

## Rozhodně jsme úspěšní, míní Ing. Michal Macháček, vedoucí marketingu a propagace TOS Varnsdorf a.s.



Ing. Michal Macháček – vedoucí marketingu a propagace

**Jméno některých firem zvoní. TOS Varnsdorf k nim léta patří. Není to proto, že by těžila ze svého dávného a zažitého názvu a z výtečné nabídky domácím i zahraničím trhu. Není to ani proto, že by o sobě šířila více než pozitivní zprávy kdykoli a za všech okolností. Naopak. Nemá ve zvyku chlubit se nadměrně. Vždy působí skromně a pokorně, přitom však nepostrádá zdravé sebevědomí. Cileně, krok za krokem, se znalostí věci a chutí se toho hodně naučit, buduje své pozice tam, kde má šanci uspět. Dovolím si tvrdit, že je to podnik, kde se ctí informace a pracovitost, kde se podporuje činnost a předvídatost v tom nejkošatějším slova smyslu. Také letos se zúčastní TOS Varnsdorf a.s. Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Při této příležitosti jsem se vedoucího marketingu a propagace Ing. Michala Macháčka zeptal:**

**TOS VARNSDORF je pravidelným vystavovatelem na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně. Co vám tato příležitost dává?**

Strojírenského veletrhu v Brně se zúčastňujeme každým rokem již od samého jeho počátku. Jedním z hlavních cílů našich účastí je potvrdit zákazníkům, že na domácím trhu jsme stále na špičce. Také se pokaždě těšíme na navázání dalších přímých kontaktů s našimi potenciálními

i stávajícími zákazníky (prohloubení vzájemných vztahů). Účast na tak velkém veletrhu bezpochyby umožňuje také prezentaci naší firmy (můžeme předvést, co je nového, jaké u nás proběhly investice apod.) a našich nejlepších produktů (představení, propagace). Naše fyzická přítomnost na veletrhu umožňuje zákazníkům si na stroje „sáhnout“ (nebo alespoň vidět v akci).

**Není to však jediné místo, kde vystavujete, jste již světová, globální firma. Jaká je vaše veletržní strategie?**

Na každý rok si stanovujeme seznam výstav a veletrhů, kterých se chceme zúčastnit, a to podle naší marketingové strategie dalšího rozvoje a obchodních cílů, jako jsou propagace v daném teritoriu, propagace

určitého produktu, posílení naší pozice a přiblížení se k zákazníkům v teritoriu. Zpravidla je to přibližně dvacet účastí v každém roce.

**Myslím, že jste společností, která v Brně také uzavírá rovnou kontrakty, a to se ne každému daří.**

To ano, ale náš soubor produktů není zboží, které se nakupuje „jako housky na krámě“, většinou se jedná o domluvené jednání, kterému předcházelo několik kol (určení přesné specifikace produktu, termínu a podmínek dodání), takže jednání přímo v Brně je jen jakousi „třešničkou na dortu“. Samozřejmě se najdou i případy, kdy přímo na veletrhu dojde k prodeji stroje po jednom jednání, ale v těchto případech je to většinou zákazník, který už dříve koupil některý z našich produktů, a tak pro něj nejsme cizí a společně můžeme jít přímo k věci.

**Jakou novinku letos představíte?**

Letos máme něco opravdu speciálního. Předvedeme zcela nové obráběcí centrum SPEEDtec, které je určeno pro aplikace těch nejmodernějších technologií.

Obráběcí centrum SPEEDtec je naší reakcí na současný trend v segmentu obráběcích center a v obrábění jako takovém, který nutí výrobce těchto center a následně jejich zákazníky do zefektivnění a zrychlení procesu obrábění. Do celkového času procesu obrábění je třeba započítat nejen čas na vlastní obrábění, ale také čas potřebný na vedlejší operace, jakými jsou automatická výměna nástrojů či automatická výměna palety s obrobkem. Analýzy tohoto problému ukázaly,



Obráběcí centrum SPEEDtec

že dvě třetiny celkového času můžeme ušetřit současným obráběním dílce ze dvou stran dvěma nástroji. Zbylou třetinu ušetříme zrychlením času výměny nástroje a palety.

Stroj SPEEDtec je naší reakcí na tyto požadavky, jedná se o vysoce produktivní obráběcí centrum pro rychlostní obrábění skříňových, deskových a prostorově členitých obrobků z litiny, ocelolitiny, oceli a nezelezných kovů o maximální hmotnosti 4000 kg. Stroj je vhodný zejména pro sériovou výrobu a náročnou technologickou využívání, včetně nejmodernějších metod obrábění a využití moderních nástrojů. K přednostem stroje patří zejména souvislé řízení souřadnice v polohové vazbě a vybavení automatickou výměnou nástrojů a palet s obrobkem. Hlavní předností stroje je možnost současného obrábění obrobku dvěma nezávislými vřeteny (nástroji) z obou stran, nebo současné obrábění dvou shodných nebo rozdílných obrobků.

**Hodně se v poslední době v celém světě dbá na design strojů a zařízení. Víme, že také TOS VARNSDORF začal v této oblasti uvažovat velmi moderně a razantně.**

Ano, právě stroj SPEEDtec má zcela novou kapotáž, která se zrodila z těsné spolupráce konstruktérů a designéra. Také na ostatním sortimentu strojů v tomto směru nyní intenzivně pracujeme. Vytváříme zcela nový sortiment krytů různých velikostí a typů pro naše stroje, který splní náročné požadavky na funkčnost a současně požadavek jednotného designu krytů tak, aby při prvním pohledu na jakýkoliv náš stroj zákazník ihned poznal, že se jedná o produkt TOS VARNSDORF a.s.

**Vyplácí se vám to? Jak hodnotíte design ve vašem pojetí odběratelů?**

V našem segmentu trhu se vliv designu až donedávna moc neprojevoval, hlavní požadavky byly kladeny vždy na funkčnost a cenu krytování. Až v posledních letech i zde zaznamenáváme rostoucí požadavky na určitou úroveň designu a naši zákazníci tuto úroveň již započítávají do hodnocení kvality a také podle ní porovnávají obdobné produkty na trhu. Takže abych odpověděl: ANO, investovat do designu se nyní vyplácí a bude čím dál více, protože vliv na rozhodování zákazníků toto kritérium rozhodně má.

**pokračování na str. 12 ►**

**EULER HERMES**  
ČESCOB

**Komplexní zajištění Vašich pohledávek**

Skupina Euler Hermes  
Vedoucí světový pojišťitel v pojištění pohledávek  
Rating AA- od Standard & Poor's, člen skupiny Allianz  
Více než 100 let zkušeností zastoupení v 51 zemích světa  
Více než 10 let zkušeností z úspěšného působení v České republice

Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.,  
představitel světového lídra trhu  
úvěrového pojištění v ČR  
a první soukromý specializovaný úvěrový pojišťitel v České republice

A company of Allianz

**Kontakt: [www.eulerhermes.com/cz](http://www.eulerhermes.com/cz)**



**DUHOVÁ LINKA 900 109 801**  
po - čt: 9 - 16, pá: 9 - 12

**Na tomto telefonním čísle se můžete dovědět mnoho cenných informací o bydlení.**

**SON** – Sdružení nájemníků ČR disponuje uceleným know-how. Můžete se zeptat na cokoli, co vás zajímá. Bytové poradenství poskytují kvalifikovaní odborníci bytového práva, bytových inženýrských služeb a dalších oborů. *Telefonní poradenství je rychlé, pohodlné a spolehlivé.*





# Výrobci zařízení na těžbu surovin dnes nestačí požadavkům světového trhu

Je jistě povzbudivé znát taková fakta o trhu, jak napovídá titulok, v tak „těžké“ komoditě, jakou jsou těžní stroje a zařízení do hlubinných dolů – tedy, že je po nich ve světě hlad, že jsou žádané, poptávané, a že také jejich výrobci a dodavatelé mohou být optimisté. Možná vás napadne, jak lehce se mi taková slova píší, když o oboru zas tak moc nevím. Věřte však, že jsem slovo optimista použila zcela záměrně. Být optimistou v roli šéfa firmy je totiž velmi důležité. Mnozí majitelé menších i velkých společností, stejně tak jako jejich vrcholoví manažeři tvrdí, že optimizmus je dokonce podmínkou jakékoli smysluplné práce. Je to pobídka, která je někde uvnitř člověka, žene ho k cíli, nutí k vynalézavosti i k tomu, aby na svět pohlížel s chutí. V práci je to znát. Ať jde o strategická rozhodnutí, poměřující se s globalizací ekonomiky, anebo o „prostou“ image firmy.

Z odpovědi Ing. Antonína Jaroše, který stojí v čele společnosti INCO engineering, s.r.o. v roli ředitele a jednatele, čiší věcnost. Zároveň ale také radost z toho, jak se firma rozvíjí, s čím počítá a nač sází. Kdo bude chtít, jistě to z následujících řádků vyčte.

Společnost INCO engineering vaším prostřednictvím bodovala v letošní soutěži Manažer roku. Probojoval jste se do finále, a to vůbec není jednoduché. Přidalo vám to na firemním sebevědomí?

Samozřejmě ocenění jednotlivců nebo celých firem zvyšuje nejen firemní sebevědomí, ale zároveň zvyšuje kredit firmy. To jsme úspěšně využili při propagaci firmy u nás i v zahraničí.

Povzbudilo vás to nějak? Radost z úspěchu bývá zároveň i radostí motivační.

Ocenění též potvrdilo nastoupenou cestu ve firmě, která se dynamicky rozvíjí. Radost z úspěchu nás motivuje k dalšímu rozvoji firmy včetně rozšíření naší činnosti do dalších států.

Jste výrobci a dodavatelé nové generace těžních strojů a zařízení pro vertikální dopravu v hlubinných dolech. Co znamená ve vašem pojetí stará a nová generace? Čím se liší?

Nové generace těžních strojů se od předšlé generace liší hlavně v:

- mechanické části těžních strojů – jsou používány nové výpočetní metody a nové typy materiálů. To umožňuje přesně dimenzovat jednotlivé konstrukce, a tím zvyšovat jejich bezpečnost a spolehlivost za současného snižování hmotnosti.
- brzdové systémy – nová generace brzdových systémů již není založena na mechanickém systému jak v silové, tak v řídicí části. Nově vyvinuté systémy jsou tvořeny hydraulickými diskovými brzdami a jejich ovládání, řízení a zabezpečení je provedeno pomocí mikroprocesorových jednotek. Rapidně se snížila hmotnost zařízení, zlepšila se variabilita provedení a hlavně se zvýšila bezpečnost a spolehlivost.



Ing. Antonín Jaroš

c) el. systémy – s rychlým vývojem elektroniky byly vyvinuty nové systémy řízení a ovládání těžních strojů. Opětne s využitím mikroprocesorové techniky a systému programování bylo docíleno maximální bezpečnosti provozu těžních strojů. Veškeré řídicí a bezpečnostní funkce jsou zabezpečeny a jištěny několika cestami.

V obecném povědomí se usídlila představa o tom, že suroviny jsou na Zemi vlastně vydrancované, zásoby uhlí u nás takřka na pár let. Není to útok na vaše vize?

Celá zeměkoule je velmi bohatá na suroviny. Samozřejmě to ale neznamená, že každý stát má přístup k těmto surovinám. Těžba a další zpracování těchto surovin je základem rozvoje života na zemi. Značná část zásob již byla objevena. Další ložiska se daří díky geologickým průzkumům objevovat a posléze se využívají. Je pravda, že v našem státě již vidíme na konec zásob uhlí. S těžbou dalších nerostů se přestalo po roce 1990 z důvodu nerentability. To ovšem neznamená, že v druhých státech je též pokles těžby. Právě naopak ve světě je ohromný boom těžby nerostů (barevné kovy, uhlí, zlato, uran atd.). V současné době to znamená, že výrobci zařízení na těžbu surovin nestačí požadavkům.

Z vašich webových stránek i laik pozná, že předchozí otázka postrádala opodstatnění. Váš export se rozrůstá. Jaké jsou představy? Počítáte s tím, že zaujmete tržní pozici v destinacích, kde je ještě surovinový ráj?

Jak již bylo řečeno, naše firma expanduje hlavně na zahraniční trhy. Ohromné požadavky jsou z Ruska a dalších států SNS, Číny, Turecka, Indie a Vietnamu. Do Ruska, na Ukrajinu a do Kazachstánu již tři roky

dodáváme. V ostatních oblastech jsou jednání před uzavřením kontraktů.

Od roku 1994, kdy jste zahájili činnost, nebo přesněji – navázali na generační zkušenosti vašich předchůdců, jste vyrobili přes 600 těžních strojů a zařízení. Jaká je vlastně poptávka? Co těžaři potřebují dnes nejvíce a jaký je předpoklad na další léta?

Pokud máme zmapované výše uvedené trhy, můžeme zcela odpovědně říci, že v nejbližších letech se bude otvírat více jak sto nových šachet v Rusku, v Číně je to ještě více, několik desítek v Indii atd. Souběžně s tím probíhají i modernizace již provozovaných dolů. Každá těžební oblast má svoje specifické podmínky, které se promítají do vybavení dolu (velikost stroje, hloubka těžení, co se těží).

Máte svůj vlastní vývoj, projekci a konstrukci, vyrábíte, poskytnete servis. Můžete ještě něčím vaši činnost obohatit? Zhodnotit?

V současné době se vývoj těžních strojů u nás zaměřuje na zvýšení bezpečnosti a spolehlivosti s důrazem na snižování výrobních nákladů. Ve vzdálených oblastech připravujeme vznik našich servisních center, které v té které těžební oblasti budou zabezpečovat servis, náhradní díly a provádět pravidelné prohlídky s cílem maximálního hodinového využití těžního zařízení za rok.

Stačí na všechno vaše vlastní firma, nebo si hodně najímáte specialisty? Od programátora webových stránek až po účetní... Kolik zaměstnanců pracuje pod vaším vedením?

S dynamickým rozvojem firmy postupně převádíme práce prováděné externě do

vlastní firmy (speciální výpočty, účetní). Ve výrobě máme značnou část kooperací. Firma má v současnosti 80 zaměstnanců.

Podle jakého měřítko jste si vybíral lidi do svého týmu?

Hlavní kritéria pro výběr zaměstnanců je odborná způsobilost, perspektiva, jazyková výbava.

Nebojíte se zbrklého mládí, neotřelých postupů a diskutabilních nápadů?

Zásadně ne. Dá se říci, že většina nových řešení vzniká při střetu názorů. Důležité je vybrat ten správný a realizovat jej.

Spolupracujete i s designéry? Hodně se v poslední době hovoří o designu průmyslových, těžkých strojů, u nichž je přece jen funkčnost, výkon, spolehlivost, prvotřadá... Jaký na to máte názor?

Dáváme posoudit nové zařízení. Vždy je nutno volit kompromis mezi představami designéra a technickými možnostmi.

Chystá se INCO engineering na letošní, jubilejní Mezinárodní strojírenský veletrh do Brna?

MSVB navštěvujeme v hojném počtu. Na veletrhu nevystavujeme z důvodu nákladů (velikost stroje), a z důvodů malého uplatnění na trhu ČR.

za jasné odpovědi poděkovala Eva Brixí ⇌

## Výrobní program a dodávaná zařízení

- Těžní stroje – jednobubnové, dvoububnové
- Těžní stroje s třecím kotoučem
- Bubny a třecí kotouče nové generace
- Tyristorové měniče, měničové sestavy a mikroprocesorový regulátor pohonu
- Mikroprocesorové systémy řízení těžních strojů
- Napájení pomocných pohonů
- Brzdová ústrojí, diskové brzdové jednotky
- Elektrohydraulické systémy napájení a řízení diskových brzd řady HR5K, HR7K, HR7K.1, HR9K
- Elektropneumatický systém Sistonik PR6K/B pro napájení a řízení tlakovzdušných brzd
- Elektrohydraulické systémy tlakového oběhového mazání ložisek řady Tribonik
- Pulty strojníka s digitálním hloubkoměrem a systémem provozní a poruchové vizualizace na dvou dotykových velkoplošných obrazovkách – kabiny pro umístění řídicích pultů zvukotěsné, klimatizované
- Plnicí a vyprazdňovací stanice skipů včetně řízení a vizualizace
- Klece (1–4etážové)
- Skipy a skipklece 8 ÷ 45 t – nové koncepce – jednoplášťové provedení s využitím vysokopevnostních materiálů
- Závěsy pro těžní lana
- Závěsy plochých a kruhových vyrovnávacích lan
- Lanovnice (až do d = 6000 mm) pro 1–8 lan
- Narážecí zařízení
- Pružná a pevná kolová vedení těžních nádob
- Pásové a článkové dopravníky
- Zásobníky, skluzky, výsypky včetně uzávěrů
- Řetězovky, posunovače, točny, zarážky
- Hlavní důlní ventilátory
- Důlní kompresory
- Důlní transformátory



Společnost INCO byla založena v roce 1994 jako pokračovatel více než stoleté tradice výroby strojírenských výrobků, těžních strojů a zařízení pro hlubinné dole v závodech ČKD PRAHA a ŠKODA PLZEŇ. Do současnosti bylo vyrobeno např. více jak 600 těžních strojů různých konstrukcí. INCO zajišťuje celý široký rozsah zakázek od projektů až po dodávky na klíč včetně záručního a pozáručního servisu.

Společnost INCO má veškerá oprávnění báňských úřadů v České republice a v Polsku k projektování, výrobě a montáži a též k provádění odborných posudků a zkoušek těžních strojů a zařízení pro svislou dopravu v hlubinných dolech. Nová generace mechanické části těžních strojů, elektrické systémy řízení a zabezpečení, hydraulické a pneumatické brzdové systémy, skipy a klece jsou rovněž schváleny báňskými úřady. Na vyráběných zařízeních je uplatňována řada vlastních patentů.



# Mezinárodní strojírenský veletrh již po padesáté

**Na jubilejní strojírenský veletrh se letos ve třetím zářijovém týdnu do Brna chystá přes dva tisíce vystavujících firem ze 30 zemí celého světa a podíl zahraničních účastníků dosáhne 36 %. „Ve skutečnosti tento podíl bude ještě mnohem vyšší, protože řada zahraničních firem vystavuje prostřednictvím svého českého partnera,“ uvedl ředitel projektu MSV Jiří Rousek. Nejvíce zahraničních firem – přibližně 300 – opět přijede z Německa a bude mezi nimi i 40 „nováčků“. Počtem vystavujících firem následují Slovensko, Itálie a Rakousko. Podstatně zesílí prezentace asijských zemí, především Číny a Tchajwanu, ale také Ruska, Španělska nebo Francie.**

Mezi oborovými skupinami má dominantní postavení obráběcí a tvářecí technika prezentovaná na specializovaném bienálním veletrhu IMT. Letošní šestý ročník Mezinárodního veletrhu obráběcích a tvářecích strojů IMT bude největší v historii a přivítá 560 vystavovatelů z dvaceti zemí na ploše přibližně dvaceti tisíc metrů čtverečních. Zásahu na tomto navýšení mají především vystavovatelé ze zahraničí, jejichž podíl bude poprvé nadpoloviční a dosáhne rekordních 53 %. Rozrostou se především expozice obráběcích center a pružných výrobních systémů, tj. automatizace pro obrábění a tváření. Návštěvníci se mohou těšit na novinky z oblasti hrotových soustruhů, soustružnických automatů, obráběcích center, frézovacích strojů, lisů nebo pásových a kotoučových pil, ale také mezi laserovými měřicími přístroji, digitálními testery, CAD/CAM systémy a přesnými nástroji.

Noví vystavovatelé přijedou především z Tchajwanu, Španělska, Itálie a Slovenska. Zároveň přibude také vystavovatelů z Německa, Nizozemí a Švýcarska. Početná bude rovněž účast profesionálních svazů. Vedle tuzemského Svazu strojírenské technologie jako tradičního spolupřadatele veletrhu IMT se představí ještě oborová sdružení z Ruska, Slovenska, Španělska, Velké Británie a Tchajwanu.

Portál vlastního Mezinárodního strojírenského

veletrhu tvoří deset oborových celků. Nejsilnější z nich bude obor Materiály a komponenty pro strojírenství, kde se hlásí čtyřicet nových vystavovatelů – přijedou nejen z České republiky, ale i z Německa, Itálie, Ruska a Rakouska. Nejpočetnější zastoupení zde mají podobory válcovaná ocel a hutní polotovary. Druhým stěžejním oborovým celkem je Elektronika, automatizace a měřicí technika. Třicet nových vystavovatelů se představí zejména v oborech senzorová technika, měřicí přístroje a robotika pro automatizaci. Zvýšený zájem letos projevují firmy z Asie, takže se očekává řada premiérových účastí z Číny a Tchajwanu, ale také z Německa, Velké Británie a Itálie. Součástí letošního MSV je i bienální průřezový projekt Automatizace – měřicí, řídicí, automatizační a regulační technika.

#### Doprovodný program

Doprovodný program proběhne ve znamení oslav jubilejního ročníku. Na slavnostním večeru budou oceněni vystavovatelé, kteří se veletrhu účastní už celých padesát let. Mezi čtrnácti nejvěrnějšími vystavovateli jsou velké české podniky jako ČKD, Vítkovice, Trinecké železárny, ŽĎAS, ale také zahraniční firmy jako například švýcarský Swisstool Export. Premiéru zde bude mít filmový dokument mapující padesátiletou historii veletrhu, chystá se výstavka historických

exponátů prvního ročníku a další vzpomínkové akce.

Nosným tématem ročníku je bilaterální ekonomická spolupráce. Čtyřdenní doprovodný program German Days 2008 se zaměří na hledání nových možností spolupráce s Německem, které je partnerskou zemí 50. mezinárodního strojírenského veletrhu. Další setkání budou věnována ekonomické spolupráci s Francií, Slovenskem či Ruskem.

Z dlouhého seznamu doprovodných aktivit si zaslouží pozornost také konference o podpoře vědy a výzkumu „Uživí nás hlava?“, tradiční CzechTrade Meeting Point, Celostátní setkání elektrotechniků, seminář Víze v automatizaci nebo kooperační setkání b2fair Kontakt – Kontrakt 2008.

#### Kulaté narozeniny

Legenda jménem Mezinárodní strojírenský veletrh se zrodila na konci padesátých let, v době, kdy československé strojírenství slavilo velké exportní úspěchy a kdy se poprvé od komunistického převratu začala pootevírat dvířka ekonomické spolupráce se západním světem. Tehdejší čtrnáctidenní přehlídka dala výstavišti novou tvář s dominantním pavilonem Z a zahájila tradici, která z Brna udělala nejvýznamnější veletržní město za železnou oponou. Mezinárodní strojírenský veletrh za padesát let ušel dlouhou cestu, s vyčleňováním jednotlivých oborů do samostatných projektů získával stále vyhraněnější a specializovanější podobu, ale nikdy neslevil ze své pozice největšího a nejinternacionálnějšího technologického veletrhu ve střední Evropě. Veletrhu s velkým V a vlajkové lodi brněnského výstaviště. (tz)



## Prezident HK ČR a ředitel cizinecké policie ČR jednali o společných prioritách

**Prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel a ředitel cizinecké policie ČR Vladislav Husák v půli srpna jednali o prioritách a hlavních oblastech spolupráce v následujících měsících.**

„Hovořili jsme zejména o problematice zaměstnávání cizinců a jejich legalitě pobytu v České republice v době, kdy česká ekonomika již delší dobu naráží na omezující faktor nedostatku pracovníků. Shodli jsme se také na společném zájmu o celkovém zjednodušení a zkvalitnění současného vízového procesu, který by měl pomoci s příchodem kvalifikované pracovní síly do českých firem,“ sdělil prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel a doplnil: „V neposlední řadě vítáme připravovaný systém zavedení zelených karet, opatření, které bude mít velmi pozitivní dopad na pracovní trh v České republice. Důležité ale bude, zda se jej podaří implementovat bez zbytečných administrativních překážek, tedy tak, jak byl navržen.“

(tz)



**WWW.EGAP.CZ**

**PODPORUJEME ČESKÝ VÝVOZ**

**PRAKTICKÝ VÝZNAM POJIŠTĚNÍ U EGAP**

- ochrana proti riziku nezaplacení
- ochrana investic v zahraničí
- kvalitní management pohledávek a cash-flow
- jednodušší přístup k úvěrům
- podpora v mezinárodních soutěžích
- podpora mezinárodní kooperace

EGAP SGS VODIČKOVA 34/701, PRAHA 1, TEL: 222 841 111, FAX: 222 844 001, INFO@EGAP.CZ

# Generální bloková výjimka pro veřejné podpory

**V Úředním věstníku Evropské unie bylo 9. srpna publikováno dlouho očekávané nařízení Evropské komise č. 800/2008, které považuje určité kategorie veřejných podpor za slučitelné se společným trhem.**

Komise zmíněným Nařízením naplňuje avizovanou decentralizaci své činnosti a snahu zaměřit se na nejzávažnější případy, kdy poskytnutá podpora může zásadním způsobem narušit hospodářskou soutěž. Jde o nařízení, které nejen kodifikuje, ale zároveň i výrazně rozšiřuje doposud roztržitý systém blokových výjimek.

Od nynějška tak bude z notifikační povinnosti vyjímáno celkem 26 kategorií podpor. Mezi jinými se jedná například o regionální podporu, podporu zaměstnanosti, podporu malým a středním podnikům či o podporu ochrany životního prostředí. Převážná část liberalizovaných podpor však směřuje do oblasti malého a středního podnikání. Původní nařízení o blokových výjimkách zahrnovalo pouze 10 ka-



Kamil Rudolecký

tegorií. Plně se tak projevila snaha členských zemí Evropské unie o rozšíření působnosti Generální blokované výjimky i do dalších oblastí. Díky novému Nařízením bude 70 až 80 % případů vyřešeno na domácí půdě bez nutnosti ča-



sově i administrativně velmi náročné procedury v Bruselu. Členské státy EU tak mohou vymezené druhy podpor poskytnout, aniž by musely čekat na rozhodnutí Evropské komise. Celá řada veřejných podpor byla totiž pravidelně shledávána jako slučitelná a rovněž zaměřená „zdravým směrem“, tedy do oblastí, kde existuje určité selhání trhu, které je nutné zmírnit. Nemá tedy valného smyslu tyto případy neustále detailně posuzovat.

Generální bloková výjimka umožní členským státům větší variabilitu při poskytování cílené veřejné podpory. Evropská komise si však hodlá ponechat kontrolu a možnost individuálního posouzení u opatření přesahujících konkrétní prahové hodnoty. Nové nařízení nabylo účinnosti koncem srpna 2008.

**Kamil Rudolecký**  
první místopředseda Úřadu  
pro ochranu hospodářské soutěže

## Česká lékárnická komora omezovala konkurenci a dostala pokutu

**Úřad pro ochranu hospodářské soutěže uložil v srpnu svým prvostupňovým, tedy nepravomocným rozhodnutím, pokutu ve výši jednoho milionu korun České lékárnické komoře. Důvodem uložení sankce je zakázané a neplatné rozhodnutí sdružení soutěžitelů, které mohlo vést k narušení hospodářské soutěže na trhu lékárenské péče.**

Představenstvo komory vydalo v srpnu 2007 dokument „Stanovisko představenstva České lékárnické komory k postupu lékáren, které pacientům za předložený recept vyplácejí finanční hotovost“, v němž vyjádřilo nesouhlas s postupem lékáren (Dr. Max) nabízejících pacientům za předložení receptu finanční hotovost nebo jinou pozornost. Komora dále informovala, že tento postup bude nadále považovat za porušení povinností lékárníka vyplývajících z ustanovení Etického kodexu ČLK. Ze Stanoviska komory vyplývá přímá snaha ovlivnit provozovatele lékáren v jejich nezávislém rozhodování.

