

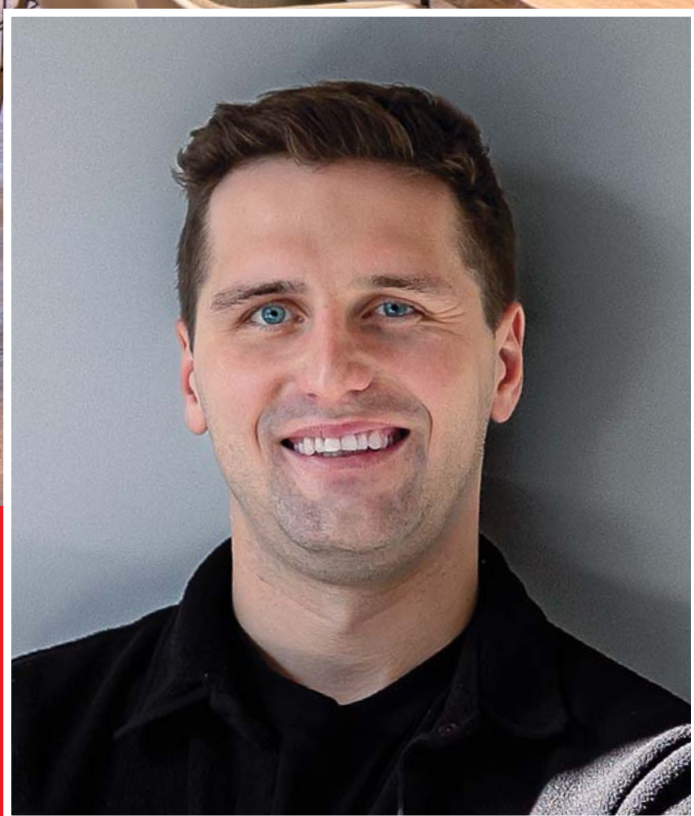
březen 2025

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

David Čermák
Štěpán Křeček
Arnošt Barna
Stanislav Janíček
Radim Kopáč
Jaromír Plachý
Tomáš Šroba



David Čermák

Vyrábíme high-tech nábytek
s otiskem tradičního řemesla

rozhovor na stranách 2–3

Vyrábíme high-tech nábytek s otiskem tradičního řemesla

Výrobu nábytku dnes dokážou výrazně urychlit nejmodernější stroje. Řemeslné detaily je ale stále nutné vytvářet ručně, jak to dovedou jen zkušení truhláři z masa a kostí. Přesně tím se řídí rodinná firma z Humpolce PROFIL NÁBYTEK, a.s., které navíc není lhostejná ani udržitelnost nebo podpora komunit. Jak vypadala její cesta od prvních dodávek pro nemocnice až po dnešní zakázky v zahraničí? A kam směřuje nyní? Na to odpověděl Ing. David Čermák, obchodní zástupce a syn zakladatele.



Ing. David Čermák

Vaše firma vznikla v roce 1991. Z čeho vzešel prvotní impulz? A šli byste do toho znovu?

To bychom museli vyzpovídat tátu Františka, který ji s dalšími třemi společníky zakládal (Jan Ságel, Roman Čeleda, Pavel Bokůvka). Byli to čtyři vyučení truhláři, kteří chtěli na trh přinést něco vlastního. Na začátku se zaměřovali hlavně na kanceláře a zdravotnictví, ale postupně se dostali ke komplexním realizacím různorodých interiérů. Všichni zakladatelé se na chodu firmy stále aktivně podílejí, a pokud můžu mluvit za ně, určitě svého rozhodnutí nelitují. Společnost se postupně rozrostla. Dnes je nás 80 zaměstnanců, máme i dlouhodobé externí spolupracovníky a posledních pět až deset let se zapojuje také druhá generace. Obrovskou výhodou je, že se vždy dokážeme domluvit, a tak firmu společně dál rozvíjíme. Moje sestry navíc mají vlastní architektonické studio Schwestern, které s námi úzce spolupracuje. Otec je obchodní ředitel a má teď na starosti strategičtější věci a větší zakázky, zatímco já řeším operativu a kromě obchodu pracuji se

svým týmem i na marketingu firmy. Vyzkoušel jsem si i jinou práci v zahraničí, ale v prostředí naší rodinné firmy jsem vyrůstal a je pro mě přirozené tu působit.

Jak se zrodila specializace na kanceláře a zdravotnictví? A rozšířilo se od té doby vaše portfolio?

V té době probíhaly velké investice do zdravotnictví. My jsme začínali výrobou nábytku pro praktické lékaře (nábytková řada PRAKTIK), a následně jsme získali zakázku na vybavení fakultní nemocnice Plzeň a Olomouc. Později se k tomu přidaly kanceláře úřadů i firm a v současnosti je naše portfolio klientů opravdu pestré. Nyní se podílíme na vybavení kanceláří, hotelů, restaurací, výstav, showroomů či dalších zajímavých projektů. Jsme rádi, že jsme se mohli účastnit na realizaci humpolecké 8smičky z našeho domovského města. Za zmínku ale stojí i showroom pro výrobce klavírů Petrof, mobilní domky Mobile Hut nebo showroomy firmy Peugeot, které jsme realizovali napříč Evropou.

Přiblížil byste nejúspěšnější projekty? A je naopak něco, co se nepovedlo?

Můj táta s ohledem na náročnost rád zmiňuje první zakázky v Beneluxu. Nejprve to byla nemocnice Nymegen, poté hotely a rekreační parky, a pak následovala realizace kanceláří radnice Utrecht, tedy jedna z nejnáročnějších montáží. V posledních letech jsme dodávali nábytek také do českých univerzit – například na ČVUT, VUT nebo Mendelovu univerzitu. A určitě stojí za zmínku také zakázka pro Škoda Auto, kde jsme se podíleli na vybavení přes 1300 pracovišť pro Laurin&Klement Kampus v Mladé Boleslavi a AFI City Tower v Praze. Do obou budov jsme dodávali například výškově stavitelné stoly, které jsou v současnosti velmi oblíbené. Pak to byly tři velké projekty pro ČEZ, například v Dukovanech, showroomy SIKO Česko a Slovensko a další. A pokud jde o to, na čem musíme zapracovat, dlouhodobě se snažíme dostat k zákazníkům naše tři nábytkové řady (MoveMe, TAK a Setup), což se nám až tolik nedaří. Spíš se přizpůsobujeme požadavkům a končíme opět u atypu. Jinak jsme ale na sériovou výrobu připraveni, a tak se snažíme těmito řadami zaujmout architekty, firmy a také investory.

Máte zakázky i v zahraničí, jaký podíl tvoří?

Zhruba 20 % obrátu připadá na práce v zahraničí a 80 % v tuzemsku. Chodíme i do evropských tendrů a aktuálně je jednou z našich největších zakázek vojenská nemocnice v Alžírsku. Pracujeme na tom už asi dva roky a montáž probíhala právě teď od října do ledna.

Popsal byste proces od návrhu k realizaci? Jde to vůbec nějak zobecnit?

Můžeme naši práci rozdělit na takové dva směry. První je, že zákazníka propojíme s našim interním architektem, který si vyslechne jeho představu, a společně připravíme návrh, kde využíváme například našich nábytkových řad. Po odsouhlasení jde nábytek do výroby, a následně zajistíme také montáž. Jelikož ale spolupracujeme s architektonickými studií, můžeme také obdržet návrh prostor od nich, a v tomto případě pak nábytek vyrábíme podle něj.

Co ve vašem pojetí znamená cirkulární nábytek?

Víme, že nás časem čeká ESG report. Už nyní tedy sledujeme naši uhlíkovou zátěž a nechali

jsme si zpracovat analýzu toho, co historicky děláme. Nechceme z toho dělat greenwashing a o udržitelnosti jen mluvit, ale skutečně se snažíme tyto aktivity ještě více prohlubovat, například spolupracujeme s lokálními dodavateli z Humpolce a okolí a také se zaměřujeme na pronájem nábytku na akce, což je pro nás i zajímavá forma prezentace. Takto spolupracujeme třeba s Píseckým víkendem módy a designu nebo konferencí Happiness at Work, kam dodáváme regály, stoly, věšáky a doplňky z roxoru z řady TAK.

Dále je pro nás cirkularita o dlouhé životnosti a možnostech repasování, recyklace nebo upcyclace. Vyrábíme nábytek, který vydrží dlouhé roky, a pak ho můžeme zrepasovat nebo rozestat na díly a roztřídit k likvidaci. Často se mu ale nejdřív snažíme najít druhý život a smysl. A v neposlední řadě na cirkularitu myslíme i při vývoji nových produktů, kdy vybíráme zejména udržitelné materiály. Zatím jsme v lineární ekonomice, ale cesta k cirkularitě je v procesu.

Daří se vám spojovat tradiční řemeslo s aktuálními trendy?

Odvíjí se to od našich řad, třeba v případě regálů vycházíme z tradičních spojů, které znáte z lešení. Drží tedy pohromadě bez jakýchkoliv vrutů a můžou na sebe různě vertikálně navazovat. Pracuje se tam s překližkou i masivem a celkově je to hodně variabilní systém, ke kterému se dají připojit nástěnky, tabule, věšáky atd.

Naší přidanou hodnotou je high-tech výroba, které ale stále nechybí ruční dopracování.

V roce 2019 jsme se stěhovali do nové haly, kde máme nejnovější stroje, které nás výrobně posunuly dál. Zároveň ale nechceme, aby naše práce byla pouze „robotická“ a zcela automatizovaná, proto naše produkty mají vždy nějaký prvek vyžadující ruku truhláře, ne robota. Třeba v MoveMe to jsou žebra pod stolem, která slouží jako designový prvek, a navíc je díky němu deska odolnější.



Vyplatila se vám modernizace výroby? Je to vidět na obratu za poslední roky?

Dříve jsme měli sídlo v centru Humpolce, kousek od náměstí. Přesunuli jsme se ale na okraj města, konkrétně na území brownfieldu vedle vlakového nádraží. Máme zde novou výrobu s technologií od německé firmy Homag. Prvotní záměr byl, abychom ulehčili centru od kamiónů a my měli více prostoru. Nyní jsou tedy v našich bývalých prostorách kanceláře, ale také kavárna s možností coworku, menší truhlářská výroba a komunitní zahrada pro kulturní akce. Co se týče obratu, do covidu jsme rostli, potom jsme zaznamenali dočasnou stagnaci, ale od té doby zase rosteme meziročně zhruba o 15 %. Letos budeme mít obrat téměř 300 miliónů a jedním z důvodů bylo právě i zvýšení efektivity výroby. Navíc jsme chtěli zaměstnancům poskytnout benefit v podobě jednosměnného provozu, který si teď na kompletacích skutečně můžeme dovolit. Pro všechny výrobní zaměstnance to tedy znamená změnu k lepšímu. Na CNC strojích zůstává provoz dvousměnný, ale plánujeme pořídit lepší vybavení, včetně strojů s robotickými rukama, které přispívají k lepším pracovním podmínkám pro naše zaměstnance, a tedy k jejich zdraví a životní po-

hodě. Chceme jim práci usnadnit, ale i velké série musí podle nás mít tu přidanou hodnotu řemesla, takže na konci je nutné každý výrobek ručně dopracovat.

Chystáte letos nějaké novinky a změny?

Ano, vyvíjíme nové nábytkové řady, nyní například dokončujeme již zmiňovaný Setup, tedy jen katalogově, výrobně už je vymyšlený. Dále začínáme spolupracovat s architektonickým studiem na vývoji nového produktu, který bychom na podzim rádi prezentovali na Designbloku, kde jsme ještě nebyli. Máme za sebou jiné veletrhy (například i zahraniční ORGATEC), ale tohle bude premiéra. Pak se stále snažíme modernizovat výrobu a posouvat se směrem k robotizaci a také jsme letos zahájili větší edukaci zaměstnanců, kterým nabízíme jazykové kurzy a školení. Rovněž nyní pracujeme na novém vizuálu našich apartmánů v Krkonoších, tvoříme nové logo, stránky i název apartmánů dříve známých jako Stará škola, nově to bude Apartmán Mezi horami. Nachází se u Vysokého nad Jizerou a můžou tam jezdit naši zaměstnanci, a zároveň jej i komerčně pronajímáme.

ptala se Dana Halušková





foto Pixabay

Zlato přijímají ve všech zemích na světě a při předání nezanechává digitální stopy



Ing. Štěpán Křeček, MBA

Investice do zlata nestárnou. Tento drahý kov lidem přináší stále určitou jistotu a je vhodný jak pro náročnější subjekty, tak pro začínajícího investora. Co tedy především přináší?

