listopad 2025

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Kamil Brabec
Cyril Svozil jr.
Jiří Kopáček
David Černý
Filip Lapka
Vladimír Janda

Kamil Brabec

Dokázali jsme oslovit emoce lidí

rozhovor na stranách 2–3

Dokázali jsme oslovit emoce lidí

Kamil Brabec

Deset let, tisíce puntíků a statisíce zákazníků, kteří se do značky Vuch zamilovali. Česká módní značka, která vznikla v roce 2015, se stala synonymem hravosti, barev a sebevědomí. Jak se z nápadu dvou přátel z Chrudimi stala firma s mezinárodním přesahem a jakou roli v tom hraje marketing, odvaha a trochu štěstí? O tom jsme si povídali s Kamilem Brabcem, marketingovým ředitelem značky Vuch.

Značka Vuch se brzy po uvedení na trh stala ikonou a za desetiletí existence doznala velkých úspěchů. Jak si takový vzestup vysvětlit?

Myslím, že za tím stojí především upřímnost a radost. Vuch od začátku vznikal jako nápad, který měl přinášet dobrou náladu. Chtěli jsme dělat věci jinak – barevně, s nadhledem, s určitou hravostí, která v té době na trhu chyběla. Lidé to vycítili a přirozeně si značku oblíbili. Samozřejmě v tom byla i spousta práce a neustálé snahy zlepšovat se. Ale hlavním důvodem, proč Vuch rostl tak rychle, je podle mě fakt, že jsme dokázali oslovit emoce lidí. Náš produkt nebyl jen věc – byl to symbol pozitivní energie.

Svět módního průmyslu je silně konkurenční, zákazník má nekonečné možnosti. Čím to, že chtěl od začátku puntíkaté peněženky a vaše kabelky?

V době, kdy všechny značky sázely na minimalizmus a šedé odstíny, popřípadě černou, jsme my přišli s barvami a puntíky. To byl záměr, ale zároveň to šlo z nás přirozeně – prostě jsme nechtěli být vážní. Naše produkty měly od začátku osobnost a příběh. Lidé v nich poznali kus sebe – touhu být trochu jiný, mít radost z maličkostí, nebát se barev.
Když si dnes někdo kupuje Vuch, často říká, že ho produkt rozveselí. A to je pro nás největší kompliment. My jsme nikdy neprodávali jen peněženky nebo kabelky – nabízíme pocit. Zároveň se puntíky staly ikonickým prvkem produktů a provází nás dodnes.

Znamená to, že jste vybočili z tradice, nakročili úplně jiným směrem? Nebo se vašemu marketingu podařil zázrak?

Zázrak bych tomu asi neříkal. Spíš kombinace odvahy, autenticity a správného načasování. Vuch vznikl v době, kdy lidé hledali značky, které mají duši a nejsou jen logem na produktu. Zároveň jsme měli obrovskou výhodu v tom, že jsme od začátku mysleli moderně – digitálně, komunitně, s důrazem na sociální sítě a storytelling. Vuch nikdy nebyl jen o produktech, ale o komunitě lidí, kteří sdílejí podobnou energii. Marketing v tom sehrál klíčovou roli, ale nikdy nebyl trikem – byl upřímným vyprávěním o značce, která se prostě nebojí být jiná.

Naše produkty měly od začátku osobnost a příběh. Lidé v nich poznali kus sebe – touhu být trochu jiný, mít radost z maličkostí, nebát se barev.

Ostatně marketing je velmi silná stránka firmy Vuch. Nelitujete výdajů a času, které do něj vkládáte?

Naopak. My marketing nevnímáme jako náklad, ale jako investici do vztahu se zákazníkem. Dnes už nestačí mít dobrý produkt – musíte mít silný příběh, konzistentní vizuál, kvalitní komunikaci, dobrý servis. Všechno musí fungovat jako celek.
Do marketingu vkládáme energii i srdce, protože věříme, že značka žije právě díky emocím. A ty se dají vybudovat jen dlouhodobě, trpělivě a autenticky. Takže ne, nikdy jsme nelitovali ani koruny.

Měla firma už před těmi deseti lety své vize, nebo se rodily postupně a po prvních zkušenostech?

Vizi jsme budovali postupně, s každým krokem. Ale základní princip zůstal stejný – tvořit značku, která rozdává radost, a přitom je dostupná a férová. Postupem času se k tomu přidala i větší odpovědnost – ekologičtější přístup, kvalitnější materiály, udržitelnost, lokální spolupráce. Vuch vyrostl, ale neztratil hravost. A to je pro nás zásadní.

Odvaha patří k podnikání. Dokážete si představit, že by se business mohl ještě zvrtnout? A že i s takovou situací byste si uměli poradit?

Samozřejmě, podnikání je vždycky dobrodružství. Každý růst s sebou nese i rizika a chyby. Důležité je zůstat otevřený, vnímat změny a reagovat včas. Vuch má dnes silný tým lidí, kteří dokážou držet při sobě. To je podle mě největší jistota, kterou firma může mít. Pokud máte kolem sebe partu, která táhne za jeden provaz, zvládnete i krize.
A hlavně – my se nebojíme experimentovat, zkoušet nové věci, učit

se. To je vlastně ten motor, který nás žene dopředu. Co děláme pravidelně, že si ta rizika pojmenováváme a snažíme se připravovat na každé z nich „plán B“. Několikrát se nám to již vyplatilo.

O čem dnes trh kabelek, peněženek a batohů je? O nápadech, silné zákaznické orientaci, šikovné reklamě, známé tváři?

O všem dohromady. Zákazník je dnes velmi náročný – chce kvalitní produkt, za rozumnou cenu, smysl, autenticitu i příběh. A chce, aby ho značka bavila. My se snažíme dívat na každou kabelku nebo peněženku jako na nositelku emocí. Produkt musí být krásný, ale i funkční, a zároveň musí vyprávět. Když to všechno spojíte dohromady, vznikne značka, která má dlouhodobou sílu.

Marketing v tom sehrál klíčovou roli, ale nikdy nebyl trikem – byl upřímným vyprávěním o značce, která se prostě nebojí být jiná.

Nakolik pro vás pracuje štěstí, náhoda, vývoj ekonomiky, nálada spotřebitelů?

Štěstí hraje roli vždycky, ale dlouhodobý úspěch se na něm postavit nedá. My jsme měli to štěstí, že jsme vstoupili na trh ve správnou chvíli, ale všechno ostatní už byla práce, vytrvalost a vize. Věřím, že když děláte věci poctivě a srdcem, přichází i ta pomyslná „šťastná náhoda“. Ale rozhodně to není o čekání, že se něco stane samo.
Dovolím si tvrdit, že naší nejsilnější stránkou je produkt. Ten je všeurčující. Daří se nám dělat produkt, který se lidem líbí a oblíbí si ho. Nosí ho každý den a spojuje krásu a funkcionalitu.

Začali jste expandovat do dalších zemí. Kde všude už jste a kam byste rádi zamířili? A jsou ženy v zahraničí marnivější než české?

Momentálně působíme ve více než sedmi zemích – silní jsme především v Polsku, Maďarsku, a na Slovensku, ale i v Německu nebo Slovinsku s Chorvatskem. Každý trh má svá specifika, ale základní emoce zůstává stejná – radost z módy.
A jestli jsou ženy v zahraničí marnivější? Spíš bych řekl, že jsou odvážnější. Nebojí se barev, kombinací, experimentů. Ale české ženy zase mají skvělý vkus a cit pro eleganci. A právě ten mix – radost a vkus – je to, co chceme v našich kolekcích spojovat.

Segment módního zboží jste jednoznačně rozsvítili, oživili, rozveselili. To byl cíl?

Ano, od začátku. Móda má přece lidi těšit, ne stresovat. Chtěli jsme ukázat, že i doplněk může být projevem osobnosti, že nemusí být nutně luxusní, aby byl krásný. Pro nás je největší satisfakcí, když vidíme naše produkty v ulicích – na mladé holce, mamince, manažerce, babičce. Vuch spojuje generace právě tím, že je přístupný a pozitivní.

Sázíte na příběhy produktů. Proč jsou tolik důležité?

Protože bez příběhu je produkt jen věc. Příběh mu dává hodnotu, kontext, emoci. Každá naše kolekce má svůj vlastní svět – někdy inspirovaný přírodou, jindy městem, ženou, která něco prožívá. Zákazníci to vnímají. V dnešní době chtějí vědět, co stojí za tím, co kupují. Příběhy nám umožňují mluvit s nimi lidsky, ne korporátně.

Spolupráce s designéry je jedním z vašich marketingových příběhů. Čím vás naplňuje?

Přináší svěží vítr. Každý designér má jinou energii, rukopis, úhel pohledu. Když se to propojí s naší značkou, vznikne něco nového, inspirativního. Pro nás je důležité podporovat český design, ukazovat jeho rozmanitost. Každá spolupráce nás obohacuje – nejen vizuálně, ale i lidsky.

Poslední vaše kolekce se jmenuje Mezi světy a vznikla pro ženu, která se umí pohybovat mezi tichem a ruchem, strukturou a intuicí. Taková charakteristika patří i mnohým ženám z businessu. Míříte tedy i k nim?

Rozhodně ano. Moderní žena je dnes v neustálém pohybu – mezi prací, rodinou, sny a realitou. Kolekce Mezi světy jí má připomenout, že v tom všem může být klid, rovnováha a elegance. Tato kolekce není o módě v tradičním slova smyslu, ale o sebevědomí. Je o ženách, které umí být silné i jemné zároveň. A právě těm bychom chtěli být inspirací.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Manažerská práce: překážkový běh s ruksakem plným nesmyslných regulací

Řídit firmu s vynikajícím jménem, mít zodpovědnost za zaměstnance a jejich mzdy, dokázat odhadnout vývoj trhu a odolávat přibývající byrokracii, a ještě se umět radovat ze života. Tak nějak si představuji práci šéfa optimisty, který se nevzdává svých snů a vizí. Dovolím si tvrdit, že Cyril Svozil junior, který nyní stojí v čele skupiny FENIX Group, podstupuje denní boj s výzvami i větrnými mlýny s nadhledem, humorem, a především snahou nabízet zákazníkům přesně to, co potřebují, rozvíjet uskupení jednotlivých firem tím nejlepším směrem a mít z toho potěšení. Však posuďte sami:

Cyril Svozil jr.

O čem je dnes manažerská práce? Více o radosti utvářet business podle představ, nebo je to běh klikatými cestami s nejasnými cíli?

Bohužel spíše jde o překážkový běh s ruksakem plným nesmyslných regulací a omezení. Zároveň jako exportér běžíte se závodníky, kteří podobnou bagáž na zádech nevláčí.

Je to svět čísel a povinností či nápadů a kreativity?

Obojího, ale primárně spíše povinností, správného plánování a dodržování termínů.

Liší se současné pojetí vedení firem od toho, jaké uplatňovala předchozí generace zakladatelů?

To není otázka úplně na mě, ale mám pocit, že určitě. Ať si každý říká, co chce, ale v devadesátkách bylo podnikání nesporně jednodušší disciplína, a to nejen na úrovni různých zákonů a legislativních překážek, ale i mentálního nastavení celé společnosti.

Jak je to ve vašem případě? Spíše reprezentujete, vedete obchodní jednání a méně se staráte o běžnou agendu?

V topenářském businessu se držím dál, obchod vede sestra. Osobně se velmi angažuji spíše v našem, relativně novém oboru podnikání – v bateriových úložištích. Beru za svůj úkol tento business dostat tam, kam jsme si předsevzali.

Umíte dělit povinnosti na priority a ty méně důležité?

Umím, ale často hřeším!

Co vám pomáhá šetřit čas, respektive s ním efektivně hospodařit? Jde to vůbec?

Jde, ale musíte být pod tlakem. Snažím se být účasten u všeho podstatného, co se ve firmě děje. A pravidlo vzácnosti funguje – čím je čas vzácnější komodita, tím více si ho vážíte a dokážete s ním efektivněji nakládat.

