



Papírový sáček s papírovým okénkem

- 100% rozložitelný
- kompostovatelný
- recyklovatelný
- určený pro přímý styk s potravinami
- možnost vlastního potisku
- možnost výroby sáčků z nepromastitelného papíru



... budoucnost patří papíru!



INZERCE

Albert: zařadili jsme se mezi sedm nejlepších na světě

Společnost Albert Česká republika, s.r.o., obdržela letos v březnu ocenění za mimořádnou kvalitu v soutěži EFQM Global Award. Jako jediný zástupce České republiky získala v konkurenci firem z celého světa nejvyšší možné hodnocení. Mezinárodní porota, která Světovou cenu kvality uděluje, ocenila jasně definovanou strategii rozvoje společnosti, důraz na prodej kvalitních produktů podporujících zdravý životní styl, ale také péči o zaměstnance a podporu udržitelných řešení šetrných k přírodě.

Světová cena kvality je založená na modelu Excellence Evropské nadace pro management kvality (EFQM). „Přihlášení do soutěže vyžaduje odolnost a myšlení vítěze, zvlášť v tak pro lidi i organizace náročném roce. Účastníci a vítězové naší soutěže, kteří otevřeli dveře EFQM, aby zjistili, proč a jak se jim daří být vynikajícími organizacemi, mě inspiroují. Gratuluji všem,“ řekl na ceremoniálu Russell Longmuir, generální ředitel EFQM.

„Jsem na Albert a našich 17 000 zaměstnanců velmi pyšný. Toto je poprvé, kdy česká společnost získala v mezinárodním hodnocení nejvyšší možné ocenění. Cena je úspěchem všech, nejen sedmnáctitisícového týmu Alberta, ale také našich českých dodavatelů a partnerů,“ řekl na online slavnostním ceremoniálu Jesper Lauridsen, generální ředitel společnosti Albert. Ředitelem a letitým reprezentantem kvality je v Albertu Ing. Pavel Mikoška, CSc. Jemu patřily následující otázky:

Albert v České republice je velkým a letitým bojovníkem za kvalitu, především za kvalitu řízení. Proč jdete touto zdánlivě neviditelnou a náročnou cestou?

Kvalita a její řízení jsou velmi důležitou součástí naší společnosti. Prolínají se vším, co děláme. Jsme odpovědným obchodníkem a záleží nám na tom, abychom byli dobrým sousedem všude tam, kde působíme. Ve více než 300 obchodech Albert chceme být pro

Úspěch ve Světové ceně kvality je samozřejmě příjemný, ale stejně tak zavazující. Určitě se plánujeme dále zlepšovat. Pomůže nám v tom také zpráva od hodnotitelů. Budeme dál pracovat na portfoliu našich privátních značek, prodejnách i spokojenosti našich zaměstnanců a zákazníků tak, aby do našich obchodů chodili ještě raději a nakupovalo se jim ještě příjemněji.



Ing. Pavel Mikoška, CSc., ředitel kvality ve společnosti Albert

naše zákazníky pomocníkem při výběru potravin a inspirovat ke zdravému životnímu stylu.

Souvisí to s prodejem jakostních výrobků, zejména potravin, tedy s ušlechtilým cílem: vytvářet podmínky pro lepší životní styl, vhodnější stravování lidí. Jak ještě se dá vaše orientace na kvalitu charakterizovat?

Jak zmiňujete, naším cílem je inspirovat zákazníky ke zdravému životnímu stylu, šetřit jejich čas a zlepšovat nákupní prostředí. Rozšiřujeme nabídku čerstvých potravin a zdravých produktů, jako jsou například produkty v bio-kvalitě nebo výrobky, které respektují rozmanité životní styly. Pracujeme na nabídce potravin bez přídavných látek a snižujeme obsah tuku a cukru

v našich výrobcích. V neposlední řadě klademe také velký důraz na naše zaměstnance. Děláme maximum, abychom jim zajistili dobré pracovní podmínky a příjemné prostředí. Intenzivně se věnujeme také ochraně životního prostředí a aktivně působíme i v komunitách.

Právě za tuto strategii a výsledky v jejím duchu jste letos obdrželi jedno z nejprestižnějších ocenění na světě, a to v soutěži EFQM Global Award. Stali jste se jediným zástupcem ČR, kterému se kdy podařil takový kousek.

Přesně tak, v rámci hodnocení jsme uspěli v náročném auditu všech oblastí řízení, který prováděl tým mezinárodních nezávislých odborníků. Ti nám na základě svých zjištění udělili maximální sedmihvězdičkové hodnocení, čímž jsme se zařadili mezi sedm nejlepších na světě. Kromě nás se tam probojovala například společnost Bosch nebo technologická a výrobní divize automobilky BMW.

pokračování na straně 4

Opavský OSTROJ navýšil tržby a nabral desítky lidí

Tuzemský průmysl ožívá. Opavská společnost OSTROJ, tradiční český výrobce strojírenských produktů, dosáhla za první letošní čtvrtletí o 6 % vyšších tržeb, než plánovala. Návrat k „předcovidovým“ čísům táhly zejména prodeje na domácím a na dalších evropských trzích. Díky zvýšené poptávce OSTROJ nabral 37 nových zaměstnanců.

„Kvartální tržby jsme měli o 6 % vyšší, než jsme původně plánovali. Obdobně je na tom provozní zisk firmy. Velmi dobrých čísel dosahujeme také v zakázkové naplněnosti,“ uvedl Aleš Martinec, generální ředitel společnosti OSTROJ, a dodal: „Podobný vývoj a výsledky očekáváme i ve druhém čtvrtletí.“

Nejlépe se firmě v prvních třech měsících roku dařilo na českém a německém trhu, a dále také ve Francii, Maďarsku a dalších zemích.

„Pozitivní výsledky přineslo jak oživení výroby v automobilovém průmyslu, tak zvýšená poptávka od našich klíčových zákazníků, kterou zbrzdil nástup koronavirové krize v roce 2020,“ vysvětlil Aleš Martinec. Na úspěšném oživení produkce se podílejí zejména divize Strojírna, Hydraulika, Kovárna a kalárna a Galvanovna.

Téměř 800 pracovníkům společnosti OSTROJ vzrostla průměrná mzda za leden až březen ve srovnání se stejným obdobím roku 2020 téměř o 4 %. Slibný rozjezd roku 2021 se projevil rovněž v náboru nových zaměstnanců.

Do poloviny dubna nastoupilo do opavské firmy 37 nových zaměstnanců, a to především na pozice obsluha CNC strojů, strojní zámečnick, obsluha kovací linky nebo lakýrník. „Další minimálně tři desítky nových pracovníků míst chceme v nejbližší době obsadit. Potřebujeme hlavně soustružníky, strojní zámečníky, svařeče, obsluhu palicích strojů či CNC strojů,“ argumentovala Lucie Baranová, vedoucí odboru Lidské zdroje společnosti OSTROJ.

OSTROJ a.s. patří k nejstabilnějším firmám v České republice, na strojírenském trhu působí od roku 1948. Je ryze českou akciovou společností, její sídlo a výrobní závod se nachází v Opavě. Společnost zaměstnává zhruba 800 pracovníků, především z regionu Opavska, a dosahuje tržeb mezi 1,0–1,9 miliardy Kč za rok. Do výrobního portfolia šesti divizí patří široká paleta výrobků a komponent od důlních strojů pro hlubinnou těžbu uhlí a rud přes hydraulické válce, hřídele, tiskařské válce, opracované lakované svařence, komplexní nástrojářská řešení a přesné obráběné dílce až po ocelové zápuskové výkovky. Součástí výrobních aktivit je i galvanické zinkování a chromování. (tz)

Najdete uvnitř listu

Vykřičník covidové doby: rychlý transfer výzkumných poznatků a inovací do života	3
Restrukturalizace a reorganizace mohou dát firmám nový směr	5
Robot ještě dům nepostaví, ale už nyní je skvělým pomocníkem	10
Obory hotelnictví, lázeňství a gastronomie se bezesporu mění, ale porostou	11
Zkušenosti podnikatelů, manažerů, umělců a sportovců, jak ustát covidovou dobu	14

Golden Gate CZ roste

Tržby Golden Gate CZ za první čtvrtletí tohoto roku dosáhly 1,28 miliardy Kč a meziročně vzrostly o 47 %. Za celý loňský rok společnost zvýšila tržby na 4,5 miliardy Kč, což je o 138 % více oproti roku 2019. Firma si nadále udržuje pozici největšího prodejce drahých kovů na českém trhu.

Zájem Čechů o zlato a stříbro od ledna nepolevil, ale nedosahoval na rekordy z loňského léta, kdy se prodeje vyšplhaly až na čtyřnásobek. Cena zlata loni v létě překonala 2000 dolarů za unci, momentálně se cena pohybuje okolo 1770 dolarů

za troyskou unci, od začátku roku klesla zhruba o 100 dolarů. Golden Gate CZ působí na trhu deset let. Momentálně má 36 000 klientů, kterým prodala už deset tun zlata a 134 tun stříbra. „Rostoucí zájem lidí o drahé kovy před rokem odstartoval panika způsobená nástupem pandemie. Zatímco v loňském roce byla zvýšená poptávka způsobená především obavami lidí z covidu, letos převažuje potřeba zajistit si na nejbližší roky kupní sílu svých úspor a eliminovat tak částečně důsledky rostoucí inflace,“ řekl generální ředitel Golden Gate CZ Libor Brůna.

Společnost od ledna zahájila prodej zlata a stříbra také prostřednictvím vlastního e-sho-

pu. Češi si podle dat Golden Gate CZ pravidelně měsíčně spoří do drahých kovů okolo 1500 Kč. Využívají k tomu mimo jiné také komoditní účet, jehož prostřednictvím postupně nakupují zlaté, stříbrné i platinové investiční slitky, které si průběžně vyzvedávají.

„Investujeme také do rozvoje regionálních kanceláří a výdejních a výkupních míst po celé ČR. Pobočky máme v Praze, Brně, Plzni, Českých Budějovicích, Písku, Mladé Boleslavi, Kolíně, Chomutově, České Kamenici, Ústí nad Orlicí, Otrokovicích a na Slovensku v Bratislavě. Klientům smluvně garantujeme zpětný odkup drahých kovů,“ vysvětlil Libor Brůna. (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: 11. května 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 Úřadem
 průmyslového vlastnictví



■ 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

Informace a vlny strachu

Že je podnikání určitých oborů v kleštích, o tom není pochyb. Jak vydělávat, když nesmíte otevřít prodejnu, hotel, kadeřnictví? Jak se zodpovědně chystat na změny, když se i denně mění informace, jimiž se mají podnikatelé řídit? Ano, je to už klišé, o něčem takto mluvit a znova otevírat debaty nad tím, zda lze očekávat akceptovatelná pravidla, když sám koronavirus přináší nesčetná překvapení v tom nejhorším slova smyslu. Jenže co se vším tím souvisí? Hlavně strach, mocný to vládce vesmíru. Ne, přepsala jsem se, vesmíru ne, ale nás, lidí. Strach je totiž silnější než radost, optimismus, výsledky, úspěch. Strach je pohroma, která si na vás došlápe a nesleví, je horší než zákon schválnosti.

Vím, dobře se mi to káže schované na home office u počítače, kdy jsem relativně odstavena od četných rizik, jimiž prochází většina zaměstnanců či podnikatelů. Přesto se tématu koronavirové krize musím dotknout. I přesto, že vím, že nikdo z nás, ani premiér naší země ani nejstarší občan zeměkoule, s koronavirem nemají zkušenosti, takže nelze od nikoho čekat optimální postoj k věci. I přesto, že v duchu omlouvám všechny chyby, které kdokoli ve snaze řešit situaci, udělal. Jen s jedním se neumím smířit. S vlnami strachu, které námi procházejí. Se strachem, který vzniká v našich myslích namísto víry i konání v naději a optimismu. Se strachem, který zahání i ty nejodvážnější rebely a kreativce do komůrek váhání, zdrženlivosti a obav. Ne každý podnikatel či živnostník dokáže nebo může ze dne na den přehodit výhybku. Ne každý umí diverzifikovat, mít záložní zdroj. Ano, business je každého věc. Jenže jeho přesah je celospolečenský. Stejně tak se zdraví a ekonomika propojují víc, než jsme si ochotni připustit. A řešení? Určitě je. A proč strašit, když se dají věci zvládat. A tak, aby i vlastní obchůdku s upomínkovými předměty či majitelka masážního salonu mohli alespoň občas klidně spát. A strach utlumit k bodu obezřetnosti a respektu. Zbyde pak místo na dobré nápady, potenciál se probudí. A imunita to pozná. Kleště povolí. Záporná energie se promění v kladnou. V to věřím a moc bych si to přála.

Eva Bixi

Mediální partnerství v roce 2021

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- **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, fin4Business
- **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**, poradce v oboru krizový management
- **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 Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Marketér roku pokračuje

I přes nepříznivé podmínky minulého roku se ve zpožděném termínu podařilo vyhlásit vítěze soutěže roku Marketér 2019, a při té příležitosti vyhlásit i budoucí ročník soutěže Marketér roku 2020.

Česká marketingová společnost se tak vyrovnala se situací, kterou nikdo neočekával. Podařilo se pokračovat v patnáctileté tradici a všichni doufáme, že letošní rok bude o poznání optimističtější. Přesto zachováváme realistický pohled na současnou situaci a harmonogram spojený s přípravami soutěže jsme podle toho upravili.

Přihlášky do soutěže Marketér roku 2020 (stejně tak do sekce Mladý delfin) mohou všichni zájemci z řad odborníků i vysokoškolských studentů marketingu zasílat na naši adresu pro-

střednictvím e-mailu (info@cms-cma.cz), přihlášky na www.cms-cma.cz) i klasickou poštou na adresu Česká marketingová společnost, Novotného lávka 5, 110 00 Praha 1 do 15. června 2021.

Slavnostní vyhlášení výsledků by mělo proběhnout 23. září 2021, konečný termín bude v dostatečném časovém předstihu oznámen.

Jsme přesvědčeni, že i v obtížných ekonomických, sociálních a komunikačních podmínkách se rodí zajímavé marketingové projekty, které stojí nejen za povšimnutí, ale i patřičné ocenění a veřejnou prezentaci.

Zasílejte nám je! Přihlášky a další informace najdete na www.cms-cma.cz. Těšíme se na spolupráci.

Za prezidium České marketingové společnosti
 Jitka Vysekalová a Tomáš David

Společnost JRD zveřejnila Výzvu za zdravé bydlení

Společnost JRD, leader v oboru zdravého a šetrného bydlení, zveřejnila Výzvu za zdravé bydlení pro zájemce z řad firem i jednotlivců, kteří rovněž vnímají důležitost výstavby zdravých domovů. Výzva navazuje na loňskou kampaň developera na podporu zdravého vnitřního prostředí v budovách.

JRD plánuje sdílet se svými signatáři, mezi něž se ihned zařadila např. společnost Saint-Gobain, své know-how prostřednictvím webinářů o principech kvalitního bydlení a efektivní aplikaci moderních technologií. První se chystá začátkem letošního léta. Cílem této iniciativy je šířit osvětu o významu zdravého mikroklimatu v interiérech a motivovat k rychlejšímu rozvoji udržitelného stavebnictví. Podle analýz Evropské unie totiž jen na budovy připadá přibližně 40 % spotřeby energie a 36 % emisí skleníkových plynů. Ze stavebnictví navíc v České republice pocházejí až dvě třetiny všech odpadů.

Kvůli masivnímu zateplování, které nebylo podpořeno optimálně řešeným větráním, se lidé téměř hermeticky uzavřeli do svých domovů: a to zvláště nyní, v době nutnosti práce na home office a distanční výuky. Již před pandemií lidé v interiérech trávili až 90 % času, dnes to bude ještě více. Navíc nelze předpokládat, že by v budoucnu přestal být o práci z domova zájem. Firmy i zaměstnanci ji budou využívat mnohem častěji. Rozšíření tohoto trendu s sebou však nepřináší jen pozitiva, naopak může mít velmi ne-

gativní dopad na lidské psychické a fyzické zdraví. Nové moderní kanceláře totiž už mívají, na rozdíl od většiny rezidenčních budov, kvalitní vnitřní prostředí uzpůsobené dlouhému pobytu zaměstnanců v uzavřených prostorách. Právě domácnost je proto místem, kde se dnes člověk nejčastěji setkává s příznaky syndromu ne-zdravých budov – tedy s řadou fyzických a psychických obtíží, které mohou přerůst až v chronické zdravotní problémy (od únavy, bolestí hlavy, pálení očí, vysušených sliznic po silné alergie či astma).

„Naše iniciativa proto klade důraz na to, aby si co nejvíce firem i jednotlivců uvědomilo pravý význam udržitelné výstavby budov ve zdravém mikroklimatem. Přímým zapojením signatářů výzvy, kteří využijí naše know-how v praxi, chceme vyvolat odezvu v celé společnosti. Přáli bychom si, aby se do roku 2030 stavělo alespoň o 50 % více energeticky pasivních bytů/domů se zdravým vnitřním prostředím než nyní a aby byla česká legislativa všeobecně vnímavější ke zdravé výstavbě. Bez čerstvého vzduchu, dobrého osvětlení, akustického a tepelného komfortu a dostatku zeleně nemůžeme mít zdravé domovy. Bez využití recyklovaných a recyklovatelných materiálů a moderních technologií nebude zdravé ani naše životní prostředí. Tedy to, co zanecháváme pro budoucí generace,“ vyzval Jan Řežáb, majitel JRD.

Bližší informace o Výzvě za zdravé bydlení zájemci najdou na webu www.jrd.cz/cv/vyzva-za-zdrave-bydleni.html. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
 partner:**



partneři plus:



E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 23. rokem!

Vykřičník covidové doby: rychlý transfer výzkumných poznatků a inovací do života

AVO

Každý z nás má radost, když si může obstarat to, co mu přináší dobrou přidanou hodnotu, co

pro něj má význam, který se násobí určitým zlepšením oproti výrobku či službě z minulého období. Ať jsou to ergonomičtější zahradnické nůžky, nebo vylepšená tkanina oblíbených džinsů, jedinečná aplikace do mobilu či varná konvice s funkcemi, o nichž jsme před rokem neměli ani ponětí. Zdánlivé drobnosti, za nimiž však mnohdy stojí mraky práce, vývoje, výzkumu, peněz i fandovské energie. Svě o tom vědí členové Asociace výzkumných organizací. Ta se snaží nejen podporovat aplikovaný výzkum u nás, ale také usiluje například o větší provázanost výzkumu, vývoje a praxe. Jinými slovy, aby se dobré a užitečné nápady dostávaly do života včas, ba ještě rychleji. AVO po čtyřech letech bilancuje. Oč se asociace snažila, co se podařilo a oč usiluje, o tom jsem hovořila s jejím viceprezidentem RNDr. Janem Nedělníkem:

Asociace má za sebou úspěšné čtyřleté období pod vedením předsednictva, jemuž se podařilo pro výzkum mnohé udělat. Co byste v této souvislosti rád zdůraznil?

Čtyři roky uplynuly jako voda, ve druhé části mandátu byla naše práce, tak jako život v celé společnosti, ovlivněna pandemickou situací a nouzovým stavem. Rád ale konstatuji, již i s mírným odstupem od roku 2020, že tento

Covidová situace ještě více zvýraznila nutnost rychlé tvorby a rychlého transferu nových výzkumných poznatků a inovací do praxe. Je to vidět i v chování firem, které cítí a vědí, že bez inovací je budoucí rozvoj obtížnější. Pokud srovnáváme objem veřejných a neveřejných prostředků, které jdou do výzkumného prostoru, tak ty neveřejné v posledních letech dominují. Je to dobře a je z toho cítit, že zájem o spolupráci mezi firmami a výzkumem stále vzrůstá.

mimořádný stav neměl zásadní negativní vliv na činnost asociace. Aktivit, které vyvíjela pro stabilizaci a rozvoj výzkumného prostředí v České republice a podporu aplikovaného výzkumu, bylo mnoho. Jestli jich bylo dost a byly smysluplné, musí posoudit naši členové. Dovolím si pouze krátký výčet.

Významný podíl asociace na diskuzích o tvorbě a implementaci Metodiky hodnocení 17+,

implementaci nejen na národní úrovni, ale i na úrovni rezortů. Vytvoření metodiky k posuzování hospodářské a nehopodářské činnosti ve výzkumných organizacích. Snažíme se být v permanentním kontaktu se členy Rady vlády pro výzkum, vývoj a inovace i členy Komise pro hodnocení výsledků. Stále vznikají také zásadní koncepční dokumenty, které budou ovlivňovat dění v České republice do budoucna. AVO je do připomínkovacího řízení těchto významných dokumentů zapojeno, aktivně vstupujeme do debat o náplni RIS 3 strategie, v poslední době vznikající strategie Cirkulární Česko a mnohých dalších. Ve všech těchto iniciativách artikulujeme význam aplikovaného výzkumu a smysluplnost alokace veřejných prostředků do aplikovaného výzkumu v debatách s politickou reprezentací, a to jak s ministry, tak také s poslanci a senátory. Posledním příkladem je i Národní plán obnovy, i když tady je pravda, že objem prostředků věnovaných přímo na výzkum není takový, jaký bychom si představovali. A jen pro doplnění – nutnost vyvíjet výsledky připravené do praxe (EU používá klasifikaci TRL resp. technological readiness level, kdy platí, čím větší hodnota, tím vyšší připravenost k implementaci) se promítá do podmínek dosažení těchto aplikačních výsledků (resp. výsledků s vyšším TRL) v mezinárodních projektech. Jako příklad mohu uvést poslední výzvu H2020 Green Deal, připravovaný program Horizon Europe jde stejnou cestou.

Projevila se vaše snaha o pružnější spolupráci výzkumných pracovišť a firem?

