

SYMA2021
SYSTÉMY MANAGEMENTU KONFERENCE

24.-25. 3. 2021 **online**
Vysíláme ze studia ČSJ na Lávce

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST
Program konference a přihlášku najdete na **www.csq.cz**

INZERCE

Poště jako fotbalu rozumí každý

Základní služby České pošty patří k samozřejmostem našeho života. Považujeme je za tichého společníka, který vždy vyhoví. Ať je potřeba odbavit desítku dopisů, vyzvednout balík, vyřídit hromadnou rozesílku, či si u okénka přepážky na Czech Point nechat udělat výpis z obchodního rejstříku. Oranžové schránky, jimiž je protkaná naše země, bývají orientačním bodem, kde se sbíhá energie obce či městské čtvrti, jejímž útroby proudí emoce, pozdravy, ale i stížnosti nebo běžná administrativa. Těžko si umí dnešní generace dny všední i sváteční bez pošty představit. Ing. Roman Knap, generální ředitel České pošty, získal loni v prosinci významné ocenění v proslulé soutěži MANAŽER ROKU, a to za rok 2019. Probojoval se do Top 10, tedy mezi nejlepší lídry, kteří hodnotitelskou komisí zaujali nejen výsledky práce a uměním vést týmy k úspěchu, ale také osobitostí, charizmatem, talentem, s jehož pomocí se snaží zvládat manažerské procesy. Uplynulý rok byl pro něj hodně složitý, ale také poučný. Sám o něm řekl: „Nesesypali jsme se během koronakrizy jako domeček z karet. Učili jsme se za pochodu.“ Jak? O tom je následující rozhovor:

Uplynulý rok byl pro všechny náročný, kladl mimořádné požadavky na firmy, jednotlivce, celou společnost. Jak ho prožívala Česká pošta?

Krásně jste si odpověděl otázkou. Nástup krize, její první vrchol, rozvolnění a opět návrat do restrikcí jsme prožívali stejně jako celá společnost a jako každý jednotlivce. Tato mimořádná situ-

Česká pošta je odbornou terminologií řečeno součástí kritické infrastruktury státu. Musí udržet svůj provoz za každých podmínek. To se podařilo. Česká pošta se nezastavila, nezavřela pobočky, nepřestala doručovat, vyplácet důchody. Česká pošta tady byla, je a bude pro lidi, firmy, pro stát.



Ing. Roman Knap, generální ředitel státního podniku Česká pošta

ace se dotkla všech. Českou poštu nevyjímá. Jistě znáte úsloví, že krize je příležitost. Pro nás to byla jedinečná šance, jak obstát před klienty, před státem a před sebou samým. Na Českou poštu je módní nadávat. Každý byl někdy na poště, proto jí rozumí stejně jako politice a fotbalu. Během zejména jarní části pandemie, kdy jsme se za pochodu učili, jak v extrémních podmínkách zajistit našim zákazníkům to, co si přejí, nenadával nikdo. V krizi se ukázal charakter České pošty, každého zaměstnance. A toto nebudu zapomenuto. Česká pošta je odbornou terminologií řečeno součástí kritické infrastruktury státu. Musí udržet svůj provoz za každých podmínek. To se podařilo. Česká pošta se

nezastavila, nezavřela pobočky, nepřestala doručovat, vyplácet důchody. Česká pošta tady byla, je a bude pro lidi, firmy, pro stát.

Dařilo se vloni zlepšovat kvalitu a rozsah poštovních služeb, a přitom dosáhnout dobrých hospodářských výsledků?

Kvalita se minimálně nezhoršila. To považuji za velmi dobrý výsledek. Nesesypali jsme se jako domeček z karet. V momentě, kdy byly zavřené obchody a lidé byli doma v karanténě, přirozeně objednávali zboží z e-shopů. A my jsme jim ho doručovali. Velmi úspěšně.

pokračování na straně 4

Česká firma Daktela měla dobrý rok

Předchozí rok přinesl kvůli koronavirové pandemii nové zkušenosti všem lidem i firmám. Společnost Daktela nebyla výjimkou. Vzhledem k tomu, že poskytuje podporu v oblasti zákaznické péče, kontaktních center a týmové práce z domova, loňský rok může považovat za úspěšný. Její celkový obrat se v meziročním srovnání zvýšil více než o třetinu. Daktela také patří k firmám, které nemusely propouštět, ale naopak nové zaměstnance přijímaly.

Společnost Daktela se dostala výrazněji do povědomí lidí v ČR především loni na jaře, kdy se aktivně zapojila do boje proti covidu-19. Podílela se totiž na vytvoření trasovacího call centra a komunikačního softwaru známého jako Chytrá karanténa, do níž se postupně zapojily veškeré hygienické stanice ČR i desítky externích firem. Aktuálně tedy Daktela provozuje největší call centrum v zemi s 3800 operátory vyřizujícími přes 40 000 hovorů denně.

Velkým zásahem byla také nezbytnost pracovat z domova. Zaměstnanci Daktely zvládli tento přechod bez problémů, aniž by museli omezit své služby. To vše díky cloudovému řešení. Přechod na home office se ale týkal i stovek dalších firem v ČR. Desítky z nich se rozhodly navázat spolupráci právě s Daktelou a nasadit toto omnichannel řešení pro rychlou a snadnou komunikaci nejen se zákazníky, ale také mezi zaměstnanci dané společnosti. Všechny úkoly je možné přidělovat, řešit i kontrolovat z jednoho místa, a to v jakékoli fázi.

Přestože část zákazníků Daktely musela v loňském roce kvůli pandemii částečně nebo zcela omezit odběr svých služeb, řadu nových klientů naopak společnost získala. „Mnoho firem zjistilo, že práce z domova může být jedním z benefitů, který by svým zaměstnancům mohly poskytnout po skončení pandemie. Moderní technologické novinky totiž dnes již dokážou zajistit i u pracovníků na home office potřebnou efektivitu různých pracovních aktivit, kterou lze na dálku snadno řídit a kontrolovat,“ řekl Richard Baar, CEO a zakladatel společnosti Daktela.

I v neobvyklé situaci zvládla společnost Daktela provést v loňském roce 140 nových instalací různých velikostí, ať už šlo o malé společnosti s několika zaměstnanci, nebo velké firmy s desítkami operátorů. Celkový obrat Daktely v meziročním srovnání zaznamenal v ČR nárůst o 31 %.

Ačkoliv je Daktela českou firmou, působí rovněž u našich sousedů na Slovensku, v Polsku, Velké Británii a již delší dobu spolupracuje s partnery ve Spojených arabských emirátech. Velkým letošním úspěchem bylo i přes složité podmínky dotažení partnerství na Filipínách. „Spolupráci v této asijské zemi vnímáme jako velkou příležitost pro výraznější expanzi na asijském, potažmo tichomořském trhu,“ dodal Richard Baar. (tz)

Najdete uvnitř listu	
Ekonomika se bude vzpamatovávat několik let	3
ROSSMANN je nejrychleji rostoucí drogerií na českém trhu	5
ČLFA: Potíže s likviditou řeší podnikatelé pomocí factoringu	7
Představujeme IP mediační centrum Praha	8
Symbol kvalitního českého výrobku	9

Hyundai rozvíjí dealerskou síť, otevřel svůj největší showroom v České republice

Rozvoj dealerské sítě značky Hyundai v České republice úspěšně pokračuje, a to i přes krizi vyvolanou koronavirovou pandemií a souvisejícími uzavřeními showroomů po dobu několika měsíců. Už dříve se slavnostního otevření dočkala prodejní místa v Příbrami, Litoměřicích a Pardubicích, ještě před koncem uplynulého roku je doplnila čtyři další v Uherském Brodě, Svitavách, Klatovech a Frydku-Místku. Vozy značky Hyundai si nyní čeští zákazníci mohou pořídit v celkem 51 dealerstvích po celé zemi.

„Rozvoj naší prodejní a servisní sítě je důkazem toho, že značka Hyundai v České republice kráčí správným směrem,“ sdělil generální ředitel společnosti Hyundai Motor Czech Martin Saitz.

„V uplynulém roce jsme obměnili téměř kompletní produktovou nabídku a na český trh uvedli mimo jiné také inovované populární modely i30 nebo Tucson. Právě proto je velmi důležité, aby naši zákazníci měli své autorizované servisní zázemí na dosah a navíc si mohli novinky z naší nabídky pohodlně vyzkoušet,“ dodal.

Dealerství Slováků strojírný a.s. v Uherském Brodě, otevřené v prosinci minulého roku, se navíc se svou prodejní plochou přes 1200 m² stalo vůbec největším prodejním místem Hyundai v České republice.

„Jde o naši vlajkovou loď, která splňuje veškeré korporátní požadavky značky Hyundai na skutečně výjimečně reprezentativní prodejní místo. Důkazem toho je i fakt, že výstavba na zelené louce trvala téměř celý rok,“ vysvětlil Martin Saitz. Zbrusu nového prodejního místa

se dočkalo také Frýdecko-Místko, region výrobního závodu Hyundai Motor Manufacturing Czech v Nošovicích. Dealerství Hyundai LXM Motors s.r.o. se od prosince pyšní atraktivním dvouposchodovým showroome, který je nejen architektonickým skvostem, ale zároveň strategickým obchodním a servisním bodem pro nedaleký výrobní závod značky.

Dealerská síť značky Hyundai pokračuje v procesu elektrifikace. Záměrem o hybridní a plně elektrické modely Hyundai, včetně novinek roku 2021 Tucson a Santa Fe plug-in hybrid nebo Ioniq 5, tak po prodejní i servisní stránce obslouží drtivá většina dealerství v zemi.

Rozvoj dealerské sítě bude navíc pokračovat i v letošním roce, již nyní probíhají práce na otevření dalších pěti prodejních a servisních míst ve strategicky významných lokalitách. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,
 www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: bixi@iprosperita.cz

Datum vydání: 16. února 2021

PhDr. Eva Bixi-Šimková, šéfredaktorka

mobil: 602 618 008, **e-mail:** bixi@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

mobil: 606 615 609, **e-mail:** martin@iprosperita.cz

Pavel Kačer, redaktor

mobil: 724 501 791, **e-mail:** kacer@iprosperita.cz

Kateřina Šimková, redaktorka a mediální

konzultantka

mobil: 724 189 342, **e-mail:** simkova@iprosperita.cz

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

mobil: 602 668 013, **e-mail:** orpa.cbox@gmail.com

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,

Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2021 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
 NEWTON Media a.s.



■ s konsorciem
 GASCONTROL GROUP



■ s Českou společností
 pro jakost



**Spolupracujeme a hledíme
 ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam BUSINESS

PROSPERITA

www.madambusiness.cz

fresh TIME

PROSPERITA

www.freshtime.cz

**Změna údajů pro zaslání a odhlášení
 ze zaslání časopisu Prosperita a příloh**

Pokud došlo ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správné.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Sousedské pěkné slovo

Zvonil mobil. Ozval se majitel nedalekého knihkupectví. Prý mu kurýr omylem dovezl balíček knih, které byly adresovány mně: „Omlouvám se, omylem jsem to otevřel netuše, že je to zásilka pro někoho jiného,“ pravil a dodal: „To víte, já dostávám hodně balíků s knihami, tak jsem rozbalil i ten váš, opravdu omylem. Ale rád bych se zeptal, jestli byste si pro něj nezašla, když bydlíte kousek od nás, myslím, že by bylo zbytečné ho odesílat zpět, aby to po pár dnech zase vezli na místo určení.“ Potěšilo mne to. Ano, ten podnikatel a soused v jedné osobě mohl s klidným svědomím zásilku nasměrovat pryč z naší části Prahy, kam by po nějaké době zase doputovala, snad již na správnou adresu. Jako dobrý soused to ale neudělal. Proč taky. Sousedé si mají pomáhat. Ostatně chybovat je lidské a v případě, kdy lze přimhouřit oko a něco napravit, udělala bych to také. Pečovat o vztahy má své kouzlo. Už vím, jakou publikaci si do tohoto stánku s pěkným slovem půjdu brzy koupit... **Eva Bixi**

Realita Brexitu: Počet firem z Británie v ČR klesá

Velká Británie již není součástí Evropské unie. Ačkoliv ekonomové po Brexitu očekávali, že se firmy budou z ostrova masivně stěhovat, zájem britských podnikatelů o business v Česku klesá. Podle zjištění Bisnode A Dun & Bradstreet Company počet tuzemských firem s britským vlastním dosáhl maxima (5000) začátkem roku 2018. Aktuálně jich je 4396. Přestože se počet českých společností s vlastníkem z Velké Británie snižuje, objem britského kapitálu upsaného v základním jmění ovládaných podniků je na maximu a blíží se 51,6 mld. Kč. „Zajímavé je, že na Slovensku je situace opačná – počet firem s britskými majiteli od roku 2015 mírně stoupá a aktuálně je na maximu. V základním kapitálu slovenských firem mají britští vlastníci proinvestováno 1,08 mld. EUR, což je o pět miliónů euro méně než v roce 2019,“ shrnuje analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company Petra Štěpánová. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2021

1. MANAŽER ROKU
2. Ambasador kvality
3. Marketér roku
4. Konference Kvalita – Quality
5. Soutěž Česká chutovka
6. Projekt Ocenění Českých Podnikatelek
7. Inspiromat – Klub manažerek ČMA
8. Konference ISSS
9. Konference SYMA

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Ing. Vladimír Feix**, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s.
- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, generální ředitelka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, konzultant
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, místopředsedkyně Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, výkonný ředitel divize drůbež společnosti AG MAIWALD a.s.
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **Ing. Vladimíra Ondráková**, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- **David Kubla**, manažer komunikace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Pakš, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Sberbank meziročně využívá o 40 procent více roboty

Sberbank meziročně navýšila počet interních procesů zpracovaných roboty o 40 %. Od konce roku 2020 též banka robotizovala první procesy přímo pro klienty, a to zpracování žádostí z nového e-shopu Sberbank. Díky nasazení robota banka zvýšila efektivitu zpracování žádostí o půjčky, které klienti podali právě prostřednictvím e-shopu, zlepšila zákaznickou zkušenost a zkvalitnila servis pro klienty.

„I přes obtížnou situaci v roce 2020 se nám podařilo implementaci robotů do našich procesů dále rozvíjet a nyní jsme již dosáhli počtu 43 robotických procesů. Částečně jsme robotizovali první opravdu klasický front office proces – nový e-shop Sberbank,“ vysvětlila Vratislava Šestáková, Head of Operations Sberbank, která má robotizaci v bance na starosti. Robot v e-shopu během tří týdnů od nasazení provedl 312 procesů. Ušetřil tak čas zaměstnancům call centra při za-

dávání dat nových klientů do bankovního systému. Úspora je asi deset minut lidské práce na jednom procesu. Celkově tak robot během procesu lidem ušetřil 52 hodin práce. Další výhodou robota je přesnost a konzistence zadávání klientských dat, lepší kontrola procesu díky následnému reportování z robotových dat a větší odolnost vůči špičkám v poptávce klientů. Zaměstnancům call centra navíc uvolnil ruce na to, aby se mohli primárně věnovat komunikaci s klienty. Klíčové je však zkrácení doby vyřízení žádosti pro žadatele o půjčku, kteří nyní dostanou své peníze rychleji. Díky nasazení robota banka zvýšila efektivitu zpracování žádostí o půjčky, zlepšila zákaznickou zkušenost a zkvalitnila servis pro klienty. Banka nadále v robotizaci pokračuje a nyní připravuje automatizaci procesů v jejím novém mobilním a internetovém bankovníctví. **(tz)**

První nová prodejna PENNY 2021 je v Dobrovici

Jako první se nové prodejny PENNY v roce 2021 dočkali obyvatelé středočeské Dobrovice nedaleko Mladé Boleslavi. Na místě nevyužitého pivovaru na Palackého náměstí vyrostla prodejna s prodejní plochou 800 m². Součástí výstavby byly i úpravy okolí, které budou na jaře zakončeny výsadbou nových stromů.

Nová prodejna byla postavena za šest měsíců na místě bývalého pivovaru na opačném konci Palackého náměstí, než se nachází městský úřad. Prodejna o prodejní ploše 800 m² byla navržena v moderní podobě konceptu Markhtalle s důrazem na její začlenění do místní zástavby.

„Při návrhu prodejny jsme spolupracovali s památkáři tak, aby se stala součástí okolního prostředí, a současně splňovala nejvyšší požadavky, které na naše prodejny máme. Věřím, že výsledek místní obyvatel ocení. Mysleli jsme i na okolní prostředí, když součástí parkoviště a okolí budou i stromy, které budou vysazeny s ohledem na období vegetačního klidu na jaře a doplní nedaleké stromořadí na Palackého náměstí,“ uvedl při otevření nové prodejny Mathias Mentrop, jednatel PENNY.

Samotné centrální Palackého náměstí bylo zrekonstruováno v roce 2009. Součástí prodejny bude, jak je u PENNY zvykem, řeznictví, kde se



o spokojenost zákazníků postará společnost Zeman maso-uzeniny. Zákazníci pak budou moci využít 62 nových parkovacích míst. Do konce roku PENNY plánuje překročit hranici 400 svých obchodů, a potvrdit tak svoji pozici řetězce s nejvyšším počtem obchodů u nás. V loňském roce otevřelo hned osm nových prodejen, a to v Praze Holešovicích, středočeských Řevnicích, Týnci nad Labem, Netolicích, Ivanovicích na Hané, Hořicích, Chocni a poslední novou prodejnu roku 2020 se stala prodejna v Rožmitále pod Třemšínem. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

generální partner:



hlavní partner:



partneři plus:



E.ON ENERGY GLOBE

OCEŇENÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 23. rokem!

Ekonomika se bude vzpamatovávat několik let

Máme za sebou už téměř rok prožitý za mimořádných okolností. Jak se s novými, nečekanými výzvami vyrovnaly ekonomika, malé i velké firmy, celá naše společnost, na to mohou být různé, a zejména jen dílčí náznaky, protože stále ještě nejsme, a asi dlouho nebudeme, z krize venku. Co si o situaci myslí analytik ČSOB Petr Dufek, prozradí následující rozhovor.

Jak dopadl uplynulý rok pro českou ekonomiku? Naplnila se spíše pesimistická, nebo optimistická očekávání vzhledem k podmínkám, jež utvářela koronavirová pandemie?

V úvodu roku vše nasvědčovalo, že ekonomika bude cyklicky zpomalovat. Rozšíření koronaviru a s ním spojené restrikce však vyvolaly nejprve nabídkový a následně poptávkový šok, ze

není zdaleka jenom o HDP, ale i lidském utrpení a ztrátách, které předčily jakékoliv dřívější představy i modely.

Kdo obstál, kdo se s mnoha nástrahami vypořádal hůře, a co hrálo v hospodaření firem rozhodující roli?

S krizí se asi nejlépe vypořádal průmysl. Po jarním rozpadu dodavatelských řetězců, zamrznutí mezinárodního obchodu i dobrovolných odstávkách se velmi rychle z počátečního šoku vzpamatoval. Vlastně jako jediné odvětví. Krize ukázala na schopnost firem improvizovat a inovovat a také se například prokázalo, jak silný zde máme obor nanotechnologií. Ale i v rámci služeb lze hovořit o úspěšném zvládnutí krize, a to nejenom v případě e-commerce. I nejvíce zasažené obory (restaurace) se často dokázaly s problémy poprat.

Souhlasíte s názorem, že největší dopady krize teprve přijdou? S jakými ztrátami lze počítat a jak se s nimi nejlépe vyrovnat?

Je to pravděpodobné, protože stále část ekonomiky zůstává na kapačkách. Jak velký to bude problém, asi nelze přesně odhadovat. Už třeba proto, že nevíme, kdy celé martyrium skončí a kolik lockdownů ještě ekonomika bude muset unést. Myslím si, že v některých oborech nás čeká vlna konsolidace, kdy slabší hráči nebo firmy zaměřené na krátkodobé výsledky budou odcházet z trhu a zůstanou jen silnější a odhodlanější.



Petr Dufek, analytik ČSOB

Hodnotíte vládní opatření na pomoc podnikovému sektoru a eliminaci negativních dopadů pandemie spíše pozitivně, nebo negativně?

Spíše pozitivně. Některá opatření se podařilo nastartovat velmi rychle (viz Antivirus A a B), moratorium na splátky úvěrů, nájemné apod. Některá se rodila poměrně dlouho a některá stále chybí. Za zcela nesplněná považuji očekávání kolem programu Antivirus. Už před mnoha měsíci vznikla shoda v rámci tripartity, nicméně Kurzarbeit se stále ještě „cizeluje“ v parlamentu. Po téměř roce od začátku krize je to tristní výsledek. Vylepšit by bylo možné třeba záruční programy vzhle-

dem k pokračujícímu lockdownu i předchozím zkušenostem.

A jakou roli sehrahl, a ještě sehraje, bankovní sektor? Je připraven být katalyzátorem budoucího růstu české ekonomiky?

