

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Zákazník je středem všeho



ASOCIACE
PRO
ELEKTRONICKOU
KOMERCI

Vánoční dárky
budeme kupovat už jen přes
internet, sly-

šela jsem mnohokrát v závěru letošního roku nejen od příslušníků mladší generace, pro něž je online prostředí přirozenou součástí života. A také od osobností společensky a businessově velmi vytižených, pro které je čas kromě zdraví nejceněnější veličinou života. Benefity tato platforma však přináší i lidem starším, ti se v počítačové gramotnosti velmi posunuli. E-shopy vnímají zákazníka také poněkud jinak než v začátcích. Velmi si ho váží, stojí o jeho věrnost více než kdykoli dříve. Uplynulé období v oboru e-commerce zhodnotil Jan Vetyška, výkonný ředitel Asociace pro elektronickou komerci:

Čím se vyznačoval uplynulý rok pro asociaci?

V rámci našeho sdružení jsme letos zaznamenali další nárůst členů, kteří naopak mohli využívat řady výhod. Členové měli k dispozici více než 50 vzdělávacích eventů (webinářů, seminářů i minikonferencí), studie českého trhu i trhů za-

Na trhu jsme zaznamenali vstup dvou ambiciózních zahraničních marketplaces, které přinášejí novou výzvu a konkurenci. Ta vždy české e-shopy povzbudí k dalšímu rozvoji, a jinak je tomu nyní.

hraničních (letos nově Itálie), řadu právních informací nebo možnost setkat se zástupcem ČOI. V oblasti legislativy jsme sledovali jak návrhy novinek v EU, tak i domácí scénu. Více jsme se za-



Jan Vetyška, výkonný ředitel Asociace pro elektronickou komerci

měřili také na networking a spustili nový veřejný E-commerce kalendář (www.ecommerce-kalendar.cz). Pro asociaci byl tedy rok 2023 úspěšný, vždyť v současné době máme přes 680 členů, kteří mohou využívat našich služeb.

Odlišoval se nějak zásadně obrat vašich členů od čísel, která vykazovali v covidových letech?

Bohužel, oproti covidu jsou obraty v e-commerce nižší. Tak tomu bylo již v loňském roce a ani

ve 2023 to nebylo jiné. Jsou to ale období, která v podstatě nelze srovnávat.

Jakým výzvám e-commerce loni čelila a jak si s nimi poradila?

Na prvním místě musím zmínit obavy českých spotřebitelů, na které tvrdě dopadla inflace a ekonomická situace obecně. Proto jsme především v prvním pololetí vnímali negativní dopady, jednoduše menší ochotu utrácet.

pokračování na straně 4

Novinky pro datové schránky

Začátek roku 2024 je ve znamení novinek. Od 1. ledna mohou všichni uživatelé datových schránek posílat zprávy o velikosti až 100 MB, a to dokonce i v několika nových formátech – např. ZIP, MP4 či HEIC.

V současné době jsou zřízeny již více než čtyři milióny datových schránek, a z toho více než polovina patří podnikajícím fyzickým osobám, kterým je zřízena datová schránka ze zákona. Tuto povinnost letos doplní datové schránky i pro další profese, a to pro autorizované architekty, autorizované inženýry a autorizované techniky a úředně oprávněné zeměměřické inženýry. Tyto datové schránky zřídí Digitální a informační agentura (DIA) do konce března 2024 všem uvedeným, a to na základě údajů poskytnutých od profesních komor. Česká pošta následně, stejně jako v minulém roce, rozešle dopisy s přístupovými údaji.

Kromě nových povinných datových schránek je od ledna také možné posílat zprávy o velikosti až 100 MB, jde tedy o navýšení o 80 MB oproti předchozímu stavu. Mimo jiné lze posílat až 50 příloh v nejrozšířenějších formátech. Nově jde např. o formáty ZIP, ASiC či MP4. Nové formáty příloh datových zpráv jsou ZIP, ASiC, mpg a mpeg/mpeg1/mpeg2. Dále se zavádí podpora JSON, MP4/M4A, MP4/M4V/M4P a HEIC.