„Úřad plně respektuje nezbytnost dodržování etiky v dané oblasti, nicméně tohoto cíle nemůže být dosaženo porušováním zákonných ustanovení včetně ustanovení zákona o ochraně hospodářské soutěže,“ zdůraznil předseda ÚOHS Martin Pecina. Členové komory byli podle jeho vyjádření odrazováni od poskytování finanční hotovosti nebo jiné pozornosti za předložení receptu, a to z obavy před možným disciplinárním postihem. Toto odrazení přitom bylo hlavním cílem Stanoviska ČLK. Zmíněné stanovisko komory je pro lékárníky vodítkem, aby si poskytováním finanční hotovosti nebo jiné pozornosti za předložení receptu mezi sebou nekonkurovali. Antimonopolní úřad konstatuje, že vyplácení finanční hotovosti či poskytování jiné pozornosti za předložení receptu patří mezi legitimní způsoby, jak získávat zákazníky a podporovat obrat soutěžitele, respektive obrat konkrétní lékárny. Stanovisko ČLK tak omezuje propagaci lékáren. Propagace výrobků a služeb soutěžitelů přispívá k rozvoji soutěžního prostředí na trhu, neboť je

prostředkem k dosažení efektivnější nabídky zboží spotřebitelům. Propagace soutěžitele má pozitivní dopad na spotřebitele poptávající toto zboží, který se projevuje primárně ve vyšší informovanosti o nabídce na trhu a zprostředkované má také vliv na cenu, kterou platí klient lékárny.

Česká lékárnická komora není pokutována poprvé. V první polovině devadesátých let například zavedla rozdílné podmínky pro odborné zástupce všech skupin provozovatelů lékáren a také povinnost členů komory platit za vydání osvědčení k vedení lékárny mimořádně příspěvků v rozdílné výši. V obou případech bylo konstatováno porušení zákona. Později byla komora pokutována částkou 300 tisíc korun. „Důvodem byla protisoutěžní omezení při propagaci lékáren, poskytování zákaznických slevových karet a další delikty,“ konstatoval předseda ÚOHS Martin Pecina.

**Kristián Chalupa**  
ředitel odboru vnějších vztahů ÚOHS

## Stoupající náklady na exekuce na mzdu – bolest mnoha firem

**Tuzemské firmy musí stále častěji provádět exekutorem nařízené exekuce na mzdu svých zaměstnanců, což je v řadě případů finančně zatěžuje. Problém může nabýt ještě větších rozměrů vzhledem k rapidně se zvyšujícímu počtu exekucí v České republice.**

Svaz průmyslu a dopravy ČR proto navrhuje, aby náklady spojené s výkonem rozhodnutí byly zahrnuty do nákladů exekuce. S tím souhlasí většina z třiasmdesáti firem, které odpověděly na červencové dotazníkové šetření Svazu.

V roce 2007 bylo v České republice nově nařízeno 427 tisíc soudních exekucí, zatímco v roce předchozím to bylo 309 457. Meziročně jde tedy o nárůst o 40%. To potvrzuje trend stále výraznějšího zadlužování fyzických osob v ČR, ovlivněný možností snadného získání půjček, což současně přináší vzrůstající počet osob, které nejsou schopny své závazky splácet. Nemalá část z těchto exekucí je prováděna exekucemi na plat podle § 87 zákona č. 120/2007 Sb. (exekuční řád).

Převážná většina Svazem dotázaných firem uvedla, že má zkušenosti s exekucemi na mzdu svých zaměstnanců. Průměrně se jedná o 3–5% zaměstnanců, přičemž náklady se pohybují mezi 150–300 Kč měsíčně na jednu exekuci. Dvě třetiny firem přiznává, že je tyto náklady na exekuce na mzdu zatěžují finančně. Poukazují na náklady, které musí vynaložit na zpracovávání této agendy, na provedení plateb a na nutnou korespondenci a výkaznictví.

Dotazníkové šetření SP ČR poukázalo na rozdílný dopad exekucí na mzdu zaměstnanců u menších firem a naproti tomu u velkých podniků. U několika velkých podniků se počet exekucí na mzdu pohybuje řádově v desítkách, ba dokonce i stovkách případů. Podíl zaměstnanců, u kterých má plátce mzdy povinnost srážet nějakou částku, se v některých případech pohybuje od šesti do osmi procent. Náklady na exekuci pak dosahují řádově statisíců ročně, u jedné státní firmy náklady přesahují dokonce milion korun ročně. Přesto se velké podniky dokáží s problematikou exekucí a se vzrůstajícími náklady vypořádat lépe než střední a menší firmy.

Zejména v menších firmách zatěžuje agenda mzdové účetní daleko více, než ve velkých podnicích s vyšším počtem účetních.

**pokračování na str. 8 ►**

## Certifikace překladatelských služeb

**Český institut pro akreditaci, o.p.s., ve spolupráci s Asociací českých překladatelských agentur a Národní radou pro certifikaci překladatelských služeb zavádí do akreditačního systému České republiky novou službu „Akreditace certifikačních orgánů certifikující překladatelské služby“.**

Výběr překladatele či překladatelské agentury není pro zákazníka snadný. Na českém trhu působí desítky překladatelských agentur a tisíce nezávislých překladatelů, kteří poskytují služby nejrůznější kvality.

Vhodnou orientací pro zákazníka, který bývá v oblasti překladů spíše laikem, může být akreditovaná certifikace překladatelských služeb. Akreditovaný certifikát udělený překladatelské agentuře či poskytovateli překladatelských služeb je dokladem, který usnadňuje zákazníkům překladatelského trhu volbu profesionálního a kvalitního poskytovatele překladatelských služeb. Proces překladu se v tomto případě řídí požadavky mezinárodní normy, která byla v ČR publikována pod číslem ČSN EN 15038:2006, definuje základní proces tvorby překladů a všechna hlediska, která jsou s poskytováním této služby spjata, včetně prokazování kvality a sledovatelnosti. Průlomovou částí normy je článek 5, který se dotýká klíčového tématu vzájemné kooperace všech zainteresovaných stran v průběhu tvorby překladu.

Akreditaci certifikačních orgánů zajišťuje Český institut pro akreditaci o.p.s., který jako národní akreditační orgán založený Českou republikou garantuje vydáním osvědčení o akreditaci, že certifikační orgán posouzený při akreditaci poskytuje své služby a vydává své nálezy v souladu s platnými normami a právními předpisy, které stanoví požadavky na tyto služby.

**Výkladový dokument k certifikaci překladatelských služeb podle normy ČSN EN 15038:2006 je zveřejněn na www.acta-cz.org v sekci ČSN EN 15038.**

**více informací na [www.cai.cz](http://www.cai.cz) (tz)**



Kontakt:

Český institut pro akreditaci, o.p.s.  
Opletalova 41, 110 00 Praha 1 – Nové Město  
Ing. Veronika Sochorová, Certifikace výrobků  
tel: 221 004 339; e-mail: sochorovav@cai.cz

**premium**  
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

HLEDEJ

### Trvalý růst obchodů ve společnosti Credium se potvrdil

Pololetní výsledky společnosti Credium, a.s. potvrzují její přední pozici mezi leasingovými společnostmi v České republice. Objem obchodů v pořizovací ceně za leden až červen v 2008 činí kumulativně 3,43 mld. Kč, což je oproti roku 2007 nárůst o 21 %, tj. o 590 mil. Kč za sledované období. Nezanedbatelným údajem je i počet uzavřených smluv. Od ledna do konce června 2008 jich bylo 7590, což ve srovnání s rokem 2007 je nárůst o 48 %.

### Expanze HSBC v regionech pokračuje

Mezinárodní banka HSBC minulý měsíc zahájila provoz pobočky pro firemní klientelu v Hradci Králové v Collinově ulici. Navázala tím na úspěšné otevření brněnské kanceláře v březnu letošního roku. Společně s pražskou centrálou se tak jedná již o třetí místo, kde se mohou české firmy obrátit na banku HSBC. „Naším cílem je si v regionu postupně vybudovat silné portfolio klientů z daného segmentu s důrazem na dlouhodobou spolupráci“, řekl Marek Gestinger, ředitel divize firemního bankovníctví HSBC banky.

### Fincentrum uzavřelo o 70% více hypoték

I přes významné ochlazení českého hypotečního trhu dokázala skupina Fincentrum k 30. 6. 2008 razantně zvýšit objem uzavřených hypotečních úvěrů. Poradci zpracovali více než jedenáct set hypotečních úvěrů v objemu přesahujícím 2,1 miliardy Kč, což představuje meziroční nárůst takřka 70 %. V počtu i objemu uzavřených hypoték tak Fincentrum meziročně zdvojnásobilo svůj tržní podíl.

### Nákup přes mobil se stává čtvrtým prodejním kanálem

Podle studie společnosti Cisco o elektronickém nakupování se mobilní telefony vedle kamenných obchodů, e-shopů a katalogového prodeje rychle stávají čtvrtým prodejním kanálem. Nákup přes mobil je možné uskutečnit již u 15% obchodů, dalších 42% jich zatím umožňuje prohlížet si zboží pomocí speciálně upravených mobilních stránek. Nejlepší podmínky pro nakupování nabízí podle výsledků studie obchod Amazon.com.



## Caddy® a Transporter. Spolehliví pomocníci při podnikání. Nyní dostupnější, než byste se odvažovali pomyslet.

Svět se mění stále rychlejším tempem a s ním i nároky na pracovní výkony. Kvalita, spolehlivost a praktické využití užitkových vozů Volkswagen však zůstávají na té nejvyšší úrovni již desítky let. A právě teď máte i Vy možnost pořídit si svůj Caddy® či Transporter za novou, nižší cenu. Využijete-li k nákupu Volkswagen úvěru od ŠkoFINu „Dejte 19 % – stát Vám vrátí 19 %“ vytvořeného speciálně pro užitkové vozy, získáte možnost atraktivního financování se všemi dostupnými daňovými výhodami.

Přijďte se ke svému prodejci užitkových vozů Volkswagen informovat o nových cenách vozů Caddy a Transporter. Budete určitě překvapeni.



Užitkové  
vozy

Kombinovaná spotřeba a emise CO<sub>2</sub>: Transporter 7,6–13,9 l/100 km, 199–331 g/km, Caddy 6,0–8,3 l/100 km, 158–198 g/km. \*Nabídka platí do 31. 12. 2008. Ceny bez DPH. Vyobrazení vozů je pouze ilustrativní.

Název Caddy® je chráněnou značkou Caddie S.A. a Volkswagen Užitkové vozy ji používají s přátelským svolením Caddie S.A.





# MPO, CzechInvest a CzechTrade na MSV 2008 se společnou expozicí

**Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a agentury CzechTrade a CzechInvest budou mít na letošním jubilejním Mezinárodním strojírenském veletrhu společnou expozici v pavilonu Z. Na tomto stánku budou ke konzultaci k dispozici odborníci, a to jak na investice či export, tak na strukturální fondy.**

Kromě společného zázemí se bude agentura CzechInvest dále prezentovat v rámci čtvrtého doprovozního programu (18. 9. 2008) od 14:30 v bloku Klastry doopravdy, kde bude mít dvě prezentace, a to na téma Inovace (přednášející bude vedoucí oddělení Inovací Ing. Magda Štokmanová) a na téma Klastry (prezentující Štěpán Procházka, projektový manažer CzechInvest). Tento tematický blok zaštiťuje Centrum pokročilých a inovačních technologií při Vysoké škole báňské – Technické univerzitě Ostrava.

Další prezentace proběhne také ve čtvrtek, a to v Press Centru pavilonu E na téma Eko-energie (prezentujícím bude Ing. František Bečvařík, vedoucí oddělení energetických programů), kde se posluchači dozví něco více o tomto programu, například jak podávat žádosti o dotace, jaké jsou podmínky pro jejich udělení apod. Tato prezentace se uskuteční v rámci bloku „Evropské prostředky na podporu obnovitelných zdrojů energie (OZE) a úspor energie pomohou snížit zátěž životního prostředí“, který se koná mezi 10:00–13:30 hod. a pořádá ho Český svaz zaměstnavatelů v energetice.

Agentura CzechTrade přichází na letošní MSV s tradičním projektem pracovních setkání na téma export pod názvem CzechTrade Meeting Point. Ve dnech 17. a 18. září bude v administrativní budově BVV předem registrovaným exportérům k dispozici 21 ředitel zahraničních kanceláří CzechTrade. Zástupci firem se v prů-

běhu bezplatných konzultací dozví aktuální informace související s vytipovaným teritoriím prostřednictvím odborníků, kteří danou zemi a trh dobře znají. O tyto konzultace vývozních záměrů je tradičně velký zájem.

S cílem poskytnout českým firmám informace o vývoji na francouzském trhu a seznámit je s veškerými možnostmi podpory exportních projektů pořádá CzechTrade společně s Francouzsko-českou obchodní komorou 16. září od 13 hodin v prostorách Business Centra v pavilonu E workshop na téma Podnikání na francouzském trhu se zaměřením na strojírenský sektor. Úkolem Francouzsko-české obchodní komory, která také organizuje na MSV oficiální účast sedmnácti francouzských firem, bude seznámit podnikatele s francouzským strojírenským trhem. Příspěvek CzechTrade se zaměří na informační zdroje a možnosti státní podpory na francouzských výstavách a veletrzích. Na konferenci vystoupí také odborníci z Komerční banky s informacemi o pracovních právních prostředích (vymáhání pohledávek, vysílání zaměstnanců a zakládání společností) zástupci česko-francouzské advokátní kanceláře Peterka & Partners.

Novinkou v rámci služeb státu je poskytování bezplatné podpory při vstupu na francouzský trh veřejných zakázek. Tuto novou příležitost pro české firmy představí obchodní rada v Paříži, pan Vladimír Bártl.

V rámci Česko-francouzského ekonomického

roku je vedle úterního workshopu pořádána také konference Francouzsko-české ekonomické vztahy v období navazujícího předsednictví v Radě EU. Tu organizuje 15. 9. od 15 hodin odbor podpory exportu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a bude se věnovat mimo jiné i možnostem účasti na akcích se státní podporou.

Na 18. září je připraveno představení CzechTrade v rámci konference „Jak se učí kreativita a inovace“ balíček služeb Design pro export. V přednášce nazvané „Průmyslový design – kreativním myšlením k úspěchu na světových trzích“ bude designér Martin Tvarůžek mimo jiné prezentovat aplikace průmyslového designu přímo v jednotlivých firmách.



## CzechTrade doporučuje:

**Po 15. 9. / 15.00–17.00**

Konference „Francouzsko-české ekonomické vztahy v období navazujícího předsednictví v Radě EU“ (Business Centre, pavilon E)

**Út 16. 9. / 10.00**

Tisková konference CzechTrade (Business Centre II., pavilon E)

**Út 16. 9. / 13.00–17.00**

Workshop „Francouzský trh – příležitost pro vaši firmu“ (Business Centre II., pavilon E)

**St 17. 9. – Čt 18. 9. / 9.00 – 17.00**

CzechTrade Meeting Point (Výšková budova BVV)

**Čt 18. 9. / 13.00–16.30**

Konference „Jak se učí kreativita a inovace“ (Business Centre, pavilon E)

(tz)

## Ruský business den na strojírenském veletrhu v Brně

Prezentace firem z Ruské federace prostřednictvím Komory pro hospodářské styky se SNS na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně se již stala tradicí. Specializovaná konference i expozice řady firem z tohoto regionu budou proto k vidění i na letošním jubilejním MSV 2008 (15.–19. 8. 2008).

Konference Business den Ruské federace je připravena v Rotundě pavilonu A na 16. 9. 2008 (od 10.00 do 14.00 hod.). Přednášející hosté se letos budou věnovat zejména prezentaci investičních možností a exportního potenciálu vybraných regionů Ruské federace, jako jsou např. Sverdlovská, Uljanovská, Volgogradská a Moskevská oblast, a také konkrétních firem z Ruské federace a jejich zájmu o spolupráci s českými firmami. Účastníci získají rovněž informace o záměrech MPO ČR a dalších institucí v oblasti podpory aktivit českých podnikatelských subjektů na trhu Ruské federace.

Mezi řečníky budou například náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR M. Hovorka, očekává se vystoupení velvyslance RF v ČR Alexeje Leonidoviče Fedotova, vystoupení velvyslance ČR v Ruské Federaci Miroslava Kostelky a dalších VIP hostů.

Akce je určena pro české podnikatelské subjekty a firmy, které chtějí navázat nebo zintenzivnit spolupráci s danými regiony. Cílem konference je podpora ekonomických a obchodních vztahů s regiony Ruské Federace.

Vstupné činí 850,- Kč (bez DPH) a zájemci se mohou přihlásit na adrese Komory pro hospodářské styky se SNS, s.o.k. (tel: +420 266 721 815, e-mail: kordacova@komora.cz; http://www.komorasns.cz).

(tz)

# VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE

**VARNSDORF**  
**TOS**

TOS VARNSDORF a. s., Říční 1774, 407 47 Varnsdorf, Česká republika

Tel.: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 176, e-mail: info@tosvarnsdorf.com  
www.tosvarnsdorf.cz, www.tosvarnsdorf.eu, www.tosvarnsdorf.com

# CO NA VÁS ČEKÁ A CO NEMINETE

Na MSV 2008 Brno  
ve dnech 15. - 19. 9. 2008  
pavilón V, stánek 024



Obráběcí centrum SPEEDtec

# Tím vším veletrhy nepřímo pomáhají i rozvoji české ekonomiky

Ing. Jiří Rousek, ředitel obchodní skupiny MSV, o významu strojírenství a veletrhů

Strojírenství vždy patřilo k chloubě českého průmyslu. Z úspěchů minulosti však domácí firmy nežijí. Motivací je nejen možnost sytit náš trh, ale rovněž vyvážet do teritorií, kde je po moderních technologiích a zařízeních hlad. Hledání nových odbytišť, nacházení obchodních příležitostí – na to se nyní strojaři intenzivně zaměřují. Výtečnou platformou je každoročně Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně, ten letošní bude již padesátý. Setká se na něm nejen reprezentace „velkých“ strojařů, energetiků, akademiků, ale i mnoho menších firem, které hledají nové zahraniční odběratele či partnery a vstupují do exportu. O tom všem jsem hovořila s Ing. Jiřím Rouskem, ředitelem obchodní skupiny MSV, Veletrhy Brno, a.s.:

Na letošní jubilejní 50. ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu se chystáte velkoryse. Co byste rád odborné veřejnosti v této souvislosti vzkázal?

Aby si letošní ročník nenechala ujít! Odborníky čeká stejně široká přehlídka nových technologií, na jakou jsou v Brně zvyklí, plus několik speciálních akcí ke zmíněnému jubileu. Nostalgické vzpomínky možná vyvolá výstava historických exponátů prezentovaných na prvním Mezinárodním strojírenském veletrhu. Významnou součástí oslav bude i poděkování vystavovatelům, kteří se veletrhu účastní už celých padesát let, za dlouholetou věrnost a podporu.

Historie každého veletrhu zanechává značné stopy. Čím zejména se MSV zapsal do dějin české ekonomiky?

V době svého vzniku na konci padesátých let to bezesporu byl velký mezník, a to především z pohledu mezinárodního obchodu. Nejenže na prvním MSV Podniky československého zahraničního obchodu sjednaly zakázky za více než pět miliard korun, ale šlo také o významný symbol. Už samotná účast západních firem byla něčím nevídaným, veletrh se stal obchodní bránou do západního světa. V době

plánované ekonomiky sem byla cíleně směřována většina klíčových obchodních jednání. Pozici nejvýznamnější prezentace českého – a troufám si říci, že i slovenského – průmyslu si MSV zachoval i pro roce 1989. Veletrh vždy ukazoval a ukazuje, co strojírenství a další průmyslové obory dokáží, napomáhá implementaci nejnovějších řešení do praxe a usnadňuje orientaci odborníků v široké nabídce. Tím vším nepřímo pomáhá i rozvoji české ekonomiky.

Jak se bude tentokrát prezentovat české školství i akademická půda?

Naším záměrem je ukázat aplikovaný výzkum a podpořit jeho spolupráci s průmyslem. Ve spolupráci se Svazem strojírenské technologie připravujeme výstavu výsledků a směrů výzkumu a vývoje českých technických vysokých škol v oblasti obrábění a příbuzných oborech. Prezentovat se budou práce studentů a doktorandů pěti vysokých škol a Výzkumného centra při ČVUT Praha. Návštěvníci veletrhu si výstavu mohou prohlédnout v Rotundě pavilonu A.

Vědě, výzkumu a potažmo i vzdělávání je letos věnována pozornost také v doprovodném programu. Nejdůležitější akcí tohoto zaměření bude



celodenní konference „Uživí nás hlava?“, která proběhne 18. září za účasti eurokomisaře Vladimíra Špidly, člena Akademické rady Akademie věd ČR profesora Skleničky a dalších významných hostů. Mimo jiné se zde představí projekt Česká hlava a dva úspěšní vědci popíší cestu svého nápadu do praxe.

S jakými expozicemi počítá účast čínských vystavovatelů?

V letošním roce posílí prezentace asijských firem, které prostřednictvím brněnského veletrhu hledají nové příležitosti na perspektivním trhu České republiky i celého regionu. Zejména se to týká právě Číny, jejíž oficiální expozice se účastní dvacet firem, a Taiwanu, odkud očekáváme dvě kolektivní expozice organizované profesními asociacemi.

Doprovodný program mají spoluvytvářet i tentokrát svazy, asociace a další odborná uskupení a agentury. Jaké okruhy otázek by se měly otevřít?

Největší důraz tentokrát klademe na bilaterální ekonomickou spolupráci. Partnerskou zemí 50. mezinárodního strojírenského veletrhu je Německo, které má výsadní postavení jak mezi zahraničními státy zastoupenými na veletrhu, tak v českém zahraničním obchodě. V rámci čtyřdenního doprovodného programu German Days 2008 proběhne zahajovací konference a tři odborná fóra věnovaná inovaci a výzkumu, úsporám energií a technologiím pro ochranu životního prostředí, odbornému vzdělávání a trhu práce. Do projektu se aktivně zapojily spolkové země Bavorsko, Sasko a Severní Porýní – Vestfálsko a organizaci má na starosti Česko-německá obchodní a průmyslová komora v Praze.

Zároveň akcentujeme česko-francouzskou spolupráci, a to především z titulu navazujícího předsednictví v Evropské unii. Další setkání se věnují ekonomické spolupráci se Slovenskem a Ruskem. Výčet všech doprovodných akcí by byl velmi dlouhý, ale zmíním alespoň ještě CzechTrade Meeting Point, Celostátní setkání elektrotechniků, seminář Víze v automatizaci nebo kooperační setkání b2fair Kontakt – Kontrakt 2008.

Export strojírenských podniků a investičních celků je stále silný. Jak veletrh upozorní návštěvníky na atraktivní novinky našich firem?

Na zajímavé novinky upozorníme například prostřednictvím soutěže o Zlaté medaile MSV a IMT. Své exponáty inovativního charakteru do ní může přihlásit každý vystavovatel a o výsledku rozhoduje nestranná porota složená z předních strojírenských odborníků. Zlaté medaile MSV a IMT mají vysokou prestiž a čeští výrobci jejich udělení úspěšně využívají i k podpoře exportu.

Průmyslový design je více než zajímavý a potřebný obor – jaký důraz na něj kladete ve vaší koncepci?

Průmyslový design vnímáme jako velmi důležitý a v technických oborech často neprávem opomíjený. Nicméně záleží na každém výrobcu, do jaké míry se bude designem zabývat, a my jako pořadatelé veletrhu mu můžeme pouze



Ing. Jiří Rousek, ředitel obchodní skupiny MSV, Veletrhy Brno, a.s.

zprostředkovat informace a kontakty. V rámci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR tato problematika přešla do kompetence agentury CzechTrade, která na MSV vystavuje a zároveň v rámci již zmíněné konference „Uživí nás hlava?“ prezentuje svou novou službu Design pro export.

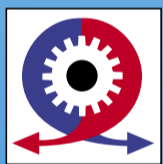
Domácí průmyslová výroba roste, ovšem ne všem oborům se daří stejně dobře. Odráží se vývoj jednotlivých průmyslových odvětví v zájmu o letošní ročník?

Určitě, vždyť strojírenský veletrh vždycky byl zrcadlem české ekonomiky. Příkladem je průmysl obráběcích a tvářecích strojů, který v celé Evropě zažívá mimořádně úspěšné období. V zemích CECIMO – Evropského výboru pro spolupráci v průmyslu obrábění a tváření – v roce 2007 vzrostla oborová produkce o rekordních 14 %. Na tomto úspěchu se významně podílela i Česká republika, kde loňská výroba obráběcích tvářecích strojů dosáhla meziročního růstu o 30%, zároveň v této komoditě stoupl o 23% export a o 24% tuzemská spotřeba. Tyto historicky nejlepší výsledky se promítnou i na Mezinárodním veletrhu obráběcích a tvářecích strojů IMT, který se koná souběžně s letošním MSV. Šestý ročník IMT bude největší v historii a přivítá 560 vystavovatelů z dvaceti zemí na ploše přibližně dvaceti tisíc metrů čtverečních. Podíl zahraničních firem přítom poprvé překročí padesátiprocentní hranici.

Potřebí budete vedle exponátů prezentovat i pracovní příležitosti. Jaké výsledky přinesly minulé personalistické veletrhy Kariéra a jaký bude ten letošní?

Nedostatek kvalifikovaných pracovních sil je možná vůbec největším problémem současného průmyslu, a to nejen v České republice, ale i v okolních zemích. Projektem Kariéra chceme přispět k jeho řešení. Už minulé ročníky ukázaly, že MSV je pro veletrh pracovních příležitostí tím správným místem. Před rokem se Kariéry zúčastnilo třicet podniků a přibližně deset tisíc návštěvníků. Letos by to mělo být obdobné a mezi vystavovateli budou firmy jako Robert Bosch, Škoda Auto, TPCA, Honeywell nebo Zetor Tractors. Veletrh Kariéra se bude konat ve středu a ve čtvrtek, a proto se právě na tyto dny snažíme směřovat mladé návštěvníky, kteří se na výstavišti mohou seznámit se zajímavými exponáty a zároveň s nabídkou zaměstnání ve svém oboru.

otázky sestavila Eva Brixí



50. mezinárodní  
strojírenský  
veletrh  
**AUTOMATIZACE**  
MSV 2008



6. mezinárodní  
veletrh obráběcích  
a tvářecích strojů  
IMT 2008

**Registrace návštěvníků**  
od 15. 8. 2008 na  
[www.bvv.cz/msv](http://www.bvv.cz/msv)

**15.–19. 9. 2008**  
Brno – Výstaviště

Central European  
Exhibition Centre



**KARIÉRA**

**Veletrh pracovních  
příležitostí**

17.–18. 9., pavilon Brno

Veletrhy Brno, a.s.  
Výstaviště 1  
647 00 Brno  
tel.: +420 541 152 926  
fax: +420 541 153 044  
e-mail: [msv@bvv.cz](mailto:msv@bvv.cz)  
[imt@bvv.cz](mailto:imt@bvv.cz)  
[www.bvv.cz/msv](http://www.bvv.cz/msv)  
[www.bvv.cz/imt](http://www.bvv.cz/imt)

**BVV**  
 **Veletrhy  
Brno**

# Zelené karty – pomohou snad již brzy řešit nedostatek kvalifikovaných pracovníků

**Svaz průmyslu a dopravy ČR je přesvědčen, že předpokládané schválení novely zákona o zaměstnanosti Poslaneckou sněmovnou a povolení zaměstnávání cizinců na území České republiky v režimu zelených karet, by mohlo pomoci efektivněji řešit dlouhodobý a palčivý nedostatek kvalifikovaných pracovních sil. Cílem vydávání zelených karet by totiž měl být flexibilní nábor odborníků ze zahraničí a snížení administrativní zátěže na straně zaměstnavatele a cizince.**

Svaz průmyslu a dopravy ČR zejména vítá zkrácení lhůt pro vydávání zelených karet na minimální dobu jednoho měsíce od chvíle předložení žádosti cizincem. Svaz si od projektu zelených karet slibuje jednotný a rychlejší postup zastupitelských úřadů ČR v zahraničí při udělování pobytových víz a pracovních povolení, jejichž zpracování trvá dnes v průměru pět měsíců. Proces předávání dokladů mezi jednotlivými orgány státní správy by mohlo urychlit například připravované skenování dokladů.

Přesto Svaz vyjadřuje obavy, zda státní správa bude schopna zajistit lhůtu 30 dnů, a to vzhledem k nedostatku personálu na zastupitelských úřadech a vybavování z více ministerstev (MZV, MV).