Covidová situace ještě více zvýraznila nutnost rychlé tvorby a rychlého transferu nových výzkumných poznatků a inovací do praxe. Je to vidět i v chování firem, které cítí a vědí, že bez inovací je budoucí rozvoj obtížnější. Pokud srovnáváme objem veřejných a neveřejných prostředků, které jdou do výzkumného prostoru, tak ty neveřejné v posledních letech dominují. Je to dobře a je z toho cítit, že zájem o spolupráci mezi firmami a výzkumem stále vzrůstá. Ale samozřejmě za základního předpokladu, že výsledkem výzkumu nebude jen publikace, ale opravdu uchopitelný produkt, který se rychle dostane do výroby a na trh. V této souvislosti AVO dlouhodobě vede debatu o dalších nepřímých nástrojích podpory pro výzkum – jako příklad mohu uvést stále více využívané daňové odpočty.

Jaké aktivity vyvíjíte dnes k tomu, aby se zajímavé myšlenky dostaly do života co nejdříve?

Naše strategie je v posledních letech založena na aktivní komunikaci se členy a veřejností pomocí webu, sociálních sítí, vydávání Zpravodaje. Jedním z příkladů z „covidové doby“ je rychlé



RNDr. Jan Nedělník, viceprezident Asociace výzkumných organizací

přenesení komunikace z osobních jednání do online prostoru. Asociace byla jednou z prvních, která měla přístupy k několika komunikačním online platformám a formou poradenství zprostředkovávala tyto nové možnosti dál. AVO nabízí nejen svým členům, ale i nečlenům projektové poradenství ať již pro národní výzvy, tak dnes hlavně výzvy mezinárodní. Asociace se stala členem BioEast HUBU CZ, seskupení výzkumných organizací, malých a středních podniků a asociací s cílem prezentovat relativně nový směr v evropském prostoru, a tím je bioekonomika. Klade velkou pozornost na efektivnější (jak v ekonomické, tak v environmentální perspektivě) využívání přírodních zdrojů a s větším důrazem na cirkularitu a podporu bioekonomických inovací a nových obchodních modelů přistupuje k řadě aktuálních úkolů. Pro efektivnější využívání biologických zdrojů ČR a celá EU potřebuje inovace a nová technologická řešení – lepší nakládání s biologickými zdroji je tedy obrovskou příležitostí pro aplikovaný výzkum a naši asociaci.

Pomáháte některým podnikům například i s přípravou průmyslových vzorů nebo patentů k přihlášení? Nebo je to příliš tenký led a zatím jste o takové spolupráci neuvažovali?

Průmyslová ochrana je sice stále častější formou ochrany výsledků výzkumu, přesto ve srovnání se světem ještě zaostáváme v četnosti patentů či užitečných vzorů. Asociace komunikuje s Úřadem průmyslového vlastnictví, členům poskytujeme konzultace, ale nepřipravujeme pro ně konkrétní přihlášky. Není to tenký led, ale vypracování kvalitní přihlášky vyžaduje důkladné rešerše a vhled do problematiky, a přece jen tady existuje široká nabídka ze strany patentových zástupců a my zde nevidíme tu základní roli asociace. Ta naše role v této oblasti je hlavně v tom, že prosazujeme, aby takové typy výsledků byly zohledňovány v hodnocení výzkumu, a především pro aplikovaný výzkum měly větší váhu než publikace.

Co nového pro výzkum v ČR bude platit, nač se jednotlivá výzkumná pracoviště chystají a nač se mohou těšit?

Aniž bych chtěl být velkým skeptikem, tak se domnívám, že současné a plánované schodky státního rozpočtu se musí nutně v národní ekonomice projevit. Informace o nižší alokaci prostředků pro TAČR už médií proběhla. Jsme před volbami do parlamentu, to je doba, kdy politici neradi sdělují nepříjemná fakta. Mám obavu, že se může stát, že jedním z nepříjemných dopadů nastupující ekonomické stagnace může být i dlouhodobé nenavyšování či snižování národních prostředků pro výzkum. Bylo by to krátkozraké, bylo by to nemoudré, ale přesto zde tato moje obava je. Proto i AVO se snaží svým členům zprostředkovávat nejen informa-

ce, ale i kontakty pro daleko širší zapojení českých výzkumných subjektů do mezinárodních programů. Jako členové pracovních skupin pro přípravu nového programu Horizon Europe jsme navrhovali tematické oblasti potřebné pro Českou republiku. BioEast HUB CZ rovněž podporuje politickou iniciativu BioEast, která sdružuje země Střední a Východní Evropy a která po své linii propaguje priority tohoto makroregionu a usiluje o lepší pozici v rámci EU. Zjednodušeně řečeno jde o to, aby se více subjektů ze Střední a Východní Evropy do nových projektů mohlo zapojit.

Je nejvyšší čas vytvářet konsorcia a jejich prostřednictvím hledat zdroje na výzkum i mimo hranice naší vlasti. Pokud jsou čtenáři seznámeni s novou strukturou tohoto programu, tak vědí, že je tam kromě historicky největší alokace prostředků také široké spektrum témat, které musí nutně zajímat i Českou republiku. Více informací přinese také nové připravované číslo našeho zprAVOdaje, ve kterém připravujeme pro čtenáře přehled finančních možností národních i mezinárodních programů.

AVO úzce spolupracuje s Ministerstvem průmyslu a obchodu, Hospodářskou komorou ČR a mnoha dalšími subjekty. Co je výsledkem?

K vyjmenovaným bych připojil i Ministerstvo zemědělství a Svaz průmyslu a dopravy ČR. Se všemi probíhá úzká komunikace a spolupráce. Členové AVO jsou zapojeni do různých pracovních skupin, tvoří a připomínkují důležité podklady pro státní správu, snažíme se být aktivní v diskuzi, kam by měla směřovat Česká republika do budoucna. Jedním z příkladů velmi úzké spolupráce s HK ČR je nově připravený interaktivní portál s názvem MAPAVIN. Byl vytvořen na základě podnětů podnikatelských subjektů, které postrádají informace o možnostech využití infrastruktury a spolupráce s výzkumnými organizacemi. Portál je nyní s podporou projek-

Mám obavu, že se může stát, že jedním z nepříjemných dopadů nastupující ekonomické stagnace může být i dlouhodobé nenavyšování či snižování národních prostředků pro výzkum. Bylo by to krátkozraké, bylo by to nemoudré, ale přesto zde tato moje obava je. Proto i AVO se snaží svým členům zprostředkovávat nejen informace, ale i kontakty pro daleko širší zapojení českých výzkumných subjektů do mezinárodních programů.

tu z programu ETA TA ČR vytvořen, jeho ostrý provoz bude spuštěn do pololetí tohoto roku. Věřím, že se stane vyhledávaným nástrojem pro budoucí spolupráci podniků a výzkumu, ať už na komerční bázi, nebo na bázi projektové.

Dále bych rád zmínil aktivity pro podporu bioekonomiky, většina „starých“ členských zemí národní strategii bioekonomiky má a s ohledem na Zelenou dohodu a navazující nové Evropské strategie tuto oblast podporuje. V České republice byla ustavena neformální interministerstevská skupina, ve které je vedle Ministerstva průmyslu a obchodu také Ministerstvo zemědělství, Ministerstvo školství, Ministerstvo životního prostředí a Ministerstvo dopravy. Za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu AVO zpracovává Road mapu a klíčové domény pro aplikovaný výzkum. BioEast HUB CZ připravuje koncepční podklady národní strategie bioekonomiky a právě oblast aplikovaného výzkumu a Road mapy AVO bude jedním z hlavních podkladů.

Závěrem dovoluji poděkovat i vašemu časopisu. Prosperita je významným partnerem naší asociace, spolupráce si velmi vážíme a jsme rádi, že existuje.

otázky připravila Eva Bříxi



Jan Nedělník na pracovní schůzce s ministrem životního prostředí Richardem Brabcem

Česká značka chytrých triček CityZen

pro výrobu revolučního antibakteriálního spodního prádla

Chrudimský startup CityZen od roku 2018 šije trika, na kterých není vidět pot a odolají špíně. S rozšířením sortimentu o další kousky chytrého oblečení, které tady dosud nebylo, české značce právě v těchto dnech na portále Hithit pomáhají stovky příznivců. CityZen se na Hithitu podařil nevidaný start – během prvních 48 hodin se vybralo přes 300 000 Kč a crowdfundingová kampaň stále úspěšně pokračuje. Kromě sériové výroby pánských antibakteriálních boxerek, prvních svého druhu, se tak podaří rozjet také výrobu dámských antibakteriálních kalhotek. A když to nadále půjde stejně dobře, dojde i na Merino trika!

„Unikátní úprava, kterou jsme vyvinuli a která z obyčejné bavlny dělá neobyčejný materiál, má obrovské možnosti využití. Byla by škoda o ně svět připravit,“ shodují se zakladatelé české značky CityZen Martin Burkoň, Pavel Hrstka a René Němeček. Díky unikátní technologii CityZen na spodním prádle není vidět žádná vlhkost. Opravdu ani kapička. Stejně jako trika CityZen z vnitřní strany silně sají, rychle schnou a jsou perfektně prodyšné. Dalším vítaným efektem je schopnost aktivně ničit bakterie, takže jsou odolné vůči zápachu. A to opravdu dlouho.

Boxerky i kalhotky jsou ušity v České republice z pleteniny, kterou tvoří z 95 % prémiová bavlna a z 5 % Elastan. Jsou úžasně pohodlné, promyšlené do každého detailu a skvěle padnou.

Aktuální crowdfundingová kampaň CityZen na Hithitu běží pod motivující výzvou: Pojďte s námi do boje proti poslední kapce! Příspěvatelé za své peníze získají nejen příjemný pocit z podpory lokálního výrobce a výborného nápadu chytrých českých hlav, ale také některou z atraktivních odměn. Například trenky, kalhotky, trika či polokošile CityZen za zvýhodněné

ceny, speciálně sestavené balíčky produktů. Připraveny jsou i autentické zážitky s CityZen, jako grilovačka, včelaření nebo výlet na motorce.

Značka CityZen sídlí v Chrudimi, všechny své produkty šije v České republice a s maximálním respektem k přírodě – trika jsou 100% recyklovatelná, při výrobě jsou použity nejmodernější postupy, které šetří vodu a energii. První trika CityZen se prodala před Vánoci 2018, v roce 2019 přišlo prestižní ocenění Startup roku, následovalo stěhování do větších prostor, raketový růst výroby, prodeje a tržeb. Unikátní trika CityZen, na kterých není vidět pot, odolají špíně, nemačkají se, nemění tvar ani barvu a snižují tělesný zápach, jsou vyrobeny ze 100% bavlny špičkové kvality. Materiál je upraven speciální technologií, kterou CityZen vyvinul a používá jako jediný na světě. V e-shopu na www.cityzen-wear.cz jsou v prodeji pánská trička i elegantní polokošile s límečkem, dámská trička různých střihů i barev (ve velikostech S–6XL) a také trička šitá na míru. (tz)



Albert: zařadili jsme se mezi sedm nejlepších na světě

dokončení ze strany 1

Čemu přičítáte to, že jste uspěli mezi tak velkou globální konkurencí?

V naší společnosti každý den přemýšlíme, jak se zlepšovat. Cena je úspěchem jak celého sedmnáctitisícového týmu Alberta, tak našich českých dodavatelů a partnerů. Společně intenzivně pracujeme na nabídce zdravého jídla. V prodejnách vidíme příznivou zpětnou vazbu našich zákazníků a o to více nás těší také toto mezinárodní ocenění, které správnost toho, co děláme, potvrzuje.

Trénink jste měli – v minulosti jste uspěli nejen při Národní ceně kvality. Co jste museli především prokázat?

Je to tak. V předchozích letech jsme získali celkem čtyřikrát Národní cenu kvality a uspěli jsme také v evropském měřítku. Tyto zkušenosti a hodnocení, díky kterým jsme se posouvali dál, nám určitě pomohly. Mezinárodní porota, která uděluje Světovou cenu kvality, ocenila naši jasně definovanou strategii rozvoje společnosti, důraz na prodej kvalitních produktů podporujících zdravý životní styl, ale také péči o zaměstnance a podporu udržitelných řešení šetrných k přírodě.

Nebáli jste se tak náročného auditu, kterým jste museli projít? Jaký závěr jste z něj pro další rozvoj společnosti udělali?

Máte pravdu, audit byl opravdu velmi podrobný. Každý účastník soutěže je komplexně posuzován v rámci několika kategorií. Všichni žadatelé o Světovou cenu kvality jsou hodnoceni týmem nezávislých odborníků, kteří v průběhu více než 500 hodin studují dokumenty a osobně vyslechnou zaměstnance na všech úrovních společnosti. Od hodnotitelů jsme dostali podrobnou zprávu, se kterou budeme samozřejmě dál pracovat.

Vrcholové umístění neberete jen jako vynikající známku pro management, ale také jako ohodnocení českých dodavatelů a partnerů. V konečném výsledku se prokázalo, že to se zdravějším stravováním zákazníků myslíte naprosto vážně, že to, oč usilujete, není jen ocenění, ale zdraví lidí. Jaké máte ohlasy na změny v sortimentu od nakupujících?

Snažíme se, aby náš sortiment odrážel aktuální trendy a dělal je dostupnými. V oddělení Zdravě s Albertem nabízíme produkty pro zdravý život-

ní styl i produkty pro zákazníky s potravinovými omezeními. Jde o výrobky bez lepku, laktózy, veganské, raw či speciální produkty pro diabetiky nebo v biokvalitě. V posledních letech pozorujeme právě rostoucí zájem o biopotraviny, a to zejména ve velkých městech. Sortiment bio tak neustále rozšiřujeme a snažíme se ho zákazníkům zpřístupňovat díky přímé spolupráci s dodavateli, kteří pěstují a produkují v režimu ekologického zemědělství. Řadu produktů v biokvalitě nabízí naše exkluzivní řada Nature's Promise.

A jak chápou trendy inovativního životního stylu samotní výrobci potravin?

Naši zákazníci stále více řeší nejen kvalitu potravin, ale také to, co konzumují, jak se po daném jídle cítí nebo jak vypadají. S tímto trendem souvisí i zvýšený zájem o odpovědný přístup k životnímu prostředí, tedy zvýšenou povtažku po organických produktech, veganských a vegetariánských potravinách, ale i po čerstvém kvalitním mase s důrazem na způsob chovu zvířete. Tyto trendy samozřejmě sledují a reflektují také výrobci potravin.

Světová cena kvality EFQM bere v potaz také péči o zaměstnance. V čem jste jedineční?

Už mnohokrát jsem zmínil zdraví. A to je aspekt, na který klademe velký důraz rovněž u našich zaměstnanců. Organizujeme preventivní programy, poskytujeme vitamíny, vakcinaci proti chřipce či odborné poradenství v oblasti

výživy a zdravého životního stylu. Dále jim pomáháme v kariérním rozvoji a ty nejlepší odměňujeme za jejich mimořádné úsilí. Během pandemické krize děláme vše pro zajištění jejich bezpečnosti a ochrany. Investujeme desítky milionů korun měsíčně do sanitací a dezinfekcí a ochrany zákazníků i zaměstnanců. Podle průzkumu je s prací u nás spokojeno 85 % zaměstnanců, což je v našem náročném maloobchodním oboru velmi hezké číslo, které nás zároveň zavazuje.

Vztah k životnímu prostředí je v hodnocení EFQM důležitým ukazatelem. Co vás v tomto směru nejvíce naplňuje?

Součástí našich snah je již řadu let darování neprodaných potravin. Už deset let systematicky spolupracujeme s potravinovými bankami. Loni jsme naše dary dokonce zdvojnásobili, když jsme bance poskytli více než 800 tun potravin. Nešlo jenom o pravidelné zásilky, bance jsme také pomohli v kritické situaci v průběhu loňského jara, kdy jsme jí zavezli téměř 60 tun trvanlivých potravin. Celkově spolupráci s potravinovými bankami v regionech nepetržitě rozvíjíme. Již několik let se soustředíme i na modernizaci našich obchodů, kdy měníme technologie za úspornější a snižujeme uhlíkovou stopu. Usilujeme také o odpovědný přístup v logistice, kde například využíváme k přepravě CNG kamiony. Dlouhodobě se snažíme hledat společně s výrobcí potravin, ale také se základy, obaly s co nejnižší ekologickou zátěží

a zároveň takové, které budou naplňovat přísné hygienické požadavky při prodeji potravin. Pracujeme na tom, aby všechny naše obaly byly buď znovupoužitelné, nebo recyklovatelné, a zároveň vylepšujeme jejich značení tak, aby zákazník i třídící linky dobře věděli, jakým způsobem mají s obalem naložit, aby mohl být řádně recyklován.

Loňský i letošní rok jsou ovlivněny pandemií koronaviru, a to na optimizmu mnohým podnikatelským subjektům nepřidalo. Albert a další obchodní řetězce mohly prodávat, ale s pomocí mnoha nejruznějších opatření a finančních nákladů. Vaše rozvojové plány to však nezpomalilo, ba naopak. Čemu to přičítáte?

Věnujeme mimořádné úsilí tomu, aby prodejny zůstaly bezpečným místem k nákupu pro zákazníky a bezpečným místem k práci pro zaměstnance. Jak už jsem zmínil, investujeme desítky milionů korun měsíčně do sanitací a dezinfekcí a ochrany zákazníků i zaměstnanců. I v tomto roce budeme v investicích a modernizacích našich obchodů, rozšiřování sortimentu a zlepšování nákupního prostředí pokračovat podobným tempem. I přesto, že se potýkáme se současnou situací, která bohužel brzdí některé schvalovací procesy, daří se nám v našich plánovaných investicích a modernizování prodejen pokračovat dle plánu. Je to důležité z hlediska celkového ekonomického efektu, protože omezení investic a zmrazení plánů by mělo dominový efekt na dodavatele, a v důsledku i na celou ekonomiku.

Nakolik bude Světová cena motivační pro vaše další aktivity? Předáte své poznatky a zkušenosti dalším českým firmám?

Úspěch ve Světové ceně kvality je samozřejmě příjemný, ale stejně tak zavazující. Určitě se plánujeme dále zlepšovat. Pomůže nám v tom také zpráva od hodnotitelů. Budeme dál pracovat na portfolio našich privátních značek, prodejnách i spokojenosti našich zaměstnanců a zákazníků tak, aby do našich obchodů chodili ještě raději a nakupovalo se jim ještě příjemněji. K vaší druhé otázce – dostáváme mnohá pozvání k prezentacím a kulatým stolům, abychom mohli předat zkušenosti, a případně také inspirovat naše potenciální následovníky. Vnímám jediné pozitivně, pokud se další tuzemské firmy rozhodnou pro účast v globálních soutěžích a zviditelnění České republiky jako silného hráče na poli obchodu a kvality.

otázky připravila Eva Brixl



Generální ředitel společnosti Albert Jesper Lauridsen za úspěch ve světové soutěži poděkoval 17tisícovému týmu zaměstnanců, českým dodavatelům i zákazníkům

Restrukturalizace a reorganizace mohou dát firmám nový směr

V současné pandemické době si řada podnikatelů láme hlavu, jak svůj business oživit, postavit znovu na nohy, dát mu svěží vítr do plachet, ale také jak zabránit krachu firmy a přežít. Bez razantních změn to však nepůjde a je velmi důležité začít řešit potíže včas a s dostatečnou odborností. Pomoci může restrukturalizace nebo reorganizace, pohledem zvnějšku. Ten může přinést zkušený interim manager. O přínosu takového řešení jsme psali v dubnové Prosperitě na straně 5 v rozhovoru s Petrem Karáskem, krizovým manažerem a viceprezidentem České asociace interim managementu. Protože je to téma, které business prostředím rezonuje, připravili jsme pokračování.

Proč podle vás tak málo firem volí reorganizaci, když je většinou výhodnější než konkurz?

Insolvenční zákon dává určité limity, které je nutné splnit, aby podnik mohl požádat o možnost reorganizace. Zjednodušeně je to podmínka velikosti (počet zaměstnanců větší než 50 a roční obrát větší než 50 MCZK). Tím jsou odfiltrovány úpadky těch nejmenších firem, nebo i podnikatelů – fyzických osob, kterých je logicky největší počet. Mimochodem další z podmínek reorganizace je, že věřitelům se dostane vyššího uspokojení než v konkurzu. Existují ale i jiné důvody, proč se upadající firmy vyhnou reorganizaci i konkurzu. Jsou to kapitálové způsoby řešení problémů – tedy prodej problémové firmy, její fúze s větším a zdravějším podnikem nebo vyhledání finančního investora.