„Od ledna loňského roku zřídilo Ministerstvo vnitra na základě zákona datové schránky všem fyzickým podnikajícím osobám a většina z nich schránky již aktivně využívá. Bohužel se do téměř 450 000 schránek stále nikdo nepřihlásil. Apeluji na vlastníky těchto datových schránek, aby se do svých schránek přihlásili a zkontrolovali si jejich obsah, jelikož jim do nich mohou přijít zprávy týkající se jejich podnikání, ať už výzvy, pokuty, faktury, či jiné písemnosti. S blížícím se termínem podání daňového přiznání také chceme upozornit, že vlastníci datových schránek mají povinnost podat ho elektronicky,“ komentoval situaci Martin Mesršmíd, ředitel DIA. DIA proto nabízí uživatelům, kteří nevědí, jak s datovou schránkou pracovat, ať se seznámí se všemi návody na webových stránkách mojedatovaschranka.cz, kde mají možnost rovněž využít chatbot, případně se obrátit na infolinku 954 200 200. Uživatelé mohou část agendy týkající se datových schránek vyřešit také na jakékoliv pobočce Czech Point.

Datové schránky umožňují komunikaci se státem a úřady zdarma, a jejich hlavní výhodou je tak ušetření času i financí. Lze skrze ně např. podat daňové přiznání, vyřadit si živnostenské podnikání, zažádat o dotace či komunikovat se soudy. (tz)

Najdete uvnitř listu

Plodná diskuze by měla vždy směřovat k nějakému cíli	3
Střecha je koruna domu	5
Praha oslaví 70. výročí získání Nobelovy ceny pořádáním prestižního světového chemického kongresu	6
Knedlík v české gastronomii zažívá comeback	7
Ocenění je potvrzením toho, že jdeme správnou cestou	9

Rok 2023 v síti E.ON Drive byl rekordní

Téměř 2000 MWh odebrané energie na více než 520 dobíjecích bodech zaznamenala veřejná dobíjecí síť E.ON Drive v ČR v uplynulém roce. Řidiči tak odebrali o 65 % více energie než v roce 2022 a počet veřejných dobíjecích bodů se zvýšil meziročně o 43 %. Rostl počet ultrarychlých dobíjecích bodů, kterých v síti E.ON Drive přibývalo loni 23, a řidiči navíc mohli využít i dvě dobíječky o výkonech 400 kW – nejvýkonnější stanice v Česku.

„Máme za sebou rekordní rok, co se týče výstavby dobíjecích stanic. Jen v uplynulém roce se nám podařilo vybudovat 176 dobíjecích bodů, což bylo nejvíce v historii. Vedle toho jsme modernizovali řadu našich dřívějších lokalit a osadili je výkonnějšími dobíječkami, včetně dvou těch nejvýkonnějších. Rostoucí veřejná dobíjecí infrastruktura ruku v ruce s rostoucím počtem elektromobilů na našich silnicích se pak samozřejmě odráží také na vyšší spotřebě a využití našich dobíječek,“ vysvětlil Martin Klíma, jednatel společnosti E.ON Drive Infrastructure, která má v rámci E.ONu výstavbu a správu veřejné sítě na starost. A dodal ještě jednu zajímavou statistiku o tom, že vozy, které na stanicích E.ON Drive dobíjely nejčastěji, byly Škoda Enyaq, VW ID.4 a KIA eNiro.

Celkem řidiči v dobíjecí síti E.ON Drive provedli v uplynulém roce téměř 90 000 dobítí. Nejčastějšími způsoby bylo použití RFID čipů nebo karet vydaných poskytovateli. Ty použili uživatelé v 86 % případů. Přes aplikaci dobíjeli řidiči v 8,6 % případů a jednorázový způsob dobíjení přes platební bránu nebo kartu byl využit v 5,4 % případů. Z pohledu počtu dobítí byla nejvytíženější lokalitou dvojice 50kW dobíjecích stanic u hypermarketu Globus v Praze-Zličíně. Tam řidiči dobíjeli ve více než 4100 případech. Následovaly pak Vystrkov u Humpolce s Rozvadovem, kde se dobíjelo na obou místech více než 3200krát.

Co se týče objemu odebrané energie, dominují v síti E.ON Drive v Česku dobíjecí huby s ultrarychlými dobíječkami u páteřních tahů – Rozvadov, Vystrkov a Sulejovice u Lovosic. Vůbec nejvíce energie dobili řidiči v Rozvadově, kde využívají dvě dobíječky s výkony 175 kW a 150 kW, a odebrali více než 112 MWh elektrické energie. Na druhém místě je pak lokalita Vystrkova u Humpolce se zhruba 102 MWh odebrané elektrické energie a třetí pak Sulejovice u Lovosic, kde řidiči dobili přes 90 MWh elektrické energie.