Bankovní sektor sehraává v současné době pozitivní roli. Sám o sobě uvedl v život moratoria na půjčky v době, kdy to ještě nebylo zákonné, pokračuje v úvěrování ekonomiky (nemáme tu žádný credit crunch) i státu samotného. Bankovní sektor je dostatečně silný a odolný, aby pomáhal k návratu ekonomického růstu.

otázky připravil Pavel Kačer

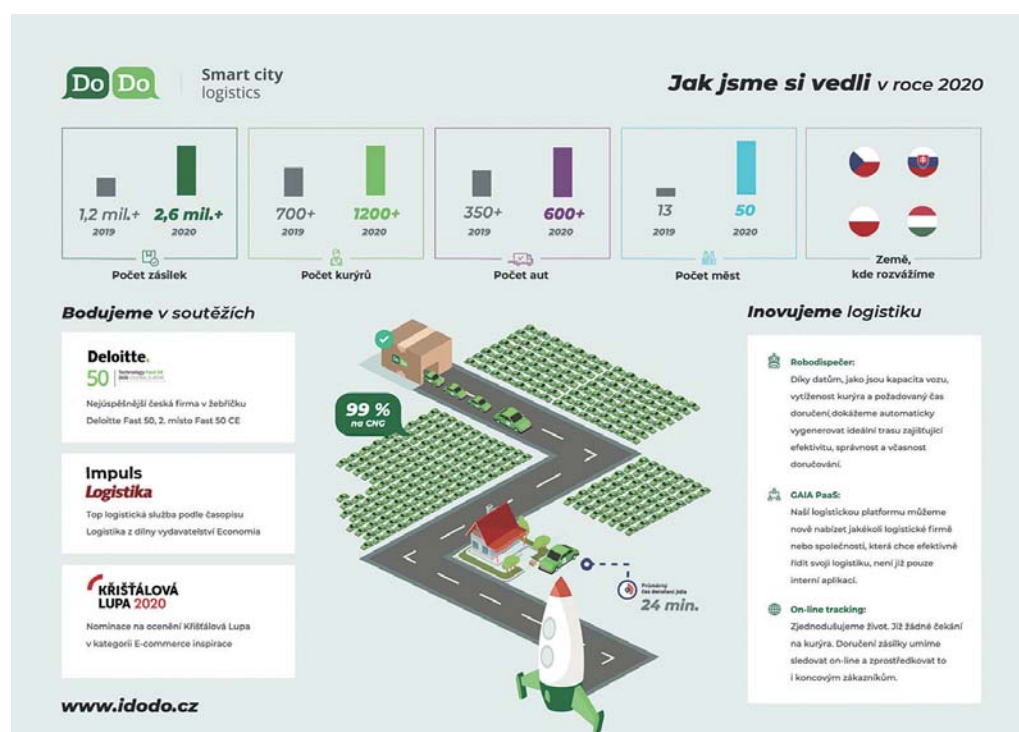
Logistický startup DoDo pokračuje ve strmém růstu

Technologický startup DoDo, spadající do portfolia investiční skupiny V-Sharp Michala Menšíka, má za sebou další mimořádně úspěšný rok. Společnost rozvezla více než 2,6 miliónu objednávek a navýšila své tržby na 500 miliónů korun. V letošním roce chce DoDo na svůj 100% růst navázat a poprvé cílí na miliardový obrát. Kromě dalšího rozšiřování služeb v České republice, na Slovensku, v Polsku a Maďarsku k tomu má dopomoci i chystaná expanze na německý trh a do Bulharska.

Významný nárůst obrátu i objemu přepravených zásilek doprovázelo i nabírání nových kurýrů, kterých DoDo zaměstnává již přes 1200. Rozrostla se také flotila rozvozových vozů s ekologickým pohonem na CNG – meziročně z 350 na 600. Díky významnému nárůstu poptávky po logistických službách i úspěšné expanzi firma za uplynulý rok odbavila na 2,6 miliónu objednávek, což je o 1,4 miliónu zásilek více než v předchozím roce.

DoDo chce rychlé tempo růstu i expanze udržet také v roce 2021, pro který si startup jako hlavní ambici stanovil překonat tržbami hranici jedné miliardy korun. K naplnění ambiciózního cíle má výrazně pomoci expanze do Bulharska a Německa. „V Bulharsku a Německu vnímáme velmi vysokou poptávku po službách kvalitní, rychlé a přesné logistiky, a navíc již finalizujeme první obchodní dohody s významnými hráči z retailu i e-commerce, kteří na těchto trzích působí a logistiku chtějí řešit s námi,“ komentoval Michal Menšík, CEO DoDo.

Úspěch DoDo a jeho rapidní růst rozhodně není jen výkyvem způsobeným koronavirovou krizí a s ní spojenými změnami v zákaznickém chování. Dokazuje to i fakt, že se technologický startup na podzim minulého roku umístil na druhé příčce v žebříčku Deloitte Technology Fast 50, který oceňuje nejrychleji rostoucí firmy ve střední Evropě. DoDo se tak stalo vůbec nejrychleji rostoucí firmou v Česku, přičemž mezi lety 2016 a 2019 firma zazna-



menalo růst ve výši takřka 8500 %. Kontinuální růst DoDo lze připsat jak otevírání nových logistických divizí a zakázek, tak i posilování obchodních vztahů s klíčovými partnery, a to zejména v segmentu rozvozu potravin. Právě rozvoz potravin, pro který startup založil specializovanou divizi DoDo Fresh, byl loni pro DoDo vůbec nejsilnější oblastí. Divize Fresh již při vypuknutí první epidemiologické vlny v březnu 2020 zaznamenala zhruba 50% nárůst objednávek z partnerských online supermarketů Košík či TESCO a nadále svoji pozici v rámci celého startupu posilovala.

„Vedle potravin se nám velmi dařilo také v rozvozu zásilek e-shopů. Koronavirová krize významně urychlila digitalizaci, již se mnozí obchodníci dosud vyhýbali, protože ji nepovažovali za nutnou. Už na jaře si ale ověřili, že být online je pro další fungování v businessu naprosto nezbytné. Jsem rád, že se nám daří služby upravovat na míru potřebám každého konkré-

tního klienta, a oslovovat tak jak velké retailové hráče, tak i malé obchodníky s velmi specifickými požadavky na logistiku. Víme, že právě naší flexibility si zákazníci velmi cení,“ komentoval Michal Menšík.

Od roku 2017, kdy firmu převzal Michal Menšík, klade DoDo velký důraz na svůj technologický rozvoj, a to především v oblasti vlastní IT logistické platformy. Díky ní může DoDo maximalizovat efektivitu plánování tras i směn a v reálném čase vyhodnocovat logistický provoz. Také v minulém roce se logistická platforma dočkala významných inovací, přičemž vyvinut byl například automatizovaný robo-dispečer, který zajišťuje koordinaci rozvozu hotového jídla z restaurací KFC, a za pozornost stojí také novinka v podobě sledování polohy kurýra v reálném čase, aby měl zákazník dokonalý přehled o tom, kdy přesně mu zásilka dorazí.

V rámci dalšího rozšiřování svých logistických služeb plánuje DoDo svou logistickou

platformu prostřednictvím modelu „software as a service“ nabízet i externím partnerům a chce se soustředit také na rozvoj programu pro franšízové partnery. Díky zapojení externích partnerů bude služba moci rychleji růst a dříve se dostat třeba i do vzdálenějších českých regionů.

Rok 2020 byl rokem, kdy bylo potřeba adekvátně reagovat na příchod pandemie a s ní spojené změny zákaznických potřeb. Hned během prvního týdne po zavedení první celostátní karantény startup DoDo rozběhl rozvoz Hotovek od online supermarketu Košík.cz. Za schopnost rozvážet tisíce jídel týdně a okamžité vytvoření nových pracovních příležitostí si vysloužil umístění v první desíce v kategorii E-commerce inspirace v anketě Křišťálová lupa. Startup během koronakrize pomáhal také prostřednictvím svého projektu DoDobrovolník, v rámci něž mimo jiné rozvážel ochranné pomůcky i jídlo do nemocnic a potřebným. Před Vánoci pak DoDo s online květinářstvím Florino spustily projekt, díky němuž si lidé mohli objednat individuálně nafocené a natočené vánoční stromky z pohodlí a bezpečí domova. (tz)



Sazka spouští projekt Hraj s rozumem na podporu zodpovědného hraní

Společnost Sazka, lídr na trhu loterií, si uvědomuje zodpovědnost a chce jít příkladem. Proto se spojila s odborníky a spustila projekt Hraj s rozumem, který se věnuje především posilování prevence a zodpovědnému hraní. Cílem je informovat hráče o tom, jak hrát, aby zábava zůstala bezpečnou.

Myšlenka projektu je inspirována zahraničními vzory ze Švédska a Rakouska. Loterijní a sázkové společnosti si uvědomují svou odpovědnost vůči veřejnosti, a proto samy často podporují projekty spojené s prevencí a zodpovědným hraním více, než jim ukládá zákon nebo jiné předpisy. Projekt společnosti Sazka pro bezpečné a zodpovědné hraní s názvem Hraj s rozumem vznikl ze stejné iniciativy: „Celonárodní kampaň spouštíme i proto, že se významná část hraní kvůli covid omezením přesouvá na internet a my bychom se rádi ujistili, že i když budou lidé možná doma i více hrát, mají svou zábavu pod kontrolou,“ řekla Veronika Diamantová, manažerka projektu Hraj s rozumem.

Ať už lidé hrají kteroukoli hru, je pro Sazku nezbytné, aby v ní měli stoprocentní důvěru. Aktivita týkající se zodpovědného hraní vnímá loterní jednička na trhu jako přirozenou součást svého podnikání. „Zabýváme se každou novou hrou, kterou podrobujeme zkoumání rizikovitosti podle mezinárodního nástroje, který hlídá například rychlost hry, dostupnost, výše jackpotu atd. Vše je nakombinováno tak, aby celkové skóre splňovalo po-



žadavky na ochranu spotřebitele,“ dodala Veronika Diamantová.

Hlavními prioritami projektu Hraj s rozumem je především posilování primární prevence a zodpovědnosti v českém zábavním průmyslu. Sazka chce informovat hráče o tom, jak hrát, aby zábava zůstala bezpečnou, jak předcházet potenciálním problémům, jak správně nastavit své herní limity, aby hra nezpůsobila existenční ani sociální potíže. Cílem je přede-

vším věnovat pozornost tomu, aby hráči hazardních her vnímali samotné hraní jako zábavu a nedostávali se do situací spojených s rizikovým chováním.

Společnost Sazka provedla na konci roku 2020 vlastní průzkum, kde se respondentů mimo jiné ptala, jakou finanční částku jsou ochotni do zábavy vložit. Asi 42 % respondentů uvedlo, že jim nevádí vložit do hry peníze, ale pouze pokud jde o drobné částky. Celých

26 % odpovídajících je ochotných hrát i za větší peníze, protože jde podle nich o větší zábavu a adrenalin. Více než polovina účastníků jako svou maximální finanční hranici označila sto korun měsíčně.

Když už dojde během hazardního hraní k naprosté ztrátě kontroly, většinou to končí prohrou většího obnosu peněz, v horším případě i závislostí či rozpadem rodiny. „Naším cílem je, aby hra zůstala příjemnou zábavou. Projekt Hraj s rozumem má pomoci právě v prevenci, aby si lidé uvědomovali, že každý má své limity jinde. Někdo si potřebuje pohlídat čas, který věnuje hraní, někdo naopak objem peněz, které hodlá do své zábavy vložit. Zároveň chceme upozornit na to, že každý velký hráč ví, kdy má přestat,“ komentovala Veronika Diamantová.

Sazka má jako jediná společnost v České republice ucelený systém zodpovědného hraní, který už šest let pravidelně prověřují zahraniční auditori. Potvrzují to certifikáty WLA – World Lottery Association a EL – European Lotteries. „Vypadá to jako formalita, ale ve skutečnosti se zodpovědným hraním zabýváme každý den. Hloubkový audit u nás zabere zhruba čtyři měsíce a pravidelně se opakuje. Audit nás nejen hodnotí, ale odkrývá nám i prostor pro zlepšení, což nám pomáhá se neustále posouvat dál,“ vysvětlila Veronika Diamantová. Společnost se dlouhodobě věnuje prevenci, spolupráci s adiktology a podpoře nadací na boj proti závislostem, proto bylo spuštění projektu Hraj s rozumem dalším přirozeným krokem. (tz)

Financování pozemkových úprav za rok 2020

Státní pozemkový úřad vyčerpал v roce 2020 na pozemkové úpravy finanční prostředky ve výši 700 miliónů korun.

Objem finančních prostředků na pozemkové úpravy a jejich realizace činil v roce 2020 téměř 1,5 miliardy korun, což je o půl miliardy méně než v roce 2019, kdy celkový objem finančních prostředků na pozemkové úpravy a jejich realizace činil bezmála dvě miliardy korun.

V rámci pozemkových úprav bylo realizováno 271 stavebních objektů za 1,1 miliardy korun. Skladbu lze rozdělit do čtyř skupin, a to ekologická opatření (zeleň) v počtu 33 stavebních objektů za 21 miliónů korun, vodohospodářská opatření skládající se z 62 stavebních objektů z toho 16 nádrží a 10 poldrů za 151,7 miliónu korun, 18 stavebních objektů protierozních opatření za 24,8 miliónu korun, nejvíce byly zastoupeny polní cesty počtem 158 stavebních objektů za více než 870 miliónů korun. Dále to bylo 35,5 miliónu korun vydaných za provozní a technické činnosti obsahující též ostatní doprovodné stavby, jako jsou sjezdy, přeložky apod. Patří sem i 446,6 miliónu korun za neinvestiční činnost, která zajišťuje komplexní pozemkové úpravy, inženýrsko-geologické průzkumy, studie odtokových poměrů či znalecké posudky.

Novodobé pozemkové úpravy probíhají na území České republiky již téměř 30 let. Za tu dobu byla pozemkovými úpravami vyřešena zhruba třetina výměry zemědělského půdního fondu a v krajině následně vybudováno více než 3500 km víceúčelových cest, stovky dalších liniových opatření sloužících zejména ke zvýšení protierozní a protipovodňové ochrany, jako jsou např. protierozní meze, průlehy a protipovodňové příkopy a hráze, zrealizováno bylo také velké množství vodních nádrží, rybníků a mokřadů i rozsáhlé plochy opatření ke zvýšení ekologické stability krajiny, zejména v podobě ÚSES. (tz)

Poště jako fotbalu rozumí každý

dokončení ze strany 1

Přepravovali jsme, i pro konkurenci, objemy, které jsou srovnatelné s každoroční špičkou, s vánočním provozem. Přepravovali jsme to, co nám odesilatelé do sítě předali. Úřady omezily svoji činnost, posílalo se méně dopisů. Balíky rostly. A do toho si připočítejte extra náklady na opatření spojená s přísnými hygienickými opatřeními. Takže hospodaření bez covidu by bylo o zhruba 750 miliónů lepší než s covidem. To není výmluva, to je fakt. Je to problém celé společnosti, rozhodně si nestěžujeme, jen počítáme náklady a výnosy.

Urychlil covid transformaci pošty, přinesl velké obtíže i pozitiva?

Učili jsme se za pochodu. Mnohá rozhodnutí tak přicházela v návaznosti na aktuální problémy, které se objevily. Příkladem může být úprava a sjednocení otevírací doby poboček. Jarní měsíce nás naučily, že by neřešený problém při šíření koronaviru mohl způsobit kolaps pobočkové sítě. I proto jsme zavedli jednosměnný provoz místo dvousměnného na některých pobočkách. Vrátili a také oživilí jsme provoz tzv. mobilní pošty, která může fungovat v místech, kde pobočka pošty není nebo je například kvůli koronaviru uzavřena. Takových příkladů by se našlo víc.

Co pokládáte v roce 2021 za největší profesní výzvy? Na které úkoly se chcete zaměřit?

Trochu to souvisí i s mou předchozí odpovědí. Koronavirus nás naučil uvažovat trochu odlišně, než doposud. Letos bychom se tak chtěli zaměřit na bezkontaktnost. Ať už při doručování, což by představovaly výdejní Balíkomaty, nebo i při zajišťování další agendy. Proto bychom chtěli zprovoznit bezkontaktní přepážky. Největší naší výzvou ale zůstává dokončení transformace České pošty. To znamená, že podnik bychom v letošním roce chtěli dostat zpět do černých čísel.

Prosazují se i v poštovních službách nejmodernější technologie? A kdy budete doručovat zásilky drony, zaměstnávat umělou inteligenci a roboty? Zmizí pošťák s koženou brašnou a oranžová schránka na rohu ulice?

Možná to myslíte sarkasticky, ale vyvedu vás z omylu. Nejmodernější trendy samozřejmě sledujeme. A myslíte, že by vás ještě před nějakou dobou napadlo, že si spoustu agendy nebo služeb vyřešíte třeba přes online aplikaci na mobilu? Nebo že si v telefonu odešlete vlastní pohlednici, která pak dorazí jako klasická papírová? Musíme být ale realisté. Struktura našich klientů nám ukazuje, že poštu využívá celá řada lidí vyššího věku, a o ty samozřejmě nechceme přijít. V ně-

kterých oblastech, jako například u dronů, zase neumožňuje legislativa některé kroky, o kterých by se dalo třeba uvažovat. Takže ano, chceme být moderní a nabízet moderní trendy, ale přitom nabízet i ty zaběhnuté a oblíbené služby.

Jaká přání byste si chtěl splnit a čemu byste se rád vyhnul?

Odpovím jednoduše a věřím, že stejně jako mnoho dalších lidí. Přál bych si návrat k běžnému životu bez jakýchkoliv omezení a rád bych se vyhnul tomu strašáku, který nás tu už rok trápí a který i mě osobně už dvakrát vyděsil.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer



ROSSMANN je nejrychleji rostoucí drogerií na českém trhu

Drogistická síť ROSSMANN loni znovu upevnila svou pozici klíčového hráče na globálním i českém trhu. Koncern zakončil rok 2020 s obratem ve výši 10,35 miliardy eur, což představuje meziroční nárůst o 3,5 %. Tržby v České republice se ve srovnání s rokem 2019 zvýšily dokonce o 8,1 % na více než čtyři miliardy Kč. Na tuzemském trhu tak společnost ROSSMANN celkem za poslední tři roky rostla ve srovnání s konkurencí (dm drogerie, Teta, Top drogerie) více než dvojnásobným tempem. K úspěchu přispěl digitální věrnostní program, modernizace a rozšiřování prodejen, brandová kampaň a zařazování nového sortimentu. Právě proaktivním přístupem zaměstnanců a rozmanitou nabídkou produktů společnost potvrdila svoji flexibilitu a schopnost reagovat i v době krize včas na změny nákupního chování zákazníků. Obliba drogerie ROSSMANN plyne v neposlední řadě také z jejího kladného postoje ke společenské odpovědnosti.



Mateřská společnost sítě drogerií ROSSMANN Dirk Rossmann GmbH dosáhla v roce 2020 tržeb 10,35 miliardy eur. Ve srovnání s dosud rekordním rokem 2019 tak koncern, jenž provozuje přes 4000 prodejen v osmi evropských zemích, navýšil svůj obrat o 3,5 %. Za růstem tržeb stojí především schopnost pružně reagovat na krizovou situaci způsobenou koronavirovou pandemií. Významný podíl na úspěchu společnosti má také expanze do nových lokalit, modernizace stávajících prodejen a investice do technologií, které zákazníkům v mnohem usnadňují nákup. Výhodou je i široká nabídka produktů, jehož součástí jsou také mezi zákazníky oblíbené produkty privátních značek za příznivé ceny.

Více než polovinu svých prodejen provozuje ROSSMANN v Německu, kde jeho obrat oproti předchozímu roku vzrostl o 4,7 % na 7,33 miliardy eur. V dceřiných společnostech, tj. v České republice, Polsku, Maďarsku, Španělsku, Turecku, Albánii a Kosovu, stoupl obrat společnosti celkem o 2 % na 3,02 miliardy eur.

V době pandemie potvrdila firma svou sílu i tím, že ji americký časopis Forbes zařadil na 54. příčku žebříčku nejlepších světových zaměstnavatelů, což je zároveň nejlepší hodnocení mezi německými maloobchodníky. V současné době zaměstnává celý koncern 56 300 lidí a provozuje celkem 4244 prodejen, což je o 156 více prodejen než v roce 2019. I letos počítá koncern ROSSMANN s další expanzí. Plánuje investice v celkové výši 200 milionů eur a otevření dalších 195 prodejen.

Vede si nejlépe v oboru

Na českém drogistickém trhu se společnost ROSSMANN loni podařilo navýšit tržby mezi-

ročně o 8,1 % na čtyři miliardy Kč, což podle údajů výzkumné a analytické společnosti Nielsen představuje ve srovnání se zbytkem trhu o tři procentní body rychlejší růst. V období let 2018–2020 rostl ROSSMANN ve srovnání s konkurencí dokonce více než dvojnásobným tempem. Svůj obrat zvýšil o 22 %, zatímco ostatní hráči přidali jen 10 %.

Ačkoliv rok 2020 přinesl řadu omezení souvisejících s koronavirovou pandemií, dokázal se řetězec ROSSMANN přizpůsobit neustále se měnícím podmínkám pro provoz prodejen. Společnosti se díky tomu dařilo poskytovat vždy služby, které nejenže splňovaly veškerá protiepidemická opatření, ale zároveň vyhovovaly požadavkům i těch nejnáročnějších zákazníků. Během loňského roku si ROSSMANN na trhu s drogistickým zbožím navíc připsal i několik prvenství jako například zavedení samoobslužných pokladen a spuštění digitálního věrnostního programu. To dokazuje, že neustále pracuje na zlepšení, která vycházejí vstříc požadavkům moderní doby.

Samoobslužné pokladny a výhody díky mobilní aplikaci

Jako první v segmentu drogistů zavedl ROSSMANN samoobslužné pokladny. Pro pilotní projekt byly vybrány dvě pražské prodejny ROSSMANN v OC Arkády Pankrác a OD Máj. Projekt samoobslužných pokladen byl spuštěn mimo jiné za účelem zkvalitnění služeb právě v důsledku opatření vzniklých během pandemie. Pokladny jsou totiž bezdotykové a podporují bezkontaktní nákup, což celý nákupní proces navíc urychlí.

Pro své zákazníky ROSSMANN v roce 2019 v Česku spustil také digitální věrnostní pro-

gram ROSSMANN CLUB, jenž členům prostřednictvím mobilní aplikace přináší výhodné nabídky a slevové akce. Během několika měsíců se tato aplikace stala jednou z nejstahovanějších aplikací svého druhu v České republice. Nyní ji využívá několik set tisíc zákazníků a každý den přibývají noví.

„Koronavirová krize a s ní související opatření do značné míry změnila nákupní chování zákazníků. Ti se samozřejmě snaží co nejvíce omezit kontakt s ostatními lidmi a nakoupit vše potřebné na jednom místě. Co nejrychlejší nákup na prodejních a digitalizace našich služeb jsou určité trendy, v kterých chceme pokračovat i v budoucnu,“ uvedla Olga Stanley, manažerka komunikace ROSSMANN v České republice.

Modernizace prodejen a další expanze

V současnosti provozuje drogistická síť ROSSMANN v České republice 148 prodejen, ve kterých každoročně obslouží 15 milionů zákazníků. Prodejny průběžně modernizuje tak, aby se v nich nakupovalo co možná nejlépe, a zároveň hledá další atraktivní prostory v zajímavých lokalitách pro nové pobočky. Jen za poslední tři roky ROSSMANN zmodernizoval 62 prodejen a otevřel více než 20 nových.