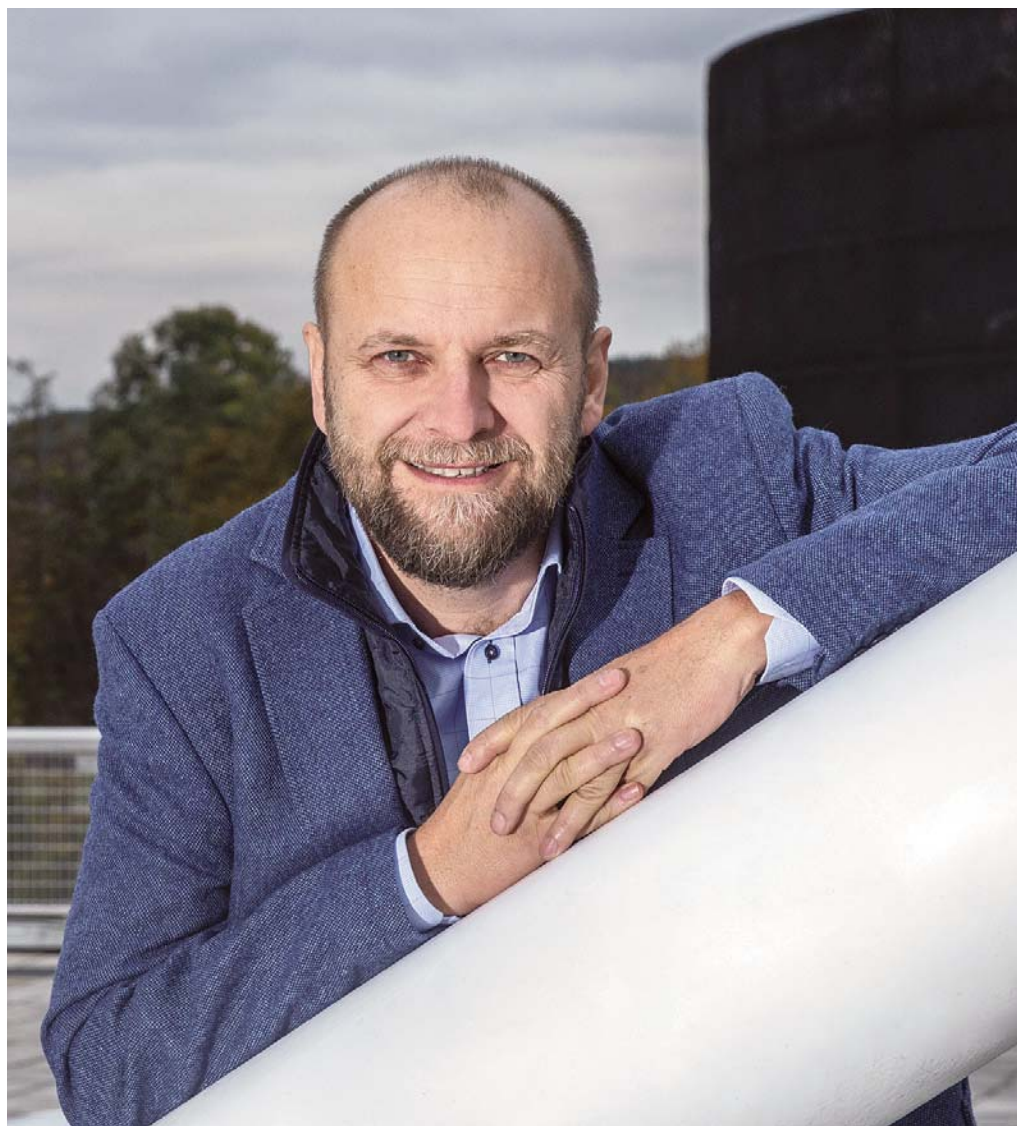
Jinak je bohužel běžné, že managementy i majitelé podniků v případě, kdy se firma přiblíží úpadkové situaci, se snaží radikálnější řešení situace co nejvíce oddalovat, často ani negativní informace o stavu podniku nechťejí slyšet nebo si je připouštějí, případně je z myslí vytěšňují a nadále se věnují svému mikromanagementu, kterým ale potřebného zvratu ve fungování podniku nelze docílit.

Ale reoplán může být úspěšný kromě jiného jen tehdy, pokud je postaven na nějaké dobré podnikatelské strategii. Tedy majitel nebo management musí mít už před zadáním jeho přípravy jasnou představu o cíli reorganizace. Tedy jak bude očištěný podnik vypadat po jejím úspěšném skončení. Co je třeba odříznout, na jaké oblasti se naopak zaměřit, s kým se spojit, jak bude podnik financován a podobně.

Říkáte, že manažeři a majitelé si často nechtějí dlouho přiznat, že mají problémy, které by měli řešit razantněji. Jak velkou roli hraje čas?

Podstatným tlakem, který donutí takovéto managementy a majitele začít situaci skutečně řešit, je až nedostatek cash a postoj bank. Tento okamžik však přichází obvykle hodně pozdě, kdy problémy ve firmě už kulminují, a čas a prostor pro vhodná a méně bolestná řešení je zpravidla velmi omezený.

Když management nebo majitelé dojdou k poznání, že jim nezbude nic jiného než kritikou situaci začít řešit, podle našich zkušeností najednou zjistí, že ani neví jak. Netuší, jak proces reorganizace funguje, neví, kdo by jim s tímto procesem pomohl, jsou překvapeni, že celý takovýto proces něco stojí, že musí zaplatit poradce, kteří připraví koncept reoplánu, právníky, odhadce a znalce majetku, daňové experty, krizové manažery, kteří pomohou v mezidobí udržet podnik v běhu a očistí ho od zásadních příčin problémů, že i činnost kanceláře insolvenčního správce něco stojí.



Petr Karásek, krizový manažer a viceprezident České asociace interim managementu

Ale reoplán může být úspěšný kromě jiného jen tehdy, pokud je postaven na nějaké dobré podnikatelské strategii. Tedy majitel nebo management musí mít už před zadáním jeho přípravy jasnou představu o cíli reorganizace. Tedy jak bude očištěný podnik vypadat po jejím úspěšném skončení. Co je třeba odříznout, na jaké oblasti se naopak zaměřit, s kým se spojit, jak bude podnik financován a podobně.

Toto všechno musí mít majitelé nebo managementy promyšleno a připraveno ještě před tím, než požádají právníky o podání návrhu na vyhlášení úpadku s cílem firmu reorganizovat. Pokud na to nejsou připraveni nebo pokud si nenajdou schopný tým, který má v dané věci zkušenosti, tedy s velkou nadsázkou řečeno sáhne do šuplíku a vybere vhodnou variantu z předem připravených možných řešení, tak nemají téměř šanci situaci úspěšně vyřešit a větší nou nastane scénář číslo 2 – tedy konkurz.

Jak rychle se dá taková restrukturalizace či reorganizace středně velké firmy zvládnout?

Délka neformální restrukturalizace je hodně odvislá od délky jednoho obchodního cyklu. Pokud podnik vyrábí produkty denní spotřeby – třeba pekárna, tak u něj je délka základního obchodního cyklu od objednání po inkaso zpravidla v rozmezí jednotek týdnů. Pokud jde o podnik, který dodává komponenty pro projekty investičních celků s průběžnou dobou od objednání do vydodání, přejímky a inkasa peněz v řádu několika let, je tomu úměrná i délka obchodního cyklu.

Dalšími parametry už společnými pro neformální restrukturalizaci i pro formální postup v rámci reorganizace je hloubka a složitost problémů, spolupráce ostatních stakeholderů (věřitelé, dodavatelé, banky, odběratelé, odbory...), ale i razantnost prováděné restrukturalizace či reorganizace. Zpravidla se neformální mimosoudní restrukturalizace dají u těch nejmenších složitých případů s krátkou délkou obchodního cyklu zvládnout za půl roku až rok. U těch velkých, složitějších, problémovějších případů s dlouhou délkou obchodního cyklu to může trvat dva roky a někdy o něco déle. V případě soudní reorganizace je minimální délka

odvislá od procesních lhůt, jinak ostatní výše zmíněné aspekty hrají podobnou roli. Tedy ty menší a jednodušší případy lze protáhnout dobře připraveným a dobře řízeným insolvenčním řízením za rok, rok a čtvrt, ty složitější se vlečou i několik let.

Co je na konci úspěšné restrukturalizace reorganizace?

Na to je jednoduchá odpověď. Revitalizovaný podnik. Tedy podnik, který není v úpadku, je solventní – schopen běžně platit své závazky. Podnik, který má vyčištěnou, a tedy zdravou rozvahu, což znamená například odpovídající poměr mezi vlastním a cizím kapitálem, nemá téměř žádné závazky po splatnosti, jeho struktura zásob a rozpracované výroby odpovídá obchodním výkonům, má zajištěno odpovídající profinancování svého provozního kapitálu apod. Podnik by měl mít také revidovaný obchodní model, aby vyráběl to, co je podle nově nastavené strategie perspektivní a s dostatečnou konkurenční výhodou na trhu, aby měl nastaveny efektivní procesy a ekonomika takového business modelu byla příslibem udržitelně ziskového.

■ Restrukturalizace je mimosoudní proces, ve kterém firma provede potřebné změny ve své strategii, byznys modelu, procesech, rozvaze, řízení C-F bez nutnosti zahájení insolvenčního řízení.

■ Formální (soudní) reorganizace je proces, který je součástí insolvenčního řízení a ve kterém je očištěný proces řízen podle zákona insolvenčním správcem, resp. pod dohledem soudu.

■ Cílem obou těchto procesů je to, aby očištěný a revitalizovaný podnik mohl (alespoň z části) pokračovat ve svém dosavadním podnikání.

■ Konkurz je naopak formální proces v rámci insolvenčního řízení, kdy podnik již není schopen dalšího provozu a nastává de facto jeho likvidace.

vého podnikání pro příští léta. Podnik by měl mít také pod dostatečnou kontrolou všechna svá rizika.

Z úspěšné restrukturalizace či reorganizace vyjde sice většinou menší, ale o problémy očištěný subjekt, který si zachovává své místo na trhu. Pokud majitel nepřibere do podniku spoluinvestory nebo v reorganizaci podnik neprodá, dál zůstává majitelem. Potřebná aktiva k naplnění budoucího business modelu by měla podniku také zůstat (v majetku nebo třeba i v pronájmu), zůstane část zákazníků, většina dodavatelů, a hlavně z velké části by si takovéto podniky měly uchovat klíčové zaměstnance.

Máme dost odborníků na restrukturalizace a reorganizace, když jich zatím v ČR probíhá jen desítky ročně?

Certifikovaných interim manažerů, kteří mají bohaté zkušenosti a znalosti potřebné pro restrukturalizace a krizové řízení podniků, jsou v České republice necelé dvě desítky. Kromě toho zde působí i dalších pár desítek necertifikovaných interim manažerů, ale také i řada poradenských subjektů. Na jednu stranu to není velké množství, na druhou stranu zkušenost lze nabýt a trénovat či rozvíjet jen na dostatku praktických případů, kterými se ve své praxi zabývají. Podobně je tomu i u odbornosti insolvenčních správců, kterých je také kolem tří desítek. To jsou správci s tzv. zvláštním povolením, kteří jediní jsou oprávněni provádět reorganizace a konkurzy tzv. „běžících podniků“ (na rozdíl od ostatních insolvenčních správců řešících insolvence fyzických osob, kterých je několik stovek).

Samozřejmě se na trhu pohybují i lidé, kteří se za odborníky vydávají, ale často nemohou žádné ověřitelné reference z restrukturalizačních či krizových projektů, certifikáty nebo jiné doklady doložit, nevstupují veřejně na odborných konferencích, nejsou sdruženi v žádných profesních uskupeních nebo komorách. Ale mohou být levní. Anebo mohou mít i jiné úmysly. Je odpovědností majitelů nebo managementů, jakou formu pomoci si v situaci, kdy jejich firma má akutní problémy, zvolí.

Z úspěšné restrukturalizace či reorganizace vyjde sice většinou menší, ale o problémy očištěný subjekt, který si zachovává své místo na trhu. Pokud majitel nepřibere do podniku spoluinvestory nebo v reorganizaci podnik neprodá, dál zůstává majitelem.

Jak se pozná kvalitní restrukturalizační či krizový manažer od těch ostatních?

Z průzkumu mezi majiteli a manažery podniků, bankéři a právními kancelářemi, který proběhl před lety pod záštitou české pobočky Turnaround Management Association a České asociace interim managementu, si majitelé firem nejčastěji vybírají interim manažery na základě referencí, resp. doporučení, případně volí z příslušných profesních sdružení a komor. Ti seriózní poradci nebo interim manažeři se také neschovávají za anonymní webové stránky, jdou se svým jménem, obličejem, a zejména referencemi o jimi osobně realizovaných projektech na „trh“. Firmy nebo poradci, kteří se prezentují skrytě, pod identitou typu vyřešímekrizi@xyz.com nebo insolvence-firem-rychle-a-levně@abc.biz, kdy ve veřejném prostoru nejste schopni dohledat, o koho přesně jde, jaké má zkušenosti, vzdělání, certifikace, kde a kdy a na čem reálně pracoval a s jakými výsledky, nebo pokud nejste schopni dohledat, že daný specialista také něco publikoval, někde přednášel, aktivně se zúčastňoval nějakých odborných akcí, tak asi tito partneři nebudou ti nejvhodnější. Pravděpodobně mají svůj důvod pro to, aby se skrývali v anonymitě.

připravila Jana Dronská

ŠKODA AUTO vepředu i v Průmyslu 4.0

Jak ušetřit plavecký bazén oleje, co dokáže digitální dvojče a k čemu jsou chytré rukavice? Nejen na tyto otázky nám odpověděl Ing. Filip Koliáš, vedoucí Centrálního technického servisu ve ŠKODA AUTO. Vydlali jsme se s ním za praktickými příklady toho, co výrobu i péči o planetu posouvá dál:

Co pro největšího domácího výrobce motorových vozidel znamená aplikace Průmyslu 4.0?

Pojem Průmysl 4.0 vnímáme jako prostředek, který nám pomáhá usnadnit, urychlit a zefektivnit výrobu, tedy ji dále automatizovat. Zavedení vysoce moderních technologií je pro společnost ŠKODA AUTO důležitou podmínkou z hlediska rozšiřování nabídky nových modelů, efektivní spolupráce mezi jednotlivými výrobními závody a udržení rentability naší výroby. Mezi klíčové pilíře strategie digitalizace společnosti patří mimo jiné i umělá inteligence.

Kde společnost začala se zavedením prvků Průmyslu 4.0 a ve kterých výrobních operacích a oborech jsou tyto technologie nejdál?

Společnost ŠKODA AUTO dlouhodobě modernizuje své modely vozů a zároveň systematicky digitalizuje svoji výrobu. Prvky Průmyslu 4.0 nacházejí své uplatnění například v logistice. V Mladé Boleslavi využíváme automatický sklad menších dílů nebo chytré rukavice Pro-Glove. Jde o elektronickou rukavici s implementovaným scannerem. Chytrá rukavice má svému nositeli ulehčit a urychlit všechny pracovní kroky. Přístroj například ukazuje, zda je použit správný díl nebo zda byly jednotlivé pracovní kroky správně provedeny.

V Kvasinách byl úspěšně zaveden projekt digitalizace výroby dProdukcce, která šetří čas



Ing. Filip Koliáš, vedoucí Centrálního technického servisu ve ŠKODA AUTO

a náklady a jako digitální příručka nahrazuje tištěnou dokumentaci. Pomocí multimediálního obsahu podporuje zaměstnance, aby správně prováděli montážní kroky, upozorňuje na změny postupu výroby a slouží jako doklad kontroly kvality. Dalším příkladem je pak závod na výrobu komponentů ve Vrchlabí, kde využíváme autonomního transportního robota, který je schopen na své cestě rozpoznávat i eventuální překážky. V útvaru Výroby nářadí pak nasazujeme do metalurgického nářadí ve vybraných případech komponenty tištěné na 3D metalických tiskárnách.

To ale není všechno...

V našem závodě v Mladé Boleslavi jsme založili ŠKODA FabLab jako naše interní kompetenční centrum pro prediktivní údržbu, kde pracovníci Centrálního technického servisu testují celou řadu komponent a postupů Průmyslu 4.0 ještě

před jejich nasazením do sériové výroby. Aktuálně probíhá proof of concept slibné technologie rozpoznávání zvuku pro detekci závad u mechanicky nebo tepelně silně zatěžených strojů nebo jsme těsně před nasazením analýzy obrazu s prvky umělé inteligence pro rozpoznávání prasklin kolejnic dopravníku na montáži vozu. Rád bych se zmínil i o naší interní aplikaci ŠKOMAP, která nabízí kromě orientace po závodě formou street view také interaktivní hlášení závad na budovách a připravujeme integraci na výrobní informační systémy.

V přípravě výroby jste použili tzv. digitální dvojče. Jaké přinesla nová metoda výhody, jaké má možnosti dalšího rozšíření a své limity uplatnění?

Při instalaci nové robotické stanice ve vrchlabském závodě, která probíhala za plného provozu, jsme díky simulaci výrobních procesů po-

mocí „digitálního dvojčete“ zkrátili integraci do výroby o celé tři týdny. Simulace prostorového uspořádání, jednotlivých pracovních kroků, včetně pohybu robotických ramen, senzorové logiky a bezpečnostních prvků dovolila vytvořit, otestovat a optimalizovat celou řídicí elektroniku, zkrátit celkovou dobu projektu a uspořít také vzácnou výrobní plochu. Získaná 3D data následně využíváme pro optimalizaci servisních plánů a školení personálu.

Pomohou nejmodernější digitální technologie ŠKODĚ AUTO dosáhnout trvale udržitelného rozvoje? Jak spolu souvisí zavedení Průmyslu 4.0 a dovršení uhlíkové neutrality?

Udržitelnost je pevnou součástí naší strategie budoucího rozvoje. Závod ve Vrchlabí je již od konce roku 2020 prvním výrobním závodem společnosti ŠKODA AUTO s neutrální uhlíkovou bilancí. Právě celá řada úsporných opatření je spojena s použitím prvků IoT (Internet of Things) jako jsou všudypřítomné sensory spotřeby, sledování uniků tepla pomocí termokamer, individuální řízení nevyužitých topných okruhů nebo řízení osvětlení v halách podle denního svitu.

Kromě snížení spotřeby elektrické energie nebo úspor tepla bych se rád zmínil o moderním způsobu péče o procesní oleje, které jsou zásadní pro funkci obráběcích strojů, robotů nebo hydraulických zařízení. Celkem jde přibližně o 1500 strojů. Díky různým metodám tribodiagnostiky v rámci již výše zmiňovaného Škoda Fablabu ročně prodloužíme životnost 132 000 litrů oleje bez nutnosti jejich výměny. Pro porovnání to je objem středního plaveckého bazénu.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Hledají se zelení hackeři

Startuje GreenHack, evropský inovační maraton, jehož cílem je posílit udržitelnost chování spotřebitelů stejně jako aktivit globálních firem. Do 10. června se do projektu můžou na stránkách www.greenhack.eu hlásit čeští i zahraniční inovátoři. Jejich úkolem bude najít během 36 hodin řešení výzev, které se týkají změny klimatu, nadměrné spotřeby, nezodpovědné výroby či neefektivního nakládání se zdroji. Vlastní akce se uskuteční ve dnech 11. a 12. června v Praze a online. Vítězné týmy získají 4000 euro a řadu partnerských cen.

„Greenhack je největší inovační akcí ve střední Evropě na téma udržitelnosti, která se koná pod záštitou Evropské komise v rámci evropského zeleného týdne s mottem nulového znečištění – EU Green Week 2021. Cílem hackathonu je najít řešení nejpálčivějších výzev, kterým v součas-

nosti vedle pandemie svět čelí. Elon Musk nevypsal tučnou odměnu na řešení problému uhlíkové stopy bezdůvodně. My přinášíme další výzvy související s přežitím lidstva na planetě Zemi. Věříme, že studenti a hackeři si s nimi dokážou poradit novým způsobem s využitím

rodících se technologií, jako je umělá inteligence, internet všeho nebo blockchain,“ představil akci Tomáš Studeník ze společnosti Insane Business Ideas, která mezinárodní hackathony dlouhodobě organizuje.

Organizátoři vypsalí společně s partnery deset aktuálních výzev, jejichž řešení budou mít účastníci za úkol. Témata jsou zaměřená na úspory energie v budovách, prodloužení životnosti výrobků či recyklaci obalů a odpadů. Do soutěže se můžou do 10. června hlásit studenti, vývojáři, ekologové, inženýři či vizionáři. Přihlásit se můžou čeští i zahraniční inovátoři, a to buď v týmech, nebo jako jednotlivci. Organizátoři očekávají na dvě stovky účastníků z Česka

a okolních zemí, kteří se budou moci do akce zapojit virtuálně.

Záštitu nad akcí převzalo Ministerstvo životního prostředí České republiky a Ministerstvo průmyslu a obchodu. Organizátorem GreenHack je společnost Insane Business Ideas, která uspořádala přes dvacet hackathonů v odvětvích, jako jsou zdravotnictví, mobilita, energie nebo průmyslová výroba. Hlavními partnery GreenHack jsou společnosti Plzeňský Prazdroj, Skanska, IKEA, ČSOB, Operátor ICT, BASE, Institut Cirkulární Ekonomiky nebo Soulmates Ventures. Další informace, rozepsané výzvy a harmonogram akce najdete na stránkách Greenhack.eu. (tz)

Ve výrobě stále chybějí zaměstnanci, jinde ale lidé rádi berou práci, kterou bylo před rokem těžké obsadit

Covidová opatření výrazně modifikovala strukturu nabídky míst i zájemců o ně – především utlumení služeb uvolnilo na trh řadu lidí s praxí. V některých oborech, jako je výroba, retail, zdravotní a sociální služby či IT, však stále přetrvává nedostatek zaměstnanců. V jiných segmentech, jako úklid či ostraha, se naopak o pracovní místa uchází více zájemců než dříve.

Nezaměstnanost v České republice v březnu klesla na 4,2 % a počet volných míst, které zaměstnavatelé prostřednictvím Úřadu práce nabízejí, stále převyšuje počet evidovaných nezaměstnaných. Jsou obory, kde se zaměstnavatelům nedaří ani nyní obsadit volné pozice, jinde se lidé aktivně dotazují firem, zda nenabízejí volná místa.

Nejvíce nabídek práce je na Profesia.cz tradičně v oblasti výroby, zejména strojírenství – jde o pozice jako dělník, operátor výroby nebo montážník. Další v pořadí, co do počtu retail, je zde poptávka zejména po prodávacích a pokladnících. Mezi nejčastěji nabízené pozice patří také skladník. Větší zájem o nové síly se ukazuje ve zdravotnictví a sociálních službách a také v IT, kde je motorem masivní digitalizace.

„Zajištění bezpečnosti IT systémů je jednou z oblastí, kde je o specializované experty zájem již několik let. Momentálně nabíráme převážně v oblasti Cloudu a Applied Security; věnujeme se také spolupráci s rekvalifikačními agenturami, jež vychovávají v těchto oblastech kandidáty, kteří neměli potřebné zkušenosti,“ konstatoval Petr Bujalka, manažer náboru Accenture v ČR.

Změně se nevyhnulo ani to, o jakou práci přejevují uchazeči zájem. Lidé, kteří vložili své

životopisy na Profesia.cz, by chtěli získat nejčastěji administrativní práci (32 %). K dalším žádaným oborům patří doprava a logistika (24 %), retail (23 %), cestovní ruch a gastronomie (19 %).

Zatímco výrobním podnikům se nedaří místa obsazovat, jinde mají lidé zájem i o práci, kterou před pandemií převážně zajišťovali zahraniční pracovníci. Jde například o úklid, ostrahu a stavebnictví. Na nedostatek zájemců o práci si nemohou ztěžovat ani v retailu, protože uvolnění zaměstnanci ze sektoru služeb hledají zaměstnání spíše zde než ve výrobě.