Je skutečně nutné učit se reagovat na výkyvy trhu, na změny, které se rodí nepředvídatelně? Někdo to neřeší, jiný je z takových situací vystresovaný, další má právě na takové odezvy v ekonomice odborníky. Jak je to ve FENIX Group?

Řešíme a musíme řešit. Máme každý týden porady a cílem je, abychom se právě dokázali adaptovat na každou nově vzniklou situaci.

Změnil byste něco v businessu a české ekonomice, aby se firmám víc dařilo?

Javier Milei na Úřad vlády! Což ale asi nepůjde, tak někoho, kdo si vezme motorovou pilu a bude razantně ořezávat agendy státu.

Vaše skupina má smělé plány, které jste na začátku léta představil novinářům. Od té doby se ledacos odehrálo a podařilo. Tedy největší úspěch v letošním roce?

Jde určitě o jeden z milníků a šlo o průlomový projekt. Spustili jsme v dubnu velkokapacitní bateriové úložiště pro poskytování tzv. služeb

výkonové rovnováhy. Jde o nástroj stabilizace sítě v případě, že dojde k nerovnováze mezi výrobou a spotřebou. Současně jde o velmi zajímavou investici s krátkou návratností, takže máme rozpracované desítky podobných projektů v ČR i v zahraničí.

V jakém segmentu byste rádi posílili?

V topenařině máme ambici posilovat, a to zejména na mimoevropských trzích. To je úkol číslo jedna. V baterkách jde hlavně o větší kontejnerová řešení pro poskytování oněch výše zmíněných služeb výkonové rovnováhy.

Rozběhla se diskuze o emisních povolenkách, zejména ve vztahu k domácnostem. Pokud by začaly platit, dá se očekávat, že řada lidí začne k vytápění využívat elektřinu? A že to nakonec bude levnější, když odmyslíme investice do nových systémů, např. v rodinných domcích?

Dá se předpokládat leccos, ale panuje zde poměrně zuřivý politický boj a odpor proti dalším regulacím, které vedou ke zdražování. Takže bych byl opatrný. Pro nás je důležité to, že naše topné sálavé systémy jsou v dobře zaizolovaných domech bezkonkurenčně nejlepší řešení. Nízké pořizovací náklady, provozní náklady srovnatelné s tepelnými čerpadly, extrémně dlouhá životnost (na topné rohože doživotní záruka) a nulové servisní náklady. Porovnejte si to s tepelným čerpadlem a zjistíte, že jde opravdu o nejlepší nabídku.

A nemáte právě pro takovou příležitost v rukávu nějaký převratný výrobek, který způsobí doslova revoluci na trhu a všichni si ho budou chtít pořídit?

Pro nás je důležité to, že naše topné sálavé systémy jsou v dobře zaizolovaných domech bezkonkurenčně nejlepší řešení. Nízké pořizovací náklady, provozní náklady srovnatelné s tepelnými čerpadly, extrémně dlouhá životnost (na topné rohože doživotní záruka) a nulové servisní náklady. Porovnejte si to s tepelným čerpadlem a zjistíte, že jde opravdu o nejlepší nabídku.

Naše topné systémy fungují na principu sálání (stejně jako např. slunce), čili jde o hodně starou, ale léty prověřenou, technologii! To, co jsme k tomu přidali navíc, je programovatelné, přesné a rychlé ovládání, s jehož pomocí si můžete na svém telefonu kdykoliv vytápění v jakékoliv místnosti nastavit dle svého přání. Právě snadná regulovatelnost činí z našich systémů velmi efektivní systém a vede k nemalým úsporám. U bateriových úložišť cílíme zejména na služby flexibility, protože v nich vidíme velký potenciál.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

INZERCE

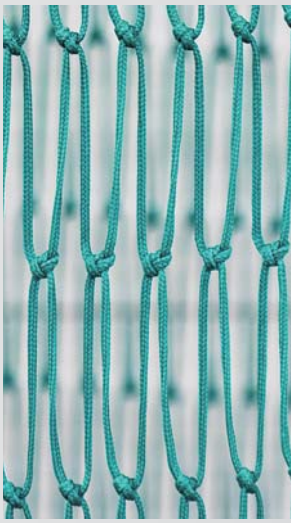
Kv.ŘEZÁČ
WWW.KVREZAC.CZ

Firma Kv.Řezáč, s.r.o.
největší český výrobce uzlových sítí

Sítě pro všechny a na všechno

Bezpečné, pevné a certifikované sítě od Kv.Řezáč slouží nejen sportovcům, zahradníkům, rybářům a dětem při zábavě, ale i v průmyslu.

- **Sportovní sítě**
  Pro všechny druhy sportu, profesionální i rekreační sítě.
- **Ochranné sítě**
  Pro různé účely použití. Sítě podle individuálních rozměrů, tvarované sítě. Široký výběr materiálu.
- **Průmyslové sítě a bezpečnostní provazové žebříky**
  Sítě na kontejnery, sítě na vagóny, bezpečnostní sítě proti pádu osob a předmětů.
- **Sítě, švihadla, šplhací sítě a lana**
  Pro dětská hřiště a sportoviště.
- **Dekorační sítě, houpací sítě**
- **Chovatelské sítě**
  Sítě na voliéry, sítě na krmení koní, rybářské sítě.



e-mail: info@kvrezac.cz ■ **tel./fax:** +420 549 410 084, 549 410 350 ■ mobil: +420 777 581 409
Kv.Řezáč, s.r.o. ■ U Svratky 780, 666 01 Tišnov

www.kvrezac.cz ■ www.kvrezac.sk

Sýr jako poselství života

O sýrech toho ví snad nejvíce u nás. A dokáže o nich také nadšeně a poutavě vyprávět. Procestoval v jejich doprovodu celý svět, poznal malé i velké výrobce této chytré potraviny, mnohé lidi naučil vnímat chuť i příběhy dobroty z mléka v dalších souvislostech, tedy nejen jako kousek v nákupním vozíku a na talíři. Ing. Jiří Kopáček, CSc., předseda představenstva Československého svazu mlékárenského, se s námi tentokrát podělil o obdivuhodné poznatky, zážitky a cenné informace. Vrátili jsme se k jeho druhému dílu knih Putování za sýry a společně s vámi otvíráme stránky:

Ing. Jiří Kopáček, CSc., je jako první Čech členem celosvětového Společenstva mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona se sídlem ve Francii. Letos od tohoto společenstva získal nejvzácnější členský titul Maître Honoris Caseus

Loni touto dobou spatřila světlo světa vaše druhá kniha o sýrech. Jaké je její poselství?

Kniha Putování za sýry II navazuje na úspěšnou encyklopedickou a cestopisnou publikaci Putování za sýry, která vyšla již před čtyřmi lety, a opět shromažďuje vzpomínky z mých cest po celém světě za hledáním a poznáváním sýrů a sýrových specialit, ale také rozličných sýrařských kultur v různých koutech světa.

V tomto díle se mnou mohou čtenáři procestovat například další regiony v Itálii, zemi fjordů Norsko, nakouknout, a tak trochu proniknout do řemesla sýrařů ve Spojených státech amerických a v Kanadě, nebo zase naopak zavítat do vzdáleného Mongolska.
V nové knize jsem se ale snažil podívat se na sýry ještě z jiného úhlu. Chtěl jsem totiž čtenářům vysvětlit, jak zázračnou tekutinou je právě mléko a kolik naprosto rozdílných sýrů se dá z této jediné suroviny vyrobit. A když vyrobit, pak také s náležitou sýrařskou láskou a nadšením, které v sobě mají ukryté sýraři po celém světě. Za sýry je potřeba vždy vidět lidi – mléčné farmáře, sýraře, afinéry, prodavačky za sýrovými pulty, nebo také fromeliéry, kteří se sýrařskému řemeslu věnují. Proto jsem tuto knihu psal navíc také o nich.
Mým cílem bylo nadchnout čtenáře pro sýry tak, aby si uvědomili nejen jejich význam ve výživě, ale také v živobytí rodin a celých generací.
Dalším mým cílem bylo čtenáře též edukovat. Změnit jejich pohled na sýry tak, v nich neviděli jenom pouhou potravinu, ale našli si v nich i jistý životní smysl a poslání. Za necelý rok od vydání druhého dílu si tuto knihu pořídilo již téměř 1100 sýrových „nadšenců“, což snad svědčí o tom, že se mi tento můj záměr podařil. A velmi rád bych poděkoval za mnoho kladných hodnocení a ohlasů, které jsem po vydání knihy již obdržel.

Publikace obsahuje nejen spousty zajímavostí, ale popisuje i vaše četné zkušenosti, poznatky, zážitky z cestování za sýry. Co pozoruhodného jste z procesu výroby sýrů objevil?

Těch zážitků a „objevů“ bylo opravdu mnoho. Píšu například o norském sýru gamalost, který vyráběli již staří vikingové a jeho tradice v Norsku dodnes žije, i když je na světě už jenom jediná sýrárna, která tento sýr vyrábí. Těmto legendárním námořníkům, pirátům a dobyvatelům dodával sýr gamalost sílu a odvahu na jejich dlouhých výpravách. Věřili také, že má sýr i řadu léčivých vlastností, že jim dodá energii a ochrání je před nachlazením. Plátky sýra si pokládali dokonce i na otevřené rány, aby tím napomohli jejich hojení. V Norsku se dodnes říká, že je každý kousek gamalostu skutečným darem zdraví. Mnoho norských rodin, které jedly gamalost po generace, věří tomu, že sýr má zdraví prospěšné vlastnosti. Jiní ho dokonce považují za afrodiziakum, jak se dozvídáme i ze starých vikingských příběhů. Ať už je toto tvrzení pravdivé, nebo ne, je nesporné, že gamalost je nutričně hodnotný a skutečně zdravý sýr.
Kromě své chuti je pozoruhodný i vzhledem. Na povrchu totiž vytváří speciální plíseň dlouhé mycelium, takže se vám bude zdát, že sýru rostou vlasy. A co se chuti týče, tak nevím, zda by všem sýr vůbec vyhovoval. Jen

Za sýry je potřeba vždy vidět lidi – mléčné farmáře, sýraře, afinéry, prodavačky za sýrovými pulty, nebo také fromeliéry, kteří se sýrařskému řemeslu věnují.

málokomu totiž zachutná hned napoprvé a někteří možná budou potřebovat roky, aby si na jeho svéráznou chuť vůbec zvykli. Ale ten, komu se to podaří, se nakonec stává na sýru doslova závislým. Pokud si chce člověk v západním Norsku zachovat naději na dosažení vrcholu společenské hierarchie, je milovat gamalost nezbytným předpokladem. A to potvrzuje i skutečnost, že například norský král Harald V. je velikým vyznavačem konzumace tohoto tradičního sýra. Existuje ale daleko více jeho vášnivých obhájců, kteří dokonce založili Norský klub gamalostu. Když v roce 1996 na olympiádě v Barceloně získal norský atlet Vebjørn Rodal prvenství v běhu na 800 metrů, psaly o něm norské noviny, že to bylo díky tomu, že „...náš zlatý chlapec byl nadopován gamalostem."
Podobných objevů bych mohl vyprávět více, ale další si určitě najdou čtenáři v obou mých knihách.

