konstatovat, že se tento problém týká i stále mladších lidí,“ řekl prof. MUDr. Michal Vrablík, garant projektu Srdce v hlavě, který varuje před riziky kardiovaskulárních onemocnění.

To, že dlouhodobý stres může způsobit zvýšený tlak, další závažné kardiovaskulární onemocnění, je známo. Ale již méně se ví, že stres může nepřímo negativně ovlivnit i hladinu cholesterolu. Samozřejmě jednorázovému stresu se nevyhne občas nikdo. Tělu ale škodí více dlouhodobý a chronický stres. Ten může oslabovat imunitu. Cholesterol je spolu s vyso-

kým krevním tlakem nejdůležitější rizikový faktor pro srdeční a cévní onemocnění, jejichž riziko významně modifikuje také stres. Proto si stresovaný člověk musí svůj tlak a cholesterol hlídat ještě více než člověk, který žije ve větším psychologickém klidu.

Mnoho lidí také pod stresovou zátěží tíhne k většímu přejídání, konzumaci nezdravých potravin, alkoholu, a tím i k obezitě. To jsou rizikové faktory, které negativně ovlivňují hladinu LDL cholesterolu. Zkuste proto v období, kdy bojujete se stresem, pravidelně odpočívat, minimálně 2x týdně cvičit a omezit nezdravá jídla. Pokud se vám nechce cvičit nebo chodit do posilovny, tak si „naordinujte“ alespoň půlhodinové procházky na čerstvém vzduchu, které pomohou uvolnit přebytečné napětí i stres. Se svými pocity a stresem je také dobré se svěřit do rukou terapeuta. Ten vám pomůže se na vaši aktuální situaci podívat s větším nadhledem nebo vás může naučit praktické relaxační techniky. Často je totiž pro mnoho lidí stres, který si nechávají pro sebe, mnohem intenzivnější a škodlivější.

V boji proti zvýšenému cholesterolu je důležitá prevence. „Kromě zmírnění stresu pomáhá vhodná dieta. Ta je ke snížení hladiny cholesterolu vhodná pro každého. Spočívá zejména v omezení konzumace tuků živočišného původu, jako je maslo, sádlo, tučné mléčné výrobky, tučné maso, vnitřnosti a uzeniny. Změnu jídelníčku je třeba dodržovat dlouhodobě – nejde o žádnou ‚nárazovku‘ před kontrolou u lékaře. Dále je vhodné zařadit do denního programu dostatečné množství pohybu, který má vliv na zvýšení hladiny ‚hodného‘ cholesterolu a pomůže vám bojovat i proti nadváze a obezitě,“ upřesnil Michal Vrablík.

Více o tom, jak bojovat proti vysokému cholesterolu a dalším kardiovaskulárním onemocněním, případně co dělat, když úprava režimových opatření nezabírá, najdete na edukativním webu www.srdcevhlave.cz. (tz)

člověk ještě má. A to je přesně ta situace, kterou by měl podchytit každý dobrý HR specialista i headhunter. Protože přesně v tomto rozpoložení může udělat manažer pro firmu to nejlepší – kvalitativní skok v její kultuře, výkonu, rozvoji. Je to chvíle, kdy se může naplno probudit manažerský X faktor, vnitřní lídr.

Co váš podnik jinde jen tak nezíská

Manažeri po padesátce nejsou žádní stagnující zpátečníci, ale lidé s vervou a nadáním věci měnit a posouvat, i když situace daného projektu nevypadá růžově. Na rozdíl od mladších kolegů ale lépe zvládají chaos, umí ho zkrotit a vytěžit z něj. Mohou se pochlubit vyšší odolností a nadhledem, jež křehčím nastupujícím generacím často schází. Postavili už stovky procesů, znají business z velkého, o to snáz se jim pak daří své know-how aplikovat v malých či středních firmách. A především, už toho zažili tolik, že je jeden nezdár nebo komplikace nerozhází, a přesně tento náhled na věci umí přenést na své kolegy.

A to je také důvod, proč přesně tyto talenty v JPF Czech vyhledáváme, proč k nám řada zdánlivě vysloužilých manažerů ve vyšším středním věku přichází. My vidíme potenciál v nich a oni vidí potenciál v nás. To, že je dostaneme do firem, kde mohou svoje zkušenosti zužitkovat a dosahovat prosperity. To, že je tu nikdo nesoudí kvůli věku, ale že nás zajímá to, co mají uvnitř. A firma, do níž takového člověka pošleme, získává skutečné výsledky místo slibů, a k tomu ještě neuvěřitelně silnou motivaci vedoucího pracovníka, který jí šíří dál. V JPF Czech bychom neměnili. Pro malé a střední firmy neexistuje lepší executive interim manažer. A zejména pro ty, co mají potíže nebo stagnují, ať už je trápí cashflow, leadership, generační výměna.

Jak se na to díváme v JPF Czech

Jsem vlastně rád, že korporáty nedokážou využít vnitřních zdrojů těchto lidí. Českým podnikům to přináší naději na lepší vyhlídky a vyšší efektivitu. Pomáhá to transformovat řízení, oddělit majitelskou a exekutivní roli a dát našemu podnikatelskému prostředí větší stabilitu. Možná teď přemýšlíte, jestli je padesátka dobré číslo, jestli byste neměli stejně jako korporát vsadit na mladší. Uklidním vás. Průměrný věk executive interim manažera v západní Evropě je 56 let. Naopak když přichází někdo mladší, kolem 40 let, hodně důkladně se díváme a ptáme, zda je na takovou pozici opravdu již zralý. To proto, že role CEO v každé firmě, i když ji zastává interim manažer na dobu určitou, je vždycky nesmírně náročná. Tady by měl dotyčný excelovat ve všem, co se za svou profesní dráhu naučil. Při nasazování interimů do firem jsme úspěšní, a to měřitelně: 82 % projektů se nám povede. Jak je to možné? Vyšší věk manažerů vnímáme jako značnou devízu. Jsou to silné, motivované osobnosti ochotné hrát týmovou hru. Proto mohou pomoci nastartovat růst i vaší firmě.