„V posledním roce se zvýšil zájem o nabízená místa, zejména na pozice v ostraze nebo v úklidových službách. Nejvíce volných pozic máme aktuálně v oblasti ostrahy, kde se nám nyní hlásí 2–3x více zájemců než před covidem. Změnilo se i spektrum uchazečů, například v oblasti úklidových služeb, kam se dříve hlásilo

minimum lidí s českou národností, dnes tvoří polovinu ze všech zájemců,“ uvedl Radoslav Kavulič, HR ředitel společnosti SSI Group.

Analýza, kterou v databázi životopisů shromážděných na Profesia.cz provedli, ukázala, že práci aktuálně nejčastěji hledají lidé se středněškolským vzděláním. Největší podíl je středoškolských maturitou (35 %), dále těch bez maturity (29 %), následují zájemci se základním vzděláním (14 %).

Z pohledu regionů je nejvíce zájemců o práci z Prahy (28 %), dále z Moravskoslezského a Jihomoravského kraje (shodně 13 %), následuje kraj Středočeský (11 %). Nejde ale o to, že zde by bylo nejvíce lidí bez práce, ve jmenovaných krajích je větší nabídka volných míst. Z pohledu nezaměstnanosti jsou na tom nejhůře kraje Karlovarský (6,02 %), Ústecký (5,94 %) a Moravskoslezský (5,92 %). (tz)

Výrobce zrcadel Amirro z Čelákovic

zvýšil v roce 2020 obrat i zisk

Společnost Amirro, největší český výrobce zrcadel, navýšil v roce 2020 obrat na 183 milionů korun (ze 178 milionů v roce 2019) a zisk na 12,2 milionů Kč (z 10,8 milionů Kč v roce 2019). To se povedlo i přes určitý pokles v oblasti zakázkové výroby, narostly totiž významně prodeje konečným spotřebitelům, zejména pak internetové prodeje. Společnost Amirro si stále udržuje status rodinné firmy, která má dlouholetou tradici, předkové majitelů se začali věnovat sklářství již v roce 1799.

„Pandemii a s ní spojená omezení, rušení či odkládání zakázek málokdo předvídal. O to více jsme rádi, že jsme se před dvěma lety rozhodli zaměřit více na konečného spotřebitele, budování značky a e-commerce,“ řekla Lucie Hronová, ředitelka a spolumajitelka rodinné společ-

nosti Amirro, a dodala: „To se nám při situaci spojené s covid-19 vyplatilo. Lidé totiž měli více času pro rekonstrukce či vylepšení svých domovů. Prodeje konečným zákazníkům jsme navýšili o 15 %, na vlastním e-shopu jsme pak zaznamenali růst dokonce o 45 %.“

Společnost Amirro se sídlem a hlavní výrobou v Čelákovicih se zabývá opracováním plochého skla, výrobou interiérových zrcadel, skleněných a zrcadlových dílců pro nábytkářský průmysl nebo složitých broušených či fazetových komponentů pro výrobce lustrů. V menším závodě v Uhlířských Janovicích se pak věnuje výrobě malých a přesných výrobků, jako jsou sklíčka do průhledů různých strojů, skla pro dotykové ovladače, skleněné pilníky či kapsní zrcátka. Přestože v obou závodech používají stejné technologie, stejné broušící nástroje a opracovávají stejné ploché sklo, závody se liší. Zatímco čelákovickou výrobní halou projde



denně zhruba 20 tun skla, v janovickém závodě, kde se soustředí na detaily a drobnější produkty, je to okolo 500 kg denně. Amirro zaměstnává okolo 120 lidí, z čehož je přibližně 100 z Čelákovic a okolí. Amirro také neustále investuje do nových technologií výroby a opracování skla, ale i do vývoje produktů. Přesto, že jde o tradiční historické řemeslo, je zde velký přesah do inovací a nejnovějších technologií.

Mezi odběratele firmy patří nábytkářské firmy, výrobci svítidel, koupelnová studia, DIY a nábytkářské řetězce a přes 150 maloobchodních prodejen. Amirro se v posledních letech zaměřuje stále více na vlastní kanály, zejména internetový obchod www.zrcadla.cz. Firma se také více orientuje na vyšší řady výrobků či chytrá zrcadla na úkor levných jednoduchých výrobků. Radí se také mezi přední exportéry, 80 % produkce exportuje do Německa, Rakouska, Anglie, Dánska, Holandska nebo Finska. (tz)

Trend udržitelnosti se nevyhýbá ani brýlím

Nad tím, jak své produkty vyrábět s ohledem na životní prostředí, se zamýšlí stále více firem. A výjimkou nejsou ani výrobci brýlí. Trendem posledních let jsou recyklované nebo „bio-based“ obroučky. Jsou tu pro všechny, kteří svým nákupem rádi dávají najevo, že i malá změna se počítá.

Tak jako většina zboží i brýlové rámečky zanechávají svoji stopu na životním prostředí, ať už je to při výrobě plastových materiálů, či těžbě kovů, při samotném zpracování, nebo na konci života brýlí, kdy se z nich stane odpad. Naštěstí i výrobci brýlí se zamýšlejí nad tím, jak tuto ekologickou

stopu minimalizovat. Místo klasických plastů nebo kovů používají materiály recyklované nebo na organickém základu.

Jedním z průkopníků biobrády byla značka Meller. Stačí v názvu jejich modelů hledat označení bio a můžete se spolehnout, že rámečky jsou ze 45 % vyrobeny z přírodních materiálů. Tím se snižuje množství použitých fosilních paliv a ušetří se až 30 % energie. Brýle bez označení bio se pak vyrábějí z recyklovaných plastů. Tyto rámečky najdete u slunečních, dioptrických i počítačových brýlí chránících před modrým světlem.

Ani značka Polaroid nezůstává v trendu udržitelnosti pozadu. „Eco-friendly“ sluneční brýle jsou vyrobené buď z polyamidu z ricinové-

ho oleje, nebo z recyklovaných plastů. Obě varianty materiálů pomáhají šetřit přírodní zdroje a mají nižší uhlíkovou stopu.

Tommy Jeans je jednou ze dvou linií značky Tommy Hilfiger, která cílí hlavně na mladší generaci. Právě tu chce oslovit udržitelnějšími produkty, proto nově vyrábí brýlové rámy z Econylu, recyklovaného nylonu, při jehož výrobě se využívají vyřazené rybářské sítě, syntetické textilie a další plastový odpad. Jelikož lze tento materiál opakovaně obnovovat, šetří se tak energie i přírodní zdroje.

Možná se ptáte, zda mohou být rámečky vyrobené z recyklovaných a přírodních materiálů dostatečně silné a pevné. Odpověď je ano. S „eco-

friendly“ brýlemi můžete dělat úplně všechno, co jste dělali s brýlemi z běžných materiálů, aniž byste kvůli tomu museli obětovat pohodlí, či dokonce bezpečí. A ještě u toho můžete mít dobrý pocit, že jste malým, ale jistým krůčkem přispěli k udržitelnější budoucnosti.

Mnozí zákazníci znají Lentiamo dobře (dříve VašeČočky). Začínal jako e-shop s kontaktními čočkami a příslušenstvím. Od září 2017 nabízí také kvalitní sluneční brýle od desítek světových značek a v dubnu 2020 spustil online prodej dioptrických brýlí. V červenci 2019 otevřel první kamennou optiku v Praze. Obrat společnosti v roce 2020 byl 790 mil. Kč a působí v 17 evropských zemích (www.lentiamo.cz). (tz)

Lightway Crystal Fasade – speciální fasádní světlovod

Boční světlovody se stávají stále žádanějšími zdroji denního světla v interiéru, při jejich instalaci totiž odpadá nutnost zásahu do konstrukce střechy, a nabízejí tak příjemnou alternativu, jak dostat do bytu nebo domu dostatek světla skrz boční fasádu. Tato instalace je méně náročná a lze ji použít i v bytech v patrovém domě stejně jako u rodinných domků.

Lightway Crystal Fasade je konstruován pro instalaci na fasádu domu a následně horizontální vedení reflexním tubusem. Světlovody Lightway Crystal jsou jedinečné díky použití křišťálové kopule. Ta je vyrobena z českého křišťálového skla a shromažďuje až o 30 % více přiroze-

ného světla než ekvivalenty polykarbonátu. Je oproti klasické plastové kopuli odolná proti stárnutí, i když na ni působí intenzivní UV záření a povětrnostní vlivy. Křišťál a design kopule má vysokou schopnost sbírat denní světlo, i když je pod mrakem, a zároveň nezkrasuje

přirozené barvy. Povrch křišťálu je velmi hladký a tvrdý, neulpívá na něm smog a nečistoty tak jako na plastu, proto prakticky nevyžaduje údržbu. Uvnitř světelného tubusu Lightway proudí sluneční světlo do interiéru. Vnitřní stěny potrubí tvoří mimořádně výkonná zrcadla s maximální odrazivostí světla. Vnitřní reflexní vrstvu tvoří stříbro a oxidy křemíku nanosené chemickým napařováním ve vakuu. Vrstva nepraská, neodlupuje se a není náchylná ke změnám teplot a vlhkosti. Napojování tubusu na flexibilní kolo, izolační prvek Blue Performance

a stmívač je snadné pomocí systémových spojů, které jsou standardní součástí balení. Vnitřní součásti světlovodu je stropní skleněný difuzér, který rovnoměrně rozptyluje světlo po místnosti a zabraňuje přímému oslnění světlem v interiéru. Je vyrobený ze skla, proto nežloutne a výborně propouští sluneční světlo beze ztrát na světelné intenzitě a změny barevného spektra. Difuzér je již z výroby osazen tubusem v délce 200 mm a lze jej snadno napojit na další díl tubusu, izolační prvek Blue Performance nebo stmívač. (tz)

INZERCE

AKREDITACE PROVÁDÍME PRO:

- zkušební laboratoře
- kalibrační laboratoře
- zdravotnické laboratoře
- certifikační orgány certifikující produkty vč. procesů a služeb
- certifikační orgány certifikující systémy managementu
- certifikační orgány certifikující osoby
- ověřovatele výkazů emisí skleníkových plynů
- inspekční orgány
- poskytovatele zkoušení způsobilosti
- výrobce referenčních materiálů
- environmentální ověřovatele programu EMAS

www.cai.cz • www.facebook.com/akreditaceCR • +420 272 096 222

ČESKÝ INSTITUT
PRO AKREDITACI, O.P.S.



Využití mediace ve sporných řízeních před Úřadem průmyslového vlastnictví



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

Účastníci řízení mají možnost odstranit svůj spor v řízení před Úřadem průmyslového vlastnictví s využitím ADR metod. Smírné urovnání sporu je výslovně upraveno v § 26b zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, podle kterého Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen „Úřad“) přihlašovatelé a namítajícímu na základě jejich společné žádosti stanoví v průběhu námitkového řízení lhůtu alespoň dvou měsíců ke smírnému urovnání. Jde o možnost smíru v rámci řízení o námitkách vyplývající z transpozice čl. 43 odst. 3 harmonizační směrnice 2015/2436, a jak z důvodové zprávy vyplývá, smírné urovnání je procesní postup, který umožní účastníkům řízení o námitkách, které je řízením inter partes, dohodnout se o rozsahu práv uplatněných proti přihlášenému označení. Pokud účastníci řízení o námitkách společně požádají o možnost smírného urovnání, je jim poskytnuta lhůta a Úřad rozhodne v rozsahu smíru.

Na základě shora uvedeného Úřad přihlašovatelé a namítajícímu na základě jejich společné žádosti stanoví v průběhu námitkového řízení lhůtu alespoň dvou měsíců ke smírnému urovnání. Není-li smír dosažen, Úřad rozhodne podle obsahu spisu. Přijetí žádosti nepodléhá správnímu poplatku. Ke smírnému urovnání však mohou účastníci řízení dospět i bez využití postupu dle § 26b zákona, např. tím, že uzavřou smír sami nebo prostřednictvím mediátora, kterého si zvolí. Námitkové řízení pak může být na základě dohody účastníků zcela nebo zčásti zastaveno. Tím nejsou dotčena případná další práva a povinnosti účastníků, vyplývající z uzavřené dohody. Účastníci přitom postupují podle § 45 odst. 4 správního řádu, podle kterého žadatel může zůstat předmět své žádosti nebo vzít žádost zpět; toto právo však nelze uplatnit v době od vydání rozhodnutí správního orgánu prvního stupně do zahájení odvolacího řízení.

Možnost smírného urovnání sporu je dále upravena v zákoně č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele. Konkrétně podle § 21 odst. 3, § 22a a 22b tohoto zákona Úřad vyzve strany sporu (žadatele a namítajícího), aby smírným jednáním rozpor odstranili. K tomu jim Úřad stanoví přiměřenou lhůtu, která nesmí být kratší než 15 dnů. V případě, že mezi žadatelem a tím, kdo uplatnil námitku, byl rozpor odstraněn, má se za to, že námitka byla vzata zpět.

Pouze v těchto dvou případech zvláštní zákony na ochranu duševního (průmyslového)



vlastnictví výslovně upravují, resp. předpokládají, možnost smírného řešení sporu mezi účastníky řízení, aniž by však výslovně upravovaly možnost řešení jejich sporu metodami ADR, zejména mediací. Přesto nic nebrání stranám sporu (účastníkům řízení), aby se dohodly na smírném urovnání sporu mimo probíhající správní řízení právě za účasti mediátora. Možnost smírného urovnání může dopadat ale jen na taková řízení, která lze zahájit na návrh, nikoli v případech zahajovaných Úřadem z moci úřední.

Je však otázkou, zda v důsledku probíhajícího smírného urovnání dochází ke stavění lhůt a k přerušení řízení, či nikoliv, neboť zákony na ochranu průmyslového vlastnictví tuto možnost výslovně neupravují. Podle mého názoru promlčecí a prekluzivní lhůty u orgánu veřejné moci po dobu mediace mezi stranami sporu neběží v případě, že lze smlouvu považovat za dohodu o mimosoudním jednání ve smyslu § 647 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění. Takovou dohodou bude v každém případě smlouva o provedení mediace uzavřená mezi účastníky a mediátorem za účelem vyřešení jejich sporu na základě zákona č. 202/2012 Sb., o mediaci a o změně některých zákonů (zákon o mediaci). V případě, že si strany přejí využít minimálně dvouměsíční lhůty ke smírnému urovnání prostřednictvím mediace vedené v průběhu řízení o námitkách proti zápisu ochranné známky, požádají Úřad společně o poskytnutí přiměřené lhůty podle § 26b zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, v platném znění.

Úřad za účelem informování sporných stran (účastníků řízení) o možnostech využití ADR metod v řízeních před tímto úřadem zveřejnil na svých webových stránkách www.upv.gov.cz v sekci služby informace o provádění mediací. Stranám sporu (účastníkům řízení) je tak umožněno, aby se dohodly na smírném urovnání sporu mimo probíhající správní řízení před Úřadem. Možnost smírného urovnání může ale dopadat jen na taková řízení, která lze zahájit na návrh, nikoli v případech zahajovaných Úřadem z moci úřední. Úřad také nemůže reagovat na případnou žádost účastníků sporu, aby jim osobu mediátora určil, pokud si jej nevyberou sami, ani nařídít první setkání se zapsaným mediátorem a přerušit řízení.

Účastníci řízení mohou využít služeb zapsaných mediátorů, kteří jsou zapsáni v seznamu vedeném Ministerstvem spravedlnosti, dále služeb IP mediačního centra Praha, zapsaný ústav, který je neziskovou organizací, jež organizačně a technicky podporuje provádění mediací v oblasti ochrany duševního vlastnictví prostřednictvím proškolených mediátorů, 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. Účastní-

ci řízení mají také možnost obrátit se na Asociaci prostředníků a rozhodců ve věcech duševního vlastnictví, která je dobrovolným sdružením odborníků, kteří jsou připraveni podílet se na řešení sporů v oblasti duševního vlastnictví a nekalé soutěže, jako jsou mediátoři (zprostředkovatelé, prostředníci), rozhodci v obecném významu tohoto slova, a rozhodci ad hoc ve smyslu zák. č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů.

Jak již bylo shora uvedeno, smírné urovnání je výslovně upraveno v § 26b zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, podle kterého Úřad přihlašovatelé a namítajícímu na základě jejich společné žádosti stanoví v průběhu námitkového řízení lhůtu alespoň dvou měsíců ke smírnému urovnání, a dále podle § 21 odst. 3, § 22a a 22b zákona č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele, kdy Úřad vyzve strany sporu, aby smírným jednáním rozpor odstranili. K tomu jim Úřad stanoví přiměřenou lhůtu, která nesmí být kratší než 15 dnů. Jde tedy o možnost smíru v rámci námitkového řízení podle § 26b zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, pokud o to účastníci společně požádají, a podle § 21 odst. 3, § 22a a 22b zákona č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, kde jsou účastníci sporu vyzváni, aby spor smírným jednáním odstranili.

Pokud sporné strany (účastníci řízení) mají zájem odstranit svůj spor mimo probíhající řízení před Úřadem, mohou tento spor řešit metodami ADR nezávisle na tomto řízení. V řízeních, kde Úřad jedná z moci úřední (ex offio), např. při odmítnutí přihlášky průmyslového práva pro rozpor s veřejným pořádkem nebo dobrými mravy, to však možné z podstaty věci není. Úřad bude pak po provedení mediace účastníků řízení jednat v souladu s obsahem jejich dalšího podání v probíhajícím řízení.

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

Platit v obchodě občankou: jako první si to vyzkouší v Kyjově

V Česku startuje systém Correny. Přichází s myšlenkou jednorázové měny corrent, která podporuje zároveň lidi i obchodníky. Systém kombinuje výhody lokální měny a slevových poukazek, a pomáhá nastartovat místní podnikání postižené koronavirovou krizí. Od pondělí 26. dubna začali correnty jako první přijímat kyjovští obchodníci.

První zpráva o Correny obletěla svět. „Dostali jsme pozitivní reakce z Francie, Singapuru i Filipín. Také v Česku může vzniknout nápad, který pomůže lidem i obchodníkům na celém světě. Rádi bychom ho nabídli u nás i v Evropě,“ vysvětlil svou motivaci Pepe Rafaj, spoluvůdce projektu. „Jako první nás čeká ověřit funkčnost a efektivitu systému v Kyjově, za což vděčíme jeho starostovi Františkovi Luklovi, který do nás vložil důvěru a šel s námi do toho,“ dodal Pepe Rafaj.

„O correntovou podporu se u nás mohou přihlásit všichni obyvatelé Kyjova. Věřím, že tento moderní ekonomický projekt má velký potenciál a je jen otázkou času, než se do něj zapojí další města,“ vysvětlil důvody vstupu do projektu starosta František Lukl, který je zároveň předsedou Svazu měst a obcí ČR.

Polovinu částky za nákup zaplatíte darovanými correnty a druhou ze svého

Princip Correny spočívá v tom, že občané dostanou correntovou podporu, kterou během měsíce využijí u přihlášených místních obchod-

níků. Občané sami vyberou, koho na trhu chtějí podpořit, a platbou u těchto obchodníků povzbudí celý region. Polovinu částky za nákup zaplatí darovanými correnty a druhou ze svého. Peníze se v místní ekonomice rychle protočí a díky spoluúčasti lidí se jejich objem v oběhu znásobí. Potenciál obnovy místního obchodu je tak ve srovnání s jinými formami dotací mnohonásobně větší a rychlejší.

„Chtěli jsme platbu correntem lidem co nejvíce usnadnit, aby k ní měl přístup úplně každý. Lidé se nemusí obávat složitostí. K platbě jim bude stačit číslo občanského průkazu nebo kód v SMS,“ vysvětlil Pepe Rafaj.

Tisíc Kyjováků a desítky kyjovských obchodníků

Plánované zahájení pilotu se kvůli uzamčení české ekonomiky skoro o čtyři měsíce odsunulo. „Naši prioritou je otestovat Correny v reálném provozu a začít co nejdříve pomáhat i jinde. Další zájemci se nám už hlásí,“ uvedl Pepe Rafaj. Od prosince se do kyjovského projektu zaregistrovalo tisíc místních občanů a více než 40 kyjov-

ských obchodníků. Registrace budou nadále pokračovat i po zahájení pilotu. Zájemci o correnty se mohou průběžně hlásit na webu kyjov.correny.cz nebo na podatelně kyjovské radnice. Příspěvek budou muset využít do 25. května.

Correny funguje v pekárně, galanterii, opravě aut i vinárně

Kyjováci získají příspěvek ve výši 400 korun ve formě correntů, které budou moci využít u registrovaných obchodníků. Jejich škála je široká. Od místní prodejny pečiva, potravin, lékárny, několika kaváren, restaurací, papírnictví přes obchod s látkami, opravny aut, autoškol po nejrůznější poskytovatele služeb, včetně kaděnictví a masážních salonů. Pilotní emise correntů v Kyjově podpořila soukromá firma I, Foundation. Dalším vydavatelem měny mohou být samotná města, soukromé firmy, které mají zájem region podpořit, nebo přímo stát. To vše bude záviset na dalších jednáních. V tuto chvíli tvůrci otvírají prostor pro komunikaci s dalšími starosty a zástupci měst, případně jinými zájemci.

Projekt úspěš v hackathonu Hack the Crisis pro chytrá řešení proti covidu-19 vyhlášeném agenturou CzechInvest a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR (MPO). Získal záštitu Hospodářské komory ČR, Ministerstva vnitra a Asociace malých a středních podniků a živ-



foto Pixabay

nostníků ČR. Následně MPO v programu Czech Rise Up podpořilo realizaci jeho pilotního provozu v Kyjově. V rekordně krátkém čase tak vznikl systém, který je univerzálně použitelný nejen v České republice, ale i ve světě. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Bezpečnostní politika pro každou firmu

Myslíte si, že máte ve své vlastní firmě vše pod kontrolou? Že pamatujete na každý detail, který je třeba ohlídat? Že nehrozí únik dat, že není nutné se obávat přerušení provozu, že máte spolehlivé dodavatele, dobře hlídáný majetek, výbornou pojistnou smlouvu i loajální zaměstnance? Může to být pravda, ale... Na nedávné konferenci SYMA, kterou uspořádala Česká společnost pro jakost, tentokrát v online podobě, zazněla řada zajímavých příspěvků na téma, jak zlepšovat svou práci pomocí managementu řízení, jaké jsou přístupy, možnosti, i jaké to přináší výsledky. Jedno z vystoupení patřilo Jaromíru Průšovi, výkonnému řediteli firmy Asset protection agency, s. r. o.:

Mnohé účastníky jste zaujal svým vystoupením na téma Business Continuity Management. Mohl byste zrekapitulovat, co jste chtěl především sdělit?