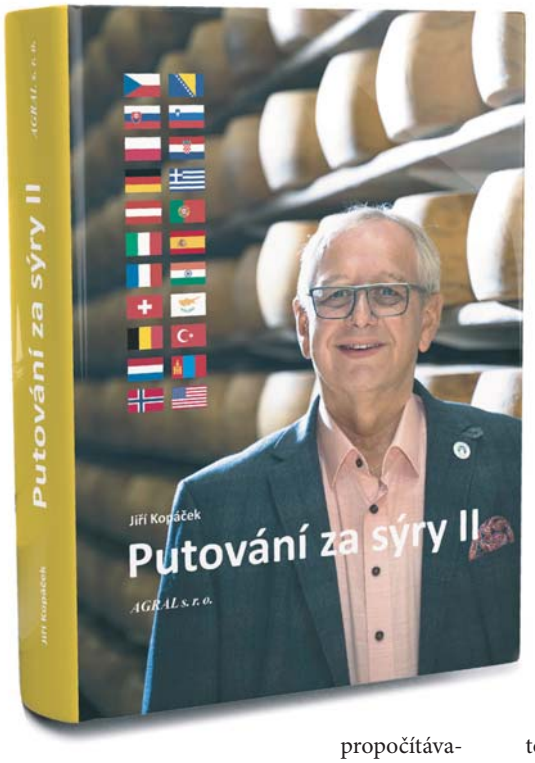
Sýry s ovocným pláštěm připravené k degustaci

Čím vás zaujali malí čeští výrobci a čím ti zahraniční?

Tak zaprvé „malí čeští výrobci" vůbec nejsou tak malí. A určitě jich je mnoho konkurenceschopných, o čemž svědčí i velký vývoz našich sýrů do zahraničí. V českém mlékárenství působí i několik renomovaných světových firem, např. francouzské společnosti Lactalis a Savencia nebo italská rodinná společnost Brazzale. A proč sem vůbec přišly? Především proto, že máme vynikající mléčnou surovinu a pak skvělé sýraře a další sýrařské odborníky, na kterých je možné stavět budoucí rozvoj těchto společností. Jsem opravdu na naše sýrařství velice pyšný a sám si považuji toho, že jsem se od mnoha skvělých českých sýrařů mohl hodně naučit.
A čím mě překvapují zahraniční výrobci? Tak ti „tradiční", zejména na horských sýrárnách, svou neutuchající snahou o zachování tradičních sýrařských hodnot, skvělých regionálních řemeslných produktů a neskonalou láskou k oboru. A pokud budu mluvit o těch velkých moderních průmyslových koncernech, tak ty mě dnes a denně překvapují zaváděním nových technologií, inovacemi, moderní ambaláží, ale také překvapivými marketingovými přístupy.

Je sýrařství dnes spíše o tradici, nebo inovacích, ať již technologických, či produktových?

Je o obojím. A já o tom ve své knize hodně píšu. Najdete tam například moji reportáž ze severní Itálie, kde extra tvrdé sýry Gran Moravia z Litovle dozrávají v režimu nové naprosto revoluční a nadčasové technologie. Italská společnost Brazzale, která tyto sýry u nás na Moravě vyrábí, vybudovala na úpatí Benátských Alp moderní centrální sklad pro zrání těchto sýrů, které sem putují právě z výroby v Litovli. Jde o vůbec technologicky a ekologicky nejpokrokovější systém určený pro dlouhodobé zrání a skladování sýrů. V provozu je instalované nejmodernější plně robotizované zařízení pro zrání těchto druhů sýrů v Evropě vybavené a ovládané těmi nejrafinovanějšími prvky umělé inteligence. Provoz ovládají pouze dvě jednotky antropomorfních robotů, které sýry naskladňují a vyskladňují, ale také zajišťují otáčení a ošetřování povrchů sýrů v průběhu jejich nejméně ročního zrání. V provozu je v současnosti naskladněno více než 200 000 bochníků, každý z nich váží přibližně 36 kg. Roboty jsou řízeny podle přesně



propočítávaných algoritmů centrálním informačním systémem, který zaznamenává veškeré operace a zadává konkrétní úkoly. Díky tomuto perfekcionalizmu je garantováno optimální zrání sýrů a jejich výsledná kvalita. Instalované robotické zařízení umožnilo vysokou úsporu pracovních sil, takže ve zdejším provozu pracují pouze čtyři osoby. Společnost Brazzale získala za toto revoluční a futuristické řešení technologie zrání sýrů na Světovém mlékárenském summitu v indickém Dillí v roce 2022 první cenu za nejlepší udržitelnou procesní inovaci roku.

Čím se vyznačují degustace sýrů? Je to rituál, který zklidní mysl a rozveselí žaludek, nebo náročná disciplína plná důležitých pokynů a údajů?

Rozhodující je, kdo sýry ochutnává. Pokud jsou to hodnotitelé, nebo chcete-li porotci, kteří posuzují sýry při soutěžích a tzv. přehlídkách, pak jde opravdu o náročnou disciplínu, pro kterou musejí mít tito hodnotitelé náležité znalosti a většinou mnohaleté zkušenosti. Já se sám těchto hodnocení velice často účastním. A důležité v tomto případě je, abych byl zcela nezávislý a objektivní.
Dnes se ale pořádají různé zážitkové gurmánské degustace pro veřejnost, při kterých se sýry snoubí s různými nápoji, většinou s víny, ale také s řemeslnými pivy, nebo dokonce i s čaji. Snoubení sýrů s čajem je opravdu nesmírně náročné, ale vytváří neuvěřitelný gurmánský zážitek. Sýry se však také snoubí s jinými potravinami a ingrediencemi, například s ovocem, zeleninou, kořením či pečivem. Na degustacích se podávají sýry jednak jako takové, tedy za studena, ale populární jsou i přípravy teplých pokrmů z nich, ať už je to takzvané rakletování sýrů, nebo příprava sýrových fondue, kdy se sýry ve speciální nádobě taví a pak servírují na bílém pečivu.
Tyto akce pro veřejnost pořádám i já již několik let, máme už 14 samostatných tematických pořadů, a naše návštěvníky to neskutečně baví a stále se na naše večery vracejí. Těch setkání míváme okolo 25 ročně a dobrá, ale současně i špatná zpráva je, že máme pořád dopředu vyprodáno. Ale je to právě o tom, že zde není sýr potravinou, ale že přináší účastníkům těchto degustací určitý zážitek a potěšení. Hosté na našich akcích se nejenom těší na vychutnání si zajímavých sýrů, ale také na příběhy o nich, které jim při ochutnávkách vyprávíme.

Gamalost, sýr z doby vikingů

A jsou zákazníci otevření ochutnávání novinek, touží po nich?

Asi bych řekl, že jak kteří. Někteří jsou konzervativní a sázejí na své již osvědčené sýry a jejich výrobce. Pak je ale skupina těch, již chtějí experimentovat a objevovat a vyzkoušet novinky. A těch je zřejmě více. Já přináším na mých degustačních večerech stále jiné sýry. Nemusejí to být vždy novinky, ale pro naše hosty jsou často nové, protože je dosud neznali, a tedy nevyzkoušeli. A to je nejvíce baví. V těch sýrech je skutečně nepřeberný sortiment, a stále je tedy co objevovat.
A o zákaznících v obchodech to platí podobně. Proto výrobci sýrů neustále inovují, reformulují či jenom „přebalují" do nových atraktivních obalů, které pak zákazníky přitahují. A tady je pak velmi důležitý marketing a komunikace ke spotřebitelům.

Čím se vyznačuje český trh sýrů?

Současný trh se sýry v Česku je velmi vyspělý. Je to dáno především tím, že sýry jsou u nás historicky neopominutelnou součástí našeho jídelníčku, a tím pádem máme i hodně vysokou spotřebu. V průměru z nás každý zkonzumuje 19,5 kg sýrů ročně, a toto množství stále ještě narůstá. Není sice ještě tak vysoké jako třeba ve Francii, Itálii, Německu a dalších sýrařsky vyspělých zemích, ale i tak nám toto množství stačí, abychom byli v první světové dvacítce.
V naší maloobchodní nabídce najdete kromě skutečně kvalitních českých sýrů také široký sortiment zahraničních výrobků ze všech možných evropských destinací. V podstatě představují dovážené sýry asi polovinu naší domácí spotřeby. V sortimentu nejsou jen klasické přírodní a tavené sýry ve své nativní podobě, ale výrobci nabízejí i pestrou škálu konvenientních výrobků přinášejících spotřebitelům určité pohodlí a úsporu času při servírování. Mám na mysli různé „party-mixy", ale také výrobky předpřipravené pro teplou kuchyni, ať už to jsou sýry na gril a pánev, nebo sýrové omáčky a další. A pak také nesmím zapomenout na rostoucí spotřebu sýrů v gastronomii a rychlém občerstvení.

Jakou neobvyklou specialitu jste kdy okusil?

Neobvyklých specialit jsem ochutnal už opravdu mnoho a rád je přináším i na mé degustace. Tam často hovořím o afinaci sýrů, což jsou různé úpravy sýrů v průběhu zrání, které znamenají pro daný produkt vytvoření určité nové přidané hodnoty. Například je to zrání sýrů v kaštanových listech, pod vrstvou popela z dřevěného uhlí, v plášti různých bylinek či koření, v mořských řasách a asi bych toho mohl vyjmenovat ještě více.
A pak tu je ještě jedna „specialita", o které píšu ve své první knize v kapitole, kterou jsem nazval O sýrech pro hodně silné žaludky. Tady mám na mysli ovčí sýr casu marzu ze Sardinie, o kterém je známo, že zraje s pomocí larvy (červů) mouchy sýrohodky drobné. Temperamentnost některých gurmánů, kteří tento produkt vyhledávají, opravdu nezná mezí. „Sýr" se po rozkrojení hemží stovkami malých, docela odporných živých červů. A všimněte si, prosím, že jsem slovo sýr napsal v tomto případě raději do uvozovek. A nejenom, že už napohled „není o co stát", protože „sýr" vypadá, jako že ho už někdo jedl, jelikož je viditelně natrávený, navíc k tomu uvedený výrobek i nepříjemně zapáchá. Jeho výroba není oficiálně povolená, ale právě zde platí, že co je zakázané, přitahuje o to více pozornosti. Tak tento sýr jsem já sám nikdy neochutnal, a asi bych k tomu neměl ani odvahu, ale něco podobného jsem zažil již několikrát. V živočišné říši totiž existují ještě další živočichové, kteří mohou být záměrně využíváni pro výrobu, resp. pro zrání sýrů. Kromě červů jsou to sýroví roztoči, kteří představují zřejmě o něco významnější postup při zrání sýrů, nežli je to v případě sardinských červů. Jakousi tupou a zatuchlou vůni roztočů pozná v Rakousku, Švýcarsku, Francii či Německu každý zkušený sýrař nebo afinér. Příkladem může být německý milbenkäse, případně někdy i francouzský mimolette. Já jsem podobné sýry svého času velmi bázlivě ochutnával v Rakousku, ale nakonec jsem byl opravdu překvapen, že jde o velice zajímavé a chutné výrobky. Tyto téměř mikroskopické organizmy vylučují ve svých slinách enzymy, které urychlují zrání sýrů, a proto jsou v některých technikách zrání používané.
A nakonec se zmíním ještě o jednom zajímavém výrobku, kterým je sýr pule neboli magareći sir. Má původ v Srbsku v oblasti dnešní přírodní rezervace Zasavica a vyrábí se ze směsi 60 % osličího a 40 % kravského mléka. Velice vzácné osličí mléko se získává od oslic balkánských oslů. Sýr je nejenom vzácný, ale především velmi drahý kvůli své výrobní obtížnosti, ale zejména kvůli vzácnému osličímu mléku. Jeho cena se pohybuje okolo 1300 USD/kg. Prodejem sýra pule za

Mým cílem bylo nadchnout čtenáře pro sýry tak, aby si uvědomili nejen jejich význam ve výživě, ale také v živobytí rodin a celých generací. Dalším mým cílem bylo čtenáře též edukovat. Změnit jejich pohled na sýry, aby v nich neviděli jenom pouhou potravinu, ale našli si v nich i jistý životní smysl a poslání.

Robot ošetřující sýry ve společnosti Brazzale

Při výrobě parmazánských sýrů v Lotyšsku

Ing. Jiří Kopáček, CSc., ve slavnostní róbě Společenstva mezinárodních sýrařů

takto vysokou cenu podporujete přírodní rezervaci Zasavica s cílem sponzorovat zachování speciálního plemene balkánských oslů a zabránit jejich vyhynutí.

