

Do vašeho kalendáře každý den:
www.iprosperita.cz

- ✓ zajímavé informace o podnikání v ČR
- ✓ rozhovory s osobnostmi
- ✓ články o úspěších v businessu

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Rádi se nyní profilujeme jako komplexní dodavatel

Kdo z pamětníků si ještě vzpomene, jaký býval kdysi problém sehnat pěkné dveře do rodinného domku nebo bytu? Jistě mi dá za pravdu, že dnes je nabídka víc než široká a mimořádná. K předním výrobcům patří společnost SOLODOOR a.s. v Sušici.

Za svých více než dvacet let existence vyrostla tato firma v jednu z největších, které vyrábějí interiérové dveře. Těch dodá na trh více než 170 000 ročně. Zaměstnává v regionu 220 lidí a pomocí své stále se rozšiřující franšizové sítě maloobchodních prodejen přináší příležitosti pro další podnikatele po celé České republice a na Slovensku. V současnosti má v obou zemích celkem 16 franšizových prodejen a chystá se otevřít další.

„Pomocí našeho konceptu daleko lépe uspokojujeme potřeby a přání našich zákazníků, celý prodejní proces máme jednoduše pod kontrolou, smyslem je nenabízet pouze kvalitní výrobek, ale i kvalitní služby od objednání přes prodej a až po instalaci,“ popsal Martin Dozrál, generální ředitel společnosti SOLODOOR:

I přes covidové období v roce 2020 dosáhla společnost SOLODOOR téměř stejných tržeb jako v roce předchozím. Na českém trhu dodává výrobky jak developerským projektům, tak maloobchodním a velkoobchodním řetězcům. Za posledních sedm let investovala do modernizace a kompletní obměny výroby dveří a zárubní a zateplení budov zhruba 250 miliónů korun, v roce 2019 zakoupila dvě robotické linky na výrobu zárubní, a tím došlo ke zvýšení výrobní kapacity a snížení zmetkovosti. Jde v současné době o nejmodernější výrobu inte-



Martin Dozrál, generální ředitel společnosti SOLODOOR a.s.

riérových zárubní v České republice. Martina Dozrála jsem se zeptala:

SOLODOOR je značkou, která roste. A to například díky investicím, které jsou nemalé. Jaká je v tomto smyslu vaše strategie?

Naše strategie byla a je maximálním způsobem výrobu automatizovat a robotizovat. Informační systém, který je propojen s výrobou, chceme výrazně zdokonalit, převážně část týkající se plánování výroby a systém pro práci s výrobními daty. V co největší míře chceme i tyto procesy automatizovat. Důležitým faktorem pro nás je flexibilita, to znamená, že při investici jsme museli dát přednost dražším strojům, které se mohou snadno přizpůsobit a vyrábět produkty i s minimální sériovostí, včetně atypických výrobků. Díky tomu, že využíváme různých prodejních kanálů, potřebujeme reagovat na požadavky našich odběratelů, profilujeme se jako komplexní dodavatel.

Čeho byste rádi letos docílili?

Hlavním cílem je zajištění dostatečné materiálové a personální kapacity, abychom dokázali uspokojit všechny objednávky, doposud máme oproti loňskému roku rekordní počty zakázek. Díky fungujícímu pandemickému plánu, který jsme zavedli již od léta loňského roku, máme v současnosti nízký podíl nemocnosti, který

doufám, že udržíme. Aktivně také provádíme mezi zaměstnanci osvětu vakcinace proti covidu-19, abychom zvýšili podíl proočkovanosti na pracovišti.

Pokud budeme mít dostatek materiálů a potřebnou pracovní sílu, rád bych letos s tržbami překročil hranici 400 miliónů Kč. Objednávkově tuto příčku s velkou pravděpodobností výrazně převýšíme. Velkou obchodní výzvou pro nás letos bude obhájení si cenového zvýšení u našich odběratelů a konečných zákazníků, které je ve velké míře způsobeno rostoucími cenami vstupních materiálů.

pokračování na straně 3

Zvýhodněné financování investic

Raiffeisen – Leasing nabídne malým a středním firmám zvýhodněné financování investic. Díky spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou dosáhnou podnikatelé snáze na investiční prostředky, využít je mohou na pořízení nových strojů, zařízení, technologií nebo i pro potřeby staveb.

Raiffeisen – Leasing v dubnu úspěšně dokončil jednání o spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou. Díky záruční smlouvě v programu Expanze tak nabídne svým klientům z řad malých a středních podniků snadnější přístup k financování jejich investičních potřeb. Na lepší podmínky dosáhnou především regionálně ukotvené firmy, například zemědělské nebo menší strojírenské podniky.

„Jsme velmi rádi, že se nám podařilo navázat spolupráci v oblasti záruk s ČMZRB. Přinese to dobrý impuls do ekonomiky a lepší podmínky zejména pro malé a střední firmy. Těm může výhodné financování pomoci překonat dopady pandemie covid-19, mohou prostředky využít k modernizaci, rozvoji nových služeb nebo zefektivnění procesů,“ komentoval novou dohodu Alois Lanegger, jednatel společnosti Raiffeisen – Leasing.

Základem nabídky je kombinace výhodného investičního úvěru od Raiffeisen – Leasing, který doplňuje státní záruky. Pro menší a střední firmy to znamená snazší dostupnost finančních prostředků pro rozvoj díky nižším požadavkům na zajištění. Výhodou pro klienty je také zvýšení celkového limitu nebo snížení akontace. V souvislosti se sjednáním záruky navíc podnikatelé neplatí žádné poplatky.

Firmy mohou zaručeným úvěrem financovat například stroje a zařízení, ale využít ho mohou také na pořízení software, licencí, programů nebo nových technologických postupů. Prostředky se dají použít i k technickému zhodnocení staveb a zastavěných pozemků, nebo i k získání samotných staveb. Záruky se mohou týkat úvěrů standardně od 4 mil. Kč až do výše 40 mil. Kč a pokrývat až 70 % jistiny.

Program EXPANZE – záruky usnadňuje malým a středním podnikatelům přístup k investičním úvěrům od leasingových společností. Garance jsou poskytovány v režimu „de minimis“. Projekty lze realizovat kdekoli na území ČR kromě hlavního města Prahy. Program je financován z ESI fondů v rámci Operačního programu podnikání a inovace pro konkurenceschopnost Ministerstva průmyslu a obchodu. (tz)

Trinity Bank má za sebou nejúspěšnější rok v historii

Trinity Bank má za sebou nejúspěšnější rok ve své historii. Finanční výsledky roku 2020 potvrzují, že Trinity Bank patří k nejstabilnějším bankám na českém trhu. Kapitálová přiměřenost se dlouhodobě pohybuje kolem 20 % a konzervativní strategie bance umožňuje růst i v době celosvětové pandemie.

Za rok 2020 přesáhl zisk Trinity Bank 75 miliónů Kč před zdaněním. Čistý zisk banky činí 60,6 miliónu korun, což je o 20 % více než v roce 2019. Na růstu zisku se významně podílí především růst úvěrového portfolia, a to v meziročním srovnání o více než 30 %. Poskytnuté úvěry dosahují výše téměř sedmi miliard korun. Za rok 2020 došlo v Trinity Bank také k vý-

znamnému nárůstu kapitálu, depozit i bilanční sumy. „Dlouhodobě zvolená konzervativní strategie Trinity Bank se ukazuje jako správná pro náš kontinuální růst. V roce 2020 jsme rostli v mnoha směrech. Počet klientů stoupl ve srovnání s rokem 2019 přibližně o 30 %, objem vkladů dosáhl ke konci roku 2020 téměř 15 miliard Kč a významně se rozšířilo naše úvěrové portfolio, kde se zaměřujeme především na nemovitostní financování,“ zhodnotil uplynulý rok zakladatel Trinity Bank Radomír Lapčík. „Samozřejmě mě velmi těší i to, že se nám dařilo rozšířit náš tým o přední české experty, ekonomy Lukáše Kovandu a Karla Růžičku. Ve vedení Trinity Bank pak byla navázána opětovná spolupráce s uznávaným bankéřem evropského formátu a bývalým guvernérem Národní banky

Slovenska, kterým je Ivan Šramko.“ I v roce 2021 pokračuje Trinity Bank v dosahování úspěchů a výsledky prvního čtvrtletí naznačují, že i letos má banka nakročeno na velmi úspěšný rok. Během prvního kvartálu navýšila regulační kapitál o dalších 300 miliónů Kč prostřednictvím investičních kapitálových vkladů na téměř 2,3 miliardy Kč, výnosy z dluhopisů a investic překročily plán o 30 % a kumulativní čtvrtletní zisk před zdaněním ve výši 33,2 miliónu Kč je přeplněním plánu zisku o 21 %. Hlavními pilíři ryze české banky, která letos oslaví dvacet pět let od svého založení, jsou i nadále oblast financování nemovitostí a developerských projektů a dlouhodobé nadstandardní zhodnocení finančních prostředků v rámci sporů a vkladových účtů. (tz)

Najdete uvnitř listu	
Prodeje nových bytů v Praze v posledních měsících trahají rekordy	3
Vánoční provoz zažili už na jaře	5
Prestížní ocenění pro podporovatele kvality: Ambasadorka kvality České republiky	9
MSV 2021 ukáže inovace pro průmysl budoucnosti	12
Zahradní aukce v Arthouse Hejtmánek nabídne vzácnosti s příběhem	13

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: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 8. června 2021

PhDr. Eva Brixí-Šímková, šéfredaktorka

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

Martin Šímek, 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 Šímková, 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 Rožníčková

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**

www.madambusiness.cz

**fresh
 TIME**

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

Nejtěžší úkol

Už kdysi před lety mi jeden významný politik řekl, že podnikatel nemůže spoléhat na nic jiného než sám na sebe. Je to jeho firma, jeho výroba, jeho peníze, jeho svědomí. Dlouho jsem o tom přemýšlela a ladila tento názor do souvislostí, propojovala s lidským moudrem o kompromisech, a určitě jsem si nedělala jednoznačný závěr. Pravdou je, že když v businessu uděláte chybu, vykoupete se v maléru především vy, vaše rodina, potažmo vaši zákazníci. Do řeči přijde vaše jméno, image firmy, pocítíte to na zakázkách, na prodeji, na vlastní konkurenceschopnosti.

Jak se chovat v době covidové, to si už všechny firmy vyzkoušely. Některých se dotkla více, jiných méně. Platforma, která spojovala všechny, ať už měřeno jakýmkoli metrem možností, se jmenuje nejistota. Překonávat její nástrahy umí jen ti nejdovážnější, možná geniální, anebo psychopatičtí jedinci. Každá krize je pro ně výzvou, rodí se tak převratné novinky, na něž by svět jinak dlouho čekal.

Červen je měsícem, kdy se nám všem v České republice začalo blýskat na lepší časy. Ať „se státem“, nebo „bez něj“. Opřít se bude muset každý živnostník i velká firma zase jen o své svědomí, chuť, finance, příležitosti. Jak prosperovat, to za podnikatele nikdo jiný nevymyslí. Ani legislativa, ani státní zakázky. Spoléhat sám na sebe je nejtěžší úkol, zodpovědné poslání.

Eva Brixí

Lidé si na nákupy online zvykli

Rozvolňování mělo jen krátkodobý vliv na tržby českých e-shopů. Podle analýzy 24 000 e-shopů společnosti Shoptet vzrostl za první týden celkový obrát o 17 %. To bylo způsobeno zájmem o B2B nákup zboží, např. v segmentu profesionální kosmetiky byl nárůst o 300 %. V druhém týdnu rozvolňování došlo k mírnému snížení prodeje. Např. kategorie sportovního vybavení poklesla oproti předchozím týdnům o 12 %, zahradnické služby o 8 %. Rostl dále ale prodej elektroniky či knih. (tz)

Mediální partnerství v roce 2021

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- **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.

Peugeot Emotion Day se vrátil 1. června

Po roční pauze se 1. června 2021 vrátil Peugeot Emotion Day. Tradiční roadshow, putující po celém Česku a představující široké veřejnosti novinky značky Peugeot, bude probíhat až do 23. července. Kromě konvenčních vozů umožní návštěvníkům vyzkoušet si i kompletní řadu plug-in hybridních a elektrických aut. I letos se do akce Peugeot Emotion Day zapojí takřka všichni koncesionáři prodejní sítě značky Peugeot v ČR.

Poprvé v historii se roadshow značky Peugeot konala už v roce 2009. Akce zaměřená na testování nejnovějších a nejžádanějších modelů značky si okamžitě získala oblibu zákazníků a její věhlas se rychle šířil. Úspěch se opakoval i v následujících letech a roadshow, nazývaná od roku 2013 „Peugeot Emotion Day“, přícházela pravidelně až do roku 2020. Loni byla šňůra poprvé přerušena, letos se ale opět vrací.

Tentokrát Peugeot Emotion Day odstartovaly 1. června v pražských Letňanech. V následujících čtyřech dnech pokračovala na čtyřech místech v metropoli, pak se přesunula do Mělníka, a posléze i do dalších českých a morav-

ských měst. Celkem se Peugeot Emotion Day bude konat na 37 různých místech po celé republice. Zakončena bude 23. července v Příbrami.

Na každé z těchto zastávek bude pro návštěvníky připraveno k testování jedenáct vozů. Největší pozornost pravděpodobně přitáhnou tři 100% elektrické modely Peugeot e-208, e-2008 a e-Traveller, a dále pak plug-in hybridní vozy Peugeot 3008 Hybrid, 3008 Hybrid4 a 508 SW Hybrid. Řízení automobilů vybavených elektromotorem si získává stále větší zájem řidičů, kterým přináší jedinečný zážitek z tiché jízdy s nulovými emisemi CO₂ a s okamžitou reaktivitou vozu. Dá se tedy očekávat, že si tuto pro mnoho řidičů novou zkušenost, účastníci akce nenechají ujít. Řadu vozidel se spalovacími motory budou na Peugeot Emotion Day zastupovat Peugeot 3008 PureTech 180 a dva sedmimístné vozy 5008 BlueHDi 180 a Rifter Long.

Kromě atraktivních testovacích vozů budou pro návštěvníky připraveny také doprovodné akce, například jízdy na simulátoru Xseries 208 a soutěže o ceny. Zájemci o testovací jízdu s vozy Peugeot se mohou registrovat už teď na peugeotemotionday.cz. (tz)

U poradců ČS Plus zvítězil KAPITOL

Vedení Buřinky se rozhodlo ukončit síť ČS Plus z důvodu neexistence IT infrastruktury a koncepčního rozhodnutí do ní neinvestovat. V současné podobě by bylo obtížné obstát na silně konkurenčním trhu finančních poradců. Díky úzké a strategické spolupráci skupin ERSTE a Vienna Insurance Group (VIG) bylo umožněno společnosti KAPITOL vytvořit nabídku lidem z ČS Plus.

Poradcům ČS Plus byl následně předložen návrh pro přestup, který obsahoval vše, co moderní finanční poradce 21. století potřebuje: špičkové IT zázemí, fungující podporu společnosti, odpovídající odměňování, propracovaný systém vzdělávání, vlastnictví kmene a další možnosti pro rozvoj podnikání od finančně poradenské společnosti KAPITOL. ČS Plus obdržela nabídku na spolupráci i od dalších finančně poradenských společností.

„Jsme velmi rádi, že si většina spolupracovníků ČS Plus vybrala řešení od KAPITOLu. Potvrzuje se, že směr transformace KAPITOLu, která začala v roce 2018, je správný. Stali jsme se moderní firmou, která je plně konkurenceschopná, a vytváříme prostředí, které pomáhá

našim spolupracovníkům růst a umožňuje našim klientům dělat dobrá rozhodnutí,“ dodal k tomuto úspěchu člen představenstva Ing. Radek Milion, MBA.

Více než 120 poradců a úvěrových specialistů SSČS, kteří na českém trhu pracovali pod obchodní značkou ČS Plus, vyhodnotilo v silně konkurenčním prostředí podmínky KAPITOLu za nejlepší. Výborné podmínky potvrdili i noví spolupracovníci z ČS Plus. Líbí se jim dlouhodobá stabilita KAPITOLu, 26leté zkušenosti ve finančním poradenství, podpora centrály, firemní školení a vzdělávání, motivační provizní systém, profesionální IT zázemí, široké produktové portfolio a otevřené možnosti pro další rozvoj jejich podnikání. Úspěšná akvizice má ještě jeden významný benefit. KAPITOL získal 28 kamenných poboček, což významně rozšířilo pokrytí ČR.

Díky spolupráci s předními pojišťovnami v ČR, finančním koncernem VIG, významnými bankovními domy a dalšími investičními partnery si KAPITOL zajistil unikátní postavení na trhu. Nyní má přes 2500 spolupracovníků na více než 70 pobočkách. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
 partner:**

**VARNSDORF
 TOOLS**

partneři plus:



**HASIČSKÁ
 VZÁJEMNÁ
 POJIŠŤOVNA, a.s.**

E.ON ENERGY GLOBE



partneři:



**ÚŘAD
 PRŮMYSLVÉHO
 VLASTNICTVÍ**



**centrum
 andragogiky**

**DAVID
 KARABEC**

**OCHRANA DEJEVNÍHO
 VLASTNICTVÍ**

**dto
 DTO CZ, s.r.o.
 Vzdělávání jak má být**

odborní partneři:



**ČESKÁ
 SPOLEČNOST
 PRO JAKOST**



Svaz architektů ČR

**SOCR ČR
 Společnost ochránců a rozvoje kultury ČR**



**SVAZ KVĚTINÁŘŮ
 A FLORISTŮ
 ČESKÉ REPUBLIKY**



**AČTO
 Asociace českých tržních obchodníků**



AVO



caim



KZPS



ČMIS



**CZECH
 GAS
 ASSOCIATION**



**ČESKÝ
 PLYNÁRENSKÝ
 SVAZ**

Prosperita vás provází děním v businessu už 23. rokem!

Prodeje nových bytů v Praze v posledních měsících trhají rekordy

Staronové téma: nedostatek bytů v naší metropoli. Trvá, co pamatují, tedy mnoho desetiletí. Lidé bydlet lépe potřebují stále, ale v současné době hledají také příležitosti k investování. Byt se ukazuje jako vhodná cesta. O tom, jak se dnes právě byty v Praze prodávají, jsem hovořila s Ing. Ondřejem Štátným, hlavním analytikem společnosti CENTRAL GROUP a.s.:

Jakým způsobem se podepsaly měsíce pandemie na prodeji bytů? Co se změnilo, a co vůbec ne?

Prodeje nových bytů v Praze v posledních měsících trhají rekordy. Jen od října do března se prodalo přes 4000 nových bytů, což je suverénně nejvíc za posledních nejméně deset let. Hodně k tomu přispívá to, že nemovitosti jsou po právu vnímány jako jedno z nejbezpečnějších a nejvýhodnějších aktiv, do kterých se dají uložit prostředky ve snaze je zhodnotit či minimálně ochránit před inflací. V situaci, která tu už déle než rok panuje, to platí dvojnásob. Změnila se také struktura poptávky. Téměř vymizely

koupě za účelem krátkodobého pronájmu a obecně klesl počet cizinců, kteří byty kupují. Na druhou stranu ale narostl podíl českých kupujících, kteří tento pokles více než vykompenzovali. Díky velmi výhodným podmínkám rovněž narostl podíl kupujících, kteří byt financují hypotékou. Na trhu se dá pozorovat větší zájem investorů, kteří byty kupují s cílem je dlouhodobě pronajímat. Co se bohužel nezměnilo, je rychlost povolování. V loňském roce se v Praze povolilo postavit o 40 % méně bytů než v roce 2019. Kvůli tomu nabídka dlouhodobě nestíhá pokrývat silnou poptávku, a ceny proto nadále rostou.

Ekonomové tvrdí, že je mezi lidmi hodně peněz, obdobný názor mají banky, úspory obyvatel jsou obrovské. Na druhé straně se mluví o tom, že mnoho jednotlivců i firem kvůli koronavirové krizi zchudlo a zchudne, česká ekonomika si nevede úplně nejlépe. Jak situaci hodnotíte s ohledem na prodej bytů vy?

Odpověď je zčásti obsažena v té předešlé. Lidé s úsporami se je nyní snaží nějak uchránit a nemovitosti jsou dlouhodobě bezpečná investice.

Kdo tedy měl našetřené peníze, ukládal je velmi často do koupi bytů.

Když se zájemce o nové bydlení rozhodne koupit byt od CENTRAL GROUP a nemá hotovost, co všechno mu můžete nabídnout, aby se svého záměru nevzdal?

Naším klientům nabízíme nejširší možnosti financování na trhu, včetně zvýhodněné hypotéky až na 90 % kupní ceny. Po uzavření smlouvy na vybraný byt stačí uhradit jen 10 % ceny a zbytek až rok po dokončení a nastěhování. Jako jediný rezidenční stavitel na trhu umožňujeme klientům užívání dokončených bytů před zaplacením celé ceny.

Roste počet těch, kteří kupují byt jako investici?

Ano, roste. Na investice se podle našich odhadů dlouhodobě kupuje okolo 30 % bytů. V posledním roce ale z důvodu obavy lidí před inflací a dopady ekonomické krize narostl počet lidí, kteří do nemovitostí ukládají naspořené peníze, tudíž tento podíl může být nyní i vyšší. Stále ale výsoco převládá vlastní bydlení a na tom se ještě dlouho nic nezmění.

V jakých lokalitách dnes stavíte a o jaká místa projevují klienti největší zájem?

Nové projekty máme po celé Praze. Na začátku května jsme spustili prodej našeho zatím největšího projektu Parková čtvrť v Praze 3 na místě bývalého nákladového nádraží. Jde o celou novou lokalitu, která kromě luxusních bytů s klimatizací nabídne i množství prostor pro obchody, služby, restaurace, kavárny apod. Přímou na místě vybudujeme velký 1,5ha park a mateřskou školu se zahradou. Po měsíci prodeje máme více než polovinu bytů první etapy prodanou či rezervovanou. Podobně velký zájem pak registrujeme i u našich ostatních projektů – Park Zličín a Rezidence Radlické výhledy v Praze 5, Viladomy Roudnická a Libeňský park v Praze 8, Výhledy Chodovec a Park Zahradní Město II v Praze 10.



Ing. Ondřej Štátný, hlavní analytik společnosti CENTRAL GROUP a.s.

A s jakým komfortem, vybaveností, přidanou hodnotou mohou zájemci počítat? S ozeleněným balkónem, výhledem do parku, s „pražským dvorkem“, který nabídne posezení u grilu, vodotrysk v létě, umělý kopeček k bobování v zimě? Recepce v bytovém domě, kam se nastěhuje prodejce občerstvení, zmrzlinář, pekař?

Každý projekt je specifický a nabízí něco jiného. Záleží nejen na velikosti projektu, ale i na lokalitě. Standardem jsou dětská hřiště, veřejný prostor, včetně zeleně, parků, pěších zón se stromy či vodními prvky, ve větších lokalitách pak i školky. V přízemí domů pak téměř vždy počítáme s prostory pro drobné obchody, služby nebo restaurace a kavárny. Tam může být třeba i ten zmrzlinář nebo pekař.