Ing. Jiří Jemelka, MBA,
zakladatel společnosti JPF Czech



Omega-3 vs. omega-6: kterých potřebujeme víc?

Co jste si dali včera k obědu? A co se objevilo na vašem talíři večer? Přiznáte se? Anebo to raději zamlčíte s tím, že víte, co příště neudělat, pokud se chcete dožít vysokého stáří ve zdraví a pohodě... Je to tak. Naši stravu tvoří převážně potraviny, které prošly průmyslovým zpracováním. A týká se to i surovin na jejich výrobu. Jídelníček Středoevropanů má někdy k přirozenosti daleko. Co přesně v něm není v pořádku? Tým české značky Nupreme tuto otázku konzultoval s odborníky. Nepoměr esenciálních mastných kyselin je jedním z faktorů, které mohou lidské zdraví ovlivnit. Jak tedy dostat příjem těchto složek zase do rovnováhy? Na to jsem se zeptala Petra Žemličky, marketingového ředitele jmenované značky:



Petr Žemlička

Jí většina z nás opravdu spíše nezdravě než naopak?

Nerad bych se někoho dotkl, ale je to skutečně tak. Máme málo času, utíkáme z jednání

na jednání, a pracovní oběd určitě není jen zeleninový salát a pstruh. Místo domácí večeře vezmeme mnohdy za vděk nabídkou fast-foodu a místo podvečerní procházky si dáme televizní program s chipsy a vínem jako ná-

plast na všechny ty stresy během dne. Málod si uvědomuje, že potřebujeme jinou stravu, že se změnil životní styl. Naši předkové jedli střídavě, a ještě k tomu hodně fyzicky pracovali. Měli opačný problém. Zpravidla vydávali více, než přijímali. Ani to nebylo ideální.

V čem chybujeme?

Ještě před masivním nástupem průmyslových technologií v oblasti potravinářské výroby byl jídelníček Středoevropanů mnohem bohatší na ryby, ořechy a semena, které patří mezi užitečné zdroje omega-3 mastných kyselin. Poměr mezi omega-3 a omega-6 mastnými kyselinami byl příznivější. Před sto lety ale přišla změna. Ultrazpracované potraviny přinesly do běžné denní stravy mnohonásobně vyšší množství omega-6 mastných kyselin.

Jaký je ideální poměr mezi omega-3 a omega-6?

Obě látky jsou pro fungování lidského organismu nezbytné. Mají úlohu v regulaci zánětlivých procesů, při udržování zdravého stavu srdce nebo pro fungování mozku. Tělo si je nedokáže vytvořit samo, a tak je musíme přijímat ve stravě. Klíčový parametr je jejich poměr, který by se měl pohybovat v rozmezí 1 : 1 až 1 : 4. Ale realita k tomu má daleko. Odborníci odhadují, že v současnosti se množství esenciálních mastných kyselin omega-3 k omega-6 pohybuje na hodnotách 1 : 15, nebo dokonce 1 : 20. Z toho vyplývá, že stravou populace přijímá přinejmenším 4–5krát vyšší množství omega-6, než by bylo vhodné, přičemž příjem omega-3 mastných kyselin se za poslední století snížil.

Ovlivňuje tato nerovnováha náš organizmus příliš?

Nerovnováha v konzumaci omega-3 a omega-6 mastných kyselin se týká dospělých stejně jako dětí. Tento stav může negativně ovlivnit homeostatickou rovnováhu organismu a správnou regulaci zánětlivých procesů, včetně vyššího rizika kardiovaskulárních onemocnění.

Kde hledat zdroje omega-3 mastných kyselin?

Mezi ně se neřadí jen živočišné potraviny jako ryby, ale také ty z rostlinné říše. K nejcennějším patří konopné semínko, chia či plody rakytníku. Dále lněná semena a olej z nich, která mají však tu nevýhodu, že velmi rychle oxidují a žluknou.



Nupreme však uvedlo nedávno na trh novinku, jež by lidem, kteří o sebe dbají, mohla dobře posloužit...

Ano, naše značka v reakci na tuto situaci vyvinula olejový premix, který má za cíl obohatit jídelníček o vyváženou dávku esenciálních mastných kyselin ve prospěch omega-3. Je vhodný pro vegany a vegetariány, lze jej zařadit i při bezlepkové, bezlaktózové nebo redukční dietě. Hempreme Omega 3-6-9 obsahuje složky na rostlinné bázi. Jeho základ tvoří konopný olej lisovaný za studena, který obsahuje optimální poměr omega-3 a omega-6. Další významnou ingrediencí je olej z Kamejky rolní, jež je bohatý na kyselinu stearidovou (SDA) a kyselinu gamma-linolenovou (GLA), které se řadí mezi vzácné mastné kyseliny. První jmenovaná (SDA) hraje klíčovou roli v řadě biochemických reakcí v organismu. Přispívá k přeměně kyseliny alfa-linolenové (ALA) na kyselinu eikosapentaenovou (EPA) a dokosaheptaenovou (DHA). Vyšší příjem SDA ve stravě tedy může v těle přispět k větší produkci EPA a DHA, které jsou důležité pro podporu zdraví srdce a cév. Rakytníkový olej lisovaný za studena uzavírá olejový základ přípravku Hempreme Omega 3-6-9. Rakytník řešetlákový má pozitivní vliv na udržení zdravého stavu imunitního a kardiovaskulárního systému. Pomáhá pečovat o zdraví a krásu pokožky a řadí se k významným zdrojům antioxidantů.