Svaz odmítá i zpřísnění podmínek pro zveřejňování nabídek volných pracovních míst od zaměstnavatelů. Než se například volné pracovní místo dostane do nabídky režimu zelené karty,

musí být vedeno po dobu 30 dnů v evidenci úřadů práce jako neobsazené. Taková praxe prodlužuje získání zaměstnanců ze zahraničí.

Svaz pozitivně hodnotí návrh úřadů zjednodušit procedury, jakými jsou zrušení předkládání žádosti povolení k dlouhodobému pobytu za účelem zaměstnání u místního úřadu, že zelená karta budou dva doklady (samotné vízum a povolení k zaměstnání cizince), že dojde k prodloužení platnosti povolení k dlouhodobému pobytu po dobu tří let (nyní 1–2 roky).

Pozitivně hodnotí i změnu, kdy legálně zaměstnaný cizinec, který ztratí zaměstnání, už nebude muset automaticky opustit Českou republiku, ale může si najít zaměstnání ve stejném oboru během chráněného období v délce dvou měsíců.

Svaz průmyslu a dopravy ČR vítá také změnu, kdy cizinec může žádat o zelenou kartu na území České republiky, pokud pobývá v ČR legálně a je

absolventem české vysoké či střední školy. Dosud je možné podat žádost o vízum do ČR pouze na zastupitelských úřadů v zahraničí.

Ke zjištění zájmu firem o kvalifikované pracovníky s ukončeným vysokoškolským či nižším vzděláním z ciziny a tedy i o zelené karty provedl SP ČR v první polovině roku dotazníkové šetření mezi členskými firmami SP ČR. Z odpovědí zástupců 146 firem (převážně malých a středních) vyplývá značný zájem o zahraniční pracovníky.

Respondenti počítají s tím, že v horizontu jednoho až dvou let budou potřebovat pro obsazení volných míst pět tisíc cizinců. Z toho 3,5 tisíce pracovníků se střední či vyšší kvalifikací, zejména lakýrníků, řidičů, seřizovačů, mechaniků, elektromechaniků, elektroniků, mechatroniků, konstruktérů, ale i top manažerů.

Ve střednědobém horizontu pěti a více let respondenti odhadují, že budou potřebovat 2,5 tisíce kvalifikovaných pracovníků ročně, nekvalifikovaných pracovníků pak asi 1500. Například jen pro sever Moravy odhadují zprostředkovatelské agentury potřebu nových pracovníků na tři až čtyři tisíce.

Celkově chybí tuzemským podnikům desítky tisíc pracovníků.

Z geografického hlediska by dali respondenti přednost zájemcům ze zemí s jazykovou příbuzností, kulturně a hodnotově blízkých České Republice. Firmy upřednostňují pracovníky ze Slovenska, Polska, Bulharska, Srbska, Ruska, Ukrajiny a eventuálně z dalších zemí EU.

Přesto firmy počítají i s tím, že budou ve větší míře využívat pracovníky ze vzdálenějších teritorií, například z Vietnamu, Koreje, Jemenu, Indie či z Latinské Ameriky.

V souvislosti s náborem pracovníků z ciziny zhruba polovina respondentů odpověděla, že využívají služby specializovaných firem a převážně osvědčených agentur českých i zahraničních. Značná část zaměstnavatelů si však pracovníky vyhledává sama, zejména prostřednictvím svých obchodních nebo jiných kontaktů v příslušných zemích.

Svaz průmyslu a dopravy vychází z přesvědčení, že zelené karty jsou spíše krátkodobým řešením nedostatku pracovních sil. Dlouhodobým východiskem je optimálně nastavený systém vzdělávání.

(tz)

## Zlaté medaile na jubilejním MSV

**V rámci jubilejního 50. mezinárodního strojírenského veletrhu budou odbornou hodnotitelskou komisí v čele s proděkanem Fakulty strojírenství VUT v Brně Radkem Knoflíčkem opět hodnoceny vystavené exponáty a udělována prestižní ocenění Zlatá medaile.**

„Zájem o účast firem v odborných soutěžích a zájem o prestižní ocenění obecně stoupá. Není divu, protože získání jakékoli kladné hodnoty ocenění produktů či firmy samotné zvyšuje její prestiž, pozornost potenciálních klientů a medializaci. To jsou neocenitelné benefity, které podporuje také náš projekt cen Zlatá medaile,“ uvedl Jiří Rousek, obchodní ředitel skupiny MSV a IMT.

Cílem hodnocení exponátů je upozornit odbornou veřejnost i média na to nejzajímavější, co v současné době trh nabízí, a usnadnit novým perspektivním produktům vstup na české i zahraniční trhy. Vzhledem k dlouholeté tradici soutěže se Zlaté medaile staly skutečně prestižní záležitostí, která může být pro nově uváděný produkt velkým benefitem.

Soutěž je určena pro exponáty prezentované na mezinárodním strojírenském veletrhu MSV a mezinárodním veletrhu obráběcích a tvářecích strojů IMT, které jsou svými parametry srovnatelné se světovou úrovní a určují trend vývoje ve svém oboru. Do soutěže lze přihlásit i exponáty, které již byly oceněny na jiných výstavách nebo v jiných soutěžích. Pochopitelné je, že Zlatá medaile může být v Brně jednomu exponátu udělena pouze jednou.

### Nejlepší exponáty minulého ročníku

Společnost Žďas, a.s., Žďár nad Sázavou získala medaili za hydraulické nůžky na šrot CNS 1100-100-CV2, unikátní zařízení integrující funkce stříhání a paktování obtížně deformovatelného šrotu velkých rozměrů.

Strojárna TYC, s.r.o., Mýto v soutěži uspěla s exponátem obráběcí centrum s pojízdným příčnickem FDPC250/9 CNC. Stroj pro obrábění rozměrných obrobků, především forem, svým vybavením umožňuje frézování, vrtání i řezání včetně frézování závitů. Má souvisle řízené osy X, Y, Z a umožňuje lineární a kruhovou interpolaci.

Třetí oceněný výrobek přihlásila firma Trimill, a.s., Zlín. Vertikální obráběcí centrum Trimill VU 2313 je pětiosé vysokorychlostní zařízení s vysokým výkonem, tuhostí celku a s vysokou přesností obrábění. Je určeno pro aplikace v au-

tomobilovém, leteckém a plastickém průmyslu.

Další medaili MSV 2007 obdržel stroj DMU 40 monoBLOCK německého výrobce Deckel Maho Pfronten GmbH a vystavovatele Deckel Maho Gildemeister Czech s. r. o. Univerzální centrum umožňuje obrábění v pěti osách náročných dílů v oborech medicínské techniky a letectví. Nachází uplatnění i v tradiční výrobě forem a nástrojů. V kategorii materiály a komponenty pro strojírenství zabodoval teleskopický kuličkový šroub společnosti Kuličkové šrouby Kuřim, a.s. Jedná se o sestavu tří vzájemně zašroubovaných kuličkových šroubů, jejichž matice plní navíc i funkci ložiska. Unikátní systém vzájemných vazeb zajišťuje současné otáčení všech kuličkových šroubů, čímž se dosahuje vysokých rychlostí posuvu s velkou silou, tuhostí a samosvorností. Z kategorie energetika a silnoproudá elektrotechnika byl vybrán frekvenční měnič Sinamics G120D německého výrobce Siemens AG a vystavovatele Siemens, s.r.o., Praha, který je určen pro řízení asynchronních motorů v otevřené i uzavřené smyčce. Uplatní se v různých oblastech průmyslu, typickými aplikacemi jsou náročné distribuované pohony. Výraznou předností je zabudovaná technologie bezpečnostních funkcí, nízká energetická náročnost a komunikace s nadřazeným systémem po sběrnici Profibus či Profinet.

Mezi vítěznou desítku se probojoval také výrobek slovenské společnosti Soft & Control Technology, s.r.o., Košice. Univerzální telemetrický GSM bateriový systém UKI 4 se senzory vyniká extrémně dlouhou výdrží autonomního napájení. Unikátní je řešení založené na pokročilém power managementu. Vyniká vysokou spolehlivostí v extrémních klimatických podmínkách. Svě užité vlastnosti systém prokázal v aplikaci pro Slovenský plynárenský podnik (síť 4000 GSM modulů).

Poslední tři Zlaté medaile byly uděleny v kategorii elektronika, automatizace a měřicí technika. Faro Laser Scanner LS vyrábí německá firma Faro Europe GmbH&Co.KG, Komtal-Münchingen a prezentovala ho společnost Prima Bilavčík, s.r.o., Uherský Brod. Oceněný laser představuje novou technologii ve skenování prostoru. Rozkmitáním laserového paprsku je vytvářen dvojrozměrný digitální model okolního prostředí až do vzdálenosti 80 metrů s milimetrovou přesností. Přídavné

zařízení umožňuje vytvářet barevný obraz prostoru. Laser nalezne uplatnění v průmyslu, architektuře, archeologii i kriminalistice.

Představitelé firmy Mesing, spol. s r.o., Brno převzali cenu za automat pro kontrolu povrchových vad – jedinečné zařízení pro zjišťování vad výrobků s vysokými požadavky na kvalitu povrchu. Originální měřicí metoda je založena na odrazu a rozptylu laserového paprsku.

Desátá Zlatá medaile MSV 2007 zdobí průmyslový videoskop Iplex FX britského

výrobce Olympus Keymed Group Ltd., vystavovatelem je Olympus C&S, spol. s r.o., Praha. Jde o unikátní přístroj pro optické zkoumání obtížně dostupných míst. Inovační kompaktní řešení videoskopu v přenosném provedení obsahuje optickou snímáči, zobrazovací a řídicí jednotku. Osvětlení bílými diodami LED s miniaturním snímačem CCD na dálkově ovladatelném přívodu umožňuje černobílý i barevný záznam statického i pohyblivého obrazu s rozlišením 1024x768 bodů.

(tz)



ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA  
CZECH EXPORT BANK

Financovali jsme  
český export v hodnotě

**220**  
miliard korun

Najdete nás na volné ploše pavilonu F



**česká exportní banka**

Je vám domácí trh malý?

Chcete rozšířit odbytové možnosti?  
Chcete lépe využít výrobní kapacity?  
Chcete zaujmout výhodnou nabídkou financování?

[www.ceb.cz](http://www.ceb.cz)

Česká exportní banka, a.s., Vodňáckova 34, 111 21 Praha 1, e-mail: ceb@ceb.cz, tel.: +420 222 843 235, fax: +420 224 234 685

# Olomouc se stane dalším městem

## nové terminálové a distribuční sítě společností DHL a PPL

**Společnost DHL, přední světový poskytovatel expresních a logistických služeb, zprovozní letos v listopadu s partnerskou společností PPL CZ v pořadí již čtvrtý společný distribuční terminál v České republice, tentokrát v Nemilanech u Olomouce. Předchozí tři terminály byly otevřeny již v loňském roce a nacházejí se v Českých Budějovicích, Plzni a Teplicích. Moderní centrum v Olomouci zajistí překládkové operace spojené s distribucí zásilek téměř po celé Moravě. Výstavba terminálů je součástí rozsáhlého projektu – integrace terminálové a distribuční sítě společností DHL a PPL CZ v České republice. Celkové náklady projektu přesáhnou miliardu korun.**

Důvodem integrace je především snaha reagovat na stále rostoucí objemy přeprav, zvýšení konkurenceschopnosti, a především optimální navyšování kvality služeb zákazníkům.



Cílem společností DHL a PPL je během následujících tří let vybudovat silnou společnou síť čítající deset terminálů, které se stanou pilířem moderního distribučního systému.

Po Olomouci je naplánováno otevření nových společných terminálů v Hradci Králové, Praze a rozšíření stávajících dep PPL v Brně a Ostravě. Společnosti si od tohoto plánu slibují zvýšení kapacity, modernizaci současných zařízení, ale hlavně zrychlení a zkvalitnění služeb.

„Od nového terminálu očekáváme, že ještě více posílí kvalitu našich služeb. Olomouc hraje důležitou roli v našem podniká-

ní v regionu střední Moravy. Věřím, že nový terminál bude těžit ze strategického umístění a výrazně nám pomůže zlepšit naše kapacitní možnosti. Díky rostoucímu obchodu předpokládáme velké navýšení zejména v oblasti silničních přeprav,“ řekl provozní ředitel DHL Express v České republice Radek Odstrčil a dodal: „Modernizaci systému dokážeme významně zredukovat čas potřebný k manipulaci zásilek. Zefektivníme tak naše činnosti a zkrátíme celkové přepravní časy.“

Výkonný ředitel společnosti PPL CZ Jiří Hondl doplnil: „Uzavřením starého a výstavbou nového terminálu získáme rozsáhlý komplex o rozloze téměř 10000 m<sup>2</sup>, který nabídne pod jednou střechou veškeré logistické služby – od moderní třídící linky, ploch pro skladování a překládku, až po veškeré



kancelářské zázemí. V nových zařízeních navíc budou dodržovány nejvyšší bezpečnostní standardy, které zajistí maximální ochranu zásilek.“

Nový olomoucký terminál poskytne dostatečnou kapacitu pro neustále se zvyšující počet manipulovaných zásilek, a to pro více jak dvojnásobek současných objemů. Díky velmi dobré dostupnosti zajištěné rychlostní komunikací R35 se veškeré aktivity obou společností přesunou z centra Olomouce do nové obchodní zóny u Nemilan.

(tz)

## Rozšiřuje vozový park ekologických vozidel

Společnost DHL Express rozšiřuje nabídku ekologického doručování zásilek. Její vozový park se v nejbližší době rozroste o další čtyři vozidla jezdící na alternativní pohon – zemní plyn. Celkově tak bude DHL Express v České republice provozovat pět vozidel značky Opel Combo CNG. Vozidla budou nasazena do Prahy, Ostravy a Olomouce.

Společnost DHL Express touto aktivitou projevuje dlouhodobou schopnost vozidel šetrných k životnímu prostředí postupně nahradit v současnosti používaný vozový park DHL Express. Možností využívat ekologičtější přepravu zásilek vychází společnost DHL vstříc zákazníkům, kteří dávají přednost službám šetrným k životnímu prostředí.

Vozidla na zemní plyn produkují výrazně méně škodlivin než vozidla s klasickým pohonem. A to nejen sledovaných škodlivin – oxidů



usíku, oxidu uhelnatého, uhlíkatého, pevných částic, ale také i karcinogenních látek – polyaromatických uhlovodíků, aldehydů, aromátů včetně benzenu. Oproti benzínu zemní plyn nabízí potenciál 20–25% snížení emisí CO<sub>2</sub>.

Vedoucí oddělení kvality a životního pro-

středí DHL Express ČR Ondřej Kulhánek k tomu řekl: „U benzinových motorů se spaluje směs benzínu a vzduchu. U motorů na zemní plyn dochází ke spalování směsi plynu a vzduchu. Se zemním plynem je však tento proces výrazně ekologičtější.“

DHL Express tato alternativní vozidla spolu s plánováním tras využívá ke zlepšení uhlíkové účinnosti svého vozového parku.

„V budoucnu bychom se rádi zaměřili i na jiná alternativní vozidla. Problémem ale je, že na českém trhu nejsou pro náš provoz

příliš velké možnosti. Většinou se jedná o dodávky, které se hodí spíše na pozemní velkoobjemové přepravy. Co se týče biopaliv, tak spoléháme na biopaliva II. generace, která by měla mít větší účinnost vložené a získané energie a nebudou konkurovat potravinářské produkci. Shrnu-li to, CNG je v tuto chvíli a v nejbližších dvou třech letech ta neoptimálnější cesta z pohledu technických možností, nákladů, dojezdu a životního prostředí,“ dodal Ondřej Kulhánek.

Využívání alternativních vozidel je jednou z aktivit, kterými chce DHL Express dosáhnout cíle, k němuž se zavázala, a to snížit do roku 2020 produkci uhlíku o 30%. Další takovou aktivitou je služba GOGREEN. Zákazník při ní může aktivně pomáhat k ochraně životního prostředí podporou vybraných projektů vedoucích ke snížení emisí oxidu uhlíkatého. (tz)

### ► pokračování ze str. 1

**Ostatně – kolik zemí je ve vašem exportním portfoliu? A kam vyvážíte nejvíce?**

Už od svého založení je naše firma zaměřena proexportně, vždy jsme významnou část produkce vyváželi do zahraničí, v posledních letech se tento podíl pohybuje na úrovni 80%.

Naše produkty najdete prakticky na celém světě, samozřejmě největší podíl je v tradičních trzích Evropy. Významným partnerem jsou také země bývalého východního bloku, Rusko a státy skupiny SNS, vyvážíme do Asie, zejména do Indie a Číny. Nemalá část naší produkce putuje také Ameriky, a to zejména Severní, kde úspěšně prodáváme stroje na tak vyspělých trzích, jako jsou USA a Kanada. Za zmínku možná



stojí i vzdálenější oblasti, jakými jsou Indonésie a Austrálie, také tam mají naše stroje.

**Chystáte se proniknout do dalších zemí?**

Ano, naším největším současným cílem jsou země tzv. „uskupení BRIC“ (Brazílie, Rusko, Indie, Čína) – jsou to státy, v nichž předpokládáme, že v blízké budoucnosti dojde k největšímu růstu ekonomik. V těchto teritoriích v současnosti intenzivně posilujeme naše pozice (Indie, Čína) nebo připravujeme návrat na trh (Brazílie).

**Která destinace je pro navazování obchodní komunikace nejsložitější?**

Obecně lze říci, že čím vzdálenější („exotičtější“) je dané teritorium, tím více problémů se objevuje. Zejména jde o jinou mentalitu a způsoby jednání. Neexistuje univerzální recept, ale vždy se snažíme postupným získáváním zkušeností a za pomoci místních partnerů (zástupců) dosáhnout takových dovedností, abychom mohli efektivně komunikovat s místními zákazníky.

Jako nejsložitější oříšek mohou zmínit jednoznač-

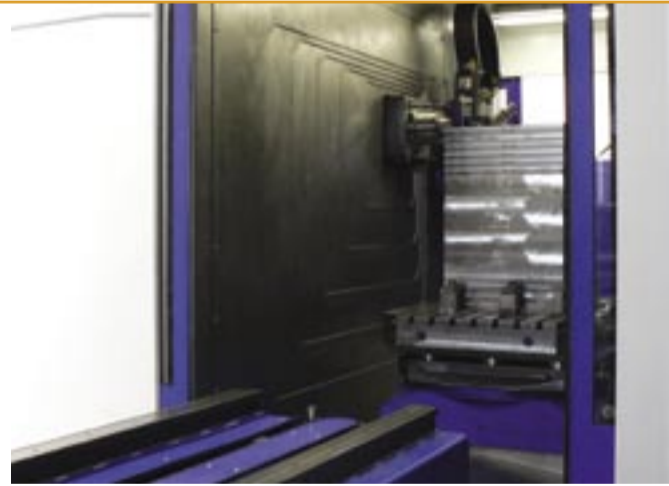
ně Čínu, kde i přes několikaleté působení (vlastní export, založení a správa tamní dceřiné společnosti) máme občas problémy v jasném pochopení vzájemné komunikace.

**Dodáváte také ještě českým zákazníkům? Jakou část z celkové produkce?**

Ano, dodáváme. Naš domácí trh je pro nás neméně důležitý, jeho podíl je přibližně 20%, a je to tedy pro nás strategické teritorium. Zde podtrhuji, že v naší zemi jsme jedním z největších „hráčů“ v našem segmentu trhu.

**Mohl byste zhodnotit výsledky exportních aktivit vaší společnosti za uplynulých pět let?**

Pět let je poměrně krátká doba na to, aby bylo možné přesněji vyhodnotit výsledky, protože v našem obchodu se vždy jedná o běh na dlouhou trať. Zhodnotíme-li to však podle aktivit, na prvním místě musíme zmínit založení dceřiné společnosti v Americe (TOS TRADE Canada – zastupitelská kancelář), díky níž se nám podařilo stabilizovat objemy prodeje do teritoria. Již několik let funguje dceřiná společnost v Či-



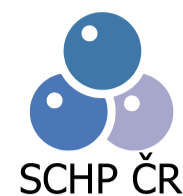
ně (TOS Kunming Machine Tool – výrobní podnik), která každý rok vyrobí a následně pak prodá stále více strojů. Stabilizovali jsme situaci v tradičních státech Evropy (zejména v zemích bývalého východního bloku), obdobně pozice se nám podařilo dosáhnout také v Ruské federaci.

Na druhou stranu chceme uskutečnit naše další záměry (dosáhnout naplánované pozice v těchto zemích z hlediska předpokládaného objemu produkce a dalšího vývoje) v dosud málo podchycených oblastech, kterými dnes jsou Jižní Amerika a stále ještě Indie.

Pokud bych měl naše aktivity celkově shrnout, tak rozhodně jsme úspěšní. Celková hodnota tržeb a exportu se za poslední tři roky více než zdvojnásobila.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

# Klimaticko – energetický balíček a Svaz chemického průmyslu ČR



**Evropská komise počátkem roku 2008 předložila Radě a Evropskému Parlamentu ke schválení čtveřici legislativních návrhů v oblasti energetické politiky a ochrany klimatu, týkající se revize obchodování s povolenkami na emise skleníkových plynů, rozdělení úsilí k dosažení redukčních cílů emisí skleníkových plynů, geologického ukládání CO<sub>2</sub> a podpory výroby energie z obnovitelných zdrojů (klimaticko-energetický balíček).**

Uvedené návrhy mají za cíl dosáhnout radikálního snížení emisí skleníkových plynů a iniciovat širokou mezinárodní dohodu v oblasti ochrany světového klimatu účinnou po roce 2012. Budou však mít též významné dopady jak v makroekonomické oblasti (praktické zvýšení daňové zátěže, posílení inflačních tlaků), tak zejména v oblasti konkurenceschopnosti evropského průmyslu na evropských a globálních trzích.

Svaz chemického průmyslu ČR považuje za mimořádně závažné očekávané dopady navrhované změny přidělování povolenek na formu aukcí, zejména pro energeticky náročná odvětví, jakými jsou mimo jiné i sektory rafinerie a průmyslové chemie.

Aukce jako základní nástroj alokace povolenek na vypouštění skleníkových plynů by znamenaly významný dodatečný náklad chemického průmyslu, který současně vyvádí z oboru finanční prostředky nezbytné pro investice do úspor energií a snižování emisí.

Studie dopadů zavedení aukcí jako základního nástroje přidělování povolenek na emise oxidu uhličitého pro sektory rafinerií a chemického průmyslu, zpracovaná Svazem chemického průmyslu v roce 2008 ukazuje, že náklady na nákup emisních povolenek podniků obou sektorů zařazených do evropského systému obchodování s emisemi CO<sub>2</sub> a nově též s N<sub>2</sub>O se budou v případě zavedení aukcí od roku 2013 bez přechodného období pohybovat v rozmezí 7,4–15,6 mld. Kč. ročně.

U vybraného vzorku podniků hodnocených ve studii se tedy dodatečné náklady budou pohybovat v rozmezí 1,2–2,6 násobku současného zisku uvedených podniků. Takovou úroveň dodatečných nákladů lze oprávněně považovat za likvidační.

I v případě uplatnění přechodného období 2013–2019 s dílčím přidělem povolenek zdarma se budou tyto náklady pohybovat v rozmezí 5,4–11,4 mld. Kč. ročně, tedy cca 1–2 násobku současného zisku podniků chemického průmyslu zařazených do EU ETS.

To ve svém důsledku znamená nejen zhoršení konkurenceschopnosti těchto významných strategických segmentů české ekonomiky, ale přímo riziko likvidace uvedených průmyslových sektorů v ČR. V porovnání s očekávanými dopady nové chemické legislativy REACH na chemický průmysl, které budí vážné obavy průmyslu, lze očekávat, že dopady zavedení aukcí jako hlavního způsobu přidělování emisních povolenek by byly 20–30x finančně náročnější.

Chemický průmysl tyto dodatečné náklady ve formě přímých nákladů na nákup povolenek v aukcích a dále druhotně vyvolaného zdražení elektrické energie není schopen promítnout do cen své produkce, aniž by tím ohrozil svou konkurenceschopnost a podíl na trhu.

Také sektor rafinerií, s ohledem na citlivost odvětví vůči mezinárodní hospodářské soutěži a výraznému nárůstu nákladů na povolenky při současné omezené možnosti promítnout zvýše-

né náklady do ceny výrobků, se řadí mezi energeticky náročný sektor reálně ohrožený ztrátou konkurenceschopnosti a podílu na trhu. Navíc provázanost rafinerského sektoru v ČR s petrochemií by vedla při povinném nákupu povolenek v aukcích k dalšímu výraznému zdražení surovinových vstupů pro již tak ohrožený dílčí sektor petrochemie.

Svaz chemického průmyslu považuje návrh přidělování povolenek formou aukcí za potenciálně spekulativní, demotivující a netransparentní způsob vedoucí nejen k dodatečným nákladům provozovatelů zařízení, ale také ke ztrátě konkurenceschopnosti, podílu na trhu a ohrožení pracovních míst.

Alternativy zavedení cla na výrobky zemí bez aktivní politiky ochrany klimatu nebo začlenění dovozců produktů do EU ETS navrhované Evropskou komisí považuje Svaz chemického průmyslu ČR za nevhodné z důvodů nesouladu s pravidly Světové obchodní organizace (WTO) a rizik odvetných opatření třetích zemí vůči evropským vývozcům.

Při hodnocení dopadů zavedení aukcí na emisní povolenky považuje Svaz chemického průmyslu za nezbytné přihlídnout nejenom k dopadu na konkurenceschopnost, ale i k makroekonomickým dopadům (snížení daně ze zisku, zvýšení nákladů, snížení kupní síly obyvatel, posílení inflačních tlaků, faktické zvýšení celkové daňové zátěže apod.).

Postupné vytlačení českých výrobců z domácího a evropského trhu by v horizontu příštích 12 let znamenalo ohrožení cca 50 000 pracovních míst v chemickém průmyslu a dalších cca 150 000 pracovních míst v navazujících zpracovatelských řetězcích. Domníváme se, že důkladná analýza možných sociálních dopadů je namístě!

**Z uvedených důvodů Svaz chemického průmyslu ČR požaduje:**

- uplatnit přechodné období částečného bezplatného přidělu povolenek pro sektor rafinerie v celém rozsahu a pro sektor chemie rozšířit přechodné období na spalovací procesy integrované do chemických výrobních jednotek energetiky jako minimální opatření k ochraně těchto energeticky náročných sektorů;
- pro rafinerský sektor povolenky na vypouštění emisí skleníkových plynů přidělovat v období 2013–2020 zdarma na základě referenčních úrovní nejlepších dostupných technik (benchmarkingu) a referenčních dokumentů Evropské komise, zejména v případě použití ekologicky čistých paliv pro účely technologického ohřevu materiálu (zemní plyn, vyčištěný rafinerský plyn);
- pro sektor chemického průmyslu alokaci povolenek zdarma na základě referenčních úrovní

nejlepších dostupných technik (benchmarkingu) orientovat nejen na samotné technologické procesy chemických výrobních jednotek, ale i na spalovací procesy a na podnikovou energetiku, která je s vlastními výrobními procesy úzce provázána;

- povolenky formou aukce pro sektory rafinerského průmyslu a chemického průmyslu přidělovat pouze v případě, že dosažené emise překročí referenční úroveň nejlepších dostupných technik;
- vyřadit ze systému EU ETS malé zdroje s roční emisí nižší než 50 (25) kt oxidu uhličitého, u kterých administrativní náklady převyšují získaný efekt ve snížení emisí a představují pro malé a střední podniky zcela nepřiměřenou a neefektivní zátěž;
- v případě „nepřímých emisí“ jako důsledku vysoké specifické spotřeby elektrické energie na elektrochemické procesy kompenzovat zvýšené náklady bezplatným přidělem povolenek, odpovídajícím na základě referenční úrovně nejlepší dostupné techniky daného elektrochemického procesu ekvivalentu spotřeby elektrické energie získané nákupem;
- rozhodnutí o vymezení tržně zranitelných energeticky náročných odvětví a o mechanismu bezplatného přidělu povolenek na základě referenčních úrovní nejlepších dostupných technik pro tato tržně zranitelná odvětví přijmout bezodkladně pro celé období 2013–2020 a dát tak jasný a stabilní ekonomický signál pro přípravu a realizaci dlouhodobých technických investic na snížení energetické náročnosti a emisí.