„Snažíme se, aby všechny naše pobočky byly přehledné, komfortní a dostupné co nejvíce lidem. V loňském roce jsme otevřeli deset nových prodejen, a to i ve městech, ve kterých jsme dosud žádné zastoupení neměli. Investovali jsme také do rekonstrukce 15 stávajících prodejen, abychom zákazníkům zajistili pohodlné nákupy v moderním, vzdušném prostředí. Letos máme v plánu otevřít 10–15 nových poboček a zároveň zmodernizovat 15 stá-

vajících prodejen,“ komentovala úpravy prodejen a expanzi společnosti ROSSMANN v posledním roce Olga Stanley.

Projekty na téma ekologie

Jedním z pilířů, na kterém je postaven ekonomický úspěch společnosti, je ekologicky odpovědné podnikání. ROSSMANN se dlouhodobě profiluje jako společensky odpovědná firma, která nabízí udržitelné produkty ohleduplné k životnímu prostředí. Privátní značky se pyšní pečeti Receptura bez mikroplastů. Stále více produktů privátních značek má také obaly vyrobené z recyklovaného plastu. V roce 2019 navíc ROSSMANN zavedl ve vybraných prodejnách plnicí stanice na značkovou drogerii bez obalu, kde si mohou zákazníci stáčet tekuté mycí a čisticí prostředky, drogerii a kosmetiku do opakovaně použitelných nádob.

ROSSMANN věnuje svou pozornost rovněž dalším aktivitám spojeným s trvalou udržitelností. Během pětileté spolupráce se společností Henkel ČR divizí Beauty Care na projektu Vraťte stromům korunu se podařilo získat finanční prostředky na výsadbu více než 1600 vzrostlých stromů po celé České republice. Motivovat spotřebitele k dlouhodobě udržitelnému a odpovědnému chování se ROSSMANN snaží také pomocí nové vzdělávací kampaně Každý krok se počítá, ve které chce společně se společností Procter & Gamble upozornit na to, že každý z nás svým chováním ovlivňuje budoucnost naší planety.

ROSSMANN je tam, kde srdce pomáhá

Za úspěchem drogistické sítě ROSSMANN stojí i její dlouhodobá strategie společenské odpovědnosti, která propojuje charitativní činnost s dalšími aktivitami společnosti a je také úzce provázána s celkovou komunikací značky ROSSMANN – A život je krásnější. V roce 2020 například odstartoval ROSSMANN vlastní charitativní projekt KDE SRDCE POMÁHÁ zaměřený na podporu těch, kteří se ocitli v nelehké životní situaci. V rámci projektu mohou zákazníci své nevyčerpané body z věrnostního programu ROSSMANN CLUB proměnit v dobrý skutek.

Projekt KDE SRDCE POMÁHÁ volně navazuje na úspěšný charitativní projekt Dejme úsměv dětem, který vznikl v roce 2009 ve spolupráci s Nadací Naše dítě. Od té doby ROSSMANN věnoval na dobročinné účely více než 62 milionů Kč. „Loni jsme se vzhledem k pandemické situaci soustředili hlavně na pomoc lidem v nouzi, seniorům a dětem s vážnými zdravotními problémy. Jen v rámci projektu KDE SRDCE POMÁHÁ jsme věnovali částku ve výši čtyř milionů korun. Příští vlnu tohoto projektu připravujeme na letošní duben,“ uvedla Olga Stanley.

(tz)



Strach o místo způsobil růst zájmu o vzdělávání v technologiích

V důsledku koronavirové pandemie roste strach ze ztráty zaměstnání. Lidé proto hledají způsoby, jak upevnit svou pozici nebo zvýšit svou uplatnitelnost na trhu práce. Za řešení považují v rostoucím počtu případů rekválifikaci a získávání nových dovedností souvisejících s digitalizací. Vyplývá to z posledního globálního průzkumu Workmonitor personálně poradenské společnosti Randstad.

Na 27 % dotazovaných uvedlo, že v jejich současném zaměstnání to bylo velmi obtížné a komplikované, aby se naučili nové dovednosti a přizpůsobili se práci v pandemii. Větší objem školicích programů by v práci ocenila více než třetina respondentů, 40 % pak uvádí, že se snaží naučit se novým dovednostem požadovaným v dnešním digitálním věku sami. Zvyšování kvalifikace a rekválifikace je přitom zásadní nejen

pro zaměstnané, ale také pro lidi bez práce. „Potřeba zvyšovat kvalifikaci nabyla na důležitosti zejména v době pandemie, kdy se většina aktivit přesunula do online prostoru a firmy intenzivně digitalizovaly své provozy a zaváděly nové technologie. Lidé si uvědomili, že k jejich využívání potřebují nové kompetence. Právě z důvodu nedostatku takových znalostí se pak bojí o svoji pozici ve firmě,“ komentovala Alžběta Honsová, marketingová manažerka české pobočky společnosti Randstad. O obavách z propuštění svědčí i fakt, že pětina respondentů průzkumu by kvůli udržení pracovního místa byla ochotna pracovat více hodin bez nároku na kompenzaci. Třetina zase uvedla, že v případě nutnosti by ve společnosti převzala i jinou roli.

Z průzkumu Workmonitor dále vyplynulo, že většina pracovníků považuje rozšiřování dovedností za odpovědnost sdílenou zaměstnanci i zaměstnavateli. Přesto, že až 79 % dotázaných

fírem uvádí, že mají vybavení a technologie potřebné k přizpůsobení se digitalizaci, se vzděláváním svých zaměstnanců a jejich rekválifikací ve svých plánech vesměs nepočítají. K jejich prioritám dle průzkumu Pulse Survey personálně poradenské společnosti Randstad budou v roce 2021 patřit v první řadě investice do bezpečnosti a zajištění zdraví zaměstnanců, udržení businessu v chodu, udržování vztahů s klienty a dodavateli, zajištění procesů a udržení produktivity.

„Přitom ale nutnost přeškolení nebo navyšení kvalifikace jde ruku v ruce s pokračující automatizací a digitalizací ve firmách, které pandemie obvykle výrazně urychlila. Firmy se již nyní dostávají do situace, že v otázce technologií jsou napřed před úrovní znalostí svých zaměstnanců i volných kandidátů na trhu, a to se může ukázat jako zásadní brzda v úspěšném rozvoji,“ dodala Alžběta Honsová.

Letošní rok přinese další tlak na flexibilitu a agilitu v podnikání, firmy se budou snažit minimalizovat rizika a budou dávat přednost vytváření specializovaných projektů a na ně dedikovaných týmů. K tomu ovšem patří také schopnost rychle sehnat ty správné lidi se správnými znalostmi, což v situaci, kdy firmy nebudou moci investovat do zvyšování kvalifikace svých zaměstnanců, může být kámen úrazu. To potvrzují také výsledky průzkumu Workmonitor, podle kterých se více než polovina respondentů domnívá, že ve světě po covidu-19 budou mít zaměstnavatelé problém najít ty správné talenty a zaměstnance. „Pozitivní na pandemickém roce bylo to, že ukázal, co vše je možné přesunout do online prostředí, a zrovna v případě školení a vzdělávání umožnil nebyvalý rozmach. Vyčlenění lidských i finančních kapacit tímto směrem by mělo být pro letošek jednou z priorit každé firmy,“ uzavřela Alžběta Honsová. (tz)

TECHO změnilo jméno na Ahrend

TECHO, a.s., oznámilo, že od 1. ledna 2021 nese jméno Ahrend. Od akvizice skupinou Ahrend, evropského lídra v oblasti kancelářského nábytku, se společnost TECHNO dařilo úspěšně budovat svou pozici na trhu střední a východní Evropy. Přijetí jména Ahrend s jeho 125letou historií podtrhuje integraci TECHNO v rámci celé skupiny a pro českou firmu znamená nejen obrovský závazek, ale i příležitost do budoucna. Společnost tak upevňuje své postavení na světových trzích a zároveň plánuje významné investice.

S účinností od 1. ledna 2021 TECHNO vystupuje a obchoduje pod jménem Ahrend. Převzetí názvu je závěrečným krokem v rámci spojení se skupinou Ahrend, které započalo v roce 2005. Od té doby se TECHNO stalo lídrem na trhu střední a východní Evropy. Samotná změna jména podtrhuje důležitost strategie „jedné společnosti“, jejímž cílem je poskytovat ty nejlepší služby zákazníkům po celém světě. Název TECHNO zůstane zachován pro produktovou řa-

du, která bude součástí celé nabídky skupiny Ahrend. „Tímto krokem jsme dokončili dlouholetou práci na upevnění pozice plnohodnotného člena skupiny Royal Ahrend a se ctí nově ponese toto jméno,“ řekl Jiří Kejval, předseda představenstva Ahrend CEE (TECHO) a viceprezident skupiny Royal Ahrend. Skupina Ahrend získala titul „royal“ v roce 1996 při příležitosti 100. výročí svého založení. Královský titul uděluje nizozemský panovník pouze těm

podnikům, které existují alespoň 100 let, mají nadnárodní význam, jsou lídry ve svém oboru a po celou dobu své existence se těší dobré pověsti. „Toto přejmenování a obchodní spojení představuje skvělý potenciál pro rozšiřování naší mezinárodní klientely. Královský titul s sebou nese také obrovský kus zodpovědnosti,“ doplňuje obchodní ředitel a člen představenstva Ahrend CEE (TECHO) Ing. Petr Hampl.

S využitím synergií a obchodních příležitostí mezi sesterskými pobočkami po celém světě se Ahrend CEE bude nadále soustředit na zvyšování úrovně poskytovaných služeb a na rozšiřování produktového portfolia. „Díky spojení v rámci skupiny Royal Ahrend jsme se stali nedílnou součástí jednoho z největších a nejstabilnějších hráčů na trhu s kancelářským nábytkem na světě, a otevírá se nám tak cesta pro velké strategické investice,“ nastínila budoucnost firmy Alžběta Procházková-Šimonková, finanční a výkonná ředitelka Ahrend CEE (TECHO).

Společnost Royal Ahrend byla založena roku 1896 v Amsterdamu a v současnosti patří

k největším světovým výrobcům kancelářského nábytku. Jejím posláním je vytvářet inspirativní pracovní prostory a moderní systémy kancelářského nábytku, které jsou dodávány klientům po celém světě.

Systémy kancelářského nábytku a prostorová řešení jsou navrhována s cílem optimalizovat pracovní prostředí zaměstnanců s důrazem na jejich zdraví, pracovní pohodu a produktivitu. Produkty Royal Ahrend jsou světově uznávány pro svoji udržitelnost a charakteristický, nadčasový nizozemský design. Společnost provozuje své pobočky ve více než 25 zemích v Evropě, na Středním východě a v Asii skrze své světově proslulé produktové řady: Ahrend, Gispen, Presikhaaf a TECHNO.

Skupina Royal Ahrend udává krok celému odvětví na poli ekologické udržitelnosti, obdržela certifikát Cradle2Cradle a současně je členem nadace EllenMcArthur CE100. Společnost zaměstnává na 1700 lidí. V roce 2019 příjmy společnosti dosáhly 347 miliónů eur. (tz)

www.ahrend.cz

Češi jsou ohledně svých dat největší tajnůstkáři v Evropě

Uživatelé internetu napříč Evropou si nejvíce chrání data o své finanční situaci, zároveň je v digitálním prostředí nejméně sdílí s dalšími stranami. Češi jsou, co se týče sdílení dat, dokonce nejvíce „tajnůstkářským“ národem v Evropě.

Mezi data, která přesto sdílejí ochotněji obchodům, službám a aplikacím, patří kontaktní údaje (44 %). Téměř dvě pětiny Čechů (39 %) poskytují třetím stranám své osobní informace. Třetí nejčastěji sdílenou položkou jsou data o nákupním chování a oblíbených výrobcích či značkách (37 %). Oproti jiným národům jsou však čeští spotřebitelé stále rezervovaní, ačkoliv se zneužitím dat nemají ve většině špatné zkušenosti. Ukazuje to mezinárodní průzkum EOS KSI, který se zabýval aktuální hodnotou dat internetových uživatelů.

Kontaktní údaje, osobní informace, nákupní chování a podrobnosti o oblíbených značkách patří do kategorie, kterou Češi s třetími stranami sdílejí nejochotněji. Naopak zdravotní data si chrání Češi nejvíce a sdílejí málokdy (10 %). Zdrženlivější jsou oproti ostatním evropským státům i při sdílení dat o poloze, GPS a pohybu. S třetími stranami polohu sdílí třetina (27 %). „Data jsou samozřejmě cenným komerčním nástrojem. Často však mohou výrazně pomoci, například záchranným složkám s určením polohy ohroženého či při kontaktu s nakaženou osobou. Sdílení dat finančního charakteru může například umožnit společností lépe pomoci zadluženým klientům se splácením úvěrů, jako se děje v našem sektoru. Obezřetnost je jistě chvályhod-

ná, lidé by však měli poznat hranici, kdy tajnůstkářství může škodit jim samým,“ vysvětlil Vladimír Vachel z inkasní agentury EOS KSI.

Paradoxem ale je, že téměř dvě třetiny Čechů (61 %) nemají se sdílením dat třetími stranami špatné zkušenosti nebo o nich nevědí. Čeští spotřebitelé nejsou vůči společnostem a sdílení dat ani výrazně skeptičtí. Nedůvěřiví jsou dokonce méně, než je evropský průměr. Tento přístup potvrzuje další nesrovnalost v chování na internetu – čtvrtina (25 %) například nijak neupravuje nastavení cookies souborů na jednotlivých webových stránkách a automaticky jim uděluje svůj souhlas.

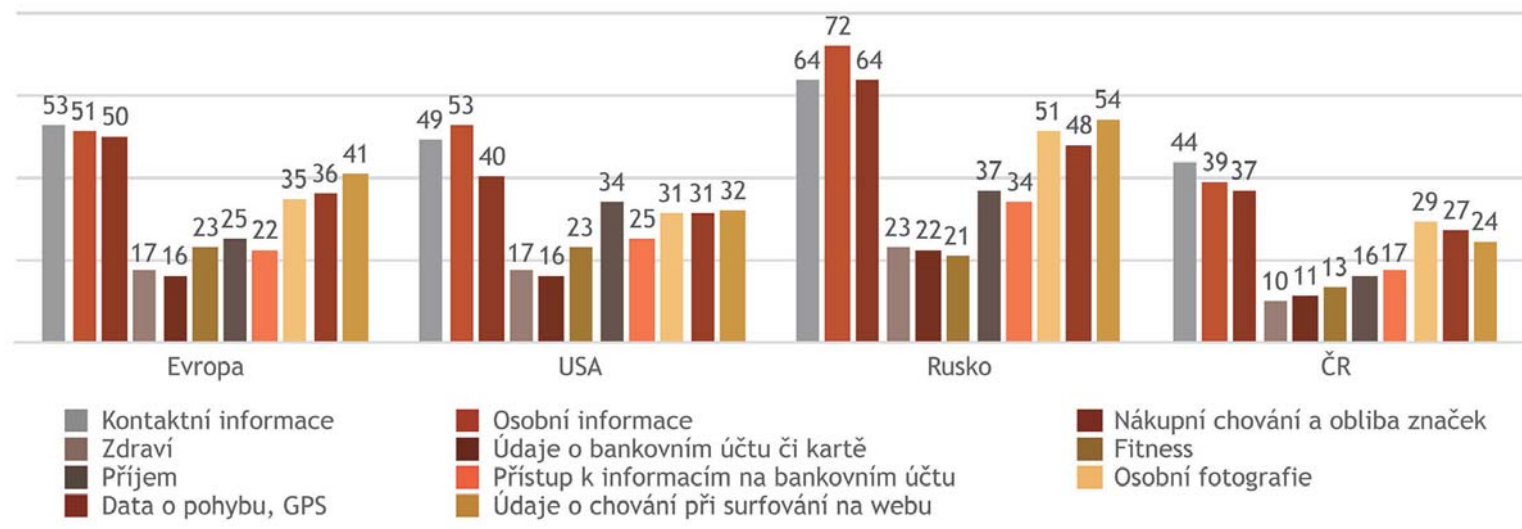
„Cookies jsou pěknou ukázkou, usnadňují personalizaci webu, díky nim web ví, jaké nastave-

ní si uživatel při minulé návštěvě vybral nebo jaké osobní údaje má předvyplnit do formuláře. Webovému prohlížeči o sobě dovolujeme vědět relativně mnoho,“ poznamenal Vladimír Vachel a doplnil: „Výsledky průzkumu ukazují, že je v naší zemi třeba silně budovat digitální důvěru a gramotnost ohledně sdílení dat. Také bojovat proti dezinformacím, které okolo zneužití dat panují a výhody digitalizace zpomalují. Velká odpovědnost edukace je právě na straně firem.“

EOS KSI Česká republika, s.r.o., je součástí nadnárodní sítě 50 společností působících ve více než 25 zemích, které se specializují na finanční služby a všechny aspekty vymáhání pohledávek. Skupina EOS byla založena v roce 1974. EOS je

spolehlivý partner, známý nejvyšší úrovní služeb. Své finance společnosti do péče svěřují významné banky, pojišťovny, leasingové společnosti a poskytovatelé spotřebitelských úvěrů, ale také společnosti z oblasti telekomunikací, velkoobchodu a maloobchodu. Centrála skupiny se nachází v Hamburku (Německo). Kromě Německa je skupina EOS přímo zastoupena v Belgii, Bosně a Hercegovině, Bulharsku, Černé Hoře, České republice, Dánsku, Francii, Chorvatsku, Irsku, Kanadě, Maďarsku, Makedonii, Nizozemsku, Polsku, Rakousku, Rumunsku, Rusku, Řecku, Slovensku, Slovinsku, Spojených státech, Srbsku, Španělsku, Švýcarsku a ve Velké Británii. A nepřímo pak v dalších 150 zemích světa. (tz)

Data, která nejčastěji sdílíme s třetími stranami (v %)



ČLFA: Potíže s likviditou řeší podnikatelé pomocí factoringu

Nedostatek likvidity, způsobený narušením zaběhnutých obchodních vztahů protiepidemickými opatřeními, řeší firmy také prostřednictvím factoringu, který je založen na postoupení pohledávek vyplývajících z vystavených faktur s delší dobou splatnosti. „V době pandemie factoring oslovuje i specifickou zákaznickou skupinu – malé a střední podniky z nejvíce zasažených odvětví,“ řekl Jaroslav Krutilek, generální tajemník České leasingové a finanční asociace, která sdružuje přední factoringové společnosti působící na našem trhu. Podle údajů asociace dosahovala na konci třetího čtvrtletí loňského roku hodnota pohledávek postoupených na největší tuzemské poskytovatele factoringu 129 miliard korun. Jaroslava Krutílka jsme se proto zeptali:

Co vede postižené podniky k tomu, že se zajímají o factoring?

Jednou z mnoha komplikací, které koronavirová krize způsobila firemní sféře, je nabourání osvědčených dodavatelsko-odběratelských vazeb. Opakované uzavírání a otevírání prodejen i výrobních hal zvyšuje tlak na cash-flow celého dodavatelsko-odběratelského řetězce a projevuje se mimo jiné prodlužující se dobou splatnosti vystavených faktur. Výsledkem je nedostatek

provozního kapitálu, s nímž nejvíce bojují malé a střední podniky. Tedy sektor ekonomiky, který opatřeními přijatými na potlačení nákazy trpí zdaleka nejvíce. Potíže s délkou splatnosti lze přitom řešit poměrně snadno, a to právě pomocí factoringu. Řada podniků tento osvědčený nástroj objevuje až pod tíhou současné krize způsobené celosvětovou koronavirovou pandemií.

V jakých oborech tyto firmy působí?

V posledních měsících se na factoringové společnosti stále častěji obracejí firmy a podnikatelé, kteří dříve neměli s factoringem žádnou zkušenost. Teď mají velké problémy s cash-flow a hledají nové finanční zdroje. Typickým příkladem jsou menší a střední podniky působící jako dodavatelé ve spotřebním průmyslu, ale třeba i autodopravci. Tyto firmy se potýkají s odloženými nebo nedokončenými zakázkami, v nichž mají proinvestováno spoustu peněz. Teď čekají, až jejich dlouhodobí odběratelé budou moci plnohodnotně obnovit svůj business. Mezitím ale musí získat prostředky na vlastní provoz.

Mohl byste stručně popsat, jak factoring funguje?

Princip factoringu spočívá v postoupení pohledávek na factoringovou společnost. Ta klientovi bezodkladně proplatí podstatnou část fakturo-

vané částky a zátěž delší splatnosti převezme na sebe. Při posuzování žádosti o factoringové financování je klíčová stabilita a potenciál obchodního vztahu mezi žadatelem a jeho odběrateli. Factoring je totiž ze své podstaty založen na dlouhodobé spolupráci, nejde tedy o nástroj k nápravě nahodilých problematických kontraktů. Zpravidla řeší potíže s likviditou, které vznikají u výrobce kvůli požadavkům na pozdější úhrady ze strany jeho odběratelů nebo tím, že z konkurenčních důvodů sám poskytuje delší dobu splatnosti. Rozhodující je tedy charakter pohledávek, které lze do financování zapojit. Mělo by jít o pohledávky se smluvně dojednanou splatností mezi 30 a 150 dny vznikajícími z dodávek stabilnímu okruhu odběratelů. Spíše než obor podnikání je tedy důležité, nakolik pohledávky tyto předpoklady plní.

A jak jsou smluvně ošetřeny vztahy mezi factoringovou společností, zákazníkem a jeho odběrateli?

Smluvní vztah s factoringovou společností uzavírá dodavatel, který jí postupuje pohledávky za portfoliem odběratelů, které si předem odsouhlasili. Záhy po postoupení pohledávky uvolní factoringová společnost (v odborných kruzích se pro ni používá také termín factor) na účet klienta částku, s níž může libovolně nakládat. Dodavatel tak má podstatnou část peněz k dispozici okamžitě a nemusí čekat, až zaplatí jeho odběratel v dohodnuté splatnosti. Vyplacená částka vychází z hodnoty postoupené pohledávky a může dosáhnout až 90 % této sumy. Po úhradě odběratele na účet factoringové společnosti je transakce zúčtována a klient od factora obdrží doplatek. Nastavení procesů spojených s výměnou informací o postupovaných pohledávkách a jejich úhradách je jednoduchá jednorázová záležitost. K uzavírání smluv pak dochází v podstatě automaticky, veškeré činnosti jsou realizovány elektronicky.