Je obohacený ještě o něco dalšího?

Hempreme Omega je doplněn také o účinnou dávku vitamínů D3 a K2, které populaci dětí a dospělých scházejí nejen v zimních měsících. Patří mezi vitamíny rozpustné v tucích a jsou zásadní pro optimální metabolismus vápníku, a tedy udržení zdraví kostí. Vita-

mín D3 je základním prvkem pro zvýšení vstřebávání vápníku z potravy, přičemž vitamín K2 zabezpečuje, že tento vápník je v těle správně využit. Když není v organismu dostatek vitamínu K2, může dojít ke kalcifikaci cév a jiných měkkých tkání v důsledku nadbytku vápníku. Proto je kombinace obou vitamínů důležitá. Výtažek z plodu černého pepře je rovněž součástí čistého složení Hempreme Omega 3-6-9. Mimořádně kvalitní esenciální olej se vyznačuje příjemným aroma bez palčivosti. Má antioxidační účinky. Obsahuje bioaktivní látky v čele s betakaryofilenem (BCP). Jde o molekulu, která se váže na endokanabinoidní receptory typu 2 a je známá svou schopností chránit nervové buňky.

Odkud nakupujete suroviny k výrobě?

Suroviny na výrobu Hempreme Omega 3-6-9 mají původ v EU, některé pocházejí přímo z České republiky. Jde o kulturní rostliny, jež tradičně byly a jsou pěstovány jako potraviny. Jejich původ, od zasazení semínka přes pěstování, sklizeň až po zpracování, je dohledatelný. Tradiční šetrné metody získávání olejů jako lisování za studena, drčení v kamenném mlýně či mechanické loupání zabezpečují uchování maximálního množství živin a podpůrných látek.

Bylo motivací k vývoji nového produktu jen vědomí, že populace má ve vyváženém příjmu omega mastných kyselin mezery?

Z velké části ano. Já sám jsem se v tomto spektru lidí taky nalézal. Vždycky jsem rád a hodně sportoval. Rád si zazávodím na kole, běhám. Zdravý životní styl je pro mě víc než slovní spojení, v Nupreme jím všichni žijeme. O to víc mě překvapilo, že jsem na prahu pětáctičítky dostal astma a našli mi zvýšený cholesterol, což s výkonnostním sportem moc dohro-

mady nejde. A tak jsem zašel za kamarádem, který mi udělal analýzu z odběru krve. Profil lipidů byl katastrofa. A do očí bil právě nepoměr esenciálních mastných kyselin a taky nedostatek omega-3. To naše úvahy odstartovalo.

Bude stačit, pokud člověk zařadí jen vaši novinku? Dokáže napravit všechny chyby v životosprávě?

Hempreme Omega 3-6-9 jsme vyvinuli primárně pro ty, kteří už se snaží o zdravý životní styl a stravování, jež je vyvážené a odpovídá potřebám organismu. Nicméně přijmout omega-3 a omega-6 mastné kyseliny ve správném poměru nemusí být ani v racionálním jídelníčku snadné, a tak má novinka Nupreme za cíl tuto bilanci příznivě ovlivnit. Není ale samospásná a rozhodně byste ji neměli vnímat jako záchranu před všemi hříchy na talíři, kterých se člověk dopouští někdy ze stresu, jindy ze spěchu a někdy proto, že ho zkrátka honí mlnsná.

Není v moci jediného produktu napravit všechno, čeho jsme se na sobě v průběhu života dopustili. A držíme se hesla, že gram prevence vydá za kilo řešení větších potíží. V Nupreme navíc razíme přístup, který se na člověka a jeho životní styl dívá holisticky. Kládeme důraz na zdravý životní styl a vyvážené stravování v průběhu celého dne. Přírodní doplňky stravy považujeme jen za malé každodenní pomocníky, již nám pomáhají kondici postupně ladit, abychom se cítili fit a mohli si život víc užívat.

A co ti, kteří mají k optimálnímu příjmu omega-3 a omega-6 komplikovanější přístup?

V hlavě už se nám rodí myšlenky, jak pomoci i těmto lidem. Ale víc zatím prozradit nemohu.

za rozhovor poděkovala Kateřina Šimková



Nejsme jen prodejci kvalitních rumů

Segment prémiového alkoholu v posledních letech zažívá boom po celém světě a Česko ani Slovensko nejsou výjimkou. Kvalitu nad kvantitou se zde snaží prosazovat i distribuční společnost Acan Premium Spirits, která od roku 1997 působí na Slovensku a začátkem letošního roku vstoupila na český trh. Jak se jí daří prodávat nejlepší světové značky rumu nebo vodky? A myslí přitom i na osvětu a vzdělávání zákazníků? To nám prozradil spolujitel firmy Andrej Slávik.



Andrej Slávik

Alkohol je poměrně specifickým oborem z hlediska propagace i dalších regulací. Proč jste se rozhodli v něm podnikat?

Původní společnost Acan fungovala na Slovensku už od roku 1997 a já jsem do ní vstoupil zhruba před devíti lety. Vše vzniklo tak, že můj strýc měl e-shop s alkoholem a já jsem mu začal pomáhat se základními úkoly, a časem se k tomu přidal i marketing, obchod a další činnosti. Později jsem si založil vlastní e-shop a právě sektor e-commerce pro nás znamenal dokonalou synergii. V roce 2019 jsme tak spojili můj e-shop Alko90 se značkou Acan Premium Spirits, pro kterou jsme na Slovensku, a nově i v Česku, výhradním distributorem.