Zlato je fenomén, který výrazně ovlivňuje lidstvo již zhruba 4000 let. Za tu dobu se nik-

Zlato je zcela výjimečným aktivem, které má více než 4000 let dlouhou historii, za kterou se nikdy nestalo bezcenným. Od počátku civilizace až do současnosti je odhadováno, že bylo vytěženo 187 200 tun zlata, z čehož přibližně pětinu drží centrální banky ve svých rezervách. Zlato má stále až magickou moc. Šperky z něj zhotovené nestárnou, stejně tak jako třeba korunovační klenoty. Ne nadarmo lidé začali používat pojmenování „zlato“ tehdy, když chtěli označit špičkovou úroveň výrobku, služby, něčeho výjimečného, nadmíru kvalitního. Pochvala „jsi zlatý“ označuje člověka, který pro nás vykonal něco mimořádného, co nám přivodilo velkou radost a potěšilo nás. Jak je to s investováním do zlata? Na to nám odpověděl Ing. Štěpán Křeček, MBA, hlavní ekonom BH Securities a.s.:

dy nestalo bezcenným, proto je považováno za dobrého udržitele hodnoty nejen u konzervativních investorů. Lidé na zlatě oceňují, že si na něj mohou sáhnout a odnést si ho domů. Nejde vytisknout jako peníze a není imaginární tak jako v jistém slova smyslu některá jiná aktiva. Zlato přijímají ve všech zemích na světě a při předání nezanechává digitální stopy. Navíc v posledních letech cena zlata výrazně stoupá.

Zlato v devizových rezervách Evropy a Ameriky hraje významnou roli, v případě České republiky zase nabývá na významu. Ale máme ho stále přece jen málo oproti jiným a prozíravějším...

Zlaté rezervy České národní banky se dostaly na své historické minimum v roce 2019, kdy dosahovaly pouze osmi tun. Od té doby na-

růstají a na konci roku 2024 již dosahovaly úrovně 51,2 t. To však tvoří stále jen 2,9 % devizových rezerv. Podle údajů World Gold Council mají největší zásobu zlata o velikosti 8133,5 t ve Spojených státech, kde tvoří 75,1 % rezerv. S výrazným odstupem na druhém místě se nachází Německo. To vlastní 3351,5 t zlata, což tvoří 74,1 % rezerv. Třetí v pořadí zemí je Itálie, která vlastní 2451,8 t zlata, což tvoří 71 % tamních rezerv.

Lidé na zlatě oceňují, že si na něj mohou sáhnout a odnést si ho domů. Nejde vytisknout jako peníze a není imaginární tak jako v jistém slova smyslu některá jiná aktiva.

Kolik tun zlata má dnes ČNB k dispozici? A je pravdou, že je uskladněno z velké části v Anglii?

Guvernér České národní banky Aleš Michl chce zlato dál průběžně nakupovat tak, aby-
chom v roce 2028 měli v devizových rezervách sto tun zlata. I po těchto nákupech však zlato bude tvořit jen necelých 6 % devizových rezerv. Většina zlata z rezerv ČNB je bezpečně uložena v Londýně, odkud je snadno obchodovatelné na světových trzích. ČNB také mimo jiné čas od času zlato půjčuje ostatním centrálním bankám, což generuje úrok. Proto nelze jednoduše říci, že vlastnictví zlata nepřináší žádný okamžitý výnos. Část zlata je uložena i v budově ČNB v Praze, jde primárně o zásoby určené pro výrobu zlatých mincí ČNB.

Loni zlato udělalo podle vaší poslední tiškové zprávy radost rodinným portfoliím. Jak to vysvětlit?

V loňském roce stoupla dolarová cena zlata o 27,2 %. Zlato tedy nejenom ochránilo rodinné úspory před inflací, ale pomohlo je výrazně zhodnotit. Myslím, že s investicemi do zlata mohou být lidé v posledních letech spokojeni. Ještě na začátku roku 2023 stála unce zlata 1800 dolarů, dnes se již přibližujeme k úrovni 3000 dolarů.

Očekáváte i letos takto zajímavé výsledky, když inflace polevila?

Myslím, že cena zlata již o dalších 27,2 % ne-
vzroste, ale dvouciferného zhodnocení bychom dosáhnout mohli. Ve světě vidíme mnoho napětí a nejistot. Mnozí investoři se raději stáhnou do bezpečných přístavů, kam můžeme zařadit i zlato.

Sběratelům a investorům nabízíte zajímavé zlaté edice, jejichž prostřednictvím mohou uchovávat a zhodnocovat rodinný majetek. Co chystáte v tomto směru letos?

Každý rok připravujeme zcela unikátní projekty ve velice limitovaném množství kusů. V loňském roce jsme s Michalem Vitanovským, který je autorem Řádu Bílého lva, nejvyššího státního vyznamenání České republiky, vyrazili 150 kusů dvouuncových zlatých mincí Bedřicha Smetany. Uplynulo totiž přesně 200 let od jeho narození. Pro letošní rok chystáme další unikátní projekty. Půjde o mince, na kterých bude Giacomo Casanova a Isaac Newton.

Budou mince s „portrétem“ svůdce Casanovy kupovat spíše ženy, nebo jejich mužské protějšky? Investorky by právě tímto motivem mohly být skvěle naladěny...

To jsem sám zvědav. Obecně platí, že investiční zlato více nakupují muži než ženy, ale v posledních letech nám výrazně narostl po-

čet investorek do zlata a projekt Giacomo Casanova děláme tak trochu pro ně a věříme, že je osloví.

Naznačil jste, že spolupracujete s předním českým výtvarníkem Michalem Vitanovským, který je autorem řady cenných mincí, například té s podobiznou Einsteina. Je těžké přijít s novými náměty?

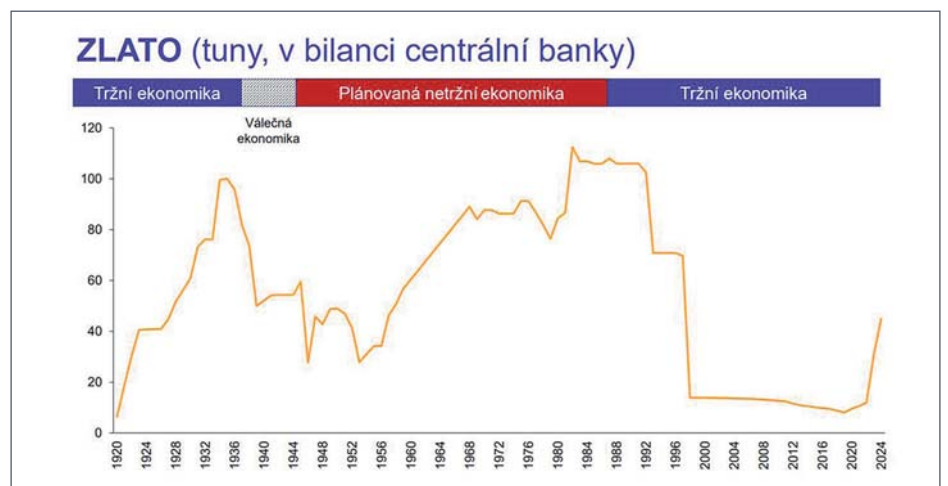
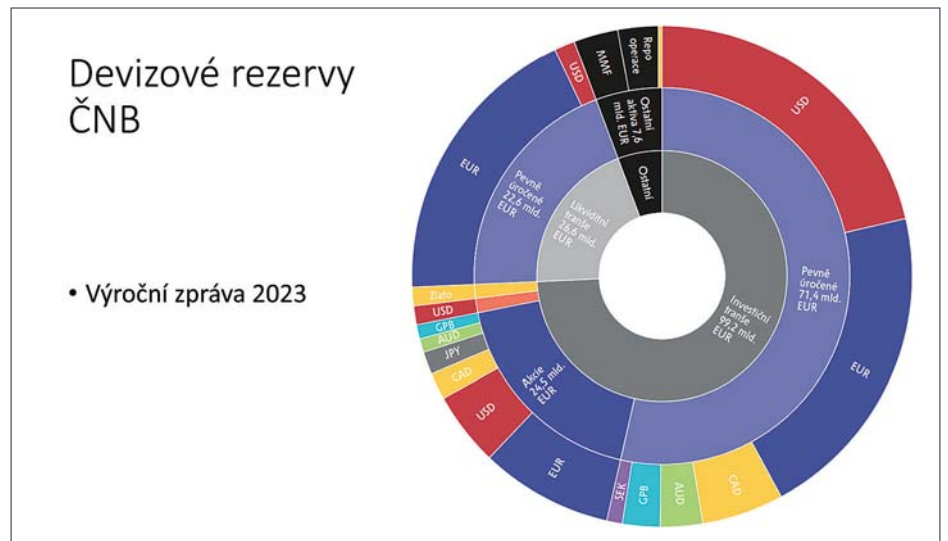
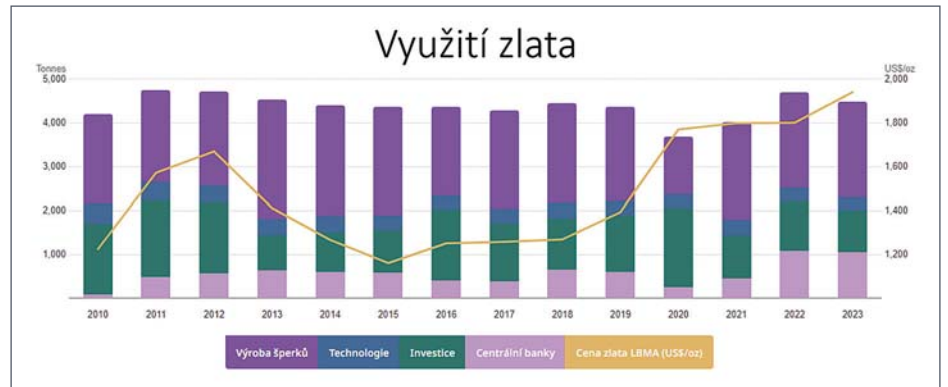
Naše projekty vyjadřují uznání významným osobnostem. Často jsou časovány tak, aby se trefily do kulatých výročí. V minulosti jsme vydali i zlaté slitky s motivy planet naší Sluneční soustavy, rovněž máme projekty zamě-

řené na architekturu, takže nemusí vždy jít jen o portréty významných osobností.

Čím hodláte podpořit letos apetit zájemců o ukládání peněz do zlata?

Chceme dál dělat svou práci nejlépe, jak to dokážeme. Věříme, že lidé to ocení. Všechny naše limitované edice jsou vyprodané, takže chceme pracovat na nových. Na našich postupech však nehodláme měnit nic. Dále budeme využívat staré metody výroby, dbát na nejvyšší kvalitu a naše série budou mít velice omezené počty kusů tak, aby byly sběratelsky hodnotné.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi



Místo rozšiřování dealerské sítě se zaměříme na bohatší nabídku bezemisních vozů



Ing. Arnošt Barna

Co je letos hlavní strategickou linkou pro značku KIA v České republice?

Značka Kia se drží strategie nastavené v souladu s tzv. plánem S, který přijala v roce 2020. Ten nám stanovuje cestu k dosažení uhlíkové neutrality do roku 2045 pomocí konkrétních kroků. Těmi postupně snížíme uhlíkovou stopu ve výrobě, následně v logistice, v provozu vozidel a v dalších oblastech. Do cílového roku jsou to ale ještě celé dvě dekády, přičemž technologický pokrok v automobilovém průmyslu je otázkou jednotek let. I proto počítám s tím, že inovace, do kterých v Kia investuje obrovské částky, nám celý proces zjednoduší, zlevní nebo zkrátí.

Do roku 2027 budeme disponovat nabídkou 15 plně bateriových modelů, z toho 11 bude k dispozici v Evropě, včetně České republiky. K tomu se v ČR již blížíme s aktuální nabídkou čtyř elektrických modelů a dalšími třemi, které letos plánujeme na tuzemský trh uvést. Milníkem letošního roku bude rozšíření nabídky osobních vozů Kia o lehké užitkové portfolio modelů, které bude reprezentovat elektrický premiant s označením PV5. Snažíme se však držet široké portfolio produktů, aby si vhodný vůz u nás našel každý. Také proto chceme kromě rozvoje nabídky

Značka Kia je na českém trhu dobře viditelná. Pamatuji se na její začátky. Někteří se na tato auta dívali skrz prsty, protože fandili jen domácí výrobě. Jiní nedůvěřovali tomu, co neznali. Další ale předvíдали, že se otvírají dveře netušenému potenciálu, který pomůže změnit pohled na automobilový business v několika ohledech. Ukázalo se, že výsledky předčily očekávání. Kia se etablovala jako tvůrce nových hodnot v mnoha souvislostech, ať už jde třeba o ochranu životního prostředí, inovativní a zcela průkopnické technologie, které člověku dávají smysl a přinášejí komfort v bezpečnosti provozu, úspoře času. Češi si tuto značku oblíbili. Přesvědčila je o své přidané hodnotě. Začali o ní přemýšlet a uznávat benefity, jež nabízí. Jsou to chytrá auta s atraktivním designem, která oceňují zájemci napříč generacemi. Doplňme jen, že Kia byla založena v roce 1944 a je nejstarší korejskou automobilkou. Ing. Arnošt Barna, generální ředitel Kia Czech, přiblížil plány roku 2025:

elektromobilů vyrábět a prodávat i spalovací vozy, včetně hybridních a plug-in hybridních, dokud bude po těchto vozech poptávka a umožní to legislativa. Proto i v tomto roce plánujeme na český trh uvést novinky s tradičním spalovacím motorem.