Nabízejí factoringové společnosti i nějaké doplňkové služby?

Informace o nově vznikajících pohledávkách klient předává factoringové společnosti přes příslušné systémy a internetové aplikace. Jejich prostřednictvím má klient zároveň k dispozici všechny údaje o nároku na financování, úhradách a platebním chování svých odběratelů. Kromě provozního financování získává i profesionální službu správy a inkasa pohledávek a v případě využití takzvaného bezregresního factoringu s pojištěním pohledávek také ochranu proti finančním ztrátám z nedobytných pohledávek.



Jaroslav Krutilek, generální tajemník České leasingové a finanční asociace

Silnou stránkou factoringu je kromě jeho komplexnosti i flexibilita a rychlost, se kterou reaguje na klientovy finanční potřeby v případě sezónních výkyvů dodávek, nárůstu počtu nových odběratelů a podobně. Cílem je, aby klient bezproblémově profinancoval své závazky, zefektivnil inkaso svých pohledávek a zlepšil platební morálku odběratelů.

Factoring je určitě podle jistých pravidel zpoplatněn...

Náklady na factoring se skládají ze dvou složek: z factoringového poplatku za vlastní postoupení pohledávky a z úroku z čerpaných částek. Zatímco factoringový poplatek se stanovuje procentem z nominální hodnoty pohledávky, úroková sazba aplikovaná na čerpané zdroje se pohybuje na úrovni běžných kontokorentních úvěrů.

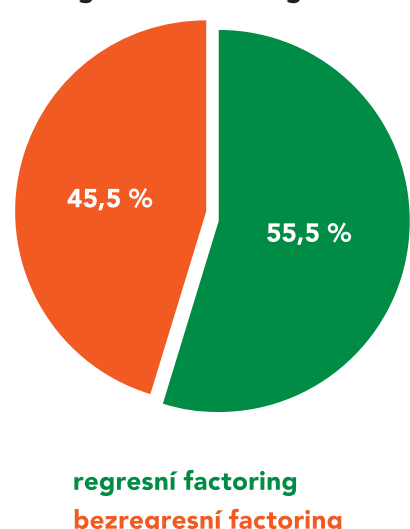
Podle čeho se má zájemce orientovat na factoringovém trhu?

Při volbě factoringové společnosti je vhodné zaměřit se na velké poskytovatele s delší historií. Většina z nich je členem silných bankovních skupin nebo renomovaných nadnárodních institucí. Mohou tak factoring vhodně kombinovat s úvěrovým financováním a ostatními bankovními službami. Dobrým vodítkem je členství v České leasingové a finanční asociaci, jejíž členové se hlásí k přísným etickým kodexům asociace v oblasti přístupu ke klientům a jejich informování. V současnosti je členem ČLFA pět factoringových společností: Bibby Financial Services, ČSOB Factoring, Factoring České spořitelny, Factoring KB a UniCredit Factoring Czech Republic and Slovakia. Mezi významné poskytovatele factoringu patří i Raiffeisenbank, která je členem České bankovní asociace. Všechny jmenované společnosti jsou zároveň členy Asociace factoringových společností České republiky.

ptal se Pavel Hálek

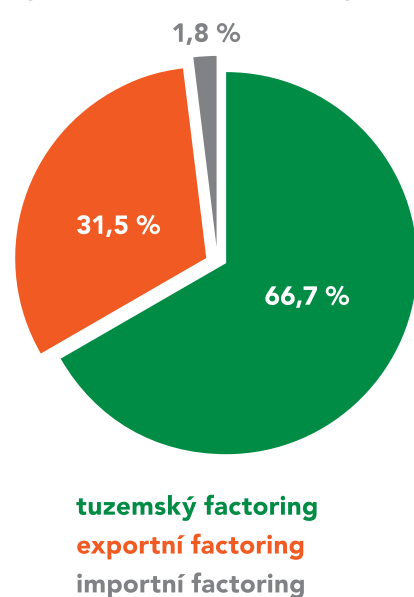
V České republice volí většina zákazníků regresní factoring, při němž factoringová společnost nepřebírá riziko platební neschopnosti odběratele klienta. Z hlediska regionálního zaměření převládá poptávka po tuzemském factoringu.

Podíl regresního a bezregresního factoringu



zdroj: ČLFA, údaje jsou za 1.–3. čtvrtletí 2020

Regionální zaměření factoringu



ČSOB Bohatství největším fondem na českém trhu

Objem majetku ve fondu ČSOB Bohatství překročil hranici 30 miliard korun. Stal se tak největším fondem na českém trhu. Ilustruje to velkou změnu v chování investorů, kteří oceňují kombinaci kvalitních akcií a dluhopisů pod jednou střechou.

Fond ČSOB Bohatství ztělesňuje velkou změnu v chování českých drobných investorů. Na počátku milénia byly největší fondy peněžního trhu a dluhopisové fondy. Tehdejší doba vysokých úrokových sazeb byla pro investory z dnešního pohledu velmi jednoduchá. Poté přišlo období preference realitního trhu, který však byl velmi úzce, a tedy rizikověji zaměřen. Svět investování se proměňuje, období nízkých sazeb vede klienty k nutnosti nového pohledu. Nyní oceňují kombinaci kvalitních růstových akcií a větší stabilitu dluhopisů. Podílníci fondu ČSOB Bohatství celou řadu firem, jejichž akcie fond drží, velmi dobře znají jako spotřebitelé. Největšími pozicemi ve fondu jsou totiž firmy

jako Apple, Microsoft, Alphabet (Google), Amazon či Visa.

Jde o smíšený fond, který ve svém neutrálním nastavení kombinuje 40 % akcií a 60 % dluhopisů. Investiční strategie je realizována prostřednictvím důkladného výběru přímých titulů. Správce fondu spolu s týmem analytiků vybírá kvalitní akciové tituly i emise dluhopisů. Akciová část je naplněna zhruba stovkou akcií. Akcie firem představují zajímavý růstový potenciál, zatímco dluhopisová složka využívá mimo jiné bezpečnějších českých státních dluhopisů. Fond si však udržuje doplňkovou pozici i v dluhopisech tzv. neinvestičního stupně, které mají vyšší výnosový potenciál. Fond je prověřený časem. Je jedním z nejstarších fondů na českém trhu, mezitím dorostl do největšího fondu a od roku 2003 zhodnotil prostředky svých podílníků celkově o 82 %, což odpovídá po započtení poplatků ročnímu výnosu 3,5 %, to navzdory koronavirové krizi, ale i té velké hypoteční před 12 lety. Osvědčil se jako ideální nástroj na uchování kupní síly peněz a pokrytí inflace.

„Sázka na firmy s nízkým zadlužením a silným růstovým příběhem podpořeným celospolečenskými trendy se vyplatila. Není náhoda, že se mnoho těchto firem nachází v technologickém sektoru. Rok 2020 navíc zesílil mnohé trendy, které se začaly formovat již v minulosti. Se zavřenými kamennými obchody se ukazuje, že kdo nebudoval e-shop, táhla za kratší konec. Podobných příběhů lze najít více a největší pozice fondu tyto příběhy vyprávějí, ať už jde o Amazon, Apple, Microsoft, nebo Walt Disney,“ řekl portfolio manažer akciové části Pavel Kopeček.

„V roce 2020 se opět ukázalo, že je důležité investice udržet v každém období. Zhruba polovinu dluhopisového portfolia držíme v českých státních dluhopisech. Máme však také pozici ve vysokovýnosových dluhopisech neinvestičního stupně, které našim klientům pomáhají přinést výnos pokrývající inflaci. Při vyhledávání investičních příležitostí na dluhopisovém trhu máme ovšem stále na paměti, že dluhopisy slouží v portfoliu především jako stabilizační složka,“

dodal Martin Horák, který se stará o dluhopisovou část. Do fondu investují většinou ženy (z 52,2 %). Fond je nabízen klientům v České republice, zhruba polovina jeho držitelů má u ČSOB běžný účet nebo některou z variant pojištění. Fond má velké ambice omladit svoji klientskou základnu, k čemuž by měl přispět i rozjezd inovativní služby ČSOB Drobné.

ČSOB Drobné jsou novinkou na českém trhu. Jde o unikátní spojení světa plateb se světem investování. Drobné každou platbu kartou zaokrouhlí na nejbližších vyšších 20 korun a zaokrouhlené drobné odloží do virtuálního prasačka. Až drobné dosáhnou 300 korun, automaticky se zainvestují do fondu ČSOB Bohatství. Služba ČSOB Drobné je zcela zdarma, bez vstupních poplatků a může si ji sjednat každý klient ČSOB online či na kterékoliv pobočce. Odkládat si drobné částky, které nikoho nebolí, při platbách za zboží či služby a zároveň do těchto společností a značek prostřednictvím fondu investovat, to je příběh, který ČSOB Drobné a fond ČSOB Bohatství spojuje. (tz)

Představujeme IP mediační centrum Praha



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

Cílem tohoto příspěvku je představit nově založené IP mediační centrum Praha, zapsaný ústav, jehož zakladatelem je společnost JUDr. David Karabec, s.r.o., která je specializovanou konzultační, poradenskou a vzdělávací společností se zaměřením na ochranu autorských a průmyslových práv, know-how, obchodní tajemství, licence, nekalou soutěž a franchising.



IP MEDIAČNÍ CENTRUM PRAHA
zapsaný ústav

Vizí ústavu je provozování společensky užitečné činnosti v oblasti ochrany duševního vlastnictví se zaměřením na alternativní

řešení sporů (ADR) v této oblasti, zejména formou mediací, jakož i na vzdělávací, publikační a výzkumnou činnost s tím související. Logo ústavu proto vyjadřuje spolupráci, tvořivost a sbližování sporných stran (dvou a více) vedoucí ke společnému cíli, kterým je dohoda. Mezi stranami stojí mediátor (modré pole), který pomáhá stranám nalézat řešení jejich sporu. Současně toto logo vyzařuje energii a šíření myšlenek do všech světových stran a otevřenost novým myšlenkám. Zvolené barvy jsou modrá – jako barva spolehlivosti, inspirace a naděje, hnědozlatá – jako barva tradice, šarmu a sebevědomí.

Hlavní činnost ústavu spočívá na těchto čtyřech základních pilířích:

1. Poznatky o ochraně IP

Ústav zprostředkovává malým a středním podnikům, jakož i vysokým školám, univerzitám, výzkumným a vývojovým organizacím, odborné veřejnosti z řad vynálezců a dalším zájemcům poznatky o ochraně duševního vlastnictví, know-how a obchodního tajemství, jakož i nekalé soutěže, a způsobech alternativního řešení sporů (ADR), zejména formou mediací. Spolupracuje přitom s malými a středními podniky, vysokými školami a dalšími organizacemi, které se na činnosti ústavu podílejí. Například pro rok 2021 se bude ústav zaměřovat na informace ohledně implementace fondu Evropské komise COSME FUND pro malé a střední podniky pro obnovu ekonomiky po pandemii covid-19. Očekává se, že tento fond přispěje k rychlejšímu zotavení ekonomiky EU a k posílení růstu malých a středních podniků v EU, čímž si udrží konkurenceschopnost. Z tohoto fondu EUIPO bude financovat IP scan malým a středním podnikům (SME), přičemž SME refunduje 75 % této částky za poskytnuté služby. Specialisté z oboru duševního vlastnictví pomohou SME s určením hodnoty aktiv duševního vlastnictví. To usnadní SME vypracovat obchodní strategii



v duševním vlastnictví v současné době i v budoucnosti. Dále z tohoto fondu bude poskytována 50% dotace na přihlašovací poplatky pro ochranné známky a pro průmyslové vzory registrované u EUIPO nebo v národních úřadech. Podrobné informace o čerpání těchto dotací lze najít na webových stránkách EUIPO.

2. Znalostní podpora

Ústav se systematicky zaměřuje na získávání informací a podpory od WIPO, EUIPO, ÚPV v oblasti ochrany duševního vlastnictví a mediací. Pokud jde např. o spolupráci s WIPO, zdejší WIPO Center je neutrálním mezinárodním a neziskovým poskytovatelem řešení sporů se specializací na obchodní spory týkající se IP a technologií. Centrum WIPO aktivně pomáhá stranám předložit spory postupům WIPO ADR, pomáhá při výběru specializovaného mediátora, rozhodce (arbitrů) nebo odborníka z databáze WIPO Center a spravuje komunikaci a finance případu. Aby pomohlo časově a nákladově efektivní správě postupů podle svých pravidel, Centrum WIPO bezplatně poskytuje zúčastněným stranám řadu možností správy případů online, včetně online dokladů a online nástrojů pro jednání a slyšení. Centrum WIPO rovněž zpřístupňuje kontrolní seznam WIPO pro online vedení mediačních a arbitrážních řízení. V této souvislosti je důležité zmínit, že v listopadu 2020 bylo podepsáno memorandum o spolupráci mezi Světovou organizací duševního

vlastnictví a Úřadem průmyslového vlastnictví v oblasti řešení sporů o duševní vlastnictví alternativními metodami.

IP mediační centrum Praha systematicky shromažďuje znalostní podporu nejen od Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO), ale i od Evropské patentové organizace (EPO), Úřadu pro duševní vlastnictví Evropské unie (EUIPO) a Úřadu průmyslového vlastnictví (ÚPV) v oblasti ochrany duševního vlastnictví a řešení sporů s tím souvisejících prostřednictvím mediací. Za tím účelem úzce spolupracuje se všemi těmito organizacemi a konzultuje s nimi aktivně možnosti a způsoby efektivního využití alternativního řešení sporů v oblasti práv k duševnímu vlastnictví. Úřad pro duševní vlastnictví Evropské unie (EUIPO) poskytuje IP mediačnímu centru Praha znalostní podporu zejména v oblasti školení mediátorů a tvorby pravidel pro činnost ústavu a provádění mediací v oblasti IP v České republice.

Ústav úzce spolupracuje také s Úřadem průmyslového vlastnictví při vyhledávání možnosti, jak využívat ADR metod začlenit do procesů týkajících se ochrany duševního (a zejména průmyslového) vlastnictví, a to jak v řízeních před ÚPV, tak v řízeních následných. Díky spolupráci se Světovou organizací duševního vlastnictví (WIPO) a Úřadem Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) má ÚPV možnost využít jejich znalostní podporu a poskytnout odbornou platformu pro specializované mediátory v České republice. ÚPV podporuje zřízení ADR služeb na národní úrovni, zvyšování povědomí o službách ADR mezi uživateli systému ochrany duševního vlastnictví a posiluje spolupráci s dalšími partnery na mezinárodní, regionální a národní úrovni.

3. Přednášková a publikační činnost

Ústav dále zajišťuje a zprostředkovává přednáškovou činnost v oblasti alternativního řešení sporů (ADR) a ochrany duševního vlastnictví ve spolupráci s Úřadem průmyslového vlastnictví, Evropským úřadem pro duševní vlastnictví, Světovou organizací duševního vlastnictví a dalšími organizacemi. Například pro rok 2021 doporučuje webinář pořádaný Světovou organizací duševního vlastnictví (WIPO) o systému alternativního (mimosoudního) řešení sporů (ADR) WIPO v oblasti informačních a komunikačních technologií (ICT), který se koná 23. února 2021 – více na www.upv.cz/cs/upv/aktuality/aktual2009/2302_webinar_wipo.html. Ústav také zprostředkovává pro zájemce specializované webináře pořádané EUIPO – více na euipo.europa.eu/ohimportal/cs/learning. Pokud jde o publikační činnost, ústav zajišťuje publikační činnost v oblasti alternativního řeše-

ní sporů (ADR) a ochrany duševního vlastnictví ve spolupráci s předními odborníky z praxe a zprostředkovává zájemcům informace ze specializovaných informačních portálů, se kterými spolupracuje.

4. Služby mediátorům

Ústav však zejména zprostředkovává zájemcům o činnost mediátora odborné znalosti v oblasti ochrany duševního vlastnictví a školí je pro oblast duševního vlastnictví ve spolupráci zejména s WIPO, EPO, EUIPO a ÚPV. Ústav také organizačně a technicky podporuje provádění mediací v oblasti ochrany duševního vlastnictví prostřednictvím proškolených mediátorů podle pravidel (ADR) IP mediačního centra Praha, která byla vytvořena ve spolupráci s odborníky v této oblasti. Za tímto účelem ústav spolupracuje s Českou advokátní komorou a Komorou patentových zástupců České republiky a dalšími subjekty. Ústav školí zapsané mediátory i zájemce o tuto činnost v oblasti ochrany duševního vlastnictví. Ústav vede seznamy proškolených zapsaných mediátorů v oblasti duševního vlastnictví a připravuje IP specialisty ke zkouškám zapsaných mediátorů podle zákona č. 202/2012 Sb., o mediaci. Ústav ve spolupráci s EUIPO (Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví) zajistil na rok 2021 proškolení prvních mediátorů v oblasti ochrany duševního vlastnictví.

Dlouhodobým cílem ústavu je podporovat ochranu duševního vlastnictví ve výzkumu a vývoji, zejména patentů s komerčním potenciálem, jakož i využívání patentových informací před formulací vědeckých, výzkumných a inovačních záměrů, podporovat promyšlené nastavení licenční politiky a řešení sporů v oblasti ochrany duševního vlastnictví formou ADR metod, zejména formou mediací, neboť to vše může významně pomoci České republice zařadit se mezi inovační lídry Evropy a stát se zemí technologické budoucnosti.

Posláním ústavu je za podpory ÚPV, WIPO, EUIPO a dalších organizací a odborníků zvýšit povědomí o ochraně duševního vlastnictví v oblasti výzkumu, vývoje a inovací, mezi malými a středními podniky, jakož i při transferu poznatků a technologií do aplikační sféry, včetně prosazování alternativního řešení sporů s tím souvisejících.

Kontakty:

IP mediační centrum Praha, zapsaný ústav
Na Stráži 1306/5, 180 00 Praha 8
tel.: +420 283 843 130, mobil: +420 602 331 905
e-mail: info@ipmediace.cz
www.ipmediace.cz

JUDr. David Karabec, MPA

Patent pro unikátní ochranné masky, které filtrují i vydechovaný vzduch

Společnost Avec Chem, největší český výrobce ochranných prostředků dýchacích cest, zahájila výrobu polomasek filtrujících vdechovaný i vydechovaný vzduch. Na jedinečný systém konstrukce polomasky s filtry i na výdechových komorách získala společnou patent. Uplatnění výrobek najde zejména v nemocnicích a domovech seniorů, kde je nutné předejít riziku zavlečení nákazy onemocněním covid-19 zvenčí.

Produkce polomasek s oboustrannou filtrací je součástí 30milionové investice firmy do úprav výrobních procesů a také robotizace. Avec Chem získala na unikátní novinku patent.

„Myšlenka polomasky s oboustrannou filtrací nevznikla náhodou. Už od jara jsou mnozí lidé v situaci, kdy nemohou navštívit své blízké v nemocnicích, pečovatelských zařízeních, nebo i doma v obavách o jejich zdraví. Teď jim ale konečně můžeme nabídnout ochranu nejen před vdechnutím viru, ale i před tím, aby svým virovým onemocněním ohrozili ostatní. Cesta od prvotního nápadu až po výrobu nových polomasek ale nebyla jednoduchá,“ sdělil Michal Filipi, jednatel české

firmy Avec Chem. Společnost má s výrobou ochranných prostředků dýchacích cest zkušenosti už bezmála čtvrtstoletí, přesto vývoj nové polomasky trval několik měsíců. Největší výzvou bylo navrhnout její správnou ergonomii a přijít s funkčním systémem dvou výdechových filtrů spolu se speciální konstrukcí vstupního filtru. Ten musí dosahovat co možná nejmenšího odporu nejen při nádechu, ale i výdechu. „Patentovaná konstrukce polomasky dokázala odstranit i rizika, jako jsou zpětné vdechnutí kontaminovaného vzduchu nebo zabránit zvýšené koncentraci CO₂ v polomasce s negativním dopadem na fyzickou výkonnost uživatele,“ uvedl Michal Filipi.

Nové polomasky s oboustrannou filtrací vzduchu vyrábí Avec Chem ve svém závodě v Přelouči na Pardubicku. Loňská celková produkce filtrů na ochranu dýchacích cest překročila jeden milion kusů. „První větší odbytiště nových polomasek máme nyní v USA, polomasky jsou ale připraveny i pro domácí trh, zejména pro složky IZS, nemocniční zařízení, domovy seniorů nebo léčebny dlouhodobě nemocných. Aktuálně jsme připraveni zajistit výrobní kapacitu těchto polomasek v řádu desítek tisíc měsíčně,“ doplnil Michal Filipi.

Nové polomasky s oboustrannou filtrací vzduchu prošly testy certifikované zkušebny Výzkumného ústavu bezpečnosti práce a nadstandardně splňují i normy dané EU. Obličejová část polomasky stejně jako filtry se dají ošetřovat dezinfekčními prostředky běžně dostupnými ve zdravotnictví, a je tak možné prodloužit jejich životnost při zachování vysoké účinnosti.



Rodinná firma z východních Čech se začala zabývat podnikáním v oblasti ochranných prostředků dýchacích cest už v roce 1994, od roku 1997 pod názvem AVEC CHEM. Své sídlo našla nejprve ve Starém Mateřově na Pardubicích, v roce 2018 otevřela nový výrobní závod v Přelouči, ve kterém zaměstnává na 45 pracovníků. V roce 2020 přesáhly tržby firmy 160 milionů korun a celkové vyrobila více než milion kusů filtrů. Avec Chem je proexportní firmou, vyváží do více než 60 zemí po celém světě. V ČR dodává své výrobky zejména složkám IZS.