Chtěli jste se vždy věnovat právě prémiovému segmentu?

Dá se říci, že ano, na tuto oblast se soustředíme záměrně. Jde nám o kvalitu, nikoliv

o kvantitu, a zároveň je pro nás velmi důležité, že víme, co prodáváme. A naši zákazníci zase dokážou kvalitu ocenit. Naše prémiové produkty si tedy nekoupíte každý den, ale o to právě jde. Každý z nich je jedinečný, má svůj příběh, svoji specifickou chuť, a navíc pochází z jiné části světa. A díky tomu je i velmi zajímavý pro e-commerce. Postupně jsme se tedy na tuto oblast zaměřili a dokázali jsme vybudovat distribuční síť pro celé Slovensko, a teď i Česko.

Jaké značky zastupujete? A kde všude vaše produkty najdeme?

Na Slovensku zastupujeme více než 50 značek z celého světa, v Česku je to zatím o něco méně. Naši vlajkovou lodí je v každém případě Piquero – sladký rumový spirit. Základem nápoje je rum, ale legislativně je to tak, že rum může mít maximálně 20 gramů cukru na litr, ale Piquero je sladší, proto dochází k té změně značení. Dále nabízíme kokosový rum Coco-

nut Cartel, který máme v Evropě jako první, a zatím i jediní. Například ve Spojených státech se už ale prodává skvěle. I já jsem ho tam objevil. Konkrétně to bylo na jedné výstavě, kde mě opravdu oslovil a od té chvíle jsem věděl, že ho chci dostat na Slovensko a do Česka, což se mi nakonec povedlo, přestože je až z Guatemaly. Dále distribuujeme třeba Malecon nebo Ron Cristóbal – rumy jsou obecně naší silnou stránkou.

Naše práce ale zdaleka není jen o rumech – nabízíme například i 9 Mile Vodka, která na Slovensku, v Německu nebo Rakousku dosahuje velmi dobrých prodejních výsledků. Kromě toho, že má efektní svítící láhev, je oblíbená i pro svoji vysokou kvalitu. Navíc se odlišuje designem, což jí přináší velké úspěchy, a my u toho samozřejmě nesmíme chybět.

Co si představit pod vzděláváním při prodeji alkoholu? Komunikujete nějak rozumné pití a podobné citlivé informace?

Ano, máme šikovné ambasadory, kteří o našich produktech vědí opravdu hodně. I sami si ale dáváme velký pozor, abychom nenabádali lidi k nezřízené konzumaci. Jde nám opravdu o sofistikované vychutnávání, nikoliv o masivní pití. Většina našich zákazníků nepije alkohol ve velkém, ale ochutnávají nejrůznější rumy i jiné druhy alkoholu z celého světa. Portfolio máme opravdu široké, aby si každý vybral to, co je pro něj nejlepší, a kvalita pro nás zůstává už dlouhé roky prioritou.

Prostředí je v Česku a na Slovensku poměrně konkurenční. Čím se od ostatních firem odlišujete?

Není to jednoduché, ale vždy se snažíme přinést něco nového. Ať už to jsou značky, které zatím lidé neznají a chtějí je objevovat, nebo novinky od etablovaných brandů. Budování povědomí o našich značkách se věnují hlavně naši ambasadory, a pak máme i schopný tým obchodních zástupců.

V Bratislavě provozujete showroom. Chystáte podobnou formu prezentace i v Česku?

Pro nás je to taková výkladní skříň. Jsme velmi hrdí, že tam můžeme pořádat eventy, degustace a další akce. Ve střednědobém horizontu tedy něco podobného připravujeme i v Česku. Počáteční investice nebude úplně malá, ale určitě tu vizi máme. Český trh je dál



než ten slovenský, ale know-how nám nechybí a já věřím, že i pro českého zákazníka bude mít podobný projekt přínos a investice se nám vrátí.

Pořádáte i akce pro firmy nebo vyložené veřejné degustace?

Věnujeme se oběma aktivitám a zároveň pořádáme řízené i neřízené degustace, které jsou jak placené, tak neplacené. Kromě toho ale umíme sami přijít za zákazníkem a naše produkty mu odprezentovat.

Jaké formy marketingu vám nejlépe fungují?

Naše hlavní strategie je liquid to lips. Jde nám tedy především o reálný zážitek. A základem je, aby člověk ochutnal to, co si má kupovat. Poměrně silní jsme ale také na sociálních sítích a přes e-commerce dokážeme k zákazníkům prosadit i lahve, které bychom k nim jinak nedostali. Těžíme z dobré synergie B2B a B2C sektoru, a dokážeme tak zalistovat více produktů. Na Slovensku navíc máme, včetně showroomu, pět prodejen a podobný model bychom chtěli časem zavést i v ČR.

Máte v plánu i expanzi dál do Evropy?

V současnosti je pro nás absolutní prioritou Česká republika. Určitě tedy máme co dělat a v první řadě pracujeme na tom, abychom se prosadili zde. Potom se můžeme začít poohlížet někde dál, ale není to vyloženě na pořadu dne.

Na Slovensku prodáme přibližně půl miliónu lahví ročně a generuje nám to obrát zhruba osm miliónů eur. Do roku 2027 bychom se chtěli pohybovat v podobných číslech i na českém trhu. Ten je v rumech opravdu napřed, podle reportů je zde kategorie Premium Plus troj až čtyřnásobně větší než na Slovensku. Naopak u vodky je to jedna ku jedné.

A chystáte nějaké jiné novinky?