Nebojíte se zapřísáhlých odpůrců elektromobilů?

Myslím, že „tradiční obavy“ odpůrců jsou dnes již na úrovni vyvrácených mýtů. Moderní elektromobily mají běžné dojezd přes 500 km, v případě městského crossoveru EV3 dokonce až 605 km, což je pro běžný provoz dostatečné. Neustále roste i počet dobíjecích

bodů, a prodlužuje se i životnost baterie, na kterou navíc naše značka poskytuje tradiční sedmiletou záruku a garanci 75 % kapacity po dobu záruky. Osobně tedy již rozhodování o pořízení elektromobilu nevnímám jako zvažování možných obav, ale například jako posuzování preferencí či zájmu o odlišný typ technologie.

Čím letos zákazníky hodláte překvapit?

V letošním roce doplníme naše čtyři bezemisní modely o další zásadní novinky, u kterých jsme přesvědčeni, že na trhu chybí, a těmi jsou EV4 ve dvou karosářských variantách hatchback a sedan, a také EV5. Na své si přijdou





i nadšenci do super výkonných modelů, kde nabídneme EV6 GT disponující výkonem 650 koní a nově také EV9 GT s výkonem 508 koní. Nabídku osobních modelů doplní modernizovaná Kia Sportage. Letos, jak jsem již zmínil, značka Kia nově vstoupí do zcela nového segmentu elektrických lehkých užitkových vozidel s modely PBV, a to konkrétně s jeho prvním zástupcem Kia PV5, který představíme ve verzi N1 a M1.

Jaká věková kategorie má o elektrický pohon největší zájem?

Nemyslím si, že je zájem o elektromobilitu otázkou generace. Spíše hodnot, vztahu k inovacím, míry konzervativnosti, životní situace, individuálních podmínek zájemce a podobně. Pokud byste dali na výběr mladému člověku a seniorovi mezi elektromobilem a spalovacím vozem a vysvětlili u obou všechny plusy a mi-

nusy, nevsadil bych s jistotou na preference toho či onoho jen podle věku.

Kolik dealerů pro značku pracuje? Poroste jejich počet?

Zákazníci značky Kia mohou navštívit na 58 autorizovaných dealerství ve strategických městech napříč celou Českou republikou. Letošní rok dokončujeme rozvoj a redesign stávajících showroomů, který započal před třemi lety a jehož kompletace vyvrcholí na konci roku. Místo rozšiřování dealerské sítě se zaměříme na nové výzvy spojené se strategickým rozšiřováním nabídky bezemisních vozů a vstupem do segmentu LCV. Budeme zkvalit-

Milníkem letošního roku bude rozšíření nabídky osobních vozů Kia o lehké užitkové portfolio modelů, které bude reprezentovat elektrický premiant s označením PV5.

ňovat doplňkové služby, včetně nabídky řady poprodejních produktů zákazníkům, a podnikat nezbytné kroky pro dosažení dlouhodobých cílů v oblasti mobility.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Odevzdal nalezené peníze a dostal za to pivo na rok zdarma

Osmašedesátiletá žena si v bankomatu v centru Kladna zadala výplatu peněz, 10 000 Kč ale nechala ležet v přístroji a odešla. Její peníze po chvíli objevil Martin Bušek. Poctivý nálezcce kontaktoval městskou policii a předal jí pět dvoutisícových bankovek. Policie majitelku peněz našla, a ještě ten den jí peníze předala.

Martin Bušek se zachoval poctivě a příkladně. „To se musí ocenit. A může se to i odměnit, což jsme rádi udělali. Martinovi jsme předali Bernardovu cenu, kterou představuje velké zlaté srdce, certifikát a také naše pivo Bernard na rok zdarma,“ řekl Zdeněk Mikulášek z Rodinného pivovaru Bernard.

Pro Martina Buška, který nyní pracuje jako školník v kladenské střední škole, to přitom není první podobný čin. „V bývalém zaměstnání jsem pracoval jako číšník při konferencích a po jedné akci jsem objevil zapomenutou kabelku. Po dvou dnech se k ní přihlásila ma-

jitelka a řekla, že v ní má 80 000, což jsem ani nevěděl,“ vyprávěl při přebírání ceny Martin Bušek.

Rodinný pivovar Bernard svoji cenu uděluje za mimořádné, příkladné a férové činy. V minulosti

to bylo např. za fair play ve sportu, nezištnou pomoc druhým, cenu získaly například i sportovní týmy či nadace. Přehled oceněných a jejich příběhy najdete na webu pivovaru www.bernard.cz/cs/nas-svet/bernardova-cena. (tz)



Martin Bušek

Chléb je v podstatě takový náš český klenot

Když vám doma dochází chleba, jste z toho nervózní? Možná ne, ale víte, že cosi není v pořádku, že se cosi děje. Co na tom, že rohlíky ještě zbyly, že je i zásoba „toustáku“, nějaký ten zrníčkový trvanlivý chlebič také... Ale bez klasického bochníku „obyčejného“ chleba se jen těžko žije. Do našich domácností přináší klid, jistotu a spokojenost, a také přispívá ke každodennímu komfortu. Ať už si ho namažeme máslem nebo sádlem, paštikou, či k němu přikusujeme kousek sýra, nebo ho zvolíme jako přílohu k dršťkové polévce, vždycky jsme schopni si na něm pochutnat. Ale nejen to. Představuje symbol naší kulinářské kultury, odkazuje na tradice i mistrovské umění českých pekařů. Aby bylo ještě více vidět, aby se o něj začali znova hojně zajímat ti, kteří se rozhodují, jakou po škole zvolí profesi, a chtěli se jím v budoucnu živit, a abychom se my všichni o pekařině dověděli i spousty zajímavostí, o to se snaží Svaz pekařů a cukrářů v ČR. Ten má také svého chlebového sommeliéra. Je jím Stanislav Janíček:



Stanislav Janíček

Zdobí vás titul chlebový someliér. Kdo s tímto nápadem přišel?

Byl to společný nápad se Svazem pekařů a cukrářů v ČR v době covidu, kdy jsem musel pracovat z domova a měl jsem čas jako host – pekařský odborník navštívit několik pořadů v televizi. Tak jsme si s kolegy ze svazu řekli, že by nebylo špatné mít pro takové příležitosti stálého zástupce pekařského řemesla, tedy chlebového someliéra.

Proč je potřeba šířit povědomí o významu chleba a pečiva mezi Čechy, když právě oni patří k takovým milovníkům pokladů české kuchyně?

Chléb a pečivo jsou jedny ze základních potravin, které jsou dlouhodobě nedocenené. Chtěl bych poukázat především na praxnost a význam našeho oboru, aby tomu u nás bylo jako v zahraničí a pekař byl uznávaná osobnost. Myslím si, že dobrá zkušenost byla v do-

bě covidu, kdy si mnoho lidí peklo doma. Zjistili tak, že pekařina není úplně jednoduchá nebo že pokaždé neupečou identický výrobek. Navíc spolu se Svazem pekařů a cukrářů chceme naše řemeslo přiblížit mladé generaci a přilákat do oboru nové talenty.

Podáváte se tedy za tu dobu, co se snažíte prostřednictvím svazu sdělovat Čechům objektivní i atraktivní informace, probudit v nich zájem o řemeslo?

Myslím si, že určitě ano, jsme mnohem více vidět nejen na YouTube kanále, ale i na sociálních sítích a také v médiích – v časopisech, v televizi i na rozhlasových stanicích. Dále řemeslo zviditelňujeme prostřednictvím nejružnějších soutěží, jako jsou Chléb roku a Pekař roku, a aktuálně máme i nový merch opatřený naším sloganem Peču na to!, ze kterého mám velkou radost.

Z jakého důvodu ale mladá generace před lety ztratila zájem pracovat v pekárnách?

Můj dojem je, že ona obecně nemá moc zájem pracovat, a to napříč všemi obory. Často by nejraději „dělali“ z domova a vydělávali balík peněz. V poslední době mám ale osobně pocit, že v pekárnách začínají více pracovat i ty mladší ročníky, ti, kteří jsou pro obor zapálení. Je to vidět třeba i na tom, že novým trendem jsou u nás i malé bistro pekárny s kavárnou.

I menší provozy čeká automatizace, robotizace a nové technologie, takže časem odpadne noční výroba a práce na směny. Ne- ní to povzbuzením?

U menších provozů je úplná automatizace nemožná a vždy tam bude podíl ruční práce, která je zároveň jakýmsi podpisem každé malé pekárny. Dnes ale existuje mnoho pomocníků v podobě strojů a robotů, které i v malé pekárně přijdou vhod.

A co si začas budeme moci představit pod pojmem ruční výroba?

Ruční výroba je v podstatě celý pracovní proces od samotného přepočítání receptur přes vážení surovin a zpracování těsta až po vážení a tvarování. Po kynutí následuje úprava v podobě dekorace – nařezávání, sypání apod. A v poslední fázi je to sázení do pece, vypékání z pece a příprava do přepravek k následné expedici nebo prodeji koncovým spotřebitelům.

Dobrý řemeslník pracuje i srdcem, do svých výrobků či služeb dává kus sebe a svůj vztah k zákazníkovi. Nebude to v příštích letech jeden z hlavních atributů, na jejichž základě bude o konkrétní produkci stále zájem?

Určitě ano, a to jak od samotného přístupu majitele pekárny k zákazníkům a zaměstnancům, tak i od řemeslníků neboli zaměstnanců pekárny k majiteli podniku, případně zákazníkovi.

Není tajemstvím postup, který zaručí, aby byl rohlík voňavý, křupavý a dobře chutnal?

Těch podmínek je hned několik. Základem jsou samozřejmě kvalitní suroviny, správné složení receptury a zpracování těsta, včetně upečení do křupava a následného skladování.

A jak odpovědět těm, kteří hlásají, že pochoutky z mouky jsou zlo na zemi?

Myslím, že platí obecně u všech potravin, že vše by se mělo konzumovat s mírou. Rozhodně neplatí o mouce, že by to byl jed, jak k ní někteří lidé v této době přistupují. Naopak jsem přesvědčen, že pečivo je základní potravinou, které bychom si měli vážit, a rozhodně bychom se neměli bát kvalitní pečivo konzumovat.



Chléb může mít mnoho podob, variant, příchutí... Proč se nám nikdy nepřejí?

Troufám si říct, že jsme v podstatě chlebová velmoc a takové množství druhů chleba jako u nás jinde ve světě nelze najít. Na soutěži Svazu pekařů a cukrářů se každý rok setkáváme s novými příchutěmi chlebů, konkrétně v kategorii Chléb bez hranic. Musím konstatovat, že i mě, zkušeného pekaře, někdy

tyto novinky mile překvapí. Chléb je v podstatě takový náš český klenot, který se dá konzumovat jak nasladko, tak i naslano. Rovněž ho jíme jako přílohu k hlavním pokrmům. Český chléb je natolik originální, že nám po čase začne prostě chybět. Myslím, že tento pocit zažilo mnoho z nás třeba při zahraniční dovolené.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Díky zdravějším lidem můžete být silnější firmou

Benefit Plus, přední český poskytovatel volnočasových zaměstnaneckých benefitů a digitálních stravenek, uspořádal na konci února HR event s názvem Za hranice nových zdravotních benefitů. Cílem bylo představit širší možnosti jejich čerpání, která spočívá v podpoře wellbeingu a zdravého životního stylu, v prevenci i péči o duševní zdraví zaměstnanců. Účinkující, mezi nimiž byl i chirurg Tomáš Šebek, vysvětlili, proč jsou zdravotní benefity, jejichž limit se nově navýšil na 46 557 Kč ročně, klíčové nejen pro firmy, ale také pro celou společnost.