Zajímavostí je i využití jedné AC dobíjecí stanice s výkonem 22 kW u supermarketu Terno v Českých Budějovicích, která se s ročním odběrem přes 42,2 kWh umístila na 9. místě

mezi všemi lokalitami sítě E.ON Drive v Česku podle objemu odebrané energie.

„Dlouhodobě byl naší nevytíženější lokalitou Vystrkov u Humpolce, ale na spotřebě energie se tam podepsalo částečné omezení provozu na přelomu léta a podzimu, kdy jsme tuto lokalitu kompletně modernizovali a předělali na ultrarychlý dobíjecí hub se čtyřmi stojany o celkovém instalovaném výkonu 1050 kW a možností dobíjení na stanicích s výkony 400 kW, 300 kW a dvakrát 175 kW až pro šest automobilů najednou,“ popsal Martin Klíma. „I v tomto roce pak máme v plánu dál rozšiřovat a modernizovat naši dobíjecí síť a zařazovat do ní především stanice s vyššími výkony. Vedle nově budovaných lokalit se tak na vylepšení mohou těšit naši zákazníci i u těch stávajících. Ještě více se chceme v tomto roce zaměřit také na kvalitu dobíjecích míst. Zlepšit například přístupnost stanic, instalovat více platebních terminálů a další prvky,“ doplnil Martin Klíma.

Letos se mohou řidiči těšit na výstavbu ultrarychlých dobíjecích stanic především podél hlavních dopravních tepen. Na jaře by měly začít stavební práce v Hradci Králové, Českých Budějovicích, Ústí nad Labem, Brně, Praze, Olomouci. Další místa budou následovat v průběhu roku. Ve všech lokalitách budou instalovány stanice o výkonech 300 kW a více s možností platby pomocí platebního terminálu. (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů nebo 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: brix@iprosperita.cz

Datum vydání: 16. ledna 2024

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brix@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz
mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Bc. Kateřina Šimková, redaktorka a mediální konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

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 inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzert.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2024 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



**Komunikujme a hledejme
ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz



www.madambusiness.cz



www.freshtime.cz

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

Došlo-li 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

Dobré lednové zjištění

Žijeme počasím, nakupováním, cenami energií. O Vánocích jsme žili pohádkami a cukrovím, na začátku ledna předsevzetími. Nyní se svět točí kolem plánů na rok 2024 i bilancováním toho uplynulého. Zjišťujeme, že nebyl tak zlým, jak jsme si mysleli. A to je velmi dobré, báječné. Navozuje to jistotu, že letošek bude lepší, radostnější. V našich emocích i v číslech. Co chtít víc?

Eva Brixí

Zaujalo nás

Ojetých aut na trhu meziročně přibýlo

Závěr loňského roku přinesl tradiční obrázek, když český sekundární trh zaznamenal klasické přibrzdění. Celkově je však trend přesně opačný – v meziročním srovnání nabízených aut přibýlo, zvýšila se také jejich cena – a to při prakticky stejném počtu najetých kilometrů a stáří. Vyplývá to z analýzy celého sekundárního trhu, provedené experty AAA AUTO, největšího prodejce ojetých vozů v ČR. Co se týče samotného posledního měsíce loňského roku, v něm počet inzerovaných aut meziměsíčně výrazně klesl, a to o 20 000 kusů (108 000 vs. 88 000). Důvod je jednoduchý. „Pokles nabídky v prosinci je každoroční jev, způsobený primárně předvánočním obdobím, kdy je poptávka výrazně slabší – lidé se věnují přípravám na svátky a nákup auta řešit nechtějí. Soukromníci a drobní prodejci proto méně inzerují. Dalším faktorem je, že firemní klienti před koncem roku nakupují hodně aut s možným odpočtem DPH, což nabídku také zmenšuje,“ vypočítala důvody Karolína Topolová, generální ředitelka AURES Holdings, provozovatele sítě autocenter AAA AUTO a Mototechna v České republice. V důležitějším meziročním srovnání – mezi prosincem 2022 a 2023 – však vidíme trend právě opačný. Zatímco předloni prodávající na sekundárním trhu nabízeli 83 393 automobilů, minulý měsíc jich bylo o 5000 víc, 88 164. Vyšší, a to o 12 000 Kč, byla také střední (mediánová) cena, která se ustálila na hodnotě 212 000 Kč. (tz)

Mediální partnerství v roce 2024

1. Soutěž Ambasadorky kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2024
4. Soutěž Česká chutnovka 2024
5. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
6. Konference SYMA
7. Konference Dny kvality 2024

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, brand manager FlowBEAUTY s.r.o.
- **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**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, vysokoškolský pedagog
- **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**, ekonom
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.