Budete se více věnovat brownfieldům, rekonstruovat je na byty podle přání zákazníků?

Dohromady máme v přípravě projekty pro více než 30 000 bytů, většinu z nich právě na brownfieldech. Již jsem zmiňoval přeměnu dřívějšího nákladového nádraží na Parkovou čtvrť v Praze 3, na podzim bychom chtěli zahájit další velký projekt v areálu Tesly Hloubětín. Do budoucna pak plánujeme velké projekty mimo jiné například na pomezí Ruzyně a Liboce, na Kavčích horách či na Zličíně.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Rádi se nyní profilujeme jako komplexní dodavatel

dokončení ze strany 1

A počítáme s tím, že zdrazovat se letos bude opakovaně. Současnou situaci s cenami a dostupností materiálu jsme v takové míře ještě nezažili. Jedním z podstatných výrobních cílů je zvýšit výkon našich robotických linek na výrobu zárubní na pravidelný výkon srovnatelný s tím, jakého jsme dosáhli při kapacitním testování, a tento výkon udržet konstantně na každodenní bázi.

Velmi dbáte na inovace sortimentu. Jaké dveře dnes zákazníci požadují? Hezčí, designově vytríbenější, bezpečnější, více odolné vůči ohni, vodě, nárazu?

Zákazníci požadují jednoduchý, udržitelný design, který je kombinovatelný s jakýmkoliv nábytkem, zaměřující se přitom na detaily. Je zájem o větší výběr v doplňcích s důrazem na detaily, jako jsou zámkové, kování, panty, zákazníci ale hledají i nové dekory povrchů dveří a jak je správně sladit s doplňky. Roste zájem o bezfalcové dveře nebo o dveře s reverzním otvíráním, které jsou vhodně doplněny zajímavým designovým kováčím.

Rozšiřujete franšizovou síť prodejen. Co musí splnit podnikatel, který by s vámi rád spolupracoval? Jakou podporu mu dáte?

Člověk, který s námi chce začít podnikat, musí především projevovat zájem a chuť prodávat naše

výrobky, nepožadujeme žádné odborné znalosti a zkušenosti, do začátku potřebuje vstupní kapitál zhruba půl milionu korun, vše ostatní mu dodáme, zajistíme a maximálně pomůžeme s rozjezdem prodejny. Náš franšizový koncept je založen na tom, aby byl dostupný pro každého, nesvazujeme nikoho přílišnými pravidly. Ze zkušenosti se nám jeví, že je vhodnější, pokud majitel franšizy zároveň aktivně v prodejní práci nebo se jiným způsobem věnuje intenzivní obchodní činnosti s cílem prodávat výrobky Solodoor. Jediným omezením je region, kde se chystá prodejnu otevřít, nechceme, aby si vzájemně jednotlivé prodejny konkurovaly, proto otvíráme tam, kde to dává smysl a prodejna se ještě v dané spádové oblasti nenachází.

Franšizantovi pomůžeme s navržením a zařízením prodejny, dostane od nás vyčerpávající školení. Dále je mu k dispozici obchodní zástupce, který pomáhá s rozběhem, ale i přivádí první zákazníky. Máme také k dispozici tréninkovou prodejnu v Sušici a naše franšizové prodejny si nekonkurují, ale naopak si pomáhají a dělají se o své zkušenosti mezi sebou. Velkou pomocí je pro franšizanty objednávkový systém MAX, který je vyvinut tak, aby se prodejci soustředili na prodej, a ne na to, jak celý proces zrealizovat. Díky tomuto systému se snížil počet chyb ze strany prodejců a systém je také méně náročný na jejich školení.

Velmi dbáte na kvalitu, a to nejen výrobků, ale i řízení. Charakterizoval byste váš management kvality?

Základním pilířem pro řízení kvality jsou certifikáty ISO 9001 nebo ISO 14001, kterými se vedení společnosti zavazuje k neustálému zlepšování kvality poskytovaných služeb a výrobků, standardizaci a prevenci znečišťování životního prostředí. Před třemi lety jsme zřídili samostatné oddělení kvality, jehož vedení se zodpovídá přímo generálnímu řediteli.

Management kvality je postavený na pokročilých statistikách vnitřního a vnějšího řízení kvality, analyzujeme opakující se chyby, máme několikaúrovňovou kontrolu (kontrola pracovníky na jednotlivých stanovištích, kon-

trola kvality mistry, technology až pracovníky oddělení kvality). Díky vybudování nového oddělení řízení kvality se nám výrazně snížil počet reklamací, v současné době se pohybuje pod 2 %, největší zlepšení jsme dosáhli při výrobě zárubní, spolu se zavedením nové technologie.

Dokážete nastínit, jak budou dveře vypadat za 20 let? Jakou budou plnit funkci, kromě té zásadní, co všechno uživatelé nabídnou jako do určité míry dominantní prvek interiéru? Nepůjde možná jen o design...

Neumím si představit, že by dveře prošly nějakou zásadní designovou změnou. Trendem je v současnosti orientace na nové dekory, povrchy dveří, detaily, ale i nové systémy otevírání dveří. S rostoucím zmenšováním plochy bytu se může vyvíjet trend k posuvným dveřím. Částečně může dojít k elektronizaci otevírání dveří.

Největší proměnu čekám v samotném materiálu, z kterého se dveře vyrábějí, bude se posilovat důležitost ochrany životního prostředí. Bude se prosazovat udržitelná výroba dveří, výroba z recyklovaného materiálu, a bude se stupňovat tlak na co nejmenší spotřebu dřeva a plastu při výrobě.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



V červnu vstoupil v platnost nový zákon o evidenci skutečných majitelů firem

Prvního června tohoto roku vešel v platnost zákon č. 37/2021 Sb., o evidenci skutečných majitelů. Hlavní cíl tohoto zákona je komplexní vymezení pojmu skutečného majitele do českého právního řádu. S tím by měla přijít transparentnost, snížení administrativní zátěže a zároveň boj proti praní špinavých peněz a proti financování terorismu. Podle společnosti Moore Legal CZ by ale podnikatelé měli zbystřit, protože na rozdíl od předchozího stavu zákon nově při nezajištění zápisu údajů do evidence zavádí několik druhů sankcí.

Povinnost zaznamenat údaje o svém skutečném majiteli dopadá na právnické osoby a svěřenské fondy. Asi největší změnou oproti dřívějšímu stavu je fakt, že skutečným majitelem obchodní korporace bude podle nového zákona na moci být pouze fyzická osoba. „V případě složité majetkové struktury bude potřeba skutečného majitele dohledat až do konce struktury tak, aby šlo o fyzickou osobu,“ řekl Jan Kubica, advokát a partner advokátní kanceláře Moore Legal CZ. Pokud nelze skutečného majitele jasně určit, budou jako skuteční majitelé zapsány osoby ve vrcholném vedení korporace, tedy členové statutárního orgánu. Další novinkou,



foto Pixabay

kteřou zákon přináší, je také tzv. automatický průpis. Ten má fungovat primárně u společností s jednoduchou vlastnickou strukturou, zejména je-li skutečný majitel evidentní například z obchodního rejstříku.

V novém zákoně o evidenci skutečných majitelů je stanoveno, že skutečným majitelem je každá fyzická osoba, která je koncovým příjemcem nebo osobou s koncovým vlivem. Co

to znamená? „Koncovým příjemcem právnické osoby je v podstatě kdokoliv, kdo může mít přímo nebo nepřímo podstatnou část z celkového majetkového prospěchu,“ vysvětlil Jan Kubica a dodal: „Osobou s koncovým vlivem se míní ta, která může přímo nebo nepřímo uplatňovat rozhodující vliv v právnické osobě nebo na správu právního uspořádání.“ U obchodních korporací se za skutečného majitele

považuje fyzická osoba (či osoby), která má přímo či nepřímo právo na podíl ze zisku, jiných vlastních zdrojích nebo likvidačním zůstatku obchodní korporace, který je větší než 25 %. A také každá fyzická osoba, která má přímý či nepřímý podíl na hlasovacích právech v obchodní korporaci, jenž významně převyšuje podíly na hlasovacích právech ostatních osob, zejména pokud přesahuje 25 %.

Zákon počítá s podáním návrhu na zápis elektronicky prostřednictvím předepsaného formuláře s elektronickým nebo ověřeným podpisem. Povinnost zapsat údaje o skutečném vlastníku má společnost nebo svěřenský fond, kteří zapisují svého skutečného majitele. Za nezajištění zápisu údajů do evidence skutečných majitelů hrozí fyzickým osobám sankce v podobě pokuty do výše 500 000 korun, zákaz vyplacení podílu na zisku nebo zákaz hlasování při rozhodování nejvyššího orgánu obchodní korporace. „Podnikatelé by neměli nic podcenit, protože sankce, které tento zákon zavádí, rozhodně nejsou symbolické. Pro podnikatele to znamená, že mají nejvyšší čas se této problematice začít věnovat,“ podotkl Jan Kubica. Nově také dojde ke zpřístupnění části informací z evidence skutečných majitelů široké veřejnosti, a to prostřednictvím internetových stránek Ministerstva spravedlnosti. (tz)

Talentovaní absolventi se můžou hlásit do dalšího ročníku trainee programu Albertu

Pět vybraných absolventů vysokých škol se bude moci zapojit do trainee programu společnosti Albert. V průběhu osmnácti měsíců poznají pod vedením zkušených manažerů a manažerů, a také mentorek a mentorů práci v maloobchodě s potravinami a získají cenné zkušenosti.

Trainee program nabídne zaměření na digitální marketing, finance, nákup, sourcing nebo vedení regionu. Svým společným závěrečným projektem pak účastníci můžou přispět k inovacím ve společnosti. V rámci detailního poznání si projdou celou firmu, včetně práce v prodejnách, distribučních centrech či v různých odděleních centrály.

Trainee program je koncipovaný tak, aby si z něj účastníci odnesli co nejvíce zkušeností

z fungování společnosti a vědomostí, které pak zúročí na svých pozicích. „Účastníkům programu dáváme maximální podporu, co se týče jejich vedení. Kromě odpovědných manažerů se jim jako mentoři věnují i členové nejvyššího vedení. Absolvují také školení či tréninky měkkých dovedností, které budou využívat ve své další kariéře. V programu vidíme nejenom unikátní možnost rozvíjet mladé talentované lidi, ale také příležitost přinést do naší společnosti nové pohledy a názory zvenčí,“ vysvětlil Ctirad Nedbálek, personální ředitel obchodu Albert. „Věříme, že účastníci tohoto skvělého programu se za několik let propracují na vedoucí pozice v naší společnosti,“ doplnil. Po úspěšném ukončení programu získají účastníci nabídku na stálou práci.

Trainee v průběhu osmnácti měsíců detailně poznají společnost z mnoha stran. Dostanou

možnost učit se od osobního mentora z řad nejvyššího vedení, pomoci od odpovědných manažerů a projdou školeními. Pro pochopení maloobchodu pomůže také práce na prodejnách, například budou v pekárně péct chleba, obsluhovat v lahůdkách a na pokladnách a vyzkouší si práci zástupce manažera prodejny. Poznají také různé typy prodejen napříč republikou a určitou dobu budou působit i v distribučních centrech. Následně projdou odděleními na centrále a posledních devět měsíců se budou připravovat na svoji budoucí pracovní pozici.

„Cílem celé této cesty je dokonalá znalost společnosti a jejího fungování, na jejímž základě pak účastníci mohou rychleji růst, přinášet vlastní inovace a podílet se na dalším posilování značky Albert,“ upřesnil Ctirad Nedbálek. Zakončením programu je návrh společného projektu, který vychází ze získaných poznatků a na

němž účastníci posledních několik měsíců pracují. Právě jím můžou přispět k inovacím ve společnosti. Albert má dlouhou historii spolupráce se studenty, kterým nabízí již 15 let letní stáže, a spolupracuje také s učňovským školstvím. Program pro absolventy bude probíhat druhým rokem.

„Trainee program mě zaujal svojí různorodostí. Vidím obrovskou přidanou hodnotu v poznání firmy napříč odděleními. Dává mi to jiný pohled na náš business. Věřím, že tato zkušenost mě posune dopředu, a já ji naopak využiji k posunutí Alberta,“ komentoval Marek Pejšek, který se programu účastní. „Kolegové na centrále vnímají pozitiva našich zkušeností. V rámci operativy jsme měli například možnost vyzkoušet si řízení týmů. Předtím by to bylo mimo moji komfortní zónu, ale už mi to nedělá problémy,“ podělil se o zkušenost. (tz)

Farmaceutická výroba je v ČR malý, ale dynamický obor

Role farmacie se v průmyslové skladbě České republiky může zdát na rozdíl od jiných států EU poměrně okrajová. Zaměstnává jen necelé 1 % zaměstnanců, jde ale o jeden z nejdynamičtější rostoucích oborů. I když v českém prostředí hrají významnou roli nadnárodní firmy, výrazně roste role lokálních výrobců.

V posledním roce se farmaceutická výroba dostala do centra zájmu. Nejde jen o vývoj vakcín proti covid-19, který je u nás zatím spíše ve fázi plánů. Farmaceutický průmysl patří v tuzemsku k nejrychleji rostoucím průmyslovým oborům, navíc je pandemií podstatně méně zasažen než jiné oblasti. Za období od 2015 až 2020 vzrostla jeho produkce v úhrnu o 55 %. Z ostatních oborů dosáhla vyšší dynamiky jen výroba motorových vozidel (60 %), jejíž perspektivy ale nejsou do dalších let nejružovější.

V oblasti farmaceutické výroby působí v ČR více než stovka aktivních subjektů zaměstnává-

jících téměř 11 000 pracovníků a jejich počet nadále roste. Většina podniků je soustředěná v okolí Prahy, Brna a Ostravy, přičemž ráz odvětví určují větší subjekty. Čtyři pětiny tržeb jsou v posledních letech realizovány prostřednictvím přímého vývozu, v posledním roce ale roste podíl tuzemské spotřeby, zejména u zdravotnických pomůcek.

Farmaceutický průmysl je typický výraznou rolí podniků pod zahraniční kontrolou, které soustřeďují téměř tři čtvrtiny pracovníků. To se projevuje i značnou exportní orientací oboru. Roste ale také role lokálních výrobců, kteří jsou schopni svou produkci úspěšně vyvážet do celého světa. Důležité je zejména to, že řada těchto malých firem má svůj vlastní vývoj, spolupracují s univerzitami i vědeckými institucemi a snaží se zvyšovat zájem studentů o obor chemie a farmacie.

S tím souhlasí Jan Zubatý, ředitel rodinné společnosti Aveflor z Jičína. „Vedle zaměření na vlastní značky, jako je například Akutol, Trioderm či Arpalit, které dodáváme do malo-

obchodní sítě v ČR, ale i v zahraničí, se nám vyplatila investice do nových prostor a technologií. Díky tomu jsme stále úspěšnější se zakázkovou výrobou v oblasti výroby farmaceutických a zdravotnických prostředků pro ČR i zahraničí. Z pohledu náboru je pak pro nás klíčová spolupráce s univerzitami z oborů farmacie a chemie, jejichž studentům poskytujeme praxi, s některými se domluvíme následně i na pracovním poměru. A v neposlední řadě s univerzitami, s nimiž spolupracujeme na poli výzkumu a vývoje.“

„Potvrzuje také Tomáš Mertlík ze společnosti Batist Medical. „Vzhledem k růstu naší společnosti v posledních měsících je pro nás otázka náboru nových schopných zaměstnanců stále důležitější. Zdravotnictví nutně potřebuje rychleji digitalizovat. A my tomu chceme pomoci, proto přijímáme specialisty v oboru IT a nabízíme pomocnou ruku prostřednictvím Batist Digital. Ani v ostatních oblastech nezahálíme, rozšiřujeme náš tým péče o zákazníky, tým logistiky a posilujeme ve výrobě. Ze

zahraničních aktivit například personálně obsazujeme nově otevřenou pobočku v Maďarsku a rozšiřujeme tým ve Španělsku.“

Vlivem těsnějšího spojení s vědou a výzkumem klade farmaceutický průmysl vyšší kvalifikační nároky na zaměstnance. Každý pětadvacátý pracovník zde podle ČSÚ působí ve výzkumu a vývoji. To se odráží i na průměrné mzdě, která je zde 45 780 Kč. Je to v rámci průmyslu jedna z nejvyšších – po energetice (49 000 Kč) a před výrobou motorových vozidel (40 000 Kč). Mzda ve farmácii vzrostla meziročně o 5,6 %, zajímavý je příjmový skok v posledních 10 letech – o více než 65 %.

Pokud se podíváme na aktuální nabídku míst v tomto oboru, firmy hledají kromě farmaceutických reprezentantů zejména laboranty, hodnotitele klinických studií a specialisty pro zpracování dat. Největší zájem ze strany uchazečů je o místa reprezentantů (34 reakcí na nabídku) a laborantů (devět reakcí na nabídku). Volná místa nabízejí firmy zejména v Praze, Jiho- a Moravském a Moravskoslezském kraji. (tz)

Vánoční provoz zažili už na jaře

Doručování zásilek vrcholí každý rok na Vánoce. Koronavirus však způsobil, že další nápor nastal dopravcům hned na jaře loňského roku a dosud neustal. Pandemie mění pravidla i v tomto oboru. O tom jsme hovořili s Pavlem Vyoral, výkonným ředitelem Pošty bez hranic, služby, již provozuje zlínská firma FROGMAN s.r.o.

Jak proměnil logistiku koronavirus? Na jaké silné stránky a rezervy ukázal?

V balíkové dopravě byla slabá místa zřetelná především v první vlně covidu loni na jaře. Potvrdilo se, že balíková doprava je založena na plánování a přípravách. V Poště bez hranic o to víc, protože jsme vázaní na ostatní evropské přepravce. Zavírání obchodů a přesun nakupujících do online světa ze dne na den způsobilo ohromný nárůst v době, kdy jsou objemy zásilek obecně nižší v porovnání se zbytkem roku. Objem na jaře 2020 byl podobný jako v předvánočním období. S tím rozdíl, že na vánoční sezónu se přepravci připravují měsíce dopředu. To se projevilo ve zdržení zásilek a z toho pramenících dotazů na zákaznickou linku a potřeby personálně posilovat. Spolupracujeme s dopravci napříč Evropou, a tak máme poměrně dobré srovnání mezi evropskými dopravci. Bylo zřejmé, že následně další vlny už překonávala většina evropských dopravců bez potíží. Tento stav trvá dodnes. Když situaci hodnotíme zpětně, je

pozitivní, že covid vybičoval ke změnám a inovacím i náš obor.

Vidíme to jednoznačně také u nás. Po jaru 2020 jsme si vytvořili jasný plán, jak postupovat příště v rámci provozu, zákaznického servisu, komunikace nebo personálních kapacit. To se vyplatilo hned ve vánoční sezóně, kterou jsme zvládli velmi dobře.

Známe letošní hlavní trendy? Co nabízí poskytovatel a co poptává zákazník?

Letošní trendy určitě do značné míry ovlivnila pandemie koronaviru, kdy se většina zákazníků přesunula do online prostředí. A na takovou změnu museli rychle reagovat jak e-shopy, tak i my, dopravci. Ze strany zákazníků cítíme velkou potřebu reverzní logistiky. Tedy doručení zásilky od adresáta zpět v případě vrácení zboží

Ze strany zákazníků cítíme velkou potřebu reverzní logistiky. Tedy doručení zásilky od adresáta zpět v případě vrácení zboží nebo reklamace. Důvod je jednoduchý, kvůli zavřeným obchodům si lidé nakupují i zboží, které si běžně potřebují vyzkoušet, nakoukat, nahmatat. Společným cílem e-shopů i dopravců je zákazníkovi tento proces maximálně zjednodušit.

nebo reklamace. Důvod je jednoduchý, kvůli zavřeným obchodům si lidé nakupují i zboží, které si běžně potřebují vyzkoušet, nakoukat, nahmatat. Společným cílem e-shopů i dopravců je zákazníkovi tento proces maximálně zjednodušit. Významně roste i zájem o doplňkové služby

spojené s doručováním. Dnes už nestačí zajistit doručení zásilky jako takové, ale zákazník si rád připlatí za nadstandardní služby jako doručení na přesný čas, doručení o víkendu, výnos nadrozměrných zásilek do patra, platba kartou u kurýra. U způsobu doručování dlouhodobě evidujeme vyšší zájem o výdejní místa ve formě boxů a skříněk, které jsou vhodné především

pro menší zásilky. V Česku tento trend teprve začíná, ale v sousedním Německu nebo Polsku jde o velmi rozšířený trend a boxy se počítají na desetitisíce.

Mezi trendy patří i nové destinace doručování. Od minulého roku evidujeme vyšší zájem o balkánské země, nejvíce Chorvatsko, Bulharsko, Řecko, Itálie a Slovinsko. Na trend reagujeme dalším posilováním spoluprací s dopravci v těchto zemích. Očekáváme, že zvýšenému zájmu se nevyhne ani trojice baltických států Estonsko, Lotyšsko, Litva, kde plánujeme posílit naše spoje v tomto roce. Vše se odvíjí od zájmu e-shopů.

Mohou nové formy logistiky ulevit firmám, zejména těm nejmenším, aby se mohly soustředit na svou hlavní činnost?

Určitě ano. Zastáváme názor, že především pro zaměstnance e-shopů může být velkou úlevou přenechání logistické části odborníkům a oni mohou věnovat více energie ke zlepšování svých služeb, péči o zákazníky a podobně. I proto jsme se rozhodli spojit uživatelské rozhraní Pošty bez hranic a Fulfillmentonu, díky čemuž má e-shop možnost mít pod palcem celou logistiku e-shopu v jednom uživatelském prostředí. Právě spojením servisu dopravce a fulfillmentu do jednoho prostředí jsme jedineční na českém i slovenském trhu.

V čem je Pošta bez hranic jedinečná, proč vznikla a do jaké míry plní své poslání?

Jak vyplývá z našeho názvu www.postabezhranic.cz, našim zákazníkům se snažíme maximálně zjednodušit přepravu do zahraničí, a to za co nejnižší náklady. Zároveň jsme schopni vyřešit reklamace a vratky, postarat se o obalový materiál. A jedineční jsme právě službou Fulfillment-



Pavel Vyoral, výkonný ředitel značky Pošta bez hranic

tu. Za našeho zákazníka zařídíme skladování jeho zboží od malých balíčků po celé palety, zároveň i příjem a naskladnění od jeho dodavatelů, včetně zavedení do systému. Samozřejmostí je vychystání zboží dle přijatých objednávek a odeslání zákazníkovi po celé EU. Právě tímto komplexním logistickým servisem jsme jedineční na trhu českém, ale i slovenském.

Kam se bude dál vyvíjet logistika? Co zůstane a co se trvale změní?