V podstatě jsme stále na začátku a postupně chceme představovat na českém trhu i další značky. Všechno je ale ve fázi jednání, proto zatím nemůžeme nic bližšího prozrazovat. Co by ale mělo zaznít, je to, že opět nebudeme chybět na českém a slovenském

Rumfestu (1. června 2024 v Česku a 17. června 2024 na Slovensku). Pak jedeme i na Pardubické rumové léto a také na olomoucký festival Rummy září.

Dále máme také zajímavou spolupráci se společností Cube events, která pořádá taneční eventy. A my v jejich rámci prezentujeme naši 9 Mile Vodka.

Preference vašich zákazníků už známe, ale co máte nejraději vy?

Pro mě je srdcovkou určitě rum. Je to ale složitější než jednoznačná odpověď. A hodně záleží na tom, jakou mám náladu. Někdy mě lákají opravdu sladké chutě, třeba k dezertům. A jindy si naopak chci dát třeba single cask rum. Z našeho portfolia si ale vždy něco vyberu...

ptala se Dana Halušková

Naše prémiové produkty si tedy nekoupíte každý den, ale o to právě jde. Každý z nich je jedinečný, má svůj příběh, svoji specifickou chuť, a navíc pochází z jiné části světa. A díky tomu je i velmi zajímavý pro e-commerce.



Legenda českých pískovišť slaví

Generacemi milovaná hračka už zase pomáhá převážet písek, kamínky, polínka, náradíčko, panenky a další pro děti důležitý náklad. Tradici plastové Tatry 148 obnovila přesně před deseti lety česká značka Dino. Ročně aut vyrobí a prodá kolem 50 000. Přestože je v nabídce více barev a provedení, nejžádanější zůstává oranžová klasika.

Za návratem hračky, se kterou vyrůstaly děti od 50. do 80. let minulého století, stála nostalgie. Když tatrovka krátce po revoluci zmizela z obchodů, začaly blednout i vzpomínky těch, kteří s ní zažili spoustu zábavy. Rodičům navíc chyběla ve výbavě pro děti, babičky a dědové ji chtěli dopřát vnoučatům. To byl jeden z hlavních impulzů pro českou značku Dino, která je spjatá s proslulými deskovými hrami jako Dostihy a sázky, Člověče nezlob se! nebo Z pohádky do pohádky. Retro model, jehož předlohou je terénní nákladní automobil Tatra T 148, na náš trh uvedla v roce 2014.

Deset let plastové Tatry od Dino:

1. Tatra 148 od Dino vyniká svým zpracováním – především mírou, v jaké dbá na bezpečnost dětí. Pyšní se certifikátem Bezpečná a kvalitní hračka a vyrábí se z potravinářského plastu bez ftalátů. Každé tři roky prochází testováním v českobudějovické pobočce Technického a zkušebního ústavu stavebního Praha, s.p., který posuzuje zdravotní nezávadnost i mechanické vlastnosti auta. „V České republice máme jedny z nejpřísnějších norem pro produkty, které jsou určeny dětem již od jednoho roku. Tatra 148 je splňuje do posledního detailu, což je pro nás zásadní,“ řekla Kristýna Miškovská, jednatelka společnosti Dino Toys s.r.o.

2. Nosnost retro Tatry od značky Dino je neuvěřitelných 100 kg. Model je velmi odolný a manipulaci s ním usnadňuje praktické madlo i bezpečnostní aretace korby. Pamětníci



starší Tatry zhruba ze 70. let si určitě vybaví otočný plastový volant, který se hned ulomil a dětským prstům pak hrozil úraz. Právě s ohledem na bezpečnost má model od Dino volant vylosovaný.

3. Plastová Tatra 148 se vyrábí na severu Čech v závodě společnosti Novoplast Liberec s.r.o. Stejně jako v případě značky Dino jde o rodinnou firmu s dlouhou historií, která staví na prvotřídní kvalitě a bezpečnosti výrobků. „Tatry vyrábíme z polypropylenů s potravinářským atestem. Tato plastická hmota ve formě kuliček s přídavkem barevného pigmentu se za teploty 190 °C vstříkuje do formy. Následně se zchladí a zhruba po 60 vteřinách se promění ve výlisky – jednotlivé díly auta. Ty následně smontujeme,“ přiblížil celý proces Jiří Vošoust, majitel a jednatel společnosti Novoplast Liberec s.r.o.

4. Na výrobu jednoho 72 cm dlouhého modelu se spotřebuje 2,6 kg plastické hmoty. Celkem se Tatra skládá z 22 dílů. Výroba jednoho kusu, včetně montáže, zabere zhruba deset minut čistého času.

5. Před deseti lety začínala značka Dino s jediným modelem, kterým byl ten oranžový. Současnou nabídku retro Tater tvoří pět barevných variací 72cm modelu. V oblíbě zákazníků však jednoznačně vede s podílem 45 % právě oranžová. Následuje červeno-modrá (25 %), khaki a růžová (shodně 10 %) a pak modrá (5 %). Setkat se ale můžete i s jinými barvami, které Dino nabízí v rámci za-

kázkové výroby. Například pro Mall.cz tak vznikla série červených Tater a v Albertu je k dostání světle zeleno-žlutá edice.

6. Nejnovějším modelem, který řadu doplňuje v roce 2019, je modro-žlutý bagr, který letos v květnu dostane novou oranžovo-žlutou podobu. I ta vychází z verze reálného bagru Tatra.

7. Za deset let se vyrobilo 509 000 kusů Tatry 148, model 72 cm. Ročně se v průměru prodá 50 000 této oblíbené hračky.

8. V zahraničí je Tatra známá převážně v zemích východní Evropy. Nejvíce se vyváží do Německa, především do oblasti bývalého východního bloku. Zaměřila ale i do vzdálenějších zemí, například do Izraele.