Zažil jste nějakou „sýrovou svatbu"? Tedy veselku, kde by se hodovalo jen na základě menu ze sýrů?

Tak „sýrovou svatbu" jsem zatím nezažil, ale napadá mě vzpomínka na podobnou událost. Když jsme před lety s mojí paní slavili naše padesátiny, pozvali jsme na naši oslavu symbolicky padesát hostů, kterým jsme servírovali přesně padesát evropských sýrů. Každý, kdo přišel, dostal „meníčko" s přesným popisem všech padesáti „sýrových klenotů", které v průběhu oslavy našeho kulatého jubilea mohl ochutnat.

Jsou ve světě restaurace, kde převažují v nabídce sýrové pokrmy?

Takových restaurací je poměrně hodně, například ve Švýcarsku, které jsou specializovány například na sýrové racletty nebo fondue. Ve Francii pak v každé „nóbl" restauraci dostanete mezi dezerty více než sladkosti právě místní sýrové speciality, což je koneckonců typické pro životní styl Francouzů. Sýry jsou zde totiž neoddělitelnou součástí jejich životní filozofie. A podobně je to i v Itálii, kde se žádné rizoto či pasta rozhodně neobejdou bez grany, parmazánu či pecorina. A ani známý salát caprese classico by nebyl dostatečně italský, kdyby v něm nebyla neskutečně dobrá buvolí mozzarella z Kampánie.

V publikaci rovněž najdeme seznam konferencí a podobných akcí, které jste organizoval. Je to úctyhodný počet. Jak si řídíte čas, abyste vše stihl? Vaše aktivity jsou neuvěřitelně pestré a vůbec jich neubývá...

Moje životní krédo je, že „život se musí správně točit". Někdy si i já říkám, jak to všechno, co dělám, můžu ještě stihnout. Ale když vás práce, a celý život, baví, když k ní máte vždy optimistický přístup, tak se to prostě zvládne. Ze všeho nejvíc jsem ale vděčný za velikou podporu mé ženě Daně, bez níž bych to tak lehké neměl.

Kde lze Putování za sýry II koupit? Pro milovníky sýrů i odborníky z gastra je to úplný poklad...

Tyto knihy nejsou v klasické distribuci, aby se neprodávaly zbytečně draho. U mě jsou ale k dostání vždy, stačí mi napsat na e-mail jkopacek@cheesespectrum.cz a objednat si je, a já je zašlu v podstatě jen za nákladovou cenu. Pro mě je v tomto případě důležitější osvěta a spokojenost čtenářů než nějaký finanční profit. Oba díly mám stále k dispozici.

Současný trh se sýry v Česku je velmi vyspělý. Je to dáno především tím, že sýry jsou u nás historicky neopominutelnou součástí našeho jídelníčku, a tím pádem máme i hodně vysokou spotřebu. V průměru z nás každý zkonzumuje 19,5 kg sýrů ročně a toto množství stále ještě narůstá.

Co vám letos udělalo největší radost?

Od roku 2015 jsem jako první Čech vůbec členem prestižního celosvětového Společenstva mezinárodních sýrařů – Bratrstva svatého Uguzona, které má sídlo ve Francii. Každý rok se při výročních zasedáních scházíme s významnými sýrařskými osobnostmi z mnoha zemí světa, na kterých také přijímáme nové členy. Každého musí navrhnout k přijetí dva stávající členové. Mé členství v roce 2015 doporučil jeden Francouz a jeden Němec. A v tomto „klubu" je také velmi sofistikovaná členská hierarchie. Letos v září se konalo naše kapitulní zasedání v rakouském Bregenz. Překvapení, o kterém jsem předem nic nevěděl, bylo, že jsem zde byl oceněn nejvyšším a nejvzácnějším členským titulem, kterého je vůbec možné v tomto cechu dosáhnout, a sice Maître Honoris Caseus, tedy něco jako Čestný Mistr sýrař. To mě opravdu vehnalo slzy do očí, jak vysoce byla ohodnocena moje práce, kterou pro sýrařství a mlékárenství už 45 let dělám.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Jsem vypravěč příběhů, které slyším i zažívám

Magická tajemství Prahy, tak se jmenuje knížka, kterou napsal David Černý a vydal Nakladatelský dům GRADA letos na podzim. A vyšla právě včas. Hodí se do ní začíst v setmělém klidnu listopadového podvečera nebo pozdě v noci, když už všichni doma spí a vám se otevřou nejen stránky této úchvatné publikace, ale i prostor oddat se překvapivým příběhům, které jsou spjaty s českou metropolí. Prožívat zdánlivé náhody, neskutečná dobrodružství, naslouchat hlasu dějin, který o Praze ještě zdaleka neprozradil vše. Zkuste to, přenesete se do dávných časů, opředených pavučinami poznání, jež umocnil David Černý odpověďmi na mé otázky:

David Černý

foto Lenka Petruželová / MilujuPrahu.cz

Co vás přivedlo do tajuplných zákoutí Prahy?

Narodil jsem se do nich. Mám to štěstí, že jsem se prostě ve staré Praze narodil. Celý život bydlím na Starém Městě pražském. Mnohé příběhy, které vyprávím ve svých knihách, jsem slyšel už jako kluk od svých příbuzných, táty, dědy, různých strýců a tet. Pocházím z rodiny z Petrské čtvrti, která po staletí provozovala pekařství nedaleko Petrské zvonice. Ve zvonici u kostela pomáhal zvonit i neposedný chlapec, žák místní farní školy, Karel Hynek Mácha, který se tam zranil při pádu z trámu. Jizvy na tváři později v dospělém věku skrýval pod hustým plnovousem. Malý Ignác, později Hynek Mácha, byl snad i spolužákem mého prapraprapradědečka Jaroslava, pekaře z Petrské čtvrti, se kterým se mohl potkávat nejen ve školních lavicích, ale také právě ve zvonici, v jejíž bráně provozovala rodina obchod.
S naší pekařskou rodinou žila i rodina ježků. Tato roztomilá zvířátka totiž tradičně doprovázela pekaře, protože decimovala pradávné nepřátele pekařů, totiž moučné švábY. Generace lidí a ježků žily ve vzájemné symbióze po staletí, až do roku 1951, kdy komunisti živnost zabavili, posléze krám zavřeli, a nakonec zbořili i celý barák. Kam zmizeli ježci nevím, ale jsem rád, že se zachovaly alespoň příběhy, které mi vyprávěl můj táta, jenž je znal od svého dědy pekaře.

Osudovými cestami se staly uličky naší metropole, v nichž se nacházejí detaily, často těžko vysvětlitelné či historií doložitelné. Proč vás uchvátily právě tyhle střípky někdejšího dění?

Není to tak dávno, kdy mi táta ukazoval niku ve zdivu věže po chybějícím kameni, která sloužila jako polička. Byl to zvláštní pocit, když jsem do ní vložil ruku a přejel po kameni, jako bych se skrz ten kámen spojil s předky. A jako malý kluk jsem chodil se svým prastrýcem po Praze, a kdykoliv jsem ukázal na jakýkoliv dům, byl Sváťa připravený mi o tom domě něco říct. O šlojíři, vyšívaném závoji, který zachránil pana Rotleva, aby nemusel prodat svůj dům nedaleko kostela svatého Havla, o zetlelé ruce chmatákově, která visí na šibeničce v kostele svatého Jakuba, o sovičce na Platýzu, která byla nejstarší dopravní značkou, o obrazu Panny Marie, který připlul po řece při velké povodni. Kterého kluka by to nebavilo?

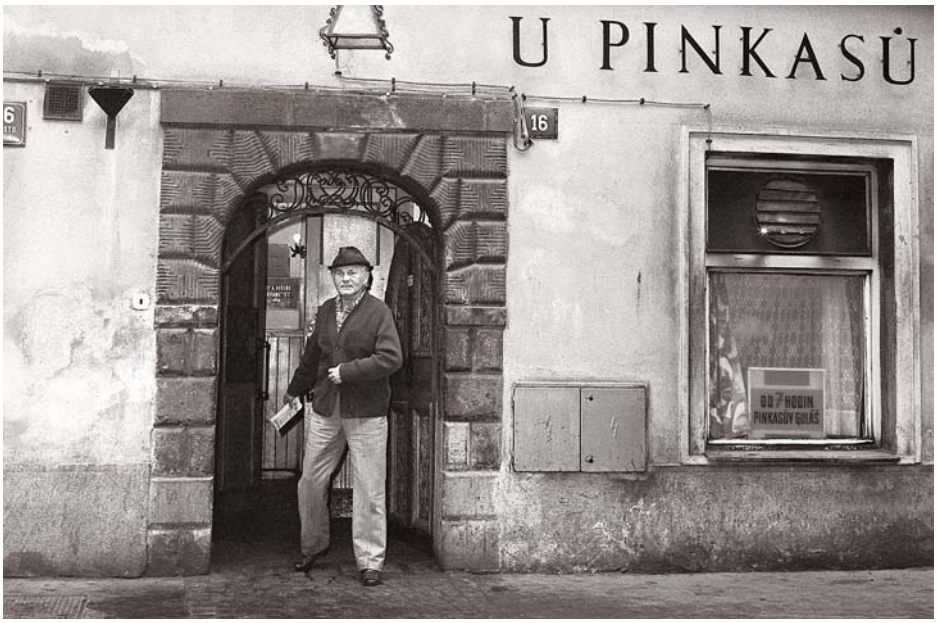
Po stopách našich předků, po stopách dávných příběhů. Je to spíš dobrodružné než vědecké a poznávací?

Je to velké dobrodružství, při kterém se toho hodně dozvím. Systematické vědy v tom moc není, nepokládám se za historika. Jsem vypravěč příběhů, které slyším i zažívám. Některé věci si musíte chvilku přebrat a pak je prostě přijmout. Po letech jsem navštívil hrobku českých králů pod podlahou svatovítské katedrály. Prohlížel jsem sarkofág Václava IV., na kterém je napsáno královo jméno a pod ním jeho osobní znak ledňáček ve věníku. Tento pozoruhodný ptáček je úzce spjatý s naším městem, jen na Staroměstské mostecké věži jich najdete hned 16. Je to král rybář, strážce největšího tajemství. Pak jsem sestoupil z Hradu dolů k řece, posadil se na lavičku a věřte nevěřte, na zábradlí mola, kde přistávají turistické lodě, jen kousek ode mě přilétl ledňáček. Kluci od vody, kteří vozí turisty, mi sice vyprávěli, že se ledňáček do centra Prahy vrátil, já ho ale viděl poprvé, až když jsem navštívil krále ledňáčka Václava IV. Praha zkrátka přináší nové a nové příběhy.

Myslíte, že bude stále co objevovat?

O tom nepochybuji ani na chvilku. V našem tisíciletém městě se samozřejmě odehrávají nové a nové příběhy, nalézáme stále nová magická tajemství. Jako když se v roce 2004 objevily v Profesním domě na Malostranském náměstí základy prastaré rotundy svatého

Václava, o které už si nikdo nemyslel, že ještě spatří světlo světa. Rotunda byla vystavěna na paměť svatováclavského zázraku, kdy se na tomto místě při převážení mrtvého těla svatého Václava ze Staré Boleslavi do Prahy podle legendy procesí zastavilo, neboť koně táhnoucí vůz se svatými ostatky odmítli jet dál. Do pohybu se dali, až když z nedalekých žalářů byli propuštěni nespravedlivě odsouzení vězni. Rotunda byla ještě na vyobrazení Prahy z roku 1606. Pak se po ní slehla zem. Ukázalo se, že její základy byly zahrnuty do stavby jezuitského Profesního domu. Po čtyřech stech let byla rotunda shodou náhod objevena, včetně nádherné středověké dlažby.
V roce 2011 zase objevili pod dlažbou kostela Narození Páně v pražské Loretě kryptu dobrodinců. Našly se v ní malby z roku 1664, s motivy Smrti a Vzkříšení – alegorie Času a pomíjivosti lidského bytí. Hlavní scéna Vzkříšení Lazara byla vytvořena podle Rembrandtova grafického vzoru, a to v době, kdy malíř ještě žil. Jde o jednu z prvních dochovaných reakcí na Rembrandtovo dílo na českém území. Zázraky se v Praze zkrátka dějí pořád.