Společnost se v odvětví ochranných prostředků dýchacích cest specializuje zejména na výrobu filtrů pro ochranné masky všech typů, od protičástečných přes protiplynové, kombinované až po speciální, včetně filtrů zajišťujících ochranu před účinky toxických průmyslových látek i zbraní hromadného ničení (bojových biologických a chemických prostředků). Druhou část výrobního programu tvoří výroba kolektivních filtrů pro úkryty a vozidla. Součástí výrobního závodu je i laboratoř na výzkum a testování rezistenční doby, filtrační účinnosti a dalších parametrů ochranných filtrů, celoobličejových masek, polomasek a dalších ochranných prostředků. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Symbol kvalitního českého výrobku



Jediný český výrobce pro tepelné a zvukové izolace ze skleněných vláken, které slouží jak pro občanské, tak průmyslové a zemědělské stavby u nás a blízkých zahraničních sousedů. Firma Union Lesní brána, a.s., má nejen toto zásadní postavení na našem trhu, ale také dlouhou historii. V příštím roce to bude 150 let, kdy v Dubí u Teplic začala výroba, byť poněkud odlišného sortimentu v podobě tabulového a obalového skla. Dnes jde o nabídku vláknitých desek známou pod označením Rotaflex. Ve stavebnictví je to pojem, o němž nikdo nepochybuje. Mimo jiné i díky kvalitě, na niž si zde hodně dávají záležet. Jak potvrdil ředitel společnosti Ing. Jiří Zajíček, právě tuto orientaci nedávno posvětila i značka Czech Made:

Jste nejstarším a jediným českým výrobcem minerálních izolačních materiálů s patřičnou historií. Co zásadního jste přidali k letitým úspěchům a výsadnímu postavení na trhu v poslední době?

V roce 2022 oslaví naše továrna 150 let od svého vzniku, jsme tedy opravdu starým výrobcem. Abychom byli konkurenceschopní se zahraničními výrobky na našem trhu, jsme nuceni snižovat náklady, a tohoto efektu se snažíme do-



sáhnout modernizací výrobní linky. Příkladem může být loňský rok, kdy jsme zmodernizovali proces tavení a sušení a vytvrzování výrobků.

Pečlivě dbáte nejen na vztahy s odběrateli, ale také, a především na kvalitu. Jaké procesy řízení vám ji pomáhají dodržovat, kontrolovat, zvyšovat?

Máme certifikovaný systém managementu dle ISO 9001, který se týká kvality. V rámci toho máme zaveden proces kontroly kvality. Protože se snažíme vyloučit lidský faktor z kontroly kvality, v rámci modernizace výrobní linky směřujeme vývoj k automatickému sběru dat a jejich vyhodnocení.

Co pro vás osobně znamená pojem kvalita? Spokojený a vracející se zákazník, pochvalný dopis stavebníka nebo rostoucí obrát a zisk?

Spokojenost zákazníků sledujeme a pravidelně vyhodnocujeme. Jsme rádi za každou informaci, která by mohla zlepšit spolupráci mezi námi a zákazníkem. Vše se netočí jen okolo peněz, ale je důležité pro budoucnost společnosti plnit stanovené cíle, tak abychom se mohli posouvat dále jak z hlediska kvality, tak v environmentálních záležitostech. I v době koronavirové krize nám tržby prozatím neklesají a naši největší odběratelé objednávají naše výrobky i nadále.

Obdrželi jste značku Czech Made. Proč jste usilovali právě o ni?

Na našem trhu je možno získat celou řadu konkurenčních zahraničních izolačních vláknitých výrobků. Abychom utvrdili své zákazníky v tom, že naše výrobky jsou výrobky ryze českými, rozhodli jsem se pro získání značky Czech Made.

Měl proces přípravy na její získání pro vaši firmu zásadní význam, přinesl určitou zpětnou vazbu?

Naše firma má certifikovaný systém managementu podle mezinárodních norem ISO 9001,

14001 a 45001, což má zásadní vliv na kvalitu výrobku, takže získání značky Czech Made bylo jakýmsi bonusem.

Co vám souznění se značkou napovědělo, v čem je Czech Made užitečná?

Pro nás je značka Czech Made symbolem českého kvalitního výrobku s ověřenými vlastnostmi.

Budete se snažit posléze obhájit, být nositelem i dál?

Ano, máme to určitě v úmyslu.

ptala se Eva Brixí



Ing. Jiří Zajíček, ředitel společnosti Union Lesní brána, a.s.

České firmy tentokrát velmi dobře uspěly v mezinárodním kole soutěže inovací – Quality Innovation Award

Za rok 2020 se v mezinárodním kole soutěže Quality Innovation Award velmi dobře umístily společnosti z České republiky. Celkovým vítězem ceny v kategorii Mikro a startupové společnosti se stala česká společnost Berkhof Construction s.r.o., finalistou v kategorii Malé a střední podniky se stala společnost Radalytica a.s., dalším finalistou v kategorii Inovace oběhového hospodářství a uhlíkové neutrality je stala společnost SILON, s.r.o.

Zástupci z České republiky se soutěže účastní již osmým rokem a ročník 2020 byl doposud nejúspěšnějším z pohledu umístění i zapojení domácích firem.

Soutěže se v mezinárodním kole zúčastnilo celkem 416 inovací a nejlepších 25 bylo oceněno, z toho i tři české organizace se svými inovacemi. Kvůli pandemii covid-19 bylo tradiční slavnostní předání cen odloženo. V polovině dubna však bude hostitelem akce Srbská asociace kvality (SRMEK).

Vítězové Cen v každé kategorii tohoto klání jako vždy prošli přísnou metodikou hodnocení založenou na posouzení míry novosti, použitelnosti v praxi, její účinnosti a orientaci na zákazníka. Ti nejlepší byli vybráni zúčastněnými národními asociacemi kvality prostřednictvím přísného hlasovacího procesu.

„Systematicky podporujeme inovace a udržitelný rozvoj také mezi našimi mezinárodními

partnerskými organizacemi. Jednotlivé země stále častěji předkládají své inovace nejprve národnímu a poté mezinárodnímu hodnocení. Tímto způsobem se projekty automaticky zviditelní v mnoha zemích. Letos jsme Indii přivítali jako nového člena naší sítě,“ řekla Juha Ylä-Autio, předseda Quality Innovation Award.

Cena Quality Innovation Award byla čtrnáctým rokem uspořádána Finskou asociací kvality a národními organizacemi kvality. Partnerské organizace soutěže toho ročníku pocházely z Baskicka, Botswany, Číny, České republiky, Estonska, Maďarska, Indie, Izraele, Kazachstánu, Lotyšska, Litvy, Rwandy, Ruska, Jihoafrické republiky, Srbska, Španělska, Svazijska, Švédska a Zimbabwe.

Oceněné organizace z ČR:

Vítěz ceny (Award Winner) v kategorii Mikro-podniky a startupy: Berkhof Construction s.r.o. Inovace: Automatické rentgenové kontrolní a zobrazovací zařízení

Nový produkt Berkhof X-rad nabízí kontrolu produktů v plně automatickém režimu. Díky rentgenovému detektoru nové generace je možné provádět detekci i lehkých materiálů a jemných vnitřních defektů, což do této doby nebylo možné.

Finalista v kategorii Malé a střední podniky: Radalytica a.s.

Inovace: Kvalita 4.0 – Robotická nedestruktivní

kontrola pomocí zobrazovacích metod NDT – RadalyX

Jde o unikátní robotickou platformu schopnou nedestruktivního testování v široké oblasti zájmu napříč průmysly. Díky různým možnostem zobrazení, které lze kombinovat, je možné výsledky okamžitě vyhodnotit. Zobrazovací systém „RadalyX“ je díky kombinaci nejmodernějších zobrazovacích senzorů a robotů schopen výrazně rozšířit a vylepšit aplikovatelnost zobrazovacích metod na širší portfolio objektů jak v průmyslu, tak i ve vědě. Zjednodušeně lze říci, že tomograf se přenesl ke vzorku, nikoliv vzorek do tomografu, jak je to u běžných zařízení, čímž se eliminuje složitá manipulace s velkými nebo např. cennými objekty. Navíc lze RadalyX integrovat přímo do výrobní linky, což výrazně přispívá k optimalizaci výrobních procesů a kontroly kvality výrobku.

Finalista v kategorii Inovace oběhového hospodářství a uhlíková neutralita: SILON, s.r.o., Česká republika

Inovace: Vývoj nového high-tech produktu – vlákna SOFISIL

Společnost SILON vyvinula vysoce kvalitní polyesterové vlákno SOFISIL, které vyrábí z PET lahvi sesbíraných ze světového oceánu a jeho pobřeží. Vyvinutí vlákna SOFISIL přineslo zákazníkům nový produkt, který napomáhá k udržitelnosti přírodních zdrojů. SOFISIL je tedy přínosem pro zákazníky i přírodu a zároveň zlepšuje život lidem v rozvojových zemích,

kterí se zapojují do sběru plastového odpadu. Vzhledem k současné situaci znečištění oceánů je spuštění tohoto projektu velmi vítanou a žádanou inovací.

Celkovým vítězem celého ročníku Quality Innovation Award napříč všemi kategoriemi se stala První přidružená nemocnice, Sun Yat-sen University, Čína, za inovaci z kategorie Zdravotnictví: Transplantace orgánů bez ischemie se systémemovým zařízením a chirurgická inovace.

Transplantace orgánů bez ischemie znamená příchod éry „transplantace teplých orgánů“. Tato metoda výrazně zlepšuje výsledky transplantace.

Podle slov výkonného ředitele České společnosti pro jakost Ing. Petra Kotena jsou inovace jednou z cest, jak posunout zaměření celé české ekonomiky a udržet krok s vyspělým světem. K vyhlášení letošního ročníku dodal: „Máme velkou radost z mimořádného úspěchu českých firem v soutěži, oceněné organizace dělají výbornou reklamu celé České republice. Věřím, že jejich cestu budou v chystaném ročníku ceny následovat další zájemci.“

Letos byly v národním kole hodnoceny organizace v pěti kategoriích, z nichž tři uspěly se svojí inovací i v mezinárodním hodnocení soutěže. Česká společnost pro jakost jakožto zástupce partnerské organizace soutěže poskytuje přihlášeným organizacím plnou podporu v průběhu celého klání. Účast je bez poplatku. (tz)

Zájem firem o zkracování splatnosti faktur roste

Roger se celý rok věnoval navazování spoluprací především s e-commerce sektorem, který v době koronavirové krize znamenal pro většinu lidí jedinou možnost nákupu produktů. Rozvinul probíhající partnerství s Alzou a přidal se i MALL.CZ, Datart nebo Pilulka. Na co se v následujícím období mohou klienti a investoři připravit? A co říkají profinancované objemy o tom, jak české firmy zvládají krizi?

Malé a střední podniky se už téměř rok vypořádávají se zcela nepředvídatelnou situací nejen české, ale i celosvětové ekonomiky a hledají nové cesty k zajištění provozních financí potřebných na mzdy, plnění skladů a běžný chod firmy.

Kapitál, který zbytečně nestojí ve fakturách s dlouhou splatností, je využitelný na provoz nebo výplatu. Tento profinancovaný objem u Rogera během roku 2020 strmě rostl. V meziročním srovnání se skoro dvojnásobně zvýšil a počet faktur se zkrácenou splatností stoupl z 872 v lednu na 6315 v prosinci.

„Podle našich dat české firmy i přes všechny překážky co nejvíce fungují a faktury vystavují, potřeba zajištění cash flow a volných peněz na běžný provoz se ale zvyšuje,“ řekl CEO společnosti Roger Adam Soukal a dodal, že firmy během krize často spotřebovaly úspory, a proto hledají další nástroje předtím, než si vezmou úvěr. Tento trend potvrzuje i rozdělení nejčas-

tějších odvětví, ze kterých do Rogera klienti přicházejí.

Rozložení oborů, které má Roger ve svém portfoliu, se dlouhodobě příliš nemění, avšak během krize začala s převahou dominovat odvětví jako je e-commerce a samotný výrobní sektor. Celosvětově se po celý minulý rok nakupovalo především na internetu, e-shopy proto naskladňovaly obrovské množství zboží a požadovaly faktury s dlouhou splatností.

Aby si udržely menší dodavatele, kteří nemohou čekat 60 dní na platby, využívaly financování dodavatelského řetězce a skrze Rogera umožňovaly proplácení jimi vystavených faktur během tří dnů. V roce 2019 využila možnost zkrácení splatnosti faktur méně než stovka dodavatelů z e-commerce, oproti tomu loni to bylo už téměř 200 společností ze stejného sektoru.

Součástí pomoci malým a středním podnikům bylo i letošní spojení s Komerční bankou, která do fintechu vstoupila minoritním podílem i majetkově. Společně se chystají věnovat především produktům určeným pro menší podnikatele, které KB ve svém portfoliu má. Aby měly společnosti ke službě Roger Platba rychlý a snadný přístup, najdou ji přímo v internetovém bankovníctví KB. Podnikatelům usnadní cestu za provozním kapitálem i nová aplikace, která je jednoduchá a snadno dostupná.

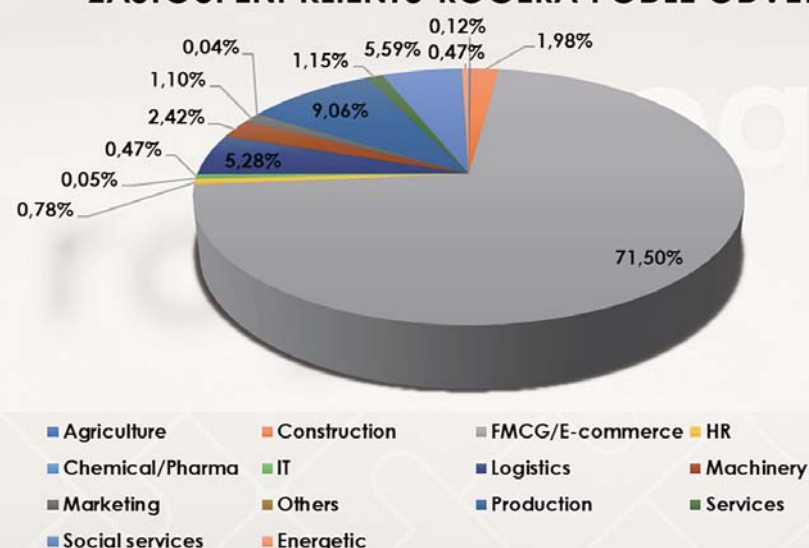
Roger během roku 2020 upevnil svoji pozici na českém finančním trhu a chystá se na expanzi do zahraničí společně se svými stávajícím

partnery. Stejně tak bude pokračovat v rozšiřování integrace se stávajícími partnery ABRA Flexibee, iDoklad, POHODA, Helios Orange a přidávat další. Fintechy umějí velmi rychle reagovat na požadavky uživatelů, a to obzvláště v době krize. Loni se jim dařilo. To ukazuje i graf, na němž je vidět stoupající profinancovaný objem Rogera.

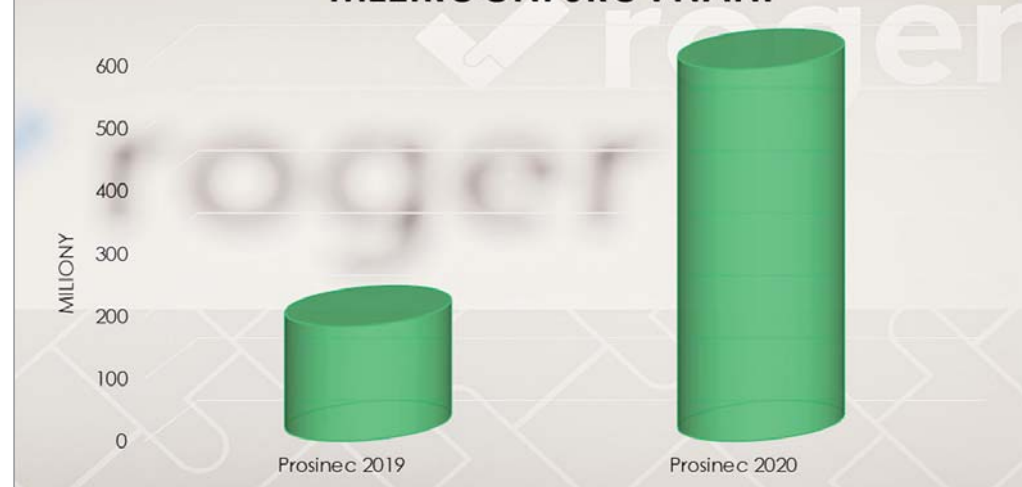
Roger je největší platforma na financování malých a středních podniků a poskytovatel supply chain financing ve střední Evropě. Od

roku 2013 úspěšně spojuje investory a malé a střední podniky hledající pomoc při řízení cash flow. Se získáním strategického investora v roce 2016, technologické společnosti GRiT, Roger uvedl na trh automatizované financování malých a středních firem, a to díky elektronické fakturaci EDI, jejímž největším dodavatelem pro domácí trh je právě GRiT. Roger je platební institucí licencovanou ČNB a s rozšířením o PSD2 plánuje expanzi současného portfolia služeb do dalších zemí v rámci EU. (tz)

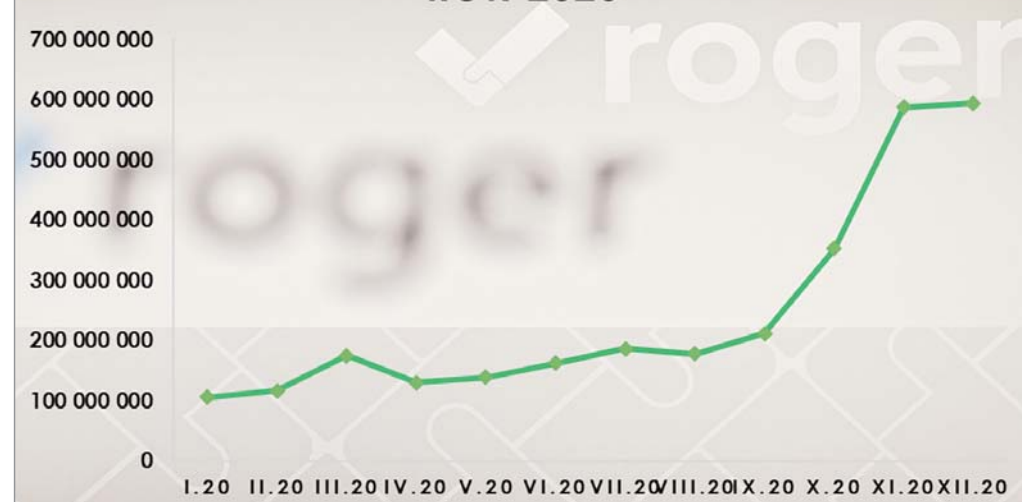
ZASTOUPENÍ KLIENTŮ ROGERA PODLE ODVĚTVÍ



PROFINANCOVANÝ OBJEM
MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ



PROFINANCOVANÝ OBJEM
ROK 2020



Od roku 2013 je skupina Packeta, včetně Zásilkovny, nepřetržitě v zisku

Skupina Packeta, která vlastní přední českou logisticko-technologickou firmu Zásilkovna, zaznamenala v roce 2020 další výrazný růst ve všech klíčových ukazatelích. Podle předběžných čísel byl obrát Packety téměř 2,5 miliardy korun, v meziročním srovnání jde o nárůst o 100 %. Od roku 2013 je celá skupina, včetně Zásilkovny, nepřetržitě v zisku. Počet zásilek byl loni 40,5 miliónu, meziročně je to 114 % nárůst. Celková hodnota přepraveného zboží dosáhla téměř 49 miliard korun. Zde byl růst 71 %. Pro letošní rok je cílem Zásilkovny a firem ve skupině Packeta obrát ve výši 5,2 miliardy korun a 70 miliónů přepravených zásilek.

„Rok 2020 byl nejtěžším rokem v desetileté historii Zásilkovny. Od loňského jara a následně až do konce roku jsme v souvislosti s pandemií koronaviru nepřetržitě čelili velmi nestabilní situaci. V březnu nám ze dne na den v důsledku uzavřených výdejních míst propadly tržby o 50 %. Na druhé straně nám dopady pandemie, stejně jako celému sektoru e-commerce, pomohly v tom, že lidé více využívali nakupování zboží na internetu,“ řekla Simona Kijonková, zakladatelka Zásilkovny a CEO skupiny Packeta. „V letošním

roce chceme pokračovat v dalším výrazném růstu, posilovat na zahraničních trzích a postupně naplňovat naši vizi být globální platformou pro e-commerce.“

Zásilkovna bude dále rozšiřovat svoji síť výdejních míst, a to jak formou navyšování počtu maloobchodních partnerů, tak i spouštěním vlastních automatických výdejních boxů. Tato forma vyzvedávání zásilek se mezi zákazníky těší stále větší popularitě. Například podle údajů Asociace pro elektronickou komerci využívalo před Vánoci výdejní místa až 45 % zákazníků. V roce 2020 dosáhl počet výdejních míst za celou skupinu Packeta 5843, v ČR 4022. Plán na rok 2021 je 9000 výdejních míst, 5000 v ČR. V roce 2020 Zásilkovna výrazně podpořila maloobchodní partnery v rámci své sítě výdejních míst, když jim na provizích za vydané a podané zásilky vyplatila téměř 200 miliónů korun.

Na konci září spustila Packeta v České republice Z-BOXy, bezdotyková soběstačná výdejní místa napájená solárním panelem a ovládaná přes mobilní aplikaci. V letošním roce plánuje Packeta počet Z-BOXů výrazně rozšířit. Celkové číslo na konci roku 2021

by se mělo pohybovat v řádu tisíců kusů, kromě ČR plánuje další Z-BOXy instalovat také na Slovensku a Z-BOXy bude rozšiřovat i v dalších zemích střední Evropy.

V loňském roce otevřela Packeta deset nových dep, celkově jich má již 27, v České republice je jich 14. Skupina Packeta využívá flotilu 350 dodávek pro rozvoz zásilek na výdejní místa a 110 kamiónů pro přepravu mezi depy, a to nejen na území České republiky, ale do všech států Evropy.



Dařilo se také službě Mezi námi pro přepravu zásilek mezi fyzickými osobami: počet přepravených zásilek byl 3 345 000, počet stažení mobilní aplikace přesáhl 1 000 000.