**Ing. Ladislav Novák**

**ředitel Svazu chemického průmyslu ČR**

## ReachSpektrum

**Konzultační a poradenské aktivity v oblasti evropské chemické legislativy**

**Předregistrace a registrace**

**Zajištění zpracování studií a dalších dokumentů spojených s registrací**

**Management konsorcií**

**Činnost výhradního zástupce pro společnosti usazené mimo EU**

**Zastoupení třetí stranou pro společnosti z EU**

**Služby a poradenství pro IT nástroje REACH: IUCLID5, REACH-IT, SIEF REACH**

**Kurzy, semináře, workshopy, školení**

**Bezpečnostní listy**

**Kontakt:**

ReachSpektrum, s.r.o., Dělnická 213/12, Praha 7, 170 00

Ing. Vladimír Janeček, jednatel a ředitel

tel.: +420 266793575, +420 266793580, mobil: +420 603 781 723, fax: +420 266 793 578

e-mail: info@reachspektrum.eu, web: www.reachspektrum.eu

## Adaptabilita a posílení konkurenceschopnosti chemického průmyslu ČR

Úspěšný projekt Svazu chemického průmyslu ČR (SChP ČR) „Adaptabilita a posílení konkurenceschopnosti chemického průmyslu ČR“, spolufinancovaný Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem, byl prodloužen do konce října 2008.

Během předchozích 22 měsíců bylo v rámci projektu uskutečněno celkem 96 vzdělávacích akcí, ve kterých bylo proškoleno 1718 účastníků z řad cílových skupin (zaměstnanců a zaměstnavatelů ze všech regionů, kromě hl. m. Prahy) ze 409 společností. Tímto výsledkem aktivity projektu bohatě přesáhly původní cíle (700 účastníků ze 100 společností). Potěšující je, že vzdělávací aktivity k otázkám nové chemické legislativy REACH a problematiky výzkumu,

vývoje a inovací oslovily především malé a střední podniky. Jejich podíl tvořil cca 77% účastníků.

Plánujeme, že v prodloužené době trvání projektu uskutečníme ještě minimálně tři další školení v různých regionech, která budou zaměřena především na aktuální téma předběžné registrace/registrace i na novinky v záležitostech REACH. Tato školení budou „ušita na míru“ zájemcům z řad cílové skupiny projektu.

Dosavadní průběh projektu prokázal velký zájem účastníků o jeho aktivity, zejména v oblasti nové chemické legislativy. Zájem je signalizován i do budoucna. Pozitivně je hodnocena praktická uplatnitelnost získaných poznatků.

Během projektu získali realizátoři cenné zkušenosti i know-how. Všichni, a to jak respondenti tak realizátoři, negativně vnímají velmi krátkou dobu trvání projektu.

Jen s malou nadsázkou se dá říci: Projekt Adaptabilita končí, REACH začíná.

Věříme, že úspěje naše úsilí uplatnit osvědčené schéma školení na velmi aktuální téma nové chemické legislativy, prostřednictvím dalšího veřejného financování. Vždyť na blízkém obzoru konce letošního roku je, kromě prvních povinností podle nařízení REACH, další nové významné nařízení, a to o klasifikaci, označování a balení látek a směsí (tzv. GHS), jehož povinnosti se dotknou ještě širšího okruhu podnikatelských subjektů.

**Ing. Dana Hendrychová**

**MAXIMA**  
POJIŠŤOVNA, a. s.

**MAXIMÁLNÍ POJIŠTĚNÍ  
PRO VÁS I VAŠI FIRMU**

**OBČANSKÁ POJIŠTĚNÍ**

- havarijní pojištění **MAXAUTO** s připojištěním **MAXIGEP**, které kryje plnou pořizovací cenu vozidla do 3,5 t
- samostatné pojištění **MAXIGEP** pro havarijní pojištěné osobní vozy
- pojištění nemovitého, movitého majetku a odpovědnosti za škody **MAXDOMOV** s kompletní asistenční službou
- životní kapitálové pojištění **MAXLIFE**, riziková pojištění a pojištění úrazu **MAXJISTOTA**
- zdravotní pojištění pro cizince
- cestovní pojištění **MAXCESTA**

**POJIŠTĚNÍ PRO DROBNÉ  
PODNIKATELE I VĚTŠÍ  
FIRMY**

- majetek a odpovědnost průmyslu a podnikatelů, včetně profesní odpovědnosti
- pojištění prodloužené záruky vozidel **MAXGARANT**
- flotilové havarijní pojištění
- programy životního pojištění s daňovou optimalizací pro zaměstnance i zaměstnavatele
- pojistné programy podporují prvotřídní evropské zajišťovny

**Komplexní informační asistenční služba  
MAXASISTENCE na telefonu  
+420 272 099 900**

Na Dlouhém lánu 508/41, 160 00 Praha 6  
tel.: +420 224 305 403, fax: +420 224 305 412  
e-mail: info@maxima-as.cz

**www.maxima-as.cz**



# Startuje osmý ročník soutěže Podnikatelská nemovitost roku



**Které nemovitosti jsou nejlepší pro podnikání? Na to už za dva měsíce odpoví osmý ročník tradiční soutěže agentury CzechInvest a Sdružení pro zahraniční investice AFI Podnikatelská nemovitost roku. Největší novinkou aktuálního ročníku je otevření soutěže soukromým developerům, pro které je připravená zbrusu nová kategorie jménem Průmyslový park s největším ekonomickým přínosem.**

„Většina nových společností, které u nás investují, vyhledává pro své podnikání nájemní prostory. Jejich výstavba je doménou soukromých developerů. A protože právě nájemní prostory jsou v současnosti pro lákání nových investorů klíčové, vyhlásili jsme kategorii speciálně pro ně,“ vysvětluje Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

Hlavní pozornost bude ale tradičně patřit kategoriím Brownfield roku a Podnikatelská nemovitost s největším přínosem pro inovace a výzkum. „Právě tento typ nemovitostí totiž nejlépe vyhovuje největšímu počtu investorů, kteří do České republiky míří,“ připomněla A. Rudyšarová aktuální statistiky agentury – podle nich totiž v prvním pololetí letošního roku Česká republika získala nejvíce nových investic do výzkumu a vývoje nebo do služeb. Bylo to poprvé, kdy byly výrobní projekty v menšině.

Ocenění pro podnikatelskou nemovitost roku vyhláší agentura CzechInvest, podřízená organizace Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, a Sdružení pro zahraniční investice od roku 2000. Vloni soutěž dostala aktuálnější jméno

i nové logo. Až do ročníku 2005 neslo ocenění jméno Průmyslová zóna roku. „Naše aktuální statistiky ukazují, že to byla změna správným směrem. Za prvé chceme místo průmyslové výroby lákat především služby, a za druhé, a to je rozhodně dobrá zpráva, se nám tento cíl daří plnit,“ konstatovala A. Rudyšarová.

#### Vyhlašované kategorie:

- Zóna s největším ekonomickým přínosem
- Brownfield roku
- Podnikatelská nemovitost s největším přínosem pro inovace a výzkum
- Průmyslový park s největším ekonomickým přínosem
- Manažer podnikatelské nemovitosti

Přihlášky do soutěže agentura CzechInvest přijímá až do konce září. Slavnostní vyhlášení je v plánu v listopadu. Přihlásit je možné podnikatelskou nemovitost, jejíž příprava se uskutečnila v období od začátku roku 2007 do konce roku 2007 nebo na kterou v daném období oznámil investici alespoň jeden investor z některého

z oborů zpracovatelského průmyslu, strategických služeb nebo technologických center.

Přihlášky a podrobnější podmínky účasti na adrese [www.podnikatelskanemovitost.cz](http://www.podnikatelskanemovitost.cz).

#### Předchozí vítězové:

##### Průmyslová zóna s největším ekonomickým přínosem

- 2000: Průmyslová zóna Plzeň – Borská pole
- 2001: Průmyslová zóna Kolín – Ovčáry
- 2002: Prům. a logist. centrum Lovosice
- 2003: CTPark D1-CTP Modřice
- 2004: Brněnská PZ – Černovické terasy
- 2005: Průmyslová zóna Krupka
- 2006: Průmyslová zóna Nošovice

##### Brownfield roku

- 2003: Strategická průmyslová zóna Triangle
- 2004: Škoda Plzeň
- 2005: TMT Chrudim
- 2006: Třinec-Baliny
- 2006: Zvláštní ocenění: Palladium

##### Podnikatelská nemovitost s největším přínosem pro rozvoj aplikovaného výzkumu

- 2005: Centrum biologických technologií Ústavu fyzikální biologie Nové Hradky
- 2006: Technologické inovační centrum Zlín

##### Manažer průmyslové zóny

- 2002: Jaroslav Pojar
- 2003: Petr Matoušek
- 2004: Jan Sixta
- 2005: Roman Čermák
- 2006: Hana Svobodová

##### Ukončené kategorie:

##### Průmyslová zóna s největším společenským přínosem

- 2000: Průmyslová zóna Nové pole v Karvině
- 2001: Průmyslová zóna Kolín – Ovčáry
- 2002: Průmyslová zóna Karviná – Nové Pole
- 2003: Průmyslový park Kopřivnice
- 2004: Průmyslová zóna Ostrava – Hrabová (1. etapa)
- 2005: Strategická průmyslová zóna Triangle – Žatec

##### Průmyslová zóna s nejhodnějším urbanistickým řešením

- 2000: Český technologický park v Brně
- 2001: Průmyslová zóna Zlín – východ
- 2002: Průmyslová zóna Severní Předlice, Ústí nad Labem
- 2003: Průmyslový park Cheb
- 2004: CTPark Ostrava

(tz ci)

## Solarwinds rozšířila brněnské vývojové centrum

Americká softwarová společnost Solarwinds, přední světový vývojář programů pro správu počítačových sítí, rozšířilo své vývojové centrum v Brně. Srpnového oficiálního otevření a rozšíření střediska firmy ve Spielberg Office Centru se zúčastnili mimo jiných Doug Hibberd, viceprezident pro vývoj produktů, David Owens, viceprezident pro finance a operace v regionu Evropy, středního východu a Afriky a Jiří Nykodým, náměstek generální ředitelky agentury CzechInvest, pozvání přijali i další obchodní partneři společnosti, její zaměstnanci a novináři.

„Musím přiznat, že nás opravdu velmi mile překvapily schopnosti, talent a nadšení lidí, které jsme měli možnost zde v Brně najít,“ řekl Doug Hibberd, viceprezident společnosti SolarWinds

pro vývoj produktů. „Zaměstnanci této pobočky jsou pro budoucnost společnosti SolarWinds naprosto klíčoví. V našich připravovaných projektech budou hrát hlavní roli.“

„Brno se může pochlubit hned několika školami, které dovedou vychovat špičkové technicky vzdělané odborníky. Tato zásoba talentů sem každým rokem láká stále víc velmi zajímavých investorů. A SolarWinds takovým investorem rozhodně je,“ sdělil Jiří Nykodým, náměstek generální ředitelky agentury CzechInvest. „Česká republika nabízí pro softwarové společnosti skvělé zázemí. Svědčí o tom i naše statistiky, které říkají, že právě z tohoto oboru k nám míří nejvíce nových investic. Jen v letošním prvním pololetí jsme jich přilákali 16, a jejich počet tak překonal

i tradiční tahouny, jako je automobilový průmysl nebo strojírenství.“

Společnost SolarWinds také nedávno získala od agentury CzechInvest a Sdružení pro zahraniční investice AFI v soutěži Investor roku 2007 ocenění v kategorii „Nejvýznamnější investor roku – strategické služby.“ Třetí místo získala právě díky svému vývojovému centru v Brně – za vytvoření nových vysoce kvalifikovaných pracovních míst a za investice do školení nových zaměstnanců.

SolarWinds počítá, že se jeho brněnské středisko bude neustále rozšiřovat spolu s tím, jak porostou počty zákazníků využívajících jeho produkty pro správu svých sítí. V hledáčku společnosti tak jsou především programátoři ovládající nástroje C#.Net a Asp.net a testéři

produktů. Měli by se také umět alespoň průměrně domluvit anglicky.

SolarWinds nabízí ke stažení software určený ke správě sítí. Cílem společnosti je připravovat dostupné a lehce použitelné produkty podporované širokou uživatelskou komunitou. Vývojáři SolarWinds se zaměřují na skutečné potřeby síťových profesionálů, kterým chtějí usnadňovat použití, údržbu i testování jejich softwaru. Řešení SolarWinds nabízejí výkon i flexibilitu na míru potřebám firem všech velikostí. Produkty společnosti využívá pro správu svých sítí více než 50 000 zákazníků od malých podniků po velké korporace.

pro další informace o společnosti SolarWinds navštivte: [www.solarwinds.cz](http://www.solarwinds.cz)

(tz ci)



### POMÁHÁME VÁM PODNIKAT

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest usnadňuje podnikání v České republice stovkám společností.

Můžete se na nás spolehnout při:

- expanzí
- rozvoji výzkumu
- hledání nemovitostí pro podnikání
- získávání dodavatelů v regionu
- podpoře zaměstnanců
- rozvoji spolupráce se školami
- čerpání investičních pobídek
- čerpání evropských dotací z Operačního programu Podnikání a inovace
- vyjednávání se samosprávou

# Domnívám se, že pro Českou republiku je co do budoucna potáhne naši ekonomiku, ... pro „jemnou“ oblast služeb může Česko nabídnout kvalitní podmín

Pro export se toho udělalo v posledních deseti letech u nás hodně. Násobně vzrostla pozornost i pomoc státu českým vývozcům stejně tak jako služby firem, které exportérům usnadňují život. Jedny z nejvýznamnějších jsou služby přepravní. Společností, která má přístup k exportérům vysoce propracovaný, je DHL Express (Czech Republic), s.r.o. Léta na stránkách Prosperity přinášíme informace například z Exportního výzkumu DHL, doplněné četnými grafy, které argumentují mnoha zajímavostmi. Na začátku tohoto rozhovoru se k výzkumu zcela opodstatněně vracíme. Slovo má Luděk Drnec, Business unit director DHL Express v ČR.

Mnohokrát jste vystupoval například na tiskových konferencích DHL, GfK Praha a CzechTrade u příležitosti Exportní ceny DHL. O exportu a malých a středních firmách toho tedy víte hodně, sbíhá se u vás stále velké množství cenných informací... Jak byste vývoz této skupiny podniků charakterizoval?

Naším hlavním zdrojem informací o českém exportu je Exportní výzkum DHL, který monitoruje názory největších českých exportérů již více než 8 let. Tento výzkum sice specificky nemapuje potřeby malých a středních firem, ale některé trendy, problémy atd. jsou společné všem exportérům. Tady je třeba na prvním místě jmenovat růst kurzu koruny vůči euru, který právě na malé a střední exportéry dopadá o to více, že jsou často na exportu do Eurozóny fatálně závislí a navíc mnohdy nemají k dispozici různé fiskální nástroje, jak se proti výkyvům kurzu účinně bránit.

Jinak za více než 10 let trvání Exportní ceny DHL můžeme určitě pozorovat významný posun, pokud jde o export malých a středních podniků, a to zejména ve dvou oblastech. V první řadě je to jakási „profesionalizace“ exportních aktivit. I malé a střední firmy již dnes mají své specialisty na export, silná obchodní a marketingová oddělení a často i exportní strategii. Nespolehají se jako v minulosti jen na relativně náhodné osobní kontakty nebo na tradiční veletrhy a výstavy. A to nemluvíme o prezentaci a často i prodeji přes internet, který je právě pro menší exportéry často nutností.

Druhou zásadní změnou jsou exportované komodity a také do jisté míry exportní teritoria. Před 10 lety jednoznačně převažovaly sousední země a jako komodita různá strojírenská prvovýroba typu svařence, konstrukce, polotovary. Dnes i malé firmy vyvážejí již velmi sofistikované výrobky, dokáží najít speciality a jimi obsadit díry na trhu a už se nám mezi soutěžícími objevují i exportéři služeb. A jejich export směřuje do celého světa, včetně velmi exotických destinací.

**Exportuje se stále ještě silně do Německa. Proč? Je to s ohledem na krátkou přepravní vzdálenost, tradice, jakousi „evropskou jistotu“, nižší náklady než na cestu zboží třeba do Vietnamu?**

Myslím, že dopravní dostupnost Německa je jen jedním z důvodů, i když důvodem samozřejmě velmi podstatným, protože s rostoucími cenami ropy je samozřejmě cena za přepravu jedním z faktorů, který může export do vzdálenějších zemí limitovat. Nicméně se domnívám, že pokud jde o export do Německa, hrají roli i jiné faktory. Především Německo je největší evropská ekonomika, a tedy i největší potenciální trh. V našem případě je to pak samozřejmě dáno i historicky, do německých zemí se vždy hodně vyváželo, Češi se tradičně dobře domluví německy, a zejména v příhraničních oblastech jde o logickou

**S naprostou jistotou mohu říct, že pokud jde o šíři služeb českým exportérům pod značkou DHL, není žádná jiná firma, která by uměla nabídnout vše, co nabízíme my.**



Luděk Drnec, Business unit director DHL Express v ČR

kooperaci. Řada německých firem si zřídila malé české provozovny nebo našla dodavatele v pásnu cca 50–100km od hranic a díky těmto subdodávkaám zároveň roste český export. Jsem proto přesvědčen, že Německo zůstane i v budoucnu naším klíčovým exportním trhem.

**Jak se změnila aktivity firem, které před pár lety začínaly „objevovat“ Rusko, Ukrajinu a další země bývalého Sovětského svazu? Roste objem vývozu znatelně?**

Pokud jde o celkový vývoz z ČR, nemám teď k dispozici konkrétní data, ale čeští exportéři tato teritoria rozvíjejí, jak potvrzují i naši partneři z agentury CzechTrade. Naši zákazníci rozhodně služby do zemí bývalého SSSR poptávají čím dál častěji a snaží se využít sítě DHL, která je v těchto zemích zcela bezkonkurenční. Navíc s ohledem na vzdálenosti a bezpečnostní rizika pozemních přeprav klienti často více tíhnou k leteckým přepravám, což dále zvyšuje potenciál pro využití našich služeb.

Myslím, že pro ilustraci dynamiky růstu stačí jedno číslo, za 1. pololetí letošního roku se počet námi přepravených zásilek do Ruska a Ukrajiny zvýšil téměř trojnásobně.

**Čína, Indie – jak vypadá export českých subjektů z pohledu DHL do těchto teritorií?**

To je trochu podobný příběh jako výše zmíněné Rusko, jde o teritoria s obrovským komerčním potenciálem, ale zároveň o teritoria exportně nelehká, vyžadující speciální znalosti a také trpělivost. Exportér musí očekávat, že bude investovat relativně dlouhou dobu do vytváření vztahů a návratnost této investice není vždy jistá. Ale pokud prodá a uspěje, dostane se na obrovská odbytiště. Podobně jako v Rusku i zde se naši exportéři opírají o silnou síť DHL, která byla zejména v Číně pionýrem rozvoje expresní logistiky i do čínského vnitrozemí. DHL vůbec Číně přikládá obrovský význam do budoucna, v Hongkongu jsme

tronicke) nebo že po vstupu do EU letecký express do Evropy bude vytlačen pozemními přepravami. Nic z toho se tak úplně nenaplnilo a podstata naší hlavní služby zůstává stejná – tj. co nejpozději v den odeslání vyzvednout zásilku u klienta, aby na ní mohl co nejdříve pracovat. Pak ji přes noc dopraví do místa určení a tam naopak co nejrychleji doručit, tedy zkrátit čas mezi odesílatelem a příjemcem na minimum.

Nicméně pokud doručujeme prakticky vše v Evropě přes noc a jako standard již doručujeme do 12.00, moc prostoru pro další zlepšení, pokud jde o rychlost doručení, už nemáme. O to více se zaměřujeme především na kvalitu informací o stavu zásilky, která je v expresní logistice považována za stejně důležitou jako fyzický stav zásilky samotné, a hlavně na co nejrychlejší a nejpohodlnější poskytnutí této informace klientovi. Dnes je samozřejmostí nejen informace dostupná na zákaznickém servisu (pochopitelně zadarmo na zelené lince a nonstop), ale také přes SMS případně mobilní internet, na webových stránkách a v neposlední řadě ve specializovaných klientských softwearech. V těch pak klient může také zásilky připravit na odeslání anebo si vést svoje vlastní statistiky, např. pokud jde o úspěšnost doručení. Velký rozvoj také zaznamenala oblast zákaznické péče, dříve byl pro všechny klienty jeden typ obchodního zástupce, dnes má každý klient dle velikosti svého obrátu a svých požadavků také svého odpovídajícího obchodníka tak, aby měl vždy všechny potřebné informace, ale nebyl na druhou stranu ani kontaktován příliš často a informacemi přetěžován.

A pokud se ptáte na něco speciálního, co má v České republice opravdu jen DHL, pak zmíním naši službu GoGreen. Tato služba reaguje na zvyšující se zájem našich klientů o ekologické dopady letecké přepravy jejich zásilek. Pokud takový zákazník chce něco udělat pro životní prostředí, uhradí si minimální 2% příplatek, a tím přispěje na programy, které DHL globálně podporuje po celém světě na odstranění dopadů letecké přepravy a emisí s ní spojených. Klient zároveň získá certifikát o využívání této služby, který zas může použít při svých ekologických auditech. Službu jsme na český trh uvedli v květnu a zájmem jsme zatím doslova šokováni, a to v pozitivním slova smyslu. Smlouvy na službu GoGreen podepsaly již desítky firem a s mnoha dalšími o tom jednáme. Tak rychlý nástup neměla tato služba zatím v žádné evropské zemi.

**Jinými slovy – jak dokážete firmu přesvědčit, že je to právě společnost DHL, která by se jí měla ujmout?**

Myslím, že pokud jde o expresní produkt, většina argumentů je obsažena již v předchozí odpovědi. DHL má však ještě jeden silnější argument, a tím





# právě export služeb tím, tvrdí Luděk Drnec z DHL Express

## ky, vynikající servis a také vzdělané a motivované lidi

je flexibilita a širší nabídka. Zákazníci při svém exportu i importu samozřejmě nespolehají jen na letecký express a nemůže na něj tedy spoléhat ani DHL. Argumentujeme právě komplexností našich služeb, kde nabízíme především přepravu leteckého a pozemního expressu po Česku i po celém světě. Umíme ale i přepravu speciální, kdy klientovi pronajmeme třeba i celé letadlo nebo pošleme tzv. osobního kurýra, který se věnuje jen konkrétní zásluce a předá ji až konkrétní osobě. Naše partnerská společnost PPL pak nabízí komplexní balíková řešení a je neotřesitelnou jedničkou na českém balíkovém trhu. A pokud klient chce i jiné logistické služby, ať z oblastí kamionových přeprav, námořních přeprav, leteckého carga anebo třeba z oblastí skladové logistiky, jsou tu kolegové z divízi společnosti DHL Logistics, kteří jim tuto službu nabídnou. S naprostou jistotou mohu říct, že pokud jde o šíři služeb nabízených českým exportérům pod značkou DHL, není žádná jiná firma, která by uměla nabídnout vše, co nabízíme my.

**Vyhledáváte nové zákazníky, anebo spoléháte na svoji značku, známost, image? Čím se lišíte od konkurence?**

Od konkurence se lišíme vším tím, co jsem již uvedl, a pak zejména osobním přístupem všech našich zaměstnanců, zejména ale prodejců, kurýrů a pracovníků zákaznického servisu, kteří jsou s klienty v denním styku. Ale skutečně každému novému zaměstnanci již na úvodním školení vstoupíme, že všichni jsme tu pro naše klienty a jen z obrátů zaplacených našimi klienty máme peníze třeba i na naše platy. V celé skupině DPWN již také druhý rok běží program pod názvem First Choice, kdy za přispění všech zaměstnanců implementujeme desítky drobných iniciativ, který musí mít jedno společné – musí usnadnit klientovi využívání služeb DHL.

Jinak pokud jde o nové klienty, hledáme je dnes a denně, máme na to celé specializované oddělení a také nový motivační program pro všechny naše zaměstnance, aby nám poskytovali informace o nových potenciálních klientech pro DHL. Pokud to prostřednictvím jednoduchého formuláře udělají a příslušný obchodník DHL potvrdí, že tam je nějaký obchodní potenciál, dotyčný zaměstnanec získá velmi zajímavou odměnu. Toto vše děláme proto, že žádná firma nemůže žít jen ze stávajících klientů a už vůbec ne ze svoji minulé image nebo jména. Noví klienti a nové akvizice jsou novou obchodní krví každé zdravé firmy a platí to i o DHL. Pro představu opět jedno číslo – obchodníci DHL musí každý měsíc věnovat cca 30-40% svých schůzek právě akvizicím nových zákazníků. A toto číslo je každý měsíc vyhodnocováno a reportováno až na úroveň evropského vedení DHL.

**A jaké doplňkové služby související s vývozem zajišťujete?**

Doplňkových služeb jsou doslova desítky a jejich výčet bychom zabrali možná několik stránek, v každém případě jejich kompletní přehled najde každý na [www.dhl.cz](http://www.dhl.cz). Již v předchozích odpovědích jsem mluvil např. o nejrůznějších aplikacích pro sledování a objednávání zásilek anebo o službě GoGreen. Pro klienty exportující mimo EU jsou pak samozřejmě klíčové celní služby, kde DHL patří mezi naprostou špičku, poskytujeme řadu speciálních služeb, včetně poradenství. Např. pro klienty podnikající v textilu je právě poradenství velmi vítáno, protože oblast nejrůznějších certifi-

kátů a licencí je velmi složitá a malé a střední firmy si nemohou dovolit mít na toto svého specialistu. Pak nastupuje právě celní oddělení DHL, které toto know-how má a nabízí je svým klientům. Pochopitelně disponujeme také řešením v oblasti obalů anebo celou škálou služeb pro oblast Collect and Return – tedy ve výměně nebo opravě vadných výrobků mezi prodejcem a finálním spotřebitelem.

V souvislosti s doplňkovými službami bych rád zmínil ještě jednu a tou službou je DHL Global-Mail Business, přes kterou klient může hromadně rozeslat větší množství nedoporučené pošty do zahraničí, přičemž stále využívá výhod kurýrní služby, jako je vyzvednutí u odesílatele, sledování

zásilek anebo vrácení nedoručitelných zásilek zpět. Pozorný čtenář nebo znalec českého logistického trhu si zde možná vzpomene, že na konci roku 2007 jeden z našich konkurentů ve své kampani propagoval obdobnou svoji službu, s tím, že jde o první službu svého druhu na českém přepravním trhu. Mohu své kolegy od konkurence ujistit, že DHL tuto službu v Česku nabízí zhruba 15 let.

A pro klienty možná jen doporučení, aby vždy detailně prostudovali nabídku potenciálních přepravců a volili dle toho, kdo jim poskytne komplexní řešení.

**Kolik procent zákaznické obce patří mezi věrnou klientelu?**

Již výše zmíněný poměr 70:30 reflektuje snahu DHL generovat cca 70 % obrátů od stálých, a tedy věrných klientů. V ČR se nám toto daří, naše interní čísla dokonce mluví až o 80 % loajálních klientů. Jak už jsem zmínil, úspěšné obchodní organizace musí dlouhodobě stát na obou nohách – jak stálých a loajálních klientech, tak na trvalém přílivu nových zákazníků. A utátn ten balanc mezi tím odlišuje průměr od špičky a poražené od vítězů.

**Vraťme se k výzkumu DHL a GfK – čeho se v souvislosti s exportem firmy nejvíce obávají?**

Na prvním místě je jednoznačně již zmíněný kurz koruny vůči hlavním měnám tj. euru, USD a GBP. Nejde ani tak o to, že koruna celkově posiluje, ale zejména o tempo toho posilování, které bylo opět v posledních měsících enormní. Postupné posilování koruny firmy dokázaly a dokáží do značné míry vyvážit zvyšováním produktivity práce, ale pokud koruna v pár měsících posílí o 15-20 %, na

to se prostě nikdo připravit nedokáže. Další obavou jsou ceny vstupů, zejména pak energií, a nejde jen o aktuálně populární cenu ropy a pohonných hmot. Čeští exportéři mají významné obavy především z cen elektrické energie a určitě by uvítali silnější konkurenci v této oblasti.