Bohumil Hrabal vychází v roce 1976 z Restaurace U Pinkasů. Spisovatel údajně prohlásil: „Poslední pomazání si dám sám a udělám to plzeňským pivem."

převzato z knihy Magická tajemství Prahy, foto archiv Restaurace U Pinkasů

Temné průchody, sošky opředené tajemstvími, úchvatné stavby, nevysvětlené záhady, co nám sdělují?

Především to, že Praha je starobylé město, ve kterém se rodí, žijí a umírají lidé. Jejich lidské osudy se pak zapisují do paměti města. Když budeme pozorní, můžeme řadu těchto příběhů znovuobjevit. Já jsem například objevil místo, ze kterého můžete spatřit Juditin most, předchůdce Karlova mostu. Juditin most před dávnými staletími vzala v roce 1342 velká voda. Ale v paměti domů a ulic je jeho podoba uchována. Je stále vidět.

Někteří tvrdí, že určité části Prahy vyzařují velmi pozitivní energii. Souhlasíte s tím?

Praha je pozitivní město, není dost velké, aby se v něm člověk ztratil, ale není ani malé na to, aby bylo fádní. A má jednu skvělou vlastnost, že dokáže zpracovat a přivlastnit si jakoukoliv architekturu. Dobře vedle sebe vypadají památky všech možných myslitelných slohů. Baroko si podává ruku s gotikou, klasicizmem, empírem, secesí, kubizmem i novými moderními stavbami. Praha zkrátka přežije všechno a vždy vyjde jako vítězná dáma.

Učíme se z minulosti dostatečně, nebo bychom ji měli studovat bedlivěji?

Historie nás učí mnohému, z mnoha věcí se můžeme poučit, ale zase bychom neměli zůstávat trčet v historii. Je potřeba žít a těšit se z toho, že jsme se narodili na nejlepším místě pro život. Tím nemyslím jen Prahu, ale celý svět.

Jaké místo v Praze je pro vás největším magickým otazníkem?

V Praze jsou místa, která nás propojují s úsvitem českých dějin. Například Svatováclavská kaple je ústředním bodem nejen katedrály svatého Víta, Václava a Vojtěcha, ale i Pražského hradu, Prahy a celé země. Jsou v ní uloženy ostatky svatého Václava, v její blízkosti korunovační klenoty a je to bezpochyby nejvelkolepější prostor v Česku. A když si uvědomíte, že na tomto místě se modlili čeští panovníci, že byste se mohli přesunout v čase a potkat Karla IV. nebo jeho syny Václava IV. či Zikmunda, nenechá vás to klidným bez emocí. Rád si v kapli prohlížím i sochu svatého Václava. Antropolog Emanuel Vlček v osmdesátých letech minulého století doložil, že autor sochy Petr nebo Jindřich Parléř použil přímo lebku svatého Václava jako předlohu pro vytvoření světcovy hlavy. Tudíž je jisté, že se můžete podívat do tváře knížete, který byl zavražděn svým bratrem Boleslavem v roce 935 a stal se patronem českého národa. Je to neskutečný zážitek.

A bojíte se někam vstoupit?

Nebojím. Ale k určitým místům chovám velký respekt. Takže když jsem navštívil loretánskou kryptu, velmi silně jsem cítil, že vstupuji do hrobu, takže je třeba ctít pietu posledního místa odpočinku lidí, jejichž jména sice už neznáme, ale kteří také zažívali své pozemské lásky, starosti, naděje...

Věříte, že určitá místa nám cosi sdělují, ale my stále nevíme, co vlastně?

Místa sama o sobě nic nesdělují. Jejich podoba je ale obrazem činnosti lidí, kteří to místo třeba po staletí tvořili. Můžeme, pokud chceme, studovat a zjišťovat, proč to které místo vypadá tak, jak vypadá, a dohadovat se, co nám který symbol sděluje. Je jen na nás, zda nás to zajímá a chceme se na cestu pochopení tajemství Prahy, a nejen jí, vydat. Je to velké dobrodružství, které mě baví. Zvu vás: Pojďte se mnou prožívat magická tajemství Prahy.

ptala se Eva Brixi

Elektromobily si zlepšují image, mají ambici posunout se na symbol automobilového komfortu

Nové konektivní služby, ovládání některých funkcí vozu telefonem, uchovávání a převoz energie... I to jsou výhody aut s elektrickým pohonem. A přibydou další benefity. V budoucnu vám elektromobil bude moci napájet domácnost při výpadku proudu nebo pro snížení nákladů, případně vám pomocí funkce V2G umožní vracet energii do sítě a vydělat peníze.

Za posledních pár let zaznamenaly elektromobily obrovský kvalitativní posun. Automobilky se snaží neustále snižovat či eliminovat překážky, které zákazníky od koupě elektrovozů odrazují. Obrovský pokrok nastal zejména v oblasti komfortu.

Zima? Vyřešeno!

Příkladem je používání automobilu v zimě. Vytápění vozu je energeticky velmi náročné, což se negativně projevuje na dojezdu. Ještě před několika lety se elektromobilista musel smířit s tím, že bude muset volit mezi tepelným komfortem a dojezdem. Dnešní elektromobily využívají pokročilý tepelný management – tepelné čerpadlo, předehřev baterie nebo možnost předehřát kabinu před jízdou prostřednictvím mobilní aplikace. Tyto inovace zajišťují, že elektromobily zůstávají plně použitelné i v mrazivých měsících.
Majitelé elektromobilů se dnes už zimy nemusí bát, jak potvrzuje Miloslav Doupal, produktový manažer značky Peugeot: „Například naše populární elektrické SUV modely Peugeot E-3008 a E-5008 jsou vybaveny inteligentním systémem předehřevu baterie, který automaticky optimalizuje teplotu před nabíjením a zkracuje čas potřebný pro doplnění energie.“
Díky těmto vylepšením může teplota baterie během dvaceti minut stoupnout až o 10 °C, což umožňuje nabíjení z 20 % na 80 % kapacity za méně než půl hodiny. Ovládání funkcí předehřevu je navíc jednoduché. Lze je aktivovat automaticky prostřednictvím plánovače tras nebo ručně přes displej vozu či aplikaci MyPeugeot. Pomocí této aplikace si uživatel může interiér vozu předehřát na dálku pomocí telefonu, případně si lze vytvořit dlouhodobý plán předehřívání vozu.

Filip Lapka

Čtyři otázky pro Filipa Lapku, obchodního ředitele značky Peugeot

Nabídka elektrických vozů Peugeot atraktivitou takřka přesahuje vozy se spalovacím motorem, které se prodávají mnohem víc. Proč tomu tak je?

Podpora elektromobility a její zpřístupnění co největšímu počtu klientů je dlouhodobou celoevropskou strategií značky Peugeot. Skupina do elektrických technologií hodně investovala a systematicky se připravuje na budoucnost, která zřejmě bude elektromobilům patřit. Neznamená to však, že jsme na vozy se spalovacím motorem zanevřeli – modernizujeme je po všech stránkách, od designu přes výbavu až po samotný pohon.

Ceny elektromobilů však zůstávají stále velmi vysoké. Máte plán, jak udělat elektromobily dostupnějšími?

Elektrická technologie, a zejména baterie jsou nákladné, a to se logicky promítá do ceny. Snažíme se ale ceny co nejvíce snížit. Jen v letošním roce jsme zlevnili malé elektromobily E-208 a E-2008 o několik desítek tisíc korun, pořádáme akční nabídky a poskytujeme cenově výhodný operativní leasing. Dále upravujeme modelovou řadu – například Peugeot E-5008 Dual Motor brzy uvedeme i ve skromnější, cenově příznivější podobě.

Jaké elektrické novinky chystáte v příštím roce?

Hned na začátku roku uvedeme nový elektrický Peugeot E-308 SW s dojezdem prodlouženým až na 444 km, což je o 40 km více než u stávající verze. V polovině roku dorazí také sportovní plně elektrický Peugeot E-208 GTi. Jde o hatchback s výkonem 280 koní a zrychlením z 0 na 100 km/h za pouhých 5,7 sekundy. Tato novinka naše příznivce určitě nadchne.

A váš osobní vztah k elektromobilitě?

V současné době jezdím plug-in hybridním vozem, ale naprostou většinu času čistě na elektřinu. Po nějakou dobu jsem jezdil i s čistě elektrickými modely E-308 SW a E-3008. Oba vozy mi plně vyhovovaly. Příjemně mě překvapilo, jak snadné je najít rychlodobíječku a jak praktické je její využití. Dvacet minut stačí, aby se auto u obchodního centra, kam jezdím, dobilo na 80 %. Za tak krátkou dobu většinou nestihnu ani nakoupit. V elektromobilech zkrátka nevidím žádné omezení – naopak, mají spoustu praktických výhod. **(red)**

Rostoucí infrastruktura mění chování zákazníků

Rozvoj veřejných dobíjecích sítí zároveň odbourává jeden z hlavních argumentů proti elektromobilitě – nutnost domácího nabíjení. Například energetická společnost PRE provozovala ve své veřejné dobíjecí síti PRE Point ke konci září 874 dobíjecích stanic. Letošní rok hodlá zakončit s počtem 900. Roste přitom i používání těchto stanic. Podle údajů PRE dosáhla za dosavadních devět měsíců roku celková spotřeba dobíjecích stanic vyšší hodnoty než za celý rok 2024. Počet unikátních zákazníků se ve třetím čtvrtletí zvýšil o 47 % a utilizace podle výkonu dobíjecích stanic vzrostla na 3,66 %, v samotném září dokonce na 4 %. Tento vývoj naznačuje, že z „vozů pro ekologické nadšence“ se stává běžná volba českých řidičů.

Portfolio modelů

Rozvoj elektromobility jde ruku v ruce se zvyšováním atraktivity nabídky. „Letos jsme uvedli SUV E-5008 a E-3008 s pohonem 4 × 4 a s nadstandardně dlouhým dojezdem až 700 km na jedno nabití,“ řekl Miloslav Doupal. „Kromě předehřevu baterie jsme zavedli také systém V2L, který umožňuje využít vůz jako mobilní zdroj energie pro napájení externích zařízení, například notebooku, elektrokola nebo nářadí. Tato funkce bude v nejbližší době dostupná napříč celou elektrickou řadou značky. Peugeot je navíc kompletně elektrifikovanou značkou, což znamená, že každý z jeho modelů lze pořídit kromě benzínové (případně dieselové) verze také ve variantě s plně elektrickým pohonem. A to se týká i užitkových vozů – od nejmenšího Partnera po největší Boxer s přepravní kapacitou až 17 m³.

Názorná ukázka elektrického luxusu: komfortní a praktický Peugeot E-5008 Dual Motor

Tento model v Česku pořídíte v nejluxusnější výbavě GT Limited Edition. K této verzi už prakticky nelze nic přidat – snad jen tažné zařízení. Součástí je prémiový HiFi systém Focal s deseti reproduktory, luxusní elektricky ovládaná sedadla s čalouněním z Alcantary i panoramatické střešní okno. Peugeot E-5008 nabízí přes čtyřicet asistenčních systémů.

Sebevědomý design

Ještě než usednete za volant, zaujme vás design vozu Peugeot E-5008. Robustní silueta, propracovaná aerodynamika a výrazná světelná identita dělají z tohoto SUV elegantního společníka. Také interiér zaujme precizním zpracováním a klidnou, luxusní atmosférou.

Kokpit vesmírné lodi

Dominantou interiéru je Peugeot Panoramic i-Cockpit neboli obrovská 21palcová obrazovka, která budí dojem, že se vznáší nad palubní deskou. Poskytuje technologicky estetický zážitek i přehled o všem důležitém. Součástí je chytrá 3D online navigace, která poradí nejlepší trasu, ukáže dostupné nabíječky, parkování, počasí i varování před radary.