Určitě musí reagovat na neustálý vývoj technologií, automatizaci a digitalizaci procesů. Těšíme se i na vývoj a posun v oblasti elektrifikace a snižování emisní limitů. V rámci měst a krátkých vzdáleností mají elektroauta nebo hybridní pohony smysl. Budeme jedineční rádi, až se vývoj v této oblasti posune do té míry, kdy bude dávat smysl i na dlouhé trasy bez zastávky, což je náš případ.

Přestože vidíme v doručování různé pokusy, kde stroj nahrazuje člověka (výdejní boxy, drony), člověk bude trvale hrát v doručování roli, minimálně ještě několik desítek let. Stále více ale bude stroj/robot nahrazovat člověka v části provozu, třídění, balení a pohybu zásilek mezi depy. Lidé budou mít na starosti především péči o klienta/adresáta, kde jsou často lidský přístup a porozumění žádané.

S rozvojem logistiky a e-commerce je přímo spojené i prolínání a mizení hranic online a offline nákupního světa. V budoucnu lidé pravděpodobně nebudou rozlišovat mezi dvěma světy, ale bude to pro ně jediné nákupní prostředí a tyto hranice nebudou vnímat.

připravil Pavel Kačer



Světový den akreditace

Český institut pro akreditaci, o.p.s. – národní akreditační orgán České republiky, se 9. června 2021 připojil ke Světovému dni akreditace, jehož hlavní myšlenka je podpora významu akreditace. Světový den akreditace vznikl jako globální iniciativa mezinárodních organizací zabývajících se akreditací – Interantional Accreditation Forum (IAF) a International laboratory Accreditation Cooperation (ILAC). Tématem Světového dne akreditace 2021 je podpora plnění cílů udržitelného rozvoje. V roce 2015 přijalo světové společenství na půdě Valného shromáždění Organizace spojených národů společné cíle udržitelného rozvoje, kterých má být dosaženo do roku 2030. Jde o dlouhodobý program ve všech oblastech lidského konání. K naplňování cílů udržitelného rozvoje se zavázala i vláda České republiky.

Společné prohlášení předsedů IAF a ILAC uvádí význam akreditace při podpoře naplňování cílů udržitelného rozvoje. Jejich strategický partner Organizace OSN pro průmyslový rozvoj (UNIDO) uznává důležitou roli akreditace při dosahování cílů programu udržitelného rozvoje a jeho dopadu na průmysl a hospodářský růst. Ambiciózní strategie OSN skoncovat

s chudobou do roku 2030 a zároveň dosáhnout významného globálního sociálního a environmentálního pokroku by mohla vytvořit milióny pracovních příležitostí v mnoha oblastech. Cíle udržitelného rozvoje OSN představují plán pro dosažení lepší a udržitelnější budoucnosti. Řeší globální výzvy, včetně chudoby, nerovnosti, změny klimatu, zhoršování životního prostředí

a spravedlnosti. Existuje 17 cílů udržitelného rozvoje se 169 přidruženými cíli, které se snaží postihnout všechny globální, regionální a národní snahy o rozvoj.

Akreditace a spolu s ní i další instituce v oblasti infrastruktury kvality, zejména metrologie, normalizace, posuzování shody a dohledu nad trhem, jsou klíčovými prvky podpory cílů udržitelného rozvoje a tří vzájemně souvisejících tematických priorit: vytváření sdílené prosperity, zvyšování ekonomické konkurenceschopnosti a ochrana životního prostředí. Akreditace podporuje politické cíle v oblastech, jako je mezinárodní obchod, bezpečnost potravin, ochrana zdraví a životního prostředí a rozvoj průmyslové infrastruktury. Poskytuje důvěryhodnou platformu pro vývoj a ověřování požadavků na produkty nebo služby a pomáhá zajistit, aby výrobky a služby splňovaly specifické požadavky.

Nedávno vydaná publikace UNIDO Kvalita a standardy, jejich role v reakci na covid-19, která zkoumá účinky pandemie covid-19 na obchod, zdůrazňuje důležitou roli, kterou může akreditace sehrát při zmírňování negativních dopadů a podpoře cílů udržitelného rozvoje.

Po celém světě dochází k pokrokům při naplňování těchto cílů. Téma letošního Světového dne akreditace bylo vybráno proto, abychom připomněli, že jedním z významných benefitů akreditace je podpora při implementaci cílů udržitelného rozvoje. Akreditace je důležitým a relevantním nástrojem i v dnešních časech, v době čtvrté průmyslové revoluce, rychlých technologických inovací.

Každý subjekt posuzování shody může významně přispět k naplňování cílů udržitelného rozvoje. O možnostech akreditace v jednotlivých odvětvích se lze více dozvědět na stránkách ČIA www.cai.cz. (kch)

Počet instalovaných Z-BOXů Zásilkovny v České republice dosáhl 500 kusů

Zásilkovna, přední česká technologická firma, instalovala v České republice již 500 Z-BOXů. Zásilkovna tak zvyšuje celkovou kapacitu své výdejní sítě a Z-BOXů v České republice na jeden milión zásilek denně. Z-BOXy jsou bezdotyková soběstačná výdejní místa, napájena solárním panelem a ovládaná přes mobilní aplikaci Zásilkovna. Fungování a ovládání Z-BOXů je unikátní, nikdo jiný v České republice výdejní boxy na podobném principu nepoužívá. Do konce roku jich Zásilkovna v České republice plánuje instalovat 3500.

„Velmi mě těší, že se naše Z-BOXy setkávají u zákazníků s tak velkou oblibou. V rekordním čase se nám podařilo v České republice dohodnout na jejich instalaci s již s více než 50 % obcí do 1500 obyvatel. Máme ale také partnery z řad rezidenčních projektů, obchodních řetězců, Z-BOXy stojí ale také například v prostoru jaderné elektrárny. Plánujeme je instalovat i do výrobních závodů, nemocnic nebo škol, stát mohou prakticky kdekoliv. Nezůstaneme ale jen u České republiky, Z-BOXy stavíme již také na Slovensku a připravujeme vstup na maďarský trh. Celkem

jich tak do konce letošního roku v rámci těchto tří zemí umístíme tisíce,“ řekla zakladatelka Zásilkovny a CEO skupiny Packeta Simona Kijonková. „Z-BOX je jednoduchá, moderní a dostupná služba, která zvyšuje komfort pro naše obyvatele. Své zásilky si mohou vyzvedávat 24 hodin denně, sedm dní v týdnu, podle toho, jak sami potřebují, nejsou ničím omezeni. To není u jiných typů doručování samozřejmostí. Provoz Z-BOXů je navíc ekologický s minimálními požadavky na energii,“ doplnil Ondřej Martan, starosta Městské části Praha-Běchovice, kde byl jeden ze Z-BOXů instalován.

Z konkrétních partnerů, se kterými Zásilkovna na instalaci Z-BOXů spolupracuje, je to například jeden z největších obchodních řetězců v České republice, společnost Lidl, dále pak největší tuzemský vlastník nemovitostí CPI Property Group nebo jedna z největších developerských skupin FINEP Holding.

„Rozhodnutí umístit Z-BOXy od Zásilkovny v našich rezidenčních lokalitách se ukazuje jako dobrý krok, jejich využitelnost je enormní.



Můžeme být sami spokojeni. Ale zejména je důležité, že jsou spokojeni obyvatelé našich čtvrtí, kterým tato služba přináší užitek a pohodlí,“ vysvětlil David J. Wodinský, obchodní a marketingový ředitel FINEP Holding, SE.

Pro zákazníky fungují Z-BOXy nepřetržitě. Jakmile řidič doručí zásilku do Z-BOXu, obdrží zákazník informační e-mail, SMS zprávu nebo notifikaci do aplikace Zásilkovna. V této chvíli je možné si zásilku vyzvednout. K obsluze stačí mít na chytrém telefonu nainstalovanou aplikaci Zásilkovna a zapnuté Bluetooth. Mobilní aplikaci Zásilkovna si v České republice stáhlo již přes 1,7 miliónu zákazníků. Při příchodu k Z-BOXu se aplikace pomocí Bluetooth sama automaticky spáruje a otevře schránku s danou zásilkou. Za doručení zásilky se platí online, včetně platby na dobírku. Manipulace se zásilkami je v řádu vteřin, a to jak při procesu umísťování jednotlivých zásilek do Z-BOXu zaměstnancem Zásilkovny, tak i během výdeje zákazníky.

Zásilkovna je součástí skupiny Packeta, v jejímž čele je její zakladatelka Simona Kijonková. V letošním roce cílí Packeta na obrát ve výši 5,2 miliardy korun a 70 miliónů přepravených zásilek v celkové hodnotě 84 miliard korun. (tz)

E-shopy rostou, ale ostatní mají problémy: pokles tržeb zaznamenaly více než dvě třetiny firem

Marketingová konzultační společnost Proficio, jedna z nejrychleji rostoucích technologických firem ve střední Evropě, ve spolupráci s výzkumnou agenturou STEM/MARK zjišťovala, jak se českých firem a jejich zákazníků dotkla pandemie z pohledu businessu. Z průzkumu vyplývá, že 70 % klesly tržby, 44 % zaznamenalo výrazný odliv zákazníků. Firmy však věří, že po rozvolnění opatření se část nakupujících vrátí do kamenných obchodů.

Většinu (70 %) oslovených firem podnikajících v oblasti obchodu, služeb a výroby, klesly v průběhu pandemie tržby, nárůst zaznamenalo jen 15 % podniků. Téměř dvě třetiny (60 %) respondentů uvedlo, že přišli kvůli pandemii o objednávky. Více než třetina podniků (37 %) navíc přiznává, že jejich zákazníci, a to jak firmy, tak jednotlivci, utrácí mnohem méně,

35 % pak zaznamenalo i snížený objem nákupu zboží a služeb. Na 31 % firem uvedlo, že jejich zákazníci jsou opatrnější, váhavější, déle vybírají a zároveň mají mnohem větší zájem o slevy.

„Průzkum ukázal zásadní rozdíl mezi rekordním růstem u klasických e-shopů prodávajících například potraviny nebo zboží denní potřeby, které nebylo dostupné v kamenných pro-

dejnách, a firmami, které se zabývají například výrobou, službami nebo maloobchodem, kde zaznamenáváme zcela opačný trend,“ vysvětlil Petr Halík, CEO ve společnosti Proficio.

Z průzkumu také vyplynulo, že na rozdíl od e-shopů, kde největší skupinu mezi nově příchodními nakupujícími tvořili senioři (* např. průzkum DPD e-shopper barometr), oslovené podniky (61 %) zaznamenaly největší nárůst nových zákazníků ve věkové skupině od 36 do 50 let, a naopak senioři (65+) nakupovali více než před pandemií pouze u 3 % dotázaných.

Společnosti se potýkají i s dalšími těžkostmi. Téměř polovina z nich (42 %) má problémy s dodavateli, a kvůli tomu nedostatek zboží na

skladě (30 %). Opět téměř polovina respondentů (42 %) musela pozastavit nebo úplně zrušit některé své služby, 28 % přestalo zcela prodávat určitý sortiment zboží a stejné procento si stěžuje na špatně fungující přepravu.

Firmy se však snažily vyjít zákazníkům vstříc a byly během pandemie aktivní – 36 % například vylepšilo stávající služby a 16 % spustilo některé zcela nové. Část firem (20 %) rozšířila pro své zákazníky nabídku zboží, 20 % ji na základě poptávky změnilo. Pouze 3 % dotázaných uvedlo, že si zákazníci stěžovali na služby více než před pandemií. Budoucnost vidí větší na pozitivně – 64 % očekává, že část nakupujících se vrátí do kamenných obchodů. (tz)

ArcelorMittal investuje do rozvoje tradiční české značky JÄKL

Společnost ArcelorMittal, která je vlastníkem výrobního podniku v Karvině, neustále rozvíjí výrobu a prodej ocelových tenkostěnných profilů již více než sto let známých pod značkou JÄKL. Jenom za posledních pět let zde bylo vyrobeno více než 306 000 tun těchto profilů. Kdybychom tyto profily dokázali položit na zemský rovník, obtočili bychom jimi zeměkouli více než 2,5krát. Jejich délka by totiž dosáhla 105 000 kilometrů.

Součástí rozvojových plánů v Karvině je dlouhodobá investiční strategie. Na poslední dvě investice, jež byly dokončeny v roce 2020, firma vynaložila 200 miliónů korun. Jde o novou linku na lakování trubek, vedoucí ke zvýšení stávající kapacity této produkce. Dále pak investice do tažirenské linky Mair, která přinesla novou technologii pro výrobu tažených trubek zejména pro sloupky řízení a tlumiče automobilů.

V letošním roce společnost ArcelorMittal Tubular Products Karviná a.s. vloží dalších 42 miliónů Kč do nové svařovací linky. Ta rozšíří sortiment profilů JÄKL zejména o výrobky menších rozměrů. Testovací provoz této svařovací linky by měl být zahájen v červnu. Nová linka podniku přinese rozšíření sortimentu a další zvýšení kvality v tomto produktovém

segmentu. Předseda představenstva společnosti Ing. René Fabík k tomu dodal: „Jsme velice rádi, že jedna z nejtradičnějších výrob v České republice, která dokonce dala ocelovému profilu jméno, se v Karvině trvale úspěšně rozvíjí. Ekonomické zázemí silné skupiny, jako je ArcelorMittal, nám dává jistotu pro naši činnost i do budoucna. Věřím, že v tomto roce, kdy se aktuálně celý trh s ocelí pozitivně vyvíjí jak na straně poptávky, tak cen, dále umožní další investice i v letech následujících.“



Ocelové profily JÄKL nacházejí uplatnění ve stavebnictví, ve strojírenském a automobilovém průmyslu i v zemědělství. Závod v Karvině jimi zásobuje prakticky celou Evropu. K jejich přednostem patří všeobecně uznávaná špičková kvalita, jejíž součástí jsou nejenom přesné rozměry či spolehlivost dodávek. Součástí poskytovaných služeb je profesionální klientský servis spočívající také ve vysoké míře flexibility podle potřeb zákazníka či komplexním zajištění logistiky. Provoz v Karvině v sobě sdružuje

výhody tradice sahající až do roku 1918, s dlouhodobými zkušenostmi lidí, kteří zde profily JÄKL vyrábějí, i zapojení nejmodernějších a kvalitních technologií a postupů. Pro úplnost: z celkové produkce firmy ArcelorMittal Tubular Products Karviná tvoří profily značky JÄKL přibližně 70 %. V současnosti podnik v Karvině zaměstnává více než 250 zaměstnanců, z nichž většina je kmenových. Ve městě patří k nejstabilnějším subjektům a vyznačuje se minimální fluktuací. (tz)



PENNY, Sokol a Asociace školních klubů

chtějí rozhýbat děti

Česká obec sokolská, Asociace školních sportovních klubů a společnost PENNY se společně rozhodly podpořit návrat našich dětí ke sportu. Právě proto 22. dubna odstartoval projekt Hýbeme se hezky česky. Během přihlašovací fáze, která se uskutečnila v dubnu a květnu, se o finanční a materiální podporu ve výši přes pět milionů korun přihlásily stovky týmů po celé zemi. Nyní bude veřejnost v internetové hlasování rozhodovat o finalistech projektu.

„Potěšilo nás, kolik týmů se začalo hlásit hned po zahájení projektu. Ukázalo se, že spojení Sokola a školních týmů, které mají širokou základnu a napojení na velký počet klubů, se projevilo jako dobrá volba. Naším cílem je odměnit a podpořit stovky týmů ve 155 mikroregionech po celé zemi,“ shrnul první fázi projektu Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu společnosti PENNY. Právě zapojení obou zmíněných organizací je garantem toho, že se pomoc dostane na správná místa. Vždyť AŠSK sdružuje na 2500 školních sportovních klubů, v nichž je organizováno přes 150 000 dětí, a Sokol má po celé České republice více než 1000 jednot se zhruba 160 000 členy, z nichž asi polovina je mladších 18 let. „Naše činnost je postavena na jednotlivých oddílech, což je mimořádně důležitý mikrosvět Sokola. Když za námi přišla společnost PENNY s projektem Hýbeme se hezky česky, tak to u nás velmi pozitivně rezonovalo a byli jsme tou myšlenkou nadšeni. Velmi rádi jsme se do projektu zapojili, protože podpora, která míří přímo k základním složkám našeho spolku, je strašně důležitá, a peněz, obzvláště v této covidové době, je skutečně málo. I zpětná vazba ze sokolských jednot byla pozitivní a do projektu se moc rády přihlásily,“ řekl výkonný ředitel České obce sokolské Marek Tesař. Smysluplnost a velký potenciál projektu potvrdila také prezidentka AŠSK ČR Svatava Ságnerová: „Právě v situaci, kdy restartujeme sportování

dětí, byť při zachování hygienických opatření, může být projekt Hýbeme se hezky česky pro školní sportovní kluby velmi silným impulzem, díky kterému se mohou třeba během prázdnin připravit na návrat ke sportu. Díky tomuto projektu lze pořídit například nové sportovní vybavení, což bude pro děti bezesporu motivující, a až se do škol vrátí, mohou si užít své oblíbené aktivity naplno. Vždyť to v září vlastně bude rok a půl, co se dětský sport ve školách nemohl pořádně realizovat...“

V průběhu června bude veřejnost hlasovat na internetových stránkách www.hybemsehezkycesky.cz, a určí tím tři finalisty v každém mikroregionu, kteří se utkají v závěrečném hlasování o výši konečné podpory. Ve finálovém hlasování přímo v prodejnách PENNY v průběhu září se pak rozhodne o tom, který tým v každém mikroregionu obdrží jako vítěz finanční podporu ve výši 15 000 korun, přičemž i druhý a třetí tým v pořadí obdrží finanční podporu 5000 korun. Všichni finalisté pak dostanou také balíčky zdravé výživy z produktů PENNY. Celkem se tak na podporu může těšit 465 sportovních klubů doslova po celé České republice. Čtyři ze zapojených týmů navíc získají zážitkovou cenu, kterou je aktivní účast na natáčení reklamy PENNY a šance fandit SK Slavii Praha na vybraném domácím zápase ve VIP boxu. „Vedle finanční a materiální podpory chceme dát týmům možnost prožít něco, co běžně nemohou, a dát jim zážitek, který si zkrátka za peníze nekoupíte. Myslíme si, že právě možnost zahrát si v reklamě nebo si užít zápas úspěšného týmu ve VIP boxu může být pro zapojené týmy zážitkem na celý život,“ komentoval Vít Vojtěch.

Cílem projektu Hýbeme se hezky česky je podpořit návrat dětí ke sportu. Důvod je v dnešní době jednoduchý. Nejruznější omezení trvají déle než rok, a z tohoto důvodu zavřená sportoviště společně s omezením pohybu mají na zdravý vývoj dětí zásadní vliv. „Pokud chceme, aby se děti opět s chutí vrátily na sportoviště a k pohybu, musíme zvolit správný přístup, aby-



chom na dětech nenapáchali více škody než užítku. V první řadě je nutné začít stavět na tom, co děti dělaly předtím, a nyní to dále krok za krokem rozvíjet způsobem, který je zaujme. Velkou roli v motivaci k návratu ke sportu hraje škola, rodina, kamarádi či jiný kolektiv,“ upozornila psycholožka PhDr. Lenka Čadová a potvrdila, že návrat dětí ke sportu nebude u řady z nich snadný: „Určitě se budou těžko vracet děti v pubertálním věku. Je to i přirozené, protože u nich nastává zásadní fáze změny. Právě v tomto období bychom měli děti co nejvíce podpořit, protože lenost a izolace zastavila jejich potřebu se vrátit zpátky k tomu, co dělaly předtím. U mladších dětí bude návrat snazší, neboť je pro ně přirozené energii vydávat, chtějí se hýbat. Tělo, které se nehýbe, stagnuje, a to nejen fyzicky, ale i duševně.“

Projekt na podporu restartu mládežnického sportu v médiích podpořili i úspěšní čeští sportovci. Jedním z nich je Vladimír Šmicer, bezesporu jedna z nejvýraznějších osobností českého fotbalu. Skvělou službu dětskému sportu odvádí nejen jako předseda fotbalového klubu SK Dolní Chabry, ale i tím, že jeho příběh kluka, který se z malého vesnického klubu dostal až do těch nejvyšších pater světového fotbalu, dává dětem ten nejlepší příklad. Za základ všeho považuje pravidelný pohyb. „Jsem sportovec a vůbec si nedovedu představit, že bych nesportoval, ať už v jakékoliv době, tedy i té covidové. Když jsem byl osloven, zdali bych svým příkladem v rámci projektu Hýbeme se hezky česky nechtěl pomoci rozhýbat celé Česko, vůbec jsem neváhal. Chci jít příkladem a přispět k tomu, abychom v Česku jen neseděli doma, ale aby lidé byli venku a sportovali – dospělí i děti, výkonnostní sportovci i ti, kteří sportují jen tak pro radost. Prostě všichni,“ vysvětlil Vladimír Šmicer.

Podporu projektu vyjádřil i fotbalista a nejlepší střelec historie české fotbalové reprezentace Jan Koller. „Znám vesnický fotbal skutečně

velmi dobře a aktuálně ho nejvíce sužuje to, že je na vesnicích málo dětí, protože rodiny se dnes stěhují spíše do větších měst za práci. Dětem je potřeba vymyslet program a motivovat je, aby se do sportu, což je na vesnicích nejčastěji fotbal, zapojily a neseseděly raději u počítače. Je to i o tom, aby se našel trenér, který má chuť s dětmi pracovat, vyhledávat je a motivovat k tréninku. Přál bych dětem, aby si hrály jako my, když jsme byli malí,“ pověděl Jan Koller a k úloze dospělých dodal: „Role rodičů i trenérů je zásadní a jsou to právě oni, kdo teď musí děti motivovat k návratu ke sportům, kterým se věnovaly před pandemií. Rodič se musí v první řadě dívat na to, aby dítě bylo u sportu šťastné a aby mu něco dával. Když pak rodič zjistí, co dítě baví, tak ho dále podporovat, a ne mu to znechucovat, jak to někdy vidím u rodičů při fotbale. Pravda, to se děje spíše už v profesionálních mládežnických klubech. Já se v pozici rodiče takto snažím podporovat své dcery. Jedna dělá gymnastiku, druhá sporty střídá – hraje tenis, volejbal a vesluje.“

Také pro Davida Svobodu, olympijského vítěze v moderním pětiboji z Londýna 2012, je sport doslova životním stylem a nedokáže si život bez něj představit. Právě pozitivní přístup je podle něj nejlepším receptem, jak po dlouhé pauze opět vrátit děti na sportoviště. „Nejlepší je vytvářet příležitosti, přičemž největší vliv na děti mají samozřejmě jejich rodiče. Ideální je, když je tady spolupráce se školou, a současně dostatek pozitivních příkladů, které dětem ukazují sport jako skvělou zábavu, která vede ke zdraví a štěstí,“ podotkl David Svoboda a pokračoval: „Je to skvělá myšlenka, která cílí i do těch nejmenších klubů. Jako by ten projekt podporoval každé jedno sportující dítě. Takovým aktivitám velmi rád pomáhám.“

Ambasadory projektu se pak stali mladí sportovci České obce sokolské šermíř Alexander Choupenitch, atletka Barbora Malíková nebo florbalista Filip Langer. (red) ■■■



Vladimír Šmicer, předseda fotbalového klubu SK Dolní Chabry

Platforma Vize 0 obdržela Národní cenu za společenskou odpovědnost

V květnu tohoto roku převzal člen představenstva pojišťovny Kooperativa a ředitel Platformy Vize 0 Martin Laur Národní cenu za společenskou odpovědnost, kterou za svoji dosavadní činnost v oblasti bezpečnosti silničního provozu obdržela Platforma Vize 0.