Jako první vystoupil chirurg, podnikatel v oblasti zdraví a spisovatel Tomáš Šebek, který účastníky seznámil s pojmem délka života ve zdraví. U českých mužů, kteří se průměrně dožívají 76,9 roku, dosahuje délka života ve zdraví 61,2 let a u českých žen 62,4 let oproti průměrné délce života 82,8 roku. Aktuální limit pro odchod do důchodu je 65 let, což znamená, že poslední 3–4 roky v zaměstnání už lidé v podstatě nepracují, ale spíše

stonají. A právě z tohoto důvodu by se zdraví zaměstnanců měly aktivně věnovat i firmy.

Tomáš Šebek na datech z portálu dataozdravi.cz ukázal, co ovlivňuje zdraví jednotlivce:

- 35 % individuální chování
- 26 % genetika a biologie
- 22 % socioekonomické faktory
- 10 % zdravotní péče
- 7 % životní prostředí

Ve výdajích Ministerstva zdravotnictví však tvoří náklady na zdravotní péči celých 49 %. Oproti tomu k individuálnímu chování směřují pouhých 4 % z celkových výdajů, které v roce 2024 překročily 500 miliard korun. „Nemá smysl si za extrémně drazé vynaložené prostředky prodlužovat délku života, je třeba soustředit se na prodlužování průměrné délky života ve zdraví,“ argumentoval Tomáš Šebek.

„Zdraví nejvíc ovlivňuje to, jak se o něj staráme my sami. My jej máme ve svých rukou. A zdraví se neodehrává v nemocnicích a poliklinikách, ale ve firmách a v domácnostech. A jsou to právě firmy, které přispívají zhruba polovinu do státního rozpočtu, proto by měly na stát apelovat, aby s prostředky nakládal smysluplně a zaměřil se v rozpočtu na to, co

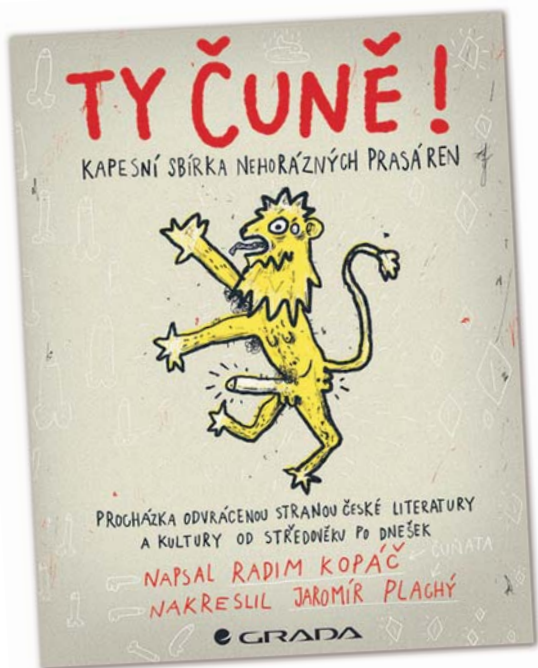
může zdraví skutečně ovlivnit,“ řekl Tomáš Šebek.

Mezi řečníky se objevil také daňový poradce specializující se na zaměstnanecké benefity Robert Bezečný, který na praktických příkladech vysvětloval, co do daňově zvýhodněné oblasti zdravotních benefitů spadá, a co už ne. „Zjednodušeně platí, že výdaje ve státem uznaných certifikovaných zdravotnických zařízeních do daňového zvýhodnění s limitem 46 557 Kč spadají,“ popsal.

Na závěr vystoupil CEO společnosti Benefit Plus, jenž event pořádala, Ondřej Tyl, který vysvětlil, že zdravotní benefity nejsou jen další daňová výhoda: „Otevírá se zcela nová, zákonem schválená kategorie benefitů, která firmám dává jedinečnou příležitost aktivně podpořit zdraví, vitalitu a produktivitu svých zaměstnanců. V Benefit Plus je vnímáme jako klíčový krok k celkovému zlepšení pracovního prostředí a kvality života. Léky a zdravotní pomůcky jsou jen jedním dílkem skládačky, možnosti jsou mnohem širší,“ sdělil.

A poodhalil i plány společnosti Benefit Plus v oblasti zdraví: „Přicházíme s novým programem MúzaLife, který se zaměřuje na zdraví zaměstnanců a podporu dlouhověkosti. Chceme spolu s našimi partnery posunout zdravotní benefity od řešení následků k aktivní prevenci a celkové podpoře wellbeingu.“ (tz)

Prasárny dělají z literátů zas jenom lidi



Téma, které zajímá každého, ale málokdo se k tomu přizná. Proč tomu vlastně tak je?

Radim Kopáč: Může za to asi obecně zvnitřnělý stud, daný dost krutými dějinami, hlavně národně obrozeneckou hysterizací tělesnosti, a pak samozřejmě taky různě dlouhými a intenzivními etapami podvolení a zotročování, soustavným ničením zdejších elit, vyháněním svobodného a kreativního ducha pryč, do exilu. Bylo by vlastně divné, kdyby tady sexualita proudila tak svobodně jako třeba ve Francii. A naopak, kdyby tady neproudila vůbec jako třeba v Rusku. Co myslíš, Jaromíre?

Jaromír Plachý: Jsou to jenom sprostárny, a zakázané ovoce nejlíp chutná! Pokud by se z nevhodných slov nebo obrázků staly vhodné, tak by podle mě ztratily to kouzlo. Něco jako Vánoce každý den. Na chvíli fajn, ale po měsíci byste bramborový salát nemohli ani cítit.

Lectivé obrázky potkáváme nejen na veřejných záchodcích, ale i na lavičkách v parku, na stolcích ve vlaku, na stránkách knížek v antikvariátu, ve zkoušecích kabinkách prodejen oblečení. O čem to svědčí? O zvláštní, magické energii, která chce ven a neumí si v člověku o tom říci na jiném místě?

Radim Kopáč: V člověku to prostě je. Jako v koze. Sexualita je pudová. To se nedá potlačit nebo rovnou zničit. Musí to ven. A jde to

Ty čuně! Tak se jmenuje knížka, kterou s notnou dávkou nadsázky i odvahy vydal Nakladatelský dům GRADA. Autorem textů je Radim Kopáč a ilustrací se ujal Jaromír Plachý. Jejich příjmení jako by napovídala, do čeho se vlastně pustili. První jmenovaný vykopl k diskuzi téma nikoli nové, ale opomíjené, a svým způsobem atraktivní. Druhý, ač Plachý, na plachého zrovna nevypadá, neboť svými kresbami zabrousil do komnat, kam se těla i duše našich literátů uchýlovala, ať už tomu chceme věřit, či nikoli. O čem publikace je, naznačují podtituly: Kapesní sbírka nehorázných prasáren a Procházka odvrácenou stranou české literatury a kultury od středověku po dnešek. Zda kniha rozčeřila cudné vody české literatury, necháme na úvaze čtenářů. Dočká se dalšího vydání? Rozhodne čas a chtíč zákazníků. Rozhovor s tvůrci máte před sebou:

ven, ať chceme, nebo nechceme. Takže sprosté obrázky nebo průpovědky na veřejných záchodcích jsou naprosto v pořádku. Jde o bezprostřední způsob kanalizace sexuální touhy. Spontánní, a navíc komický, kritický. Prostě zdravě podvrtný.

Jaromír Plachý: No, abych mluvil z vlastní zkušenosti, já určitě potřeboval upustit magickou energii. Jinak ani svou magickou energii vypouštět nedokážu než právě pomocí kreslení kosočtverců a penisů. A taky je to sranda. Mě třeba svého času bavilo někomu někým nakreslit kosočtverec. Třeba někomu do diáře, na kraj stolu a tak podobně. A když na to pak dotyčný narazil, tak mě jeho reakce vždycky pobavila!

Co znamená intimno pro grafika? Je to velké téma? Je to zakázané ovoce i v době, kdy se o sobě dovíme úplně vše prostřednictvím sociálních sítí, kdy nic není tabu? A je dobře uchopitelné?

Jaromír Plachý: Intimno – to slovo ve mně evokuje nějaký něžný cit, ale ta knížka je spíš takový protipól, jde po té hrubé slupce ovoce jménem láska.

Přicházely nápady na ilustraci této pozoruhodné publikace samy, nebo jste se trochu trápil nad tím, jak věc pojmut?

Jaromír Plachý: Ty texty v knize byly natolik konkrétní, že v tom nějaké záludnosti moc hledat nešlo. Zjednodušeně řečeno je to

proud výrazů jako „kunda“, „mrdat“, „hovno“, „čurák“... Takže hned při prvním čtení mi vyvstávaly na mysl ty notoricky známé záchodové kresbičky a kosočtverce na zdech. Nicméně – na té knize se mi líbí, že není samoučelná, že je tam pěkně popsáno, jak se tyto nejhrubší výrazy používaly napříč historií a které velké osobnosti to kdy vypustily ze svých per na papír. Takže kromě kosočtverců jsem do knížky zakomponoval i realističtější kresbičku té či oné osobnosti, protože je to opravdu kouzelné, když člověk zjistí, jaký sprosták byl třeba Jan Werich nebo Jaroslav Vrchlický. Pokud má člověk smysl pro humor, tohle si zkrátka užívá.

Literaturu v tom nejpravějším slova smyslu jsme vždy spojovali s čímsi krásným, ušlechtilým, povznášejícím, měla z nás tesat

lepší já, málokdo by se býval smířil s tím, že autoři byli přeci jen lidé z masa a kostí, jen to o nich skoro nikdo nevědělo. Jak je to dnes?

Radim Kopáč: To je trochu hloupé reziduum národního obrození. Pokud jde o prasárny nejruznějšího druhu, bylo devatenácté století děsně netolerantní, vlastně jenom dohled a trest. Tedy cenzura. Čili lež. Když k té cenzuře připočteme slavné rukopisné mystifikace, čili další lež, vychází z toho, pokud jde o původní českou literaturu, potažmo kulturu, vlastně dost pohyblivé, nepevné, falešné podloží. Dneska je líp i stejně špatně. Líp díky záslužně osvobodivým lekcím avantgardy, která znovu rezonova-

la v druhé polovině šedesátých let, a hůř kvůli nejrůznějším typům, a to častokrát v dost vysokých funkcích, co si svoji zmrzačenou sexualitu a poničené emoce léčí tak, že svůj osobnostní průser berou jako míru věcí. Alan Hollinghurst v Českém rozhlase 2018 nebo kladenské divadlo Lampion před pár dny jistě vědí, o čem je řeč...

A nevyklučuje se ctnost a akceptovatelná morálka-noblesa s živočišnými choutkami?

Radim Kopáč: Ve veřejném prostoru asi ano, ale v tom privátním ať si každý akceptuje ctnosti, morálku a noblesu, jaké chce. Co je komu do toho, jaké prasárny a s kým děláte doma pod peřinou? A pokud dotyčný nebo dotyčná ty prasárny sublimuje v literárním textu, tím líp! Prasárny dělají z literátů zas jenom lidi. A umění, nebo neumění napsat dobře prasárnu, to je prubířský kámen každého, kdo píše. Skoro výchozí orientační bod!

Čerpali jste z mnoha pramenů, ale k současnosti jste se už nedostali. Byl to záměr? Čeká nás pokračování v podobě analýzy toho, co dnes vzniká v srdcích a počítačích umělců?

Radim Kopáč: Poslední kapitola knihy pracuje i se současností. Dojde tu nakonec i na velmistra v oboru prasáren všeho druhu, autora legendární hlášky „Kunda sem, kunda tam“. A pokračování? Proč ne? Možná ale s trochu jinými důrazy, v jiném žánru. Ale každopádně s Jaromírem.

Co bylo obtížnější na přípravě: texty, obrázky, celkové pojetí, nebo úvahy o tom, co ještě čtenář snese, a co by už bylo za hranou?

Jaromír Plachý: Za výtvarnou stránku musím říct, že ke konci už jsem byl trochu přehlcený vlastními obrázky. Já chtěl tu knížku pojmout co nejbohatěji, doslova ji zaplavit ad absurdum pindoury a kosočtverci, ale zároveň to nějak posunout. Udělal jsem třeba uzal na penisu, aby dotyčný nezapomněl, a podobně. Ale stále vymýšlet nějaké takové legrácky, to nejde donekonečna, takže jsem si oddychl, když jsem byl na konci a mohl zas kreslit kočičky a sluníčka.

Radim Kopáč: Co to znamená „za hranou“? To je přece

každého věc. Za hranou není nikdy obrázek nebo text, za hranou je vždycky ten, kdo se na ten obrázek negativně kouká nebo ten text negativně čte. Prasárny ožívají teprve ve čtenářské projekci.

Knihla Ty čuně! není víc než nastavené zrcadlo. Podívejte se.