Rok 2020 byl úspěšný i v dalších oblastech. Zásilkovna získala Křišťálovou Lupu díky největšímu počtu hlasů ze strany veřejnosti v kategorii Internetové obchodování. Díky podpoře veřejnosti vyhrála Zásilkovna také první místo v soutěži Zonky Innovation Awards v kategorii Přeprava lidí a věcí. Zásilkovna dále získala 3. místo

Deloitte Technology Fast 50 CE 2020, a to v kategorii Tech Leaders. Ve stejné soutěži se ještě dostala do první padesátky nejrychleji rostoucích českých firem, když se s růstem o 448 % mezi lety 2016–2019 umístila na skvělém 22. místě. První místo získala Zásilkovna v Microsoft Awards 2019 v kategorii Inovace a modernizace aplikací s využitím platformních služeb v cloudu. Dalším úspěchem byl zisk ocenění Best Managed Company, které uděluje firma Deloitte ve 20 zemích světa a loni poprvé také v Česku. V soutěži Sodexo Zaměstnavatel roku 2020 do 500 zaměstnanců se Zásilkovna umístila na výborném 10. místě. (tz)

Co znamená povinný podíl českých potravin v tuzemských obchodech

Tohle už není „malá“, ale pořádně „velká domů“ pro českou agropotravinářskou lobby. V krizové době koronaviru, kdy se lidé zabývají očkovacím chaosem a zajištěním základních životních potřeb, poslanci schválili novelu zákona, která stanovuje povinný podíl českých potravin v tuzemských obchodech. Na první pohled to může znít hezky. Důsledky tohoto neuváženého kroku však budou dalekosáhlé se zásadním dopadem na rozpočet i občany. Zisk z tohoto opatření budou mít jen a jen velcí agrobaroni.



Stanovením povinného podílu českých potravin na pultech obchodů totiž dojde k:
■ Ohrožení dostupnosti potravin jako celku. Soběstačnost České republiky ve výrobě potravin je mizivá. V případě řady skutečně základních klíčových potravin se pohybuje na úrovni 30–40 %. Namátkou čerstvá zelenina: 35–40 %;

čerstvé ovoce: 40–50 %; cibule: 40–50 %; mrkev: okolo 50 %; vepřové maso: 50–55 %; drůbeží maso: zhruba 65 %.

■ Výraznému snížení výběru potravin. K tomu, aby obchody zajistily povinný podíl, budou muset snížit počet položek ze zahraničí. Zákazníkům se tak může stát, že nenajdou na pultech to,

na co byli zvyklí, co bylo kvalitnější či cenově výhodnější, ale zůstane tam naopak zboží, které jim nařídil kupovat stát.

■ Nárůstu cen potravin. Sníží se konkurence, zvýší se přirozeně prostor pro navyšování cen. Sice dojde s největší pravděpodobností ke snížení kvality, ale marže tuzemských neefektivních agrobaronů, neschopných konkurovat, se zvýší. Prospěch získají jednotlivci, obětí se stane dolních deset milionů.

■ Dalšímu propadu schodku rozpočtu. Lze předpokládat, že jediný a hlavní cíl předkladatelů je vytvořit prostor pro nové dotace do neefektivního českého zemědělství a potravinářské výroby. Návrh zákona už kritizovali poslanci Evropského parlamentu i další evropské instituce. Právníci se shodují, že omezuje konkurenci, a tudíž porušuje jednu ze základních svobod, na níž stojí Evropská unie – mimochodem právě tu, která chrání zájmy i českých spotřebitelů. Ačkoli k jeho zrušení může dojít s odstupem ča-

su, dotační tituly nicméně zůstanou. Příjmy vyvolaným taky, náklady zaplatí občan.

■ Recipročním opatřením ze strany jiných států. Zákon omezí konkurenci a dovoz zboží ze zahraničí. Odveta se přitom vůbec nemusí týkat potravin. Co když třeba dostaneme direktivou zkomplikování vývozu automobilů?

Pevně proto věříme, že tento dokument Senát vrátí, a pokud by jej Poslanecká sněmovna přehlasovala, nebude váhat s podáním žaloby k Ústavnímu soudu. Jak by se tvářili ty poslankyňe a ti poslanci, kteří pro návrh hlasovali, kdyby například Německo omezilo dovoz škodovek – se všemi dopady do naší otevřené ekonomiky? Asi by se jim to moc nelíbilo. Pak je ale třeba při rozhodování dodržovat pravidla hry, a hlavně více používat zdravý rozum.

Tomáš Prouza,
prezident Svazu obchodu
a cestovního ruchu ČR

Obědváme o hodinu později než před koronou, ukazují transakce kartou Ticket Restaurant

Koronavirová krize výrazně změnila běžný denní rytmus zaměstnanců. Důkazem je, že Češi nyní v pracovním týdnu obědvají mnohem později, než byli zvyklí. Zatímco v roce 2019 na oběd chodili většinou před polednem, nyní, kdy se mohou spoléhat pouze na rozvážku nebo výdejová okénka, začínají obědovat v průměru až před půl jednou odpoledne. Vyplývá to z analýzy obědových transakcí prostřednictvím nejrozšířenější tuzemské stravenkové karty Ticket Restaurant Card od společnosti Edenred. Tou platí za jídlo čtvrt milionu tuzemských zaměstnanců.

Kdy obědváme, zjišťoval Edenred poprvé na jaře 2019. Tehdy lidé v Česku platili za oběd v restauraci v průměru ve 12 hodin a 2 minuty. Při zhruba půlhodinové obědové pauze to znamená, že s jídlem začínali zhruba v půl dvanácté dopoledne. Lockdown vše ale změnil. V době úplného uzavření restaurací (tedy od poloviny loňského března do půlky května a dále pak v části října,

v listopadu a od druhé poloviny prosince do těchto dní) se platby za jídlo posunuly o 24 minut na 12.26 odpoledne. Faktický časový posun oběda v pracovním týdnu je nyní ale výrazně větší, než jak ukazují časy transakcí obědovou kartou Ticket Restaurant Card. V roce 2019 s ní totiž platili lidé v restauraci téměř výhradně až po obědě, rozvoz tvořil minimální část transakcí.

Nyní jsme ale odkázáni na dovážku a prodej z okénka, a v těchto případech platíme restauracím (a dovážkovým službám) téměř vždy před jídlem. V realitě to tedy znamená, že v současném době lidé v práci nebo na home office obědvají zhruba o hodinu později, než byli zvyklí v restauracích před koronavirovou krizí.

Časový posun oproti roku 2019 byl ale patrný i v době, kdy restaurace po prvním loňském lockdownu měly otevřené vnitřní prostory a sloužily zákazníkům (červen–září). V průměru lidé platili za jídlo o 36 minut později (ve 12.38), než byli zvyklí před koronavirovou krizí. Část transakcí přitom i v tuto dobu tvořily ty za rozvoz jídel (lidé byli stále výrazně na home office), a i zde tedy bude faktický časový posun oproti předkrizovému období ještě výraznější.

Data Edenredu dále ukazují, že v posledních měsících obědváme nejen později, ale také méně pravidelně. To ukazují letošní velké výkyvy v časech plateb za jídlo mezi jednotlivými týdny a měsíci. Podle personální ředitelky Edenredu Karoliny Häuslerové se ukazuje, že lidé v domácím prostředí nemají tak pravidelné stravovací návyky, jako když chodí pravidelně do zaměstnání. „Z dat vyplývá, že při dlouhodobé práci z domova bez kontaktu s pracovištěm ztrácí většina lidí pravidelný denní rytmus,“ vysvětlila Karolína Häuslerová. Data z transakcí kartou Ticket Edenred Card dále ukazují, že nejpozději obědvají Pražané, naopak nejdříve se k jídlu chystají lidé na Olomoucku. Proti roku 2019 pak největší změna nastala v jižních Čechách, kde lidé nyní obědvají o hodinu a čtvrt déle, než byli dříve zvyklí. (tz)

Kupovaly se oxymetry, sterilizátory i mrazáky, staré kousky šly na recyklaci

Zatímco některým segmentům ekonomiky dala pandemie covidu-19 zabrat, prodej elektroniky se dařilo. Lidé během roku ve velkém nakupovali techniku pro home office, mrazáky na uskladnění zásob, oxymetry, sterilizátory i bezkontaktní teploměry. Hitem Vánoc pak byly elektronické dárky v podobě smartphonů, herních konzolí či elektrických zubních kartáčků. S přírůstkem elektrozařízení logicky roste i množství elektroodpadu, jehož sběr se letos kvůli koronaviru mírně propadl. Pro to, aby se zbavili starého elektrika, ale lidé nemusejí jezdit do sběrného dvora. Stačí využít svozové či další speciální služby.

Ač si v určitých oblastech řada Čechů kvůli pandemii koronaviru trochu utáhla opasky, online prodej elektroniky se v průběhu celého roku dařilo. Vlivem pandemie rostl zájem nejen o vybavení pro home office, domácí výuku či trávení volného času, ale také o některé specifické druhy zboží – dle dat největšího českého e-shopu Alza.cz se meziročně v řádech tisíců procent zvýšily prodeje oxymetrů, osminásobně více se prodávaly sterilizátory a zpětinásobily se prodeje bezdotykových teploměrů. „V roce 2020 rostl na Alze ve dvouciferných číslech také prodej velkých domácích spotřebičů, z nichž největší podíl připadl na spotřebiče určené ke chlazení. Během jara 2020 byl velký zájem také o mrazáky, což zřejmě souvisí s potřebou domácností

uskladnit větší zásoby potravin, které si kvůli pandemii nakupovaly,“ prozradil Tomáš Urban, ředitel nákupu a prodeje Alza.cz. Jen v prvním pololetí roku 2020 se podle analýz společnosti Shoptet zvýšil obrat e-shopů o celkových 83 miliard korun, přičemž právě elektronika se na růstu podílela celými 32 %.

S rostoucím zájmem o pořizování nové elektroniky často logicky přichází potřeba vhodně naložit se starými elektrozařízeními. Objem vyprodukovaného elektroodpadu každým rokem roste, a to jak v měřítku tuzemském, tak globálním. Podle loňské zprávy Světového ekonomického fóra představuje elektroodpad aktuálně nejrychleji rostoucí kategorií odpadů, jeho roční nárůst v současné době činí téměř 50 milionů tun za rok a do roku 2050 by podle nejčernějších odhadů mohl vzrůst až na 120 milionů tun ročně. Dobrou zprávou však je, že Češi si nutnost sběru a recyklace elektroodpadu uvědomují a soustavně se v něm zlepšují. „Například v roce 2019 jsme v rámci kolektivních systémů REMA vysbírali téměř 21 000 tun vysloužilého elektrozařízení, což je vůbec nejlepší výsledek v naší historii a meziroční zlepšení o celou čtvrtinu. Rok 2020, alespoň dle dat za prvních 11 měsíců roku, zaznamená drobný pokles, a to kvůli vlivu pandemie, kdy se načas uzavřely sběrné dvory a jiná sběrná místa a lidé omezili své aktivity, mimo jiné tedy i objednávání svozu odpadů ze svých domácností. Podle našich zjištění však jde pouze o posunutí v čase, neboť vysloužilé výrobky se postupně

do sběrné sítě opět vrací,“ uvedl David Vandrovec, generální ředitel společnosti REMA, které v tuzemsku zajišťují zpětný odběr a recyklaci elektrozařízení, baterií a akumulátorů a solárních panelů.

Další příliv elektronických zařízení do českých domácností tradičně nastal v období Vánoc, právě nejrozšířenější elektronika totiž patří mezi nejoblíbenější a nejrozšířenější vánoční dárky. A ani v roce 2020 tomu nebylo jinak. „Elektronika se u nás v předvánočním období prodávala absolutně nejvíce ze všech druhů zboží. Pod stromečky putovaly hlavně mobilní telefony, herní konzole, elektrické zubní kartáčky, nositelná elektronika jako fitness náramky a chytré hodinky, holicí stroje či robotické vysavače,“ sdělil Tomáš Urban. „Největším hitem byly horké novinky, které jsou málo dostupné, tedy telefony iPhone 12, nové grafické karty a letošní generace herních konzolí – PlayStation 5 či Xbox X,“ dodal s tím, že o letošních Vánocích u nakupujících bodovaly také masážní pistole a límce.

Ačkoliv předvánoční průzkumy mezi veřejností naznačovaly, že se lidé především kvůli pandemii koronaviru chystali výdaje na vánoční dárky omezit, podle Tomáše Urbana byla průměrná hodnota objednávků srovnatelná s rokem 2019. Spíše než výdaje na dárky se tak změnilo nákupní chování lidí, konkrétně rozložení vánočních objednávek. „Hlavní špičku jsme loni zaznamenali až ve druhé polovině druhého prosincového týdne, zatímco letos se

vlna vánočních objednávek zvedla už od začátku prosince,“ uvedl Tomáš Urban.

Společně s novou elektronikou, která do domácnosti po Vánocích přibude, ovšem opět nastupuje otázka, jak naložit se zařízením předchozím. Pokud starší mobil, počítač či jiný spotřebič dosud funguje, nabízí se možnost posunout jej v rodině dál třeba dětem či prarodičům nebo jej nabídnout k bazarovému prodeji. „Bohužel, především mobilů se lidé jen neradi zbavují, protože jsou to předměty, které každodenně používali a mívají k nim poměrně pevnou vazbu. Čechům tak podle průzkumů leží doma v šuplících několik milionů starých telefonů, které by se buď mohly vrátit do oběhu, a ještě pár let sloužit, nebo být odevzdány k recyklaci a ekologicky zpracovány na cenné druhotné suroviny,“ poukázal na závěr David Vandrovec.

Odevzdat vysloužilá elektrozařízení k náležitě recyklaci je přitom jednodušší, než by se mohlo zdát, a to i v případě, kdy lidem schází dostatečně velké auto pro odvoz nebo v obci nemají sběrný dvůr. Pro elektroodpad s celkovou hmotností nad 10 kilogramů si mohou prostřednictvím služby Buď líný poskytované společností REMA objednat svoz zdarma přímo od svých dveří. Staré elektro a vysloužilé baterie v množství do 10 kilogramů pak lze též bezplatně zasílat prostřednictvím služby re:Balík. Zařízení zabalená do krabice označené štítkem, který po vyplnění formuláře zašle REMA do e-mailu, zdarma převezme každá pobočka České pošty. (tz)

V Indexu rovnosti žen a mužů je Česko podprůměrné

Evropský institut pro genderovou rovnost vydal Index genderové rovnosti pro rok 2020: Česká republika skončila s 56,2 ze 100 bodů na 23. místě žebříčku, její skóre je o 11,7 bodu nižší než průměr zemí EU. Zatímco nejlépe jsme si v rovnosti vedli v oblasti zdraví, velký propad nastal v oblasti zastoupení žen v rozhodovacích pozicích firem a institucí. Tento výsledek nám nezavdává mnoho důvodů k radosti. Firmy v alianci Byznysu pro společnost se tento trend snaží zvrátit, hlásí se k principům evropské Charty diversity a přicházejí s férovějšími pracovními podmínkami pro všechny.

Skóre České republiky vzrostlo od roku 2010 jen o 0,6 bodu, k největšímu nárůstu z toho (o 0,5 bodu) došlo od roku 2017. Pomalé tempo růstu také znamená, že se naše země na žebříčku od roku 2010 propadla o devět míst. Skončili jsme na 23. místě z 28 členských států EU, za námi zůstávají Polsko, Slovensko, Rumunsko, Maďarsko nebo Řecko.

Nejvyššího skóre dosáhla česká společnost v oblasti zdraví (86,3 bodu), ač jde o jedno z nižších skóre v porovnání s ostatními zeměmi (jsme na 18. místě). Největší propad jsme naopak zaznamenali v oblasti rozhodování (-3,3 bodu), kde jsme se od roku 2010 posunuli z 16. na 26. místo žebříčku. Získali jsme pouze 27,7 bodu ze 100, což v praxi znamená, že ženy v Česku nejsou zastoupeny v téměř žádných rozhodovacích pozicích v politice, ekonomice, vědě, médiích či ve sportu. Největšího zlepšení jsme dosáhli v oblasti času na péči (+3,5 bodu), peněz a znalostí (+3 body v obou kategoriích).

„Velmi nízké zastoupení žen v rozhodovacích pozicích ve vedení firem a v politice je alarmující. Nicméně řada našich členských firem se to snaží změnit, stanovují si vlastní ambiciózní cíle a v rámci podpisu evropské Charty diversity chtějí jít příkladem a motivovat i další společnosti. Zjistili také, že diverzifikované týmy jsou dlouhodobě výrazně ekonomicky úspěšnější,“ uvedla Daniela Němcová, ředitelka Byznysu pro společnost, a dodala: „Bohužel, pandemie koronaviru k rovnému postavení žen ve společnosti příliš nepřispěla. Nesou větší zátěž péče o rodinu a nemocné.“

„Dobré příklady praxe vidíme například u firem Velux, Vodafone, Microsoft, kde je téma diversity klíčové a důležitost rovného přístupu a férových pracovních podmínek součástí strategických cílů. Tyto cíle jsou velmi konkrétní a měřitelné,“ řekla Daniela Němcová.

Odstraňování genderových nerovností se věnuje Odbor rovnosti žen a mužů na Úřadu vlády ČR. „Výsledky letošního indexu genderové rovnosti nás netěší. Potvrzují, že v této oblasti máme stále co dohánět a že řada nerovností v naší společnosti přetrvává. Stát jako největší



foto Shutterstock

zaměstnavatel by měl jít soukromému sektoru příkladem. Také proto se na podporu diversity a zvýšení zastoupení žen ve vedoucích pozicích v obchodních společnostech s majetkovou účastí států zaměřujeme v připravované strategii rovnosti žen a mužů. Tu by měla vláda projednat v lednu roku 2021,“ sdělil Radan Šafařík, ředitel Odboru rovnosti žen a mužů.

„Letošní výsledky Indexu rovnosti poukazují na zásadní význam podpory flexibilních forem práce, dostupnost zdravotních a sociálních služeb, předškolních zařízení již pro děti od dvou let – tedy služby, které pomáhají rodičům, a zejména matkám ladit pracovní a soukromý život. Péče si zasluhuje podporu, nikoliv penalizaci. Za svou péči o kohokoliv (dítě, stárnoucí rodiče) nemohou být ženy společností znevýhodňovány. Oblast platových nerovností je rovněž dlouhodobým problémem, na který jsme EU upozorňovali. ČR zlepšila podíl VŠ vzdělaných žen, ty však již s narozením prvního dítěte začínají být platově znevýhodňovány. Klíčová jsou proto opatření, které ženám v oblasti mzdové rovnosti systematicky pomáhají (daňové zvýhodnění pro matky, které se vracejí po MD/RD; udržení matek ve valorizaci mezd atd.). Kromě firemních aktivit je naprosto zásadní podporovat celospolečenskou diskuzi na uvedená témata, změnu mnohaletých stereotypů, které ženy znevýhodňují nejen na trhu práce, ale dlouhodobě v rámci běžného života,“ podotkla Jana Skalková, manažerka HR programů při Chartě diversity.

Co index genderové rovnosti vlastně znamená? Je to měřicí nástroj, který ukazuje, jak daleko – či blízko – má Evropská unie a její jednotlivé členské státy k dosažení genderové rovnosti společnosti. Od roku 2010 jsou unie jako celek i její členské země hodnoceny na škále od 1 do 100, kde 1 znamená naprostou nerovnost a 100 naprostou rovnost.

Skóre je založeno na rozdílech mezi ženami a muži v šesti klíčových oblastech – práce, peníze, vzdělání, čas, rozhodování a zdraví – a jejich podoblastech. Index též zahrnuje dvě další oblasti, které ale nemají vliv na celkové skóre: intersekcionální nerovnosti ukazují, jak se genderová nerovnost projevuje v kombinaci s věkem, zdravotní (ne)schopností, zemí narození, vzděláním a rodinným zázemím. Oblast násilí na ženách měří a analyzuje zkušenosti žen s násilím.

Index se skládá z 31 indikátorů – v každé z klíčových oblastí je sledováno od tří do osmi indikátorů, a situaci zemí je tak možné porovnat z hlediska každé oblasti i z hlediska každého jednoho indikátoru zvlášť.

Byznys pro společnost – evropský koordinátor Charty diversity v ČR

Byznys pro společnost, největší platforma pro odpovědné a udržitelné podnikání, témata, která genderovou nerovnost odrážejí, intenzivně řeší a přináší v těchto oblastech celou řadu konstruktivních podnětů a příkladů dobré praxe

napříč sektory i regiony. Mezi tato témata patří flexibilita práce, podpora sladování práce a rodiny, zejména u žen – matek malých dětí, podpora kariérního růstu žen, rozvoj jejich digitálních dovedností aj.

Byznys pro společnost je největší aliance firem prosazující odpovědný a udržitelný přístup v podnikání u nás. Díky zapojení do mezinárodních struktur sleduje nové trendy v udržitelnosti, lokalizuje mezinárodní standardy a otevírá nová témata, o která by se měly firmy v Česku zajímat. Je Národní partnerskou organizací CSR Europe, evropské platformy pro odpovědné podnikání zapojující do odpovědnosti a udržitelného přístupu přes 10 000 firem v členských zemích.

BpS sdružuje významné společnosti s více než 250 000 zaměstnanci a tisíci dodavateli s významným vlivem na společnost. Firmy sdružené v BpS patří mezi lídry udržitelnosti a odpovědnosti. Firmám pomáhá integrovat odpovědnost a udržitelnost do centra podnikání. Otvírá diskuzi se stakeholdery a podporuje výměnu dobré praxe a zkušeností.

BpS je díky své roli národního koordinátora evropské Charty diversity členem evropské platformy pod DG Justice a spolupracuje s členskými státy EU a s Evropskou komisí v tématu rozvoje diversity a inkluze na pracovním trhu a ve společnosti. Pravidelně se účastní workshopů, konferencí a přípravy odborných materiálů na evropské úrovni. (tz)

Stát by měl zajistit větší konkurenční prostředí pro online identifikaci

Novela zákona o bankách umožní Čechům od letošního roku využívat bankovní identitu. Tedy službu online prokázání totožnosti prostřednictvím přihlašovacích údajů do internetového bankovníctví. Občané ji budou moci využít při jednání s úřady, mobilními operátory nebo třeba distributory energií, a to bez přímých poplatků. Podle Miloslava Ruta, ředitele společnosti Moore Technology CZ, si ale banky vykompenzují náklady za poskytování tohoto řešení nepřímo. Stát by měl podle něj v rámci online autentizace spolupracovat i s dalšími subjekty, a zajistit tak konkurenční prostředí.