Exportéři zmiňují i další obavy – např. z rostoucí konkurence, administrativní a byrokratické zátěže v některých zemích anebo z terorizmu, ale tyto obavy jsou uváděny řádově méně často než kurz a ceny vstupů.

**Euro jako strašák českého exportéra – jak dnes vidíte vztah eura, dolaru a koruny? Určitě už nejde o problém, o němž se před pár lety říkalo, že je věcí samotných exportérů, a že státu do toho nic není...**

Už jen z toho, jak často jsem doposud kurz vůči euru zmínil, je zřejmé, že toto je největší problém českých exportérů. Také proto se zřejmě v posledních 2 letech výrazně změnilo odpovědi respondentů Exportního výzkumu DHL na otázku rychlosti zavedení eura v ČR a jeho dopadu na export. Od relativně neutrálního vztahu se posunuli k větší podpoře a již více než 40 % exportérů podporuje rychlé přijetí eura. Na druhou stranu třetina má názor neutrální a cca 18 % negativní. Myslím, že právě tento statistický pohled výborně vystihuje dvousečnost přijetí eura v potenciálních dopadech na ekonomiku i export. V EU můžeme přece vidět prosperující a rostoucí ekonomiky jak v Eurozóně, ale i mimo ni. Česká republika si prostě musí najít svoji cestu, jak postupovat na cestě k euru, a jak se také během této cesty ale také vypořádat s různými výkyvy kurzu a jejich dopady na naše podnikatele. Vláda v tomto hraje určitě zásadní roli, ale bylo by zase příliš jednostranné hodit vše jen na ni. Svou úlohu v tom hraje samozřejmě ČNB, podnikatelská sféra a ovlivňuje nás i vnější prostředí. Nicméně souhlasím s názory, že vláda by v otázce kurzu měla hrát o něco aktivnější roli než doposud.



**Vývoz služeb – je to teoretický trend, zatím je zajímavý jen pro příhraniční oblasti ČR nebo např. pro IT obor. Bude i to pro vás atraktivní? Jak budete vycházet v tomto směru vstřícnějším?**

Toto není vůbec teorie, ale ani se netýká jen pohraničí. Jak jsem výše zmiňoval otázku expresních přeprav dokumentů, právě tento produkt zaznamenává v ČR velmi dobrý růst. Významným přispěvatelem jsou právě různá centra sdílených služeb, účetní a administrativní centra, výzkumné ústavy atd., které se teď přesunují do ČR. Konečnicou jednou z prvních vlašťovek byla právě DHL, které do Prahy umístila jedno ze svých 3 globálních center IT služeb; my takto exportujeme IT služby doslova do celého světa. Domnívám se, že pro Českou republiku je právě export služeb tím, co do budoucna potáhne naši ekonomiku i export. Výhoda z levnější pracovní síly pro výrobu se začíná pomalu vytrácet a během 10-15 let určitě uvidíme, jak někteří výrobci migrují z ČR dále na východ. Ale pro „jemnou“ oblast služeb může Česko nabídnout kvalitní podmínky, vynikající servis a také vzdělané a motivované lidi. Toto musíme beze zbytku využít a já jsem rád, že DHL to podpořila jak příkladem, tak nabídkou svých služeb.

**Kuriozity, příhody, legrácky – vzpomenete na to, co se zapsalo do historie zajímavosti DHL? Na přepravu zboží, na kterou jste dlouho vzpomínali?**

V této oblasti po 14 letech v DHL mám opravdu na co vzpomínat. Přepravovali jsme spoustu speciálních věcí pro celebrity, pro různé zvláštní příležitosti a často na nich závisel např. úspěch českého sportovce na olympiádě nebo mistrovství světa. Mám na mysli různé zapomenuté pasy, sportovní náčiní, oblečení pro různé speciální akce nebo v podstatě nenahraditelné dokumenty. Když mám zmínit jednu kuriozitu, nemohu zapomenout na přepravu koně z Británie na Velkou pardubickou před několika lety. Kůň měl vyhrazeno celé letadlo pro sebe, vše dobře dopadlo, nicméně kůň se na Velké nijak zvlášť neumístil. Co na tom tedy bylo zvláštního? Vlastníkem koně byl legendární herec Sean Connery. James Bond se tedy i svému koni snažil zajistit opravdu unikátní podmínky i přepravu, tak jak byl sám zvyklý ze svých filmů.

**za výtečnou argumentaci poděkovala Eva Brixl**





# Budoucnost – ve spolupráci

„Jsme evropská společnost s ruskými kořeny,“ řekl Alexandr Glotov, generální ředitel inženýringové společnosti NPO IEM, která působí v oblasti projektování a výstavby objektů elektroenergetiky. Český podnik, založený v roce 2007, je napojen na ruský holding NPO InteElektroMontage. NPO IEM ve své činnosti využívá aktivně zkušenosti jak kolegů z Ruska, tak i spolupracovníků z evropských států. O specifice práce společnosti, rozdílech mezi českými a ruskými odborníky a rozvoji inženýringu je s Alexandrem Glotovem následující rozhovor:

## Co vyvolalo potřebu vytvoření NPO IEM v Praze?

Jedním ze zásad, uplatňovaných společností, je diverzifikace businessu, územní dislokace a hledání alternativ. Evropský trh je pro nás zajímavý hlavně stabilitou svého rozvoje. Navíc společnost má i jiné směry činnosti, mimo jiné nákup řady evropských technologií. NPO IEM rovněž realizuje řadu investičních a developerských projektů na evropských trzích a jsme rozhodnutí rozvíjet je.

## Pracujete nejen s ruskými, ale také s českými odborníky na energetiku. Jsou mezi nimi zásadní rozdíly?

Z hlediska výrobních zkušeností je rozdíl

dost značný. Čeští odborníci jsou na jedné straně integrováni do evropského energetického systému, a na straně druhé nezapomněli ani sovětské technologie. Avšak i poznatky a praxe ruských odborníků se mohou hodit při rozvoji energetických systémů v Evropě. Disponují zejména zkušeností z likvidace důsledků havárií v energetice. Jeden příklad: společnost NPO IEM uskutečnila unikátní operaci, která spočívala v přepravě a spuštění mobilní rozvodny do Petropavlovsk-Kamčatského, když tam v 50tistupňových mrazech došlo k havárii v síti. Rusové také disponují technologií centralizovaného řízení energetického systému.



## Jak byste sám za sebe zformuloval hlavní cíl společnosti?

Chceme vytvořit společnost, která nejen projektuje objekty, ale také řídí výstavbu těchto energetických objektů „na klíč“. To znamená, že provádí nejen projektování, ale také stavební práce, dodávku zařízení, jeho montáž a spuštění, zajišťuje záruční servis. Mimochodem, do jisté kapacitní hranice jsme již připraveni výstavbu takových objektů řídit. A chtěli bychom sáhnout po mnohem rozsáhlejších projektech.

Pro rok 2008 jsme taktéž určili nové směry činnosti společnosti: výstavba logistických center (projektuje se velkosklad zeleniny v Bělorusku), rekonstrukce památkových budov v evropských městech (už se provádí v Praze, plánuje se ve Vilniusu) a jiné. Rusko očekává boom malé energetiky, proto jsme rozšířili svou účast zapojením do našeho poolu společnosti SP Energie Ekologie Inženýring (Rus-

ko, Finsko), která se zabývá inženýringem elektráren, kotelen a mini tepelných elektráren v Rusku a v zahraničí. Plánujeme realizaci projektů tohoto zaměření nejen v Rusku, ale i na mezinárodní úrovni (jsou už dokončeny projekty v Estonsku a Číně). V roce 2008 jsme realizovali první zakázky pro ČEZ. Dostali jsme také certifikáty ISO.

## Hovořil jste o nejbližším cíli. A ten vzdálenější?

Co se týká elektroenergetického businessu – naším vzdálenějším cílem je vytvoření univerzální mezinárodní společnosti, schopné obstát na kterémkoliv trhu. Samozřejmě úspěšně a spolehlivě uvádět do praxe jednotlivé projekty. Při tom všem uplatnit také zkušenosti a znalosti, získané jak v Rusku, tak i v jiných zemích.

za odpovědi poděkovala  
Natalia Sudliankova ↔

## Již druhý systém z rodiny Helios ve Strojárnách POLDI

Na více než stoletou tradici bývalých mechanických provozů Poldiny hutě Kladno navazuje společnost Strojírny POLDI, a.s., která se letos v létě stala dalším významným zákazníkem informačního systému Helios Green. Je zaměřena na výrobu klikových hřídelí pro zemědělskou techniku, stavební stroje, osobní a nákladní automobily a na výrobu válců a nástrojů z rychlořezných a nástrojových ocelí.

Strojírny POLDI však nepřicházejí se systémem Helios do styku poprvé. Delší dobu zde totiž úspěšně pracovali se systémem Helios Orange a současně e-procurement systémem EPOS.

Proč tedy přechod na jiný systém, byť z téže „rodiny“? To vysvětlil Ing. Petr Melichar, ředitel pro finance a nákup Strojírny POLDI: „Naše firma neustále roste, a to nejen obrátově, ale i výrobou, takže současný systém Helios Orange už nám je „malý“. Navíc tento systém nepokrývá všechny procesy ve firmě s tak rozsáhlým provozem, jako je naše,“ dodal.

Vlastní software řídil ve Strojárnách POLDI výrobu, sklady a obchod. Ostatní procesy má na starosti podnikový informační systém Helios. Data se zatím mezi systémy importují a konvertují, v některých případech pořizují i vícekrát. To je velmi neefektivní, a navíc může docházet k chybám. Proto se vedení společnosti rozhodlo pro pořízení informačního systému, který pokryje beze zbytku veškeré firemní procesy.

V roce 2007 proběhlo první kolo výběrového řízení, z něhož byly vybrány tři možné systémy. V prvním čtvrtletí 2008 se uskutečnilo druhé kolo, v němž zvítězil systém Helios Green.

„Měli jsme více hodnotících kritérií,“ popsal výběr systému Petr Melichar. „Důležité pro nás bylo, zda nový informační systém pokryje všechny procesy ve firmě, a také, zda je připraven na EDI komunikaci. Hodnotili jsme uživatelské rozhraní. Významné pro nás byly i reference a dobré jméno firmy. Důležitým, i když nikoli nejdůležitějším faktorem byla samozřejmě i cena. Za velmi podstatnou jsme považovali také odbornou

zdatnost týmu, který u nás bude systém zavádět,“ doplnil Petr Melichar.

Smlouva mezi společnostmi Strojírny POLDI a LCS byla podepsána 1. července 2008. Podpisem smlouvy začal proces implementace. Budou zde zavedeny moduly Mzdy a personalistika, Docházka, Ekonomika, CRM, Výroba a Plánování výroby, TPV, EDI, Údržba strojů a zařízení, Controlling a Podpora čárových kódů. Od 1. ledna 2009 se předpokládá zahájení provozu systému.

„Od nového IS očekáváme přehledné a aktuální informace,“ řekl Petr Melichar. „Předpokládáme, že budeme schopni lépe reagovat na požadavky našich zákazníků, že dojde k optimalizaci firemních procesů a zefektivnění naší práce. Doufáme, že se zjednoduší a zpřesní nákupní proces a dojde k optimalizaci skladových zásob.“

Více o společnosti Strojírny POLDI, a.s. Společnost Strojírny POLDI, a.s. navazuje na více než stoletou tradici bývalých mechanických provozů Poldiny hutě Kladno, založené roku 1889 průmyslovým magnátem Karlem Wittgensteinem. V roce 1992 vznikly

Strojírny POLDI, spol. s r. o. manažerskou privatizací části POLDI, a. s.. Následně se v roce 1993 plně privatizovaly. Do konce roku 2005 byly Strojírny POLDI, spol. s r. o. vlastněny společností BM Kladno, a.s. Na začátku roku 2006 byla společnost BM Kladno, a. s. prodána společnosti SATURNUS CAPITAL, a. s. Z důvodu zjednodušení vlastnické struktury proběhla k 1. 8. 2006 (rozhodný den 1. 1. 2006) fúze STROJÍREN POLDI, spol. s r. o. s vlastnickými společnostmi BM Kladno, a.s. a SATURNUS Capital, a.s. Nástupnickou organizací jsou STROJÍRNÝ POLDI, a.s.

Nosnou částí je divize Hřídele, která je zaměřena na výrobu klikových hřídelí pro zemědělskou techniku, stavební stroje, osobní a nákladní automobily. Druhou částí společnosti je divize Válců a Nástrojů.

STROJÍRNÝ POLDI mají na devadesát let smluvně zajištěno používání ochranné známky POLDI.

bližší informace lze nalézt [www.stroj-poldi.cz](http://www.stroj-poldi.cz)

(tz)



## EXPORTNÍ CENA DHL

Přejete si pozitivním způsobem zviditelnit Vaši firmu?

- Zapojte se do 11. ročníku Exportní ceny DHL. Tuto soutěž vyhlašuje společnost DHL Express (Czech Republic) s.r.o. pod záštitou vládní agentury CzechTrade.
- Prestižní soutěž v oblasti exportu malých a středních firem Vám nabízí zajímavé srovnání s ostatními exportéry a možnost zviditelnění Vaší firmy v oboru i u české veřejnosti.
- Přihlaste se do soutěže ještě dnes on-line na stránkách [www.exportnicena.cz](http://www.exportnicena.cz). Účast je bezplatná.

Uzávěrka přihlášek do soutěže je 10. října 2008 ve 12:00 hodin.

# Sonda do stavebnictví (a Ukrajina)

## – jaká je budoucnost?

**Jaká je budoucnost stavebnictví ve střední a východní Evropě? Jakým způsobem se v této oblasti získávají a zadávají zakázky či jaké zdroje informací firmy využívají? Na tyto a mnohé další otázky odpovídá již třetím rokem Výzkum potenciálu stavebnictví v zemích střední a východní Evropy (CEEC Research) – ucelená sonda do oblasti stavebnictví devíti zemí tohoto regionu.**

Projekt je realizován v rámci doktorské dizertace Jiřího Vačky při Vysoké škole ekonomické v Praze a ve spolupráci s poradenskou společností KPMG Česká republika.

„Hlavním cílem publikovaných studií jednotlivých zemí je poskytovat přehledné, a především aktuální analýzy zkoumaných oblastí, které pomáhají firmám v růstu objemu realizovaných zakázek a prací a také jim umožňují lépe přizpůsobit své strategie podle aktuální situace na daném trhu. Svým rozsahem a zaměřením je tento projekt jedinečný v celém regionu střední a východní Evropy. Velice nás těší pozitivní ohlasy od velkého množství firem, které naše studie minulý rok využily,“ sdělil Jiří Vacek, autor a vedoucí projektu.

Generálním partnerem projektu CEEC Research je poradenská společnost KPMG Česká republika. „Jako poskytovatelé poradenských služeb v oblasti stavebnictví jsme velmi rádi přispěli ke vzniku této jedinečné analýzy, založené na rozhovorech se zástupci firem, kteří spoluurčují vývoj střední a východoevropského stavebnictví,“ dodal Andreas Höfinghoff, partner společnosti KPMG Česká republika odpovědný za oblast stavebnictví.

Výsledky výzkumu využilo v roce 2007 přes 2500 předních firem a společností podnikajících v oblasti stavebnictví a navazujících odvětví, ale také státní a mezinárodní organizace či akademické obce, univerzity a studenti, kteří se zabývají vývojem a sledováním trendů ve stavebnictví.

„Chtěl bych poděkovat všem uživatelům jednotlivých studií za jejich zájem o výsledky realizovaných výzkumů a také firmám, jejichž

představitelé se tento rok účastnili našich interview a poskytli tak důležité informace pro zpracování tohoto výzkumu. Stejně jako minulý rok i v tomto roce budeme výsledky výzkumů ve formě kvalitativních studií za každou zemi poskytovat zcela zdarma všem zájemcům, a to s cílem podpořit růst jednotlivých firem i stavebnictví jako celku,“ řekl Jiří Vacek.

Díky velkému množství získaných informací obsahují studie detailní analýzy klíčových oblastí stavebnictví – od aktuálních trendů v zadávání zakázek a hodnocení vlastního chování při jejich získávání ze strany firem, přes problematiku využití kapacit, informačních zdrojů, četnosti a způsobů využití elektronických médií nebo jiných technologií až po názory zástupců společností na budoucnost stavebnictví, klíčové limitující faktory brzdící rychlejší rozvoj celého oboru či úroveň a četnost porušování řízení rizik při získávání zakázek.

V roce 2007 byly realizovány průzkumy v celkem pěti zemích (Česká republika, Slovensko, Maďarsko, Ukrajina a Estonsko). V letošním roce je výzkum zaměřen již na devět zemí – kromě již zmíněných přibudou ještě Litva a Lotyšsko, Polsko a Chorvatsko. „Interview se účastnilo více jak 1000 firem podnikajících ve stavebnictví jednotlivých zemí střední a východní Evropy,“ doplnil Jiří Vacek.

První publikovanou studií se v roce 2008 stala Kvalitativní studie ukrajinského stavebnictví, které se účastnilo 246 společností podnikajících v ukrajinském stavebnictví. Její shrnutí přikládáme níže. Výsledky výzkumů v dalších zemích jsou již zpracovány a připravuje se publikace kvalitativních studií za jednotlivé země.

Kompletní studie o ukrajinském stavebnictví je k dispozici zdarma ke stažení na internetových prezentacích projektu CEEC Research [www.CEEConstruction.Eu](http://www.CEEConstruction.Eu), kde je také možné získat více informací a blíže se seznámit s metodologií a cíli projektu, případně je možné kontaktovat náš projekt na [kontakt@CEECConstruction.Eu](mailto:kontakt@CEECConstruction.Eu).

### Důležitá zjištění Kvalitativní studie ukrajinského stavebnictví 2008:

- Většina stavebních společností i jejich dodavatelů očekává v letech 2008 až 2010 růst ukrajinského stavebnictví. Pro rok 2008 očekává 36 % stavebních společností růst mezi šesti až deseti procenty, růst převyšující 20 % očekává téměř 21 % respondentů.
- Společnosti také očekávají změnu svého tržního postavení. 41 % společností očekává růst podílu do 5 %, 29 % společností růst od šesti do deseti procent a 30 % společností předpokládá zvýšení přes 10 %.
- Přes optimistická sdělení uvedlo 82 % společností, že čelí určitým omezením ve svém podnikání. Jen 18 % respondentů sdělilo, že nevidí žádné překážky pro své podnikání, což je viditelný pokles oproti výsledkům výzkumu v roce 2007 (36 %).
- Nejvíce firem limituje nedostatek kvalifikované pracovní síly (59 %) a také konkurence (59 % oproti předchozímu roku 15 %).
- Viditelně se zvýšil podíl firem, které jsou svazovány vysokými náklady na materiál (z 33 % v roce 2007 na 57 % v roce 2008).
- Internet využívá 95 % dotázaných stavebních společností. Nejvíce pro hledání informací a prezentaci společnosti.
- Pro získávání informací o potenciálních nových zakázkách využívají stavební společnosti především dlouhodobé kon-

takty (86 %; v roce 2007 – 71 %). Považují je také za nejužitečnější.

- Nejčastějším zdrojem nových zakázek jsou pro stavební společnosti na Ukrajině rámcové smlouvy s odběrateli, využívané 85 % firem a dlouhodobé kontakty (77 %). Oproti výsledkům výzkumu v minulém roce se zvýšil podíl firem využívajících výběrová řízení (z 30 % v roce 2007 na 49 %).
- Při výběru dodavatele je pro ukrajinské stavitele nejdůležitějším kritériem cena (78 %; 85 % v roce 2007), s odstupem následují reference (59%; 18% v roce 2007), zkušenosti (54%; 51% v roce 2007), aplikované technologie (39%, 46% v roce 2007) a velikost společnosti potenciálního dodavatele (21 %, 33 % v roce 2007).
- Svůj systém řízení rizik považuje za pokročilý jen 13 % stavebních společností, za středně pokročilý jej považuje 45 % dotázaných, 26 % za základní a 16 % společností uvádí, že jejich risk management je na nízké úrovni.
- Na otázku, zda-li někdy porušily svůj systém řízení rizik, aby získaly zakázku, potvrdilo 34 % stavebních společností, že tak ještě nikdy neučinily. Většina společností ale uvádí, že svůj risk management porušují při získávání zakázek zřídka nebo výjimečně, 2 % často.
- 85 % stavebních společností si myslí, že rozšíření EU bude mít na jejich podnikání pozitivní vliv.
- Stavební společnosti očekávají, že v dlouhodobé perspektivě klíčovými faktory, které budou ovlivňovat jejich rozvoj, budou změny v oblasti firemních financí (přijmy, náklady na úvěry, atd.), změny v požadavcích zákazníků a sociologické změny (například změny v populaci a jejím složení).

(tz)

## Evropská vlna fúzí neztrácí na intenzitě

Z nejnovější studie věnované fúzím a akvizicím, kterou připravila poradenská společnost Deloitte, vyplývá, že i přes krizi na finančních trzích pokračují evropští podnikatelé v plánování nových transakcí. Západní a východní Evropa přitahují strategické i finanční investory.

Ekonomická situace se za poslední rok zhoršila. Tato skutečnost však zatím neodrazuje podnikatele od dalšího plánování fúzí a akvizic a nemění nic na optimizmu, se kterým připravují své aktivity na dalších 18 měsíců. Vyplývá to z nejnovější studie společnosti Deloitte nazvané „Držet si směr – fúze a akvizice v Evropě“. Publikace, která je společným dílem pracovníků poboček společnosti Deloitte z Belgie, střední Evropy, Dánska, Německa a Nizozemí, popisuje, jak se měnilo chování podnikatelů během krize na finančních trzích, informuje o nejzajímavějších akvizičních příležitostech v regionech a sektorech po celé Evropě a zmiňuje se také o faktorech, které ovlivňují rozhodování týkající se fúzí a akvizic.

Podle uvedené studie společnosti Deloitte se pozornost respondentů soustředí na západní a střední Evropu; 75 %, respektive 58 % účastníků průzkumu označilo právě tyto dva regiony za nejlepší místa k investování. Evropa je z pohledu investorů obecně považována za nejvhodnější region, i když jejich pozornost přitahují i nově se rozvíjející asijské trhy. Plány účastníků průzkumu ze střední Evropy se omezují právě na jejich vlastní region a západní Evropu. Asii, Severní a Jižní Ameriku a Střední východ označili tito respondenti ze svého po-

hledu za málo významné, či dokonce nevýznamné.

„V minulosti představovaly společnosti z rozvojových trhů pro podnikatele ze Západu především akviziční cíle. Dnes se situace obrací a díky značnému ekonomickému růstu a ambicióznímu managementu se také společnosti z rozvojových zemí stále častěji porozhlíží po investičních příležitostech v zahraničí,“ řekl Josef Kotrba, řídící partner pro trhy společnosti Deloitte Česká republika.

Podle zprávy společnosti Deloitte se podniky i investoři z oblasti soukromého kapitálu chystají expandovat. Navzdávající tomu aktivity ze sféry fúzí a akvizic, které jsou v Evropě plánovány nebo očekávány v příštích 18 měsících. Fúze a akvizice jsou nástroji, které společností pomáhají zajistit na globálních trzích dlouhodobý úspěch. Mezi faktory, které fúze a akvizice ovlivňují, patří strategické transakce, jejichž hlavním cílem je zpravidla posílení konkurenceschopnosti společnosti.

### Investice v Evropě jsou nejpoblábnější

V oblasti fúzí a akvizic je největší zájem o Evropu – finanční investoři se zaměřují zejména na její západní část, ale velký zájem mají i o investiční příležitosti ve střední Evropě. V této souvislosti se valná většina zavedených zápa-



ASI JSME TO POPLETLI.  
ČEKALI JSME BANKET -  
A DNO ZATÍM JDE O BANKROT.

autor: Miloš Krnáček

doevropských společností velmi aktivně snaží o vybudování stejně prominentní pozice v centru starého kontinentu. Přeshraniční investice jsou dnes v Evropě všeobecným trendem.

Značná část evropských fúzí a akvizic proběhla ve spotřebitelském sektoru a ve výrobní sféře, za nimi následovaly západoevropské technologie, média a telekomunikace a středoevropská energetika a zdroje.

Josef Kotrba dále doplňuje: „Spotřebitelský průmysl, maloobchod a energetika jsou ve spojitosti s fúzemi a akvizicemi ve střední Evropě na vzestupu. Stále častěji jsou realizovány přeshraniční transakce, a to především v návaznosti na

rozšiřující se činnost velkých zahraničních maloobchodních řetězců. Tyto transakce jsou následně podnětem pro konsolidaci dodavatelů, kteří se slučují ve snaze využít výhody většího celku při zásobování těchto maloobchodních řetězců.

Klasickým příkladem konsolidace je stále značně rozšířený masný průmysl ve střední Evropě, který se těší zájmu nejen strategických kupců, ale i mnoha místních finančních investorů, jako je Penta, J&T nebo Eco-Invest, kteří již v tomto oboru realizovali řadu investic v České republice, na Slovensku a v Maďarsku. Další konsolidační hra bylo možné sledovat v českém pivovarnictví, kde společnost Heineken přistoučila k akvizici středně velkých pivovarů Drinks Union a Krušovice, a stala se tak třetí největší pivovarnickou skupinou. Společnost K Brewery, za kterou stojí soukromí investoři, zahájila v České republice konsolidaci malých regionálních pivovarů a očekává se, že velký zájem bude při privatizaci v letech 2009/2010 i o státem vlastněný pivovar Budvar Budějovice.“

### Faktory rozhodující o úspěchu

Za osvědčené lze při realizaci těchto transakcí zcela jistě považovat postupy, které aplikují společnosti z oblasti soukromého kapitálu – efektivně plánují činnosti po provedení fúze a stanovují si dlouhodobé cíle a kritéria úspěšnosti pro účely fúzí a akvizic. Po samotné realizaci fúze úspěšné společnosti zpravidla plánují a provádějí své strategie, jež přihlížejí ke kulturním faktorům a navazují na strategii z personální oblasti.

úplné znění studie je možno stáhnout na [www.deloitte.cz](http://www.deloitte.cz)

(tz)



# Rozporuplné trendy ve vývoji služeb

## Pokles leasingu, růst úvěrů pro spotřebitele i podnikatele a factoringu

**Česká leasingová a finanční asociace (ČLFA) zveřejnila statistiky leasingu, nebankovních úvěrů a factoringu za 1. pololetí 2008. Zdůraznila, že i po rekordních výsledcích z loňského roku dále pokračuje celkový růst nebankovních finančních produktů s významnými dopady pro celý finanční trh a ekonomiku.**

V 1. pololetí společnosti sdružené v ČLFA dále zvýšily objem nebankovních finančních obchodů. Významně zvýšily objem spotřebitelských úvěrů o 19,7 %, úvěrů pro podnikatele o 39,5 % a factoringu o 17 %. Byly tak potvrzeny pozitivní trendy z minulých let. U těchto produktů se dále zvedlo meziroční růstové tempo z letošního 1. čtvrtletí. Pouze v leasingu strojů, zařízení a dopravních prostředků došlo ke snížení o 10,8 %. Vyplyvá to ze Zprávy ČLFA o stavu a vývoji leasingového nebankovního a factorin-gového trhu v 1. pololetí 2008.

Členské společnosti ČLFA předaly v 1. pololetí do leasingového užívání movité věci v celkové pořizovací ceně (bez DPH) přes 50 mld. Kč. Pro domácnosti financovaly, zejména ve formě spotřebitelských úvěrů, 26,3 mld. Kč, podnikatelům poskytly úvěry za 10,4 mld. Kč. Factoringové společnosti zapojené do ČLFA postoupily v daném období pohledávky celkem za 52,3 mld. Kč. Obraty členských společností ČLFA přitom představují rozhodující část příslušných segmentů našeho finančního trhu.