Jak jste oslavili okamžik, kdy bylo takzvaně hotovo? Kdy jste věděli, že nakladatelství tuhle „srandu“ skutečně vydá?

Jaromír Plachý: Já měl hotovo až v momentě, kdy jsem knížku držel v ruce. Ještě do poslední chvíle jsem řešil obálku a toho lva na ní. Byly obavy, že by někdo mohl mít pocit, že przníme státní symbol! Já chtěl jen použít něco, co evokuje český národ napříč historií, jako třeba Říp nebo Švejk, a zároveň to nějak „nabourat“ – právě tak, jak si lidi vždycky dělali legraci z těch nejvážnějších věcí. Nakonec se to myslím vyřešilo na principu kosočtverce. Každý ví, co ten symbol představuje, ale rozhodně to není realistické ztvárnění toho, co představuje.

Svým způsobem jste odvážní, vsadili jste na kartu, kterou si zákazník žádá, ale zdráhá se to přiznat. Měli jste během přípravy nějaké dilema, ptali jste se sami sebe, zda má smysl knížku vydat právě takto?

Radim Kopáč: Je otázka, co si zákazník dneška vlastně žádá. Vydat tuhle knížku v roce 1990 nebo 1991, prodáme sto, možná sto padesát tisíc výtisků. Dneska je ale jiná doba: digitál zvalcoval analog, porno je všude na dvě tři kliknutí. Takže je třeba jít svou cestou: kreativně, s autentickou komikou a kritikou, jak jsem zmínil. A ta odvaha – to není odvaha, to je normální, přirozené vnímání věci. Mrdání, sraní a prdění jsou tady odjakživa. To, že s tím má někdo problém, není náš problém. Natož problém literatury nebo kultury.



Ukázka z knihy Ty čuně!

Radim Kopáč

se narodil v roce 1976 v Praze. Vystudoval žurnalistiku a mediální studia na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Pracuje jako literární a výtvarný kritik, editor, kurátor, dramaturg a moderátor. Vyučuje na Pedagogické fakultě Univerzity Karlovy. Je autorem řady knih na témata z kulturní a společenské periferie posledních století, například Praha kafkovská (s P. Stančíkem a L. Nayevo, 2024), Kafkova abeceda (s P. Stančíkem a Š. Marešem, 2024), Příšerná hostina (2023), Všechno je špatně, zpátky na stromy! (se Š. Stejskalem, 2022) a Praha ožralá (s P. Stančíkem, 2021). Je ženatý, má tři syny.

Jaromír Plachý

se narodil v roce 1986 v Mělníku. Vystudoval filmovou a televizní grafiku na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Pracuje jako kreslíř a animátor ve vývojářském studiu Amanita Design, kde se podílel na hrách jako Happy Game, Chuchel a Botanicula. Ilustroval více než desítku knižních publikací, nejčastěji napsaných a sestavených folkloristou Janem Nejedlým, jako Mistr sportu skáče z dortu (2014), Malý humorista (2016), Hororová čítanka (2019), Tři naháči na tryskáči (2019), Cirkus Mrňousek (2020) a Lidová tvořivost (2020). Je ženatý, má syna a dceru.

A máte nějaké drsné informace, které jste se rozhodli nezařadit?

Jaromír Plachý: Za výtvarnou stránku ne. Snad všechno, co šlo nakreslit, jsem tam nakreslil. I sex dvou hovínek tam je!

Radim Kopáč: Drsné informace se k nám stahují poslední roky z jiných koutů. A zařazené jsou v našich životech den co den, ať chceme, nebo nechceme...

Myslíte si, že bude potřeba udělat dotisk, jinými slovy, že publikace půjde na dračku?

Jaromír Plachý:

Jestli čtenář není blb, ale inteligent, tak by si tuto knížku měl pořídit, a ideálně ji dát i babičce v rodině jako dárek k Vánocům nebo šefovi v práci. Takže uvidíme, jaký typ čtenáře na českém trhu převažuje. Já doufám, že ten druhý.

za odpovědi poděkovala
Eva Brixl

Máme totiž unikátní recyklační linku pro glykolové odpady



Tomáš Šroba

Jsou chladicí a nemrznoucí směsi skutečně tak velkou zátěží pro naši planetu, jak odborníci tvrdí? Není to přehnané?

Nemrznoucí směsi mohou být ekologickou zátěží, pokud nejsou správně likvidovány. Obsahují chemické látky škodlivé pro životní prostředí i zdraví, a pokud se dostanou do půdy nebo vodních toků, mohou způsobit kontaminaci a ohrozit ekosystémy. Zvláště nebezpečné jsou použité směsi, které mohou obsahovat těžké kovy a další nečistoty. Proto je důležité, aby s nimi bylo nakládáno odpovědně a nedocházelo k jejich nekontrolovanému úniku. Tvrzení o jejich negativním dopadu však nelze paušalizovat. Při správném zacházení, například prostřednictvím recyklace nebo bezpečné likvidace ve spalovnách nebezpečného odpadu a chemických čistírnách lze jejich ekologickou stopu výrazně snížit. Jako výrobci klademe důraz na udržitelná řešení a podporujeme recyklaci jako nejlepší cestu ke snížení environmentálního dopadu těchto kapalin.

Provozujeme unikátní technologii, která je jediným komplexním řešením tohoto typu ve střední Evropě. Ta umožňuje efektivní recyklaci nemrznoucích směsí s nízkou spotřebou energie a chemikálií, čímž umožňuje znovuvyužití glykolu a vody při výrobě nových chladicích kapalin.

Použité chladicí a nemrznoucí směsi mohou být velkou ekologickou zátěží. Je proto nutné s nimi zacházet jako s nebezpečným odpadem. Moderní technologie ale nyní umožňuje tyto chemikálie recyklovat a vrátet v plné kvalitě do oběhu. Ve střední Evropě pak ojedinělý způsob umožňuje společnosti Classic Oil zpracovat stovky tun nebezpečných látek a vytvořit z nich opět použitelné produkty. Celý proces nakládání s odpadem je přitom velmi jednoduchý. Stačí shromáždit použité kapaliny a kontaktovat odběratele. Týká se to například velkých autoservisů, obchodních a kancelářských budov, sportovních areálů či autodopravců. „Zatím se setkáváme spíše s tím, že lidé o naší technologii neví a pořád řeší problém likvidace chladicích směsí,“ vysvětlil Tomáš Šroba, jednatel společnosti. Classic Oil s.r.o. je česká rodinná společnost zabývající se výrobou antifreezeů, chladicích a teplosměnných kapalin a oblastí private label. Hlavní sídlo má ve středočeském Buštěhradě a kromě České republiky působí na trzích v Německu, na Slovensku, v Rakousku, Rumunsku a mnoha dalších. Kromě výroby se pustila, jak bylo naznačeno, i do likvidace odpadních látek. Jak to celé funguje, o tom již více Tomáš Šroba:

A nemusely by být hrozbou pro přírodu, kdyby se s nimi zacházelo rozumně?

Nemusely. Při správném zacházení tyto směsi nepředstavují významnou hrozbu pro přírodu. Pokud jsou správně skladovány, používány, a především likvidovány prostřednictvím recyklace nebo odborných zařízení. Klíčem je odpovědná manipulace a prevence nekontrolovaného úniku do životního prostředí. Moderní recyklační technologie navíc umožňují jejich opětovné využití, čímž se snižuje potřeba výroby nových kapalin a zároveň se minimalizuje ekologická stopa.

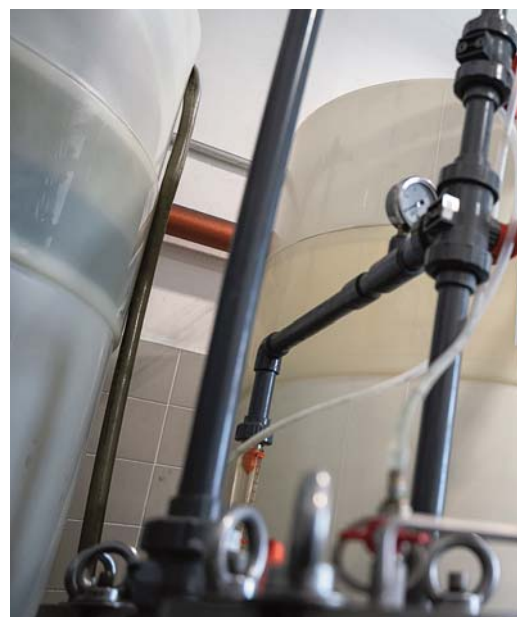
Vaše společnost ví, jak takové chemikálie recyklovat?

Ano, naše společnost Classic Oil nejenže umí recyklovat chladicí kapaliny, ale tuto

činnost aktivně provádí. V roce 2024 jsme přerecyklovali 468 t glykolového odpadu a vrátili ho zpět do oběhu pro další využití. Máme totiž unikátní recyklační linku pro glykolové odpady, která je jediná svého druhu v České republice i střední Evropě. Díky této technologii dokážeme efektivně zpracovávat použité nemrznoucí směsi a obnovit jejich využitelnost, čímž, jak už jsem zmínil, snižujeme potřebu výroby nových kapalin.

Jste ve střední Evropě jediní, kdo si s takovým odpadem umí poradit. Co si tedy pod tím představíte?

Provozujeme unikátní technologii, která je jediným komplexním řešením tohoto typu ve střední Evropě. Ta umožňuje efektivní recyklaci nemrznoucích směsí s nízkou spotřebou energie a chemikálií, čímž umožňuje znovuvyužití glykolu a vody při výrobě nových chladicích kapalin. Na rozdíl od běžných metod likvidace, jako je spalování nebo chemická neutralizace, naše recyklační technologie





umožňuje opětovné využití cenných surovin při výrobě chladicích kapalin. Tím snižujeme závislost na panenských surovinách a podporujeme cirkulární ekonomiku v průmyslovém sektoru.

Na jakém principu technologie pracuje?

Samotná technologie kombinuje několik separačních procesů, které postupně odstraňují nečistoty a obnovují použitelnost glykolu. Nejprve dochází k hrubé sedimentaci a filtraci, při které se odstraní mechanické nečistoty a oleje. Následuje koagulace, která eliminuje železo a další koloidy, a adsorpce na aktivním uhlí, která odstraňuje barviva a zbytkové oleje. Klíčovým krokem je však elektrodialýza, moderní elektrochemický separační proces. Pomocí iontovýměnných membrán a stejnosměrného napětí jsou z kapaliny odstraněny anorganické a organické soli. Výsledkem je čistý vodný roztok glykolu s minimálním obsahem nečistot a vodivostí pod 0,3 mS/cm,

který je následně připraven k dalšímu použití při výrobě nemrznoucích kapalin.

Je to know-how vaší rodinné firmy? Máte metodu chráněnou?

Nikoliv, recyklační technologii jsme vyvinuli ve spolupráci s výrobcem membrán, českou firmou MEGA. Máme jako jediní licenci pro Českou republiku. Nicméně technologii si můžete koupit kdokoli v zahraničí, nebo dokonce i naši čeští konkurenti od jiného výrobce membrán na podobné technické bázi. Neučinil tak dosud nikdo... Jednak hledání odpadů je velmi náročné a bez špičkově vybavené laboratoře nemáte s využitím odpadů šanci. Ohrozili byste tím kvalitu vlastních produktů.

Působíte v řadě evropských zemí. Tam exportujete nebo také recyklujete?

Do zahraničí samozřejmě exportujeme, převážně pod privátními značkami našich zákazníků. V loňském roce jsme vytvořili rekord, kdy jsme více vyvezli, než prodali v Čechách. Co se týče naší recyklační linky, ta má jediný provoz v Buštěhradě. Odpady se snažíme svázat k nám. To v případě zahraničí naráží na značnou zastaralost legislativy, která na přeshraniční přepravu kouká jako na něco nekalého, kdy se chce bohatší stát zbavit odpadu likvidací v chudší zemi. Přitom jsou produkty/odpady, které dokážou druhotně využít jen v některých státech v EU – ne ve všech členských zemích. Snažíme se tuto legislativní byrokracii změnit, ale jsme malý pán.

Co chystáte v souvislosti se zpracováním použitých směsí do budoucna?

Je toho více, snažíme se zlomit náročnost přeshraniční přepravy odpadů k nám (poplatky, povolení, kauce). První vlašťovka by brzy mohla přijít ze Slovenska. Poslední dva roky jsme kapacitou překonali v druhotném využití alternativní likvidaci glykolů spalováním

(300 t za rok), do budoucna se chystáme pokořit i samotné ČOV (Čistírny odpadních vod) a penetraci do cementu (> 600 t). Zároveň přemýšlíme také o pořízení novější výkonnější technologie na recyklaci do nových provozů, s tím, jak postupně získáváme více a více nových použitých nemrznoucích směsí.