Hlavním cílem mého vystoupení bylo upozornit na důležitost pojmu BCM jako takového, popsat Top 10 hrozeb v rámci BCM a zrekapitulovat nejčastější chyby při přípravě, implementaci, dokumentaci, výcviku BCM. Poukázat na tzv. „best practise“ v rámci BCM.

A co vlastně znamená Business Continuity Management? Co má firmám přinést? Jde o certifikaci procesů, které chrání podnikatele před případným malérem?

Ano, zjednodušeně se to tak dá říct. BCM je řídicí proces, podporovaný vedením společnosti, který identifikuje potenciální dopady ztrát a jeho cílem je vytvořit takové postupy a prostředí, které umožní zajistit kontinuitu a obnovu klíčových procesů a činností organizace, na předem stanovené minimální úrovni, v případě jejich narušení nebo ztráty. BCM ochraňuje zájmy klíčových podílů, akcionářů a dalších zájmových skupin, dobrou pověst a značku společnosti.

Potřebují opravdu podniky strategii bezpečnosti? O jakou bezpečnost vlastně jde? Je to zajištění objektů, bezpečnost práce s daty nebo osobní bezpečnost managementu?

Každá organizace by měla mít vypracovanou bezpečnostní politiku a bezpečnostní strategii.



Jaromír Průša, výkonný ředitel firmy Asset protection agency, s. r. o.

Jde o komplexní hodnocení bezpečnostních rizik organizace, jejich eliminaci a nastavení procesů, které jsou založené na jednotlivých „opravdových“ potřebách, definovaných hrozbách a bezpečnostních rizicích. Jde o komplexní bezpečnost od fyzické, technické, IT, compliance až po personální bezpečnost, takže průřezová ochrana aktivit celé organizace.

Myslíte si, že jsou dnes firmy zranitelnější než třeba před dvaceti lety?

Ano, a je to kvůli novým trendům, kdy, jak já to nazývám, „fyzické trestné činy“ klesají, a naopak se kriminalita přesouvá, a to velmi významně, do online prostoru. O tom mluví i statistiky Policie ČR. Dnes je jednodušší než přepadnout banku se zbraní někoho vydírat přes internet, a není to jen o kyber útocích, jak si čteme v médiích.

Kdo tvoří vaši klientelu? Spíše větší, střední, nebo menší společnosti?

Máme klienty z velkých mezinárodních firem a středních firem, kteří podnikají v ČR. Malé

společnosti (velikostně) zájem o služby moc nemají, buď si myslí, že to nepotřebují, nebo, že na to nedosáhnou finančně, což ale není pravda. V rámci portfolia společnosti Asset protection agency jsme schopni nabídnout aktivity pro firmy jakékoli velikosti a spolupracovat s nimi, ať už jsou z jakéhokoli odvětví a jakéhokoli měření, a to v rámci celé Evropy.

Je tedy Business Continuity Management relevantní i pro malé firmy či neziskový sektor?

BCM by měl být nejen relevantní, ale měl by být povinností pro firmy jakékoli velikosti nebo i pro neziskový sektor. Tím důvodem je strategická a taktická způsobilost organizace být připravena a reagovat na incidenty a narušení činností organizace za účelem pokračování na předem stanovené přijatelné úrovni. Každá, byť sebemenší organizace, by měla být schopna identifikovat potenciální dopady ztrát, vytvořit a nastavit pro-

cesy, postupy, prostředí tak, aby byla zjištěna kontinuita a obnova klíčových procesů a činností organizace na předem stanovenou minimální úroveň v případě jejich narušení nebo ztráty. Vždy platí, že problémům je nejlepší předcházet, než je pak řešit.

Jaké investice v organizaci si vyžaduje zavádění principů Business Continuity Managementu?

To se nedá tak jednoznačně odhadnout „od buku“. Samozřejmě je to dáno velikostí organizace, počtem zaměstnanců, počtem jejich aktivit, počtem výrobních prostor nebo závodů, a především tím, čím se organizace zabývá. Jinak to bude mít nastavené pouze česká organizace do deseti lidí a jinak mezinárodní firma s pobočkami po celém světě. Složitější to bude u výrobních závodů se specifickou činností (např. chemická výroba).

Můžete uvést pozitivní příklad zavedení a uplatňování Business Continuity Managementu?

Zavádění a aplikování BCM do praxe v jednotlivých organizacích většinou začíná stejně. Nemá to podporu širšího managementu, u mezinárodních organizací je to ve stylu: „A jé, zase nějaké nařízení z globálu.“ pocit, že děláme něco navíc, než je naše práce, pocit, že se připravujeme „na věci, které asi stejně nenastanou“, ale tohle všechno končí ve chvíli, kdy organizaci nějaká nemilá událost potká a její zaměstnanci jsou na to připraveni, viz třeba pandemie covid-19. Pak najednou vidíte, kolik vám to ušetřilo práce, vidíte kolem sebe, jak ostatní „tápou“ nebo hledají cesty, a vy už jste na to nastaveni, jen to trochu oprá-

šíte, provedete update a máte náskok před konkurencí, která na začátku „přešlapuje“. Naopak vy můžete nabídnout svoje služby a získat nové zakázky. Ne nadarmo se říká, že štěstí přeje připraveným. Dnes ale BCM

začíná většina firem přicházet na chuť, vědí, jak je to důležité, a některé jsou už dokonce i dále a připravují se na získání certifikace BCM dle ISO normy 22301.

otázky připravila Eva Brixí

V rámci portfolia společnosti Asset protection agency jsme schopni nabídnout aktivity pro firmy jakékoli velikosti a spolupracovat s nimi, ať už jsou z jakéhokoli odvětví a jakéhokoli zaměření, a to v rámci celé Evropy.

Vlajky pod značkou Czech Made

TOVÁRNA NA VLAJKY



www.libea.cz

Ryze česká rodinná firma se specializuje na výrobu vlajek, praporů, třepetalek, bannerů, transparentů, vlajkových křidel

a dekorací tištěných na polyester. Celý svůj sortiment produkuje z velmi kvalitních materiálů a využívá nejmodernější výrobní technologie v odvětví. Je již 17 let držitelem značky kvality Czech Made, a to jediným v tomto oboru. Otci Janu Vereščákovu a jeho synovi téhož jména patřily následující otázky:

Představíte čtenářům vaši rodinnou firmu?

Založili ji v roce 1994 čtyři společníci se zkušenostmi v oblasti textilu. Libea tak navázala na bohatou tradici textilní výroby v Liberci. Od počátku se soustředila na výrobu tištěných vlajek a velkoobchod bytovým textilem. Postupem času naše společnost přerostla do podoby rodinné firmy s úzkou specializací.

Jaké druhy vlajek vyrábíte a pro koho?

Libea používá technologii sítotisku a přímého digitálního tisku pro všechny typy vlajek. Především jde o vlajky a prapory států, ale také krajů, regionů, měst a obcí. Největší podíl na naší činnosti však má zakázková výroba vlajek pro firmy, instituce, školy, sportovní kluby a různé spolky, ale i jednotlivce. Z uvedených typů vlajek lze odvodit i naše zákazníky. Jde o reklamní agentury, podniky, hotely, instituce, města a obce, hasiče, armádu, sportovní veřejnost atd.

Jste držitelé značky kvality Czech Made. Je tedy pro vás kvalita zásadní?

Do programu značky kvality pro službu „zakázková výroba vlajek“ jsme se přihlásili už v roce 2004. Cítili jsme potřebu zdůraznit český původ naší produkce, a odlišit se tak od konkurence, která především dovážela vlajky z Asie nebo od našich severních sousedů. Z velké části šlo o nízkou kvalitu. Navíc si myslíme, že české vlajky by měl vyrábět český výrobce. A tato situace přetrvává. Takže jako česká firma se držíme české značky kvality Czech Made.

Je náročné být tolik let pod křídly prestižní značky?

Získání značky kvality Czech Made není jednoduché a nelze je považovat za automatické. Také tuto zkoušku nepodstupuje každý. Po celou dobu 17 let, po kterou značku kvality obhajujeme, jsme v našem oboru podnikání jejím jediným nositelem. Pro Czech Made jsme se rozhodli z konkurenčních důvodů, a zejména proto, že jsme hrdí čeští výrobci, jak jsme již naznačili.

K čemu vám Czech Made pomáhá?

Značka Czech Made, ostatně jako každý takový symbol, by měla signalizovat, že její držitel na kvalitu dbá, jeho postupy jsou pod externí kontrolou České společnosti pro jakost, a lze tudíž od něho očekávat kvalitní výrobek či službu. Významnou součástí hodnocení nositele značky kvality Czech Made jsou reference odběratelů a uživatelů hodnocené služby. Obhajování značky nám tak poskytuje důležitou zpětnou vazbu o spokojenosti našich zákazníků.

ptal se David Kubla



Robot ještě dům nepostaví, ale už nyní je skvělým pomocníkem

I zedníci, lešeníři, betonáři budou muset mluvit řečí robotů. Pak na ně budou moci přenést práce, které jsou příliš namáhavé, nebezpečné a které vyžadují optimální kvalitu provedení. Je nejvyšší čas, robotizace se už prosazuje i na stavbách. O tom nás přesvědčí Ing. Karel Vonka, vedoucí odboru BIM a digitalizace společnosti STRABAG a.s.

Jak se dosud uplatnili roboti na stavbách?

Robotizace ve stavebnictví je poněkud složitější disciplínou nežli například ve strojírenství, kde výroba probíhá v halách s konstantním prostředím. Každá stavba je jedinečná, propojená se svým okolím a umístěná do terénu. Roboti tak zatím stavby nestaví. Využívají se ale mnohá robotická či semirobotická zařízení. Především jde o 3D navádění strojů, což je poloautomatický systém pro úpravu a pokládku různých druhů povrchů. Řidič je zatím stále potřeba, ale práci mu usnadňuje mnoho automatických čidel, která práci zpřesňují a také zrychlují. Samozřejmě je dnes také používání zařízení pro laserové a fotogrammetrické skenování nebo ča-

soběrné snímkování. Roboti dále např. napomáhají provádět průzkum kanalizací či jiných pro člověka nepřístupných míst.

Naši kolegové ze STRABAGu ve Stuttgartu testují využití autonomního robotického psa Spot od Boston Dynamics. Tohoto robota je možné použít v prostředích pro člověka nebezpečných nebo stísněných, nebo je využíván pro sběr dat. Pro efektivní zavádění robotů a automatizované výroby do realizace staveb jsou zapotřebí dvě klíčové podmínky – informační model stavby, a propojení stavby do inteligentní datové sítě.

Které profese tedy nahrazují nebo jaké pracovní operace mohou převzít?

Možnosti uplatnění budou v příštích letech poměrně široké, je však třeba se nejprve vypořádat s celou řadou otázek, jakými jsou legislativní požadavky či zajištění bezpečnosti. V nejbližším čase se budou roboti využívat právě například pro práci v kontaminovaných nebo stísněných prostorech. Zajímavé je také využití robotů v případech opakovaných činností, kdy je čas



Ing. Karel Vonka, vedoucí odboru BIM a digitalizace společnosti STRABAG a.s.

živého pracovníka „zbytečně“ drahý – to se týká např. průběžného sběru dat – fotogrammetrie, laserového skenování, fotodokumentace či sledování průběhu výstavby. Ve vývoji a testování jsou ale dnes také zařízení pro zdíci, natěračské, svářečské a betonářské práce. Dalším milníkem je příchod 3D tisku, autonomních vozidel a stavební mechanizace.

Co musí udělat firmy pro vyšší podíl robotizace? V čem vidíte největší problémy se zaváděním robotů?

Prvním klíčovým krokem je standardní využívání digitálního informačního modelu stavby (BIM). Toto digitální dvojčete stavby je rámcem, který nám dává vstupní parametry pro automatizaci výroby. Dále je to zapojení stavby do inteligentní datové sítě prostřednictvím senzorů, navigací a čidel. Toto vše již aktivně testujeme na pilotních projektech i v Česku, protože právě aktivní zkoušení nových technologií na reálné stavbě je jediný efektivní způsob, jak se posouvat dál. Náš koncern nové technologie nejen testuje, ale také se aktivně podílí na jejich vývoji. Nasazení například exoskeletonů pro zvedání

těžkých břemen je prvním krokem k budoucím autonomním zařízením, která se mohou vyvinout z dat získaných při nasazení těchto asistenčních semirobotických zařízení.

Prozatím největší překážkou pro větší vývoj a nasazení plně robotických jednotek jsou především nedostatečně rozvinuté technologie a samozřejmě cena, kdy návratnost investic je prozatím diskutabilní. Obecně se bude využití robotických zařízení postupně zvyšovat tak, jak dojde k jejich větší autonomii, která není jenom o miniaturizaci potřebných senzorů, ale především o řídicích algoritmech a nasazení umělé inteligence.

A hlavní benefity, které lze od robotů ve stavebnictví očekávat?

Robotická zařízení budou především způsobem, jak dosáhnout vyšší přesnosti, produktivity a kvality. Mohou být také odpovědí na zvyšující se požadavky na bezpečnost při práci a ochranu životního prostředí. Ještě předtím však bude nezbytné vyřešit mj. legislativní aspekty, které budou s nasazením umělé inteligence spojeny. V budoucnu by nicméně mohla být robotizace řešením nedostatku pracovní síly.

Kde všude v budoucnosti roboti začnou hrát hlavní roli? Vezmou práci zedníkům, lešenířům, fasádníkům a dalším tradičním řemeslům na stavbách?

Je pravděpodobné, že tradiční profese projdou zásadní proměnou. Stanou se z nich v dnešním chápání „programátoři“, kteří budou mluvit „řečí“ robotů a budou schopni robotickým zařízením definovat úkoly. K tomu však povede ještě dlouhá cesta. Do té doby náš čeká řada postupných kroků, kdy se autonomní zařízení budou na stavbách využívat pro plnění dílčích úkolů. Změna neproběhne ze dne na den, ale již nyní by se na to měl však začít připravovat náš vzdělávací systém, protože adekvátní vzdělání je pro práci s moderními zařízeními zcela zásadní.

mnoho úspěchů při zavádění robotů na stavbách popřál Pavel Kačer



V dřevostavbě od prarodičů po vnoučata

Jak dlouho žijí dřevostavby? A mohou dřevostavbu rekonstruovat? I tyto otázky napadají mnohé, kteří uvažují o pořízení dřevostavby. A jaká je realita? Více než příznivá.

Dřevostavby v dnešní době představují atraktivní bydlení, které vydrží několik rodinných generací, včetně rekonstrukcí. Tajemství dlouhého života dřevostavby je ukryto ve kvalitě samotného stavebního materiálu na bázi dřeva. „Základem nosného skeletu dřevostavby jsou vysušené dřevěné KVH hranoly přiklopené fermacellovými deskami. Ty ve spolupráci s parozábranou chrání před vnějšími vlivy, jako je například navlhnutí. Z toho vyplývá, že v případě

profesionálně odvedené práce neobsahuje konstrukce žádné prvky, kvůli kterým by měla zeslábnout nebo se poškodit. VEXTA DOMY navíc svým klientům na tento nosný skelet domu poskytují celoživotní záruku,“ ubezpečil v otázce životnosti Tomáš Veselý, ředitel značky VEXTA DOMY, předního českého výrobce dřevostaveb. Život jedné dřevostavby tak v poklidu může činit až 150 let.

Navic dávno neplatí mýtus o tom, že dřevostavbu nelze rekonstruovat. V dřevostavbě lze provádět nejružnější stavební úpravy, od povrchových ve stěnách v interiéru či stropních podhledech po výměnu střešní krytiny. V případě posouzení technickým expertem tu existuje možnost i kompletní přestavby a změny

dispozičního uspořádání, aniž by byla nevhodně narušena konstrukce domu,“ potvrdil Tomáš Veselý. Dřevostavby tak v plné míře těží z předností dřeva, aby nabídly bydlení, ve kterém je možno zestrátnout.

Značka VEXTA DOMY je ryze českým dodavatelem montovaných dřevostaveb, působící na českém trhu od roku 2012. Její filozofií je výstavba vysoce kvalitních domů a komplexní klientský servis, zahrnující nejen projektovou dokumentaci a výstavbu domu na klíč, ale i zajištění související inženýrské činnosti. Svým zákazníkům nabízí výstavbu jak typových domů, tak i staveb dle individuálních projektů. Zájemcům navíc poskytuje osobní konzultace a prohlídky ve dvou vzorových domech v ČR. Na své



stavby zaručuje celoživotní záruku na skelet. Od roku 2016 je také členem Asociace dodavatelů montovaných domů, která sdružuje dodavatele splňující přísné požadavky na návrh i realizaci stavby podle certifikace Dokument národní kvality. (tz)

Zadržte horko ještě před oknem

Také se po dlouhé zimě nemůžete dočkat teplých letních dní? Připravte se na tropická vedra už teď, s tou správnou stínicí technikou nedáte dusné atmosféře šanci!

„Exteriérová stínicí technika zachytí teplé sluneční paprsky ještě před oknem a nedovolí jim proniknout do místnosti. Představuje tak velmi efektivní řešení, jak doma udržet příjemnou teplotu po celý den,“ vysvětlil David Šejvl, manažer divize stínění značky VEKRA, největšího českého vý-

robce oken. Pokud tedy nad jejím pořízením uvažujete, právě teď je ideální čas, kdy přistoupit od plánu k akci. Díky včasnému objednání si totiž budete moci užít domácí pohodu s chladnou hlavou, až udeří vlna letních veder. Z jakých druhů můžete vybírat a jaké jsou jejich přednosti?

Venkovní žaluzie – Nejběžnějším typem exteriérového stínění jsou venkovní žaluzie, které díky nastavitelným lamelám umožňují regulaci světla proudícího do místnosti.

Venkovní rolety – Absolutní zastínění, útlum venkovního hluku a ochrana před horkem i mrazem... To jsou hlavní benefity venkovních rolet. Jejich přidanou hodnotou je navíc to, že v zavřeném stavu jsou překážkou pro případné zloděje, a přispívají tak k ochraně majetku.

Screenové clony – Méně známou, a navíc ještě designovou variantou ochrany před slunečními paprsky jsou screenové rolety. Screenové rolety jsou ideální zejména pro denní zastínění, protože i když jsou stažené, je výborně vidět ven, ale dovnitř nepropustí přímé slunce ani teplo.

Venkovní stínění zkrátka pomáhá udržet doma příjemné klima, ať už venku vládnu tropy, nebo panují mrazy. Jen si ho ale musíte pořídit včas! (tz)

Obory hotelnictví, lázeňství a gastronomie se bezesporu změní, ale porostou

Jaké představy máme, když vcházíme do recepce hotelu, když usedáme v restauraci k obědu nebo večer zavítáme do baru či do bazénu? Hledáme klid, odpočinek, nebo naopak zábavu a vsudyprýtomný adrenalin? Oč stojíme, když zde prožíváme dovolenou nebo když se v místě určení odehrává třídní školení? Ano, už dlouho si takové otázky nepokládáme, koronavirus stanovil jiné priority... Tím více se však těšíme, že se pandemická opatření zmírní a že do zařízení cestovního ruchu zase začnou proudit návštěvníci, jimž se už po většině služeb už hodně stýská. Třeba i po té odpolední kávě při obchodní schůzce jinde než v kanceláři... Avšak jak bude provoz vypadat? Ne-projeví se úbytek pracovních sil? Možná ano. Co z toho plyne? Jednoduchý závěr. Ti, kteří co nejdříve získají patřičné vzdělání, se v nadcházejících letech v cestovním ruchu dobře uplatní. Odborníci se domnívají, že mají nyní velkou šanci i proto, že obor projde změnami. Naučit se s předstihem ho vnímat v souvislosti s nimi se zdá víc než rozumné. Vidí to tak rovněž Ing. Mgr. Vladana Horáková, MBA, generální ředitelka Aquapalace Praha v Čestlicích, která zároveň externě vyučuje na Vysoké škole hotelové v Praze:

Léta se pohybuje v hotelovém průmyslu v mezinárodním pojetí. Zažila jste řadu změn, turbulencí. Co říkají vaše zkušenosti tomu, co se dnes děje v oboru? Určitě nejste pesimista a věříte, že každá krize má své vítězství...

Hospitality svět je poměrně tradiční disciplína, lidé cestují za poznáním, zábavou či prací a dle svých preferencí hledají odpovídající ubytovací a stravovací službu. To zůstane stejné i po pandemii... Co se ale, očekávám, změní, je cena služby. Částečně se projeví odliv personálu, který si téměř po roce bez smysluplné práce našel jiné zaměstnání, často lépe placené, bez nutnosti pracovat na směny, o víkendech a svátcích. A jelikož byla cena práce v hotelnictví a gastronomii dlouhodobě podhodnocena, ti, co zde pracovat zůstanou, budou mít šanci si polepšit. Zprvu bude trh ještě oslaben nižší poptávkou, především v turistických destinacích závislých na zahraničních turistech, jako jsou Praha, Český Krumlov a jiná místa, ale během jednoho až dvou let se to srovná.

Dobrý manažer nekolabuje při prvním neúspěchu, ale hledá východisko a svůj tým se i navzdory problémům snaží motivovat. Jak to řešíte v současné době vy? V Aquapalace Praha, který vedete, je stále zavřeno, vodní zábava je zastavena...