Od první ledna 2021 nebude díky novému systému bankovní identity při uzavírání smluv nebo zařizování nových dokladů nutné prokazovat svou totožnost občanským průkazem. Namísto toho bude stačit přihlášení pomocí stejných údajů jako do internetového bankovníctví. Banky poté dané instituci automaticky poskytnou požadované informace. „Spuštění nového nástroje pro online ztotožňování a autentizaci je v době, kdy mají občané ztížený pří-

stup k prezenčním službám, jednoznačně užitečné,“ uvedl Miloslav Rut, ředitel společnosti Moore Technology CZ z poradenské a auditorské skupiny Moore Czech Republic.

Občané budou moci bankovní identitu využívat bez přímých poplatků. Náklady na poskytování tohoto řešení pro přihlašování ke službám poskytovaným veřejnou správou totiž budou hradit samotné banky, které pro poskytování bankovní identity musejí mít akreditaci Minis-

terstva vnitra. Podle Miloslava Ruta ale občané tyto poplatky přesto nepřímo zaplatí v rámci jiných služeb. „Předání iniciativy pro řešení online ztotožnění bankám povede ke zdražení těchto služeb. Firmy, ať už operátoři, nebo třeba e-shopy, budou bankám platit za to, že na svých webech ověření bankovní identitou umožní. A tyto náklady potom zohlední v poplatcích účtovaných svým zákazníkům,“ vysvětlil Miloslav Rut.

Skutečnost, že bankovní identitu pro služby veřejné správy i komerční využití nerealizuje přímo stát, není podle něj ideální. Měl by proto podle něj měl zajistit alespoň větší konkurenční prostředí. „Stát má již dnes prostřednictvím informací v základních registrech k dispozici kompletní identitní prostor. Vydává a obměňuje občanské průkazy, provozuje síť bodů Czech Point, datové schránky nebo Národní bod umožňující federaci identit. Pokud sám nevy-

tvorí bezplatné řešení pro identifikaci a autentizaci, měl by i v této oblasti zajistit konkurenční prostředí. A také spolupracovat nejen s bankami, ale i s dalšími subjekty, které by tyto služby mohly nabízet,“ doplnil Miloslav Rut.

České banky v současnosti připravují svá technická řešení a čekají na akreditace pro poskytování bankovní identity. Vznikly také již dvě různá sdružení bank, které chtějí služby poskytovat. Mezi důvody této situace patří zejména vzájemné postavení bank vůči platformě bankovní identity, ale i způsoby, jakým budou tyto služby poskytovány soukromým subjektům. „Důvodem rozdělení bank do dvou sdružení je především právě způsob, jakým bude využívání bankovní identity třetími stranami, tedy firmami, zpoplatněno. Přímo pro občany by ale neměly být patrné žádné rozdíly při využívání bankovní identity od různých bank,“ dodal Miloslav Rut. (tz)

Student Agency posiluje management a chystá investice do inteligentních aplikací

Student Agency – vedoucí prodejce letenek, zájezdů a zahraničních pracovních a vzdělávacích pobytů v České republice – prochází zásadní transformací. Společnost změnila kompletně strukturu řízení produktů cestovních služeb; řídící strukturu posílili noví manažeři a bude investovat v první fázi 100 miliónů Kč do dalšího rozvoje inteligentních prodejních aplikací a digitalizace služeb. Během letošního roku představí unikátní prodejní aplikaci, která umožní jednoduše na pár kliknutí a na jednom místě naplánovat například cestu kolem světa z prostředí vlastního obývacího pokoje.

Zisk v řádech miliónů Kč přinesl projekt vlakových spojů do Chorvatska, kde si Student Agency úspěšně vyzkoušela integrovanou nabídku cestovních služeb – od jízdenek přes ubytování až po další návazné služby. Právě tento přístup je inspirací pro další rozvoj služeb a přípravu prodejních nástrojů, kdy si klient koupí podle svých potřeb a požadavků online na jednom místě v jedné aplikaci všechno, co potřebuje pro svou cestu. Firma plánuje zaměstnat až 100 lidí, kteří se zabývají vývojem a inovacemi. Investovat do celého procesu hodlá v první fázi zhruba 100 miliónů korun.

„Naším cílem je uvést na trh nové prodejní aplikace, aby si člověk například z obývacího naplánoval cestu kolem světa a nemusel to řešit s pěti poskytovateli, ale vše udělal na jedno klik-

nutí. Také případné změny či komplikace by měl opět vyřešit jednoduše v naší inteligentní aplikaci a my mu okamžitě pomůžeme. Ušetří tím čas a také peníze,“ uvedl Petr Beťák, ředitel oddělení Digitálního produktu.

Budoucí inteligentní aplikace cestovních služeb přinese zákazníkům nové možnosti. Bude kombinovat jak služby Student Agency, tak dopravce RegioJet a dalších partnerů. Bude nabízet všechny druhy dopravy a v jednu chvíli bude schopna obsloužit potřeby zákazníků v globálním cestování. Pro zákazníka nebude problém zarezervovat si cestu z bytu v Ostravě až třeba do Honolulu – v kombinaci auto, vlak, autobus na letiště, letadlo, loď, ubytování, pojištění a tak dále – včetně například asistence a služeb spojených s aktuální pandemií covid-19. Všechny informace o cestě uvidí na svém displeji a bude moci kdykoli online využívat celou řadu doplňkových služeb, bonusů a výhod. Vše bude mít navíc dostupné na jednom zákaznickém účtu spolu s dalšími informacemi a personifikovanými nabídkami.

Právě s cílem kompletní integrace služeb změnila Student Agency svou řídící strukturu a posílila ji o nové manažery. Největší změnou je, že nově již není oddělen prodej letenek, zájezdů a zahraničních pracovních a studijních pobytů – ale veškeré na-

bídky jsou součástí nového centralizovaného oddělení Prodeje cestovních služeb. To má na starosti Jiří Heřman na pozici ředitele prodeje cestovních služeb, který více než deset let působil jako manažer prodeje portálu Seznam.cz.

Nově vzniklo oddělení Digitálního produktu, do jehož čela nastoupil expert na digitalizaci služeb Petr Beťák, který v minulosti vytvářel digitální produkty pro značky jako Home Credit, Seznam nebo Sazka. V holdingu nově vzniká kompletní digitální tým složený ze specializovaných odborníků se špičkovým know-how

v oblasti digitalizace. Firma si od nového týmu slibuje nové služby, které budou jedinečné na českém i středoevropském trhu.

Na pozici ředitele marketingu Student Agency Holding nastoupil v loňském roce Ondřej Žiška, který měl dříve na starosti marketingové aktivity ve společnostech Home Credit a Konica Minolta. Hlavní úkol Ondřeje Žišky je marketingové propojení služeb Student Agency a RegioJet, které využívají každý rok milióny klientů. Pozici obchodního ředitele Student Agency Holding zastává od loňského roku Petr

Pěcha. Ten se do firmy vrací po šesti letech, kdy stál u zrodu portálu Dovolená.cz. Následně působil v portálu Seznam.cz nebo ve společnosti Home Credit, kde působil zejména na zahraničních trzích, jako je například Čína na pozici ředitele e-commerce platformy. Jeho hlavním úkolem je provést holding digitální transformaci.

Součástí změn a orientace na další růst a nové projekty je nábor dalších odborníků. Nejméně stovku nových zaměstnanců přijme Student Agency do oblasti IT vývoje a digitalizace. Investovat do celého procesu hodlá v první fázi zhruba 100 miliónů korun. Student Agency chce koronavirovou pandemii využít jako příležitost, na jejímž základě se hodlá stát tahounem v oblasti digitalizace v dopravě a cestovním ruchu. (tz)



Hospodářská komora usnadňuje podnikatelům administrativu při obchodu s Velkou Británií

Hospodářská komora ČR začala v lednu vydávat dokumenty pro mezinárodní obchod s Velkou Británií a celní dokumenty pro dočasný vývoz a dovoz zboží. Největší zájem podnikatelů je o karnety ATA, které jim uspoří náklady a čas nutný pro celní odbavení ve Velké Británii. Výhodou je i to, že při dočasném vývozu a dovozu pod karnetem ATA není nutné skládat v zemi dočasného dovozu celní jistotu.

„V klientském centru Hospodářské komory v pražském Florentinu jsme první letošní karnet ATA do Velké Británie vystavili na kamerovou techniku. Například Hospodářská komora v Ústí nad Labem v těchto dnech vystavila dva karnety ATA na nářadí pro montáž průmyslové linky,“ uvedl ředitel Odboru usnadňování obchodu Hospodářské komory Tomáš Zelený.

Karnety ATA jsou souborem celních propus-

tek, které umožňují dočasně vyvézt zboží, aniž by se musela platit cla a daně. Kryjí dočasný dovoz nebo vývoz výstavního a veletržního materiálu, obchodních vzorků či profesionálního materiálu pro výkon povolání. Jde např. o zařízení pro televizní vysílání a filmovou produkci, měřicí, kontrolní nebo zkušební přístroje, nářadí pro montáž nebo pro sportovní vybavení.

Karnet ATA nelze použít na zboží vyvážené k opravování, opravám, na spotřební zboží a zboží k prodeji. Cena vystavení karnetu se určuje podle hodnoty zboží od 5000 Kč v případě zboží v hodnotě 1 až 150 000 Kč až do 27 000 Kč u zboží v hodnotě až osm miliónů Kč.

Hospodářská komora kromě karnetů ATA začala do Velké Británie vydávat také první certifikáty o původu zboží. Službu využívají podnikatelé, kteří potřebují prokázat skutečnosti potřebné pro mezinárodní obchod, získat celní zvýhodnění či preference. Komora rovněž potvrzuje obchodní a dopravní faktury, inspekční

certifikáty, důležité dopisy, obchodní smlouvy a další dokumenty při uskutečňování zahraničního obchodu. V rámci své zákonné působnosti vystavuje také osvědčení o skutečnostech důležitých v právních vztazích, které vznikají v mezinárodním obchodě. Tato osvědčení mají povahu veřejných listin a jsou opatřena kulatým úředním razítkem Hospodářské komory ČR. Podnikatelé nejčastěji žádají o vystavení osvědčení o zápisu společnosti v obchodním rejstříku, členství v Hospodářské komoře ČR, kdo je oprávněn za společnost jednat, o předmětu její činnosti, že není v konkurzu, v úpadku ani v likvidaci, zda dosahuje určitého obrátu či zisku nebo zda má povolení vyvážet určité zboží.

V posledním roce také výrazně stoupl zájem podnikatelů o vystavení osvědčení o zásahu vyšší moci na majetku společnosti – například když firma nemohla splnit své smluvní závazky kvůli okolnostem, jejichž vznik nemohla ovlivnit ani je odvrátit. Příkladem jsou živelné udá-

losti, stávky nebo pandemie covid-19. Hospodářská komora už vloni avizovala, že i po podepsané dohodě mezi EU a Velkou Británií dojde ke změnám v oblasti cel, daní, označování výrobků nebo uznávání odborných kvalifikací. Proto své členy intenzivně připravovala na nová pravidla obchodování s Velkou Británií od 1. ledna 2021. Ve spolupráci s Generální ředitelstvím cel a Úřadem pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví se zaměřila hlavně na malé a střední firmy, které nemají zdroje a dostatečný přístup k informacím tohoto typu. Směrem k této skupině vedla informační kampaň a uspořádala pro ně několik seminářů i přes internet.

Hospodářská komora v posledních dnech zaznamenává zvýšenou poptávku po praktických podnikatelských informacích k vzájemnému obchodování v roce 2021. Problematika brexitu byla totiž zastíněna problémy souvisejícími se současnými krizovými opatřeními. (tz)

Pražská strojírna: ohlédnutí za rokem 2020

Pandemická krize roku 2020 byla těžkou zkouškou pro mnoho firem. Pražské strojírně, dceřiné společnosti Dopravního podniku hl. m. Prahy, se ale i přes to podařilo úspěšně rok 2020 uzavřít. I přes ztížené podmínky z důvodu koronavirové krize investovala nejen do svých zaměstnanců a pracovního prostředí, ale i do nového výrobního vybavení. Rozšířila svůj exportní trh a dosáhla rekordních výsledků na již zavedených exportních trzích.

„Rok 2020 byla pro nás všechny zcela nová zkušenost a dovolím si říci, že v Pražské strojírně jsme ji obstojně zvládli. S dodržením všech přísných hygienických opatření se nám podařilo udržet výrobu v chodu, investovat a prosperovat. Navzdory všem okolnostem byl rok 2020 úspěšný,“ potvrdil Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ředitel Pražské strojírny a. s. Hned na začátku roku 2020 začala Pražská strojírna s moderniza-

cí ve výrobních halách, kam nakoupila nové LED osvětlení. Vedení strojírny zde pořídilo i speciální čističe vzduchu, které se osvědčily při odstraňování prachu a kouře z výrobních hal. Vylepšení se dočkalo i zaměstnanecké zázemí, kde byl renovován prostor šaten a přílehlých sprch. Za účelem zvýšení produktivity investovala Pražská strojírna také do strojního vybavení, díky kterému výroba rostla i v průběhu koronavirové krize. Nákup dvou nových

CNC soustruhů české výroby typu Kovosvit MAS SP 180 MC několikanásobně urychlil celkový proces obrábění.

V rámci investic byly vyměněny i dva zastaralé stroje, které ve strojírně fungovaly již od 50. let 20. století a byly nahrazeny novým čtyřosým obráběcím centrem VHC 50 9000 XTS od výrobce AXA. Šlo o největší investici strojírny za poslední období, přesáhla 26 miliónů korun. Hlavním přínosem bylo urychlení celého procesu obrábění až o polovinu času. Pořízeny byly i dva nové automobily – Iveta a Karotka, nové mobilní svářečské dílny.

Zvýšení kapacity bylo nutné ke zvládnutí velkého objemu zahraničních i tuzemských objednávek, které se podařilo získat. Vůbec poprvé získala Pražská strojírna zakázku do Belgie,

a to zakázku na dvě výhybky pro město Gent ležící západně od Bruselu. Dařilo se i v Německu, kam strojírna dosud dodávala pouze menší objednávky. Rok 2020 ale přinesl jednu z těch obměněnějších. Konkrétně šlo celkem o pět výhybek do vozovny ve východní berlínské čtvrti Marzahn v celkovém objemu 394 000 eur, tedy téměř 11 miliónů Kč.

V exportu jednoznačně dominovala Austrálie, objem zakázek zde přesáhl 32 miliónů korun. Exportním rekordem pouze v oblasti výhybkových systémů se za rok 2020 stal polský trh. Pražská strojírna sem dodala celkem 71 zařízení a objem výhybkových přestavnic přesehl hodnotu 21 miliónů korun. Znamenalo to nejvyšší tržby z dodávek do Polska v historii společnosti. (tz)

Banky a stavební spořitelny půjčily loni na bydlení rekordních 315 miliard korun

Hypoteční banky v loňském roce poskytly historicky nejvyšší objem hypoték, dařilo se i úvěrům od stavebních spořitelen. V úvěrech na bydlení tak banky a stavební spořitelny loni dle odhadu skupiny ČSOB půjčily rekordních 315 miliard korun. Silný zájem o úvěry přetrvává i v letošním roce. Lze přitom očekávat pozvolný mírný nárůst úrokových sazeb, ceny nemovitostí by se měly stabilizovat, vyplývá z očekávání skupiny ČSOB, největšího poskytovatele úvěrů na bydlení v České republice.

Objem poskytnutých hypoték v loňském roce dosáhl 250 miliard korun, což je nejvíce v české historii. „Za rekordním nárůstem je především trvající zájem Čechů o řešení vlastního bydlení a velmi nízké úrokové sazby, které od dubna loňského roku prakticky stále klesaly,“ komentoval loňský rok člen představenstva ČSOB Jan Sadil.

- Objem poskytnutých hypoték vzrostl dle předpokladu skupiny ČSOB o 38 % na rekordních 250 miliard korun
- Objem úvěrů ze stavebního spoření se zvýšil o 36 % na 65 miliard korun
- Rok 2021 bude také velmi silný, vysoká poptávka přetrvá
- Počet nových smluv stavebního spoření vzroste na 560 000
- Úrokové sazby mohou letos mírně růst, zůstanou však stále velmi výhodné
- Trend rychle rostoucích cen nemovitostí se zastaví, ceny se stabilizují

Obdobná situace platí i pro úvěry od stavebních spořitelen. Ty loni poskytly úvěry v objemu 65 miliard korun, meziročně o 36 % více. „Současná pandemická situace trh, možná překvapivě, nezasáhla. Lidé berou bydlení jako bezpečný přístav a ochranu svých úspor, proto zájem o úvěry na bydlení prudce vzrostl,“ dodal generální ředitel Hypoteční banky Jiří Feix, který je od nového roku zároveň předsedou představenstva největší domácí stavební spořitelny ČMSS.

Skupina ČSOB je díky spolupráci Hypoteční banky a ČMSS českou jedničkou v poskytování úvěrů na bydlení, loni poskytla úvěry v objemu přes 86 miliard korun (61 miliard v Hypoteční bance a 25,1 miliardy v ČMSS). Zároveň se zaměřila na pomoc klientům, které negativně zasáhla epidemie koronaviru. „V první fázi jsme odkladem splátek pomohli 65 000 klientů, z toho polovinu tvořily úvěry na bydlení. Drtivá většina z nich se vrátila k řádnému splácení, nyní se soustředíme na malé procento lidí s přetrvávajícími obtížemi, se kterými hledáme individuální řešení jejich situace,“ vysvětlil Jan Sadil.

Podle očekávání skupiny přitom silný zájem o financování bydlení přetrvává i v letošním roce. „Můžeme očekávat mírnou korekci v řádu do 10 %, zájem o úvěry na bydlení bude ale i nadále velmi silný,“ dodal Jan Sadil. V dobách nejistoty vždy roste zájem o bezpečné spořicí produkty, proto by i v letošním roce měl růst zájem o uzavření nových smluv o stavebním spoření, kterých by letos stavební spořitelny mohly uzavřít 560 000 oproti loňským 520 000.

Úrokové sazby úvěrů na bydlení jsou na rekordně nízkých úrovních, u hypoték i zajištěných úvěrů od stavebních spořitelen se průměrná úroková sazba nově poskytnutých úvěrů pohybuje pod 2 %. V letošním roce by úrokové



sazby mohly začít mírně růst, první signály se objevily už koncem minulého roku. Nepůjde ale o žádný překotný nárůst, a úrokové sazby úvěrů na bydlení zůstanou velmi atraktivní.

Fenoménem posledních let je růst cen nemovitostí, domy a byty určené k rezidenčnímu bydlení i loni podražily o více než 10 %. „Myslíme si, že ceny by už neměly plošně růst. Dle našeho názoru dojde v letošním roce ke stabilizaci cen. Samozřejmě se to nebude týkat plošně všech nemovitostí, ale trend rostoucích cen by se měl v letošním roce přiblížit,“ dodal Jiří Feix.

ČSOB se, jako největší poskytovatel úvěrů na bydlení v ČR, soustředí na to, aby klienti měli všechny své potřeby s bydlením pod jednou střechou – a to nejen v oblasti úvěrů, ale i pojištění a dalších služeb. Proto v loňském roce začala více integrovat Hypoteční banku i ČMSS do svých organizačních struktur, vytvořila např. jednotný skupinový útvar pro správu retailových úvěrů. Dochází rovněž k propojení představenstev obou firem. Završením integrace bude změna názvu ČMSS na ČSOB Stavební spořitelnu v březnu letošního roku. (tz)

ČSOB spustila přihlašování do Portálů státní správy prostřednictvím bankovní identity

ČSOB jako jedna z prvních bank v Česku ukončila testovací provoz bankovní identity a oficiálně službu spustila možností přihlašování do Portálů státní správy. Aktuálně si tak klienti prostřednictvím ČSOB Identity mohou například ověřit platnost svých dokladů, nahlédnout do bodového systému řidiče, vyzvednout e-recept nebo založit datovou schránku.

„Jsme nadšeni z toho, že se nám podařilo mezi prvními spustit bankovní identitu a nabídnout ji našim klientům. Už teď je jisté, že ušetří mnoho času u činností, v rámci nichž by jinak museli navštěvovat úřad, lékaře či jinou instituci. Řidiči navíc získají perfektní přehled o svém bodovém stavu. Jde o velmi bezpečnou službu, která je zdarma a bez jakýchkoliv poplatků,“ řekla Michaela Lhotková, výkonná ředitelka za oblast Inovace a Digital. Služba se bude neustále rozšiřovat a klientům nabízet nové možnosti. V březnu bude například možné ČSOB Identitu využít i v rámci Sčítání lidu 2021. Díky ČSOB Identitě se klienti budou moci přihlásit do elektronického sčítacího formuláře. Aktuální přehled partnerů a nabízených služeb, ke kterým je možné se přihlašovat prostřednictvím ČSOB Identity, jsou k dispo-

zici na info.eidentita.cz. K jednotlivým partnerům a jejich službám je možné se přihlašovat s použitím uživatelského jména a hesla pro rychlý přístup k základním informacím a službám, nebo bezpečnějším dvoufaktorovým ověřením, kdy je potřeba přihlášení potvrdit kódem z SMS, mobilní aplikací ČSOB Smart klíč nebo certifikátem pro plný přístup ke službám tohoto partnera.

ČSOB Identitu je možné sjednat přímo v ČSOB Internetovém bankovníctví nebo na jakékoliv pobočce ČSOB. Pokud klient plní zákonné podmínky, v případě banky jde zejména o evidovaný platný doklad totožnosti vydaný českým státem, dojde následně k jeho automa-

tické registraci (ověření totožnosti oproti státnímu registrům). Služby ČSOB Identity může klient následně začít ihned využívat.

ČSOB Identita patří k bezpečné a moderní formě elektronické identifikace, která je již nyní hojně využívaná firemními klienty ČSOB. V první polovině roku plánuje ČSOB také postupný přechod retailových klientů k službám ČSOB Identity, tím dojde k nahrazení stávajícího způsobu přihlašování do internetového a mobilního bankovníctví ČSOB. V druhé polovině roku bude možné využívat ČSOB Identitu i pro přihlašování k soukromým poskytovatelům služeb, mezi které patří dodavatelé energií, e-shopy apod. (tz)

ČSOB Leasing a Siemens Healthcare nabízejí společně program financování špičkových ultrazvukových přístrojů

ČSOB Leasing a Siemens Healthcare, významný dodavatel diagnostických přístrojů patřící ke světovým lídrům a určovatelům směru vývoje oboru medicínských technologií, vytvořily unikátní společnou nabídku vybraných ultrazvukových přístrojů, jejich financování a pojištění s exklusivními cenovými podmínkami pro klienty na českém trhu.