Je toho více, snažíme se zlomit náročnost přeshraniční přepravy odpadů k nám (poplatky, povolení, kauce). První vlašťovka by brzy mohla přijít ze Slovenska. Poslední dva roky jsme kapacitou překonali v druhotném využití alternativní likvidaci glykolů spalováním (300 t za rok), do budoucna se chystáme pokořit i samotné ČOV (Čistírny odpadních vod) a penetraci do cementu (> 600 t).

A je složité prosazovat mezi zákazníky a odběrateli myšlenku ekologické likvidace odpadů?

Ano, je to složité. Odpady a recyklace technických kapalin jsou velmi komplexní oblastí, ve které stále existuje určitá neznalost. Mnoho uživatelů, kteří mají glykolový odpad, neví o možnostech ekologické likvidace, i když se v této oblasti aktivně snažíme zviditelnovat přínosy recyklace a edukovat veřejnost. Navíc, i když recyklace představuje levnější alternativu k energetickému využití nebo likvidaci kapalin, je stále těžké tuto myšlenku prosadit u některých provozovatelů, kteří jsou zvyklí na tradiční způsoby likvidace. Naším cílem je však ukázat, že ekologická recyklace je výhodná nejen z hlediska šetrnosti k životnímu prostředí, ale i z ekonomického pohledu.

ptala se Eva Brixí



Roman Vaněk se stal tvářou propanu

Renomovaný gastronomický expert a zakladatel Pražského kulinářského institutu (Prakul) Roman Vaněk od letoška spolupracuje se společností Primagas. Stal se ambasadorem pětikilových láhví plněných čistým propanem, které jsou určeny zejména pro grilování a venkovní vaření.

Společnost Primagas byla první, kdo začal na českém trhu ve větší míře nabízet pětikilové tlakové láhve plněné čistým propanem, a to pod produktovým názvem Grill Gas. Lehčí a skladnější balení, které ale stále obsahuje dostatek plynu pro delší použití, si mezi zákazníky získalo velkou oblibu. Menší praktičtější láhve se lépe hodí pro použití při různých venkovních akcích, čistý propan namísto klasické směsi propan-butanu zase vyniká lepšími užitnými vlastnostmi.

Propanové láhve ve velkém využívají rovněž mnohá gastronomická zařízení. Pokrmy na plameni spalujícím čistý propan připravuje i Roman Vaněk, věhlasný popularizátor gastronomie a autor kuchařských bestsellerů. „Pokud mám něco podpořit, nechci jen sehrát roli figurky, kterou grafik umístí někam na plakát, ale musí to mít smysl a nějakou logickou návaznost na to, co dělám a čím jsem,“ vysvětlil Roman Vaněk, který v rámci Pražského kulinářského institutu používá motto Prostě vás naučíme vařit, o kterém ale prohlásil, že jej časem přehodnotil. „Učíme víc než vařit, učíme vaření porozumět! I proto mi dává smysl podpořit osvětu ohledně kvality, bezpečnosti i praktického využití propanových láhví,“ dodal.

Primagas se ve své komunikaci dlouhodobě zaměřuje také právě na otázku bezpečnosti a správného zacházení s propan-butanovými



Roman Vaněk

láhvi. I proto stojí např. za projektem Bezpečné láhve, který vznikl pod patronací České asociace LPG. „Roman Vaněk je uznávanou autoritou v oblasti gastronomie. Oceňujeme, že zaštití pětikilové láhve Grill Gas i další produkty a služby, mj. též v Česku zatím unikátní e-shop s propanovými lahvemi Primagas Express, který zajišťuje rychlé dodání plynu v Praze, Brně a nově též v Olomouci,“ řekl Jiří Karlík, generální ředitel společnosti Primagas. Pražský kulinářský institut již v rámci spolupráce s Primagasem, která odstartovala v tomto roce, připravil průvodce světem propanových láhví. Příručka, která bude dostupná v Prakulu, na vybraných prodejních místech Primagasu i elektronicky, obsahuje nejdůležitější fakta o propanu či propan-butanu, praktické tipy ohledně nákupu, používání i skladování tlakových láhví i „plynový slovníček“. Primagas je součástí nadnárodní skupiny SHV Energy, která je předním světovým distributo-

rem off-grid energií, jako jsou LPG a LNG, a je aktivní v oblasti udržitelných paliv a obnovitelných energií. SHV Energy poskytuje energetická řešení, která jsou čistá, nízkouhlíková a decentralizovaná, a to 30 miliónům firemních zákazníků a domácnostem. Dosahuje toho za pomoci 12 100 zaměstnanců ve 25 zemích na čtyřech kontinentech.

V Česku společnosti Primagas úspěšně působí od roku 1994 a patří k lídrům trhu LPG. Kromě LPG (propan-butaná a čistý propan v láhvích a zásobnících) dodává na český trh jako jediná rovněž bio LPG. V produktovém portfoliu má i dodávky ekologických chladiv a neodorizovaných plynů pro aerosoly a od roku 2020 je též jedním z klíčových dodavatelů zkapalněného zemního plynu (LNG) pro dopravní účely v rámci České republiky. (tz)



Strojírenství v roce 2025:

Profika očekává větší zájem o robotizaci a využívání AI

Situace na trhu práce i požadavky na přesnější a opakovaný výkon budou letos nahrávat silící poptávce po zavádění robotizace v oboru strojírenství. Stále častěji budou firmy zavádět umělou inteligenci, která primárně poslouží k vyhodnocování dat, a tím i zvyšování efektivity produkce. Společnost Profika, odborník na CNC stroje, která na českém a slovenském trhu působí už od 90. let minulého století, shrnuje očekávané trendy roku 2025.

České strojírenské firmy se stále perou s nedostatkem kvalifikované pracovní síly. Tento faktor společně s tím, že klienti stupňují své požadavky na větší přesnost, rychlost a opakovatelnost, vede k větší míře zavádění robotizace. „To je vidět na téměř každém našem prodeji obráběcího stroje. Skoro vždy po nás chce zákazník ukázat možnosti, jak nový stroj zautomatizovat, popřípadě ho chce alespoň připravit po technické stránce tak, aby bylo zavedení automatizace v budoucnu co nejsnadnější. Trendem v robotizaci zůstává univerzálnost a jednoduchost implementace do výrobního procesu. Hlavně u nových zákazníků, kteří s automatizací mají malé nebo žádné zkušenosti, jsou tyto parametry klíčové. Společnosti s větší zkušeností s automatizací pak poptávají velké komplexní celky, protože již vědí, co mají od automatizovaného pracoviště očekávat a jaké jsou reálné a klíčové parametry pro jejich výrobu,“ řekl Jakub Kaufman.

man, který se ve společnosti Profika stará o rozvoj robotizace. Potenciál umělé inteligence si začíná uvědomovat i relativně konzervativní obor, jako je strojírenství. „Primárně se dá AI využívat k vyhodnocení velkého množství nasbíraných dat. To platí právě ve strojírenství, kde se to dá aplikovat ve smyslu prevence a proaktivního hlídání technického stavu stroje. Konkrétně se dají měřit teploty, vibrace, hluk, a například i zvuky stroje. Ohromné množství dat se pak musí vyhodnotit, což je velmi náročná práce, u níž je potřebná velká pečlivost. A tomu právě napomáhá AI. Různé skokové výchyly, ale i trendové změny jsou pak vyhodnoceny, aby došlo například k včasné výměně ložiska vřetena dříve, než bude mít jeho stav vliv na kvalitu výroby,“ vysvětlil Jakub Kaufman.

Jistá část trhu je a bude vždy spíše konzervativní, někteří klienti Profiky si ale troufají na modernější řešení. Kupují technologicky vybavenější stroje, které svou komplexností pokryjí velkou část technologických požadavků. Výroba na takových strojích je primárně přesnější, s menším nárokem na manipulaci s díly a zároveň s nutností menšího počtu operátorů. „To s sebou ale nese nároky na kvalitu obsluhy – musí mít adekvátní technické znalosti,“ uvedl Jakub Kaufman. I to může být důvodem, proč se některé společnosti i přes dostatek prostředků na nákup nových technologií zatím nechystají. Zásadní vliv na jistotu na trzích i ceny surovin a dílčích komponentů mohou mít i globální faktory. Ruská agrese proti Ukrajině stále ovlivňuje



Jakub Kaufman

ceny i míru dovozu oceli, která tvořila podstatnou část exportu obou zemí. Výrobní kapacity Ukrajiny snížilo například zničení ocelárny Azovstal v Mariupolu, ruský dovoz do Evropy omezují přijaté sankce. Toto jsou negativní prvky, které ovlivňují přímo naše zákazníky, jejich výrobu i jejich konkurenceschopnost na globálním trhu. Situace se od roku 2022 propíše i do letoška. Svůj díl mohou přidat i ekonomická rozhodnutí Donalda Trumpa a nové americké administrativy. „Pokud se navýší cla na dovoz výrobků z Evropské unie, čeští exportéři strojírenských výrobků (např. automobilové komponenty nebo průmyslové stroje) by teoreticky mohli čelit vyšším nákladům při vývozu do USA,“ shrnul Jakub Kaufman. (tz)

Polovina firem systematicky buduje svoji značku zaměstnavatele

Employer branding je v Česku mezi zaměstnavateli poměrně nová disciplína. Systematicky se mu věnuje už 53 % firem, déle než pět let ale jen 35 %. Vyplyvá to z online průzkumu personální agentury Předvůběr.CZ mezi stovkou stálých respondentů z řad majitelů a šéfů firem.

„Věřím tomu, že rychle naroste počet firem, které si uvědomí, že budování značky zaměstnavatele zvyšuje jejich atraktivitu na trhu práce. Jen 12 % dotázaných to nepovažuje za nutné,“ řekl František Boudný, ředitel Předvůběru.CZ. Nejčastější překážkou je nedostatek lidských a finančních zdrojů nebo skutečnost, že si s tím nevědí rady. Kromě sdílení firemních hodnot je nástrojem employer brandingů nejčastěji interní komunikace (89 %), teambuilding (68 %) a sociální sítě (56 %). Na 44 % dotázaných uvedlo další komunikaci i s kandidáty, kteří neuspěli u pohovoru. Třetina firem podporuje a vyhodnocuje online recenze zaměstnavatele,

stejný podíl zaměstnavatelů měří atmosféru uvnitř firmy. Rovněž třetina respondentů jako nástroj budování zaměstnavatelské značky uvádí webové stránky, 22 % má dokonce speciální kariérení stránky. Pětina firem vyhláší soutěže typu zaměstnanec měsíce nebo pobočky a u deseti zaměstnavatelů je potenciálním kandidá-

tům online k dispozici konkrétní personalista. „Na aktivity employer brandingů zaměstnavatelé vydají nejčastěji desetinu rozpočtu určeného na personalistiku,“ dodal František Boudný s odvoláním na 80 % respondentů průzkumu. Zbývající pětina dotázaných na budování značky zaměstnavatele vyčlení až 25 % zdrojů. (tz)

Nástroje employer brandingů





Stáří přeje **připraveným...**

Nepřipouštějte si, že byste mohli zestárnout a duchem jste stále mladí? To je dobře, jste optimisté. Ale i ti s veselou myslí a velkou odvahou, lidé nad věcí, osobnosti businessu, čas od času přemýšlejí o rocích, jež jsou před nimi. Ať jsou dobře zajištěni, nebo ne, otázky kolem zdraví, možností, soběstačnosti přicházejí, aniž o ně lidé žádají. Občas kartami pohody zamíchají nečekané události, sem tam strach, někdy i špatná zkušenost s řešením nejobyčejnějších záležitostí dne. Pak si člověk říká: nemohl jsem něco udělat jinak? Lépe? S předstihem? Odpověď je jasná. Ano, mohl...

S rostoucí délkou života a stoupajícími náklady na zdravotní péči se například otázka finančního zabezpečení ve stáří stává stále důležitější. Ať jste bohatí, nebo méně movití. Platí zde jednoduché pravidlo – čímž dříve s přípravou na

spokojený důchod začnete, tím lépe. Stav osobních financí má totiž na kvalitu života ve stáří největší vliv. Potvrzují to i výsledky průzkumu NN pojišťovny a penzijní společnosti, které ukazují, že finanční situace trápí české seniory dokonce více než jejich zdravotní problémy. Poslední mezinárodní průzkum o dlouhověkosti skupiny NN zahrnul více než dvě stovky českých penzistů mladších 80 let a nabídl zajímavé rozdíly v tom, jak vnímají svůj život. Na 79 % českých penzistů hodnotí svůj zdravotní stav pozitivně, ale jen 36 % je spokojeno se svou finanční situací, a 31 % má dokonce obavy o budoucnost.