9. V roce 2016 se Tatra dočkala menší sestry. Model dlouhý 30 cm je ideální variantou do malých dětských pokojíků nebo na cesty. Dosud se ho prodalo více než 250 000. Kromě různých barevných provedení je k mání ve verzi bagr, valník, míchačka nebo hasičský a vojenský vůz.

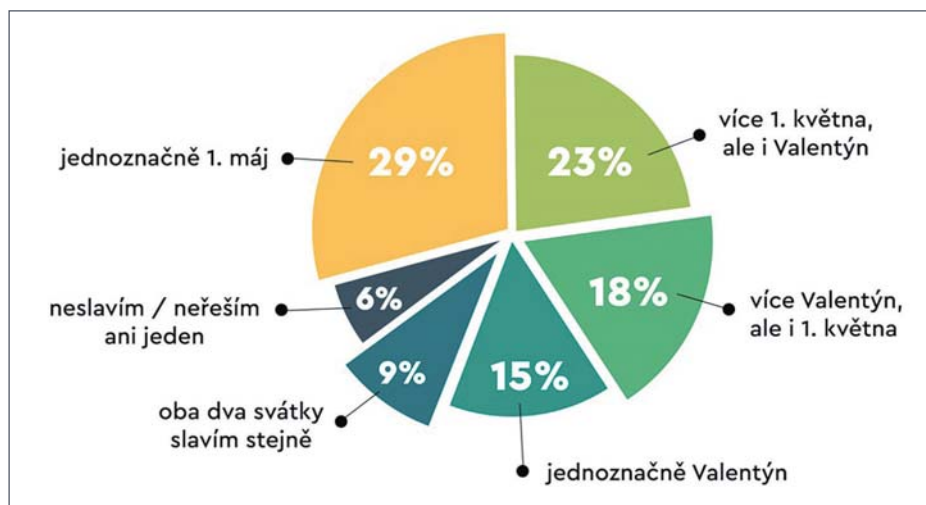
10. V rámci programu, na který má značka Dino licenci přímo od kopřivnické Tatra Trucks a.s., připravila pro děti řadu dalších her a hraček s originálními autorskými ilustracemi. Jde o populární sety na pískoviště stejně jako o nafukovací hračky do vody, bazény, stany, polštáře, také dřevěné kostky, deskové hry, lepoporelo a puzzle pro děti i dospělé. (tz)



Anketa Styx: jako svátek zamilovaných upřednostňují Češi 1. máj

Česká značka spodního prádla Styx ve spolupráci s e-shopem Trenýrkárna.cz v anketě zjišťovala, zda české ženy a čeští muži považují za svátek zamilovaných spíše svatého Valentýna, nebo 1. máj.

V České republice má 1. máj dlouhou tradici jako den zamilovaných, známý také jako Svátek zamilovaných. Tradiční je políbení pod rozkvetlým stromem, které má partnerům přinést štěstí a zdraví. Svátek svatého Valentýna získal na oblibě po roce 1989 a získal si od té doby mnoho příznivců. Jak je to s oblibou obou svátků dnes? Na 29 % českých žen preferuje jako svátek zamilovaných jednoznačně 1. květen. A 23 % pak preferuje 1. květen, ale za svátek zamilovaných berou i Valentýna. Naopak 18 % žen upřednostňuje Valentýna, ale slaví i 1. máj. Jednoznačně preferuje Valentýna 15 % českých dívek a žen. Zhruba 9 % žen slaví oba svátky stejně, 6 % je neslaví a neřeší vůbec. U mužů vítězí taktéž 1. máj, jednoznačně



jako svátek zamilovaných jej uvedlo 21 %. Valentýn jednoznačně označilo pak 8 %, 14 % mužů slaví oba svátky stejně. Okolo 12 % z nich preferuje 1. květen, ale slaví i Valentýna, 9 % pak preferuje Valentýna, ale slaví i 1. máj. Přibližně 36 % českých mužů neslaví

či neřeší toto téma vůbec. Jak muži, tak i ženy dávají spíše přednost svátku 1. máje, který má dlouhou tradici, před importovaným svátkem svatého Valentýna. Je tu ale také mnoho těch, kdo slaví svátky oba a k jednomu nich vyjádřili větší sympatie. (tz)

INZERCE



Maso, které chutná.

Párky, klobásky, paštiky, salámy, tlačanky, škvarky i sádlo, uzené a mnohé speciality. Dvě vlastní prodejny ve Skupicích a Sobětuchách. Další v Chrudimi, Hlinsku, Slatiňanech a čtyři v Pardubicích.



Řeznictví-uzenářství Francouz, s.r.o., vizitka poctivého podnikání a kvality ze Skupic



Velká porce radosti na talíři

Jednoho potěší, když si v restauraci objedná a za chvíli mu na stole přistane talíř třeba s jehněčím kolínkem a bramborovou kaší nebo tradiční smažák s tatarskou. Když posléze za spropitné vrchní poděkuje a je vidět, že mu udělalo radost. Tohle všechno by mělo fun-

govat nějak samo sebou. Jenže ne všude tomu tak je i přesto, že o své místo na slunci mnohá gastro zařízení bojují. Potěší tím spíš, když se host nachází v centru turistického ruchu. Tam, kde o jedlíky není nouze a místo u stolu se hledá jen těžko. A když oběd člověk pořídí za odpovídající cenu, opravdu se nají a neplatí jen za zážitek plný kreativních ornamentů na porcelánu nebo za to, že svým přáním obtěžuje.