„Na meziročním poklesu leasingu se podílí určitý pokles investičních aktivit po účinnosti zákona o stabilizaci veřejných rozpočtů, ovlivněný také současným snížením tempa růstu

HDP. Projevují se také důsledky poměrně rozsáhlé předkontraktace v závěru loňského roku po očekávání účinnosti změn daňového režimu finančního leasingu,“ uvedl předseda Výboru ČLFA pro statistiku Ing. Tomáš Veverka. „Přesto byl objem leasingu v pololetí úctyhodný a byla opět překonána hranice 50 mld. Kč. Ani po loňských daňových změnách nikterak nepoklesla využitelnost leasingu. Věříme, že v dalších měsících dojde k opětovnému zvýšení poptávky po leasingových službách a k využití výhod leasingu dalšími podnikatelskými subjekty i domácnostmi.“

V leasingu movitých věcí v 1. pololetí opět předstihl leasing strojů a zařízení (se čtvrtinovým podílem na celkovém objemu) dříve dominující leasing osobních vozidel (s podílem 23,7 %). Podíl operativního leasingu na celkovém objemu našeho leasingu strojů, zařízení a dopravních prostředků dosáhl 16,4 %, jeho podíl na leasingu osobních aut a lehkých užitkových vozů je již čtvrtinový. Podobně jako v minulých letech směřovala polovina leasingu movitých věcí do soukromého sektoru služeb a třetina do průmyslu a stavebnictví.

V produktech pro domácnosti poskytnutých členy ČLFA dosáhl podíl osobních

## Dacia Finance nyní s ojedinělou nabídkou

**Značková leasingová společnost RENAULT LEASING CZ, která pod obchodním názvem Dacia Finance poskytuje finanční služby na vozy Dacia, přišla od září na český trh s ojedinělou nabídkou financování s názvem Sandero FinPACK. Díky této nabídce získají všichni, kteří se rozhodnou pro financování nového modelu Dacia Sandero, zdarma prodloužení záruky o další dva roky na celkem 5 let. Navíc ke smlouvě o financování nebudou platit poplatek za její uzavření a v neposlední řadě mohou uzavřít havarijní pojištění za bezkonkurenční sazbu od UNIQA pojišťovny.**

„Naší snahou bylo vytvořit nabídku, která kumuluje více klíčových výhod najednou a zároveň klienta ničím neomezuje. Proto jsme vytvořili balíček Sandero FinPACK, který platí jak při financování koupi vozu Dacia Sandero formou úvěru, tak také finančním leasingem. Délka splácejí je rovněž zcela flexibilní a klient si může volit v rozmezí od 6 do 84 měsíců, a navíc standardně s možností využití 0 % akontace,“ řekl k detailům akce Zdeněk Jiroutek, marketingový manažer společnosti Renault Leasing CZ. Klient navíc neplatí poplatek za uzavření smlouvy, který se obvykle pohybuje kolem 1 % z ceny vozu. Spolu s úsporou za prodloužení záruky zdarma a díky mimořádně zvýhodněným sazbám havarijního pojištění může ušetřit tisíce korun.

Díky této nabídce se nákup nového vozu Dacia Sandero stává pro koncového klienta zase o něco jednodušší a levnější.

RENAULT LEASING CZ pod hlavičkou Dacia Finance financoval v 1. pololetí letošního roku zhruba 50 % všech prodaných vozů této značky v České republice.

(tz)

## Univerzálnost UniCredit Leasing je v současné době výhodou

**UniCredit Leasing dosáhl v 1. pololetí 2008 výsledků, které jsou v souladu s trendy na trhu. Pokles leasingu kopíruje dynamiku celého trhu, naopak úvěrové financování výrazně roste více než celý trh. Díky univerzální nabídce je UniCredit Leasing na trhu v dobré pozici.**

Nejdynamičtěji rostoucím produktem UniCredit Leasing se stal v prvním pololetí úvěr pro podnikatele, který meziročně posílil o 65 %. To je téměř o polovinu více, než je dynamika růstu

celého trhu tohoto stále více populárního produktu pro financování podnikatelských potřeb. Velmi výrazně rostl i objem poskytnutých úvěrů pro spotřebitele, kde procento meziročního rozdílu dosáhl 54 %.

Leasingové financování movitých věcí v zásadě kopíruje vývoj celého trhu a v porovnání s ostatními velkými konkurenty nedochází k výraznějšímu poklesu oproti trendu. Naopak díky univerzálnosti nabídky je

financování movitostí doplněno i leasingem nemovitostí, který zaznamenal výrazný meziroční nárůst o 100 %. „Zaměření na univerzální charakter společnosti v roce 2005 bylo vykročením správným směrem. Umožňuje nám to totiž lépe reagovat na tendence trhu a pomáhá nám udržet si stále silnou pozici,“ uvedl Jaroslav Jaroměřský, výkonný ředitel UniCredit Leasing CZ, a.s.

(tz)

## Patří k nejvýhodnějším

**I u nebankovních institucí lze najít nabídku výhodného úvěru, který těžko hledá konkurenci v nabídce bank. Příkladem je úvěr na automobil nebo motocykl od UniCredit Leasing, který začíná na RPSN již od 11,7 %. Ve srovnání s nabídkou vybraných konkurenčních společností patří k nejvýhodnějším.**

U úvěru od UniCredit Leasing ve výši 100 000 Kč a době splácejí 72 měsíců dosahuje roční úroková sazba nákladů (RPSN) 11,7 %.

Nabídka úvěru CAC CREDIT je určena pro koupi automobilu nebo motocyklu, a to jak pro soukromé osoby, tak i podnikatele. Výše financované částky začíná již na 10 000 Kč.

Srovnání nabídky účelového úvěru od vybraných nebankovních poskytovatelů:

Společnost	Výše měsíční splátky	RPSN
UniCredit Leasing	1 887 Kč	11,7 %
Cetelem	1 918 Kč	11,89 %
ŠkoFIN	2 292 Kč	19,784 %

(tz)

## ČSOB Leasing dokáže uspokojit téměř jakéhokoli zákazníka

**Největší česká leasingová společnost ČSOB Leasing uvedla na trh novou akci pro všechny zájemce o financování ojetých vozů. Akce s příznačným názvem Výhodné splátky v sobě zahrnuje všechny hlavní aspekty nabídky ČSOB Leasing: nízké splátky, jednoduché vyřízení a výhodné pojištění. Výhodné splátky ČSOB Leasing jsou nabízeny prostřednictvím sítě spolupracujících autobazarů ve všech regionech ČR. Akce platí do 30. listopadu 2008.**

ČSOB Leasing nabízí na financování ojetých vozů spotřebitelský úvěr s akontací již od nula procent, s variabilní délkou trvání smlouvy v rozsahu 6 až 84 měsíce a nulovým poplatkem za uzavření smlouvy.

Ojeté vozy je možné financovat i formou finančního leasingu, který je výhodný především pro podnikatele.

„Podmínkou úspěchu na poli financování ojetých vozů je především rychlost schválení žádosti o financování. Zákazník si v bazaru vybere vůz a většinou s ním chce ihned odjet. My jsme díky on-line softwaru, který poskytujeme prodejcem vozů, schopni schválit smlouvu do 15 minut,“ komentoval flexibilitu vyřízení smlouvy Josef Bezpalec, marketingový ředitel ČSOB Leasing. Zákazníkovi ve většině případů stačí k uzavření smlouvy pouze 2 osobní doklady a ani nemusí dokládat svůj příjem. „Chceme vždy v hlavním prodejním období nabízet speciální obchodní akce, které jsou zajímavé pro zákazníky a autobazarům pomáhají prodávat automobily s našim financováním,“ dodal Josef Bezpalec.

Podstatnou součástí nabídky financování je pojištění vozidla. Nabídka ČSOB Leasing obsahuje havarijní pojištění, povinné ručení a různá

doplňková pojištění, např. pojištění schopnosti splácet. „Zákazník získá našim prostřednictvím velmi výhodné pojistné sazby a díky měsíčnímu splácejí pojistného ve splátkách navíc šetří i časovou hodnotu svých peněz. Velmi výhodný je i náš systém uznávání a započítávání bonusů na povinné ručení za bezeškodní průběh,“ popsal výhody pojistných služeb Jan Starý, jednatel společnosti ČSOB Leasing pojišťovací makléř, která pro ČSOB Leasing zajišťuje veškeré pojištění.

„Naše společnost je s patnáctiprocentním podílem v současné době trojkou na trhu financování ojetých automobilů a své postavení trvale dynamicky posiluje. Objem našich nových obchodů v oblasti ojetých automobilů roste třiceti-procentním tempem, do konce roku chceme být dvojkou,“ řekl Josef Bezpalec.

(tz)

**Pořadí členských společností ČLFA podle výše vstupního dluhu při financování všech komodit a u všech finančních produktů v 1. pololetí 2008**

	vstupní dluh v mil. Kč
01. ČSOB Leasing, a.s.	9 424,97
02. UniCredit Leasing CZ, a.s. */	6 105,52
03. CETELEM ČR, a.s.	5 961,79
04. GE Money Multiservis, a.s.	5 345,00
05. VB Leasing CZ, s.r.o.	4 858,90
06. Home Credit a.s.	4 799,33
07. ŠkoFIN s.r.o.	4 636,00
08. SG Equipment Finance Czech Republic s.r.o.	4 559,00
09. Deutsche Leasing ČR, s.r.o.	2 742,26
10. sAutoleasing, a.s. **/	2 722,33
11. CREDIUM, a.s.	2 603,02
12. GE Money Auto, a.s.	2 560,53
13. Mercedes-Benz Financial Services Česká republika s.r.o.	2 437,37
14. ESSOX, s.r.o.	2 228,96
15. Provident Financial, s.r.o.	2 223,00
16. LeasePlan ČR, s.r.o.	1 896,11
17. Santander Consumer Finance a.s.	1 684,27
18. S MORAVA Leasing, a.s.	1 582,48
19. SCANIA FINANCE Czech Republic, s.r.o.	1 143,00
20. ALD Automotive, s.r.o.	1 095,86

\*/ včetně výsledků RLCZ a UCFM - leasingy realizované pracovníky UniCredit Leasing CZ, a.s.

\*\*/ včetně výsledků sAutoúvěr, a.s.

půjček 31,4 %, podíl revolvingových úvěrů 33,2 % a podíl financování v místě prodeje 35,4 %, meziročně se významně zvýšil podíl os-

obních půjček. Ve factoringu dominoval nadále regresní factoring (73,9 %).

(tz)

# Pojistné VIG ČR v pololetí vzrostlo o sedm procent na 18,6 miliardy Kč

**Vienna Insurance Group ČR (Kooperativa a Česká podnikatelská pojišťovna – VIG ČR) vykázala za letošní první pololetí meziroční růst předepsaného pojistného o 1,24 miliardy Kč. Podíl VIG ČR na českém trhu dosáhl za prvních šest měsíců téměř 27 %.**

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group, se na úspěšných pololetních výsledcích podílela meziročním růstem pojistného o 929 milionů Kč (6,2 %) na celkových 15,9 miliardy Kč, což představuje tržní podíl 23 %. Hrubý zisk dosáhl podle českých účetních standardů (ČÚS) výše 707 milionů Kč, což je obdobná výše jako loni.

V neživotním pojištění vzrostlo pojistné Kooperativy v lednu až červnu 2008 v meziročním porovnání o 619 milionů Kč (na celkových 12,4 miliardy Kč), což je největší přírůstek pojistného v tomto segmentu na trhu. Předpis Kooperativy vzrostl meziročně o 5,3 %.

Solidní tempo růstu – 9,8 % – vykázala Kooperativa rovněž v životním pojištění, kde předpis pojistného dosáhl 3,5 miliardy Kč. Segment jednorázově placeného životního pojištění vzrostl meziročně o 10,3 % na celkových 949 mili-

onů Kč a v oblasti běžně placeného pojištění dosáhla Kooperativa růstu o 9,6 % na celkových 2,5 miliardy Kč.

Počet pojistných smluv Kooperativy v pololetí dosáhl 3,78 milionu kusů a počet klientů přesáhl dva miliony.

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group (ČPP), dosáhla v letošním pololetí celkového předepsaného pojistného 2,8 miliardy Kč, což je meziročně růst o 12,5 %. Tržní podíl firmy činil 4 % a hrubý profit se v lednu až červnu 2008 zvýšil podle ČÚS meziročně o více než 20 % na 119 milionů Kč.

V neživotním pojištění vykázala ČPP růst o 9,7 % na více než dvě miliardy Kč. Největší zásluhu na tom má pojištění vozidel, kde především v povinném ručení přibývalo v meziročním srovnání do kmene ČPP 100 tisíc pojištěných vozidel. V životním pojištění vykázala firma růst o více než 20 % na 741 milion Kč.

ČPP spravuje celkem pro více než 600 tisíc klientů přes jeden milion pojistných smluv.

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group, je druhou největší pojišťovnou v ČR. V současné době má více než 300 obchodních míst a produkty Kooperativy lze sjednat i v pobočkách České spořitelny. Klientům je k dispozici dále několik tisíc externích spolupracovníků, nonstop zelená linka 800 105 105 a internetové stránky www.koop.cz. Firma má základní kapitál tři miliardy Kč a loni dosáhla předepsaného pojistného 29 miliard Kč a zisku po zdanění jedna miliarda Kč.

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group je třetím největším poskytovatelem povinného ručení na domácím trhu. Společnost působí prostřednictvím 10 oblastních ředitelství, více než 70 poboček a 220 příspěvkových kanceláří na celém území ČR. Kompletní nabídka produktů je k dispozici na internetových stránkách www.cpp.cz. Telefonickým dotazům je vyhrazena klientská linka 841 444 555. Zá-



kladní kapitál společnosti představuje hodnotu 1 mld. Kč.

Kooperativa a ČPP jsou součástí Vienna Insurance Group – předního rakouského pojišťovacího koncernu v zemích střední a východní Evropy. Mimo kmenového trhu v Rakousku je Vienna Insurance Group prostřednictvím podílů na pojišťovnách aktivní v Albánii, Bělorusku, Bulharsku, České republice, Estonsku, Gruzii, Chorvatsku, Lichtenštejnsku, Litvě, Lotyšsku, Maďarsku, Makedonii, Německu, Polsku, Rumunsku, Rusku, na Slovensku, v Srbsku, Turecku a na Ukrajině. Kromě toho má pobočky v Itálii a ve Slovinsku. Koncern je na rakouském trhu zastoupen Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group, Donau Versicherung a Sparkassen Versicherung. Dále vlastní minoritní podíl ve Wüstenrot Versicherung.

(tz)

## Jde výrazně proti trendu: plánovaný zisk na rok 2008 více než potvrzen

- ▶ **Zisk (před zdaněním) za první pololetí zvýšen o 34 % na 288 mil. EUR**
- ▶ **Zisk v zemích SVE stoupl o 78 %**
- ▶ **Rekordní růst koncernového pojistného: již nyní byla překročena hranice 4 miliard pojistného**
- ▶ **Dvouciferný růst na všech klíčových trzích zemí SVE**

„Převzetím všech pojišťovacích aktivit skupiny Erste Group v zemích SVE, které bylo Evropskou komisí schváleno<sup>1</sup> již v polovině června, se stáváme jasnou jedničkou na našich klíčových trzích ve střední a východní Evropě a již nyní podtrhujeme tento úspěšný kurz domácí pojišťovací skupiny vynikajícím růstem v regionu,“ komentuje generální ředitel Dr. Günter Geyer velmi potěšitelný vývoj skupiny Vienna Insurance Group v prvních šesti měsících tohoto roku. „Navzdory slabým kapitálovým trhům jsme víc než dodrželi vytyčený výsledkový cíl na rok 2008 a náš zisk před zdaněním za první půlrok ve výši zhruba 288 milionů EUR stoupl o třetinu. V oblasti neživotního pojištění jsme stejně jako v případě životního pojištění dosáhli dvouciferného nárůstu pojistného a posilujeme tak naše pozice na trhu – mimořádně ještě bez započtení nově získaných společností. Náš setrvalý růst zisku a pojistného je výsledkem cíleného strategického nasazení našich prostředků s úmyslem stálého růstu ve všech zemích.“

### I. Přehled hlavních údajů o koncernu za první pololetí 2008 (ifrs<sup>2</sup>)

Vienna Insurance Group dosáhla v prvním pololetí roku 2008 v oblasti předepsaného konsolidovaného pojistného (bez ostatních podílů na pojišťovnách) ve srovnání s předchozím rokem výjimečného nárůstu o 20,7 % na celkových 4,22 mld. EUR.

I koncernový zisk (před zdaněním, konsolidovaný) se ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku podařilo zvýšit o pozoruhodných 33,9 % na celkově 288,34 mil. EUR. Převyšuje tak loňskou hodnotu o zhruba 73 mil. EUR.

Combined Ratio koncernu po zajištění (bez zohlednění výnosů z investic) navzdory škodám způsobeným orkány „Paula“ a „Emma“ vykazuje nadále pozitivní vývoj a hodnotou 95,9 % si udrželo stabilní výši v porovnání s předchozím rokem, kdy dosáhlo 96 %.

Výsledek finančního hospodaření za první pololetí běžného roku byl oproti stejnému období roku 2007 zvýšen o 11,8 % na 618,69 mil. EUR.

Konečná konsolidace prodávajících pojišťovacích společností BA-CA Versicherung a Unita vedla k jejich vyjmutí z bilance a má za následek snížení kapitálových investic koncernu oproti 31. 12. 2007 o 10,3 % na 20,84 mld. EUR.

### II. Údaje o koncernu za jednotlivá odvětví v prvním půlroce 2008 (konsolidováno)

Za prvních šest měsíců běžného roku se koncernu Vienna Insurance Group podařilo v odvětví majetkového/úrazového pojištění i v odvětví životního pojištění dosáhnout dvouciferného nárůstu. Celkově bylo na všech klíčových trzích

regionu SVE dosaženo dvouciferného růstu pojistného.

#### 1. Podle jednotlivých odvětví Majetkové/úrazové pojištění

V oblasti majetkového/úrazového pojištění bylo v prvním pololetí 2008 přijato předepsané pojistné ve výši 2,40 mld. EUR. V porovnání se stejným obdobím předchozího roku se podařilo pojistné zvýšit o vynikajících 21,6 %.

Ještě pozoruhodnější byl nárůst objemu pojistného na trzích SVE. Koncernové společnosti dosáhly v této oblasti předepsaným pojistným



ve výši 1,42 mld. EUR nárůstu o 37,2 %. Podíl koncernových společností v zemích SVE na celkovém pojistném v majetkovém/úrazovém pojištění tak představuje již 59,1 %.

V zemích mimo SVE představovalo pojistné v tomto odvětví 983,36 mil. EUR (plus 4,5 %). V Rakousku dosáhly koncernové společnosti s růstem ve výši 4,5 % pojistného ve výši 947,74 mil. EUR. Na ostatních trzích (Německo) bylo předepsané pojistné zvýšeno o 5,8 % na 35,62 mil. EUR.

#### Životní pojištění

V oblasti životního pojištění dosáhla Vienna Insurance Group celkově předepsané pojistné ve výši 1,65 mld. EUR. To odpovídá zvýšení o vynikajících 21,4 % oproti stejnému období předchozího roku (bez pojišťovacích společností Erste Group).

Mimořádných úspěchů dosáhly v této oblasti koncernové společnosti Vienna Insurance Group v regionu SVE. S objemem pojistného ve výši 561,65 mil. EUR bylo dosaženo skvělého zvýšení pojistného o 50,5 %.

Tim dosahuje podíl pojistného koncernových společností ze zemí SVE v tomto odvětví zhruba 34 %, přičemž za prvních šest měsíců předchozího roku představoval ještě pouze 27 %.

V zemích mimo SVE představovalo předepsané pojistné v odvětví životního pojištění zhruba 1,09 mld. EUR. To odpovídá zvýšení o 10,4 %. Z toho připadlo na Rakousko 1,01 mld. EUR (plus 13,3 %) a na ostatní trhy 77,07 mil. EUR. Pokles objemu pojistného o 17,3 % vyplývá z přirozené volatility jednorázových vkladů.

#### Zdravotní pojištění

V oblasti zdravotního pojištění dosáhla Vienna Insurance Group předepsaným pojistným ve výši 158,19 mil. EUR nárůstu o 2,1 %.

Produkty zdravotního pojištění nabízel ve významném objemu pouze Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group v Rakousku, kde patří k předním poskytovatelům zdravotního pojištění.

pokračování na str. 24 ▶



Únor 2008





# Zvyšovat nájem už není nutné

Lidé ve více než tři čtvrtě milionu bytů s regulovaným nájemným nyní procházejí velmi těžkým obdobím. Náklady na bydlení rostou o desítky procent a mnoho nájemníků se tím dostává do neřešitelné existenční situace. Na druhé straně jsou podnikatelé, majitelé bytových domů – i jim náklady na provoz a údržbu objektů rostou strmě, jejich povinnosti je na pronájmu bytů vydělávat, generovat zisk. Jak dostat obě strany do rozumného vztahu, kam směřovat politiku bydlení? To bylo hlavní téma rozhovoru s Ing. Milanem Tarabou, statutárním místopředsedou Sdružení nájemníků ČR.

Sdružení nájemníků jste v Prosperitě již představoval – můžete základní myšlenky připomenout? S jakým posláním SON vznikl a čím se může za dobu svého působení pochlubit?

Sdružení nájemníků ČR (dále jen SON) je občanským sdružením, které působí na území celé ČR. Navázalo na činnost předválečných spolků nájemníků. Při uplatňování svých programových cílů využívá též poznatků z členství ve světové organizaci nájemníků (IUT), spolupracuje se státními orgány a orgány samosprávy všech stupňů, s právníky a fyzickými osobami, které mají podobné cíle. Prosazuje oprávněně požadavky nájemců a uživatelů bytů, předkládá vlastní návrhy a náměty řešení v bytové oblasti, připomíná návrhy zákonů a dalších předpisů. Organizuje poradny s cílem poskytovat odborné konzultace a pomoc potřebným v bytové oblasti. Poradny navštěvují nejen nájemci bytů, ale i vlastníci, kteří byt využívají pro vlastní potřebu.

Na adresu vašeho sdružení, které hájí zájmy občanů bydlících v nájemních bytech, se často snaží kritika, že odmítá tržní principy ve společnosti. Do jaké míry jste pro sociální a do jaké míry pro tržní ekonomiku? A máte mezi členy SON také podnikatele?

Zmíněnou kritiku považují za účelovou a neoprávněnou. Jsme pro sociálně tržní ekonomiku. Tam, kde selhává trh, může dojít ve veřejném zájmu k úsměrnění. Je třeba si uvědomit, že bydlení patří mezi pět základních sociálních práv, která jsou zakotvena v řadě mezinárodních dohod. Samozřejmě nelze očekávat, že sociální opatření bude zajišťovat soukromý sektor, je to povinnost státu a samosprávy. V neposlední řadě prosazujeme, aby nebyla upřednostňována jen ekonomická hlediska před respektem k právu. Ve vyspělých státech je obvyklé, že se společnost brání před zneužíváním nerovného postavení na trhu, před lichvou a podobnými excesy. Mezi členy SON jsou samozřejmě též osoby samostatně výdělečně činné a podnikatelé.

Do bydlení se ročně investují desítky miliard korun, tedy obrovské prostředky, a většina investorů počítá se ziskem. Máte představu o korektní výši nájemného a korektním zisku z pronájmu bytových prostor, nebo musí vždy někdo žít na úkor toho druhého?

Do bydlení se skutečně investují nemalé peníze, a to jak ze soukromých zdrojů, tak ze státního rozpočtu. Nikdy jsme nezpochybňovali, že by soukromí investoři neměli mít vytvořeny předpoklady k dosažení přiměřeného zisku. Podnikání v bytové výstavbě patří však mezi podnikání na jistotu s dlouhodobým efektem, kdy reálné roste též hodnota investice a nejde jen o aktuální zisk. Stačí sledovat ceny nemovitostí postavených před desítkami let. Pokud jde o veřejné investice, považujeme za zajímavé srovnání počtu dokončených bytů. V roce 1975 bylo na území dnešní ČR dokončeno a předáno k užívání více než devadesát tisíc bytů, podporována byla družstevní i soukromá výstavba. V současné době považujeme dokončení 40 tisíc bytů ročně za výborný výsledek. Lidé s podprůměrnými příjmy mají dle našich poznatků velmi malou šanci získat důstojné přiměřené a zaplatitelné bydlení. Pokud se týká výše nájemného, existují studie, že na péči o řádně udržovaný bytový fond stačí cca 48 Kč/m<sup>2</sup> bytu ročně. Připočteme-li k této částce náklady na správu domu, pojištění, daň z nemovitosti a možnost přiměřeného zisku, dostaneme se k částce 58 Kč/m<sup>2</sup> bytové plochy. Jak je uvedeno dříve, s časem roste v delším časovém horizontu i reálná hodnota investice. Současná výše tzv. regulovaného nájemného ve velkých městech je již nyní vyšší, úroveň požadavků některých pronajímatelů je trojnásobná. Kdo tedy žije na úkor druhého? Pokud ještě připomeneme, že mnozí vlastníci koupili nemovitosti za zlomky odhadní ceny, považujeme tlaky na další zvyšování nájemného za irelevantní.

Hovoří se o sociálním bydlení, ale v České republice není nijak legislativně upraveno, a dokonce nikdo pořádně neví, co tento termín obsahuje. Může SON přispět k nápravě této situace?

Sociální bydlení je obvykle definováno jako bydlení, jehož užívání se řídí pravidly přidělování, upřednostňující domácnosti, jež mají problémy se získáním či udržením přiměřeného bydlení. Naše sdružení chtělo pomoci v této oblasti a pod patronací předsedy PS PČR Ing. Miloslava Vlčka a Ministerstva pro místní rozvoj ČR uspořádalo ve spolupráci s Českou společností pro rozvoj bydlení, Českomoravskou konfederací odborových svazů a Sdružením bytových družstev a společenství vlastníků letos v únoru Mezinárodní konferenci o sociálních aspektech bydlení.

ni za účasti přes 200 odborníků z domova i zahraničí. Sociálním bydlením se průběžně zabývá i Evropský parlament. Modelů zná Evropa několik. Dle našeho názoru je pro nás nejbližší model rakouský. Např. ve Vídni je cca 920 tisíc bytů, z nichž 24% jsou byty sociální patřící městu a 20% ve vlastnictví neziskových organizací. Věříme, že jednání a výsledky zmíněné konference přispějí i v ČR k legislativní úpravě tohoto sektoru bydlení.

Jak si představujete roli státu, regionálních a místních samospráv v bytové politice? Staví se malometrážní byty a dostanou se pro všechny potřebné?

Stát by měl mít odpovědnost v roli legislativní, tedy za fungující právní prostředí. Legislativa by měla obsahovat i pravidla sociálního bydlení. Samospráva by měla zajišťovat realizaci ve prospěch konkrétního regionu či místa. Problémem v ČR je právě velmi omezená možnost získat menší byt za přiměřeně nižší nájemné. Zejména starší osamělí lidé se dostávají do velkých problémů, protože nemohou po smrti partnera náklady za bydlení ve větším bytě zaplatit. Nemohou si ani koupit byt do vlastnictví, protože cena ve výši cca 2 miliony korun, případně i splátka hypotečního úvěru, je pro ně nedosažitelná. Výstavba nájemních bytů obecně, a tím i bytů malometrážních je velmi nedostatečná.

Sdružení nájemníků ČR zorganizovalo Celostátní dny bydlení. Co si od této akce a od avizované nadcházející konference SON slibujete?

Každé první pondělí v říjnu si svět připomíná Světový den bydlení. My společně se spolupracujícími partnery chceme k tomuto datu připomenout odpovědnost státu a veřejného sektoru za fungující bytovou politiku. Naše krajské organizace připravují tiskové konference, setkání s občany a představiteli samospráv s náměty na zlepšení situace našich spoluobčanů. Vyvrcholením by měla být tisková konference 6. října v Praze. Ve stejnou dobu bude probíhat i akce v sídle EK v Bruselu, kdy představí své náměty i Mezinárodní unie nájemníků (IUT).