Prémiový komfort

Sedadla jsou ergonomická, vyhřívaná a nabízejí pět masážních programů. Mají adaptivní opěrky, které se samy nafukují a přizpůsobují tělu. Vyhřívaná jsou i zadní sedadla i volant – zimomřivci toto určitě ocení.

Nevinná čtyřkolka

K robustnímu SUV pohon všech kol patří. Peugeot E-5008 Dual Motor jej zajišťuje pomocí dvou elektromotorů – jednoho vpředu a druhého na zadní nápravě. Společně mají výkon 325 koní. Na výběr jsou jízdní módy Sport či Eco. Každý z nich poskytuje kultivovanou a jistou jízdu v každé situaci.

Dobíjení bez obav

Baterie o kapacitě 73 kWh slibuje dojezd až 465 km. Díky rychlonabíjení stačí půlhodina k doplnění energie z 20 na 80 %. Peugeot přidal i chytré řízení nabíjení, které chrání akumulátor a prodlužuje jeho životnost.
Peugeot E-5008 Dual Motor je ideálním společníkem jak do města, tak i mimo něj. Je ukázkou obrovského pokroku, kterým elektromobily prošly, a dokazuje, že život s bezemisním vozem může být příjemný a zábavný.

připravila redakce Fresh Time

Báječné pracovní stanice na čtyřech kolech

V redakci jsme měli možnost otestovat modely Peugeot E-5008 i E-3008. S oběma jsme byli velmi spokojení. Peugeot je tvůrcem vozů, které mají vysokou estetickou hodnotu, jsou reprezentativní a jejich design je pro nás bezpochyby jejich silnou stránkou. I to patří do rovnice, díky níž si jízdu užíváme.

Život se značkou Peugeot nás díky tomu o to víc baví. Přestože je model E-5008 jedním z těch, které dokážou pojmout celý váš důležitý svět – rodinu, kancelář i tým spolupracovníků, nechybí mu jiskra francouzského šarmu. E-3008 je pak lahůdka pro každého náročného řidiče, který má rád pěkné věci na dosah. Co dále oceňujeme? Propojení technologií, komfortu a radosti z jízdy. Už dávno neplatí, že čím rychleji, tím lépe. Rovnováha mezi přívětivými jízdními vlastnostmi, skvělou stabilitou, výkonem, nekompromisně odhlučněným interiérem a komfortem, který prožíváte nejen za volantem, ale jenž si může vychutnat každý z cestujících obou modelů, dělá z těchto aut vynikající společníky pro život v businessu i mimo něj. Jsou to všestranné vozy, které s vámi zvládnou to, co potřebujete, ať už na silnicích v Česku, nebo při cestování do větších dálek. Učí řídit jinak – s větším důrazem na klid, pohodu a pohodlí. S větším důrazem na plánování a time management, který vidí dál než za hranici cesty z bodu A do bodu B. Nejsou to jen auta. Ale pro mnohé z nás báječné pracovní stanice na čtyřech kolech.

Kateřina Medová Šimková

Klíč k udržení důvěry

Vladimír Janda

Žasla jsem. Při prohlídce masozávodu v Modleticích společnosti Kaufland totiž nelze nic jiného, než obdivovat styl organizace práce. Ten se prolíná veškerou činností, kterou zde řadoví zaměstnanci i management odvádějí s vidinou toho, aby nám, zákazníkům, chutnalo. Každý přesně ví, co má dělat, žádná improvizace, která se do takového provozu ani nehodí. Samostatná jednotka, která šlape jako hodinky. Od hygieny až po chuť hotových výrobků. Koncert lidského umu a robotické dokonalosti. Vytvořit něco tak velkolepého zaslouží obdiv. Modletický masozávod je již 22 let srdcem zpracování masa obchodního řetězce Kaufland v České republice. Každý den zde více než 400 zaměstnanců opracuje v průměru 175 tun vepřového a hovězího. Všem zdejším zázrakům šéfuje Vladimír Janda. O řezničině, technologiích, recepturách či principech kvality toho ví hodně:

Při novinářské návštěvě vašeho závodu v Modleticích jsem byla překvapená výjimečnou organizací práce. Je to výsledek letitých zkušeností, nebo prostě nutnost, bez níž by se takové množství masa nedalo efektivně zužitkovat?

Díky za dotaz. Není asi překvapením, když řeknu, že bez dobré organizace práce nelze dosahovat dobrých výsledků. Náš závod v Modleticích jsme otevřeli v roce 2003 a hned od počátku jsme využili toho, že naše firma měla a má v Německu vlastní a velmi dobře fungující masozávody. Skloubili jsme zde německou preciznost s českými odbornými zkušenostmi a šikovností našich zaměstnanců.
Výsledkem této kombinace je právě to, co jste viděla. Tedy výjimečná organizace práce, která je klíčová pro efektivní a rychlé zpracování takového množství masa při udržení té nejvyšší kvality produktů. Je to souhra letitých zkušeností mateřské firmy, které se zde podařilo skvěle implementovat, a našich odborníků.

Skloubili jste tradiční přístup k řemeslu s moderními technologiemi, a to celé zabalili do mimořádného systému kvality. Co vám toto úsilí dnes přináší?

Naše úsilí skloubit tradiční řemeslný přístup s moderními technologiemi a mimořádným systémem kvality nám v první řadě přináší konkurenceschopnost. Díky efektivitě, při zachování výjimečné kvality, se nám daří být pro naše zákazníky vysoce atraktivním a spolehlivým výrobcem. Tím ale naše cesta nekončí. Trh je dynamický a my vnímáme neustálé zlepšování jako standardní proces. Průběžně reagujeme na měnící se požadavky zákazníků. Neustálá optimalizace nákladů a skvělá organizace práce nám umožňuje udržet si úspěch. Navíc, díky tomuto komplexnímu přístupu, můžeme plnit i naše dlouhodobé cíle v oblasti ekologického a udržitelného zaměření.

Kolik druhů výrobků odsud dnes míří na český a slovenský trh? A najdeme je pouze v prodejnách Kaufland?

Pokud jde o distribuci, výrobky z naší produkce můžete najít opravdu výhradně v prodejnách Kaufland v České republice a na Slovensku. V našem závodě v Modleticích vyrábíme široký sortiment, který zahrnuje balené vepřové a hovězí maso, mletá masa, tepelně neopracované čerstvé klobásy, uzená masa, paštiky a salámy. Pro české prodejny jde o sortiment čítající zhruba 120 různých výrobků (šíře nabídky se průběžně mění dle sezóny a poptávky), pro slovenské prodejny pak dodáváme okolo 40 výrobků.

Oč bude v čase předvánočním největší zájem?

Naše zkušenosti ukazují, že poptávka v tomto období je výrazně ovlivněna regionálními a rodinnými tradicemi. Mezi nejoblíbenější produkty z naší produkce patří především čerstvé maso na řízky, ať už jde o klasickou vepřovou kýtu, nebo již nakrájené řízky, případně pro někoho oblíbenou variantu z krkovice. Dále pak jsou to suroviny na hovězí vývar. Pro zákazníky, kteří na Štědrý den neholdují rybí polévce, je tradiční alternativou silný hovězí vývar. Proto často vyhledávají hovězí žebro s kostí nebo naši balenou hovězí polévkovou směs. A jako třetí bych uvedl určitě vinnou klobásu. Tato pochoutka se stává hitem v některých regionech naší země právě v období prosince a vánočních svátků. Zajišťujeme, aby poptávka po těchto klíčových vánočních surovinách byla včas a dostatečně pokryta.

Vyprávěl jste nám příběh vaší vinné klobásy, dlouho jste hledali recepturu, až jste se rozhodli pro tu z roku 1955 s velkým obsahem vína i koření. Kolik tohoto nápoje v listopadu a prosinci potřebujete a kolik tun klobásy vyrobíte?

Na to je jednoduchá odpověď. Jelikož na 100 kilo spotřebujeme 5 litrů kvalitního moravského vína a předpokládáme, že v listopadu a prosinci vyrobíme více než 150 tun vinné klobásy, tak to vypadá, že budeme potřebovat více než 7500 litrů tohoto nápoje.

Mezi vaše novinky patří dvě paštiky – jsou Češi národem paštikářů jako třeba Francouzi?

Pokud jde o srovnání s Francií, asi bych neřekl, že jsou Češi národem paštikářů v tom pravém slova smyslu. Nicméně, neustále reagujeme na požadavky spotřebitelů a měnící se trendy na trhu. Právě v segmentu paštik vidíme v posledních letech vzrůstající zájem o výrobky tohoto typu.

Uvedení našich dvou nových paštik (Zlaté a Francouzské) je reakcí na tuto poptávku a snahou nabídnout zájemcům kvalitní a chutné produkty, které odpovídají moderním trendům ve stravování. Současně je pro nás výroba paštik důležitá i z hlediska efektivity zpracování surovin a vyrovnání celkové bilance výroby.

Podle jakých meřítek se váš řetězec rozhoduje, co dalšího zařadíte do sortimentu?

Rozhodování o rozšíření sortimentu je primárně v kompetenci našich kolegů z oddělení prodeje a nákupu. Nicméně, i z pohledu výrobního závodu můžeme potvrdit, že zařazování nových výrobků je vždy založeno na komplexním souboru kritérií.
Mezi hlavní principy patří sledování aktuálních trendů, kdy neustále monitorujeme vývoj v oblasti masných výrobků, abychom včas zachytili novinky. Důležitá je analýza poptávky a prodejnosti, v rámci které sledujeme chování zákazníků. Dlouhodobě také sledujeme prodejnost stávajících výrobků a vyhodnocujeme konkrétní poptávku, což nám pomáhá zaplnit případné mezery v nabídce. Přímo v masozávodě máme také oddělení vývoje, které aktivně pracuje na nových inovativních produktech. Ty musí splňovat naše vysoké standardy kvality a zároveň odpovídat specifikům českého a slovenského trhu. Nedílnou součástí je i monitoring chování konkurence, abychom udrželi naše portfolio moderní a konkurenceschopné. Tento přístup nám umožňuje efektivně reagovat na trh a zařazovat do sortimentu vhodné výrobky.

Zaujalo mne, kolik druhů mletého a mělněného masa nabízíte. Proč tolik a čím se liší?

Naši zákazníci mají rádi široký výběr, a proto nabízíme skutečně pestrý sortiment mletých a mělněných mas. Konkrétně v našem masozávodě v Modleticích vyrábíme sedm druhů mletých mas pro samoobslužný prodej a tři druhy mělněného masa pro pultový prodej. Jednotlivé druhy se liší především vstupní surovinou (např. čisté hovězí, vepřové z kýty, vepřové z plece nebo směs vepřového a hovězího masa). Rozdíl mezi mletým a mělněným masem je prakticky pouze v tom, že do mělněných mas se přidává himálajská sůl. Z hlediska kvality je tento masný polotovar (jak je klasifikován kvůli přidané soli) kvalitativně totožný s našimi mletými masy prodávanými v samoobslužném úseku. Tímto rozsahem zajišťujeme, že si každý zákazník vybere maso, které nejlépe vyhovuje jeho představám.

Řezníků je málo, o učební obor není zájem, i když u masa a uzenin na talíři je tomu naopak. Abyste předcházeli problémům, zřídili jste speciální učňovskou dílnu. Nese už své ovoce? Co mladou generaci chcete naučit především?