Stav bankovního konta překvapivě silně ovlivnil i další odpovědi českých penzistů. Zhruba 23 % důchodců, kteří se považují za finančně zajištěné, uvedlo, že žijí aktivním a naplněným životem. Svůj čas věnují relaxaci, činnostem, které jim dávají smysl, a péči o kvalitu svých vztahů. Pro tyto lidi je penzijní věk příležitostí, nikoli výzvou: 100 % si důchod užívá, 77 % je spokojeno se svým životem a úspěchy. V průměru očekávají, že budou žít minimálně do 84 let, i když finančně se polovina z nich cítí i na život do stovky.

Výrazně pesimističtější vidí svůj život 14 % českých důchodců (1 ze 7). Ti narozdíl od předchozí skupiny čelí problémům s financemi, zdravím a sociální izolací a shodují se v názoru, že jejich situace pramení z nedostatečného finančního plánování v produktivním věku. Jen 2 % z nich uvedla, že si důchod užívají a 15 % je spokojeno se svým životem a úspěchy. V průměru očekávají, že budou žít minimálně do 78 let a pouze jeden z deseti věří, že by měl dostatek peněz i v případě dožití se sta let. Podle aktuálního průzkumu České asociace pojišťoven se 72 % Čechů ve stáří nejvíce obává nesoběstačnosti, což je výrazný nárůst z 59 % před 4 lety. Další 55 % se také bojí nedostupnosti kvalitní zdravotní péče. Tyto obavy odrážejí skutečnost, že náklady na zdravotní péči a zajištění kvalitního života většinou už nyní překračují možnosti běžného důchodu. Těžko si pak představit, jak tomu bude, až dle prognóz Českého statistického úřadu k nynějším dvěma milionům důchodců přibude do roku 2050 ještě další milion.

Stát se už druhým rokem snaží více motivovat k osobní finanční přípravě na stáří širší podporou spoření na penzi nebo pojištění dlouhodobé péče. Přesto většina lidí stále odkládá finanční zajištění na důchod, a ohrožuje tak svou spokojenou budoucnost. Možnost, jak takové situaci předejít, nabízí Vratislav Málek, produktový manažer NN Penzijní společnosti: „Doplňkové penzijní spoření není jen investicí, ale také cestou, jak získat jistotu a klid v důchodu. Čím dříve lidé začnou, tím více mohou těžit z dlouhodobého zhodnocení.“ Právě výnosy představují na konci doby spoření největší díl z naspořené částky, pokud si člověk na penzi spoří opravdu dlouhodobě a pravidelně. „Například za předpokladu průměrného ročního zhodnocení dynamického fondu 6 % a pravidelného spoření od 30 let v měsíční výši 1700 Kč, kdy je čerpána

Jak důchodci hodnotí zdraví a peníze?



Menší firmy se dostávají k úvěrům hůře než velké, škodí to ekonomice

Banky celkem pochopitelně vnímají velké hráče jako lukrativnější a stabilnější partnery. Připravovat se o profit z úvěrování zdravých menších podniků je však krátkozraké. Navíc celá ekonomika Česka stojí ze 70 % na menších a středních podnicích.

Rozhodování o udělení bankovní půjčky se řídí řadou kritérií. Zohledňuje se mimo jiné obrat, schopnost generovat zisk a finanční prostředky, počet zaměstnanců nebo doba působení na trhu. Klíčovým kritériem v Česku je ale tradičně také velikost podniku, která se často upřednostňuje před mnohem logičtějšími hledisky celkové kondice, výkonu a perspektivnosti dané firmy. Je podnik s obratem 120 milionů dostatečně velký? Pro mnohé banky častokrát ne, a ty proto poskytnutí úvěru podmiňují řadou úkonů, které ale po větších společnostech zpravidla nežádají. Menší podnik naopak na úvěr obtížněji dosáhne i v případě, že má zdravé finanční ukazatele a jasný businessový plán. A dokonce i vizi dalšího růstu, na který si ale potřebuje půjčit desítky milionů korun. Pokud nesplní přísné podmínky, má smůlu. „Nejčastěji je tím kritériem tzv. zástava cihlou,“ vysvětlil Václav Nedvídek ze společnosti My Value Officer, která pomáhá malým a středním firmám s finančním řízením. „Když banka požaduje takovéto garance, znamená to, že chce jištění hmotným nemovitým majetkem, jako je například dům, byt nebo pozemek. Ten má totiž vysokou hodnotu a likviditu v případě nesplácení úvěru.“ Majitelé menších firem už ale často mají na svých nemovitostech zástavy z předchozích investic a nemohou poskytnout další. Přicházejí tím pak o příležitost k růstu. A v důsled-

ku se tak omezuje rozvoj firem i možnost vytvořit nová pracovní místa. Povolení úvěrových kohoutků pro sektor středních a malých podniků by mohlo významně stimulovat hospodářský růst. „Banky by měly v tomto segmentu vidět nejen riziko, ale i příležitost k podpoře celkové ekonomické prosperity. Pro stát jde zase o strategickou záležitost, která přináší nesporné sociální i ekonomické benefity,“ konstatoval Václav Nedvídek. Malé a střední firmy se téměř ze 70 % podílejí na HDP České republiky a jsou též klíčovým zaměstnavatelem, který obsáhne víc než dvě třetiny pracovních míst. Jde také o subjekty více působící v regionech mimo hlavní ekonomická centra. S jejich podporou se zajistí vyváženější rozvoj celé země. „Inovace jsou často poháněny právě menšími firmami. Díky půjčkám by mohly investovat do efektivnějších procesů a technologií,“ vysvětlil Václav Nedvídek. Na své by si ale přišel i stát. Vyšší zisky a obraty totiž vedou k větším daňovým odvodům. Více pracovních míst a vyšší mzdy následně posílí spotřebitelské výdaje. Celkově v posledních letech podíl inovujících firem u nás vytrvale klesal. Údaje Českého statistického úřadu (ČSÚ) ukazují, že v letech 2020–2022 inovovalo v Česku 44 % podniků, o 12 procentních bodů méně než v období 2018–2020, které se vyznačovalo mimořádným inovačním úsilím firem. „Investice do inovací v roce 2022 dosáhly hodnoty rovných 200 miliard korun, což je o 66 miliard korun méně než v roce 2020. Oproti roku 2020 firmy výrazně méně investovaly v rámci svých inovačních činností do pořízení strojů, zařízení a softwaru. Na celkových tržbách se výdaje na inovační činnosti podílely 2,3 %,“ vysvětlil Václav Sojka z oddělení statistiky výzkumu, vývoje a informační společnosti ČSÚ. Jde o výrazně nižší podíl než v roce 2020, kdy tato intenzita inovací dosáhla 3,7 %, ale o vyšší podíl než v roce 2018 (2,1 %). (tz)

nejvyšší státní podpora, může člověk odcházet do důchodu v 65 letech s téměř třemi milióny korun navíc. A z toho přes dva milióny je právě výsledkem zhodnocení fondu,“ vy počítal Vratislav Málek. „Kdyby vše zůstalo stejné, ale strádátel začal takto spořit až v 50 letech, našetří si do odchodu do penze jen necelých 600 000 Kč, z čehož asi třetinu bude tvořit zhodnocení fondu,“ dodal pro srovnání. Pro konkrétní představu ohledně toho, kolik si každý může s pomocí státu, a mnohdy i zaměstnavatele, našetřit na spokojenou penzi, jsou snadnou pomocí online penzijní kalkulačky.

Po letech, kdy Češi čelili dvouciferné inflaci a růst cen výrazně snižoval skutečnou hodnotu jejich úspor, už lidé častěji hledají výnosnější způsoby spoření schopné ochránit jejich majetek před znehodnocením.

„Spoření na penzi je jediným finančním produktem zajištění na stáří, který stát podporuje nejen daňovou úlevou (snížení daňového základu až o 48 000 Kč), ale i státním příspěvkem až 4080 Kč ročně. Na penzijní spoření mohou také výhodně přispívat i firmy svým zaměstnancům. Každý si navíc může kdykoliv upravit svou strategii spoření směrem k dynamičtější – s vyšším potenciálem zhodnocení za cenu vyšší kolísavosti hodnoty, nebo směrem ke konzervativnější – s menšími výkyvy hodnoty, ale za cenu menšího potenciálního výnosu. Ke správné volbě lidem během sjednání změny pomůže vyplnění investičního dotazníku,“ doporučil Vratislav Málek.

Účastnické fondy NN Penzijní společnosti za rok 2024 znovu prokázaly svou schopnost překonat inflaci a nabídnout klientům reálné zhodnocení. NN Růstový fond z minulém roce zhodnotil prostředky klientů o 19 %, čímž skoro osminásobně překonal 2,4% inflaci, a zařadil se tak mezi nejvýnosnější penzijní fondy v České republice. Za poslední dva roky dokázal zhodnotit vložené prostředky o více než 50 %, a od roku 2015 do konce roku 2024 zhodnotil vklady dokonce o více než 80 %. NN Vyvážený fond loni nabídl zisk téměř 11 % a Konzervativní fond dosáhl zisku 3 %. (tz)

foto Pixabay





Jak jsem chtěla být chlapem

Valentýn je na rok zase za námi! Že mám něco proti dnu zamilovaných? Vůbec ne! Jenom toho 14. 2. už nechci být zákaznicí, na niž upnou zraky všichni prodávající. Chápu je, mají dobrou motivaci, jak víc utržit. Jenže já ráda spoléhám na vlastní vkus a nesnáším, když si usmyslí, že mě obuje do bot, které mi zaručeně nepadnou, když mi vnutí parfém, který odložím do skříně, aby počkal na dědice. Já sama

vím, co potřebuji a za co ochotně zaplatím. Když jsem letos podstoupila manipulativní nákup dámského prádla, ani nevíte, jak jsem si přála být chlapem. Na toho si tak netroufnou. Navíc muži své spodní ošacení řeší úplně jinak než ženy. Hlavně rychle, prakticky a bez zbytečných řečí.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Využít AI při pracovních schůzkách

Umělá inteligence může být skvělým pomocníkem při pracovních schůzkách a jednáních. „Jedním z největších problémů při plánování firemních schůzek je sladění kalendářů a zajištění toho, aby se setkání zaměřilo na konkrétní cíle. AI aplikace, jako jsou Microsoft 365 Copilot, Otter.ai nebo Calendly, rychle vyhodnocují dostupnost všech účastníků, doporučují optimální časy schůzek a zároveň nastavují agendu na základě předchozích jednání nebo konkrétních cílů,“ řekl Jan Dvořák z počítačové školy GOPAS. AI technologie jsou také schopné během schůzky zaznamenávat klíčové body diskuze, a následně je přehledně shrnout. To znamená, že zaměstnanci už nemusí trávit čas ručním přepisováním poznámek nebo záznamů schůzky. Mnoho moderních systémů navíc umožňuje automatické označení důležitých úkolů a termínů, které lze přímo integrovat do nástrojů projektového řízení. „Firmy dnes hledají nástroje, které jim ušetří čas. Nejvíce oceňují, když jim nástroje pomohou s tvorbou zápisů z porad a následným vyhledáváním v datech, jako to dokáže technologie Cabolo. Všechna data jsou snadno dostupná díky fulltextovému vyhledávání,“ sdělil Michal Černý z Audiopro. Umělá inteligence pomáhá organizovat meetingy a zajišťuje, že jsou rozhodnutí podložena daty. Manažeři tak mají přehled o tom, jak efektivní byly jednotlivé schůzky a jaké kroky podniknout pro další zlepšení. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, březen 2025

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@prosperita.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

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

Šéfy menších firem nebaví čísla, miliónový business řídí excel

Obrat mají v desítkách i stovkách milionů, ale podnikání řídí intuitivně. Až 95 % menších firem, startupů i scale up (rostoucích) firem v Česku trpí tím, že jejich vedení nezná vlastní čísla a odmítá s nimi pracovat. Proto stále více podnikatelů využívá externího finančního řízení. Prosperující menší firma, které nečekané vyschnou hotovost. Startup s obratem přes 60 milionů, kde šéf nezná vlastní marži. Rostoucí společnost s obratem půl miliardy, která teprve při vstupu investora zjistí, že je ve skutečnosti ve ztrátě, a místo investice utrží ostudu. To jsou jen některé příklady z praxe Václava Nedvídky, jehož firma My Value Officer pomáhá firmám s finančním řízením: „Naprostá většina začínajících, ale i větších a rostoucích firem řídí své podnikání na koleně. Neznají základní čísla, strategická rozhodnutí dělají intuitivně. Vrcholem jejich digitalizace je excelová tabulka. Snadno se dostávají do potíží, které nejdou řešit jinak než dočasným převzetím externím finančním ředitelem.“

Častým omylem menších a středních firem je přesvědčení, že když se „hýbou obchody“, je vše v pořádku. Avšak i prosperující firmě se může snadno stát, že pokud nemá nastavené procesy, zabředne postupně do problémů. „Bez procesů a detailní znalosti aktuálních čísel firma nemůže dlouhodobě růst. Musí znát svou hrubou marži, ziskovost, kde se jí váže cash flow, jak je na tom z hlediska konkurenceschopnosti, jak má nastavenou cenotvorbu, jaký má celkový finanční plán,“ řekl Václav Nedvídek.