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtete s námi

Parkování v Praze a platby mobilem

Využití mobilních aplikací při platbách parkovného je celoevropsky na vzestupu. V Praze vzrostlo za poslední dva roky o 14 %, přičemž na konci roku 2023 zde proběhlo tímto způsobem již 75 % plateb. Zákazníci v našem hlavním městě prostřednictvím zde dostupných parkovacích aplikací vloni provedli 9 410 000 transakcí v celkovém objemu 496 milionů korun. Přestože využívání mobilních parkovacích aplikací roste, Praha stále zaostává za městy, jako je Amsterdam nebo Kodaň, kde aplikacemi platí 92 %, resp. 95 % motoristů. Tyto údaje vyplývají z dat společnosti EasyPark a Technické správy komunikací Praha. V lednu 2022 podíl transakcí přes mobilní parkovací aplikace dosahoval v Praze již nadpoloviční většiny (61 %). Na konci roku 2023 pak vyšplhal na 75 %. Parkovací automaty oproti tomu využilo již jen 25 % platících. „Odhadujeme, že do několika let by se Praha v oblasti digitalizace parkování mohla vyrovnat nejvyspělejší evropským metropolím, jako je Kodaň nebo Amsterdam. Například Amsterdam byl na stejné hodnotě digitalizace, jako má aktuálně Praha v roce 2019. O pouhé dva roky později dosáhl již 92 %, což mu zajistilo čtvrté místo v rámci našeho indexu The Cities of the Future a třetí v případě The Smart City Mobility Index,“ řekl Patrik Piščák, ředitel společnosti EasyPark pro Česko a Slovensko. (tz)

partneři www.freshtime.cz



Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, květen 2024

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz **triangl print**

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

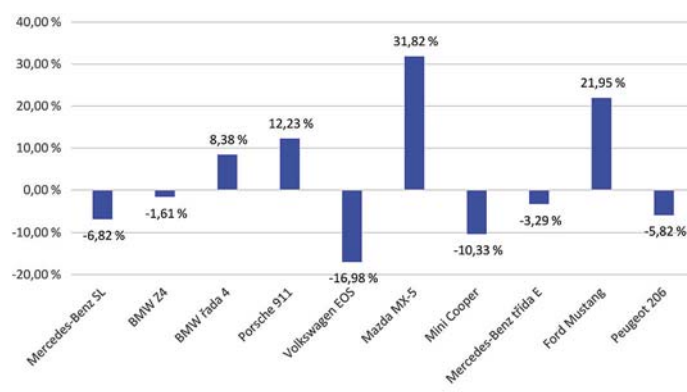
Vítr ve vlasech a ojeté kabriolety

Rostoucí teploty začínají lákat k projíždkám bez střechy nad hlavou. Řidičům, kteří by si rádi splnili sen o jízdě s větrem ve vlasech, nahrává letošní nabídka ojetých kabrioletů. V březnu měli na výběr z více než 800 inzerátů v cenách od 20 000 Kč do několika desítek milionů. Podle analýzy TipCars.com jsou přitom nejprodávanější kabriolety letos levnější než loni. Z deseti nejzinzerovanějších modelů je dostupnějších 6. Naopak u 4 průměrná cena narostla. Rekordmanem je Mazda MX-5 Miata, která je oproti březnu 2023 dražší o 32 %. „Kdo si chce splnit sen o kabrioletu, má letos šanci nakoupit za dobrou cenu,“ řekl Ing. Marek Knieža, ředitel TipCars.com. Průměrná cena většiny nejprodávanějších ojetin se stahovací střechou vykazuje klesající trend. Nejvíce se projevil u Volkswagenu EOS, který zlevnil o 17 %. Již tak dostupný Peugeot 206 je meziročně dostupnější o 6 %. „Mezi výjimky patří především ikonické modely jako Porsche 911, Ford Mustang a Mazda MX-5. Zatímco německý vůz meziročně podražil o 12 %, americký stoupl o 22 % a japonský si připsal 32 %.“



V desítku nejčastěji nabízených kabrioletů jsou nejsilněji zastoupené německé značky. Prvních pět pozic obsadily Mercedes-Benz SL, následovaný dvojicí BMW – modelem Z4 a řadou 4. Za nimi jsou Porsche 911 a Volkswagen EOS. Šestá příčka náleží japonské Miatě, tedy Mazdě MX-5. Sedmý je anglický Mini Cooper, osmý opět Mercedes, tentokrát třídy E. Deváté místo obsadil Ford Mustang. Desátým nejčastějším vozem je Peugeot 206. Ten také představuje nejdostupnější cestu ke kabrioletu. „Francouzská auta patří tradičně k těm dostupnějším. Dvěstěšestka je průměrně pod 50 000 Kč. Další výhodou je koncepce kupé-kabriolet. Střechu má místo látky z plechu. Ta sice v létě omezuje zavazadelník, ale v zimě zajišťuje dobrý tepelný komfort,“ připomněl Marek Knieža. Na opačném konci cenového spektra jsou modely jako Mercedes-Benz SL a Porsche 911. U nich je průměrná cena inzerovaných aut zhruba dva až čtyři miliony korun. Oba jsou přitom v nabídce zastoupeny pětikrát častěji než Peugeot 206. (tz)

Změna průměrné ceny 2023 vs. 2024



Kia Ceed SW

zvládne vlastně úplně všechno

Když se rozhoduje o typickém flotilovém autě, většinou firmy hledají něco praktického za příjemnou cenu. Něco, co není jen o výstředních nejnovějších technologiích, ale nabízí dokonalou funkčnost a intuitivní obsluhu. Kia Ceed SW kromě toho do rozhodovacího procesu přivádí atraktivní sportovní design a velkoryse koncipovaný interiér. Vlastnosti, které ocení nejen vaši lidé v práci, ale také ve volném čase.