Založení Platformy Vize 0 iniciovala v roce 2018 Nadace Kooperativy. Kooperativa je díky své Nadaci velmi aktivní v podpoře projektů v neziškové sféře, která pomáhá lidem ve složitých životních situacích a také se snaží těmto situacím předcházet. Platforma Vize 0 je sdružení firem a institucí, které společně připravují a podporují

projekty zaměřené na bezpečnost silničního provozu.

„Problematickou bezpečnosti silničního provozu v rámci Vize 0 chápeme komplexně. Naším cílem je realizovat nebo podpořit preventivní programy pro nejohroženější skupiny účastníků silničního provozu. Nepopírám, že vzor jsme si vzali ve Švédsku, kde podobná platforma působí již deset let. Pokud se nám podaří zabránit některým zbytečným nehodám, budeme spokojeni. A velkou výzvou je samozřejmě i snížit počet usmrčených na českých silnicích. Každý zachráněný život pro nás bude úspěch,“ představil strategii Platformy Vize 0 Martin Laur. Mezi hlavní projekty, které Platforma Vize 0 podporuje nebo realizuje, patří Start Driving,

Moje Vize Nula, Neriskuj krk, Senior bez nehod nebo Jedu s dobou.

Společenská odpovědnost (Corporate Social Responsibility) a udržitelný rozvoj jsou v současnosti chápány jako strategie moderního managementu. Posláním Národní ceny České republiky za společenskou odpovědnost, kterou vyhlašuje Rada kvality České republiky, je podpořit společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj prostřednictvím zpětné vazby, kterou organizacím poskytne hodnocení nezávislou stranou. Rada kvality České republiky za tím účelem převzala od Evropské nadace pro management kvality (EFQM) schéma uznávání „Committed to Sustainability“ – závazek k udržitelnosti.



Martin Laur, člen představenstva pojišťovny Kooperativa a ředitel Platformy Vize 0

Chuť investovat je výsadou rodinných firem

Rodinné firmy se ukázaly již druhým rokem jako opravdový tahoun při zvládání koronavirové krize. Přestože některé z nich musely v důsledku pandemie odložit nebo zrušit část plánovaných investic, naprostá většina rodinných firem počítá, že by investovala do rozvoje v následujících třech letech. Krize rovněž upevnila rodinné vztahy. Tyto klíčové výstupy vyplývají z hlavních zjištění letošního jarního průzkumu agentury IPSOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR, který proběhl formou mixu telefonického a e-mailového dotazování 200 rodinných firem napříč obory a regiony České republiky. Zveřejněním průzkumu tak startuje jubilejní 10. ročník soutěže o nejlepší rodinné firmy Equa bank Rodinná firma roku, který organizuje AMSP ČR s cílem ocenění a zviditelnění malých a středních rodinných firem.

„Schopnost rychle reagovat na změny a udržet si zaměstnance je výsadou rodinných firem. Nejen proto jsem rád, že se definicí rodinných firem podařilo nastartovat systematickou podporu těchto podniků, která, jak ukazuje praxe, pomáhá s rozvojem regionů a drží hospodářství

i v krizových dobách,“ řekl vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček.

Čtvrtina rodinných firem považuje svou situaci z hlediska odbytu na domácím trhu, obratu či ziskovosti firmy za lepší než před koronavirovou krizí. Dvě třetiny rodinných firem také uvádějí, že počet jejich zaměstnanců zůstal stejný jako před krizí. Schopnost rychle reagovat na změny a udržet si zaměstnance je výsadou rodinných firem.

Na 61 % rodinných firem však muselo odložit nebo zrušit alespoň část plánovaných investic. Nejčastěji byly předmětem úspor investice do nových strojů a technologií či do rekonstrukce stávajících prostor. Právě do těchto oblastí naopak nejčastěji vynakládaly prostředky firmy, na jejichž investice neměla pandemie vliv.

Firmy mají nachystané investiční záměry, zajímavé je zaměření na zelené investice a energetické úspory. Jejich rychlé oživení může ovlivnit šikovná státní podpora. Investice do testování (na covid-19) byly hlavním neplánovaným výdajem rodinných firem. Dále oproti původním předpokladům rodinné firmy investovaly více do marketingu a online komunikace. „Majitelé ukázali, kde leží jejich priority – nejdříve zaměstnanci, a potom rozvoj obchodu,“ uvedl Libor Musil, místopředseda představenstva

AMSP ČR a garant asociálního projektu Rodinná firma. Pětina rodinných firem využila investičních pobídek od státu. Třetina firem pobídky zatím nevyužila s tím, že to mají v plánu (kromě standardních dotací plánují využívat i dotace na zelenou energii a udržitelnost). „Pokud spojí síly vláda a rodinné firmy, ekonomika ožije. Výsledky průzkumu jsou přímým návodem pro vládu, které oblasti investic by se aktuálně měly podpořit,“ dodal Libor Musil.

Téměř polovina zástupců rodinných firem je optimistická, co se týká výhledu na následujících 12 měsíců, ať už jde o celkovou ekonomickou situaci v ČR (48 %), nebo ekonomickou situaci pro jejich firmy (51 %). Naprostá většina rodinných firem (83 %) také plánuje investovat do rozvoje firmy v následujících třech letech. Vyjma již zmíněných investic do strojů a do rekonstrukce prostor (které musely být často v uplynulém roce odloženy), chtějí investovat do vzdělávání nových zaměstnanců či rozvoje produktů. Od těchto investic si nejčastěji slibují vyšší ziskovost firmy či vyšší efektivitu. Vzdělání lidí s novými produkty z inovovaných digitálně řízených technologií a v renovovaných objektech jsou budoucí obraz české rodinné firmy. Od investic si zástupci rodinných firem slibují především vyšší zisky a efektivitu. Pokud by měly investice ovlivnit po-

čet zaměstnanců, tak jediné ve smyslu zvýšení jejich počtu. K redukci jejich počtu se chystá minimum firem. Rodinné firmy nezatěžují sociální systém, naopak mu ulehčují.

Podle zástupců rodinných firem by měl stát tento segment podporovat cíleněji. Podpora by měla být ve formě nižších odvodů, odečítání investic ze základu daní či cílených dotačních podpor pro rodinné firmy. Ukazuje se tak historická možnost vsadit při obnově na naše podnikatele. Každá koruna investovaná do rodinných firem zůstává doma a v rukou českých hospodářů.

Dle zástupců rodinných firem se díky koronavirové krizi rodinné vztahy spíše zlepšily. Naprostá většina z nich (84 %) také souhlasí s tím, že díky pandemii si více váží své firmy, kterou jako rodina společně vybudovali. Semknutí rodin vlastníků znamená stabilitu. Schopnost předávat za krize firmu nástupcům znamená vyspělost. Očekávaný vliv převzetí na provoz firmy a investice ve firmě není zcela jednoznačný. Ti, kteří očekávají vliv na investice u nové generace, nejčastěji zmiňují větší zaměření na digitalizaci výrobních a prodejních procesů. Nástupci se nebudou hnát do rizik bezhlavě a vsadí na modernizaci. Do rodinných firem přichází nový svěží vítr. Vyrostla generace úspěšných podnikatelů. (tz)

Kurz mediace pro patentové zástupce

Vzdělávací modul č. IV specializačního studia Mediace pro patentové zástupce – 60hodinový kurz



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

Program

■ **23.–24. 9. 2021** Mgr. Tereza Hanajová: Mediace a jednotlivé fáze mediačního procesu, mediační školy a styly

■ **7.–8. 10. 2021** Mgr. Tereza Hanajová: Základy mediačních technik a dovednosti mediátora, mlčenlivost

■ **21. 10. 2021** PhDr. Lenka Poláková: Zvládání stresu a negativních emocí v práci mediátora

■ **22. 10. 2021** Mgr. Robin Brzobohatý: Komunikační dovednosti v procesu alternativního řešení sporů

■ **4.–5. 11. 2021** JUDr. Martina Doležalová: Specifické situace při mediaci a jejich řešení

■ **4.–5. 11. 2021** PhDr. Andrea Matoušková: Specifické situace při mediaci a jejich řešení

■ **18.–19. 11. 2021** Mgr. Tereza Hanajová: Komplexní praktická cvičení komunikačních dovedností mediátora

Lektorský tým

JUDr. Martina Doležalová, Ph.D., je advokátkou a zapsanou mediátorkou, vedoucí sekce ADR při České advokátní komoře (ČAK), lektorkou mediace na ČAK, předsedou zkušební komise u státních zkoušek z mediace na Ministerstvu spravedlnosti ČR i ČAK, vedoucí lektorského týmu a spoluautorka komentáře k zákonu o mediaci (C.H.BECK), členkou pracovní skupiny k mediaci při Ministerstvu spravedlnosti ČR.

PhDr. Andrea Matoušková se věnuje tématu mediace od roku 1995 se specifickým zaměřením na její uplatnění v rámci projednávání trestních pří-

padů (mediace mezi pachatelem a obětí trestného činu). Vystudovala FF UK obor sociální práce, kde přednáší téma restorativní justice. Posledních 25 let se podílí na rozvoji praxe probace a mediace u nás. Od roku 2000 je zaměstnancem Probační a mediační služby, kterou od roku 2016 z pozice ředitelky řídí. Publikuje, věnuje se lektorské činnosti v oblasti tréninku komunikace a dovedností potřebných pro vedení procesu mediace.

Mgr. Tereza Hanajová je zapsanou mediátorkou s výcvikem a zkušenostmi ve facilitativní a transformativní mediaci. Mediace také školí, podílí se na výuce mediace na Právnické fakultě Univerzity Karlovy a věnuje se mezinárodním soutěžím, jak v roli soudce, tak například jako koučka pražského mediačního týmu na soutěži CDRC Vienna.

PhDr. Lenka Poláková je absolventkou FF Univerzity Palackého v Olomouci, obor jednooborová psychologie. Je zakladatelkou a vedoucí Mediačního centra Olomouc (více než 2500 mediačních hodin z ní dělá jednoho z nejvytíženějších českých mediátorů). Absolvovala Komplexní výcvik v mediaci u Asociace mediátorů ČR, kde v roce 2010 úspěšně složila akreditační zkoušku. V roce 2011 absolvovala mezinárodní výcvik pokročilých technik mediace. V roce 2012 byla vybrána do mezinárodního výcviku v mediaci pro řešení přeshraničních rodinných sporů. Je absolventkou výcviku v transformativní mediaci v Itálii, v roce 2015 získala mezinárodní certifikaci v Transformativní mediaci. Od roku 2012 je certifikovaným facilitátorem unikátní facilitativní metody v prostoru Visegrádské čtyřky. Od roku 2014 je zapsaná v seznamu mediátorů u Ministerstva spravedlnosti.

Mgr. Robin Brzobohatý je absolventem FF Univerzity Palackého v Olomouci, obor sociologie a andragogika, Cyrilometodějské teologické fakulty a CARITAS VOŠs v oboru sociální práce. Aktuálně je doktorandem právnické fakulty Ma-

sarykovy univerzity v Brně. Od roku 2006 působil v roli mediátora v bezmála 3000 mediačních kauz. Mezi lety 2015 a 2020 působil jako vedoucí mediačního programu na Úřadu pro mezinárodní právní ochranu dětí v Brně. V roce 2011 s kolegy zakládal Mediační Centrum Olomouc, kde dosud působí jako mediátor. Od roku 2018 je také mediátorem v Mediačním centru Brno. Je rovněž zkušebním komisařem Ministerstva spravedlnosti ČR pro zkoušku mediátora podle zákona 202/2012 Sb. o mediaci. V roce 2014 podle stejného zákona složil zkoušku mediátora. V roce 2018 úspěšně získal certifikaci mediátora v USA. Je jedním ze zakládajících členů EATM – European Association of Transformative Mediation a členem její správní rady. Mediace vyučuje na Právnické fakultě Karlovy univerzity i na Právnické fakultě Masarykovy univerzity.

Cena kurzu a organizační záležitosti:

Cena kurzu je stanovena na částku 29 900 Kč za jednoho účastníka. Přihlášky posílejte e-mailem na adresu info@ipmediace.cz, kde vám registraci na kurz obratem potvrdíme. **Přihlášky je nutné podat nejpozději do 30. 6. 2021.** Záloha ve výši 50 % je splatná spolu s podáním přihlášky, doplatek nejpozději do 15. 9. 2021. Platby, prosím, poukazujte na náš účet č. 440655/5500 vedený u Raiffeisenbank, a.s. Po připsání celé částky obdržíte daňový doklad (nejste plátcí DPH). Kurz bude probíhat prezenčně na Úřadu průmyslového vlastnictví, vždy od 9 hodin do 15.00 hod. Účastníci kurzu obdrží certifikát, který je bude opravňovat k zápisu do seznamu IP mediátorů vedeného IP mediačním centrem Praha, zapsaný ústav. Pro zápis do seznamu zapsaných mediátorů podle zákona č. 202/2012 Sb., o mediaci je nutno vykonat zkoušku organizovanou Ministerstvem spravedlnosti ČR nebo Českou advokátní komorou pro advokáty. Účastníkům budou v průběhu kurzu poskytnuty praktické informace k těmto zkouškám. Účastníkům budou v průběhu kurzu poskytnuty praktické informace k těmto zkouškám. Kurz je otevřen i dalším zájemcům o mediace z řad odborné veřejnosti. ■

IP mediační centrum Praha, zapsaný ústav,



je právnická osoba
ustavená podle § 402
a násl. zákona
č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění

pozdějších předpisů. Posláním ústavu je provozování společensky užitečné činnosti v oblasti ochrany duševního vlastnictví a alternativního řešení sporů (ADR) v této oblasti, zejména formou mediací, jakož i vzdělávací, publikační a výzkumná činnost s tím související. Mezi hlavní činnosti ústavu patří zprostředkování poznatků o ochraně duševního vlastnictví, know-how a obchodního tajemství, jakož i nekalé soutěže, a způsobech alternativního řešení sporů (ADR) formou mediací malým a středním podnikům a další odborné veřejnosti. IP mediační centrum Praha zajišťuje vysoce kvalitní proškolení a vede seznam kvalifikovaných IP mediátorů, připravených vést náročné spory v oblasti duševního vlastnictví, zejména v oblasti průmyslových práv. Ústav je schopen ve spolupráci s Českou advokátní komorou, Komorou patentových zástupců, ÚPV, WIPO, EUIPO a dalšími odborníky na mediace připravit kvalifikované IP mediátory pro tuto oblast.



JUDr. David Karabec, MPA, LL.M.
ředitel IP mediačního centra Praha,
zapsaný ústav
tel: +420 602 331 905
e-mail: info@ipmediace.cz
www.ipmediace.cz

Partneři IP mediačního centra Praha, zapsaný ústav





Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Prestižní ocenění pro podporovatele kvality: Ambassador kvality České republiky



Česká společnost pro jakost vyhlašuje nový, již 4. ročník, soutěže Ambassador kvality ČR. Díky spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR se do soutěže bude moci zapojit daleko více firem než dosud. Soutěž původně určená pouze firmám neušla také pozornosti veřejného sektoru, což bylo jasným signálem k modifikaci kritérií, která tak byla samostatně nastavena nejen pro podnikatelský, ale i veřejný sektor. Účast v soutěži nabízí všem organizacím nezávislé posouzení, a je tak vítanou a vhodnou zpětnou vazbou pro jejich vedení, že je na dobré cestě k úspěchu. Toto platí zvláště pro současné krizové, nebo snad už po krizové období.

Ambasador kvality ČR

Česká společnost pro jakost dlouhodobě usiluje o rozvoj a popularizaci nástrojů managementu kvality a systémů řízení. Podporou rozvoje kvality chce tak přispívat i k ekonomickému úspěchu firem v České republice. Právě proto byla vyhlášena tato soutěž, která letos vstupuje do dalšího ročníku a je založena na posouzení nejen současných ekonomických výsledků organizací, ale především na posouzení přístupu firmy ke kvalitě jako k fenoménu, který je nezbytným předpokladem pro dlouhodobou úspěšnost.

Kvalita v tomto programu oceňování není však chápána pouze jako souhrn přístupů, které vedou k zajištění podmínek pro výrobu kvalitních produktů či poskytování kvalitních služeb, ale zahrnuje i další aktivity, mezi které patří například aktivní propagace a komunikace kvality u všech důležitých zainteresovaných stran, inovace produktů, odpovědný a udržitelný přístup k podnikání.

V rámci ocenění je hodnoceno pět oblastí. První oblast je zaměřena na ekonomické ukazatele. Druhá oblast nazvaná „ocenění za kvalitu“ se zaměřuje na to, jaká ocenění v oblasti kvality organizace již získala, jaké má akreditované certifikáty, a případně jaká personální „kvalitářská“ ocenění mají pracovníci organizace. Třetí, nejvíce hodnocenou oblastí, jsou „aktivity organizace na podporu kvality“. Tam patří například zapojení do národních či mezinárodních profesních organizací, organizování odborných akcí, publikační či přednášková činnost pracovníků. Čtvrtá oblast se týká udržitelného rozvoje a ochrany životního prostředí a poslední oblast na ochranu spotřebitele. Mezi ambasadory kvality a úspěšné držitele ceny se zařadily firmy jako Koyo Bearings Česká republika, s.r.o., Albert Česká republika, s.r.o., ŠKODA AUTO, a.s. nebo Makro Cash&Carry ČR s.r.o. Ve veřejném sektoru se

ambasadory kvality staly Statutární město Děčín, Úřad městské části Praha 10, Fyzikální ústav AV ČR v.v.i./pracoviště ELI Beamlines, Úřad průmyslového vlastnictví, město Hranice nebo Dopravní podnik hl. m. Prahy, a.s.

Soutěž se snažili organizátoři nastavit pro uchazeče co nejméně administrativně náročnou. Organizace vyplní jednoduchý dotazník, který je zpřístupněn na internetových stránkách České společnosti pro jakost. Kvalifikování hodnotitelé provedou posouzení údajů uvedených v dotazníku. U prvních šesti organizací, dle vyhodnocených dotazníků, proběhne jednodenní ověřovací posouzení na místě.

První tři organizace v rámci slavnostního vyhlášení obdrží věcný dar, organizace na čtvrtém až šestém místě budou rovněž slavnostně vyhlášeny a obdrží diplomy. Všechny zúčastněné získají pamětní list a poděkování.

Organizace za účast v první fázi soutěže nic neplatí. Zpoplatněna je druhá fáze, kdy organizace, u kterých bude provedeno hodnocení na místě, zaplatí poplatek za hodnocení ve výši 18 000 Kč navýšený o skutečné cestovní náklady hodnotitelů. V případě veřejného sektoru je poplatek nižší a činí 15 000 Kč.

Vyhlášení vítězů se uskuteční v rámci slavnostního večera pořádaného při příležitosti konání pravidelné podzimní Mezinárodní konference kvality na začátku prosince tohoto roku.

Cena inovací

Jelikož kvalita a inovace mají k sobě blízko, ČSJ se angažuje také na poli inovací, a to v roli organizátora národního kola mezinárodní ceny inovací – Quality Innovation Award. V této soutěži mohou české firmy porovnávat své inovace v mezinárodním měřítku, hodnotí se především inovativnost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na



Na jedné z tiskových konferencí informují David Kubla, manažer komunikace České společnosti pro jakost, a Ing. Petr Koten, MBA, výkonný ředitel České společnosti pro jakost, o poslání soutěže Ambassador kvality

zákazníka. Poslední ročník patřil z českého pohledu k neúspěšnějším.

Cena je vyhlašována ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu a je určena všem typům organizací. Podle slov výkonného ředitele České společnosti pro jakost Petra Kotena jsou inovace jednou z cest, jak posunout zaměření celé české ekonomiky a udržet krok s vyspělým světem. Jak dodal k výsledkům posledního ročníku: „Máme velkou radost z mimořádného úspěchu českých firem v soutěži, oceněné organizace dělají výbornou reklamu celé České republice. Věřím, že jejich cestu budou v chystaném ročníku ceny následovat další organizace.“

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

Ocenění pro fyzické osoby

ČSJ však neuděluje profesní ceny pouze organizacím, ale i fyzickým osobám. Mezi ty nejprestižnější patří Cena Anežky Žaludové, čestné ocenění určené osobnostem, které se mimořádným způsobem zasloužily o rozvoj péče o kvalitu

v naší zemi. Další vyhlašovanou cenou pro fyzické osoby je ocenění Manažer kvality roku. Jde o ocenění, jehož cílem je ve spolupráci s Evropskou organizací pro kvalitu ohodnotit výsledky manažerů kvality a ty veřejně prezentovat, a poskytnout tak příklad ostatním odborníkům na poli kvality. Třetí cenou pro fyzické osoby je cena CSR Guru, která je udělována fyzickým osobám za konkrétní přínos pro podporu šíření myšlenek a principů společenské odpovědnosti a cílů udržitelného rozvoje.

Cena za návrat do života

Významná je rovněž Cena za návrat do života, ta je udělována všem typům organizací, které významným způsobem přispívají k návratu duševně či tělesně postižených lidí do běžného pracovního a rodinného života.

Přihlášky do všech soutěží je možné podávat od začátku června do 30. září tohoto roku. Podrobnější informace, včetně přihlášek do soutěží vyhlašovaných Českou společností pro jakost, najdete na webových stránkách www.csj.cz.

Petr Koten k tomu poznamenal: „Rádi bychom apelovali na všechny firmy i organizace veřejného sektoru, které „dobře fungují a fandí kvalitě“, aby zvážily svoji účast v letošním ročníku této soutěže a nebalý se zviditelnit.“ (tz)

ENCELADUS je inovativní a ekologické řešení



SATTURN Holešov spol. s r.o. se stala držitelem značky CZECH MADE na svou jedinečnou a inovativní službu ENCELADUS – systémová telemetrie pro soustavy domovních čistíren odpadních vod.

SATTURN Holešov spol. s r.o. byla založena roku 1992 a je významnou rodinnou firmou se sídlem ve Zlínském kraji. Působí zejména v oboru elektrotechnických komunikací a informačních technologií ve spojení s projekty v oblasti ochrany životního prostředí.

Nosnými produkty firmy jsou výstavba a provoz datových sítí, systémů pro varování obyvatelstva, kabelové televize a obecních infokanálů. Systémový monitoring a telemetrie se zaměřením na soustavy čistíren odpadních vod je nová dynamicky se rozvíjející aktivita.