Otázka nedostatku kvalifikovaných řezníků je častým tématem, které aktivně řešíme i v rámci Českého svazu zpracovatelů masa. Jako jeden z největších zpracovatelů masa v ČR vnímáme podporu učňovského oboru Řezník-uzenář jako naši povinnost vůči celému oboru. Proto jsme zřídili speciální, dokonale vybavenou učňovskou dílnu. V současné době k nám na pravidelnou praxi dochází 12 učňů.
Pod odborným dohledem žáky učíme všechny dovednosti, které z nich udělají mistry svého oboru (vyjma jatečních činností, jelikož nejsme jateční provoz). Studenti získávají praktické zkušenosti v moderním závodě s dokonalými procesy a – jak jste sama na úvod zmínila – s výjimečnou organizací práce. Vytvořili jsme tak prostor, kde si mohou v nadstandardních podmínkách rozšířit své vzdělání a naučit se uplatňovat tradiční postupy v souladu s moderními technologiemi.
Nese to ovoce? Ano. Naši učni dosahují při závěrečných zkouškách vynikajících výsledků, což je potvrzením kvality naší výuky. Navíc zájem o učňovskou praxi v našem závodě každým rokem stoupá. Velmi nás těší, že většina absolventů pak u nás také zůstává.

Máte příhodný slogan: Stroj řezníka nenahradí, ani kdyby se rozkrájel. Přesto investujete obrovské částky do nových technologií. V čem jste nyní pokročili?

Náš slogan platí i nadále. Řeznická zručnost a dovednost jsou stále k nezaplacení. Zároveň však platí, že moderní technologie jsou nezbytné pro zajištění efektivity, hygieny a vysoké kvality. Modletický závod je proto technicky a technologicky na velmi vysoké úrovni.
Naše pokroky a investice se v praxi projevují v mnoha ohledech. V prvé řadě maso zpracováváme na moderních bouracích linkách, odkud je vytříděná surovina přepravována dokonale promyšlenou dopravníkovou technikou k finálnímu zpracování. To zajišťuje extrémní rychlost, maximální hygienu a důkladnou evidenci každé šarže.
V druhé řadě dnes využíváme ve velké míře roboty, jejichž nasazení jsme ještě před pár lety vůbec nepředpokládali. Do standardu naší výroby patří robotické odebírání misek a automatické vkládání do přepravek, moderní automatizované dopravníkové systémy a plně automatické sklady surovin. Bez těchto prvků se žádná úspěšná firma v našem oboru už neobejde.
Vzhledem k neustálému vývoji trhu a technologií bude provoz masozávodu v Modleticích i v dalších letech nadále modernizován.

Zákazníci čím dál více oceňují čerstvost, kvalitu a rozmanitost. Principy vaší výroby na to odpovídají jednoznačně. Ale přece – nechtěl by toho spotřebitel až příliš?

Základem našeho obchodního úspěchu je mít požadavky a očekávání zákazníků neustále na prvním místě a proaktivně reagovat na jejich rostoucí potřeby a uspokojovat je. Vedle vysoké úrovně kvality samotného masa klademe důraz na čerstvost, rychlé zpracování, maximální hygienu a okamžitou distribuci. Naší velkou výhodou je, že celý proces od výběru masa u dodavatele až po doručení do prodejny máme plně ve svých rukou.
Zákazníci tuto preciznost vnímají. Důkazem je fakt, že prodeje balených i pultových produktů z modletického masozávodu pod značkou K-Mistři od fochu z Modletic! stále rostou a získávají ocenění i u odborné veřejnosti. Zajištění čerstvosti a kvality je pro nás klíč k udržení důvěry.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Profesionální pečující stále čekají na docenění

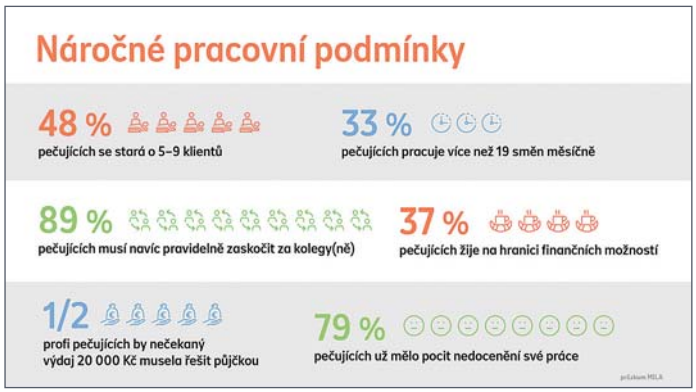
Kdo musí svěřit svého blízkého do pomocných rukou profesionálního pečujícího, dělá to s přesvědčením, že se mu dostane lepší péče, než je rodina schopná nabídnout sama. „Naše vysoké požadavky na pečující jsou pochopitelné, ale podmínky nastavené pro jejich náročnou práci jim bohužel zatím neodpovídají," řekla Simona Bagarová, zakladatelka neziskové organizace MILA.

Za 30 let budou lidé starší 65 let tvořit třetinu české populace, což přirozeně přináší i rostoucí potřebu profesionální péče. „Dožíváme se stále vyššího věku, ale délka života ve zdraví se bohužel nezvyšuje stejným tempem. Běžnou součástí delšího spokojeného života se tak stane i kvalitní péče. Každý člověk by měl proto vzít osobní a částečně i finanční odpovědnost za přípravu na stáří. A stranou nesmí zůstat ani podpora rozvoje dostupné profesionální péče," shrnul fakta Petr Němeček, ředitel externí distribuce NN Životní pojišťovny. Většina pečovatelů si svou práci zvolila proto, že v ní vidí smysl. Často ale také přiznávají, že

foto Pixabay

ocenění neodpovídá její potřebnosti a náročnosti. Na 79 % pečujících vnímá svou práci jako nedoceněnou. A to i finančně; téměř polovina pečujících by nečekaný výdaj ve výši 20 000 Kč musela částečně nebo zcela pokrýt půjčkou. „Věříme, že každý má právo na důstojnou péči. Pečující jsou páteří tohoto systému a zaslouží si odpovídající podmínky a uznání," uvedla zakladatelka neziskové organizace MILA. Ve všech svých aktivitách neustále pracuje na zvyšování prestiže pečující profese a zlepšování podmínek pro ni. Nezisková organizace MILA se zlepšování podmínek pro seniory a jejich pečující věnuje už od roku 2018. Nyní navázala partnerství s NN Životní pojišťovnou, lídrem pojištění dlouhodobé péče, které pokrývá právě riziko nesoběstačnosti. Ta podle statistik vstoupí do života nejméně každému třetímu Čechovi do věku 85 let. Smyslem nové spolupráce je podpořit profesi pečujících, zvyšovat povědomí o možnostech a dostupnosti profesionální péče a zajistit její adekvátní ocenění ve společnosti. Partnerství NN a MILA se zaměřuje zejména na osvětu pečovatelské profese a zvýšení prestiže práce pečujících v očích veřejnosti. Mezi konkrétní společné aktivity už patří například podpora školitelů, vznik edukativního seriálu videí nebo online poradna na portálu www.pece.cz. Ta nabízí individuální konzultace odborníků MILA a je k dispozici všem zájemcům o informace či podporu. Chystaný odborný průzkum zaměřený na roli profesionální péče a její dopad na rodinné vztahy zase umožní lépe porozumět potřebám pečujících i rodin, kterým pomáhají. Cílem celé spolupráce je dále rozvíjet systém profesionální péče v České republice.

„MILA každoročně pozitivně ovlivňuje životy 400 pečujících a více než 800 klientů v zařízeních pro seniory. Naše partnerství dosah těchto aktivit ještě významně rozšíří," dodala Simona Bagarová. Zakladatelka neziskové organizace MILA staví svou práci na otevřenosti, smysluplnosti, upřímnosti a radosti. „Věřím, že pouze tam, kde jsou spokojení pečující, mohou být spokojení i klienti," potvrdila. **(tz)**



Téměř polovina vrcholových manažerů důvěřuje při rozhodování více AI než sobě

Generativní umělá inteligence stále více ovlivňuje strategické rozhodování vrcholového managementu. Nový průzkum společnosti SAP ukázal, že 44 % členů nejvyššího vedení firem by změnilo své původní rozhodnutí, pokud by získalo doporučení od AI. Dalších 38 % respondentů by umělé inteligenci důvěřovalo natolik, že by ji nechali za sebe rozhodovat.

Průzkum AI Has a Seat in the C-Suite provedla pro společnost SAP agentura Wakefield Research mezi 300 vedoucími pracovníky amerických společností s ročním obratem přesahujícím jednu miliardu dolarů.
Výsledky průzkumu dále ukazují, že tři čtvrtiny vrcholových manažerů věří doporučením umělé inteligence spíše než doporučením kolegů nebo přátel. Celkem 55 % dotázaných uvedlo, že pracuje ve firmách, kde AI již pravidelně nahrazuje nebo obchází tradiční způsoby rozhodování. Tato praxe je obzvlášť rozšířená ve firmách s ročním obratem přesahujícím pět miliard dolarů. Generativní AI využívá denně téměř polovina manažerů, přičemž každý sedmý s ní pracuje několikrát denně.
„Umělá inteligence mění způsob rozhodování vrcholových manažerů, kteří stále častěji oceňují schopnost AI rychle analyzovat rozsáhlá data a odhalovat souvislosti, které by člověku mohly uniknout," řekl Martin Janáček, generální ředitel brněnského vývojového centra SAP Labs.
Podle průzkumu má AI největší důvěru manažerů při analýze dat a doporučení vhodných postupů, což potvrdilo 52 % dotázaných. Téměř polovina respondentů se rovněž spoléhá na schopnost AI včas rozpoznat možná rizika a navrhnout alternativní postupy.
Umělou inteligenci využívají manažeři také při vývoji produktů, plánování rozpočtů a průzkumu trhu. Každou z těchto aktivit uvedli shodně čtyři z deseti dotázaných.
Přínos AI však není jen pracovní, manažeři v průzkumu vyzdvihli i osobní benefity. Celkem 39 % z nich uvedlo, že jim umělá inteligence pomáhá lépe skloubit pracovní a osobní život. Lepší duševní pohodu díky AI zaznamenalo 38 % a pokles stresu pak uvedl téměř každý třetí dotázaný.
Pro 85 % manažerů je zásadním přínosem AI úspora času. Více než dvě třetiny zároveň věří, že by jejich firmy mohly těžit z intenzivnějšího využívání AI na úrovni nejvyššího vedení. Podle Martina Janáčka je pro úspěšné využití AI zásadní, aby firmy pracovaly s kvalitními a spolehlivými daty. Upozorňuje, že řada společností se stále potýká s množstvím různých systémů a jejich nedostatečnou integrací. „Bez jednotného zdroje dat, který propojí informace mezi různými odděleními ve firmě a zachová jejich sémantiku, firmy nedokážou využít plný potenciál umělé inteligence. S rozmachem AI agentů bude kvalita dat ještě důležitější," dodal.

foto Pixabay

Letos v únoru softwarová firma představila novou platformu SAP Business Data Cloud. Ta umožňuje rychlé propojení a sjednocení dat ze systémů SAP i třetích stran. Řešení zahrnuje technologie společnosti Databricks pro datovou analytiku, AI a strojové učení. **(tz)**

Pozor na nekvalitní sítě

S návratem dětí do škol, sportovních klubů a kroužků ožívají po letních prázdninách tělocvičny i venkovní hřiště. Po letních opravách a rekonstrukcích často zbývá vyřešit „drobnosti", které ale mohou mít zásadní vliv na bezpečí, například sportovní a herní sítě.