Snažím se vždy situaci využít pro prospěch společnosti, a zároveň hledám pro sebe i svůj tým nějakou mentální, motivující aktivitu. Většinou

vymýšlíme, co vylepšit, změnit, připravit do budoucna. Při první uzavírcce jsme velice investovali do oprav. Využili jsme nuceného uzavření provozu, který předtím fungoval 12 let a 365 dní v roce... Pustili jsme se do oprav a výměn technologických celků ve strojovnách, ale i do vylepšování vzhledu a instalace novinek, dokončili jsme skvělý vodní bar, který se hned po otevření v květnu 2020 stal trhákem. Při třetí uzavírcce jsme měli už vše hotovo... Vycitili jsme ale společenskou poptávku po testování na přítomnost covid-19. Získali jsme oprávnění na provoz odběrového místa a testujeme pomocí AG testů firmy i jednotlivce buď v našich prostorách v Čestlicích, nebo výjezdem mobilních týmů v Praze a Středočeském kraji. Máme již schválený provoz i očkovacího centra, bohužel dodávky vakcíný vážnou, ale jsme připraveni na okamžité spuštění.

Nucené uzavírky jsme využili i v našich hotelích. Ve Spa Hotelu Děvín v Mariánských Lázních právě dokončujeme školicí centrum s vinárnou a Hotel Svornost v Harrachově právě prochází doslova revoluční rekonstrukcí společných prostor, včetně restaurací, barů a konferenčních místností.

Jaký dopad bude mít pandemie covid-19 na naše životy z dlouhodobého hlediska? Myslíte si, že i po jejím skončení se některé naše zvyky navždy změní?

Především si začneme vážit osobních kontaktů a možnosti setkávat se. Bude zvýšená poptávka po socializaci, home office přestane být odměnou, ale spíš trestem. Také očekávám, že si lidé uvědomí cenu zdraví a budou do sebe více investovat. Zvýšenou poptávkou po pohybu i relaxaci bychom mohli dorovnat úroveň obvyklou v Německu či Rakousku, kde wellness a aktivní relaxace je nedílnou součástí životů střední a seniorské generace. Seniorské generace – sport, fitness, plavání, otužování, ale opravdový aktivní relax a regenerace, například formou muzikoterapie, aromaterapie, meditace a dalších technik. A samozřejmě se změní náš vztah k technologiím, online nákupy, konference i studium ovlivní mnoho oborů trvale.

Externě působíte jako pedagožka na Vysoké škole hotelové v Praze, vyučujete obor cestovního ruchu. Co přesně máte na starost a jaké poselství se snažíte studentům předat?

Své působení na VŠH považuji doslova za poslání. Snažím se studenty pro cestovní ruch i jeho součásti, jako jsou hotelnictví, lázeňství a gastronomie, nadchnout, ukázat, že je v něm pro

každý osobnostní typ zajímavé uplatnění. A přesto, že působení ve službách i kvůli nárokům na čas a flexibilitu není jednoduché, je to práce s lidmi a pro lidi, zpětná vazba je okamžitá, v kolektivu zažijete spoustu zábavy i adrenalinových situací. Rozhodně to není nuda...

Mnozí nad cestovním ruchem a hotelnictvím lámou hůl, naopak jiní se nevzdávají a předpovídají velký růst odvětví již brzy. Jaký je váš odhad?

Už v létě 2020 jsme mohli pozorovat, že lidé cestovat a užívat si kvalitní služby nepřestali... Odlišiv zaznamenaly turistické destinace závislé na příjezdovém cestovním ruchu. Hotely v regionech, na horách, v lázeňských místech, u jezer, doslova praskaly ve všech... A chuť užívat si a utrácet byla veliká. Díky tomu Češi objevili mnoho krásných hotelů, rezortů i lokalit, které se do budoucna stanou jejich místem pro třetí či čtvrtou dovolenou i po otevření hranic...

Mnoho pracovníků z hotelů, restaurací, lázní a podobných zařízení odešlo, hledají uplatnění jinde, jak jste naznačila. Za pár měsíců i v dalších letech však bude právě zde po vzdělaných lidech s patřičnou specializací velká poptávka. Hotelnictví, gastro a další obory budou jistě velmi vyhledávané, ale vyskolení lidé budou potřeba co nejdříve. Doporučujete tedy například středoškolákům, aby neodkládali svá rozhodnutí a hlásili se na školy se zaměřením na hotelnictví a cestovní ruch?

Odborné vysokoškolské vzdělání má vždy smysl, navíc základy hotelnictví a gastronomie by měly patřit téměř povinně k všeobecnému

rozhledu, kultura stravování a společenského chování je základem civilizovaného projevu. Stále větší význam má i celoživotní vzdělávání při zaměstnání. Obory hotelnictví, lázeňství a gastronomie se bezesporu změní, ale porostou. Bude potřeba nových sil a energie.

A s poptávkou po pracovní síle vzroste i důležitost a respekt k tomuto oboru. Bude šance obsadit uvolněná místa a dostat se rychleji k zajímavým pozicím.

Jaké předpoklady by měl mladý člověk splňovat, aby se z něj jednou stal úspěšný manažer, případně podnikatel?

Především musí hledat uplatnění v tom, co ho baví, pro co má vášně. Pak může mezi konkurencí prorazit, upoutat na sebe pozornost, přinést oboru nové směry a inovace. A pokud jde o studium VŠH, vidím nutnost propojení



Ing. Mgr. Vladana Horáková, MBA, generální ředitelka Aquapalace Praha, Managing partner Golden Apple Hotels, pedagog Vysoké školy hotelové v Praze

s praxí. Jen naivní studenti si myslí, že ze školy vyjdou jako manažeři a svět jim bude ležet u nohou. To je úplně zvrácená představa, kterou studentům vysvětluji hned v začátcích studia. Pochopit komplexnost činnosti a specifika práce v hotelnictví a gastronomii se musí získat praxí na prvoliniových pozicích, ideálně na recepci, rezervacích, v obsluze či kuchyni. Odtud se dá studiem rychle růst... Ale bez této základní zkušenosti není hotelový manažer nikdy všestranný.

Jako dlouholetá úspěšná generální ředitelka máte určitě svou vizi, již se snažíte naplnit. Jaká to je?

Tak především bych chtěla vidět náš areál Aquapalace Praha a naše hotely pod značkou Golden Apple Hotels opět v provozu. Současná situace, kdy nemůžete tvořit, setkávat se s klienty i zaměstnanci, je ubíjející. V delším časovém horizontu je mým cílem rozvoj obsahové nabídky wellness a lázeňských hotelů, kde vidím velký potenciál pro zlepšení zdraví a rekondice klientů. Připravuji se na to studiem v Institutu Aromaterapie, kde skladba předmětů představuje zajímavý vhled do západní i čínské medicíny, pracuje s bylinami i éterickými oleji. Jejich vhodným použitím dochází k pozitivně terapeutickým účinkům při masážích, peelingu, saunových ceremoniálech či inhalacích. Vlastně se dá říct, že cestovní ruch rozšiřuje obzory nejen o poznávání nových destinací, hotelů a restaurací, ale v případě wellness a lázeňských pobytů může významně podporovat i rozvoj duševní, navodit vnitřní klid, získat rovnováhu a přispět k celostně vyrovnanému a spokojenému životu. A to si nyní zaslouží opravdu všichni.

ptala se Eva Brixí



Václav Kuneš, tanečník, choreograf a umělecký ředitel souboru 420People

Tanec zlepšuje náladu i výkon

Čím to je, že nám tanec dělá tak dobře? Jak na něj reaguje tělo a hlava? Podle Václava Kuneše, tanečníka, choreografa a uměleckého ředitele souboru 420People přináší tanec nejen uvolnění, ale dává nám i sílu lépe se vypořádat s životními nástrahami.

„Vždycky jsem si myslel, že až mi bude čtyřicet, tak se mi změní život tím, že přestanu tancovat, protože už mi to nepůjde tak jako dřív. Ale teď se mi mění život tím, že zjišťuji, že tomu tak není, a mám pocit, že se dá tancovat asi až do hrobu. Jinak, samozřejmě, ale dá! Udivuje mě, jak se tělo přizpůsobuje, jak poslouchá a jak také čím dál

víc umím poznat, co se uvnitř mého organismu děje. Tanec má na naše zdraví i psychiku neuvěřitelně pozitivní vliv,“ uvedl Václav Kuneš, umělecký ředitel souboru 420People. Dobře ho znají i diváci populární televizní soutěže StarDance, kde působil jako jeden z porotců.

A jak konkrétně nám tanec pomáhá? Jak na něj reaguje naše tělo i hlava? „Na nějaké primární úrovni se jednoduše vyblbneme, což je vždy potřeba – uvolnit se, a třeba z té vlastní škatulky na chvíli vystrčit růžky. Když nás k tomu inspiruje hudba nebo někdo, tak už automaticky zapínáme jiné než obvyklé radary. A hlavně povolujeme ty každodenní svěrací kazajky, které si vytváříme buď sami, nebo vznikají jako reakce

na upjaté, stresové, uspěchané prostředí,“ vysvětlil Václav Kuneš a popsal, jak se naučil v době pandemie víc pracovat sám na sobě a sledovat, jak jeho tělo a hlava na tanec, cvičení a pohyb reagují.

„Zvykl jsem si každý den půl hodinky denně cvičit a během té doby si dokážu téměř úplně pročistit hlavu. Takhle pravidelně jsem necvičil tak posledních deset let! Ale zase jsem nikdy nebyl v takovéto situaci, jako jsme teď všichni. Takže vím, že něco dělat musím. Hlavně ale vnímám výsledek – po cvičení a tanci mám prostě lepší náladu i výkon. A že se potom lépe čelí všemu, co na nás ten den připraví, o tom nemůže být pochyb.“ (tz)

Fotovoltaika od innogy: kvalita je u nás vždy na prvním místě

„Snažíme se poskytovat co nejlepší možná technická řešení, sázíme na osvědčené dodavatele a jsme schopni dostat všem závkům,“ říká o svém týmu Petr Kalčev, produktový manažer fotovoltaiky ve společnosti innogy. Obor se v innogy dostává do popředí a jeho fandů i mezi českou veřejností přibývá. Nejen s pohledem na vynalézavá nová řešení vhodná k vytápění či ohřevu vody, ale také s ohledem na vztah k životnímu prostředí a zachování harmonie na planetě se lidé o fotovoltaiku vážně zajímají.

Kdybyste měl shrnout, proč si vybrat nabídku instalace fotovoltaiky právě od innogy?

Nejsme žádná lokální firma, takže můžeme plně garantovat bezproblémový proces realizace solární elektrárny a k tomu samozřejmě i vyřízení dotace z programu Nová zelená úsporám na celém území České republiky. To znamená, že se postaráme o montáž fotovoltaických panelů na klíč, o dopravu i veškerou administrativu spojenou s čerpáním dotace. V naší kompetenci je projektová dokumentace i revize, včetně poskytnuté záruky 30 let na výkon panelů ke všem

námi dodaným fotovoltaickým systémům. Samozřejmě je používání jen těch prověřených komponentů. Fotovoltaika je totiž investice, kterou většina lidí udělá jednou za život, a to hlavně díky moderním technologiím. Ty ale musejí být spolehlivé a kvalitní. Nic před zákazníky nezatajujeme, takže je upozorňujeme třeba na to, že během doby provozu panelů se očekává výměna střídače. A tuto skutečnost pak zahrnujeme i do výpočtu dlouhodobých úspor.

Jak se stavíte k jednotlivým požadavkům zákazníků?

Kromě standardních instalací dokážeme pomoci právě i s atypickými požadavky. Vysvětlíme specifika jednotlivých solárních systémů a zodpovědně doporučíme zájemci ten nejvíce vyhovující jeho potřebám, případně se vydáme cestou atypického řešení. Na individuálním přístupu si skutečně zakládáme. A pokud pro někoho fotovoltaika není vhodná, řekneme mu to na rovinu a rozhodně nikoho nepřesvědčujeme o opaku. Jinak pro výběr správného fotovoltaického systému je důležité vědět, jaká je spotřeba elektřiny v dané domácnosti. S tím souvisí dále třeba i systém vytápění, ohřev teplé vody nebo

množství spotřebičů a jejich provoz. U všech našich zákazníků se snažíme najít optimální řešení z pohledu ekonomiky a ekologie spolu s maximálním využitím dotace.

Pokud se někdo rozhodne pořídit si fotovoltaiku, co následuje dál?

Po přípravě návrhu řešení na míru dorazí na obhlídku náš technik. Ten posoudí, zda je daná nemovitost vhodná pro instalaci a projde se zákazníkem umístění technologií a vedení kabelů. Následně se podepisuje smlouva o dílo a my se pouštíme do vlastní realizace. V praxi to znamená, že vyřídíme veškerou administrativu s distributorem, zpracujeme projektovou dokumentaci a domluvíme se na konkrétním termínu instalace. Až fotovoltaickou elektrárnu postavíme, zajistíme revizi a požádáme o výměnu elektroměru. Následně dojde k oficiálnímu předání díla, seznámení s obsluhou a uvedení elektrárny do provozu. A nakonec připravíme veškerou dokumentaci a podáme žádost o dotaci z programu Nová zelená úsporám. Rozhodně stojí za zmínku fakt, že nainstalovaný solární systém vzdáleně kontrolujeme, aby zákazníkům odpadlo v tomto směru co nejvíce starostí. In-



Petr Kalčev, produktový manažer fotovoltaiky ve společnosti innogy

formace o své produkci a využití energie najdou ve své aplikaci, ke které mají zajištěný přístup. Díky tomu mohou průběžně sledovat, jak jim fotovoltaika funguje.

za odpovědi poděkoval Pavel Grochál

Ekologicky pro elektromobily u Břeclavi



Společnost E.ON Energie uspěla v osmnáctém ročníku soutěže Český energetický a ekologický projekt se svou dobíjecí stanicí pro elektromobily u Břeclavi. Ta dobíjí energii přímo ze slunce. Kombinace dobíječky, fotovoltaiky a bateriového úložiště zaujala odbornou porotu, která projekt ocenila Cenou OTE, jednoho z partnerů soutěže.

Rychlodobíjecí stanice pro elektromobily s bateriovým úložištěm a fotovoltaickou elektrárnou dokončil E.ON v listopadu minulého roku a již v lednu zde mohli elektromobilisté dobíjet. Přístřešek nad dobíječkou je osazen 54 fotovol-

taickými panely o celkovém výkonu 18 kWp a doplňuje ho bateriové úložiště s použitelnou kapacitou 75 kWh. Pro zájemce o dobíjení je tu připravená rychlodobíjecí stanice ABB Terra, která je schopná dobít baterie vozu z nuly na 80 % kapacity do půl hodiny. Už tento rok by pak měla přibýt další stanice, aby byl komfort pro řidiče ještě větší. Jde o první podobné zařízení v síti E.ON Drive a aktuálně jedno z nejvýkonnějších svého druhu v Česku. „V E.ONu se snažíme hledat zelená řešení všude, kde to je možné, a Břeclav je pro nás pilotní projekt, který je mnohem náročnější než výstavba klasické dobíjecí stanice. Zkoušíme tu v praxi, jak inovativní kombinaci dobíječek, úložišť a solárních panelů do budoucna ještě zdokonalit,“ upřesnil

k výstavbě zařízení, které bylo financováno z evropského projektu East-E, Martin Klíma, vedoucí oddělení Mobility Services E.ON Energie. Soutěž Český energetický a ekologický projekt letos odehrála už osmnáctý ročník. Jejím cílem je prezentovat projekty, stavby, technologie a inovace zaměřené na zvýšení energetické účinnosti a dosažení úspor energie v České republice, podpořit iniciativu Průmysl 4.0 a program Smart city. Klade si za cíl také podpořit zvýšení konkurenceschopnosti a rozvoje průmyslu v České republice a zlepšení životního prostředí ve městech a obcích. Koná se za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu, Ministerstva životního prostředí a Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. (tz)

Klimatizace Air a Air Plus čistí vzduch pomocí jedinečného systému zdravotních filtrů

V současné době trávíme až 90 % času v uzavřených prostorách svých kanceláří a domovů, a proto bychom se měli ještě více zajímat o kvalitu jejich vnitřního prostředí. Dlouhodobé dýchání přehřátého, vysušeného nebo příliš vlhkého vzduchu plného škodlivin a plísní totiž může ovlivnit naše fyzické i psychické zdraví a vyvolat u nás tzv. syndrom nezdravých budov (SBS – Sick Building Syndrome). Jak tomu lze co nejefektivněji předejít?

Můžete samozřejmě pravidelně větrat, a vystavit se tak hluku a nečistotám z venkovního ovzduší, nebo si pořídit automatický systém řízeného větrání. Vzduch ve vaší domácnosti ale dokáže vyčistit i moderní klimatizace. Ekologické klimatizační jednotky Air a Air Plus, které uvedla na trh společnost DZ Dražice, mají ve svých útrobách několik vrstev zdravotních filtrů. Právě tento jedinečný filtrační systém ničí většinu choroboplodných zárodků (včetně bakterií a virů) a odstraňuje nečistoty z vnitřního prostředí. „Klimatizace Air a Air Plus v sobě mají zabudovaný unikátní systém zdravotních filtrů, který se skládá z několika vrstev: jde o propojení katechinelového filtru, fotokatalyzátorového filtru, HEPA

filtru nebo filtru s ionty stříbra. Jednotlivé filtrační vrstvy odstraňují z vnitřního prostředí choroboplodné zárodky, prachové částice a pylůva zrna, a významně tak přispívají k vytvoření zdravého mikroklimatu. Mezi jejich další funkce patří například pohlčování pachů z jídla či cigaret nebo parfemace vzduchu,“ vysvětlil Martin Grygar, produktový ředitel DZ Dražice, největšího českého výrobce ohřivačů vody a akumulčních nádrží.

Klimatizace AIR typu split dosahuje energetické třídy chlazení A++, energetické třídy topení A+ a hodnot SEER > 6,1 a SCOP > 4,0. Toto zařízení funguje na podobném principu jako tepelné čerpadlo systému vzduch-vzduch: umí se přizpůsobit venkovním změnám teplot a domácnost ochladit, nebo naopak ohřát na požadovanou teplotu v rozsahu zhruba +15 °C až +32 °C. Má v sobě totiž zabudovanou účinnou invertorovou technologii regulace kompresoru, kdy nedochází k opětovnému startování a vypínání jeho motoru při každém nastavení nebo změně teploty, ale k plynulé regulaci otáček i výkonu. Energeticky úsporná klimatizace s ekologickým chladivem R32 (s GWP 675), které splňuje normy dané Evropskou unií, zahrnuje venkovní invertorovou jednotku o výkonu 2,6, 3,5 nebo 5,3 kW a vnitřní nástěnnou jednotku s prosvětleným displejem

a dálkovým ovladačem. Vnitřní jednotka umožňuje dokonalé řízení proudu vzduchu nastavením vertikálních i horizontálních lamel a automatické nebo manuální rychlosti ventilátoru.

Klimatizace Air Plus typu multisplit je – na rozdíl od typu split – určena pro úsporné a rychlé chlazení (případně vytápění nebo větrání) více místností, protože umožňuje napojit na jednu venkovní invertorovou jednotku (ve třech možných výkonových variantách) až čtyři vnitřní (ve čtyřech možných výkonových variantách). Automatická úprava provozu zařízení podle stávajících povětrnostních podmínek pak přispívá – spolu s možností využití speciálního čidla na dálkovém ovladači, detekujícím aktuální teplotu v místnosti – k zajištění opravdu příjemného a zdravého vnitřního prostředí v celém bytě. Martin Grygar ale zdůraznil: „Při instalaci více vnitřních jednotek musíte klást zvýšenou pozornost na výběr vhodných výkonových variant. Nedostatečně výkonná klimatizace totiž neposkytne dostatečný komfort a naddimenzovaná klimatizace je zase spojená se zbytečnými provozními náklady.“

Společnost DZ Dražice, člen skupiny NIBE, je největším výrobcem ohřivačů vody v České republice, známým po celé Evropě. Své výrobky s jedinečným systémem topných keramických

těles vyvážá do více než 20 zemí světa. V Česku má přibližně 50% podíl na trhu. Historie společnosti se píše již od roku 1900. Ohřivače vody pod značkou DZ Dražice začala vyrábět v roce 1956. V roce 2006 se stala součástí švédské společnosti NIBE Industrier AB, která má tři divize. Jednou z nich je NIBE Climate Solutions, která dodává výrobky pro vytápění, ohřev vody a ventilaci pro domácnosti i průmyslové objekty. Do této divize spadají tepelná čerpadla NIBE, jejichž výhradním dodavatelem pro Českou republiku a Slovensko je společnost DZ Dražice.

Základní činností společnosti DZ Dražice je výroba a prodej ohřivačů vody a akumulčních nádrží. Jde o modely v provedení svislém, vodorovném, stacionárním, elektrickém a kombinovaném v objemech od 5 l do 1000 l. Dále pak vyrábí nepřímotopné stacionární zásobníky vody o objemech od 100 l do 2000 l. DZ Dražice nabízí rovněž hybridní ohřivače vody, které lze napojit na elektřinu ze sítě i na fotovoltaické panely, klimatizace nebo vnitřní systémové jednotky k tepelným čerpadlům. Neméně důležitým předmětem činnosti je i výroba zásobníků vody s nepřímým ohřevem pro výrobce plynových kotlů. DZ Dražice vlastní výrobní závod s několika linkami v Dražicích a Luštěnicích nedaleko Benátek nad Jizerou. (tz)

Přes 70 procent firem odhalilo v koronavirové krizi pozitiva

„Propouštět jsme nemuseli,“ hlásí více než 81 % firem, které se zúčastnily průzkumu Podnikatelské platformy Helas – Budujeme hrdé Česko, který proběhl na počátku letošního roku s cílem zjistit, jak se situace spojená s pandemií covid-19 promítla do fungování firem. Pro více než jejich pětinu (21 %) přinesla tato doba dokonce nutnost přijmout nové zaměstnance. V roce 2020 tvořilo Podnikatelskou platformu Helas bezmála 6000 firem.

Z průzkumu mezi účastníky projektů a členy Podnikatelské platformy Helas dále vyplývá, že v uplynulých měsících zaznamenalo pokles obrátu 66 % dotazovaných firem. Přes 32 % naopak pozoruje růst. Odpovědi firem v tomto ohledu potvrzují, jak výhodná je diverzifikace činností, působení v různých oborech. Propad v jednom odvětví jim totiž může kompenzovat nárůst v druhém. Pro více než polovinu dotazo-

vaných subjektů byla koronavirová krize impulzem ke změně strategie, 4 % společností začala hledat nové možnosti ve zcela jiných oborech, než ve kterých doposud působily.