V současné době společnost udává celorepublikový trend v oblasti decentralního čištění odpadních vod s telemetrickým řídicím systémem na venkově a odloučených místních částech měst, kde je ekonomicky neefektivní budovat centrální kanalizační systémy.

Systémová telemetrie ENCELADUS je inovativní a ekologické řešení, jehož podstatou jsou obecní soustavy domovních ČOV s chytrou telemetrií, které jsou provozovány jednou odborně způsobilou osobou prostřednictvím služby ENCELADUS. Tato technologie umožňuje budování obecních soustav domovních ČOV propojených online monitoringem s možností vzdáleného řízení provozních stavů jednotlivých čistíren.

Firma do současnosti instalovala v České republice telemetrii ENCELADUS do více než 400 domovních čistíren odpadních vod ve dvanácti obcích.

SATTURN Holešov je také hrdým nositelem několika ocenění: Vizionář 2019, Inovace roku 2019, Rodinný podnik, druhé místo v Mezinárodní ceně inovací v kategorii Cirkulární ekonomika a uhlíková neutralita, druhé místo v soutěži Egovernment The Best 2020 a cena Strait of Magellan Award za inovace a průzkum. V letošním roce 2021 se stala držitelkou značky CZECH MADE na své chytré měření stavu čistíren odpadních vod ENCELADUS. (tz)

www.enceladus.cz

České prodejny potravin na základě pandemie rostly

Pandemie koronaviru se výrazně promítla do rostoucích tržeb malých prodejen potravin. Ty proto věří, že by mohl dále brzdit proces jejich ubývání. Pro udržení nových zákazníků se chtějí zaměřovat na tři hlavní faktory. Klíčová je především politika trvale nízkých cen na úrovni těch akčních v zahraničních řetězcích. Prodejny se chtějí soustředit také na celkovou modernizaci směrem k optimalizaci nákladů a atraktivnějšímu vizuálu. Řešením pro budoucnost je též synergie online nákupu a kamenných prodejen.

Zatímco řada odvětví kvůli pandemii koronaviru klesala, jednou z výjimek byly menší prodejny potravin, zejména pak na venkově. Důvodem byla především nižší mobilita obyvatel spojená s protiepidemickými opatřeními. Spotřebitelé tak v menší míře mířili do krajských či okresních měst a tamních zahraničních řetězců. Tento trend potvrzují i statistiky Družstva CBA, kterému loňské maloobchodní tržby vzrostly o 20 % na 2,34 miliardy korun.

„Nárůst tržeb jsme evidovali řádově u stovek vesnických prodejen v naší síti. Priority spotřebitelů se přirozeně změnila, a ti tak začali preferovat prodejny v bezprostřední blízkosti svého bydliště. Velké procento z nich zároveň zjistilo, že i prodejní plochou menší obchod může nabídnout širší sortiment než zahraniční řetězec,“ řekl předseda Družstva CBA Roman Mazák s tím, že pokud už u některých prodejen ze sítě obrat klesl, šlo o ty, které byly situovány

ve větších městech. Podle Romana Mazáka je přitom aktuálně důležité, aby se malé prodejny snažily své zákazníky udržet. Způsobů, jak toho dosáhnout, vidí přitom několik.

Naprosto zásadní je podle něj cenová politika. „Klíčem k udržení zákazníků je nastavení trvale nízkých cen, které jsou na hodnotě těch akčních u velkých řetězců. Během pandemie to možná nemusel být klíčový faktor, nicméně mimo ni platí, že cena u většiny spotřebitelů stále rozhoduje. Pokud tedy zaznamenají, že díky nízkým cenám v menší prodejně, která je blíž jejich bydliště, utratí méně než supermarketu, nebudou mít důvod se do velkého řetězce vrátit,“ sdělil Mazák s tím, že pro menší prodejny není ideální cestou využívání slevových letáků.

Ty totiž implikují až extrémně snížené ceny, často pod hodnotou těch nákupních, které však menší prodejny ve své strategii nevyužívají. „Pokud jsou naše běžné ceny nižší, ty akční nemůžeme logicky o tolik snižovat, letáky se proto snažíme do budoucna postupně omezovat. Zároveň menší prodejny tento způsob marketingu nemůže přilákat stále zákazníky, motivuje totiž spotřebitele pouze k jednorázovému nákupu akčních položek, což pro nás není cesta,“ řekl Roman Mazák.

Jako další zásadní faktor pro udržení zákazníků pak vidí i modernizaci jednotlivých prodejen. Řada spotřebitelů totiž, pokud má na výběr, často volí prodejnu čistě podle vizuálního dojmu. I proto CBA pomocí takzvaného remodelingu modernizuje zhruba patnáct prodejen ročně. Kromě modernějšího vizuálu do nich in-

staluje také nejnovější software nebo obměňuje vybavení novými regály, lednicemi či osvětlením. Prodejny ve finále vypadají nejen lépe, ale zároveň mají optimalizované výdaje, což zajišťuje jejich ekonomické přežití do budoucna.

Ačkoliv během pandemie výrazně vzrostla četnost online nakupování, podle Mazáka venkovské prodejny s tímto segmentem v budoucnu nebudou muset příliš soupeřit. Model online nakupování je totiž na venkově neudržitelný. „Pokud má venkovská prodejna nasmlouvaných třeba sedm regionálních pekařů, nemůže jí celorepublikový e-shop dlouhodobě konkurovat. Pokud bude e-shop chtít s těmito pekaři spolupracovat, velmi brzy zjistí, že to není možné, poněvadž se zaměřují pouze na určitý region. Praxe ukazuje, že taková spolupráce sice v některých případech funguje, nicméně online prostředí má ve srovnání s menší vesnickou prodejnou regionální nabídku stále extrémně omezenou,“ osvětlil Roman Mazák.

Zároveň ale vidí pro lepší konkurenceschopnost vesnických obchodů nutnost určité synergie mezi online službami a kamennou prodejnu. Ideální je podle něj možnost online objednání zboží a jeho následného vyzvednutí na prodejnu. Ta by tak fungovala jako výdejní místo, na kterém je možné případně další zboží pohodlně dokoupit. „I v malých prodejnách se objevují desítky novinek týdně, ve finále mohou pracovat i s 5000 položkami. Pokud člověk chce vyzkoušet nějakou novinku, je pro něj mnohem jednodušší projít se kolem regálu a prohlédnout si nové položky pospolu. Nehledě na to, že při klikání na internetu spotřebitel

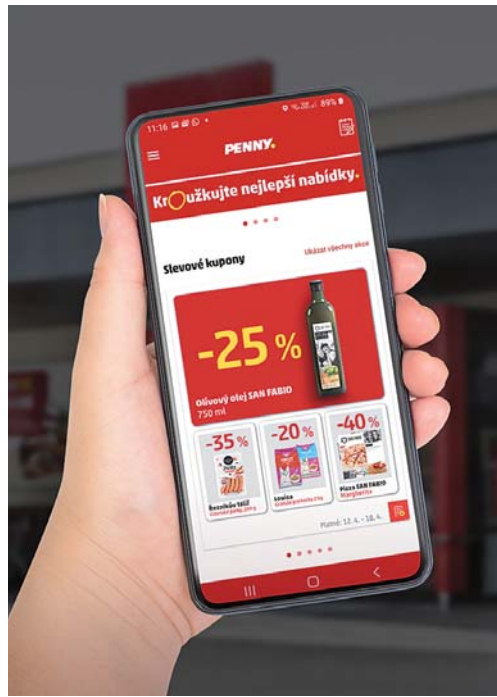
často zapomene objednat všechny produkty, které chce. Při vyzvednutí v prodejně to tak může napravit,“ sdělil.

U těžších a trvanlivějších položek, jako jsou například balené vody či pivo, by pak existovala i možnost doručení až do domácnosti. „Opačná situace ale nastane u pečiva, uzenin, mléčných výrobků nebo čerstvého ovoce a zeleniny. Zde bude i v dalším období platit, že lidé nakupují očima a hmatem. Hledají zralé a voňavé ovoce, křupavý chleba čerstvě vytažený z pece nebo různé libové či prorostlé maso. Na internetu ale nemají šanci pořídit takové produkty dle svých ideálních představ,“ uvedl Roman Mazák.

Převedení nákupu potravin na venkově čistě do online prostředí tak v příštích dvaceti letech vidí jako beznadějné. „Ostatně nestalo se to ani v období pandemie, kdy byl nárůst e-commerce enormní. Variantu e-shopu si lze představit u velkých diskontů, které mají omezený počet položek. Ale u malých prodejen s extrémní šíří sortimentu to zkrátka není reálné,“ uzavřel Roman Mazák.

Družstvo CBA CZ je sdružení velkoobchodů a maloobchodních jednotek, které aktuálně čítá více než 1000 prodejen a produkuje obrat více než čtyři miliardy Kč. Současným cílem CBA je vybudovat stabilní síť kvalitních maloobchodů, čehož se snaží dosáhnout podporou maloobchodníků, investicemi do prodejen, kvalitním marketingem nebo zaváděním nových technologií a služeb. Pilířem je jednotný maloobchodní pokladní systém s centrálním číselníkem zboží čítajícím v současnosti již více než 120 000 položek. (tz)

PENNY s novou digitální kartou



PENNY představuje inovovaný věrnostní program pro své stálé zákazníky. Nyní si mohou instalovat do chytrého telefonu novou podobu aplikace PENNY, a tím získají další funkce a řadu nových výhod. Na ty se mohou těšit jak noví držitelé PENNY karty, tak stávající uživatelé.

„Věrnostní program jsme rozšířili o nové funkce a výhody, abychom tak odměnili naše stálé zákazníky. Na první pohled nejvíce viditelnou změnou je, že zákazníkům nabídneme více druhů PENNY karty. Díky tomu bude náš věrnostní program dostupnější ještě širšímu počtu zájemců než doposud,“ řekl Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu společnosti PENNY. „Někteří zákazníci preferují tradiční plastovou PENNY kartu a stačí jim pouze základní výhody, které karta poskytuje. Jiní chtějí využívat více výhod a zároveň aktivně používat aplikaci ve svém mobilním telefonu. Proto jsme chtěli dát všem možnost volby. Nyní si

mohou zvolit jednu ze tří variant,“ doplňuje Vít Vojtěch.

První možností je Základní slevová karta, o kterou si zájemce může požádat na jakékoliv prodejně PENNY. V tomto případě není nutná registrace a platnost karty není časově omezena. Touto kartou vychází řetězec vstříc zejména seniorům a technicky méně zdatným zákazníkům, kteří nechtějí nebo nejsou zvyklí aktivně využívat chytrý telefon. Zákazník může začít kartu ihned používat a získává s ní slevy na celou řadu produktů, které jsou v letáku zvýhodněné pouze pro držitele karet. Dále mohou držitelé této základní karty využívat slevy na nasbírané body v rámci věrnostních kampaní nebo na časopis S PENNY u stolu.

Druhá věrnostní karta je plně digitální a je propojená s aplikací PENNY, která je dostupná pro telefony s operačním systémem Android i iOS. Zákazník se zaregistruje online do účtu Moje PENNY, následně aktivuje kartu v aplikaci. Při nákupech funguje načtení digitální karty na pokladně stejně dobře jako u karty plastové. Kromě výše uvedených výhod základní karty mohou vlastníci digitální karty prostřednictvím aplikace využívat slevové kupony na vybrané výrobky, mohou se účastnit exkluzivních soutěží, dostat slevy na zájezdy

při využití služby PENNY dovolená a další výhody.

Třetí možnost karty se vztahuje na uživatele, kteří se do věrnostního programu registrovali v minulosti a PENNY kartu již vlastní. Zákazník si může ponechat stávající kartu, pouze si stáhne novou aplikaci PENNY. Veškeré výhody karty pak i nadále zůstávají a kartu lze bezproblémově užívat.

Digitální zákaznická karta je propojena se zcela novou aplikací PENNY. Ta přináší oproti té původní hned několik novinek a vylepšení. Nově v ní budou slevové kupony na oblíbené produkty, které budou k dispozici pouze uživatelům aplikace a držitelům digitální PENNY karty. Mezi další funkce aplikace patří možnost vyhledání jakékoliv prodejny PENNY nebo akční leták v digitální podobě. V nejbližších týdnech bude aplikace doplněna o další užitečné funkce, jako například vytváření vlastního nákupního seznamu.

„Novou aplikaci nejvíce ocení zákazníci, kteří jsou součástí věrnostního programu a kterým aplikace umožní naplno využít veškerých výhod jejich digitální věrnostní karty,“ upřesnil Vít Vojtěch. PENNY tak prokazuje, že naslouchá svým zákazníkům a vychází vstříc jejich přáním a požadavkům. (tz)

Sušenky bez obalu? Trend, který začíná být standardem

Do obchodu s vlastním znovupoužitelným pytlíkem na ovoce, online nakoupíme oříšky, čochku i mouku v zálohovaných obalech. Bezobalové nakupování je u nás trend, který se ze specializovaných bezobalových obchodů rozšiřuje dál. Jde totiž ruku v ruce se zvyšujícím se zájmem o šetrné nakupování, ekologické zemědělství a kvalitu potravin. Příjemným bonusem také je, že v bezobalových obchodech lidé nakoupí dnes už téměř vše, nejenom základní suroviny na vaření. To podporuje i Biopekárna Zemanka, a tak bez obalu koupíte i mlsání či odpolední snack, ať už ve formě sušenek, krekrů, či oříšků a ovoce v čokoládě.

V Česku se držíme na špičce v třídění odpadu, ale to není vše, co můžeme pro přírodu udělat. Mnohem efektivnější je vzniku odpadu rovnou předcházet. S tím je samozřejmě spojená jistá změna nákupního chování a myšlení, kterou je třeba ve společnosti podpořit pozitivními příklady. Že je důležité produkci odpadu snižovat,

vědí i v Biopekárně Zemanka. „Bez obalu si můžete naše sušenky nakoupit ať už přímo v bezobalové prodejně, tak u nás na e-shopu. Je to dobrý systém jak pro jednotlivce, tak pro menší bio a bezobalové prodejny a kavárny. O bezobalové výrobky stoupá zájem také v pandemii, protože lidé začali více přemýšlet nad ekologic-

kou stopou svého nakupování,“ řekla Iveta Havlová ze Zemanky.

U Biopekárny Zemanka si už teď můžete nakoupit bezobalu oblíbené čoko-kokosky nebo jablčné biokačenky, které milují i děti. „Vnímáme, že lidé jsou za možnost nakoupit ekologicky a bez obalu rádi a zájem o bezobalové produkty s kvalitním složením roste. I proto stávající nabídku sušenek a krekrů stále rozšiřujeme, nově v bezobalové formě prodáváme také oblíbené vícezrnné sušenky,“ dodala Iveta Havlová.

Dávno už neplatí, že nakupování bez obalu je čistě menšinovou záležitostí. Zcela běžné je dnes i ve velkých obchodech nakupovat ovoce, zeleninu a pečivo do vlastního znovupoužitelného sáčku. K nakupování dalších surovin

tímto způsobem je to pak už jen malý krůček. Podle typu suroviny k tomu potřebujete buď zmiňovaný vlastní sáček, krabičku, nebo sklenici. Případně si můžete přímo u prodejce zapůjčit jejich vratné obaly. U prodejců je oblíbený také bezobalový modul od české společnosti MIWA. S tou Biopekárna Zemanka zahájila spolupráci na podzim minulého roku, prodej sušenek z tohoto kapslového systému se však kvůli koronaviru a uzavření obchodů rozbíhá až teď.

Biopekárna Zemanka je český výrobce sladkých biosušenek a slaných biokrekrů. Byla založena v roce 2006 v malé obci Oříkov u Sedlčan ve středních Čechách. Všechny produkty pečce podle vlastních originálních receptur. (tz)

Bez společenské odpovědnosti se kvalitní firemní strategie neobejde

Společenská odpovědnost se stává důležitým tématem pro firmy i jednotlivce. Z výsledků aktuálního výzkumu agentury Ipsos realizovaného v rámci 11. ročníku projektu Ipsos CSR & Reputation Research vyplývá, že veřejnost očekává od velkých firem zejména aktivity v oblasti ochrany životního prostředí a férových podmínek pro zaměstnance. Společensky odpovědné aktivity firem by podle Čechů měly mít primárně dopad v České republice. Díky pandemii koronaviru vzrostl důraz, který veřejnost klade na aktivity zaměřené na péči o zdraví, podporu české ekonomiky, ale také ochranu životního prostředí a boj s dezinformacemi.

Společenská odpovědnost firem (CSR, Corporate Social Responsibility) se stává součástí strategií stále více tuzemských firem, důležitým tématem je také pro jednotlivce. Z výzkumů Ipsos vyplývá, že vnímání firmy jako společensky odpovědné posiluje pozitivní vztah zákazníků k firmě a může také ovlivňovat nákupní rozhodování. Více než polovina populace (53 %) totiž deklaruje, že společenská odpovědnost firmy sehraává roli, když se rozhodují o nákupu. Zároveň 65 % Čechů je ochotno si za produkt, který je společensky odpovědný, připlatit.

Rezonuje životní prostředí a péče o zaměstnance

Mezi oblasti, kterým by se velké firmy měly ve svých CSR aktivitách věnovat, patří dlouhodobě ochrana životního prostředí a férové chování k zaměstnancům. Každý sektor má ale svá spe-

cifika, CSR aktivity by tedy měly také vycházet z oblasti podnikání firmy. „Zatímco firmy nabízející služby by se podle Čechů měly více zaměřit na rozvoj společnosti a chování k zákazníkovi, potravinové řetězce na své zaměstnance. Tabákové firmy a výrobci alkoholu by měli zejména kompenzovat negativní dopad svého businessu na společnost, technologické a energetické firmy by se měly soustředit zejména na environmentální témata,“ řekla k výsledkům Hanna Vejborná, analytička a realizátorka studie Ipsos CSR & Reputation Research.

Podle naprosté většiny Čechů (91 %) by dopad CSR aktivit tuzemských firem měl být vidět zejména v České republice. Angažovanost výhradně v ČR požadují zejména starší lidé a lidé z menších sídel, mladší lidé a lidé z velkých měst schvalují i podporu orientovanou na zahraničí.

Společenská odpovědnost je jednou z cest, jak posílit důvěru firmy, a tím i její celkovou reputaci. Čím vyšší reputaci firma má, tím vyšší je zájem o ni a její nabídku ze strany zákazníků, pozitivní vliv má ale i na loajalitu zaměstnanců, spolupráci s dodavateli i dalšími subjekty.

Pandemie zvýšila důraz na zdraví, podporu ekonomiky, ale i boj s dezinformacemi

Během pandemie narůstá důraz na CSR aktivity zaměřené na péči o zdraví (větší důraz než před pandemií na to klade 27 % populace) a na podporu české ekonomiky (18 %). Větší pozornost je věnována také životnímu prostředí (17 %) a boji s dezinformacemi a obraně demokratických hodnot (12 %), zatímco komunitní život, rovnost ve společnosti a humanitární pomoc ustoupily do pozadí.

Zapojení velkých firem do vize udržitelnosti je klíčové

Z hloubkových kvalitativních rozhovorů s odborníky na oblast společenské odpovědnosti, které Ipsos také realizoval v rámci výzkumu CSR & Reputation Research, vyplynulo, že stále více velkých firem má společenskou odpovědnost ukotvenou ve svých firemních strategiích.

„Zapojení velkých firem a změna jejich podnikání směrem ke skutečné udržitelnosti jsou v misi naplňování udržitelnosti naprosto klíčové,“ upozornila Lucie Mádllová, zakladatelka a ředitelka Asociace společenské odpovědnosti, a dodala: „Nikdo by neměl zůstat v těchto aktivitách izolovaný. Budoucnost patří spolupráci mezi lidmi, přírodou a planetou.“

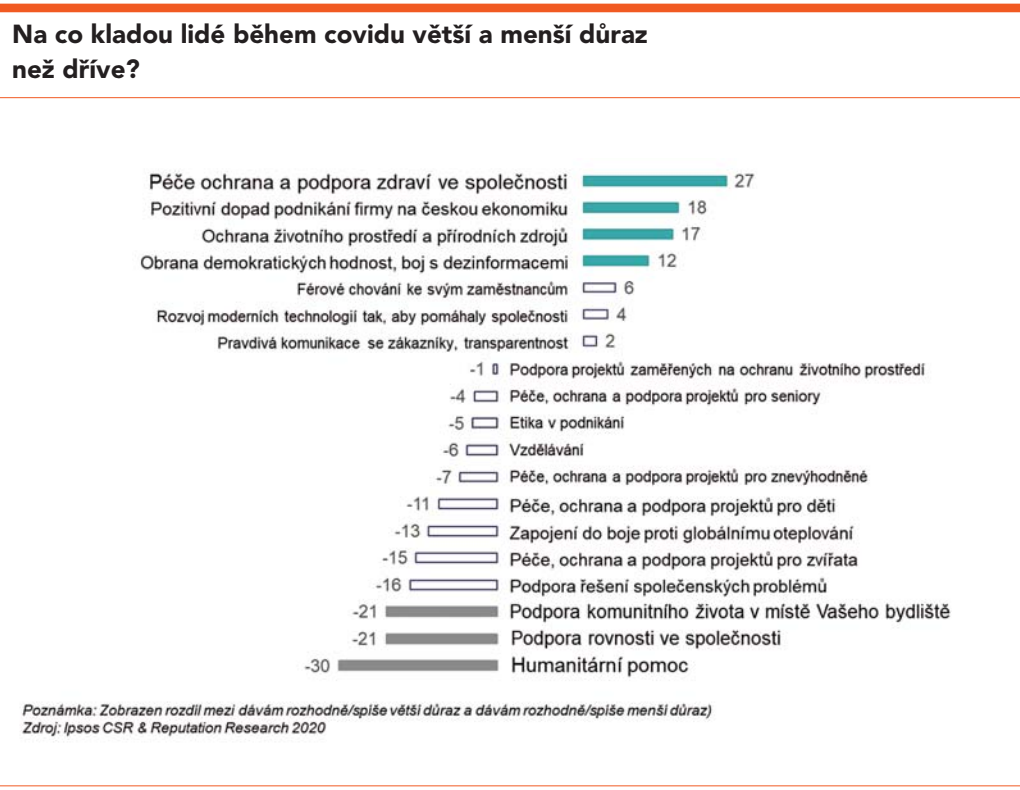
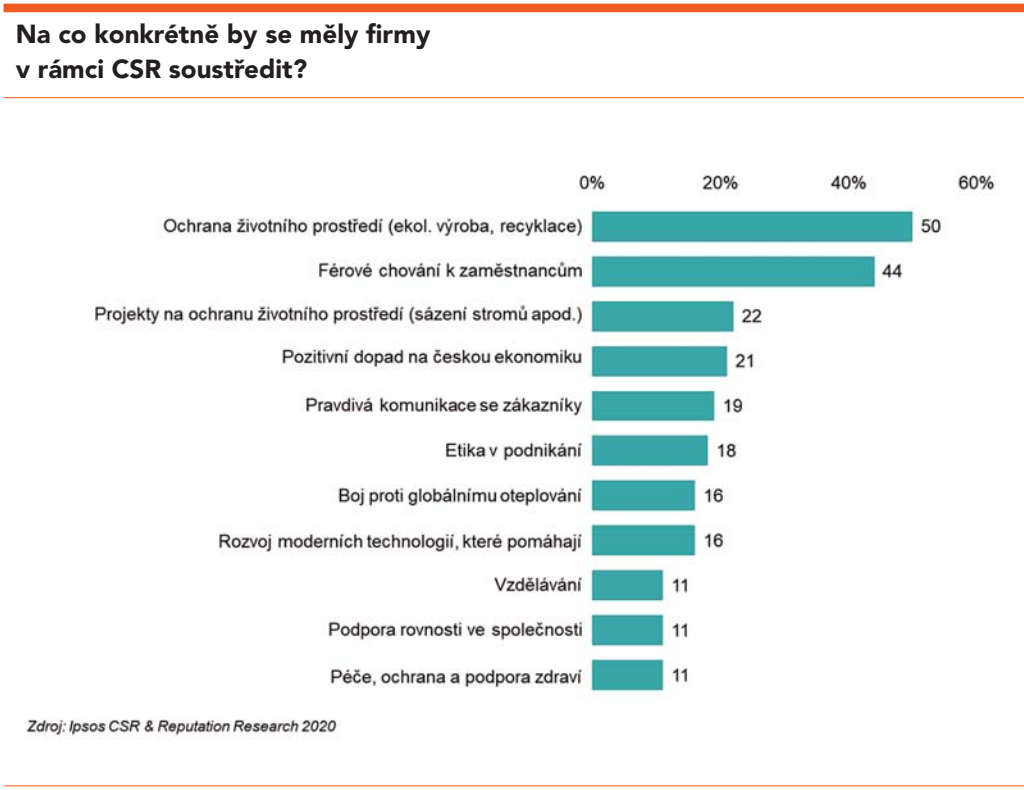
Například leader v oblasti automotive ŠKODA AUTO staví svoji koncepci udržitelnosti na třech pilířích: Environment, Social a Economy/Governance. „Jednou z aktivit v rámci pilíře Social je podpora rozvoje v regionech, kde máme výrobní závody, tedy Mladá Boleslav, Kvasiny a Vrchlabí. Kromě samotných investic do dobročinných projektů se snažíme vyjednat s municipalitou, aby v daném regionu investovali stejně, nebo i násobně více než my tak, aby ten pozitivní dopad byl co největší,“ sdělil Michal Kadera, ředitel vnějších vztahů ŠKODA AUTO.