„Úroveň sportoviště se pozná například podle kvalitních sítí, tento detail vám prozradí mnoho. Je to znak zodpovědného přístupu vůči uživatelům, ale taky krok k větší udržitelnosti, protože nekvalitní síť se rychle opotřebovává a je nutné ji měnit mnohdy v řádu měsíců," zdůraznila Martina Kyselková, majitelka společnosti Kv.Řezáč, která se na výrobu tohoto druhu sportovního vybavení specializuje.
Běžný spotřebitel nepozná, zda je síť kvalitní a bezpečná. Dětská hřiště a sportoviště ale musí dodržovat určité bezpečnostní předpisy, jimž podléhá také vybavení. „Provozovatel by měl vyžadovat certifikované sítě i jiné výrobky, kterými hřiště vybaví. Při výběru je nezbytné soustředit se na příslušné certifikáty výrobku, zkušenosti výrobce i jeho reference," vysvětlila Martina Kyselková.
Certifikace mimo jiné zaručuje správnou velikost ok sítě a jejich hustotu, aby se v nich nemohla zachytit dětská noha nebo hlava. Materiál musí být dostatečně pevný, aby vydržel i situace, kdy se dítě na síť zavěsí.
U šplhacích lan a sítí je pak naprosto klíčové správné uchycení.
Na trhu se objevuje řada sítí, které sice lákají cenou, ale často nesplňují základní bezpečnostní požadavky ani kritéria pro daný sport. Zejména v asijské produkci je priorita kladena na multifunkčnost na úkor specializace pro danou sportovní disciplínu. „Tyto sítě často klamou vzhledem, snaží se vypadat jako populární evropské výrobky. Laciné zboží ale obvykle znamená, že certifikace pro danou síť chybí nebo nejsou pravé," upozornila Martina Kyselková.

Další oblastí, která pro kupce může představovat riziko, je vymahatelnost záruky. „Většina obchodů v Evropě asijské sítě méně známých značek jen přeprodává. Než se výrobek k zákazníkovi dostane, může se stát, že jeho výrobce už dávno zanikl," dodala.
Základním předpokladem bezpečí a správné funkčnosti sítě je nejen její kvalita, ale také péče o výrobek jako takový.
Kvalitní sítě vydrží při správné údržbě pět, někdy i více let. Nejméně jednou za dva roky je potřeba provést důkladnou prohlídku, kterou by měl zajistit provozovatel daného sportoviště. Společnost Kv.Řezáč se svým zákazníkům snaží vyjít vstříc, konzultuje s nimi parametry daných sítí, aby pro ně byla údržba snazší.
A na co je potřeba dávat pozor především? Například na nesprávné uchycení sítě. Nerovnoměrné rozložení zatížení totiž může v důsledku poškodit oka a narušit pevnost celého výrobku. Také správné zacházení je klíčové. „Naše sítě jsou už ve výrobě ošetřeny proti působení UV záření, to samozřejmě zvyšuje jejich odolnost, avšak i tato ochrana se časem snižuje. Proto doporučujeme sítě na zimu sklízet, což pomáhá prodloužit životnost," poradila majitelka české firmy. **(tz)**

Chňapky pro chlapy

Kdo navrhuje a vyrábí kuchyňské chňapky, s nimiž nepřemístíte ani hrnec s největším uchem na světě? Jakou pomůcku v kuchyni používat, abych se nespálila při běžné manipulaci s horkým nádobím? Kastroly a pekáče si žádají jisté pozornosti. Za starých časů byl u každé plotny hadr. Z hlediska manipulace vděčný kousek textilie, kterou si člověk své potřebě dokázal bravurně přizpůsobit. Nebyl to zrovna designový kousek, to uznávám. Nyní si v každém supermarketu můžete koupit honosnou chňapku. Jenže je většinou buď z umělotiny, takže se hned propálí, nebo tak veliká a dokonale vypolstrovaná, že s její pomocí sotva co uchopíte. Asi navigace pro urostlé chlapy, aby ženám konečně doma pomáhali. **Eva Brixi, šéfredaktorka**

čtěte s námi

Horkovzdušné fritézy mění trh domácích spotřebičů

Horkovzdušné fritézy se staly hvězdou českých kuchyní. Trh s nimi zažívá mimořádný růst – v první polovině roku 2025 stouply jejich prodeje v DATARTu meziročně o 77 %. Za velkým zájmem nestojí jen snaha o úsporu energie a času, ale i proměna přístupu k vaření – směrem k rychlejšímu, zdravějšímu a udržitelnějšímu. Prodeje meziročně rostou už druhým rokem o desítky procent a trend zatím nejeví známky zpomalení. Analytici DATARTu předpokládají, že dynamika vydrží i v následujícím roce. Průměrná cena se pohybuje okolo 1800 Kč, což naznačuje, že zákazníci nenakupují impulzivně, ale volí promyšleně – dávají přednost kvalitním modelům s rozšířenými funkcemi, vícepatrovými koši nebo dvěma zásuvkami, které umožňují připravit celý oběd najednou. Zájem zákazníků zůstává silný po celý rok, přesto největší poptávka přichází tradičně před Vánoci. „Svátky sice zůstávají pro tuto kategorii vrcholem sezóny, ale jejich popularita je v DATARTu zřejmá celoročně, což potvrzuje, že fritézy nejsou jen sezónním hitem," řekl Tomáš Zezula, manažer produktového marketingu DATART.
Horkovzdušná fritéza je spotřebičem, který reaguje na nejistotu a tlak posledních let na úspory energie, nedostatek času a rostoucí zájem o zdravější vaření. Fritéza boduje také praktičností, kdy připraví hranolky bez oleje, upeče kuře, zeleninu i sladký dezert. **(tz)**

Prosperita Fresh Time
vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, listopad 2025
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková
e-mail: brixi@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 Medová Šimková, Dana Halušková, Adéla Zajíčková
Grafický design: Michal Schneidewind
Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková
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

Portu Gallery spustila exkluzivní úpis memorabilií legendární kapely Lucie

Říjen patřil na Portu Gallery české hudební legendě – kapele Lucie. Již 16. října odstartoval exkluzivní úpis, díky němuž se zájemci mohou stát spoluvlastníky osmnácti unikátních memorabilií, které mapují hudební vývoj i osobní příběhy členů kapely. Nejde přitom jen o předměty spojené s jednou z největších rockových kapel u nás, ale také o investici do kusu české hudební historie.
Skupina Lucie provází českou hudební scénu od 80. let a její písně se staly generačním soundtrackem. Od svého založení v roce 1985 se během několika let proměnila v symbol porevoluční svobody a nového zvuku na domácí scéně. Její hudba kombinuje rockovou energii s chytlavými melodiemi a poetickými texty. V 90. letech na vrcholu popularity vyprodávala haly, vydávala platinová alba a formovala vkus celé generace. Hity jako Černí andělé, Amerika nebo Sen se staly neodmyslitelnou součástí českého hudebního kánonu. Dnes je Lucie živoucí legendou, která s novým zpěvákem Viktorem Dykem stále přitahuje tisíce fanoušků a dokazuje, že dobrá hudba nestárne. „Máme už zkušenosti s úpisy vintage elektrických kytar, na které trh i investoři slyší, s kapelou Lucie ale jdeme ještě dál. Úpis navíc poběží v době, kdy bude kapela na turné ke 40 letům na scéně," uvedl Martin Jaroš, ředitel Portu Gallery.
Úpis originálního setu osmnácti kusů memorabilií v hodnotě 980 000 Kč poběží do upsání celé hodnoty. Mezi lákadla úpisu bezesporu patří baskytara P.B.CH., na které vznikl legendární hit Černí andělé, ale také ikonická kožená koncertní bunda. Kytarista a zpěvák Robert Kodym přispěl do úpisu charakteristickým kloboukem z králičí plsti s insigniemi konfederační kavalerie, vyrobeným českou tradiční značkou Tonak. Tento klobouk se stal součástí Kodymovy nezaměnitelné image a je jedním z nejznámějších symbolů kapely.

S Robertem Kodymem jsou spojeny i dva mimořádně cenné rukopisy písní Marie a Všechno ti dávám, které nabízejí jedinečný pohled do zákulisí tvorby. Jsou originálním dokladem o tom, že i rocková poezie má své ručně psané kořeny. Do kolekce memorabilií přispěl i klávesista Michal Dvořák. Investoři se mohou těšit například na jeho MIDI klávesy Roland/B2B, které mu sloužily v 90. letech, nebo na italské designové brýle Bluebay, které si zahrály v klipu Pohyby s Terezou Maxovou. Za pozornost stojí i Dvořákova ručně psaná partitura symfonické verze skladby Amerika či jeho planner z roku 1990. „Memorabilia kapely Lucie nejsou jen cennými historickými artefakty a sběratelským artiklem, ale i atraktivní alternativní investicí, která spojuje hudební emoce s potenciálem zhodnocení. Jejich cena bude v čase růst, a to nejen díky stoupající hodnotě vzácných předmětů, ale i díky trvalé popularitě kapely, která i dnes vyprodává haly a přitahuje nové fanoušky," doplnil Martin Jaroš.
V Portu Gallery připravili pro investory do úpisu memorabilií kapely Lucie několik bonusů navíc. Čekají je podepsané knihy, vstupenky na pražský koncert kapely nebo prohlídka technického zázemí O2 Areny, včetně lístku na koncert. Investice se tak může proměnit v nezapomenutelný zážitek. **(tz)**

partneři www.freshtime.cz
nupreme
www.nustore.cz
www.nupreme.com
aquapalace HOTEL ★★★★ PRAGUE
www.aquapalacehotel.cz
www.uspechvportu.cz
HUDERA A SYN
huderaasyn.cz

Nečekaný dárek k narozeninám

Rodinný pivovar Bernard byl uveden do Diamantové Síně slávy českého businessu. Ocenění převzal spolumajitel pivovaru Stanislav Bernard na slavnostním předávání v aule Akademie Agrostroj v Pelhřimově.

Stanislav Bernard (uprostřed)

„Ocenění si z několika důvodů opravdu vážíme. Za prvé o něm rozhodla nezávislá porota, aniž bychom se do nějaké soutěže či ankety přihlásili. Za druhé jsme mohli cenu převzít na půdě Akademie Agrostroje Pelhřimov, v areálu firmy, kterou obdivujeme pro její rozvoj a vizionářské vedení. Do třetice je pro nás uvedení do síně slávy krásný dárek k 34. výročí založení pivovaru," řekl Stanislav Bernard.

Začínali v ruinách

Pivovar vydražila trojice Stanislav Bernard, Josef Vávra a Rudolf Šmejkal 26. října 1991. Zkrachovalý podnik původně určený k likvidaci dnes patří k nejmodernějším provozům a stal se respektovanou značkou, jejíž pivo se kromě České republiky prodává v dalších dvou desítkách zemí. Firma, její výrobky, ale i její management a reklamní a komunikační kampaně již získaly stovky ocenění doma i v zahraničí.

Nadace, festival, magazín... Víc než pivovar

Pivovar dnes v mnoha ohledech překračuje obvyklé hranice oboru. Otevřel unikátní návštěvnické centrum přímo ve svém areálu, vybudoval bytový dům pro zaměstnance, založil nadační fond, který ve městě a nejbližším okolí pomáhá lidem v těžké životní situaci, a podporuje mladé talenty. Již 20 let pivovar vydává čtvrtletník Vlastní cestou, v příštím roce uspořádá 30. ročník hudebního festivalu Bernard Fest, na podporu oboru gastronomie organizuje kuchařskou soutěž BernardChef. Pivovar má vlastní sladovnu v Rajhradě u Brna, experimentuje s pěstováním chmele na Vysočině, uvedl na trh pivní pálenku, pralinky, čokoládu s chmelem a sladem...

Rekordní výstav

Rodinný pivovar Bernard zaměstnává 260 lidí, Sladovna Rajhrad 30 osob. V roce 2024 vystavil rekordních 419 000 hl piva. Produkce pivovaru jde proti vývoji na trhu, kde prodej piva dlouhodobě postupně klesá. Dvě třetiny piva Bernard vyčepují restaurace a hospody ze sudů, třetina se prodá v lahvích. Pivo se na českém trhu prodává v opačném poměru – 21 % v hospodách, 71 % piva v lahvích a plechovkách. **(tz)**

PETROF®
PIANOS SINCE 1864

Krátkodobé i dlouhodobé pronájmy *klavírů a pianin*

Špičkový nástroj můžete mít doma už **od 3 500 Kč** měsíčně

Hrajte na kvalitní akustické piano bez vysoké počáteční investice.
Nabízíme také krátkodobé pronájmy na svatby,
koncerty, festivaly a další akce.

Více informací na
www.petrof.cz