ČSOB Leasing a Siemens Healthcare nyní nabízejí možnost pořízení vybraných ultrazvukových diagnostických přístrojů řady ACUSON od Siemens Healthineers v kombinaci se zvýhodněným financováním od ČSOB Leasing

s 0 % úrokem a jejich pojištěním na tři roky zdarma. V rámci programu jsou v nabídce přístroje ACUSON Juniper, které využívají inovací a prvků umělé inteligence v hodnocení získaných dat a také novinku, ultrazvuk ACUSON Redwood, vybavený monokrystalovými snímači s pokročilou diagnostikou a celou paletou automatizovaných diagnostických postupů využívajících umělou inteligenci a strojové učení. Přístroje naleznou uplatnění ve všech oborech medicíny, které využívají k diagnostice pacientů ultrazvuk.

„Naš koncern pomáhá na celém světě zdokonalovat precizní medicínu, digitalizovat zdravotní péči a rozvíjet její možnosti, a zlepšovat

tak zkušenosti pacientů. Jsme rádi, že je naším partnerem právě ČSOB Leasing, tradiční a spolehlivý poskytovatel financování a pojištění a za ním silná skupina ČSOB,“ uvedl Karel Kopejtko, jednatel společnosti Siemens Healthcare.

„ČSOB Leasing dlouhodobě podporuje klienty v jejich podnikání novými a zajímavými finančními službami, včetně adresného pojištění na míru, a patří na českém trhu mezi největší hráče. Je málo značek na trhu s takovou hodnotou, tradicí a pověstí jako Siemens. Jsme moc rádi, že můžeme s tímto partnerem spojit síly a nabídnout v segmentu zdravotnictví atraktivní balíček finančních služeb nejen ze strany ČSOB Leasingu, ale od celé skupiny ČSOB,“

řekl Pavel Prokop, generální ředitel ČSOB Leasing. Podrobnosti nabídky klienti získají v rámci regionálních poboček ČSOB Leasing a u bankéřů firemního bankovníctví ČSOB.

ČSOB Leasing patří řadu let mezi největší leasingové společnosti v České republice. Úzce spolupracuje s dceřinou společností ČSOB Pojišťovací makléř, jejímž prostřednictvím využívá nabídky široké škály pojistných produktů od předních pojišťoven na českém trhu.

Siemens Healthineers, do jejíž skupiny patří Siemens Healthcare, je významná nadnárodní společnost působící v oblasti medicínských technologií již více než 120 let s širokým portfoliem přístrojů a metod z oblasti diagnostiky. (tz)

Vývoz piva v létě lámal rekordy

Hodnota prodaných lihovin a čepovaného piva klesla během jarní vlny pandemie o 5,6 miliardy korun. Alkohol tvoří téměř polovinu výdělku restaurací, od ledna do září se ale jeho podíl propadl na 17 %. Na spotřebě i dovozu tvrdého alkoholu se podle analýzy projektu Česko v datech podelpsala protiepidemická omezení více než u piva a vína. Svou roli hrálo jak uzavření restaurací, tak i výrazný úbytek zahraničních turistů. Zato tržby specializovaných obchodů s alkoholem v listopadu překonaly loňský výsledek až o 69 %, vyplývá z údajů České spořitelny o karetních transakcích.

Vývoz českého piva na jaře oproti loňsku poklesl, v letních měsících ale podle Českého statistického úřadu vzrostl na rekordních 60,9 miliónu litrů. Z lihovin se podobně dařilo pouze rumu, a to v srpnu. Zatímco piva a vína se během jarní vlny pandemie dováželo do Česka podobné množství jako v uplynulých letech, lihoviny se zejména v dubnu a květnu propadly o více než polovinu. Hodnota piva prodaného v Česku meziročně poklesla o 22 %, u lihovin šlo podle průzkumu agentury Nielsen dokonce o 31 %. „Analýza sleduje meziroční změnu od ledna do září, promítl se do ní tedy jen první lockdown. V létě se hodnoty vrátily na běžnou úroveň. To však platí především u piva, u lihovin se návrat k původním hodnotám nekonal,“

upřesňuje Tomáš Odstrčil z analytického projektu Česko v datech.

Spotřebu alkoholu ovlivnilo uzavírání barů a restaurací, které více než polovina Čechů uvádí jako jeden z hlavních důvodů omezeného pití alkoholu. Vyplývá to z dat Unie výrobců a dovozců lihovin České republiky (UVDL ČR). Právě alkohol podle společnosti Dotyčka běžně tvoří téměř polovinu tržeb restaurací. Pivo představuje 38 %, ostatní alkoholické nápoje asi 11 %. V říjnu se pivo na tržbách podílelo jen 15 % a ostatní alkohol jen 2 %. Během prvního lockdownu dosáhl úbytek množství piva prodaného v restauracích 50 miliónů litrů. O 30 miliónů litrů (cca miliardu korun) naopak podle agentury Nielsen vzrostl přímý prodej piva v obchodech. Prodejny zaměřené na alkohol si tak mohly výrazně polepšit. Podle údajů o karetních platbách klientů České spořitelny činil meziroční nárůst listopadových útrat ve vinotékách, pivotékách a podobných obchodech až 69 %. Nejsilnější byl pro tyto obchody týden od 9. listopadu, kdy se meziroční přírůstek vyšplhal až na 89 %

Prodej lihovin se v restauracích letos propadl o 2,2 miliardy korun, nárůst prodeje ve specializovaných obchodech o 0,2 miliardy korun však ztrátu ani zdaleka nevyvážil. „Zatímco pivo tradičně zažívá největší oblibu v letních měsících, lihoviny Češi v největší míře kupují kolem Vánoc a Nového roku. Preventivní opatření proti šíření koronaviru ale s největší prav-

děpodobností zahýbala i se silvestrovskými večírky,“ říká Tomáš Odstrčil z Česka v datech. Odhadovat celkový trend v pití alkoholu je však obtížné.

Letošní statistiky může výrazně proměnit také úbytek zahraničních hostů, jejichž počet v ubytovacích zařízeních v letošním druhém čtvrtletí meziročně poklesl zhruba o 96 %. Přesný podíl turistů na spotřebě alkoholu lze ale vyčíslit jen obtížně. Světová zdravotnická organizace (WHO) se ve svých statistikách snaží od celkové konzumace určitě země oddělit spotřebu hostů ze zahraničí. Využívá k tomu ale údaje o průměrné spotřebě cizinců v jejich vlastní zemi. To je nepřesné vzhledem k alkoholovému turizmu, který u nás provozují například návštěvníci ze severovýchodních zemí. Při návštěvě Česka přitom obvykle vypijí více alkoholu než ve své domovině. Vedle faktorů ovlivňujících spotřebu alkoholu, jako je právě úbytek turistů a dvojí lockdown, existují také faktory, které ovlivňují jeho cenu. Právě tu dlouhodobě zvyšuje každoročně rostoucí spotřební daň, clo a DPH. „Přestože prodej lihovin v letošním roce značně klesnul, na vybrané spotřební dani se tento pokles příliš neprojevil. Stát od ledna do října vybral pouze o 240 miliónů korun méně ve srovnání se stejným obdobím v roce 2019. Hlavním důvodem je výrazné zvýšení spotřební daně na lihoviny (o 13,2 %) platné od prvního ledna 2020,“ říká Vladimír Darebník, výkonný ředitel UVDL ČR. (tz)

Naše kavárna

MOSER vede P. Mencl

Pavel Mencl se stal generálním ředitelem společnosti MOSER, a.s. Ve firmě předtím půl roku působil jako externí poradce představenstva.

Nová struktura CRESTYL

Developerská a investiční skupina CRESTYL změnila svou strukturu. Tu nově jako generální ředitel povede dosavadní výkonný ředitel Simon Johnson spolu s obchodním a marketingovým ředitelem Viktorem Peškou,

M. Lokaj šéfem YIT Stavo

Vedení společnosti YIT Stavo v České republice se ujal Marek Lokaj, který do té doby zastával post technického ředitele.

Sponzoring, charita, pomoc

222 000 korun putovalo do dětských domovů

Obchůdky s Albertem dětem zpříjemnily svátek. Do letošního ročníku vánočních Obchůdků s Albertem se i přes pandemií ztíženou situaci zapojilo celkem 30 dětských domovů a neziskových organizací z celého Česka. Část z nich nově prodávala výrobky i online. Malí obchodníci utržili za své vlastnoručně vyrobené dekorace a ozdoby celkem 222 000 korun. Díky projektu Nadačního fondu Albert si takto osvojují základy finanční gramotnosti a připravují se na vstup do dospělého života. (tz)

Lego naší legislativy

Od ledna platí nová pravidla pro létání s drony

Drony slouží nejen pro zábavu, ale také hlídají objekty, kontrolují stav elektrického vedení nebo se s nimi experimentuje jako s prostředkem dodávání balíčků z e-shopů. V profesionální verzi bezpilotní prostředky vybavují armádu, policii i integrovaný záchraný systém. Od 1. ledna 2021 pak i pro jejich běžný provoz platí nová pravidla, pro běžné uživatele i profesionály.



V platnost vstoupila pro provozovatele povinná registrace dronů, které mají kameru a těch, které jsou těžší než 250 gramů. Dalším novým pravidlem je povinná registrace pilotů takových bezpilotních prostředků a úspěšné složení online testu na webu Úřadu pro civilní letectví: dron.caa.cz.

S drony do 250 gramů lze sice létat nad lidmi, neplatí to ale pro davy lidí. Drony také musí létat vždy na dohled pilota a maximálně do výšky 120 metrů nad zemí. V platnosti také zůstávají bezletové zóny stanovené jednotlivými členskými státy.

Aktuálním faktem jsou stále ještě nejednotná pravidla pro létání s drony v různých zemích, a to je také jeden z důvodů, proč se evropská legislativa chystá tuto problematiku nově a jednotně upravovat. Nový systém je zaváděn zejména kvůli zvýšení bezpečnosti a celkového zpřehlednění provozu těchto bezpilotních prostředků. Létání ve veřejném zájmu – tedy při použití složkami armády, policie či záchranářů – získává pro provoz profesionálního bezpilotního prostředku výjimku. A to právě z důvodu veřejného zájmu, mnohem profesionálnější konstrukce a v neposlední řadě řízení školeným pilotem. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Údolí

Bernard Minier

xy-z Malá vesnice v srdci Pyrenéj je po sesuvu půdy naprosto odříznutá od okolního světa. Zdejší obyvatelé navíc děsí sériový vrah. Kriminalista Martin Servaz čelí disciplinárnímu řízení, přesto se do případu pouští. Nemůže jinak – v izolovaném údolí uvízla i jeho bývalá partnerka Marianne.

QualityLand

Marc-Uwe Kling

xy-z V QualityLandu funguje vše hladce: Automatizovaná služba vám dohodí dokonalého partnera a spolehlivý algoritmy společnosti TheShop vědí, co přesně chcete. Ale i v QualityLandu se najdou vadné kousky – dron se strachem z létání nebo bojový robot trpící posttraumatickou stresovou poruchou. A ty všechny má šrotovník Peter Nezaměstnaný nechat zničit. Co když se ale vzepře systému?

Vědomí a realita

Jiří Horáček, Daniela Drtinová

xy-z Co je to vlastně vědomí a jaký má vztah k tělu? Renomovaný neurobiolog a profesor psychiatrie Jiří Horáček v rozhovoru s Danielou Drtinovou odhaluje fascinující fakta o lidské mysli.

Po povrchu

Tomáš Třeštlík

motto Vždycky jsem chtěl víc, než jsem měl. Rád bych vzal zpátky plno věcí, co jsem řekl a udělal. Chtěl bych projet prázdnou noční Blankou z Tróje na Barrandov Mustangem Bullitt se staženými okýnkama a neřešit sedmdesátku. A taky bych chtěl konečně udělat něco, na co budu fakt pyšnej. Chtěl bych vědět, jak bejt dobrej táta. A syn.

Marvel: Mýty a legendy

kollektiv autorů

CPRESS Co se skrývá v minulosti nejsilnějších superbytosť ze světa Marvelu? Vraťte se v čase až k úsvitu věků a staňte se svědky zrození rasy Nebešťanů. Prozkoumejte panteony Thora a Asgardanů i jejich rivalů z Olympie. Poznejte mystické začátky Nejvyššího mága Doctora Strange. Procházejte se spolu s bohy Wakandy a legendárními Black Panthery.



Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: 234 264 401
fax: 234 264 400
www.grada.cz

7 tajemství odpovědného vedení lidí

Jenkins-Scott Jackie

Přečetli jste již řadu knih, které radí, jak řídit lidi pomocí zavedení jasných metod, jak je motivovat a inspirovat, ale váš tým či firma stále neprosperuje? Zkuste nový přístup – proaktivní vedení, které pružně reaguje na aktuální podněty a změny situace. Jde o to umět reagovat na skutečné potřeby organizace a vytvářet vizi, kterou budou sdílet lidé usilující o naplnění těchto potřeb. Ukázalo se totiž, že tento typ vedení je všestranný a přenositelný. Praktikování proaktivního vedení začíná u toho, jak se chováte sami k sobě a jak jednáte se svými nejbližšími. Je pro něho typická touha po společně sdílené vizi, a proto se proaktivní lídři v rámci dané příležitosti velmi silně orientují na lidskou stránku věci. Jde o to umět reagovat na skutečné potřeby organizace a vytvářet vizi, kterou budou sdílet lidé usilující o naplnění těchto potřeb. Díky této knize se začnete rozhodovat na základě vlastní vědomé volby a dozvíte se, jak se přizpůsobit změnám v organizaci, například novým zaměstnancům, členům představenstva nebo akcionářům.

Sberbank a udržitelnost

Sberbank rozšířila vozový park o 21 vozů Škoda Octavia Combi Style iV s plug-in hybridním pohonem. Pokračuje tak v trendu, kdy zařadila do svého vozového parku první plně elektrické vozy Škoda Citigo. „Zatímco malé elektrické vozy, které jsou zcela bezemisní, využívají naši zaměstnanci k jízdám hlavně po městě, nové hybridní budou používat k cestám po celé republice. Na kratších trasách využijí elektromotor, na těch delších pomůže benzínový, takže není potřeba během dne dobíjet baterie. Je to optimální volba, časově efektivní a zároveň šetrná k životnímu prostředí,“ řekl Jan Hainz, šéf komunikace a marketingu a člen správní rady Nadačního fondu Sberbank. „Sberbank CZ je jednou z prvních bank, které odpovědně přistoupily k obnově svého vozového parku s takovým důrazem na udržitelnost životního prostředí,“ doplnila Zuzana Masopustová, regionální manažerka prodeje Volkswagen Financial Services. (tz)



Smart Press, s.r.o.
Velflíkova 1417/12
160 00 Praha 6
tel.: 233 320 075
e-mail: redakce@smartpress.cz
www.smartpress.cz

Oprít se o předky: Jak posílit své kořeny a najít klid v nejisté době

Blanka Vun Kannon

Praktický, srozumitelný a dobře proveditelný návod, jak posílit pocit bezpečí a sounáležitosti napojením se na sílu rodové linie. Nabízí celou škálu metod, jak se na předky napojit a pozvat je do svého života: od shromažďování faktů o životě předků a objevování jejich odkazu přes práci s energií domova až po zapojení intuice, představivosti a napojení se na předky v rámci běžných aktivit, jako je třeba vaření, zahradičení, rybaření nebo procházky v přírodě. Součástí je také praktická jednostránková pomůcka Devatero pro objevení rodové síly – 9 tipů, jak přistoupit k aktivování síly rodové linie. Stažení je zcela zdarma na webové adrese www.opritseopredky.cz.

INZERCE



Účetní a poradenská firma FISKUS CZ s.r.o. vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví, zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420;
224 922 688; 224 917 584;
223 016 650; 223 016 651,
fax z jakéhokoli uvedeného čísla
mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097

www.fiskus.cz

Moderní kancelářské budovy jsou zelené a nabité chytrými technologiemi

Budoucnost kancelářských budov je v ekologii a moderních technologiích. Mají zelené střechy i fasády a chytrá řešení pomáhají větrání, udržování ideálního vnitřního klimatu či využívání slunečního svitu. Jsou pak více soběstačné, a šetří tak energie. O takové budovy je zájem, mluví se o nich a zaměstnavatelé i zaměstnanci je oceňují. To vše navíc pomáhá životnímu prostředí.

Nejmodernějším kancelářským budovám vládne trend ekologie a smart řešení. Oba tyto spojené přístupy se navíc snoubí v zajímavých řešeních. „Kombinací chytrých a zelených budov vznikají efektivně fungující kancelářské i průmyslové prostory budoucnosti. Výsledkem takto promyšlených budov jsou udržitelné pracovní prostory vyladěné do posledního detailu, čímž nabízejí uživatelům obrovskou škálu výhod,“ řekl Radek Škrabal z SSI Group.

Příkladem inspirativní kombinace smart a green přístupu je třeba chytré udržování vhodného klimatu v interiéru nového komplexu ČSOB v pražských Radlicích. Kombinace vhodně zvolené orientace budov a nejmodernějších technologií pomáhá energeticky výhodnému udržování optimální teploty a zároveň přísunu čerstvého vzduchu díky automatizovanému větrání. V budově jsou vedle průmyslových topných a větracích systémů efektivně řešeny i systémy využití pitné a dešťové vody. „Voda obecně je dnes zcela zásadní komoditou a kromě elektřiny a tepla tvoří významnou část vynaložených nákladů na celkově spotřebovávané energie v objektech,“ uvedl Leoš Aldorf z SSI Energy.

Unikátními ekologickými technologiemi se pyšní i budova pražského Mosaic House Design Hotelu. Jsou založené na pasivním standardu zajišťujícím úsporu energie. Okna jsou osazena

čidly, která v případě otevření zajišťují automatické vypnutí topení nebo chlazení. Na osluněných částech budovy jsou instalovány žaluzie, které se automaticky přizpůsobují stavu venkovního prostředí. Hotel také aktivně spoří energii tím, že využívá odpadní teplo technologických zařízení zajišťujících provoz hotelu, jako je chlazení či vzduchotechnika. Budova rovněž recykluje odpadní šedou vodu a pitná voda není zbytečně používána tam, kde nemusí, tedy například na splachování WC nebo pro úklid.

Střecha a fasáda nejsou pouze estetické prvky

Zejména ve velkých městech vstřebávají střechy sluneční teplo tak silně, že se jejich teplota může oproti okolnímu vzduchu lišit až o 30° C. Nejefektivnějším řešením tohoto problému je osazení střech a fasád budov zelení. To dokáže šetřit energie, protože díky vzduchovým mezerám a mikrobiálním pochodům v zemině může zelená střecha zlepšit tepelnou stabilitu prostoru až o 25 %.

Odpařování vody ze zelených ploch navíc odebírá teplo, a tím ochlazuje okolí a zlepšuje kvalitu ovzduší sběrem jemného prachu. Pomocí technologií lze také k zavlažování zelených ploch automatizovaným způsobem využívat dešťovou vodu. Zelené plochy mohou být rovněž příjemnou oázu pro relaxaci zaměstnanců.



Využití obnovitelné energie

Využití slunečních stěn, oken a prosklených ploch propouštějící denní světlo a teplo do budovy je pro šetření tepelné energie zásadní. Vhodně zvolené izolační materiály jsou důležitým krokem k energetické účinnosti budovy.

„Pro chytré využití sluneční energie se nejčastěji na střechách a stěnách budov instalují solární fotovoltaické systémy. Ty zajišťují výrobu energie ze slunečního svitu a dodávají ji do oběhu celé budovy tak, aby uživatelé budov snížili závislost na méně ekologických zdrojích energie. Využívají se také větrné turbíny či geotermální čerpadla pro získání horké vody nebo páry, která pohánějí turbíny vyrábějící elektřinu,“ doplnil Leoš Aldorf z SSI Energy.

Mezi nové přístupy využívání přírodních zdrojů patří instalování světlovodů. Ty jsou populární nejen v rezidenčním bydlení, ale stále více také v kancelářských budovách či firmních provozech. „Světlovody pomocí vysoce reflexního tubusu přivádějí zdravé přirozené světlo do míst, kam běžně nedopadá, a kde by bylo jinak nutné umělé osvětlení. Stále žádanější jsou v poslední době křišťálové kopule světlovodů, které mají vysokou schopnost sbírat denní světlo po celý den, i když je zataženo,“ vysvětlil Jakub Brandalík ze společnosti Lightway.

Chytré kancelářské budovy a smart úklid

V moderních kancelářských budovách lze chytré řešit také správu prostor a úklid. Tyto úkony pak neprobíhají podle předem daného rozpisu, ale mohou být automatizovány na základě aktuálního počasí, počtu pracovníků a návštěvníků v různých místnostech. V kuchynce, na chodbách či v zasedací místnosti, kde se lidé často střídají, je tak intenzita úklidu jiná než v kanceláři, když zaměstnanci aktuálně pracují na home office či jsou na dovolené. A pokud přší, jsou pracovníci úklidu častěji nasměrováni do vstupních prostor. Chytrý systém také automaticky hlásí, že je potřeba doplnit zásobníky na vodu nebo uklidit výtahy.

„V současné době se pracuje na řešení, které bude umět propojovat veškeré procesy související s úklidem do jedné platformy – cílem je v jednom funkčním systému kombinovat pracovníky úklidu, autonomní stroje, inteligentní plánování a využití dat,“ nastínil Lukáš Rom ze společnosti Kärcher. (tz)

INZERCE

NOVÝ KONCEPT PRO DOMY VE STANDARDU 2020

BUDOVY S TÉMĚŘ NULOVOU SPOTŘEBOU ENERGIE JAKO AKTIVNÍ PRVKY ENERGETICKÉ SOUSTAVY
BUDOUCNOST JE ELEKTŘINA

FOTOVOLTAIKA

BATERIE

SPOLUPRÁCE
S CHYTROU SÍTÍELEKTRICKÉ VYTÁPĚNÍ
A PŘÍSTROJE

www.fenixgroup.cz / koncept-2020