Z kvalitativních rozhovorů Ipsos s CSR odborníky dále vyplynulo, že firmy dnes už nevnímají CSR jako něco, co dělám „protože to dělají druzí“, ale že přináší firmě spoustu benefitů – finančních i nefinančních. To potvrdil i Milan Medek, CSR Manager společnosti Kooperativa. „O CSR dnes přemýšlíme jako o skutečném business modelu, naše CSR aktivity pomáhají našemu businessu, jenom tak bude naše pomoc dlou-

hodobě udržitelná. V základu našeho přístupu máme princip prevence a odpovědného podnikání. Příkladem může být naše Platforma Vize 0, jejímž cílem je dlouhodobě konvergovat k nulovému počtu mrtvých a těžce zraněných v důsledku dopravních nehod.“

Návaznost CSR aktivit na business potvrdil také Tomáš Myler, vedoucí komunikace ve společnosti Lidl: „Naše pojetí společenské odpovědnosti stojí na 5 pilířích: sortiment, obchodní partneři, zákazníci, životní prostředí a společnost. Je pro nás důležité, aby CSR aktivity navazovaly přímo na jádro našeho podnikání. Uvedu příklad z oblasti sortimentu, kde jsme si jako cíl stanovili například 100% certifikaci u kaka, snižování obsahu reziduí pesticidů u ovoce a zeleniny či snižování obsahu cukru a soli u výrobků privátních značek.“

Výzkum Ipsos CSR & Reputation Research ukázal, že i když si velká část Čechů nedokáže vybavit konkrétní firmu, která byla v době koronakrizy prospěšná, mají tendenci vnímat tyto společnosti o něco lépe než dříve. Více než čtvrtina populace (27 %) uvedla, že angažovanost firmy v pomoci během pandemie pozitivně ovlivnila jejich vztah k dané firmě. Příkladem rychlé reakce na koronakrizu v kontextu nastavené CSR strategie může být krizová pomoc od Nadace ČEZ, kde ve speciálním grantu mohly organizace žádat o finanční podporu například na nákup ochranných pomůcek. „Je důležité být připraven. Teď to byla pandemie, ale dříve to byly hlavně živelné katastrofy. Krizovou pomoc poskytujeme již řadu let a neustále ji vyplešujeme, takže když přišla pandemie, mohli jsme reagovat ze dne na den,“ potvrdil Daniel Novák, vedoucí útvaru marketingové komunikace Skupiny ČEZ. (tz)



Každá druhá firma v pandemii modernizovala nebo automatizovala

Bezmála polovina českých firem a podnikatelů v loňském roce modernizovala stroje a techniku nebo investovala do automatizace či robotizace. Firmy také využívaly dočasná omezení provozu v pandemii na dlouho odkládané rekonstrukce a údržbu, vyplývá z průzkumu ČSOB Index očekávání firem.

„Výsledky jsou velmi příjemným překvapením a svědčí o tom, že firmy v pandemii rozhodně nezahálely. Nejčastější aktivitou byla modernizace strojového parku a vybavení, což se týkalo takřka dvou třetin firem s obratem nad 40 miliónů korun. Těší mě, že podle sesbíraných dat se téměř pětina respondentů pustila do digitalizace, a potvrdila tak covidový trend akcelerace

inovací a technologických změn, z čehož bude těžit celá česká ekonomika,“ řekl Pavel Prokop, výkonný ředitel Firemního bankovníctví ČSOB.

Čtvrtina podniků se vloni věnovala inovacím produktů a služeb. Každý pátý podnik se zaměřil na digitalizaci a každá sedmá firma na snižování ekologické zátěže. Mezi nejčastější příklady rekonstrukčních činností patřily opravy střech, počítačová údržba a přestavba nemovitostí nebo skladu.

Investice se vyplátily třeba společnosti SpoluWorks Perfecta. „Efekt změn byl epidemiologickými opatřeními podstatně zesílen. Jde zejména o důkladnou digitalizaci firemních procesů. Například bezpapírovost nám umožnila provést virtuálně něco, co bylo bez osobní návštěvy pro mnohé nepředstavitelné – zákaznický

audit,“ vysvětlil ředitel firmy Ota Horák. Dopa- dy pandemie a propad ekonomiky se na výsledcích firem citelně projevily. Meziročně horší hospodářský výsledek za loňský rok hlásí 56 % dotazovaných, oproti tomu zlepšení jen pětina. „Úplně ve ztrátě jsme nebyli, ale o nějakých půl miliónu obratu jsme přišli,“ uvedla Markéta Blažková z Penzionu Příbrazský.

Dvě třetiny firem sáhly do svých rezerv a v průměru z nich vyčerpaly 41 %. O mnohem větší objem rezerv přišli živnostníci a malé firmy, zhruba o polovinu. „Vyčerpali jsme takových 50 %,“ potvrdila profesionální fotografka Edita Bízová z Černé u Bohdanče.

Hlavním přáním firem a podnikatelů je touha po rozvolnění a otevření ekonomiky, aby se firmy mohly naplno pustit do podnikání a za-

čít napravovat škody způsobené covidem a dlouhým lockdownem. „Firmy si nepřejí žádné živelné rozvolnění, chovají se i nadále velmi zodpovědně, protože nechťejí přispívat ke zhoršení epidemiologické situace. Na druhou stranu už skutečně potřebují začít fungovat, protože kompenzace státu pomáhají jen částečně,“ uzavřel Pavel Prokop.

ČSOB doporučuje firmám využívat nástroje na minimalizaci tržních rizik, tedy kurzová, úroková a komoditní zajištění, a kompletní pojištění odpovědnosti při přerušení provozu. Pro firmy obchodující v zahraničí je k dispozici digitální tržiště Trade Club pokrývající 190 států, což představuje 98 % globálního mezinárodního obchodu. Cenným zdrojem informací je také portál www.pruvodcepodnikanim.cz. (tz)

MSV 2021 ukáže inovace pro průmysl budoucnosti

Brány Mezinárodního strojírenského veletrhu se opět otevrou v listopadu letošního roku. Mezi stěžejní témata se zařadí digitalizace průmyslu a pozornost bude věnována také 3D tisku, který v současnosti zaznamenává významný vzestup. Inovativní průmyslové technologie budou k vidění od 8. do 12. listopadu 2021 na výstavišti v Brně.

V uplynulém roce došlo k zásadnímu urychlení zavádění digitálních technologií do průmyslové praxe. „Nejnovější služby a produkty v oblasti digitalizace podniků budou k vidění ve speciální expozici Digitální továrna 2.0, která se na MSV představí již podruhé. Hlavním tématem tohoto projektu bude technologická transformace české ekonomiky. Prezentovat se zde budou prototypy chytrých autonomních strojů a zařízení s ohledem na vazby související s firemním prostředím,“ uvedl Michalis Busios, ředitel MSV. Zájemci poznají i principy kooperace mezi zaměstnanci a umělou inteligencí a budou se moci seznámit s možnostmi využití blockchainu.

Součástí bude také digitální stage, která nabídne prostor pro diskuzi, včetně online přenosu. Uskuteční se i druhý ročník mezinárodní konference zaměřené na otázku zvládnutí digitální transformace firmy a následného digitálního propojování firem vedoucí ke zvýšení efektivity.

3D tisk a investiční příležitosti

Letošní MSV se zaměří také na aktuální téma 3D tisku. „Firmy působící v tomto oboru zásadně pomohly v době nedostatku ochranných pomůcek, což bychom na veletrhu rádi akcentovali,“ doplnil Michalis Busios. Prostor bude věnován také prezentaci startupů. Právě ty jsou motorem inovací a zároveň zajímavými investičními příležitostmi. Konat se bude rovněž tradiční soutěž Zlatá medaile MSV o nejlepší exponáty. V průběhu veletrhu se chystá i rozsáhlý doprovodný program reagující na aktuální témata v průmyslu.

Doprava, logistika a cirkulární ekonomika

Souběžně s MSV se v letošním roce uskuteční veletrhy Transport a Logistika a Envitech. Prv-

ní z dvojice veletrhů se zaměří na novinky z oblasti automatizace a digitalizace logistiky. Prezentovat se budou opět i firmy nabízející specializovaný software a IT řešení pro logistiku. Hlavním tématem veletrhu Envitech bude cirkulární ekonomika neboli systém opětovného využívání materiálů, které udržujeme v oběhu co nejdéle. Tato problematika se řadí k prioritám udržitelného rozvoje v Evropské unii a spočívá především v zodpovědném zacházení se zdroji a optimalizaci výrobních procesů.

Osobní kontakt je základem úspěšného businessu

Ztráta osobních kontaktů v době pandemie potvrdila, že veletrhy jsou nejen pro průmysl nepostradatelné. Obchodní a marketingový význam MSV prokázal i průzkum mezi vystavovateli, kteří vnímají strojírenský veletrh za firemně důležitou prezentaci umožňující efektivní osobní jednání se stávajícími i novými zákazníky a partnery. „Vnímáme značnou popularitu firem po konání veletrhu, vystavovatelé

se chtějí opět osobně setkat. Ukazuje se, že virtuální akce nemohou nahradit fyzický veletrh, který je založen na emocích a budování osobních vazeb. Online nástroje mohou fungovat jen jako doplněk, který zefektivní fyzickou návštěvu veletrhu. Snažíme se pracovat například na rozvoji našeho online katalogu, který umožní lepší prezentaci firem a jejich exponátů ještě před samotným začátkem veletrhu,“ sdělil Michalis Busios.

Prezentujte se na MSV 2021

Mezinárodní strojírenský veletrh bude důležitý pro restart ekonomiky a průmyslu. Jde o nejvýznamnější průmyslový veletrh ve střední Evropě. Většinu návštěvníků tvoří odborná veřejnost, přičemž 80 % z nich rozhoduje nebo spolurozhoduje o investicích a nákupech ve firmách. Řádná uzávěrka přihlášek pro vystavovatele je 30. června 2021. V letošním roce navíc došlo k upravení podmínek účasti tak, aby byla pro vystavovatele minimalizována rizika spojená s aktuální situací. (tz)

www.msvbrno.cz

P3 připravuje průmyslový park v Myslince u Plzně

Developer a správce průmyslových nemovitostí P3 připravuje v obci Myslinka, která leží zhruba 15 km od centra Plzně, výstavbu moderního průmyslového parku na míru potenciálním nájemcům. Hlavním lákadlem parku P3 Plzeň Myslinka bude kromě výhodné polohy na jednom z nejžádanějších trhů průmyslových nemovitostí také skvělé napojení na dálnici D5 s možností hladkého tranzitu směrem do Německa a dostatek kvalifikované pracovní síly.

Dokončení výstavby prvních budov se předpokládá na druhý kvartál tohoto roku. V celkem pěti budovách budou k dispozici jednotky od 3000 m² do 30 000 m². V blízkosti parku se nachází autobusová zastávka příměstské hromadné dopravy s napojením na Nýřany i Plzeň.

„P3 Plzeň Myslinka je skvělým místem pro rozvoj výrobního nebo logistického businessu s ohledem na blízkost krajského města a dálnice D5. Díky možnosti výstavby na míru si může nový nájemce halu uzpůsobit přesně podle svých představ, což je v praxi často výhodnější, než si pronajmout zdánlivě levnější halu, ale bez možnosti zvláštních stavebních nebo provoz-



ních úprav,“ řekl Aleš Zacha, Senior Leasing & Development Manager ve společnosti P3.

Zajímavé synergie by mohl přinést fakt, že jen šest minut cesty odsud, v Nýřanech, se nachází park P3 Plzeň, který si velmi oblíbili zejména výrobní firmy a společnosti s orientací na automobilový průmysl. Pro logistiku může být

výhodou nejenom přímé napojení na dálnici D5, ale i blízký železniční terminál kontejnerové přepravy.

Park P3 Plzeň Myslinka není jediným průmyslovým parkem, kde P3 aktuálně nabízí možnosti výstavby na míru. V parku P3 Lovosice, který se nachází vedle „dražďanské“ dálnice

D8, je k dispozici pro výstavbu na míru až 28 000 m². Vlajkovým projektem P3 je aktuálně výstavba obchodně průmyslové čtvrti P3 Ostrava Central, kde přímo v širším centru slezské metropole P3 nabídne více než 150 000 m² prostor vhodných jak pro městskou logistiku, retail a e-commerce, tak i pro lehkou výrobu nebo R&D. Všechny nové budovy stavi P3 tak, aby dosáhly na mezinárodně uznávanou certifikaci udržitelnosti BREEAM Very Good.

P3 je dlouhodobý vlastník, správce a developer evropských průmyslových nemovitostí s celkovou pronajímatelnou plochou přes 5,7 miliónu m² a pozemky v klíčových logistických lokalitách připravené pro okamžitou výstavbu. P3 působí ve 12 zemích, v Evropě stavi a investuje už více než dvacet let. Společnost má sídlo v Praze a zaměstnává přes 160 lidí napříč 9 pobočkami v klíčových evropských městech, kde nabízí integrované služby pro development a správu budov.

V České republice společnost P3 vlastní a spravuje celkem 80 průmyslových nemovitostí v 17 parcích s celkovou pronajímatelnou plochou téměř 1,4 miliónu m². Všechny parky mají strategickou polohu v výborném napojení na důležité komunikace. (tz)

Firmy mohou využívat své prostory efektivněji

Každý metr čtvereční podlahové plochy stojí podnikatele nemalé peníze. Ať jde o sklady, kanceláře, kamenné obchody, nebo o prostory k výkonu jakýchkoli služeb. Jednoduchou organizací a úsporu místa nabízí závěsný úložný systém, který uvolní až dvě třetiny podlahy a vše, co se dosud válelo na zemi či v objemných skříních, rozmístí přehledně po stěnách.

Dopady pandemických opatření řeší většina firem snižováním nákladů. Podle průzkumu CBRE z července 2020 mezi nájemci kanceláří každá pátá firma zmenšila své pronajímané prostory a 27 % se vzdalo plánované expanze. Na 39 % tuzemských firem navíc požádalo vlastníka nemovitosti o úlevu z nájmu. Flexibilita a maximální využití firemních prostor se pro podnikatele během pandemie staly stěžejními tématy.

Nejinak na tom byl majitel soukromého fitness centra a rehabilitace Adam Antmann. „Ještě před pandemií jsem velmi řešil nedostatek pro-

storu v našich tělocvičnách. Veškeré nářadí a tréninkové pomůcky nám ležely na podlaze nebo na stojanech a zabíraly zbytečně moc místa. Hledat nové větší prostory bylo ale složité, zvlášť když už máte ty stávající zavedené. Navíc po téměř ročním uzavření na to ani není vhodná doba. Závěsný systém, na který jsem narazil, nám umožnil snadno „zvětšit“ podlahovou plochu zhruba o třetinu a hodně ušetřit,“ uvedl ředitel společnosti Antmann Strength and Conditioning.

Novinka na českém i evropském trhu s vysokou variabilitou a nosností je dobře využitelná v domácnostech, garážích i sklepech, a to především díky jednoduché instalaci a variabilitě úložných řešení. V komerční sféře pak otvírá slibný potenciál pro účinné obchodní prezentace zboží. „Limity pro pověšení v kamenném obchodě nebo showroomu téměř neexistují. I v domácích podmínkách lze takto na zdech uskladnit kolo, lyže, střešní box na auto, kompletní nářadí i vybavení na zahradu. V prodejních systémech umožňuje rozmístit na stěnách nabízené zboží zákazníkovi přímo na očích a na

dosah. Závěsný panel ze stoprocentně recyklovaného PVC má nosnost až 200 kg/m² a jeho instalaci pomocí závěsných lišt zvládne každý, kdo vlastní vrtačku. Následně už stačí jen libovolně nacvakávat příslušenství háků a držáků podle svých úložných preferencí,“ popsal Tomáš Medřický, majitel firmy Reponio.

Inspiraci čerpal v zavedených systémech v Kanadě a USA. Na český trh uvedl koncept Reponio v roce 2020 a už se uplatnil mezi developery, v bytovacích zařízeních nebo u prodejců sportovního vybavení. „Developeři oceňují úsporu místa v komorách, sklepech a garážích, obchodníci zase přehlednost zboží a moderní design prodejen. Roste také zájem penzionů, které využívají variabilitu závěsných panelů a držáků ve svých společných úschovnách pro klienty podle sezónnosti – v zimě místnost přizpůsobí pro odkládání lyží, běžek, bobů či saní, v létě pak na závěsném panelu jednoduše háky a držáky přecvakají na kola, koloběžky a další letní náčiní,“ vysvětlil Tomáš Medřický. Příslušenství je vyráběno sériově i na míru. Pro náro-

ky obchodů a průmyslové výroby se vyvíjí panely z vysoce odolných materiálů a v mnoha barevných variacích, které ladí s firemní identitou. „Pro komerční účely se dosud obvykle využívaly závěsné systémy z těžké dřevotřísky. Ty jsou náročné na manipulaci, a když se poškodí, nenávrtně ztratí svůj vzhled a barvu. Systém Reponio uvádíme na trh ve třech vysoce odolných materiálech, ze stoprocentně recyklovaného plastu s možnou antibakteriální úpravou. Vhodný je pro vnitřní i venkovní užití a panely jsou snadno omyvatelné. Systém se dá jednoduše demontovat a opakovaně namontovat, z panelů, které se do sebe zasunují, a s pomocí systémových prvků, jako jsou zakončovací, rohové a spojovací lišty, lze vytvářet jakékoliv celky. Panely mají vysokou nosnost, ale jsou lehčí než dřevotříska a mohou se libovolně řezat a upravovat. Možnosti systému sahají vysoko a pro domácí či obchodní prostředí se specifickými požadavky vyvíjíme a vyrábíme komponenty podle individuálních potřeb,“ shrnul Tomáš Medřický. (tz)

Zahradní aukce v Arthouse Hejtmánek nabídne vzácnosti s příběhem

Nejméně 6,5 miliónu korun si bude muset připravit zájemce o obraz Antonína Slavička (1870–1910), který se bude dražit 17. června 2021 v Arthouse Hejtmánek. Překrásná malba nejvýznačnějšího českého impresionisty nese název **Léto a bude zlatým hřebem zahradní aukce. Obraz byl naposledy vystaven v roce 1961, a na veřejnosti se tak znovu objevuje po šedesáti letech.**

Aukce zahrnující vedle obrazů už tradičně také nábytek, sochy, starožitnosti a design začne v 16.00 v zahradě Arthouse Hejtmánek v Praze 6-Bubenči. Dražit se bude zhruba 220 položek, jejichž celková vyvolávací cena přesáhne 20 miliónů korun. Všechna nabízená díla si bude možné prohlédnout od 7. do 16. června na předaukční výstavě, otevřené denně od 11.00 do 18.00 v Goetheho ulici 17/2.

„Slavičkův obraz **Léto** z roku 1897 překvapuje v několika aspektech. Především tím, že jde o jeden z největších a nejvýznamnějších Slavičkových obrazů na trhu, a dále tím, že toto mistrovské dílo bylo už sedmkrát úspěšně vystavováno po celé Evropě, což vždy podtrhuje kvalitu a prestiž obrazu,“ řekl Tomáš Hejtmánek, majitel aukční síně. „Ne náhodou je Slaviček pokládán za nejslavnějšího českého impresionistu a **Léto** plné jasu a energie patří k dilům z jeho nejlepšího období,“ dodal. „Zdravý a střdmý naturel, nejsilnější z českých krajinářů, jehož malířská armatura je tak prostá, a přece tak koncizní,“ chválil Slavička například Karel Čapek při příležitosti 26. výstavy Spolku výtvarných umělců Mánes v Praze.

Slavičkův obraz, zachycující bujnou louku chvějící se v horkém letním vzduchu, pochází ze slavné sbírky architekta Jana Kotěry, od jehož narození uplyne letos 150 let. Dílo bylo naposledy k vidění na souborné Slavičkově výstavě v Jízdárně Pražského hradu v roce 1961; na veřejnost se tak dostává po dlouhých šedesáti letech.

Ve znamení architektů

Ze sbírky dalšího významného architekta Jana Zázvorky pochází zářivě barevné **Zátiší s rozkrojeným pomerančem** (1936), jímž je na aukci zastoupen Jan Slaviček (1900–1970), syn Antonína Slavička. Ten po otcově předčasné smrti (v necelestých čtyřiceti letech spáchal A. Slaviček sebevraždu) navázal na jeho odkaz a stal se respektovaným umělcem. Bravurně provedené zátiší, jimiž byl Jan Slaviček proslulý, bude vyvoláváno za 90 000 korun.