„S tím vším mu moderní technologie, aplikace a nástroje umělé inteligence mohou významně pomoci, ale na konci musí být strategicky uvažující člověk.“ Jako příklad uvedl známou síť posiloven, která neměla správně nastavený reporting: chyběla klíčová čísla, údaje se duplikovaly, bankovní a hotovostní transakce se míchaly dohromady, přímé a režijní náklady nebyly oddělené, chyběla jasná zodpovědnost za vyplňování dat a plnění plánů. „Mít plán je hezké, ale pokud nedokážete zjistit, zda ho vůbec plníte, ztrácí smysl,“ vysvětlil Václav Nedvídek. Se správně nastaveným reportingem náhle společnost získala dostatek spolehlivých dat, a na jejich základě mohla po konzultacích s externím finančním ředitelem ušetřit okamžitě půl milionu korun. „Právě na správném vyhodnocení dat finančního řízení stojí,“ dodal Václav Nedvídek. Na rozšířený omyl, že nejdůležitější je zajistit rychlý růst firmy a ostatní už si nějak sedne, doplácela i společnost s obratem přes sto milionů korun. Vedení, ukolébáno prudkým růstem, rezignovalo na nastavení procesů a systematické finanční řízení. „Museli jsme zavést mj. plán cash flow, protože firma měla kvůli sezónnosti problémy s peněžními toky a jejich plánováním. Díky tomu se dramaticky zlepšilo manažerské rozhodování, a také ziskovost a hodnota společnosti, aniž by se zastavil její rychlý růst,“ popsal Václav Nedvídek s tím, že tato firma se nyní chystá na vytvoření holdingové struktury propojených společností. (tz)



partneři www.freshtime.cz



Mladých podnikatelů u nás přibývá

Každý devátý podnikatel v Česku je mladší 30 let. Od roku 2018 konstantně roste počet businessmanů ve věku 21–25 let a počet náctiletých podnikavců se bezmála zdvojnásobil. Studenti sbírají zkušenosti v trainee programech a se založením vlastních startupů jim pomáhá moderní metoda Design Thinking.

Donedávna podíl mladých podnikatelů v Česku zvolna klesal, v loňském roce se ale situace změnila. Otěže přebrali hlavně ti nejmladší, zástupci silné populační generace Z (lidé narození zhruba v letech 1997–2012). „V každé společnosti mají mladí lidé potenciál stát se tvůrci nových řešení. Nyní navíc vyrostla generace, pro kterou je zásadní, aby jim práce dávala smysl, nebojí se technologií a chtějí je efektivně využívat. Záleží jim na životním prostředí, lidských vztazích a jsou ochotni se neustále rozvíjet, objevovat. To vše jsou ideální předpoklady k realizaci vlastních projektů. Když jim dáme příležitost prezentovat své nápady firmám a propojíme je se zkušenými lidmi z praxe, získají rozhled, sebevědomí a o to snáz úlohu inovátorů, kteří přispívají k formování pracovního trhu i společnosti, převzou,“ míní Zuzana Mravík Zelenická, CSR manažerka společnosti Samsung, která v Česku realizuje rozvojový program pro studenty Samsung Solve for Tomorrow. Osmiměsíční program pro podnikavé středoškoláky se od své premiéry v Česku v roce 2021 setkává s rychle rostoucím zájmem studentů. „Pokud mají mladí lidé chuť a motivaci do vlastních technologických projektů, v programu Solve for Tomorrow mají šanci předvést je profesionálům z oboru, získají jejich zpětnou vazbu, zkušenosti, jak funguje pracovní trh, i cenné kontakty. Není výjimkou, že účastníci ve svých projektech dál pokračují, což nesmírně rádi vidíme a podporujeme,“ uvedla Zuzana Mravík Zelenická. V uplynulých ročnících studenti ve věku od 15 do 19 let zkonstruovali například systém na ochranu elektrokol před krádeží nebo prototyp „chytrého“ patníku, který může zvýšit bezpečnost na silnicích. Nejlepší tým loňského třetího ročníku vyvinul brýle pro nevidomé, které díky vzášené kameře s AI umí svému uživateli hlasově popsat věci v okolí.

Letošního čtvrtého ročníku programu Samsung Solve for Tomorrow, který nese téma AI: Cesta k udržitelnější budoucnosti?, se účastní 230 studentů ve 103 týmech. „A opět se nám potvrzuje, jak kreativní a vynalézáví dokážou středoškoláci být. Není pravda, že kvůli AI už nemají potřebu přemýšlet, naopak nám ukazují, jak dokážou novou technologii přirozeně využít k tomu, aby skutečně vylepšila životy nás všech,“ poukázala Zuzana Mravík Zelenická.

Podle majitelky personální agentury Advantage Consulting Olgy Hykové má tzv. generace Z nejen odvalu, ale také nástroje měnit pracovní prostředí k lepšímu. „Jsou otevření technologiím, aktivně využívají AI a podporují rychle zavádění inovací. Z jejich nápadů a digitální zdatnosti mohou firmy jen těžit. Znalosti ze školy studentům a absolventům obvykle nechybí, ale praxe ukazuje nedostatky v měkkých dovednostech, jako je týmová kooperace či zvládání stresu. Tento přechod jim pomáhají zvládnout trainee programy a mentoring, studentům umožňují získat zkušenosti a lépe se adaptovat na reálné pracovní prostředí. Pro firmy jsou pak efektivním nástrojem, jak mladé lidi zapojit do pracovního procesu a využít jejich potenciál,“ potvrdila. Klíčem k úspěchu je podle Olgy Hykové nabízet mladým lidem moderní formy spolupráce, smysluplné projekty a podpořit jejich osobní růst. Zvýšený zájem mladých lidí o seberozvoj a talentové programy sleduje ve své práci také osobní koučka Karolína Harries. „Ze vstupu na pracovní trh má mnoho studentů obavu. Nevěří si, neznají své silné stránky, neví, jak je komunikovat firmám. Bohužel se v řadě škol stále soustředí na dorovnání toho, v čem silní nejsme, a na rozvinutí silných stránek už nezbyvá prostor. Potkáte-li se ale s mladými lidmi v nějakém rozvojovém programu, zjistíte,

jak jsou motivovaní a velmi oceňují skutečné vzdělávání do praxe,“ uvedla.

Mladí inovátoři v programu Samsung Solve for Tomorrow se například seznámí s metodou Design Thinking, která je funkčním nástrojem pro jakoukoli profesi i život v soukromí. Umožňuje vcítit se do myšlení ostatních lidí, rozpoznat jejich potřeby a nalézt efektivní a užitečné řešení ke zlepšení stavu věcí. „Je jedno, jestli vyvíjíte produkt pro zákazníky, nebo plníte úkoly od zaměstnavatele, vždy je třeba na situaci empaticky nahlédnout perspektivou druhé strany a pochopit její požadavky. Chce po vás šéf prezentaci? Vyplatí se doptat na její účel, užitek, který má přinést, pro koho je určena, jak bylo téma prezentováno v minulosti, co fungovalo, co ne. Kdo je posluchač, co ho zajímá, na co může slyšet, jaký je jeho problém, který řeší. Podobně jako je třeba uvažovat v začátcích všech business plánů. Metoda Design Thinking má pět přesných bodů, které při správném užití vedou k úspěchu, rozvíjí kreativitu a učí vyrovnat se s chybou,“ popsala školitelka Karolína Harries. Zvlášť mladým lidem, kteří hýří nápady, ale zatím jim chybí zkušenosti, může tato světově uznávaná metoda pomoci v rozjezdu jakéhokoli projektu. „Design Thinking není jen výdobytkem rozvojového programu, odráží praxi, kterou všechny úspěšné startupy a podnikatelské nápady musely zákonitě projít, aby správně odhadly svůj produkt a svého zákazníka. Jde o metodu, která se dá uplatnit ve všech oblastech života, v zaměstnání i podnikání, proto do ní plánujeme zasvětit také učitele, kteří mají velký vliv na přípravu a motivaci studentů v kariérním rozvoji. Na podzim už proběhly první dva šestihodinové workshopy pro středoškolské učitele v Praze a Bratislavě a na základě poptávky chystáme další,“ uvedla Zuzana Mravík Zelenická. (tz)

Vývoj počtu mladých podnikatelů v Česku (vždy jde o 3. čtvrtletí roku)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
skupina <18	15	13	15	15	23	22	34
skupina 18–20	6642	7165	7670	8177	9295	10 669	12 905
skupina 21–25	62 690	60 066	59 626	62 001	66 347	69 177	74 893
skupina 26–30	142 195	141 824	139 990	136 087	132 393	127 247	125 395
celkem	211 542	209 068	207 301	206 280	208 058	207 115	213 227
v rámci ČR	10,44 %	10,21 %	10,00 %	9,82 %	9,77 %	10,88 %	11,12 %

zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu

Česká moderna v Galerii Kooperativy

Klasická akademická malba doznala v době kolem roku 1900 velkých proměn a v plejádě stylů, po impresionismu se v průsečíku rozumu a emoce zrodila avantgarda jako kulturní a umělecké hnutí první poloviny 20. století. Navazovala na předcházející etapu moderny coby přechodného článku umění 19. a 20. století. Spojovaly je antitradicionalismus a společenská revolta, odpor k zavedeným uměleckým formám a jejich výstavnímu provozu. V dílech této doby se zračí řada utopií, snů a názorových protipólů vytvářejících plenum nejroztodivnějších výtvarných projevů až excesů.

„Česká avantgarda a její představitelé, to nejsou žádné módní výstřelky jako tři čáry různých barev, které se dnes leckde prodávají za statisíce dolarů. Podívejte se pořádně na Harlekýna, Dámu ve slaměném klobouku nebo Klamnou krajinu. A někde uvnitř se zachvějte obdivem a víte, i když jste obyčejný milovník umění jako já a nejste odborník ani kunsthistorik, ani malíř, že ti, kdo toto stvořili a vymysleli, byli výjimeční. Má to nápad, má



to krásu, má to záhadu, má to příběh, ale při tom všem je vidět skvěle ovládnuté malířské řemeslo,“ zve na prohlídku Martin Diviš, generální ředitel pojišťovny Kooperativa. Výstava České moderny XX. století ukazuje slohové rozpětí od expresionismu až po pozdní projevy surrealismu a na časové ose seznámí diváka s díly uskupení, jako u nás byly Osma, Skupina, Tvrdošíjn, Devětsil, Surrealistická skupina, Sedm v říjnu či Skupina 42. Zastoupena jsou velká jména jako Emil Filla, Bohumil Kubišta, Josef Čapek, Václav Špála, Jan Zrzavý, Josef Šíma, František Muzika, Jindřich Štyrský a Toyen. Galerie Kooperativa připravila výstavu ve spolupráci

se Spolkem výtvarných umělců Mánes a za laškové spolupráce několika významných regionálních galerií. Výstava je dokumentována katalogem s barevnými reprodukcemi všech vystavených artefaktů. (tz)

Termín: 28. 2. – 18. 7. 2025

Otevírací doba: út–pá 12.00–18.00 hod.
so–ne 10.00–18.00 hod.

Místo: Galerie Kooperativy
Pobřežní 665/21
Praha 8-Karlín

Vstup zdarma www.koop.cz/galerie

INZERCE

BEZPEČNÁ KOLA PRO RADOST

✓ Originální rozměry ✓ Typový list

NOVINKA



AEZ Toronto black
18", 19", 20"

NOVINKA



AEZ Toronto dark
18", 19", 20"

NOVINKA



DOTZ Sonoma bronze
19", 20"

NOVINKA



DOTZ Sonoma dark
19", 20"



AEZ Havanna dark
19", 20", 21"



DOTZ MarinaBay dark
18", 19", 20", 21"



DEZENT KF dark
16", 17", 18", 19"



DEZENT KG dark
17", 18", 19", 20"

Sicuplus

Bezpečnostní šrouby/maticy



ZDARMA!
K sadě kol AEZ a DOTZ
(Sicuplus musí být
součástí objednávky)
Od 1.3. do 30.6. 2025

NOVÉ DESIGNY
LITÝCH KOL **2025**