„Dobrou zprávou z průzkumu je, že téměř 73 % firem přivedla krize k pozitivním změnám, které zachovají i do budoucna. Nejčastěji byly v tomto ohledu skloňovány kroky spojené zejména s organizací práce vedoucí k častějšímu využívání moderních technologií v komunikaci či řízení projektů, posílení práce z domova, ta se ukázala jako efektivní a ne jako něco, čeho by se firmy měly bát. Pro řadu společností pak byly uplynulé měsíce impulzem pro rozjetí nových projektů, které byly sice mnohdy plánované, ale nebyl prostor pro jejich realizaci,“ řekla Helena Kohoutová, zakladatelka Podnikatelské platformy Helas.

Dalším tématem průzkumu bylo testování zaměstnanců firem. Podle 68 % respondentů není testování něčím, co by samo o sobě pomohlo ke zlepšení epidemické situace v Česku.

Pro 32 % přináší povinné a pravidelné testování zaměstnanců jistou naději na návrat do „starých dobrých kolejí“. Přes 27 % dotazovaných firem zavedlo testování ještě před nařízením vlády. Podle jejich vyjádření to bylo jednodušší než ohrozit činnost firmy karanténou více zaměstnanců.

Názory na podporu ze strany státu se mezi respondenty rozcházejí, spíše však převažují pochybnosti o jejím správném nastavení. Důvodem může být fakt, že řada firem, které jsou alespoň částečně součástí Podnikatelské platformy Helas, vytvořené podpůrné programy nevyužívá. Ať už z důvodu, že na podporu nedosáhnou, nebo proto, že se chtějí se současnou situací vypořádat s využitím vlastních prostředků.

„Také toto je důkaz toho, že firmy zapojené v projektech Podnikatelské platformy Helas jsou stabilní. Nečekají na to, až jim někdo podá pomocnou ruku, ale jsou odhodlané dosáhnout úspěchu vlastními silami i v momentě, kdy je si-

tuace opravdu vážná. To vše s ohledem na své zaměstnance, obchodní partnery i zákazníky. Jsem ráda, že právě takové firmy v našich projektech máme. Díky nim totiž můžeme rozšiřovat myšlenku Budujeme Hrdé Česko i v této turbulentní době,“ doplnila Helena Kohoutová.

Podnikatelská platforma Helas se tvoří od roku 1997 a má celorepublikový charakter. Sdružuje české podnikatele a podnikatelky, zástupce domácího průmyslu, exportu, ale také top management zahraničních korporací a zajímavé osobnosti businessu, ekonomiky, společnosti, zkrátka řečeno, lidi s aktivním přístupem k životu. Jsou to účastníci soutěží Ocenění Českých Podnikatelek, Ocenění Českých Lídrů, Ocenění Českých Exportérů, které mají společný a jednotný hodnotící systém založený na ekonomických výsledcích. Ten je unikátní a dává jasný pohled na stav a vývoj české ekonomiky. Součástí platformy jsou dále členové klubů Helas New Encounters Club a Cosmopolitan Executive Helas Ladies Club. (tz)

Značky Alterra a enerBiO obhájily prestižní ocenění Green Brands pro udržitelné značky

Drogistická síť ROSSMANN je v Česku dobře známa díky svým produktovým řadám, které jsou vyvinuty s ohledem na udržitelnou výrobu a ochranu životního prostředí. Výrobky z řad Alterra a enerBiO splnily podmínky náročného schvalovacího řízení a členové odborné poroty jim udělili opětovně titul Green Brands Czech Republic pro roky 2021/2022.

Značka Alterra je kosmetická řada přípravků poskytujících přirozenou péči, které jsou složeny z kvalitních surovin pocházejících převážně z kontrolovaného biologického zemědělství a lesního sběru. Produkty enerBiO jsou biopotraviny z biologicky pěstovaných ingrediencí, které podléhají přísné kontrole. Většina produktů je vegetariánská, veganská a mnoho z nich je bez lepku. Ocenění kvality Green Brands obdržely značky na základě nezávislého, transparentního a vysoce respektovaného třístupňového procesu, jehož součástí byl i důkladný audit značek. V něm se ve všech částech výroby, spotřeby i likvidace hodnotily dopady jejich produktů na životní prostředí a udržitelný rozvoj.

„Jsem nesmírně ráda, že naše privátní značky Alterra a enerBiO opět získaly ocenění Green Brands. Je to pro nás důležitá zpětná vazba k naší snaze poskytovat zákazníkům dostupné produkty odpovídající zelené a udržitelné filozofii. Ocenění jsme obdrželi na dva roky se souhlasem české odborné poroty, která je garantem nezávislosti a mezi jejíž členy patří na-



příklad zástupci Centra pro otázky životního prostředí nebo Hnutí Duha. Organizace Green Brands nám poskytne také dvouletou podporu a poradenství, díky kterým budou naše produktové řady veřejnosti představeny jako dostupná alternativa k méně šetrným produktům,“ řekla Olga Stanley, manažerka komunikace společnosti ROSSMANN. Značky získaly ocenění opakovaně, a proto můžou na svých produktech a v komunikaci využívat logo Green Brands jednou hvězdičkou.

„Pečetí kvality Green Brands mohou být významné jen „zelené“ značky každodenního života ze všech oborů a všech velikostí, které přebíraly spoluzodpovědnost za udržitelný a vy-

vážený rozvoj ekonomického, sociálního a environmentálního prostředí v České republice,“ uvedl András Wiskidenszky, regionální ředitel Green Brands Czech Republic.

Cílem programu Green Brands je motivovat udržitelné chování spotřebitelů a pomáhat malým a středně velkým podnikům v propagaci jejich udržitelných aktivit v Česku i v zahraničí. V případě značky enerBiO bylo také jedním z důležitých hodnotících kritérií, zda používá při výrobě potravin regionálně dostupné suroviny. Díky označení Green Brands tak mohou spotřebitelé jednoduše rozpoznat ty skutečně udržitelné a k životnímu prostředí šetrné výrobky. (tz)

Letos vzniká více firem než loni, ale podstatně méně než v rekordním roce 2017

Letos bylo v České republice zaregistrováno 8025 nových firem. To je zhruba stejně jako ve srovnatelném období roku 2019 a o 7 % víc než loni. Celkový počet firem v ČR vzrostl na 523 186. Informace zveřejnila v dubnu poradenská společnost Bisnode A Dun & Bradstreet Company.

„V loňském roce se podnikatelé museli vyrovnat se zcela novými podmínkami, které si vynutila pandemie onemocnění covid-19. To se odrazilo na prudkém propadu našeho hospodářství a většiny ekonomických ukazatelů, včetně zájmu o zakládání nových firem. Ačkoliv situace na trhu není stále příznivá a ekonomika je svázána mnohými opatřeními, s cílem brzdit šíření koronaviru, za první tři měsíce bylo založeno o 548 firem více než loni,“ řekla analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company Petra Štěpánová s tím, že i když jde o příznivou zprávu, v ČR bylo registrováno méně nových subjektů než mezi lety 2017 až 2019. Rok 2017 byl co do počtu nově založených firem rekordní.

Letošní trend zakládání nových společností má prozatím vzestupnou tendenci. „V lednu vzniklo 2451 firem, o měsíc později to bylo 2556 a v březnu 3018,“ doplnila Petra Štěpánová z Bisnode A Dun & Bradstreet Company.

V České republice bylo ke konci prvního kvartálu registrováno celkem 523 186 firem, z toho 496 369 společností s ručením omezeným a 26 817 akciových společností. Přesto, že za první tři měsíce letošního roku vzniklo 8025 nových firem, celkový počet registrovaných subjektů se zvýšil pouze o 4612. (tz)

Raketově roste zájem o monistické akciovky

Novela zákona o obchodních korporacích umožnila od 1. ledna 2021 založení akciové společnosti, kterou řídí pouze jeden člověk. Akciová společnost s touto strukturou vnitřního uspořádání, která je označována jako monistická, totiž může nově mít jen správní radu. Ta, pokud to stanoví společnost výslovně umožní, může být i jednočlenná. A mezi podnikateli je zájem o tento typ společností značný.

„Za naši společnost mohou potvrdit, že zájem je extrémní, v meziročním srovnání evidujeme od začátku roku raketový nárůst prodeje akciových společností téměř o 80 %,“ řekl Michael Dobrovolný, manažer společnosti Smart Office & Companies ze skupiny APOGEO. Ta se mimo jiné zabývá zakládáním a prodejem tzv. ready made firem. Intenzivní poptávka je podle něj ta-

ké po akciových společnostech bez zapsaných akcionářů, u nichž je zjištění vlastníka z veřejných rejstříků komplikované navzdory povinné evidenci skutečných majitelů.

„To může souviset také s klesajícím zájmem našich podnikatelů o daňové ráje, které čím dál obtížněji dokážou zajistit anonymitu, tedy skryt skutečné vlastníky,“ dodala analytička Bisnode

A Dun & Bradstreet Company Petra Štěpánová. Monistická organizační struktura, a to i s například tříčlennou správní radou, může představovat zjednodušení organizace, rychlejší řízení a úspory nákladů, které by jinak souvisely s odměňováním dozorčí rady. Představuje tedy volbu vhodnou například pro menší společnost nebo společnost s jediným akcionářem, který zároveň vykonává řídicí funkci. „Na trhu lze pozorovat tendenci, kdy podnikatelům patrně nezbyvá než reagovat na zoufalé dění související s pandemií, následkem čehož sice vzniká mnoho nových firem, těch se však staré závazky týkat nebudou a je zde riziko, že původní entity mohou zůstat „napospas“, upozornil Michael Dobrovolný.

Už nyní se přitom odhaduje, že v Obchodním rejstříku je na 80 000 firem „mrtvými schránkami“. Lze předpokládat, že v průběhu roku 2022 to nebude o nic lepší. V souvislosti se změnou legislativy však musí monistické akciové společnosti založené před rokem 2021 přizpůsobit znění stanov této nové legislativě a nově úplné znění založit do sbírky listin.

„Monistických společností bylo podle databáze Bisnode A Dun & Bradstreet Company v České republice v říjnu loňského roku registrováno 7000, aktuálně to je téměř o 4 % více, tedy 7265. To je víc než čtvrtina všech akciových společností v ČR,“ připomněla Petra Štěpánová. (tz)

Zkušenosti podnikatelů, manažerů, umělců a sportovců, jak ustát covidovou dobu

Pandemie nám negativně ovlivnila život, ale také potvrdila, že úsloví „všechno špatné pro něco dobré“ platí i v době covidové. Důkazem jsou slova těch, kteří navzdory krizi rozjeli nové projekty, uskutečnili nápady, na které dříve nebyl čas, nebo jim paradoxně současná absurdní situace pomohla vytvořit úspěšný business.

Andrea Zpěvákova Dostálová

majitelka firmy České ghíčko,
www.ceskeghicko.cz



Když jsme před šesti lety začali s výrobou ghí – přepuštěného másla, moc lidí ho u nás neznalo. S tím, jak rostlo povědomí o tom, že jde o produkt odpovídající zdravé výživě, který je nenáročný na skladování a dlouho vydrží, stoupal i zájem zákazníků. Avšak takový boom, jaký nastal v loňském roce, jsme opravdu nečekali. Na e-shopu jsme denně evidovali až trojnásobný počet objednávek oproti průměru. Myslím si, že tenhle velký zájem vyvolaly okolnosti související s pandemií. Spousta lidí zůstala doma, začala si sama vařit a hledala zdravější zdroje surovin. A v tu chvíli nám zase pomohlo, že jsme měli hotový nový moderní web, díky kterému nás lidé objevili a na němž se i dobře orientovali.

Štěpánka Štrougalová

plavecké a dětské centrum Baby Club Juklik,
www.juklik.cz



Na začátku pandemie, kdy všechny naše čtyři děti zůstaly doma na distanční výuce a my s manželem měli home office, chvíli trvalo, než jsme našli systém a řád, aby vše hladce fungovalo. Nebylo to vůbec jednoduché. Po pár dnech jsem ale musela konstatovat, že nová situace má i své klady. Například jsme začali společně číst, což jsme už dlouho plánovali. Rodinné čtení vypadá v praxi tak, že vždy jeden člen rodiny předčítá a ostatní mu naslouchají, a postupně se všichni ve čtení vystřídají. U nás se osvědčila třeba doba přípravy večeře. Děti mi čtou, aby mi vaření rychleji utíkalo, a střídají se po stránkách. Já jim pak čtu zase po jídle. I slabší čtenáři se tak rychle zlepšili a společně vyslechnuté příběhy poslouží jako další téma pro rodinné debaty.

Jan Rybář

lektor, Kurzín.cz,
iFotografy.cz



Zní to už trochu jako fráze, ale je to tak: doba covidová prostě dokáže nastartovat projekty, které by dříve nedávaly moc smysl. Mnoho let se zabývám online kurzy, od jejich tvorby po prodej, a na podzim jsem se proto ze dne na den rozhodl nastartovat zcela nový web Kurzín.cz. Je to vlastně tržiště online kurzů, kde si lektor může otevřít svůj malý (nebo velký) obchod s online kurzy. Web dokáže online lekce odemykat studentům, hodnotit testy, ale také pro lektora přijímat platby kartou, to vše zatím za zcela symbolický poplatek. A kromě toho se novým lektorem snažím co nejvíce pomáhat v tom, aby v domácích podmínkách kurzy vytvořili. Zkrátka, aby jednoduše a snadno mohli kdokoliv prodávat své dovednosti. To je velké dobrodružství covidové doby. A kromě toho, samozřejmě, sleduji rostoucí zájem o své online kurzy focení na webu iFotografy.cz. Ale větší radost mám možná i z obecného trendu: lidé mnohem ochotněji platí za online produkty a online vzdělávání, pokud jsou tedy na špičkové úrovni. Zkrátka, doba covidová přetváří to, jakým způsobem se vzděláváme a vzdělávat budeme.

Kristýna Příbylová

profesionální dětské tělocvičny Monkey's Gym,
www.monkeysgym.cz



V době, kdy musely zůstat naše tělocvičny pro malé návštěvníky zavřené, jsme samozřejmě nezaháleli a vymýšleli pro ně aktivity, aby se nepřestali hýbat a zůstali s námi v kontaktu. Zaměřili jsme se na důkladnou přípravu seriálu zábavných cvičebních online videí, která jsme natočili s našimi dětmi, a podle nichž se dá doma trénovat rozvoj

motoriky, postřeh, prostorová orientace a mnoho dalšího. Naše cvičení je plné hravých prvků a lze je bez problému provozovat v domácích podmínkách, s využitím jednoduchých pomůcek a zařízení bytu (švihadlo, dětský schůdek, židle, plastové kelímky...). U mladších dětí je potřeba asistence rodičů, ti starší zvládnou naše online kurzy samy. Velký úspěch mají také online taneční lekce pro nejmenší a zábavná dětská online diskotéka. V rámci online tanečků se děti mohou každý den těšit na nový tanec – vymýšlejí je a natáčejí naše zkušené lektorky. Cílem kurzu je naučit děti jednoduchým tanečním prvkům a krokům a vše propojit tak, aby se při výuce především dobře bavily. Online diskotéka je pak plná známých dětských písniček a tanečních her. Při všech aktivitách asistuje náš maskot opička Lola, kterou děti zbožňují a která je přirozeně motivuje ke cvičení.

Martin Janeček

zástupce značky BeautyLash v České republice,
www.andmetics.cz



Možnost upravit si obočí a řasy v klidu domova ještě před rokem tolik žen nevyužívalo. Uzavřené kosmetické salony a brow bary je ale přiměly, aby se v duchu moderního trendu DIY „Do It Yourself“ (udělej si sám) postaraly o svou krásu samy. K tomu však potřebovaly skutečně kvalitní přípravky, které se dají jednoduše aplikovat

i v domácích podmínkách, jsou bezpečné a přinesou perfektní výsledek. Zájem je především o veganské barvy BeautyLash, které obsahují pouze rostlinná barviva (měsíček lékařský, řebříček obecný, extrakt z kaštanu...), a jsou natolik šetrné, že se dají použít i na řasy. Přitom efekt vydrží až šest týdnů. Nejen ženy, ale i muži, kteří byli zvyklí pravidelně navštěvovat brow bary, kde se odborníci starali o jejich pěstění vzhled, se zase naučili upravovat si obočí doma pomocí depilačních pásek andmetics – ty se totiž dělají ve dvou variantách – pro ženy i pro muže.

Denisa Jasinská

majitelka české kosmetické značky Essenté,
www.essente.cz



Po celou dobu, kdy jsou kosmetické salony uzavřené z důvodu pandemie, jsme s našimi kosmetičkami, které pracují s kosmetikou Essenté, stále v kontaktu a snažíme se jim nejrůznějšími způsoby pomáhat. Před rokem, kdy pandemie začínala, a bylo mnoho nejasností okolo vládních opatření, bylo nejdůležitější dokázat se v nepřehledné

problematické zorientovat a zjistit, jaké možnosti státní pomoci a podpory lze využívat. Sledovali jsme tedy situaci a poskytovali kosmetičkám nejaktuálnější informace a návody, jak postupovat. V současné době se soustředíme na profesionální podporu našich kosmetiček, kdy hledáme nové možnosti, jak se mohou vzdělávat a připravovat se na dobu, kdy budou salony opět otevřené. Připravili jsme například Digitální akademii, která odstartovala v lednu, a v jejímž rámci probíhají online odborná školení, semináře a přednášky odborníků, například dermatologů.

Jana Boučková

autorka projektu Děti na startu,
z Českého svazu aerobiku a fitness FISAF.cz, www.fisaf.cz



Před sedmi lety jsme spustili projekt Děti na startu (DNS), jehož cílem je rozpohtit děti v celé republice, a zvrátit tak nebezpečný trend, kdy kvůli nedostatku pohybu narůstá u dětí nadváha, obezita i riziko dalších zdravotních obtíží. V dnešní době se už do projektu zapojovalo více než 10 000 dětí od čtyř do devíti let z 253 středisek, kam patří zá-

kladní a mateřské školy, školní družiny i sportovní a zájmové kluby. Kvůli opatřením souvisejícím s pandemií koronaviru a uzavřením škol ale hrozilo, že se projekt zastaví. Proto jsme nabídli možnost pokračovat ve cvičení online. „Těší nás, že mnohá střediska DNS tuto možnost přivítala a mají zájem pokračovat v pohybových aktivitách i v této složité době. Cvičí se v mateřských školách, které nejsou uzavřené, pod vedením proškolených pedagogů, s uzavřenou skupinou. Osobně mám vyzkoušenou i online hodinu s dětmi v jedné mateřské škole. Bylo to velmi milé a dojemné setkání. S dětmi jsme se na sebe těšili. Vše se muselo předem připravit a domluvit, ale opět se ukázalo, že je to pouze o přístupu a zájmu učit se nové věci.“

Václav Kuneš

choreograf a tanečník,
umělecký šéf souboru současného tance 420People



Tahle zvláštní doba nás zastihla ve chvíli, kdy jsme se stěhovali do našeho nového a vůbec prvního vlastního studia Maiselovka v centru Prahy a těšili se, jak se tady budeme setkávat s našimi diváky a všemi stejně naladěnými lidmi, kteří žijí tancem tak jako my. Osobní setkávání doba nepřeje, proto jsme se rozhodli brát tuto situaci jako

příležitost a hledáme nové způsoby, jak společně s našimi příznivci sdílet vášeň pro tanec. Zatím nám studio slouží jako zkušebna a multifunkční prostor. Vysíláme odsud online lekce a v době pandemie jsme už tady natočili tři taneční filmy: Ohně Stroje – Konkurz, Through Glass a Origí, které naši diváci nadšeně přijali. Objevili jsme tak způsob, jak sdílet naše workshopy a tvorbu s širokou veřejností, což nám umožňuje zůstat s našimi diváky v kontaktu do doby, než je zase budeme smět pozvat k nám do divadla.

Martina Žáčková

Spa hotel Lanterna, Velké Karlovice,
www.lanterna.cz



Když teď nemůžeme normálně fungovat, hledáme jiné možnosti, jak nezůstat sedět s rukama v klíně, a rozvíjíme nové nápady. Nejde jen o to, abychom alespoň částečně nahradili výpadek tržeb, ale také o udržení pozitivní nálady mezi zaměstnanci a o to, aby nevyšli z potřebné „rutiny“. Času, kdy je hotel zavřený, využíváme k opravám, údržbě

a vylepšování interiéru i okolí, což se při plném provozu dělá obtížně. Také probíhají školení našich zaměstnanců, abychom po uvolnění nouzového stavu mohli hosty překvapit ještě lepšími službami. Někteří naši kuchaři se „přestěhovali“ do Bistra Razula kousek od hotelu, kde připravují pizzu, burgery, borůvkové knedlíky a další občerstvení pro výdejní okénko, u nějž při obsluze vypomáhají také naši číšníci a servírky. V následujících týdnech nás čeká největší výzva – chystáme se využít času, kdy je hotel prázdný, ke stavbě nové venkovní terasy. Už letos v létě si na ní návštěvníci budou moci posedět a u šálku kávy nebo dobrého jídla se kochat okolní přírodou a jedinečnými výhledy. Věříme, že to bude skvělé a vyhledávané místo i pro svatební obřady, o které je už nyní mezi našimi hosty velký zájem.

Pestrou výsadbou proti kůrovci

Téměř polovinu ze 182 miliónů hektarů plochy Evropské unie pokrývá lesní porost. Nejvíce v severských zemích, nejméně naopak ve Velké Británii. Česko je stromy pokryté z 34,7 % (2,7 miliónu hektarů). Za evropským průměrem tak zaostává o 11 procentních bodů, vyplývá z analýzy projektu Evropa v datech. Až polovinu českých lesů tvoří smrky, ty jsou ale náchylnější k nemocem i napadení kůrovcem. Efektivní obranou je druhově pestrá výsadba, které se věnují nadace, veřejné instituce, firmy, ale i přímo EU. Ta na rozšiřování lesů, remízků, potoků či městské zeleně v rámci Zelené dohody pro Evropu vyčleňuje nejméně 20 miliard eur ročně.