S prostředím architektů je spojen i Portrét architekta Antona Dvořáka (1909) od Maxe Oppenheimera (1885–1954) s vyvolávací cenou 280 000 korun. „Rakušan Oppenheimer, známý malíř a soupeřník Egon Schieleho, na tomto obraze zachytil svého českého kamaráda a spolužáka z vídeňských studií, šviháka s cigaretou, jehož potomci tento pěkný portrét zachovali,“ vysvětlil Tomáš Hejtmánek.

Zlacené svícny, habánský talíř, Braun i Halabala

Zajímavý původ mají i dva zlacené figurální svícny, pocházející z majetku jedné z větví rodiny Rothschildů: dražit se začnou od 350 000 korun. „Hezká dekorace určená pro slavnostní stolování se k nám dostala ze západní Evropy,“ poznamenal Tomáš Hejtmánek.

Unikátním kouskem je také habánský talíř z roku 1619 dražený od 150 000 korun. „Jde o inkunábulní, vzácný kus habánské keramiky. Taková rarita se objevuje opravdu výjimečně,“ sdělil Tomáš Hejtmánek, který jel talíř osobně vyzvednout od jeho současného majitele na Moravě.

Staré umění zastupují například gotická Madona a Pieta (okolo roku 1500), vyvolávané za 250 a 220 000 korun, nebo Zvěstování (okolo roku 1600), neobvyklá malba na kameni z období manýrismu. Lákadlem aukce je také jedna z prací nejslavnějšího českého barokního sochaře Matyáše Bernarda Brauna. Pískovcová hlava (přibližně 1720), jež je patrně torzem rozměrnější



Tomáš Hejtmánek s obrazem **Léto Antonína Slavička** v zahradě Arthouse Hejtmánek, kde se v červnu uskuteční aukce

foto Mediatraining

plastiky, v aukci startuje na 70 000 korunách. V kolekci soch jsou zastoupeni autoři jako Ladislav Zivř či Karel Dvořák, současně umění reprezentuje například Petr Nikl a Adriana Šimotová. Dražit se bude také nepřehlédnutelné velkoformátové dílo Implantáty výtvarnice Magdaleny Jetelové, které bude k mání od 380 000 korun.

Na své si u Hejtmánků jako vždy přijdou i zájemci o nábytek. Ten aukce nabízí z období renezanze, baroka, empiru, biedermeieru či secese až po elegantní, stále moderní a žádané kusy proslulého designéra Jindřicha Halabaly, vyvolávané v cenách od desítek do stovek tisíc korun.

Z mnoha krásných kusů užitého umění, které v loňském i letošním roce zaznamenalo zvýšený zájem dražitelů, zmiňme alespoň stříbrný vídeňský čajový servis z druhé poloviny 19. století, jehož cena začne na 190 000 korunách.

Renomé roste ve světovém měřítku

Arthouse Hejtmánek se jako jedna z mála aukčních síní v Čechách neorientuje jen na klasickou aukční nabídku umění, spočívající především

v prodeji obrazů. Vždy tu nabízejí i cenné předměty z oblasti uměleckého řemesla a designu. Síní patří mezi nejvýznamnější aukční domy u nás a její renomé roste i v evropském a světovém kontextu. Celkem se zde už vydražila díla za více než 610 miliónů korun.

V Arthouse Hejtmánek už padla také řada aukčních rekordů: zatím nejdražší prodaným dílem tu byl v roce 2019 Medkův obraz **Akce I** (Vajíčko), který se tu vydražil za 57 miliónů korun, a v roce 2017 pak velkoformátový obraz **Praha** (1936–1937) Oskara Kokoschky, vydražený za víc než 52 miliónů korun (ceny jsou uvedeny včetně aukční provize).

Autorského maxima se u Hejtmánků dočkal i Karel Malich, Adolf Loos, Jiří Sopko, Magdalena Jetelová, Jiří Kolář, Bedřich Stefan, Ivan Konstantinovič Ajvazovskij, Boris Grigorijev, Johannes Spilberg, Otakar Švec, Max Oppenheimer, Bohumír Matal, František Urban, Jan Honsa, Ota Janeček, Jaroslav Hněvkovský, Vlaho Bukovac a mnoho dalších.

(tz)

www.arthousehejtmank.cz

Žluté světlo na konci šedého tunelu

Příznačné barvy pro letošní rok představila firma Pantone. Zářivá žlutá a neutrální šedá jako by přinášely naději, že i v dnešních šedých dnech existuje naděje na lepší zítřky. Vyrovnanost a optimizmus, vlastnosti, které tyto barvy reprezentují, dnes více než potřebujeme.

Neutrální šedá si již svou cestu do našich interiérů v rámci posledních let poctivě prošlapala, ale kontrastní kombinace s výrazně žlutou je úplně nová a přináší příjemné osvěžení obytných prostor. Zatímco využití šedé je téměř neomezené a vyjma malých, špatně osvětlených místností ji lze využít i na větších plochách, výrazná žlutá udělá parádu zejména na malé ploše v podobě bytových doplňků a dekorací. „Žlutá barva je sama o sobě velmi ofenzivní barva, proto doporučuji její využití jen v rámci barevného akcentu obytných prostor. Naopak v recepcích a veřejných prostorách je více využívána i na větších plochách,“ uvedl Ondřej Fabšič, bytový designér ateliéru Fabon. Při využití na nábytku nebo stěnách je nezbytná její kombinace s barvami, jako je právě nekonfliktní šedá, které její živelné působení dokážou utlumit. A jak propašovat tyto trendy odstíny do interiéru?

Žlutou sluneční barvu můžete využít například na ploše dveří. Pokud navíc zvolíte jejich atypickou velikost, uděláte z nich v této barvě nepřehlédnutelnou dominantu interiéru a při jejich otevření k vám vstoupí slunce, i když venku bude pršet. A jak dveře do žluté zahalit? „Generace dveří s vnitřní

hliníkovou konstrukcí umožňuje žlutou na povrch dveřního křídla dostat buď pomocí barevného skla, nebo mechanicky odolného laminátu, řekl Petr Pakš, obchodní ředitel společnosti JAP FUTURE, českého výrobce designových dveřních systémů a prémiových dveří, a pokračoval: „Typickým příkladem dveří, které na sebe mohou vzít podobu slunce, jsou dveře MASTER. Sklo, kterým je možné je opláštit, lze totiž nalakovat některým z desítek dostupných odstínů žluté. Efekt třpytivého slunečního svitu lze ještě podpořit zlatou perletí, kterou je možné zvolený odstín doplnit.“ Navíc se nemusíte obávat, že by výrazný žlutý prvek v druhé místnosti působil rušivě. Dveře MASTER mohou být totiž z každé strany jiné!

A jak dostat trendy barevnou kombinaci na nábytek? Nejjednodušší cestu představují lakovaná dvířka. „Lak má celou škálu barev dle vzorníku RAL, takže vybrat ten správný odstín žluté a šedé je velice jednoduché. Navíc stačí vy-

měnit jen některá dvířka, k dosažení barevného akcentu není třeba hned řešit obměnu celé nábytkové sestavy,“ sdělil Martin Dusík, vedoucí obchodního oddělení společnosti Trachea, největšího českého výrobce nábytkových dvířek, a doplnil: „Díky využívání kvalitních UV stabilních laků můžeme zaručit stálobarevnost našeho lakovaného nábytku.“ Touto vlastností se navíc pyšní i další oblíbené nábytkové materiály T.classic a T.acrylic, díky kterým barvy roku ožíví váš interiér. „Akrylátová dvířka T.acrylic lze vyrobit v široké paletě odstínů šedé, například lesklá královsky šedá nebo popelavě šedá, z matných variant zaujme šedá v barvě zvané Londýn či Singapur. Pozadu nezůstává ani odstín žluté, který nabízíme v matném provedení,“ popsál Martin Dusík, a dále nastínil: „Kdo by chtěl podtrhnout koncept šedého bydlení žlutými prvky a přitom ušetřit, nabízí se mu oblíbená foliovaná dvířka T.classic, jejichž provedení skýtá možnost zvýraznění žlutých i šedých dvířek ještě frézováním.“

Pokud však neuvažujete o větší rekonstrukci, ale zároveň chcete svůj interiér žlutou či šedou netradičně osvěžit, můžete využít dekorativní potisk T.overface. „Díky technologii digitálního potisku je možné na téměř jakýkoliv materiál natisknout libovolné motivy a dodat nábytku punc žluto-šedého trendu i osobitosti,“ komentoval možnosti Martin Dusík za Tracheu.

Zakomponování žluté a šedé do interiéru prostřednictvím detailů se jeví jako nejběžnější cesta. Tak proč nevyzkoušet žlutou a šedou třeba na vypínačích a zásuvkách. „Pro barevná

provedení rámečků a krytů se z pohledu materiálu nejvíce hodí plast. Jeho dnešní varianty jsou vyrobené z odolných polykarbonátů, které díky svým speciálním vlastnostem zajišťují stabilitu povrchu, a to včetně barvy,“ podotkla Lenka Vodicová, vedoucí marketingu společnosti OBZOR Zlín, českého výrobce domovní elektroinstalace v osobitěm designu, a připojila: „S barvami si nejvíce hrajeme v kolekcích ELEGANT a VARIANT, které se na barevné trendy doslova specializují – slunečnicově nebo vanilkově žlutá v kolekci ELEGANT a citrusově a pampeliškově žlutá v řadě VARIANT perfektně souzní s aktuálním módním diktátem. Nechybí ale ani široká nabídka odstínů šedi – v nabídce řady ELEGANT najdete kousky, olivově a ocelově šedou, v obou kolekcích pak metalické odstíny hliníku a grafitu.“ Konstrukce obou kolekcí zároveň umožňuje kombinovat na rámečku dva různé odstíny, a bez výhrad tak dostát módnímu trendu barev roku.

Pokud již jednou použijete kombinaci žluté či šedé ve svém interiéru, mějte na paměti, že ostatní nábytek a doplňky by měly být v neutrálních barvách, které zjemní celkové vyznění prostoru. „Minimalistická umyvadlová deska působí v koupelně jednoduše a vzdušně a v kombinaci s bílým umyvadlem vytvoří nekonfliktní dvojici, kterou je možné poté zakomponovat i do interiéru s výraznou kombinací žluté a šedé,“ vysvětlil Ing. Petr Blažek, generální ředitel společnosti Dřevojas, tradičního českého výrobce koupelnového nábytku.

(tz)

Připraveno ve spolupráci se společnostmi Dřevojas, www.drevojas.cz, JAP FUTURE, www.japcz.cz, OBZOR, www.domovnivypinace.cz a Trachea, www.trachea.cz.



Firem u nás zase přibývá

„Tuzemská ekonomika se po přísném lockdownu začala otevírat, a to se odrazilo v zájmu podnikatelů rozjíždět nový business. V dubnu založili 2719 nových firem, což je v meziročním srovnání o 61 % víc a o 13 % víc než v roce 2019. Celkový počet nově vzniklých společností za první čtyři měsíce tohoto roku je vyšší než v letech 2019 i 2020,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová.

Zatímco v lednu bylo v České republice registrováno 2451 nových firem, nejméně od roku 2017, o desetinu méně než v roce 2020 a o 14 % méně než v roce 2019, následují měsíce přinesly optimističtější vývoj. „V únoru bylo založeno 2556 firem, což je zhruba stejný počet jako v předchozích dvou letech, nicméně v březnu vzniklo nejvíce firem za poslední čtyři roky a v dubnu dokonce historicky nejvíce,“ dodala Petra Štěpánová.

Aktuálně je v ČR celkem 524 716 firem, z toho 26 839 akciových společností a 497 877 společností s ručením omezeným. (tz)

Nově vzniklé firmy v jednotlivých měsících v letech 2017–2021

	2017	2018	2019	2020	2021	2020/2021	2019/2021
leden	3093	3030	2852	2724	2451	-10,02 %	-14,06 %
únor	3140	2596	2451	2625	2556	-2,63 %	4,28 %
březen	3414	2782	2781	2127	3018	41,89 %	8,52 %
duben	2410	2624	2397	1687	2719	61,17 %	13,43 %
květen	2604	2431	2391	2016			
červen	2734	2691	2583	2390			
červenec	1918	2130	2228	2239			
srpen	2478	2389	2195	1933			
září	2220	2223	2370	2352			
říjen	2692	2897	2695	2155			
listopad	2811	2897	2382	2250			
prosinec	2666	2550	2421	2544			
celkem	32 180	31 240	29 746	27 042			
leden–duben	12 057	11 032	10 481	9163	10 744	17,25 %	2,51 %



zdroj: Dun & Bradstreet

Bez chytrých sítí se moderní energetika 21. století neobejde

Energetika se v posledních letech drasticky proměňuje. Sílicí tlaky na větší podíl obnovitelných zdrojů a uhlíkovou neutralitu na jedné straně a zvyšující se počet zařízení připojených do sítě, elektromobilů a domácích fotovoltaických elektráren na straně druhé ukazují, že současná distribuční soustava v Česku přestává nárokům 21. století stačit. Odborníci se shodují, že bez chytrých sítí, takzvaných Smart Grids, se proto v blízké budoucnosti neobejdeme.

„Distribuční soustavy v Česku, ale i mnoha dalších zemích, vyhovují požadavkům dvacátého století, soudobým nárokům již ale přestávají stačit. Roste tlak na větší zapojení obnovitelných zdrojů energie a současně je třeba reagovat i na trendy v oblasti elektromobility, výroby elektřiny domácími fotovoltaickými elektrárnami, chytrých domácností, konceptů smart cities či komunitního sdílení elektrické energie,“ řekl Miroslav Kopt, vedoucí útvaru Strategických projektů EG.D. Řešením, jak těmto soudobým požadavkům vyhovět, je přebudování distribučních soustav na tzv. Smart Grids. Tak se označují elektrické sítě, které kromě přenosu silové elektřiny nabízejí i datovou komunikaci. Ta umožňuje monitoring, ovládání a aktivní řízení spotřeby energie. Souběžně s tím je třeba podle odborníků navýšit i samotné kapacity těchto distribučních sítí, aby bylo možné do nich v následujících letech integrovat další obnovitelné zdroje. Se zaváděním chytrých sítí počítá Národní akční plán pro chytré sítě, který v roce 2015 zveřejnilo Ministerstvo průmyslu a obchodu. V roce 2019 pak prošel aktualizací, jež představila plány do roku 2030. Vedle zvyšování podílu obnovitelných zdrojů počítá se zajištěním vyšší dostupnosti informací zákazníků s cílem umožnit zvýšení energetické účinnosti spotřeby energie a jejich aktivní zapojení do trhu s elektřinou či zvýšením spolehlivosti, kvality a bezpečnosti dodávek elektrické energie.

Rozvoj chytrých sítí podporuje i EU. Přeshraniční projekt inteligentních distribučních soustav ACON (Again COnnected Network), jenž probíhá od roku 2019 ve spolupráci EG.D a Západoslovenské distribuční (ZSD), získal dotaci 91 milionů eur z nástroje CEF-Energy. Modernizace sítí na dvojici distribučních území bude probíhat do roku 2027. Hodnota projektu je 270 milionů eur (cca sedm miliard korun).

Stěžejním přínosem zavádění Smart Grids pro uživatele – od obyvatel domů a bytů přes podniky až po samotná města – je vyšší stabilita dodávek elektrické energie. „Digitalizace distribučních sítí umožní sběr dat, komunikaci mezi jednotlivými prvky sítě a sdílení dat napříč soustavou. Díky instalaci chytrých prvků, jako jsou detektory poruch a nárazy, či recloserů – zařízení umožňujících vypínat a zapínat vedení pod zkratem, bude možné zvýšit spolehlivost a bezpečný provoz distribuční soustavy a zrychlit odstranění poruch,“ popsal Miroslav Kopt.

Klíčovou roli v inteligentních distribučních soustavách, budovaných také v rámci projektu ACON, budou hrát rovněž chytré elektrometry (smart metery), které zaznamenávají aktuální spotřebu elektřiny a umožňují oboustrannou komunikaci s distributorem. Díky nim získá zákazník lepší přehled o své spotřebě, zároveň lze díky lepšímu předávání dat zrychlit odstraňování závad a předcházet problémům v distribuční síti. „Smart metery pomohou také v rozvoji chytrých domácností. Zařízení připojená v síti totiž bude možné efektivněji ovládat například v návaznosti na ceny energie v určité části dne, ať už přímo uživatelem, nebo automatizovaně. To uživatelé využijí například při energeticky náročnějším nabíjení elektromobilů,“ uvedla Stanislava Sádovská, projektový manažer ZSD pro implementaci projektu ACON.

Real-time monitoring sítě v kombinaci s navýšením celkových kapacit dále umožní zmíněné větší zapojení obnovitelných zdrojů energie do distribučních soustav. Díky jejich inteligentnímu řízení nebude hrozit, že elektrická energie vyrobená větrnou nebo solární elektrárnou ohrozí stabilitu sítě. „Současné soustavy pojmom jen omezené množství energie z obnovitelných zdrojů. Jejich proměnlivá výroba – zejména u fotovoltaických a větrných elektráren – závislá na počasí je navíc rizikem pro řízení soustavy,“ vysvětlil Miroslav Kopt.

S rozvojem chytrých sítí se pojí i rozšíření možností pro takzvané prosumery (kombinace

producer – výrobce – a consumer – spotřebitel). Jde například o majitele domácích fotovoltaických systémů, kteří vyrábějí více energie, než reálně spotřebují. „Aktivní zákazník energetické sítě, který energii vyrábí i spotřebovává, chytré sítě nezbytně potřebuje. Umožní mu totiž vhodně nakládat s případnými přebytky energie. Je to proto, že základní úrovní chytrých sítí je chytré měření, a bez možnosti kvalitně a ‚chytrě‘ měřit toky energie u každého z prosumerů se funkční energetika 21. století vybudovat nedá,“ vysvětlil Pavel Hrzina z Univerzitního centra energeticky efektivních budov ČVUT.

Prosumeri jsou navíc úzce propojení s rozvojem chytrých řešení pro města a obce, které se pro ně díky Smart Grids stanou důležitou platformou. „Prosumer bude potřebovat protihráče, a tím díky chytrým řešením bude nejen distributor a obchodník s energií, jako tomu je doposud, ale ve stále větší míře komunita. Postupně se stane běžnou praxí sdílení energie, vzájemné poskytování služeb na úrovni komunity. A to bez chytré sítě nepůjde,“ dodal Pavel Hrzina.

V zahraničí lze podle něj najít pozitivní příklady široké podpory komunitní energetiky a snahy o motivaci prosumerů vytvářet vzájemně propojená lokální energetická centra. Může jít například o distribuční tarify, které jsou odstupňovány podle vzdálenosti, na kterou k přenosu dochází. Při prodeji přebytků energie sousedovi se tak například uplatní nižší sazba za distribuci, než když je energie prodána do sousedního okresu. (tz)

BASF vypsala výzvy pro etické hackery, vítězové získají 5000 eur

BASF se zapojila do evropského inovačního maratonu GreenHack. Inovátorům, kteří se mohli do projektu hlásit do 10. června na webových stránkách www.greenhack.eu, dala BASF za úkol během 36 hodin najít řešení dvou výzev z oblasti zemědělství a nakládání s chemickými obaly. Akce se uskuteční 11. a 12. června v Praze a online, vítězné týmy získají 5000 eur.

BASF přispěla do maratonu dvěma výzvami. První, nazvaná Digitalizujte svou farmu (Digitalize your farm), je přímo navázána na divizi Řešení pro zemědělství. Úlohou týmů zde bude vytvořit řešení, jež zemědělcům umožní importovat data o půdě a úrodě z tzv. LPIS (Land Parcel Identification System) do vlastní digitální aplikace BASF. Inovace tak bude pěstitelům šetřit čas a optimalizovat produkci.

Druhá výzva, nesoucí název Uzavřete smyčku (Closing the loop), se týká návrhů na recykla-

ci či jiné cirkulární využití obalů obsahujících zbytky chemických látek a jiných směsí. Týmy budou mít za úkol naléznout způsob, jak zabezpečit, aby obaly, v nichž se tyto látky nacházejí, byly správně vyseparované a opětovně využitelné, případně jak zpracovat zbytky chemických látek pro další použití, a tak uzavřít kruh. Cílem výzvy je vyvinout dlouhodobě udržitelné řešení pro snížení environmentálního a společenského dopadu chemických obalů. Na této výzvě spolupracuje BASF se svými partnerskými asociacemi, kterými jsou Svaz chemického průmyslu v České republice a Svaz chemického a farmaceutického průmyslu ve Slovenské republice.

Druhá výzva Uzavřete smyčku je pouze pro týmy tvořené českými a slovenskými hackery. Vítězný tým poputuje se svým řešením na střeoevropskou regionální soutěž BASF Innovation Hub, jež se uskuteční online letos na podzim. BASF Innovation Hub se tento rok zaměřuje na téma Clean Technology, které v sobě zahrnuje řešení týkající se agendy Clean Energy,

Farm to Fork a Circular Economy. Ve finále soutěže se sejdou kromě zástupců Česka či Slovenska také nejlepší týmy z Rakouska, Maďarska, Bulharska, Rumunska, Řecka, Slovinska, Chorvatska a Srbska. Celkový vítěz BASF Innovation Hub si odnese finanční odměnu i možnost rozvíjet svůj nápad a dále spolupracovat se společností BASF.

„Podpora maratonu GreenHack i organizace soutěže BASF Innovation Hub tvoří součást širšího úsilí BASF o udržitelnou, šetrnou a obnovitelnou chemii. BASF jako světový technologický lídr a největší evropská chemická společnost chce do roku 2050 například dosáhnout nulových emisí CO₂. To je možné jen s rozsáhlými investicemi do výzkumu a vývoje či zefektivňováním provozů, ale zejména díky zavádění inovací. Věříme, že v tomto směru nás mohou vítězné projekty chystaných soutěží posunout a inspirovat,“ vysvětlil Filip Dvořák, generální ředitel společnosti BASF spol. s r.o. v České republice.

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 akce je najít řešení nejpálčivějších výzev současnosti. Organizátoři vypsali společně s partnery deset aktuálních výzev, jejichž řešení budou mít účastníci za úkol. Témata jsou zaměřena na úspory energie v budovách, prodloužení životnosti výrobků či recyklaci obalů a odpadů. Do soutěže se mohli do 10. června hlásit studenti, vývojáři, ekologové, inženýři či vizionáři. A to 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 převzalo Ministerstvo životního prostředí České republiky a Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Organizátorem GreenHack je společnost Insane Business Ideas. Další informace, rozepsané výzvy a harmonogram akce najdete na stránkách www.greenhack.eu. (tz)

Nechte své auto vydělávat

Na platformě HoppyGo pronajímá svá auta přes 1400 majitelů, kteří si rozdělili za loňský rok více než 15 miliónů korun. Nejčastěji sdílenými vozy byly Škoda Fabia, Škoda Octavia a Ford Transit. Průměrný pronajímatel zapůjčil svůj vůz 12krát za rok a vydělal si 23 636 Kč. HoppyGo registruje méně než 1,3 % pojistných událostí z celkového počtu zápůjček.