Uvedl jste, že jste letos uspořádali v Praze mezinárodní konferenci o sociálních aspektech bydlení, ostatně i Prosperita o tom informovala. Splnilo setkání odborníků to, co jste očekávali?

Konference byla hodnocena účastníky i hosty velmi dobře. Dohodli jsme se i s náměstem MMR ČR Ing. Kalousem na dalším postupu při přípravě zákona o sociálním bydlení



Ing. Milan Taraba, statutární místopředseda Sdružení nájemníků ČR

i k úpravám legislativy bydlení. Na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR však následně došlo k personálním změnám a dle našich informací příslušná sekce ministerstva připravuje poněkud jiné řešení. Požádali jsme ministra Jiřího Čunka o přijetí a možnou konzultaci opatření v budoucnosti.

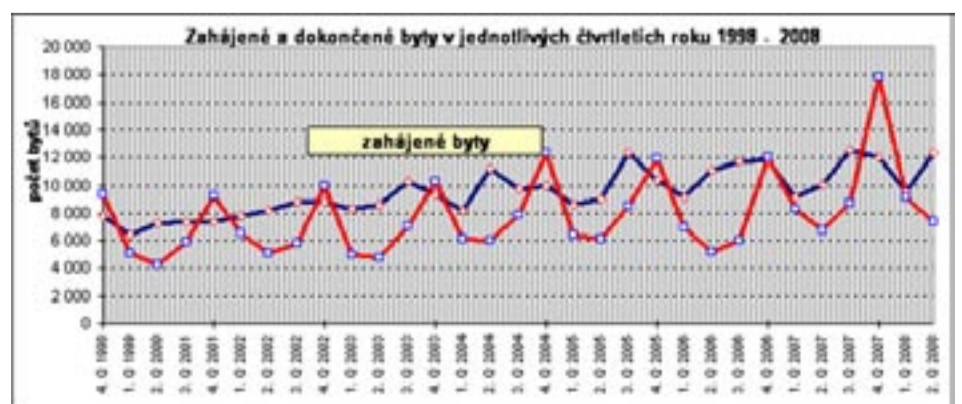
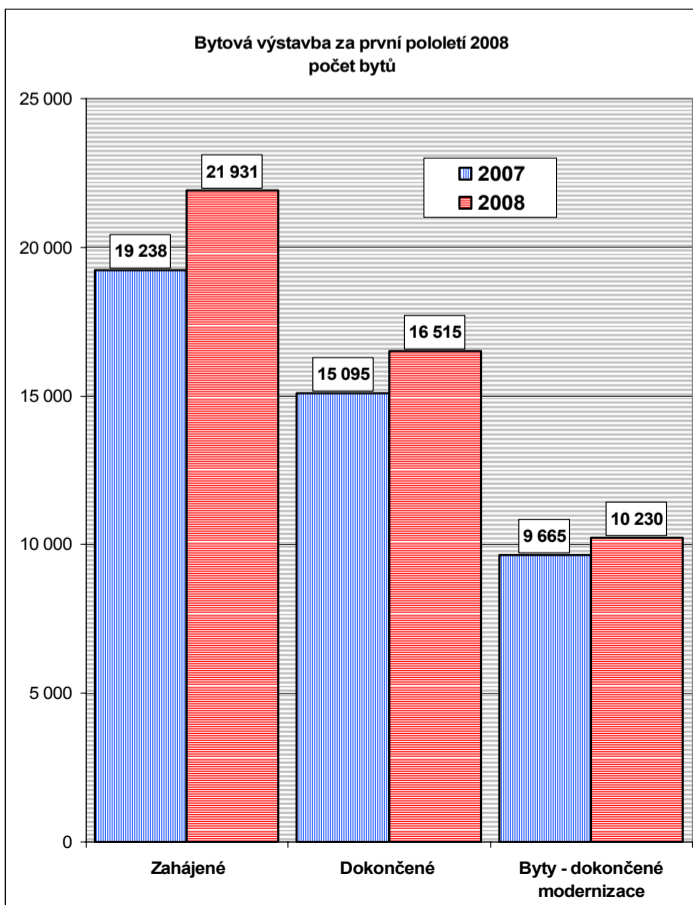
Dokážete poskytnout lidem, kteří se na vás v nouzi obracují, účinnou pomoc? Jste spokojeni s funkcí a vytížeností poraden SON?

V našich poradnách jsme za uplynulý rok poskytli pomoc více než 20 tisícům občanů. Tuto činnost podporuje rezortní ministerstvo. Nejde nám o naši spokojenost, ale o spokojenost návštěvníků poraden s našimi službami. Jsme rádi, že hodnocení je výrazně pozitivní, řešili jsme 6 připomínek. Znepokojeni jsme rostoucím počtem občanů v hmotné nouzi, v těžké a často neřešitelné sociální situaci, kterou si sami nezavinili. Společensky je velmi znepokojivý i růst počtu bezdomovců včetně doprovodných jevů.

Často hovoříte o budoucnosti bydlení pro seniory, osob bez práce a další ohrožené skupiny v černých barvách. Směřuje bydlení v ČR opravdu k sociální krizi, nebo máme šanci se jí vyhnout? Co pro to dělá vaše organizace?

Byli bychom velmi rádi, kdyby k žádné sociální krizi u nás nedošlo. Existuje mnoho možností prevence proti sociálnímu vyloučení. Navíc Česká republika měla po roce 1989 docela dobrou bilanci v počtu bytů na tisíc obyvatel, kvalitě bydlení apod. Teď jde naléhavě o opatření, aby se situace nezhoršovala, ale naopak. Naše sdružení a jeho představitel na všech úrovních jsou připraveni na řešení spolupracovat.

zdroj grafů: tiskový materiál MMR ČR  
rozhovor připravil Pavel Kačer ☞



# Nová značka – Ekologicky šetrná služba

**Rada kvality České republiky, Ministerstvo životního prostředí České republiky ČR a Řídicí výbor Programu Česká kvalita oznámily v srpnu přijetí značky „Ekologicky šetrná služba“ do Programu Česká kvalita. Program garantuje objektivnost a nezávislost již 18 značek kvality na českém trhu.**

Součástí Programu Česká kvalita se tak po ekoznačce Ekologicky šetrný výrobek stala i ekoznačka Ekologicky šetrná služba. Značka Ekologicky šetrný výrobek, která je v ČR udělována již od roku 1994, přitom patřila mezi první 4 značky, které byly do Programu Česká kvalita přijaty bezprostředně po jeho vzniku v roce 2002.

„Máme radost, že velmi úspěšný Ekologicky šetrný výrobek doplní v našem programu ekoznačka udělována službám,“ řekl Ing. Pavel Ryšánek, místopředseda Řídicího výboru Česká kvalita. „Ochrana životního prostředí do našich aktivit na podporu kvality od počátku patří a myslím, že i pro spotřebitele je nejlepší volbou nákup kvalitního zboží či služeb, který je současně ohleduplný k životnímu prostředí.“

Ecolabeling prožívá ve světě již několik let velký boom. Většina občanů vyspělých zemí si uvědomuje hrozbu, kterou pro životní prostředí znamená současný prudký nárůst spotřeby. Zákazníci se při nákupu začínají orientovat na výrobky a služby, které zatěžují životní prostředí co nejméně. Mnozí se však nechtějí spolehnout jen na ničem nedoložená prohlášení firem o nezávadnosti jejich produktů a dávají přednost nezávislému ověření těchto prohlášení. A právě garanci objektivity a nezávislosti dostávají od ekoznaček udělovaných v celém vyspělém světě jak vládními, tak i nevládními neziskovými organizacemi. V Evropské unii patří k nejznámějším celoevropským symbolům „Květiny“.

V České republice odstartoval program ekoznačení v roce 1994 a značka Ekologicky šetrný výrobek se stala jednou z prvních značek kvality na českém trhu. Do dnešního dne získalo tuto značku garantující nejen ekologickou šetrnost zboží, ale také jeho nadstandardní kvalitu, přes 450 výrobků 90 firem. V roce 2004 se ekoznačení v ČR začalo zaměřovat i na poskytované služby.

„Úspěch značky Ekologicky šetrný výrobek a zkušenosti zahraničních partnerů nás přivedly na myšlenku nabídnout také firmám poskytujícím vybrané služby možnost dát zákazníkům najevo, že jim na ochraně životního prostředí záleží,“ vysvětlil Ing. Pavel Růžička, vedoucí oddělení dobrovolných nástrojů Ministerstva životního prostředí ČR. „Tak vznikla značka Ekologicky šetrná služba a já jsem velmi rád, že její ‚kvalitu‘ dnes potvrdilo přijetí do Programu Česká kvalita.“

Značka Ekologicky šetrná služba je zatím

určena především firmám poskytujícím ubytovací a obchodní služby. Je udělována celkem ve 4 kategoriích - Turistické ubytovací služby, Služby kempů, Obchody a Školy a vzdělávací zařízení.

„Poskytovatelé služeb mají možnost získat ekoznačku tehdy, pokud splní předepsaná kritéria v oblastech nakládání s odpady, nakládání s energiemi a vodou, nákupu a prodeje ekologicky šetrných výrobků či informování zaměstnanců a klientů,“ uvedla Mgr. Adéla Petrová, vedoucí Agentury pro ekologicky šetrné výrobky a služby při CENIA. „Hodnocení je velmi přísné a každým rokem se dodržování kritérií kontroluje.“

Kritéria pro udělení značky jsou v ubytovacích službách shodná s kritérii pro udělení evropské značky Květina. Pro obchody byla inspirována skandinávským modelem, pro školy byly využity zkušenosti z Rakouska.

Přestože je získání značky náročné – nebo možná právě proto – firmám se rozhodně vyplácí. Získáním ekoznačky dávají zákazníkovi jasný signál, že může očekávat nejen služby na vysoké úrovni, ale i příjemné prostředí, nezávadné látky v interiéru, nekuřácké prostory, a především to, že využitím právě jejich služeb může něco udělat pro kvalitu životního prostředí. Což je pro komunikaci a pro odlišení se od konkurence jedinečný marketingový nástroj. Navíc splnění ekologických kritérií má i ekonomický smysl: firma uspoří na energiích, vodě i materiálech. Reklamou zdarma je i zařazení do oficiálních katalogů a databází vydávaných či vedených Evropskou komisí či Ministerstvem životního prostředí ČR.

Významnou část hostů v českých ubytovacích zařízeních tvoří zahraniční klientela. A výzkumy v Německu, Rakousku i Velké Británii ukazují, že nadpoloviční většina zákazníků preferuje ubytování v ekologicky šetrných hotelích. V Británii je to dokonce 87%. Navíc, nemalé procento hostů je ochotno si za ekologický hotel připlatit. V případě Rakušanů je to celých 66% hotelových hostů. Získání ekoznačky tak může být rozhodující výhodou, která přesvědčí zákazníka o volbě hotelu.

Zdálo by se, že tyto argumenty musí přesvědčit i největší váhavce. Není tomu tak. V ČR má ekoznačku pouze 9 hotelů a kempů. I když je situace v zahraničí lepší, přesto se dosud nepodařilo získat ekoznačku žádné ze světových sítí hotelů. Pravidla jsou opravdu velmi přísná. Také proto je český hotel Chateau Mcely teprve

druhým ekologicky šetrným pětihvězdičkovým hotelem v Evropě.

Vývoj však nejde zastavit. S rostoucím tlakem ze strany zákazníků budou muset i české firmy produkovat zboží a služby, které nebudou ohrožovat životní prostředí. A ekoznačení zůstane hlavní cestou, jak o splnění tohoto náročného cíle informovat zákazníky.

## Zajímavosti o ekoznačení:

- Prvním hotelem v ČR, který ekoznačku získal, byl hotel Adalbert v Praze.
- Chateau Mcely je teprve druhým pětihvězdičkovým hotelem v celé Evropě, který ekoznačku obdržel.
- Jediným ekologicky šetrným kempem v ČR je Autocamp Oasa.
- V EU je v současnosti Květinou označeno na 40 kempů a 205 ubytovacích zařízení.
- Ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek používá v ČR na 90 firem pro více jak 450 výrobků.
- Největší potíží bývají jednorázová mydla a šampony na pokojích.
- V některých hotelech si hosté musí třídit odpad sami. A nevdají jim to.
- 51% Němců považuje ekologicky šetrné ubytování za velmi důležité.
- 90% Britů považuje ochranu životního prostředí jako jednu z povinností hotelů a 87% preferuje ubytování v ekologicky šetrném hotelu. 50% je ochotno připlatit až 30 liber extra (2 týdny dovolené).
- 66% Rakušanů je ochotno zaplatit navíc za ekologicky šetrný hotel.

## Program Česká kvalita – značky kvality pro spotřebitele

Program Česká kvalita (CzQ) byl schválen usnesením vlády č. 685/2002 jako program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb. Hlavním cílem programu je zlepšit informovanost spotřebitelů o nabídce kvalitních výrobků a služeb na českém trhu a umožnit jim orientaci při nákupu. Proto byl zaveden jednotný systém značek kvality, který zastřešuje dosud používané (ale i nově vznikající) značky a jednoznačně je odlišuje od jiných nebo klamavých označení používaných některými dodavateli. Pokud konkrétní značka splní podmínky zásad Programu Česká kvalita (především ověřování třetí nezávislou osobou), najdou spotřebitelé na obalu výrobku kromě původní značky i logo Programu Česká kvalita, které dokladuje ověřenou kvalitu, a to nad rámec předpisů a zákonných požadavků na výrobek či službu. Program umožňuje zviditelnění značek kvality různých oborů, odborných cechů a sdružení.

Kromě zlepšení informovanosti spotřebitelů je program také šancí pro domácí firmy, zejména malé a střední, aby upozornily zákazníky na kvalitu své produkce, a tak zlepšily svou pozici na trhu. Uvažuje se, že v budoucnu bude držení značky v Programu Česká kvalita též zohledňováno ve výběrových řízeních.

## K 6. 12. 2007 byly v Programu Česká kvalita zaregistrovány značky:

Bezpečná a kvalitní hračka (kvalitní hračky pro děti), Bezpečná hračka (hračky s ověřenou bezpečností), Nábytek (nábytek s ověřenou kvalitou), SZUTEST – product tested (nezávisle prověřené průmyslové výrobky), Podporované zaměstnávání (služba splňující standardy PZ), Kvalitní a bezpečná montáž (montáž elektrických zařízení), Certifikované služby IT (kvalitně poskytované služby v oblasti informačních technologií), EŠV (ekologicky šetrné výrobky), EŠS (ekologicky šetrné služby), ČSN Test (výrobek splňuje podmínky ČSN), Czech Made (kvalitní zboží a služby), ESČ (bezpečné elektrické spotřebiče), QZ – zaručená kvalita (textilní vý-



Střešní zahrada ve Vzdělávacím centru Veronica je krásná i užitečná

robky a služby prádelen a čišťren), Zdravotně nezávadná obuv – Bota pro vaše dítě „Žirafa“ (certifikovaná obuv pro děti), CG (výrobky pro plynárenství), Pečet' jakosti (služba ověřující kvalitu ojetých vozů), Certifikovaný e-obchod (prověřené internetové obchody), Metro Quality (potravinářské výrobky pro hotely, restaurace a catering v síti Makro).

Program Česká kvalita vychází ve svých zásadách z obdobného jednotného systému značek kvality, který v SRN úspěšně funguje již desítky let.

(tz)

## O značce Ekologicky šetrná služba:

Národní program environmentálního značení je v České republice realizován od roku 1994. Garantován je Ministerstvem životního prostředí ČR a jeho zásady a požadavky odpovídají programům ekoznačení vyspělých zemí z celého světa. Původně byla ekoznačka určena pouze běžnému spotřebnímu zboží, od roku 2004 se zaměřuje i na služby. I služby, které běžně užíváme, totiž mohou mít značný negativní dopad na stav životního prostředí, ale i přímo na naše zdraví.

V současné době se ekoznačka Ekologicky šetrná služba (ekvivalent ekoznačky Ekologicky šetrný výrobek) udílí v kategoriích:

- Turistické ubytovací služby
- Služby kempů
- Školy a vzdělávací zařízení
- Obchody

Poskytovatelé těchto služeb mají možnost získat ekoznačku tehdy, pokud splní předepsaná kritéria v oblastech nakládání s odpady, nakládání s energiemi a vodou, nákupu a prodeje ekologicky šetrných výrobků či informování zaměstnanců a klientů. Samozřejmě se stává nabízení místních výrobků a potravin v biokvalitě.

Požadavky jsou ve dvou kategoriích (Turistické ubytovací služby a Služby kempů) shodné s požadavky pro získání ekoznačky EU – tzv. Květiny. Proto je v této kategorii na zvážení žadatele, má-li zájem o ekoznačku ČR, ekoznačku EU, nebo se může rozhodnout a žádat o právo používat obě dvě naráz. Ekoznačka EU je garantována Evropskou komisí, v ČR udílí právo pro její používání (stejně jako pro používání ekoznačky Ekologicky šetrná služba) ministr životního prostředí. Dodržování podmínek pro užívání ekoznačky se kontroluje každoročně.

V ČR jsou držiteli ekoznačky na služby: Hotel Adalbert, Praha; Autocamp Oasa, Staňkov u Třeboně; Sporthotel Zatoň, Zatoňské Dvory u Českého Krumlova; Maimaison Residence Belgická, Praha, Pension Jelen, Vranov nad Dyjí; Vzdělávací Centrum Veronica, Hostětín, Chateau Mcely, Mcely, Hotel Irida, Plzeň a Pension Jana, Děčín.

**užitečné odkazy:** www.ekoznačka.cz; www.europa.eu/label/ecolabel; www.ecolabel-tourism.eu



Ukázka z prostředí, kde se na ekologii dbá – Vzdělávací Centrum Veronica v Hostětíně, které získalo ocenění Ekologicky šetrná služba



# Tvořivost lidí předpokladem úspěchu

## Rok 2009 bude evropským rokem kreativity a inovací

**Požadavky podnikatelského prostředí, zejména neustále rostoucí požadavky trhu vyvolávají stále větší tlak na řízení inovací, hledání a co nejučinnější využívání příležitostí k inovacím.**

Každá organizace má šanci odolávat tomuto tlaku. Má možnosti řídit události a procesy v organizaci tak, aby dokázala nejen reagovat na tyto požadavky „stakeholders“, ale když dokáže tyto požadavky i předvídat, může posléze ovlivnit i požadavky trhu.

Vždyť z mnoha evropských, ale dnes i národních zkušeností vyplývá, že vysokou cenu mají a nadále budou mít právě ty organizace, které prokáží vysoký kreativní a inovační potenciál svých zaměstnanců s tím, že je již dostatečně známá skutečnost, že pouze do takových organizací se vyplatí investovat.

To ale vyžaduje od manažerů, aby včas odhalili inovační příležitosti a všechny dostupné možnosti, metody a nástroje ovlivňování změn. K tomu

je ovšem nezbytně zapotřebí využít originalitu člověka – jeho tvořivost, která je nutným předpokladem tvorby inovací, dále znalost základních principů vývoje podnikových systémů a procesů, a konečně i všechny v současnosti dostupné metodické nástroje tvorby a řízení inovací.

Nejen tyto aspekty, ale i řadu dalších témat nabízí nové dvousemestrální studium MCI pro řízení rozvoje kreativity a inovací, které bude zahájeno v říjnu tohoto roku. Toto akreditované studium, partikulárně ověřené řadou předchozích workshopů, kurzů a seminářů, je vedeno základní myšlenkou, že běžná řešení už v konkurenčním boji nestačí, protože je užívají všichni. Nové vzdělávací programy proto vyžadují výraznou a přísnou orientaci na zvyšování

pružnosti, adaptability, vynalézavosti, tvořivosti a iniciativy lidí. K požadovaným inovacím a výsledkům může dojít každý. Snahou studijního programu bude, aby absolventi postupovali od tvůrčích námětů k angažované práci a vysokým výkonům výrazně rychleji a efektivněji, než aby spoléhali sami na sebe. Jednoznačným cílem je tedy zvyšování výkonnosti a podpora transferu znalostí.

Zájem o pilotní aktivity byl značný, což dokumentuje, že i v českém podnikatelském prostředí se názor na tuto formu studia a potažmo i pozici samotného manažera kreativity a inovací postupně mění. Odborný tým, nabízející tento studijní program, je si vědom všech výše uvedených skutečností, a proto je veden maximální snahou, aby manažer kreativity a inovací nezůstal v naší podnikatelské sféře ojedinelým jevem.

Vývoj poznání, znalostí a jeho možnosti mají

neuvěřitelně rychlý trend. Pochopit a zvládnout tyto aspekty nebude lehké. Vniknout a osvojit si podstatu tvořivosti, vědět jak postupovat při řešení řady úloh a často nemodelových situací, vyžadujících tvořivou práci a následně i „přetvořit“ invence do inovací, hlavně tomu je přizpůsoben rámec manažerského studia, ke kterému vás a vaše partnery srdečně zveme. Pojdme se společně věnovat inovacím – opravdově a se vši vážností, své zhodnocení na trhu si tyto aktivity jistě brzy najdou, ať už v oblasti marketingu a prodeje, logistiky, v organizaci podnikových procesů, podnikových zdrojů apod. Tradiční orientace na „pouhé“ využití technických příležitostí už dávno nestačí.

Studium připravuje společnost DTO CZ, s. r. o. společně s VŠB-TU Ostrava, VŠE Praha, AIP ČR a Economia, a. s.

Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., DTO CZ, s.r.o.

## Výsledky monitoringu malých a středních zaměstnavatelů se zaměřením na lidské zdroje

V posledních měsících provedl Institut trhu práce mezi malými a středními podnikateli (MSP) rozsáhlý monitoring v oblasti lidských zdrojů. Z workshopů, které institut uspořádal pro více než stovku zájemců z řad podnikatelů, vyplynuly jasně formulované potřeby podnikatelů coby zaměstnavatelů v oblasti lidských zdrojů.

V rámci tohoto monitoringu, jedné ze součástí projektu „Institut trhu práce – podpůrný systém zaměstnanosti“, proběhla v uplynulých týdnech pod patronací Hospodářské komory České republiky v jednotlivých krajích ČR série workshopů pro malé a střední pod-

nikatele. Pozvání na workshopy přijalo více než 100 zástupců firem a institucí.

Workshopy na téma „Trh práce a jeho požadavky na lidské zdroje v krajích České republiky“ prokázaly, že o problematiku lidských zdrojů a jejich rozvoje mají účastníci nemalý zájem. Opakujícím se tématem diskuze byla problematika absolventů škol, jejich uplatnitelnost v jednotlivých odvětvích a otázka, zda struktura škol odpovídá potřebám zaměstnavatelů. Diskutovaným problémem byly také rozdíly mezi nabídkou a poptávkou na trhu pracovních sil v regionech. Z diskuzních fór jasně vyplynul závěr, že poptávka trhu práce je orientována především na absolventy technic-

kých oborů. Otázky účastníků se zaměřovaly i na možnosti získání finančních prostředků na rozvoj lidských zdrojů v regionech, především z Evropského sociálního fondu.

### Výstupy lze shrnout do následujících závěrů:

- Je potřeba nadále posilovat spolupráci mezi zaměstnavateli a školami. Mnohé firmy jsou připraveny podílet se na propojení výuky a praxe.
- Je nutné pomáhat a podporovat malé a střední firmy při rozvoji školicích a rekvalifikačních aktivit, protože tyto firmy často nemají dostatečné znalosti a zkušenosti v oblasti systémů zvyšování kvalifikace.

- Trh práce stále není nasycen absolventy technických oborů, což mnohdy ovlivňuje možnosti rozšiřování a expanze českých firem.

Pilotní projekt Institut trhu práce – podpůrný systém služeb zaměstnanosti realizuje Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR spolu s dalšími partnery – Hospodářskou komorou České republiky, Národním vzdělávacím fondem a úřady práce v pěti pilotních krajích České republiky. Hlavním cílem projektu je zkvalitnění, rozšíření a modernizace služeb zaměstnanosti. Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

(tz)

## 20 | Svět 08 | reklamy

3. ročník prezentačního veletrhu firem z oblasti reklamy, marketingu a polygrafie

**23. září 2008**

Interhotel Voroněž - Kongresová hala

**Brno**

Úterý 9.00 - 17.00 hod.

**A NOVĚ**

**30. září 2008**

Hotel Diplomat

**Praha**

Úterý 9.00 - 17.00 hod.

Navštivte jednodenní kontaktní veletrhy Svět reklamy v Brně a letos **nově** i v Praze - vyberte si město, kam to máte blíže. Vystavovatelé zde představí **horké novinky, nové nápady**, technologie, seznámí návštěvníky s účinností svých médií nebo s celkovou nabídkou. Máte-li také co nabídnout, jste vítáni jako vystavovatelé. Jako návštěvníky zveme **marketingové manažery** firem a **profesionály** z reklamní branže, kteří na podzim začínají připravovat marketingové plány a reklamní kampaně pro rok 2009. Reklama je dynamický obor - **inspiřte se** na veletrhu Svět reklamy a **překvapte zákazníky i konkurenty** novou reklamou.

**Veletrh Svět reklamy - setkání úspěšných.**

**Omnis** Omnis Olomouc, a.s., Kosmonautů 8, 772 11 Olomouc  
pořadatel veletrhu tel.: 587 433 323, mobil: 608 968 159, hasalova@omnis.cz

## ŠETŘETE PŘÍRODU SPOLU S NÁMI



[www.dhl.cz/gogreen](http://www.dhl.cz/gogreen)

Využijte doplňkovou službu **GOGREEN** pro přepravu Vašich zásilek, která pomáhá snižovat emise oxidu uhličitého a tím chrání životní prostředí před nevratnými změnami klimatu. Objednejte si službu **GOGREEN** u svého obchodního zástupce nebo na bezplatné nonstop lince 800 103 000. Zapojte se do ekologického programu, v rámci kterého od nás obdržíte Certifikát se jménem Vaší společnosti s uvedením celkového objemu oxidu uhličitého, který byl Vaší společností neutralizován. Celý program **GOGREEN** je ověřen nezávislou společností SGS. Více informací naleznete také na [www.dhl.cz/gogreen](http://www.dhl.cz/gogreen).

Myslíme na životní prostředí společně s Vámi.

**GOGREEN**

**DHL**  
EXPRESS

# Jaký alkohol se u nás pije a proč?

**Češi mění své zvyky i chuť k pití. Od revoluce milují Češky sladké krémy, které do té doby u nás nebyly k dostání. Peppermintka, která byla v devadesátých letech zavrhnuta, se nyní opět nadechuje. A co víc? Každý kraj v Čechách má své oblíbené pití. Jihočeši jsou na lehké likéry a Moravané zase na tvrdé destiláty.**

Zatímco před revolucí dávali Češi přednost hlavně tvrdým lihovinám, od roku 1989 se neustále chutě na opojné drinky mění. Linie oblíbenosti tvrdého alkoholu měla na přelomu tisíciletí klesající tendenci, poslední tři roky ale naznačuje zase mírný růst. Celkově však spotřeba alkoholu v Čechách stoupá. „Jde o logický sociologický jev. Rostoucí spotřeba alkoholu je dána zejména rostoucí životní úrovní Čechů,“ upozornil Leopold Binko z Palírny U zeleného stromu – Starorežné Prostějov, a.s.. A potvrzuje to i prudký nárůst zájmu o lehký alkohol, mezi něž patří likéry. Velký boom zažily v devadesátých letech do té doby zde neznámé krémy, které sem byly přivezeny ze zahraničí a zejména ženy si je oblíbily natolik, že zdejší producenti alkoholu je začali vyrábět ve velkém množství a s velkým rozptěním sortimentu.

## Co nám chutná, a co ne?

Nejoblíbenějším destilátem ve světě je vodka a tím se Češi od ostatních národů neliší. Další pozice hitparády alkoholu jsou však již pouze českými specifiky. Druhou příčku v oblíbenosti u nás totiž zaujímá tuzemská varianta rumu a třetí pozice patří Fernetu. Každý kraj a národ má vlastní specifika v chutích vyplývající z historie a geografické polohy, a tak i u nás jsou i oproti módním vlnám stálí vlastní naši povaze. Těmi jsou například právě bylinné likéry. Nikde ve světě neuslyšíte „dva Fernety“ nebo „koupím si Starorežnou“. Ať už je momentálně na vzestupu zájem o vodku s příchutí, okruh věrných bylinnému alkoholu je v Čechách téměř neměnný. Svou chutí na

hořké a bylinné jsme naprosto světově unikátní.