Kia Ceed SW přijela v modernizované verzi na české silnice už přede dvěma lety. Zásah to byl omlazující. Výsledkem je robustně a velkoryse působící karoserie se zdravou dávkou drzosti. Designéři zapracovali na líbivé sportovním image, která je u českých řidičů zárukou sympatií. I nám se v redakci líbí. O to více, když vůz v testované úrovni GT může obléknout lak v oranžovém odstínu Fusion s kontrastními lesklými černými doplňky a těmi v povrchové úpravě ve stylu broušeného hliníku. Nižší výbavy se pak mohou těšit například z jasně modré Flame, která nechává linie karoserie doslova zasáhnout. Ale v případě flotilového vozu je nejsnazší sáhnout po bílém lakování, které dá vyniknout firemnímu logu i sloganu.

A jakou motorizaci volit? My bychom se přikláníli k testované variantě s benzínovým přeplňovaným ústrojím 1.5 T-GDI GPF se 118 kW výkonu. Rozhodování o volbě řazení už je složitější. Je-li vůz určen na dlouhé trasy, řídit ho bude obchodní reprezentant, který na cestách potřebuje být na telefonu takřka pořád, pak je tím nejlepším automat. Má tak plynulý chod, až chvílemi znejistíte, zda vůbec přeřadil na vyšší, nebo naopak nižší stupeň. Otáčky se pak drží obvykle v hodnotách pod 2000. Auto si hezky pluje po silnici, ale zdaleka nevyužívá potenciál všech koní pod kapotou. Dokud nepřepnete na režim sport, s nímž už se svezete



foto Kateřina Šimková

mnohem svižněji, avšak zasloužil by si možná o něco tužší naladěním řízení.

To ale neznamená, že by bylo auto nemotorné při předjíždění, nebo dokonce líné. Na silnici si umí zjednat pořádek a manévrování s ním je hračka, jen je potřeba počítat se vteřinovou prodlevou na plynovém pedále. A také ostřejšími rozjezdy, které umí zařadit sedmistupňová dvouspojková převodovka. Ale po pár dnech si na ni recept najdete.

Pokud ale potřebujete do flotily něco univerzálnějšího, díky čemu si řidič vyhraje s možnostmi vozu víc ve své režii, přikláněli bychom se k manuálu. S přeplňovaným benzínem o objemu 1,5 litru to bude držák. A konzervativně ladění kolegové vám za tuto volbu poděkují. Podvozek se pak řadí mezi ty tvrdší, ochotně ale komunikuje s řidičem. Podmaní si okresky a nezklame vás ani v serpentínách. Spotřeba námi testované motorizace se pohybovala v kombinovaném provozu kolem 6,5 l na 100 km.

Ačkoli interiér při omlazovacím zásahu nedoznal výraznějších změn, zasluží ocenění. Ceed SW je učebnicovým příkladem praktičností a vynikající ergonomie. Okamžitě máte jasno, co kde je a jak to funguje. To je v případě vozů, na nichž se řidiči střídají, zásadní přidaná

hodnota. Řešení interiéru v naší redakci budí nadšení, a my doufáme, že si tento přístup ještě nějaký čas automobilka uchová.

Kromě toho, že volant zdobí nové logo Kia, má jednu nespornou výhodu. Věncem skvěle padne do malých rukou. V testovaném modelu pak místo klasických budíků najdeme led přístrojový panel s líbivou a minimalistickou grafikou. Samostatnou kapitolou je vymakaný a přehledný infotainment. Vše je jasné na první dobrou, nic nemusíte složitě hledat. To je v dnešní automobilové realitě čím dál vzácnější, o to však cennější. Propojení s telefonem prostřednictvím služby Android Auto běží perfektně nejen v případě posledních modelů, ale i těch vyššího stáří, v našem případě jsme připojili Huawei P20 Pro z roku 2018. A všechny aplikace jsme měli po ruce během několika vteřin. Plynule, bez zádrhelů.

Kia Ceed SW boduje také velkorysým vnitřním prostorem. Potřebujete z firmy vyrazit v sestavě čtyř rozložitých dlouhánů? Není problém. Do jednoho auta se naskládáte lusknutím prstu, žádná scénka z komediálního filmu se nekoná. A stejně příjemná je i velikost zavazadelníku. Až pojedete chystat prezentaci firmy na kongres, můžete si na Ceed SW spolehnout. A když by měli zaměstnanci auto k dispozici i pro volný čas jako firemní benefit, mohou si bez starostí udělat prázdniny v pěti lidech, a možná zbude místo i pro psa.

Kia Ceed SW je sympaticky obyčejné auto s příznivou cenovkou. Jízdními vlastnostmi, designem ani řešením interiéru nezklame. Je praktické stejně jako hezké. Disponuje snad vším, čeho si řidič tradicionalista považuje. Ulehčuje život. Patří k normálním autům, o která by byla škoda přijít, protože zvládnou vlastně úplně všechno. A ví to i vaši zaměstnanci.

Kateřina Šimková



A modern kitchen featuring a combination of materials. The upper cabinets are white with a glossy finish, while the lower cabinets are black with a glossy finish. A section of the lower cabinets is finished with vertical wood slats. A countertop with a light-colored surface holds a potted basil plant in a decorative ceramic pot. To the left, a window with a dark frame looks out onto a green landscape. The wall behind the window is made of grey bricks.

Zakázková dřevovýroba
od mistrů svého oboru

PETROF
design

www.petrofdesign.cz