Evropskou unii pokrývá 182 miliónů hektarů lesních porostů, tedy 46 % evropské plochy. Nejvíce se na tom podílejí Švédsko, Finsko, Španělsko, Francie a Polsko se dvěma třetinami všech evropských lesů. Zatímco v severských zemích dosahuje lesnatost k 70 %, v Irsku se pohybuje okolo 11 %. „V Česku stromy rostou na více než 2,7 miliónu hektarů, tedy na zhruba 34,7 % našeho území. V ‚zelenosti‘ tak zaostáváme za průměrem Evropy o 11 procentních bodů,“ uvádí Tomáš Odstrčil z projektu Evropa v datech.

Zatímco ve světě narůstá problém deforestace, v Evropě se lesní porosty stále rozrůstají. Od roku 1990 se Evropa zazelenala o 11 miliónů hektarů nových lesů díky přirozené obnově i cílené-

mu zalesňování. Podílí se na tom i přímo EU, která mezi lety 2015–2020 za tímto účelem vynaložila zhruba 8,2 miliardy eur. Za tuto sumu by bylo možné vybudovat celou současnou českou dálniční síť. Přirozenou součástí hospodaření s lesy je však i kácení, a to jak plánované, tak i tzv. kalamitní. Stromy totiž často čelí hrozbám, mezi které patří živočišné, nemoci a přírodní živly. Alespoň jednou z těchto hrozeb je postiženo přibližně 6 % světových lesů. Stromy také ohrožuje nízká druhová skladnost, tedy monokulturní lesy. V Evropě hrozí až 58 % endemických stromů (vy-skytujících se na jednom místě) vyhynutí, kriticky ohrožených jich je 15 % (66 druhů). V Česku je navíc problémem lýkožrout smrkový neboli kůrovec, který je příčinou obrovského nárůstu kalamitní těžby. Kůrovci se daří právě kvůli jed-notvárné skladbě lesů, v níž dominuje smrk ztepilý tvořící až 50 % lesního porostu. O výsadbu nových stromů se proto snaží neziskové organizace i soukromé firmy. Patří mezi ně např. iniciativa Sážíme budoucnost vedená Nadací Partnerství. Ta si dala za cíl vysadit v Česku deset miliónů stromů a více než polovinu už má splněnou.

Výsadbě se věnují i průmyslové firmy, které vytvářejí novou krajinu v místech poničených lidskou činností. Např. na Mostecku to je skupina Sev.en Energy, která do nové výsadby zahrnuje duby, lípy, olše, javory, jasany, topoly, jeřáby, borovice a modřiny. „Takto dobře založený smíšený les dokáže udržet v krajině vláhu, což je pro Mos-tecko velmi důležité,“ říká Tomáš Šolar, ředitel

společnosti Rekultivace, která do skupiny spadá. Stromy smíšeného lesa si poradí i se škůdci, jako je právě kůrovec. Do krajiny se díky rekultivaci vrátí i původní, dnes už velmi vzácný druh jeřábu oskeruše. Uhlenná společnost na území loni celkově zasadila přes 252 000 stromových sazenic. Nebezpečí rozlehlých polí si uvědomuje i Evropská unie, která remízky, polní cesty a stromové aleje zařadila do své Zelené dohody pro Evropu. „Na rozšiřování lesů, budování remízků na polích, udržování potoků a řek nebo výsadbu zeleně ve městech proto vyčleňuje nejméně 20 miliard eur ročně. Do roku 2030 si EU dala za cíl vysadit tři miliardy nových stromů,“ doplňuje Tomáš Odstrčil z projektu Evropa v datech.

Výsadba remízků a větrolamů je důležitá i pro zlepšení rázu krajiny. Zemědělská půda zabírá 171 miliónů hektarů (40 %) celkové plochy EU. V Česku máme dokonce po Slovensku druhý největší podíl polí s rozlohou nad 100 hektarů. Drobní živočišové na nich těžko hledají úkryt a širé lány také špatně zadržují vodu. „Intenzivní zemědělství na velkých plochách obdělávané půdy, dominance ekonomicky výhodných plodin a absence přírodních prvků v polní krajině zásadním způsobem negativně ovlivňuje biodiverzitu. To je viditelné zejména na klesajících populacích ptáků nebo nápadném úbytku hmyzu,“ vysvětluje ekolog David Hořák z Univerzity Karlovy. Ministerstvo zemědělství proto od letoška zavádí omezení rozlohy monokulturních polí na maximálně 30 hektarů. (tz)

Naše kavárna

Allianz a tisková mluvčí

Novou tiskovou mluvčí Allianz pojišťovny se stala Marie Petrovová. Vystřídá tak Václava Bálka, který po deseti letech odchází.

VMware řídí V. Horák

Společnost VMware oznámila jmenování Vlastimila Horáka do pozice nového country manažera v České republice a na Slovensku. V této roli je zodpovědný za další rozvoj firmy na rychle rostoucím českém a slovenském trhu.

Změny ve skupině Packeta

Do řídicích pozic zahraničních entit skupiny Packeta, majitele Zásilkovny, nastupují dvě zkušené manažerky. Funkci Head of Marketing pro oblast CEE & DACH převzala Barbora Langer. Lidské zdroje bude v této oblasti na pozici Head of HR pro CEE & DACH řídit Šárka Volejníková.

Sponzoring, charita, pomoc

Hyundai a fond Radost dětem

České zastoupení automobilky Hyundai prodloužilo úspěšnou spolupráci s Nadačním fondem Radost dětem a spolu se šekem na 362 000 korun předalo zástupcům nadačního fondu do užívání další dva vozy jihokorejské značky. Modely Kona Hybrid a i30 kombi spolu se šekem předsedkyni správní rady Kateřině Wich a patronům Denise a Michalu Bragagnolovým předali generální ředitel Hyundai Motor Czech Martin Saitz a produktový a marketingový ředitel Marek Trešl. (tz)

Lego naší legislativy

Za ztracené věci

požadujte náhradu škody

Vyhližte konec přísných omezení maloobchodu a služeb s vidinou návštěvy divadla, restaurace, kina nebo fitness centra? Anebo vás čeká očkování či jiný zákrok ve zdravotnickém zařízení? Jistě jste se už někdy setkali s nápísem „Za věci odložené v čekárně neručíme“. V nadsázce řečeno, jde o téměř povinnou výbavu čekáren nejen zdravotnických zařízení. Jak je to ale s odpovědností za ztrátu nebo poškození odložené věci podle zákona? „Provozovatel zařízení, jehož provoz s sebou přináší pravidelné odkládání věcí, je ze zákona za jejich ztrátu nebo poškození odpovědný, pokud návštěvník svou věc odloží na místě, které je k tomu určené. Není-li zde místo určené pro odkládání věcí nebo je-li takové místo zaplněné, odpovídá provozovatel za ztrátu nebo poškození věci i tehdy, pokud ji návštěvník odloží na místo, které je pro to obvyklé, nikoliv přímo určené,“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Nejčastěji odkládanými věcmi jsou svršky oblečení. Pokud je tedy v nemocničním, restauračním, divadelním nebo obdobném zařízení věšák, či dokonce šatna, za ztrátu nebo poškození svršků návštěvníka odložených na těchto místech, včetně obsahu kapes, odpovídá provozovatel takového zařízení. Pokud se v něm věšák nenachází nebo na něm už není místo, a návštěvník svůj svršek proto přehodí přes opěrátko židle, považuje se toto místo za obvyklé pro odkládání věcí tohoto druhu. A tak i v tomto případě nese provozovatel za ztrátu nebo poškození svršku odpovědnost.

Kdy se provozovatel této odpovědnosti zproští? Především tehdy, když odloženou je věc, kterou v daném zařízení není nutné ani obvyklé odkládat. „Zuje-li si návštěvník restaurace boty, nepochybně nejde o věc, která by musela být odložena, a případná ztráta nebo poškození tak nemůže jít k tíži provozovatele. Dále není provozovatel odpovědný za ztrátu nebo poškození věci v případě, kdy návštěvník má danou věc v bezprostředním dohledu. Provozovatel zařízení nemůže svoji odpovědnost za ztrátu nebo poškození odložených věcí návštěvníka jednostranně vyloučit nějakou vývěskou. V případě, že je návštěvníkem spotřebitel, nelze se na vyloučení odpovědnosti ani dohodnout. Právo na náhradu škody způsobené ztrátou nebo poškozením odložené věci je nutné u provozovatele zařízení uplatnit nejpozději do 15 dnů ode dne, kdy se návštěvník o škodu dozvěděl. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Matla – kuchařka plná příběhů

Roman Staša

Biz books® Hokejka, kuchař, trenér, běžec, cestovatel a bůhvíco ještě. Těch nálepek už jsem měl hodně. Chcete vědět, jak jsem k nim přišel? O tom vám teď povím všechno. Tohle totiž není obyčejná kuchařka, ale taky celej můj životní příběh. Ke každému období, o kterým budu vyprávět, přidám několik receptů a poradím, jak při vaření zvládnout pár průšvihů, protože v tom jsem se celkem osvědčil. Tak se do toho pojďte zakousnout – čekají na vás všechny chutě života.

Varšavský protokol

Steve Berry

Dominó Z úschoven po celém světě mizí vzácné artefakty zvané Zbraně Kristovy. Právě tyto relikvie jsou cenou za přístup na aukci, kde se mají dražit kompromitující informace o polské hlavě státu. Cotton Malone je vyslán do Polska, aby ukradl prastaré kopí a mohl se tajně dražby zúčastnit. Záhy se však ocitá uprostřed nelítostné bitvy mezi USA, Ruskem a Polskem. Bitvy o informace, jejichž odhalení by mohlo zcela změnit rovnováhu sil v Evropě.

(Ne)pošli to dál

Radek Banga

xy.z Radek Banga alias Gipsy působí na české hudební scéně už od třinácti let. Vydal mnoho úspěšných nahrávek, získal řadu ocenění a vystupoval po celém světě. Kudy vedla jeho trnitá cesta ze zatuchlého žižkovského bytu až na proslulý festival v Glastonbury? Jaká osobní dramata se odehrávají za zavřenými dveřmi domovů? Radek svým nenapodobitelným stylem bude vyprávět o tom, že mít sen je první krok k tomu, abyste si ho mohli splnit.

Pagáč jóga

Barbora a Patricie Pagáčovy

C P R E S S Cílem jógy není dostat se do co nejnáročnější pozice a v ní pak vypadat dobře – jde především o hledání vlastní cesty a harmonického vztahu k existenci. Herečka Patricie Pagáčová vás spolu se svojí švagrovou, lektorkou jógy Bárou Pagáčovou, provedou jamy a nijamy: desaterem jógových pravidel pro život. Odlehčete s nimi svoji mysl a najdete v józe cestu za pozitivnějším přístupem k sobě a ke svému okolí!

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

12 kroků k vysněné kariéře

James Reed

Třetinu svého života strávíte v práci. To je dost dlouhá doba na to, abyste chodili někam, kde nejste spokojení, nemyslete? Možná potřebujete změnit pohled na svou dosavadní kariéru, ale bojíte se tak zásadní životní změny. Nevíte, kde a jak začít, abyste si našli práci, která vás bude bavit a naplňovat. A právě pro vás je tato kniha! Autor vám ve dvanácti krocích ukáže, co můžete udělat pro to, abyste se svou kariérou začali být spokojení. Ať už stojíte na jejím počátku, nebo se nacházíte někde uprostřed. Pokud i vás přepadají v neděli večer chmury a do práce se netešíte, je nejvyšší čas s tím něco udělat. Tato praktická kniha přináší osvědčené rady a tipy pro každého, kdo si hledá práci nebo není se svou stávající kariérou spokojený. A dozvíte se v ní také to, proč nestojí za to opouštět své zaměstnání ve zlé, ale v přátelské atmosféře.

Sberbank má podle klientů nejlepší bankéře

Dle nezávislého výzkumu agentury ipsos jsou s prací svých bankéřů ze všech klientů bank nejvíce spokojeni právě klienti Sberbank. Poradce chválí zejména za milý, vstřícný a obecně velmi proklientský přístup. To patří také k nejčastějším důvodům doporučení Sberbank dalším lidem, k čemuž je ochotno 68 % klientů. Na 69 % vyjádřilo též spokojenost s produkty a službami. Banka tak meziročně zvýšila spokojenost ve všech ukazatelích a celkově dosahuje vysokých hodnot.

Banka ke sledování zákaznické spokojenosti využívá 2ndDay Contact, což je program, kdy se bezprostředně po návštěvě pobočky klienta dotazuje na ochotu banku doporučit, na spokojenost s produkty a službami a s bankéřem. S bankovním poradcem Sberbank byla spokojena většina klientů, kteří s ním v posledním půl roce řešili své finance. Většina klientů Sberbank byla s návštěvou pobočky či poradenského místa spokojena. Na 56 % bylo velmi spokojeno. (tz)

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

Velká kniha o kávě

Petra Davies Veselá

Ideální dárek pro kohokoli, kdo miluje kávu. Pro běžné spotřebitele, kteří si dobrou kávu rádi uvaří doma, ale i pro profesionální kavárníky a baristy. Autorka aktualizovala svou první úspěšnou knihu o kávě. Sepsala spoustu nových poznatků a zohledňuje své nové zkušenosti i velký rozkvět kávové kultury. Kniha je určena i těm, kteří svou první knihu o kávě mají – obsahuje zcela nové fotografie i mnoho nových informací. Nádherné fotografie Davida Židlického vtáhnou čtenáře do děje, zavedou je do kávové plantáže, do pražírny, seznámí je s domácími i profesionálními mlýnky a kávovary. Kniha dále nabídne řadu nových metod přípravy kávy a receptur. Také v ní najdete i praktické rady, jak založit vlastní podnik.

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

Firmy v automobilovém průmyslu vzorně pečují o zdravé pracovní prostředí

Oblast automobilového průmyslu vyniká mezi segmenty z pohledu péče o zdravé pracovní prostředí. Na jeho kvalitu dbají více než jinde, patrný je vliv moderních provozů německých firem, které v oboru působí. Vedle čistoty se zde ale řeší i zdravé vybavení výroby a kanceláří či zdravé benefity.

Firmy v oblasti automobilového průmyslu vynikají v oblasti péče o zdravé pracovní prostředí. V moderních provozech jsou nadstandardně dodržovány hygienické předpisy a úklidové standardy jsou na vysoké úrovni. Důležitost zdravého pracovního prostředí lze pozorovat i na úrovni čistoty, který je dodržován v auto-moto segmentu napříč Evropou. „Již mnoho let dodáváme řešení pro úklid a čisté pracovní prostředí do mnoha firem napříč

segmenty. Společnosti z oblasti automobilového průmyslu řeší tuto otázku maximálně zodpovědně,“ řekl Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Automotive zaměstnavatelé pro zaměstnance také vytvářejí komplexně zdravé a přívětivé prostředí. Investují totiž do přítomnosti zeleně na pracovišti, odpočinkových zón, zdravých a ekologických systémů vytápění, chlazení i větrání. Mezi jinými pořizují i přívody přirozeného světla do výrobních hal i kancelářských prostor firem.

„Přirozené denní světlo je velmi důležité jak při práci na výrobních linkách, tak i v kancelářích. Hlavně proto, že je pro lidské tělo i psychiku nejpřirozenějším zdrojem světla. Když pak pracujete v takto osvětlených prostorách, jste výkonnější, méně unavení a lépe se soustředíte,“ vysvětlil Jakub Brandalík, ředitel společnosti Lightway, a dodal: „Automobilový průmysl si již zvykl, že

investice do zdravého prostředí se vyplácí a dnes již zaměstnanci další instalace přímo vyžadují.“

Z konkrétních realizací lze zmínit například světlovody v kancelářích i ve výrobě automobilky ŠKODA AUTO nebo instalace v autosalonech BMW. Automobilový průmysl patří nejen v České republice ale v rámci celé Evropy k nejdůležitějším odvětvím. Firmy, ať už provozují menší výrobní halu, nebo rozlehlejší průmyslový areál, musí o zaměstnance neustále pečovat. K tomu patří i nabídka benefitů, které jsou v uvedeném segmentu také nadstandardní a jejich dlouhodobým trendem je zdraví. „Zaměstnavatelé si stále více uvědomují, že pouze zdravý zaměstnanec, který je fit, může kvalitně odvádět svoji práci. Navíc pokud kvůli pracovní neschopnosti vypadne některý, či dokonce více členů týmu, mohou se dostat do situace, která ohrožuje chod oddělení či

celé firmy. Zastoupení benefitů zaměřených na péči o zdraví či relaxaci zaměstnanců je z výrobních oborů v automotive V ČR poměrně vysoké. Zaměstnanci zde získávají pobídky v podobě nadstandardní zdravotní péče, příspěvků na relaxační, sportovní a regenerační aktivity, zdravotní připojištění nebo dovolenou navíc,“ uvedl Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz.

Tento charakter automobilového odvětví potvrzuje i společnost SSI Group, která se specializuje na služby v oblasti IFM (Integrovaného facility managementu), požární ochrany či BOZP v mnoha institucích napříč segmenty. „Společnosti v automotive segmentu nejenže stoprocentně dodržují zákonné předpisy BOZP, ale samy si velmi často definují mnohem přísnější normy, aby tak zajistily nejvyšší bezpečnost a péči o zdraví zaměstnanců.“ (tz)

Peugeot 208 je nejprodávanějším vozem v Evropě

V prvních dvou měsících letošního roku zaznamenaly nové modely značky Peugeot na evropském trhu mimořádné výsledky: Peugeot 208 se stal nejprodávanějším vozem a Peugeot 2008 obsadil čtvrté místo. Oba modely se tak dostaly do první pětky best-sellerů v Evropě.

Peugeot 208 se již druhý měsíc v řadě dostal do čela žebříčku nejprodávanějších automobilů v Evropě. Je to také poprvé v historii

značky, kdy je první jak v měsíci, tak i kumulativně. I Peugeot 2008 dosáhl vynikajícího výsledku, v rámci měsíčních prodejů obsadil třetí a kumulativně za rok 2021 čtvrté místo, což představuje nárůst o 64 % oproti roku 2020, a to na trhu zaznamenávajícím pokles o 21 %.

Umístění na vrcholu žebříčku je povzbudivé, protože naposled obsadil tuto pozici vůz značky Peugeot v březnu 2008. Je to výsledek vytrvalé práce, kterou po několik let odváděly všechny týmy značky. V době, kdy Peugeot

obnovuje své logo a uvádí na trh nový Peugeot 308, potvrzuje úspěch obou uvedených modelů segmentu B správnost strategických rozhodnutí značky.

Také v ČR oba zástupci „dvojkové“ řady odolávají silné konkurenci a podávají dobré prodejní výkony, zejména pak Peugeot 2008, který za první dva měsíce letošního roku registroval meziroční nárůst o 89,3 % a obsazuje 4. pozici v segmentu B. Peugeot 208 rovněž meziročně rostl, a to o 19,7 %. V rámci svého segmentu je na 12. místě. (tz)



INZERCE

**SEŠROTUJTE SI TO
V HLAVĚ DŘÍV
NEŽ NA SILNICI**

+ DÁREK

**K SUPER povinnému ručení
havarijní pojištění
se slevou 20 %**

Nárek na dárek vzniká sjednáním a zaplacením nové smlouvy povinného ručení ve variantě SUPERPOV a udělením souhlasu se zasíláním nabídek třetích stran. Akce platí do vyčerpání zásob.

Prohlídka vozidla u pojištění dnes již zcela online

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group spustila ostrý provoz asistované prohlídky vozidla technikem na dálku. Klienti tak při sjednání havarijního pojištění či prohlídce poškození auta už nemusejí dorazit s vozidlem do pojišťovny, ale vše mohou vyřídit pohodlně na dálku. Od začátku roku takto při vstupní prohlídce nebo likvidaci škody prověřila v pilotním provozu již stovky vozidel.

Motoristé, kteří si sjednávají havarijní pojištění nebo kvůli poškození svého vozidla nárokují pojistné plnění, museli dříve absolvovat přímou prohlídku svého auta pracovníkem pojišťovny. To v ČPP již neplatí a lidé mohou celou tuto proceduru vyřešit pohodlně prostřednictvím videohovoru online. Tuto technologickou novinku, kterou si vyžádala přetrvávající pandemická situace, převádí ČPP z pilotního do běžného provozu.

Proces probíhá tak, že po vzniku zakázky na prohlídku technik společnosti Global Expert kontaktuje klienta a nabídne mu možnost videoprohlídky. „V domluveném termínu technik klientovi zavolá, ověří si jeho přítomnost u vozidla a následně zašle prostřednictvím sms odkaz na příslušnou internetovou stránku, díky které se propojí videohovorem,“ vysvětlil Bořek Těžký, ředitel úseku likvidací neživotního pojištění.

Technik na dálku instruuje klienta, na co přesně a z jaké vzdálenosti zaměřit mobilní telefon, aby mohl provést fotodokumentaci, včetně kontroly VINu či tachometru a výbavy vozidla. Po celou dobu videoprohlídky klient musí mít stabilní připojení k internetu. Celý proces trvá přibližně 10 minut. Po uzavření internetové stránky s video prohlídkou jsou klientem povolené přístupy navraceny do původního stavu před prohlídkou.

„Novinka má řadu pozitivních přínosů nejen pro klienta, ale i pro pojišťovnu při úpisu rizika havarijního pojištění či vybraných připojištění k povinnému ručení, a to především nyní, v době pandemie,“ dodal Bořek Těžký. Výhody tzv. samofocení jsou zřejmé, klient nemusí s vozidlem nikam jezdit, ušetří spoustu času i finance. Stačí mu chytré mobilní zařízení s fotoaparátem a připojením na internet, případně odkaz v sms zprávě přeposlat někomu, kdo takové zařízení má a je ochoten mu ho půjčit.

„Chápeme, že někteří lidé ale stále dají přednost klasické prohlídce a nafocení vozidla technikem,“ sdělil Bořek Těžký. V takovém případě si mohou domluvit prohlídku vozidla na telefonním čísle 957 444 555. Klient pak ve stanoveném termínu přijede na drive-in prohlídku místo nebo v případě svého nepojízdného vozidla se technik společnosti Global Expert dostaví na s klientem dohodnuté místo. Technik předem klienta upozorní, jaké dokumenty si má pro prohlídku připravit. (tz)