Poslední dobou se Češi zajímají čím dál více i o ochucené varianty vodky. Jde ale spíše o krátkodobou odchylku, způsobenou módní vlnou a atraktivní nabídkou producentů. Dá se totiž s určitostí předpokládat, že po čase se chuť Čechů opět přikloní k pro ně osvědčeným vodkám bez příchuti. A to potvrzuje i Palírna U zeleného stromu. „Ať jsou v chutích zákazníků jakékoliv výkyvy, pořád je největším tahounem v naší produkci alkoholu Hanácká vodka i přes to, že ochucené vodky máme také v nabídce,“ poznamenal Leopold Binko.

Zájem zákazníků logicky podléhá během času módě a proměnlivosti chutí. Co se týká novinek, strhnou zákaznickou pozornost ve většině pouze na okamžik. Brzy po svém nástupu vezmou za své a navždy z trhu kvůli následnému nezájmu zmizí. Je ale jisté, že Češi po určité době, kdy novinku ochutnají, sáhnou opět po tradičních výrobcích. Jde zejména o výrobky pro spotřebitele nezaměnitelné, které se dělají celá staletí stejně, ze stejných surovin a tradičními postupy. Důkazem toho jsou například Prostějovská Starorežná, Režná, které Češi pijí celá staletí, anebo mladší Fernet.

Pomyslnou mezeru ve spotřebě lehkého alkoholu ale u nás samozřejmě hojně vyplňuje pivo a víno. Ty domácímu trhu dominují nejen díky tradici, ale hlavní roli v tomto případě hraje světově unikátní nízké daňové zatížení.

## Odkud pocházejí a kde bydlí

Není nezajímavé, že Čechům chutná alkohol i podle toho, odkud pocházejí a kde bydlí.

Zatímco Jihočeši a Západočeši mají radši sladké a lehké likéry, jako je například Griotka, Severomoravané si raději dají tvrdší lihoviny s obsahem alkoholu okolo 40%, jako je vodka anebo bylinná Režná. Na jižní Moravě a Valašsku pak dávají lidé přednost destilátům, a to zejména ovocným pálenkám typu slivovice a meruňkovice.

Zájem Čechů o tradiční značky alkoholu se vždy v naší republice pohyboval ve vlnách, která se dá vykreslit jako nepravidelná sinusoida. Zajímavou pomyslnou jízdu na horské dráze zažívá třeba Peppermintka. Tento likér má za sebou doposud dva výrazné boomy. Jedním byl vrchol v 80. letech a druhým v letech 90. Po té přišel výrazný pokles zájmu vlivem nástupu ochucených vodok a přílivu sladkých likérů ze zahraničí. Dnes se ale lidé o Peppermintku začínají opět více zajímat a tak tento zelený likér opět „vystřikuje růžky“.

## Mexiko: Tequila se solí a citronem – co to je za nesmysl?

Otevřením hranic vzrostla naše chuť na světově zavedené lihoviny, jako jsou whisky, bourbony a další. Ty dominují zejména v prodeji na barových pultech. V barech například „frčí“ Tequila, jejíž domovinou je Mexiko. Zajímavostí je, že nejen v Čechách, ale i v jiných státech se pije jinak než v zemi, z které pochází. „Od mexického obchodního partnera, od kterého jsme získali povolení užít 100% Tequila do našeho TEQUILA CREAMU, jsme se dozvěděli, že Tequila se v Mexiku v žádném případě

nepije s citronem, jak jsme tomu zvyklí u nás. Mexičané pijí Tequila samotnou, popřípadě se solí. To proto, že je v tamějších podnebných podmínkách takové teplo, že používají sůl k alkoholu, aby solí zamezili odvodňování těla. Nemluvě o rituálu s pomerančem. Tím jsme Mexičany doslova vyvedli z míry,“ sdělil své poznatky ze světa Leopold Binko.

## Slivovice? Co dům dá...

Dalšími oblíbenými lihovinami jsou tradiční moravské pálenky. Slivovice, calvados anebo hruškovice se dostaly ve velkém na pulty barů i obchodů a lidé si je pálí i podomácku. „Ke tvrzení, že domácí pálenky jsou kvalitnější než kupované, bych byl rezervovaný,“ řekl Leopold Binko. V „černých“ palírnách jsou postupy sice mile domácké, ale nebezpečí, že v lihovině budou po vypálení přítomny rakovinotvorné látky, je vysoce pravděpodobné. „Je to způsobeno zejména kvašením základní suroviny v umělohmotných nádobách, nepřesnými chemickými postupy a nemožností zpětné hygienické kontroly,“ upozorňuje Leopold Binko. Oficiální producenti ve vlastním zájmu kontrolují každou výrobní šarži a analyzují destiláty v akreditovaných laboratořích, které provádí komplexní chemické rozbor, aby se ukázala kvalita alkoholu. Na konec je dobré vědět, že většina domácích slivovic jsou spíše směsky různého ovoce, protože výpěstků jednoho druhu není dostatek a nákup švestek by byl ve výsledku příliš nákladný, tak si domácí palírny vypomáhají tím, „co dům dá.“ Nejjistější pochutnání na opravdově pravé slivovici nebo hruškovici si proto zákazník dopřeje produktem z oficiální palírny.

(tz)



## MAKRO VÍNO ROKU 2008 PŘINESLO POPRVÉ DVĚ KATEGORIE V OBOU EXCELOVALO RULANDSKÉ BÍLÉ



Titul Makro víno roku 2008 v tradiční soutěži pořádané společností Makro získalo Rulandské bílé, a to v obou nově vzniklých kategoriích. Mezi suchými víny zvítězil pozdní sběr této odrůdy z Vinných sklepů Valtice, zatímco kategorii vín ostatních kraluje jako ledové víno Ravis vinných sklepů Rakvice. Odborná sedmičlenná komise v čele s profesorem Vilémem Krausem, nejznámějším českým vinařským expertem, je ocenila jako **nejlepší ze 109 nominovaných vzorků z vinařské produkce z celé České republiky.**

Nové rozdělení soutěže do dvou kategorií přispělo k maximální objektivitě hodnocení přihlášených vzorků a především také k usnadnění výběru vhodných vín pro zákazníky. Také letos zaznamenali hodnotitelé další nárůst kvality přihlášených vzorků, kterých bylo o 25 více než předchozí rok - i tato skutečnost ilustruje rostoucí uznání soutěže nejen v odborných kruzích, ale také ze strany výrobců a znalců vína.

## 15 NEJLÉPE HODNOCENÝCH VÍN MAKRO VÍNO ROKU 2008

### KATEGORIE SUCHÝCH VÍN

- I. Rulandské bílé, pozdní sběr 2007 - Vinné sklepy Valtice, a. s.
- II. Rulandské modré, výběr z hroznů 2006 - Vinné sklepy Rostoky s. r. o.
- III. Chardonnay, pozdní sběr 2007 - VÍNO Mikulov spol. s r. o.
- IV. Cabernet Sauvignon, pozdní sběr 2006 - Vinselet Michlovský a. s.
- V. Cabernet Moravia, pozdní sběr 2006 - Templářské sklepy Čejkovice
- VI. Chardonnay, pozdní sběr 2007 - Vinselet Michlovský a. s.
- VII. Ryzlink rýnský, jakostní víno 2006 - Nové Vinařství a. s.
- VIII. Rulandské modré, výběr z hroznů 2006 - Vinselet Michlovský a. s.

- IX. Rulandské šedé, výběr z hroznů 2007 - Valvín, s. r. o.
- X. Rulandské bílé, výběr z hroznů 2006 - PATRIA Kobylí, a. s.

### KATEGORIE VÍN OSTATNÍCH

- I. Rulandské bílé, ledové víno 2006 - Ravis vinné sklepy Rakvice, s. r. o.
- II. Veltlínské zelené, ledové víno 2007 - Vinné sklepy Valtice, a. s.
- III. Tramín červený, výběr z bobulí 2007 - ZNOVÍN Znojmo a. s.
- IV. Chardonnay, ledové víno 2005 - Vinné sklepy Valtice, a. s.
- V. Veltlínské zelené, slámové víno 2005 - Oldřich Drápal st.



Všechna oceněná vína najdete v sortimentu každé z 12 velkoobchodních prodejen MAKRO Cash & Carry ČR.





# Webová televize

– šance, aby vás každý našel i chtěl

Václav Friedmann z agentury Genius Media o novém a přínosném způsobu komunikace

**Už více než tři roky provozuje agentura Genius Media systém klientských webových televízií Mojetelevize.cz. Za tu dobu získal projekt nejen mnoho významných a zajímavých klientů, ale také třeba Cenu za inovaci v soutěži Internet Effectiveness Awards 2007, kterou vyhlašuje vydavatelství Economia spolu se serverem ihned.cz. O webové televizi jsme hovořili s Václavem Friedmannem, jednatelem společnosti Genius Media.**

**Co si máme pod pojmem webová televize představit?**

Webová televize je jedinečný nástroj pro interní a externí komunikaci. Je to nejmodernější a nejrychlejší médium pro přenos vizuálních zpráv. Jak už název webové televize napovídá, jde o spojení televize a internetu. Mám-li být ještě konkrétnější, pak jde o krátké spoty, které atraktivním a jednoduchým způsobem popisují produkty, informují o nejrozmanitějších aktivitách té které společnosti, firmy, organizace, zkrátka o všem, co chce dotčený subjekt sdělit.

**V čem se webová televize ve vašem projektu mojetelevize.cz liší od videí, která v poslední době vidáme na mnoha internetových stránkách?**

Videa na internetových stránkách jsou většinou reklamní nebo amatérská, velmi často i pirátská. Naše videa, kterým říkáme PR spoty, jsou svým charakterem zpravodajská, ale obsahují témata, která jsou součástí komunikační strategie a kampaně jednotlivého klienta. Dovolím si tvrdit, že jsou obsahově i formálně na vysoké profesionální úrovni a založené na letitých například novinářských a televizních zkušenostech. Na této odbornosti stavíme, protože je to ten nejzásadnější argument, který je základem užitečnosti webové televize. I následných referencích.

**Pokud tomu dobře rozumím, pak má každý zájemce svou vlastní webovou televizi...**

Přesně tak. Každý klient má svou televizi, se svou grafikou a vlastním obsahem.

**Prostřednictvím webové televize může tedy komunikovat jak směrem ven, tedy oslovovat širokou diváckou obec, tak například uvnitř firmy, třeba předávat rozmanitá sdělení dealerům, obchodním partnerům, finančním poradcům, tedy**

**uzavřenější a specializovanější komunitě.**

Nabízíme obě možnosti. Prostřednictvím externí webové televize komunikují klienti své obchodní, sponzorované i jiné marketingové aktivity směrem ven, tedy ke klientům a zákazníkům. Druhou variantou je interní televize, která slouží k přenosu informací uvnitř příslušné společnosti. Interní televize není veřejnosti přístupná. Jejím prostřednictvím klient informuje zaměstnance, může je školit, představí nové manažery atd. Dosáhne téměř osobního kontaktu, aniž by musel například objíždět své pobočky. Tímto způsobem osloví každého zaměstnance kdekoli v republice i na celé zeměkouli.

**Je to lepší, než když zaměstnanci pošle zaměstnavatel třeba e-mail?**

Video je mnohem atraktivnější a výstižnější než psaný text. Má mnohem větší dopad. Je dávně dokázané, že sdělení pomocí obrazu a zvuku, „barevné ozvučené obrázky“ řeknou mnohem více a účinněji než třeba písmenka ve větách na papíru.

**Díky internetu je webová televize dostupná odkudkoli na světě. Využívají klienti této možnosti?**

Samozřejmě. Například společnost TNT Express některé své reportáže tituluje, popřípadě dabuje. Máme tedy přístupy z mnoha zemí Evropy i Asie. Celosvětová dostupnost webové televize z ní dělá skutečně výjimečné médium.

**Můžete uvést některé firmy, které vaši webovou televizi využívají?**

Mezi naše velké klienty patří stavební spořitelna Modrá pyramida, Globus Česká republika, kosmetická společnost Oriflame, pivovary Staropramen, zmiňovaná logistická společnost TNT Express a mnoho dalších. Některé webové televize spouštíme pouze na předem definované období, napří-

klad v době konání hudebního festivalu, mezinárodních konferencí apod.

Je také zajímavé sledovat, jak jsme s klienty v budování televize pokročili. Například od webové televize Globus by možná leckdo očekával informace o tom, jak je to které zboží levnější než u konkurence, ale tak to není. Obsah je velmi atraktivní. Na této webové televizi najdete recepty na grilování, kulisové spoty, pohled na to, jak se některé produkty vyrábějí, informace o zaměstnání apod. Možnosti jsou opravdu široké.

**Je provoz webové televize finančně náročný?**

Určitě to není nejlevnější záležitost, ale vezmu-li rozsah návštěvnosti, atraktivnost a celkový dopad webové televize oproti standardním reklamním kampaním, pak je to výrazně levnější. Dá se říct, že se jedná o téměř bezpředmětnou částku. Poměr cena a výkon je bezkonkurenční.

**Musí mít váš klient či divák, ten, co sleduje webovou televizi, speciální zařízení?**

Nikdo nepotřebuje ke spuštění a provozování nebo sledování televize žádné zvláštní vybavení. Disponujeme veškerou technikou i zázemím, ať už to jsou redakční štáby, televizní i postprodukční studio. Spoty jsou vytvářeny tak, aby byly dostupné každému běžnému uživateli internetu.

**Jak mohu webovou televizi získat a jak dlouho trvá její spuštění?**

Spustit webovou televizi je velmi jednodu-

ché. Stačí se obrátit na nás, tedy společnost Genius Media, kontakt najdete například na internetu, a po vytvoření obsahu je možné zhruba do měsíce začít vysílat.

**Budoucnost webové televize je podle mě jasná – firmy by o ní měly uvažovat v souvislosti s vlastním rozvojem, obchodními záměry, s celkovou marketingovou linií, nakonec každá usiluje o větší a větší náklonnost zákazníků...**

Projekt mojetelevize.cz funguje už tři roky. Za tu dobu jsme se z průměrné sledovanosti stovek diváků propracovali k desetitisícům a počet stále stoupá. S rostoucím zájmem o internet roste i zájem klientů. Myslím, že mohu říci, že kdo chce být o krok napřed, ten využívá webovou televizi.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ⇨



Václav Friedmann

## Import VOLKSWAGEN Group poskytne českému státu vozy Volkswagen a Audi pro předsednictví EU

Symbolickou jednu korunu zaplatí český stát za 48 automobilů značek Volkswagen a Audi, které budou sloužit vrcholným unijním představitelům, jež během první poloviny příštího roku navštíví Prahu v rámci českého předsednictví EU.

Smlouvu o zapůjčení 40 minibusů Volkswagen Multivan, čtyř limuzín Audi A8 a stejného počtu limuzín Volkswagen Phaeton podepsal v září v Praze s místopředsedou české vlády Alexandrem Vondrou generální ředitel společnosti Import VOLKSWAGEN Group (IVG) Rudolf Javurek.

„Import VOLKSWAGEN Group má se zajišťováním podobných služeb dlouholeté zkušenosti,“ uvedl při podpisu smlouvy Rudolf Javurek. „Značky Volkswagen a Audi se skvěle osvědčily např. v rámci pražského summitu NATO či později zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky. Jsme si jisti, že i tentokrát odvedou vynikající práci a přispějí tak k vynikajícím výsledkům českého předsednictví EU.“

Vozy Volkswagen a Audi budou předány organizačnímu týmu předsednictví EU v průběhu listopadu. Řidiče poskytne policie ČR.



Import VOLKSWAGEN Group je největším dovozcem automobilů do České republiky. Ročně na českém trhu prodá více než

20 tisíc automobilů značek Volkswagen, Volkswagen Užitkové vozy, Audi a SEAT.

(tz)





# Cena za pohonné hmoty o 3 % nižší

Ke konci minulého roku začal Cetelem vydávat kobrandovanou kreditní kartu pro klienty České podnikatelské pojišťovny. Karty ČPP mají všechny standardní výhody karet Aura a navíc mimořádný bonus - možnost získat slevu 3 % na nákup pohonných hmot u jakékoli čerpací stanice přijímající platební karty MasterCard. Za prvních sedm měsíců letošního roku bylo kreditními kartami ČPP uskutečněno již několik tisíc transakcí.

„V době, kdy ceny pohonných hmot rostou, nabízíme klientům České podnikatelské pojišťovny možnost využít 3% slevu na nákup pohonných hmot“, uvedl Darek Filip, ředitel Útvaru rozvoje obchodních aktivit Cetelem. „Tato sleva může aktivnímu řidiči ušetřit až stovky korun měsíčně“, dodal D. Filip.

Bonusovou kreditní kartu od společnosti Cetelem mohou klienti ČPP získat zcela zdarma ke svému pojištění. Kromě slevy na nákup benzínu či nafty u čerpacích stanic mohou zároveň využít automatického členství Klubu AURA společnosti Cetelem a čerpat tak výhody u mnoha obchodních partnerů. S kreditní kartou je samozřejmostí i výběr hotovosti v bankomatech, bezhotovostní způsob úhrady nákupu na pokladnách. Klient může rovněž bezplatně požádat o vydání Virtuální karty pro bezpečné platby na internetu.

(tz)

# UniCredit Leasing se stal partnerem KIA Motors Czech

**Přední leasingová společnost UniCredit Leasing CZ, a.s. se 19. srpna 2008 stala oficiálním finančním partnerem významného automobilového importéra KIA Motors Czech, s.r.o. Vzájemná spolupráce se zaměřuje na poskytování profesionálních finančních služeb pro autorizovanou dealerskou síť KIA Motors Czech, s.r.o. v České republice.**

Společnost UniCredit Leasing CZ, a.s. bude pro KIA Motors Czech, s.r.o. zajišťovat služby v oblastech financování skladů dealerské sítě a nabídky výhodných finančních produktů pro retailové klienty, především úvěrové financování, finanční a operativní leasing nebo splátkový prodej automobilů.

„KIA Motors Czech je pro UniCredit Leasing renomovaným partnerem s významným potenciálem růstu v oblasti prodeje osobních a užitkových vozidel. Spolupráce s tímto významným dovozcem na českém automobilovém trhu, jehož symbolem je kvalita a příznivá cena, je i pro nás předpokladem obchodního úspěchu,“

uvedl Jaroslav Jaroměřský, výkonný ředitel a místopředseda představenstva UniCredit Leasing CZ, a.s.

Společnost KIA Motors Czech, s.r.o. je výhradním dovozcem automobilů KIA do České republiky. V posledních letech patří k nejdynamičtěji rostoucím značkám na trhu a slaví velké prodejní úspěchy. A to zejména díky široké a omlazené nabídce modelových řad, kombinujících evropský designový styl, kvalitu a cenovou dostupnost podpořenou unikátními záručními podmínkami. V České republice působí značka od roku 1994 a za dobu své existence prodala na českém trhu více než 30 000 vozů.

„UniCredit Leasing se řadí mezi přední hráče na trhu a společná spolupráce je významným krokem ke zkvalitnění a rozšíření nabídky financování automobilů jak pro naši dealerskou síť, tak i naše zákazníky,“ okomentoval podpis smlouvy generální ředitel Kia Motors Czech, s.r.o. ing. Vít Pěkný.

(tz)

## CNG nemá žádné prachové částice

**Obdobně jako v předchozích letech přetrvává jako hlavní problém kvality ovzduší znečišťování prachovými částicemi PM10 a PM2,5. V oblastech, kde koncentrace PM10 v roce 2006 překročily imisní limity, žije více než 66 % populace.**

Doprava je také druhým největším zdrojem emisí PM10 a PM2,5, které mohou způsobit onemocnění dýchacích cest. K dalším zdrojům znečištění ovzduší patří průmyslová a výrobní

sektor, zemědělství a domácnosti. „Bohužel není pochyb o tom, že špatná kvalita ovzduší je největším problémem českého životního prostředí. Potvrzují to veškerá dostupná data. Zhoršená kvalita ovzduší má velmi konkrétní zdravotní důsledky,“ uvedl ministr životního prostředí Martin Bursík.

Za překračování imisních limitů přitom hrozí České republice sankce ze strany Evropské komise. Evropská unie se snaží co

nejvíce snižovat povolené hodnoty emisí výfukových plynů nákladních i osobních a užitkových vozidel, a tím méně zatěžovat životní prostředí. „Největším problémem jsou emise pevných částic (PM), jejichž obsah v ovzduší se meziročně zvyšuje a předpokládá se jejich další růst. Tyto částice se do ovzduší nedostávají pouze primárně (tedy přímo ze zdroje znečištění), ale i druhotnými procesy. Jsou nebezpečné zejména z hlediska poškozování lidského zdraví, způsobují plicní choroby u dětí, zvyšují kardiovas-

kulární onemocnění, ovlivňují výsledky těhotenství,“ uvedl Radim Šrám z Ústavu experimentální medicíny AV ČR.

„Pokud chce ČR plnit požadavky na ochranu klimatu, zemní plyn v tom musí sehrát důležitou roli. Je potřeba si uvědomit, že oproti spalování uhlí nebo v dopravě při spalování ropných produktů vzniká při využívání zemního plynu pouze minimální množství znečišťujících emisí a prakticky žádné prachové částice, SO<sub>2</sub> apod.“ připomenul Josef Kastl, generální sekretář ČPU.

(tz čpu)

## Cena za pohonné hmoty o 3 % nižší

Ke konci minulého roku začal Cetelem vydávat kobrandovanou kreditní kartu pro klienty České podnikatelské pojišťovny. Karty ČPP mají všechny standardní výhody karet Aura, a navíc mimořádný bonus – možnost získat slevu 3 % na nákup pohonných hmot u jakékoli čerpací stanice přijímající platební karty MasterCard. Za prvních sedm měsíců letošního roku bylo kreditními kartami ČPP uskutečněno již několik tisíc transakcí.

„V době, kdy ceny pohonných hmot rostou, nabízíme klientům České podnikatelské pojišťovny možnost využít 3% slevu na nákup pohonných hmot,“ uvedl Darek Filip, ředitel Útvaru rozvoje obchodních aktivit Cetelem.

(tz)

„Tato sleva může aktivnímu řidiči ušetřit až stovky korun měsíčně,“ dodal D. Filip.

Bonusovou kreditní kartu od společnosti Cetelem mohou klienti ČPP získat zcela zdarma ke svému pojištění. Kromě slevy na nákup benzínu či nafty u čerpacích stanic mohou zároveň využít automatického členství Klubu AURA společnosti Cetelem a čerpat tak výhody u mnoha obchodních partnerů. S kreditní kartou je samozřejmostí i výběr hotovosti v bankomatech, bezhotovostní způsob úhrady nákupu na pokladnách. Klient může rovněž bezplatně požádat o vydání Virtuální karty pro bezpečné platby na internetu.

## Stavební spořitelna nabízí alternativu

**Raiffeisen stavební spořitelna (RSTS) jako první ze všech stavebních spořitelen bude podporovat financování alternativních zdrojů energie. Spořitelna navázala spolupráci s firmami, které dováží a instalují zařízení na výrobu alternativní energie, a nabídla svým klientům možnost využít výhodných slev na jejich pořízení. Rozsáhlá kampaň na podporu alternativních zdrojů odstartuje 1. září.**

Téma alternativních zdrojů energie a „zelená“ řešení v současné době intenzivně plní stránky médií. Vzrůstající ceny energie společně s větším podílem odpovědnosti k přírodě nutí řadu lidí k zamýšlení nad novými možnostmi. Nabídka alternativních zdrojů tak neustále roste.

„Investice do zařízení, které mohou finálně uspořit velkou část celkových energetických výdajů domácnosti, je podle nás jednou z nejlepších investic do budoucnosti. V této oblasti proto cítíme silný potenciál pro každého pragmaticky uvažujícího zákazníka. A jelikož se Raiffeisen stavební spořitelna i díky nedávnému sloučení s HYPO stavební spořitelnou chce ještě více přiblížit svým zákazníkům,

podílime se jako první stavební spořitelna na možnosti pořizování alternativních zdrojů energie,“ zdůraznil Jan Jeníček, generální ředitel RSTS.

Hlavním cílem kampaně je najít přístup ke každému klientovi, umět poradit a vždy mu podat pomocnou ruku při řešení jeho individuální otázky bydlení. Pro tento účel byla vyškolená část obchodní sítě, která bude schopna klientům v těchto otázkách poradit. Maximální clientský přístup při podpoře financování alternativních zdrojů energie jsou tak tím, co opět výrazně odlišuje Raiffeisen stavební spořitelnu od jiných subjektů na trhu stavebního spoření.

„Důvodem proč spouštíme tuto kampaň, je nejen maximálně informovat naše stávající i potenciální klienty o možnostech alternativních zdrojů energie, ale poskytnout jim také výhodné podmínky k jejich pořízení,“ popsal aktivitu Tobias Heller, člen představenstva RSTS.

Kampaň nabídne klientům možnost využít slev u pěti partnerů, kteří jsou v oblasti „zelených“ řešení odborníky. „Kterýkoliv náš klient tak má možnost pořídit si v rámci

## Mezinárodní expresní služby i přes prudký nárůst cen pohonných hmot zvyšují svoje zisky

**TNT Express Česká republika zaznamenala za 2. čtvrtletí roku 2008 nárůst tržeb o 18,9 %. Ceny služeb přitom poklesly o 6-7 % a finanční analytici očekávali zpomalení růstu nebo stagnaci trhu v oblasti expresní přepravy zásilek. Zvýšení výnosů zaznamenává TNT ve všech zemích.**

„Ceny služeb na celém trhu stále klesají, zatímco ceny pohonných hmot se zvyšují, stejně jako tlak konkurence. I přes tuto složitou situaci TNT Express zvyšuje své tržby. K tomu přispívá především zlepšování kvality služeb našim klientům,“ sdělila Ivana Prosecká, finanční ředitelka TNT Express Česká republika. Nejsilnější pokles cen znamenala TNT Express zejména v silniční dopravě. Konkurenční prostředí tak nejvíce nahrává uživatelům expresních služeb, kteří mohou využívat kvalitní servis za stále nižší ceny. I to je důvodem, že objem zásilek se neustále zvyšuje.

Nárůst provozních výnosů zaznamenává TNT i celosvětově a to o 10,7%, objem základní činnosti se zvýšil o 6,9 %. Na trzích,

kde TNT Express zavádí své služby, je zaznamenáván růst 18,3 %.

Generální ředitel Peter Bakker dodal: „Ve druhém čtvrtletí roku 2008 došlo ke změně objemů u služby Express. V dubnu a květnu odpovídaly objemy v Evropě předchozím čtvrtletím, v červnu jsme však v Evropě zažili u služby Express pokles. Prudký nárůst cen pohonných hmot v průběhu čtvrtletí a všeobecné ekonomické vyhlídky měly dopad na naše zákazníky i na nás. Odolnost společnosti TNT však nejlépe dokazuje fakt, že objemy v naší evropské silniční síti vykazovaly v průběhu čtvrtletí a v červnu i nadále významný růst. Také naše aktivity na trzích v Brazílii, Číně a Indii přinesly dvouciferný nárůst.“

TNT Express předpokládá, že zájem o expresní přepravu zásilek bude nadále vzrůstat. V České republice se zvyšují tržby i přesto, že více než 15% zákazníků TNT Express realizuje platby v eurech a soustřeďuje se zejména na export do zahraničí. Stále posilující kurz koruny nemá zásadní vliv na objem těchto zásilek.

(tz)



Představitelé Raiffeisen stavební spořitelny informovali o přístupu k úsporám energie

ci úvěru například solární panely na střechu svého domu za mnohem výhodnějších podmínek než dosud. Tím bude i v blízké budoucnosti imunní nejen vůči neustále stoupajícím cenám energií, ale při nákupu získá slevu, která se pohybuje v rozmezí od 5 až do 50 tisíc Kč,“ dodal T. Heller.