Rekordní výsledky P2P carsharingu HoppyGo z roku 2020 přinesly pronajímatelům aut meziročně o 24 % větší výdělek v celkové výši přes 15,4 miliónu korun. HoppyGo přináší přehled Top 10 neaktivnějších pronajímatelů z řad soukromých osob a jejich vozů spolu s jejich výdělky, které se na prvním místě v žebříčku vyšplhaly až na 287 595 Kč. Rostoucí zájem uživatelů o zápůjčku aut přes HoppyGo přináší majitelům aut vítanou formu pasivního přivýdělku, který se neustále zvyšuje. V rámci rozšiřování vozového portfolia je pro HoppyGo letos důležitý především nábor nových pronajímatelů s cílem navýšení počtu dostupných vozů o desítky procent.

HoppyGo má za sebou rekordně úspěšný rok a počet registrovaných uživatelů přesáhl hranici 100 000. Rekordní výsledky HoppyGo ocenili také pronajímatelé aut – průměrný majitel loni zapůjčil svůj vůz 12krát a vydělal 23 636 Kč. Nejvýdělečnější vozy jsou Škoda Fabia, Škoda Octavia a Ford Transit. Výjimkou byla pouze letní sezóna, kdy byly velmi žádané také obytné dodávky upravené pro kemping, kabriolety a sportovní vozy na slunečné víkendy nebo vozy typu kombi s nízkou spotřebou na delší trasy.

„Rostoucí trend sdílení aut poskytují stále širšímu okruhu lidí možnost, jak nechat své auto vydělávat v době, kdy ho nevyužívají. Pro-

najímatelé aut si díky HoppyGo mnohdy zaplatí nejen celoroční provozní náklady, které musí každý rok platit, ale získají také nový zdroj pasivního příjmu. Letos očekáváme růst zájmu o sdílené automobily v řádu vyšších desítek procent a výdělky majitelů tak s jistotou dosáhnou historických maxim. Vzhledem k tomu, že je naším cílem nabídku neustále rozšiřovat, stále vítáme nové majitele aut, kteří své auto nepoužívají každý den a chtějí si přivydělat. Zároveň odměňujeme stávající uživatele, kteří ke sdílení aut pozvou svého kamaráda, nebo známého. Pokud půjde o nového řidiče, dostanou slevový voucher v hodnotě 500 Kč, a pokud do platformy pozvou nového pronajímatele, získají 1000 Kč,“ uvedl Robin Švaříček, CEO HoppyGo.

HoppyGo přitom není doménou pouze Prahy a své služby nabízí v 70 ze 76 okresů České republiky, tedy ve více než 240 českých obcích a městech. Zájem o sdílenou mobilitu je velký např. také v Brně, kde si pronajímatelé aut v minulém roce rozdělili přes 1,4 miliónu korun a průměrný majitel vozu si přišel na 24 280 Kč. V Brně se nejčastěji půjčuje Škoda Octavia, Ford Focus a VW Golf.

Koncept P2P carsharingu si získal pevné místo na poli sdílené a cirkulární ekonomiky a svým pojetím kladoucím důraz na zodpovědný přístup a udržitelnost oslovuje jak nové uživatele, tak majitele aut. Rostoucí důvěra obou stran potvrzuje např. možnost vycestovat s více než 80 % všech vozů do zahraničí nebo ochotou pronajímatelů vůz přistavit až ke dveřím zájemce. Důležitým aspektem je poskytování služeb pouze ověřeným uživatelům, díky čemuž HoppyGo registruje méně než 1,3 % pojistných událostí z celkového počtu zápůjček. Zároveň je v ceně každého pronájmu vždy zahrnuto havarijní pojištění, které kryje všechna běžná rizika. (tz)

Lego naší legislativy

Co pro pojištěnce znamená, když lékař nemá uzavřenu smlouvu s pojišťovnou?



„Částky, které by zaplatil lékař, který nemá smlouvu s VZP, vám VZP v žádném případě proplatit nemůže. Stejně postupují i ostatní zdravotní pojišťovny – smlouvy o poskytování a úhradě hrazených služeb jsou vždy uzavřeny mezi zdravotní pojišťovnou a poskytovatelem zdravotních služeb (ať už jde o jednotlivého lékaře, nebo celé zdravotnické zařízení, např. nemocnici) a pacient je mimo tento smluvní vztah. Zdravotní pojišťovna nemá žádný právní důvod, a tedy ani oprávnění proplatit svému pojištěnci účet, s nímž by přišel od lékaře. Taková praxe funguje jen v zemích, kde existuje tzv. pokladenský systém,“ uvedl tiskový mluvčí Všeobecné zdravotní pojišťovny Milan Řepka.

Podle zákona o veřejném zdravotním pojištění má pojištěnec právo na výběr zdravotní pojišťovny a na výběr poskytovatele zdravotních služeb na území ČR, který je ve smluvním vztahu k jeho zdravotní pojišťovně. Poskytovatelem zdravotních služeb se přitom rozumí fyzická nebo právnická osoba, která má oprávnění k poskytování zdravotních služeb. U tohoto poskytovatele zdra-

votních služeb má pak pojištěnec právo na poskytnutí hrazených služeb v rozsahu a za podmíněk stanovených uvedeným zákonem, přičemž poskytovatel nesmí za tyto hrazené služby přijmout od pojištěnce žádnou úhradu. Výjimkou pochopitelně je péče vyjmenovaná v zákoně jako nehrazená ze zdravotního pojištění nebo hrazená částečně, kterou pacient platí ať už plně, nebo částečně.

Pojištěnci však své právo na výběr lékaře, resp. zdravotnického zařízení ve smluvním vztahu k příslušné zdravotní pojišťovně nemusí uplatnit a mohou si pro všechny druhy zdravotní péče vybrat nesmluvního poskytovatele zdravotních služeb. Tím se však vzdávají práva na úhradu péče z veřejného zdravotního pojištění a hradí si sami ze svých prostředků veškerou zdravotní péči poskytnutou a předepsanou tímto nesmluvním poskytovatelem zdravotních služeb, včetně léků a doprovodných vyšetření.

Nesmluvnímu poskytovateli zdravotních služeb hradí pojišťovna z prostředků veřejného zdravotního pojištění vždy pouze nutnou a neodkladnou péči poskytnutou jejím pojištěnci. Tím se rozumí poskytnutí zdravotní péče při úrazu, při vzniku akutního onemocnění, při akutním zhoršení zdravotního stavu a při neodkladném porodu, kde by odklad zdravotní péče mohl vést k ohrožení života nebo k závažnému zhoršení zdravotního stavu. Tato péče může být poskytována nejdéle do doby, než je možno pojištěnce bez ohrožení jeho zdravotního stavu předat do péče smluvního poskytovatele zdravotních služeb. Pokud by pojištěnec chtěl být dále léčen v nesmluvním zařízení, musí být informován, že další péči již bude muset plně hradit sám.

VZP má ale tak širokou síť smluvních partnerů, že máte možnost si zvolit některého jejího smluvního lékaře. Pokud byste trval na konkrétním lékaři, který smlouvu nemá, musíte počítat s výše uvedenými důsledky. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.
www.albatrosmedia.cz

Cyklistka

Jana Poncarová

motto Být vzornou manželkou: takový osud měl čekat Blanku ze šlechtického rodu Battaglia. Její dobrodružná povaha jí však velela jinak. Z divokého děvčete vyrostla sebevědomá žena, která na kole zcestovala kus světa. Své stáří Blanka pak tráví v chátrajícím rodném záměčku v jihočeských Bratricích. Sleduje, jak známý svět kolem ní mizí. Až díky studentce žurnalistiky Kláře ožívají vzpomínky na Blančin dávný pestrý život – i na její osudovou lásku, po které jí zůstal jen nikdy nepřčtený dopis.

Šedm způsobů jak se radovat z jídla

Hugo Hromas

xy-z Jednoduché a tradiční prověřené. Právě takové jsou oblíbené recepty kuchaře a publicisty Huga Hromase! Ve svém vyprávění vás provede sedmi způsoby, jak připravit jídla inspirovaná rozličnými kuchyněmi, které navštívil: od filmového natáčení na Sahare přes Itálii, Ukrajinu a Španělsko až na dvorek domku na Křivoklátsku. Poznáte tak pestrou paletu omamných chutí – to vše s osvědčenými recepty ze zeleniny, ovoce, obilovin a luštěnin.

Manipulujte jako Putin

Igor Ryzov

Bizbooks Autor knihy si předsevzal, že vytvoří základní „učební pomůcku“ pro vyjednavče, která by shrnovala ty nejlepší zkušenosti východu i západu – od mistra Šuna přes Machiavelliho až po Andreje Gromyky a pověstnou „kremelskou“ školu vyjednávání. Naučíte se základní techniky a strategie úspěšného vyjednávání, naučíte se pracovat s emocemi i poznat, kdy s vámi někdo manipuluje.

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

Malé kroky s velkým účinkem

Miriam Junge

V dnešní době je moderní žít zdravě, chovat se ohleduplně k životnímu prostředí, nepít alkohol, nekouřit, sportovat, být vyrovnaný a šťastný. Nejlépe všechno najednou a hned. Ale jak to udělat? Zkuste začít prvním krokem, který nemusí být zdaleka tak obrovský, jak si myslíte. Díky drobným změnám ve svém životě a troše tréninku totiž zdoláte téměř cokoliv! V této knize vám autorka, která je zároveň psychoterapeutkou a koučkou, představí praktická cvičení, s jejichž pomocí dokážete změnit své návyky a dosáhnout cílů, které jste si vytýčili. Zbavte se špatných návyků a zjistěte, jak naopak posílit ty pozitivní. Kniha je určená každému, kdo na sobě chce pracovat, využijí ji ale i psychoterapeuti a kouči.

ZP MV ČR: Včasná diagnostika

V ČR přibývá nemocných s rakovinou kůže.

Ročně je u nás zhoubný melanom diagnostikován zhruba 2600 lidem. Pozitivním trendem je naopak vysoký počet zachycení v jeho počátečních stádiích. Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR podporuje včasnou diagnostiku svých pacientů v rámci speciálního programu prevence onkologických onemocnění. ZP MV ČR vydává rok od roku na léčbu rakoviny kůže čím dál vyšší částky. Za posledních pět let vzrostly výdaje na léčbu melanomu více než 2,5krát a v roce 2020 přesáhly 82,5 mil. Kč. „Aktuálně evidujeme 489 pacientů, průměrné roční náklady na jednoho nemocného činí téměř 169 000 korun,“ uvedla tisková mluvčí ZP 211 Hana Kadečková. (tz)

smart press

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

Obilovinová kuchařka pro každý den,

Petr Klíma

Třetí kniha Petra Klímy je zdrojem receptů i poznatků pro každého, kdo chce zpestřit a odlehčit jídelníček, kdo si třeba zrovna neví rady se zásobou „zrn“ ve spízi, nebo pro toho, kdo hledá další zdroje kvalitních bílkovin. A také pro milovníky zeleniny, pro ty, kdo se potřebují zorientovat v (bez)lepkových surovinách.

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

Naše kavárna

Změna v The Coca Cola

Ve společnosti The Coca-Cola Company ČR/SR došlo ke změně na pozici komerčního ředitele. Stal se jím Pawel Ozierski.

Český metrologický institut vede J. Tesař

Český metrologický institut Brno má nového generálního ředitele Jiřího Tesaře. V čele ČMI nahradil Pavla Klenovského.

Makro řídí A. Yenisen

Výkonným ředitelem velkoobchodního řetězce makro Cash & Carry ČR se stal Atila Yenisen, který dosud působil na stejné pozici v Bulharsku. Nahradil tak Oliviera Langleta.

D. Stroukal přešel do Rogera

Po zkušenosti v čele ekonomického týmu jedné z českých bank se Dominik Stroukal přesouvá do prostředí fintechu. Od května se stal hlavním ekonomem Platební instituce Roger.

Sponzoring, charita, pomoc

Pomohly dětem v distanční výuce

Společnost innogy za spolupráce Nadace Naše dítě v uplynulých třech měsících předala stovky notebooků dětským domovům, pěstounským rodinám a rodinám v azylových domech. Technika nově pomáhá s distanční výukou dětem, kterým počítačové vybavení chybělo. Nové notebooky tak dorazily například do domovů v Ostravě, Kroměříži, Valašském Meziříčí, Mariánských lázních, Chebu, Horním Slavkově, Vysoké Peci, Aši, Frýdlantu, Tisé, Radkově, Příbrami, Unhošti nebo třeba v Dolních Počernicích. Celkem putovalo 800 notebooků do 20 dětských domovů a do desítek pěstounských rodin. (tz)

Solární elektrárny ČEZ za deset let uspořily 822 000 tun uhlí a 875 000 tun CO₂

Fotovoltaické elektrárny provozované Skupinou ČEZ v ČR vyrobily za posledních deset let více než 914 000 MWh ekologické elektřiny. Ušetřily tak 822 000 tun uhlí a zamezily vypuštění více než 875 000 tun CO₂. Právě takové dopady by si vyžádala výroba stejného množství energie v klasických elektrárnách.

V dresu ČEZ aktuálně využívají energii slunce k výrobě bezemisní elektřiny fotovoltaické elektrárny o celkovém výkonu 125 MW. Zařízení umístěná na území šesti krajů České republiky ročně v závislosti na přírodních podmínkách vyrobí elektřinu pro zhruba 40 000 českých domácností. Elektrárny spolehlivě fungují díky kvalitní údržbě, včasné detekci závad a špičkové předpovědi počasí. Loni vyrobily dohromady více než 128 000 MWh, což představuje 5,7 % celkové výroby ze slunce v ČR.

Nejlepší podmínky pro výrobu ekologické elektřiny ze slunce za poslední dekádu nastaly v letech 2018, 2019 a 2015. Dlouhodobě nejpr-



Fotovoltaická elektrárna Buštěhrad

znivějšími měsíci pro využívání energie ze slunce jsou podle množství vyrobené energie květen a červen.



Fotovoltaická elektrárna Mimoň

Věděli jste, že...

- ČEZ vyrábí elektřinu ze slunce nepřetržitě už 24. rokem? První elektrárnu využívající energii slunečního záření postavil roku 1998 na hřebenech Jeseníků a pak ji provozoval v areálu Jaderné elektrárny Dukovany.
- nejvýše položená současná solární elektrárna ČEZ se nachází ještě výše – u horní nádrže přečerpávací elektrárny Dlouhé stráně 1350 metrů nad mořem?
- premiérovou střešní instalaci ČEZ byly v roce 2009 solární pásy umístěné na budově malé vodní elektrárny Přelouč? Šlo zároveň o první místo využívající k výrobě bezemisní elektřiny hned dvou forem obnovitelných zdrojů – vody a Slunce!
- při předchozí pyrotechnické asanaci nutné pro výstavbu solárního parku Ralsko byly z areálu budoucí elektrárny vyvezeny desítky tun munice a dalšího vojenského materiálu?
- Skupina ČEZ drží prostřednictvím investičního fondu Inven Capital podíl v německé společnosti Zolar, jejíž digitální platforma doporučuje zákazníkům na míru šitý postup při koupi a instalaci střešních fotovoltaických systémů a jejich kombinací s bateriemi?
- moderní typy solárních panelů pro budoucí velké elektrárny ČEZ testuje na experimentální fotovoltaické instalaci v Ledvicích?
- vysokoúčinné typy solárních panelů Half cut a PERC, které budou na nových solárních elektrárnách ČEZ, vyrábějí i při částečném zastínění nebo znečištění?

„Fotovoltaické elektrárny jsou už dnes důležitou součástí našeho portfolia zelených elektráren, jejich skutečný boom je ale doslova za dveřmi. Solární panely jsou více než dvakrát levnější než před deseti lety, mnohem odolnější proti rozmarům počasí a jejich účinnost půjde brzy přes 20 %. K dosažení stejného výkonu tak potřebují mnohem menší plochu. To všechno z nich činí jednoznačnou jedničku mezi obnovitelnými zdroji, které chce ČEZ v příštích letech rozvíjet. V průmyslových areálech nebo na rekultivacích připravujeme nové solární zdroje o výkonech v tisících MW, které svou produkcí nahradí v české energetice končící uhelné elektrárny,“ řekl Jan Kalina, generální ředitel společnosti ČEZ Obnovitelné zdroje.

První velká solární elektrárna ČEZ v nové éře vzniká ve vnějším areálu jaderné elektrárny Dukovany na speciálně upravených střeších nových parkovacích stání. Dosud největší českou fotovoltaickou elektrárnu tohoto typu, která díky svému výkonu 820 kWp pokryje roční spotřebu téměř tří stovek domácností, začne ekologickou energii dodávat v polovině roku. Elektrárna nezabírá žádnou or-

nou půdu a díky oboustranným panelům zužitkuje i sluneční světlo odrážející se od zaparkovaných vozů.

ČEZ staví fotovoltaické elektrárny také na klíč pro domácnosti a firmy. Společnost ČEZ Prodej zaměřená na retailové zákazníky loni instalovala 660 střešních fotovoltaik, což bylo meziročně o čtvrtinu více. Stále vyšší poptávka je po propojení fotovoltaiky s bateriovými systémy. Těchto řešení ČEZ Prodej loni instaloval 485, fotovoltaik s akumulací do vody pak 55.

Zároveň nyní společnost ČEZ ESCO projektuje největší českou FVE elektrárnu za posledních 10 let, která vznikne na střeších ŠKODA AUTO v Mladé Boleslavi.

Svět výroby bezemisní elektřiny lze navštívit i v těchto dnech, kdy pandemická omezení jinak jakýmkoli exkurzím nepřejí. Je to možné díky projektu www.virtualnevelektarne.cz, který poutavou formou TV studia přibližuje záku- lisí provozu bezemisních jaderných a obnovitelných zdrojů.

Podívejte se také prostřednictvím virtuálních prohlídek, jak fungují vodní, sluneční, větrné a bioplynové elektrárny na <http://virtualniprohlidky.cez.cz>. (tz)

Pražská strojírna opět investuje do nového vybavení

Pražská strojírna investovala do nové pásové pily na kov 500x700 Pegas Gonda Horizontal X. Současně pořídila i svůj první navařovací automat od výrobce ESAB, který by měl částečně nahradit doposud převládající metody navařování. Navařovací automat je zcela nový druh vybavení, kdežto moderní poloautomatická pila nahradila stávající nedostačující stroj. Oba stroje nakoupila s cílem zvyšovat produktivitu práce a zefektivnit využití času. Investice do obou strojů přesáhla čtyři miliony korun.

„Modernizace strojního vybavení je v současné situaci neefektivnější způsob, jak zvýšit kapacitu továrny. Díky množství zakázek by se nám investice do obou strojů měla vrátit v průběhu tří let,“ řekl Robert Masarovič, předseda představenstva

a generální ředitel Pražské strojírně a. s. Koupi nového vybavení si Pražská strojírna slibuje zvýšení produktivity dělení materiálu téměř o čtvrtinu, u navařovacího automatu je obsluha se strojem schopna navařit stejný typ návaru až o třetí-

nu rychleji. Nová pásová pila bude využívána pro dělení kolejí, bloků, a dokonce umožňuje i dělení obloukových kolejí. Dodavatel vyhověl strojírně a stroj speciálně upravil dle požadavků. K obsluze stroje není nutné doplňkové školení, určenému pracovníkovi strojírně bude stačit orientace v technických výkresech.

Do nynějška využívané ruční metody navařování jsou v Pražské strojírně standardem, avšak strojové zpracování novým navařovacím automatem přináší mnoho výhod. Výsledný produkt je o poznání kvalitnější a při výrobě je eliminováno maximální množství chyb.

Hubice hořáku je upevněna na rámu, který se pohybuje po dvou osách a podélný posuv je řízen řídicí jednotkou stroje. Na rozdíl od ručního navařování tento způsob zajišťuje plynulou a konstantní rychlost navařování se stejnou strukturou návarů. Pracovník obsluhující stroj musí mít certifikaci pro svařčeského operátora. Aktuálně ve výrobní hale probíhají bourací práce v rámci příprav pro převzetí další velké investice – nového obráběcího centra. Bude vybudován nový železobetonový základ, splňující požadavky dané výrobcem stroje. Stroj by měl dorazit v průběhu června. (tz)

Češi dýchají nejčistší vzduch za poslední roky

V roce 2020 nebyla v ČR vůbec poprvé vyhlášena žádná smogová situace. Vyplývá to z dostupných statistik Českého hydrometeorologického ústavu za posledních sedm let. Ještě v roce 2019 jich přitom bylo vyhlášeno třináct. Počet smogových situací meziročně klesá od roku 2017 z tehdejších 58 až na nulu v roce 2020.

„Vzhledem k protiepidemickým opatřením sice došlo k omezení výrazných znečišťovatelů, jakými jsou průmysl a doprava, narostla však intenzita vytápění v domácnostech, odkud lidé

pracovali. Právě domácnosti byly vždy nejhorším znečišťovatelem ovzduší v ČR. Ke zlepšení ovzduší tak jednoznačně přispěl přechod na ekologičtější formy vytápění, včetně zemního plynu, podporovaný od roku 2015 kotlíkovými dotacemi,“ řekla Lenka Kovačová, výkonná ředitelka Českého plynárenského svazu.

Ve třech vlnách kotlíkových dotací se podařilo vyměnit již zhruba 80 000 starých neekologických kotlů za 12 miliard korun. Aktuálně připravuje ministerstvo životního prostředí pokračování programu a další miliardové dotace by měly mít k dispozici kraje k přerozdělení veřejnosti v období 2022–2027. Zájemci by však

měli jednat rychle, protože již od září příštího roku bude používání kotlů 1. a 2. emisní třídy ze zákona zakázáno pod pokutou až 50 000 korun. „Pokud si to mohou lidé dovolit, doporučujeme, aby s výměnou starého kotle začali co nejdříve. Ti, kteří budou chtít počkat na dotace a zároveň se vyhnout pokutě, budou mít na celou výměnu reálně jen pár měsíců. Navíc se může stát, že budou čekat zbytečně, protože pro všechny zájemce rozhodně v první vlně peníze nebudou. Bylo by škvělé, kdyby toto mohlo ministerstvo životního prostředí ve svých plánech zohlednit,“ upozornila Lenka Kovačová s tím, že omezený je v ČR i počet techniků, kteří poža-

dovaný počet výměn do září 2022 nemusejí časově zvládnout.

Kvalitu ovzduší podle ČPS v minulém roce příznivě ovlivnil i rozvoj plynové mobility. Nejvýrazněji rostly počty autobusů na stlačený zemní plyn (CNG) a objevily se i první nákladní vozy na zkapalněný zemní plyn (LNG). Právě tyto segmenty mají na emisích z dopravy tradičně nejvyšší podíl. „Téměř každý desátý městský autobus v České republice jezdí na CNG. Přibýly rovněž desítky nových nákladních vozů na LNG a běžní řidiči si mohli loni vůbec poprvé na stanicích plnit svá auta i ekologickým Bio-CNG,“ uzavřela Lenka Kovačová. (tz)