Exportérem roku je automobilka Škoda

Vítězem 29. ročníku soutěže Exportér roku vyhlášené Hospodářskou komorou ČR, hodnotící nejúspěšnější vývozce za rok 2022, se stala automobilka Škoda Auto. V kategorii největšího nárůstu exportu zvítězila strojírenská společnost ŽĐAS, a.s.

Mladoboleslavská automobilka Škoda Auto vyvezla v roce 2022 produkty v hodnotě téměř 401 miliard korun (o rok dříve to bylo 379 miliard korun). Druhou příčku obsadil výrobce elektroniky Foxconn CZ Group s objemem exportu přes 156 miliard korun (loni téměř 132 miliard korun), třetím největším exportérem v zemi je koncern Agrofert sdružující více než 250 podniků, který loni vyvezl do zahraničí zboží za více než 150 miliard korun (loni bezmála 111 miliard korun).

Vítězem kategorie podle meziročního nárůstu exportu mezi roky 2021 a 2022 (velcí exportéři, objem vývozu nad 500 miliónů korun) se stala strojírenská firma ŽĐAS, a.s., ze Žďáru nad Sázavou. Výrobce tvářecích strojů, zařízení pro zpracování válcovaných výrobků, produktů metalurgie a lisovacích nástrojů dokázal meziročně zvýšit vývoz výrobků skoro o 133 %. Společnost s více než 70letou historií svou produkci dodává do téměř 50 zemí světa.

Největší výrobce vinylových desek na světě GZ Media, a.s. vývoz svých produktů meziročně zvýšil o 91 %. Společnost se sídlem v Loděnici u Berouna a osmi výrobními závody v Evropě

a Severní Americe se tak umístila na druhé příčce před výrobcem svařovaných konstrukcí pro autojeřáby, stavební stroje a manipulační techniku Schäfer – Menk s.r.o., která meziročně zvýšila vývoz skoro o 89 %.

Kategorii středních exportérů s největším meziročním nárůstem vývozu mezi lety 2021 a 2022 (objem vývozu 100–500 miliónů korun) ovládla rodinná firma Simandl, spol. s r.o., která se v závodech v Petrovicih u Karviné zabývá výrobou, balením a distribucí instantních potravinářských směsí. Druhou příčku v kategorii středně velkých exportérů obsadil strojírenský výrobce dílů HTP s.r.o. a třetí tradiční výrobce pudinků v pražské a dalších sypkých směsí Amylon, a.s.

Stejně jako loni cenu pro exportéra, který vyvezl v roce 2022 své výrobky a služby do největšího počtu zemí, získal podnik CommScope Czech Republic. Brněnská firma, která se orientuje na výrobu a instalaci zařízení pro digitální komunikaci, exportovala celkem do 116 států světa. Zvláštní cenu prezidenta Hospodářské komory, která se udělovala poprvé, získala firma Compelson s.r.o., která je průkopníkem moderního vyšetřování mobilních telefonů. Její produkty používají od roku 1996 armády, policisté i nezávislí vyšetřovatelé z celého světa, včetně americké armády, FBI, IRS, Scotland Yardu a Policie ČR. Firma byla vybrána z katalogu tuzemských IT řešení Czech Digital Solutions, který ve světě propaguje klíčové české podniky působící v ICT. (tz)

Bernard rekordně, pivovar loni uvařil nejvíce piva v historii

Rodinný pivovar Bernard v roce 2023 vystavil 410 000 hl piva, nejvíce ve své dvaatřicetileté historii. Rekordního výsledku dosáhl i bez ukrajinského a ruského trhu, kam od počátku válečného konfliktu pivo nedodává. „Po celou dobu naší existence nepolevujeme ve snaze vařit co nejlepší pivo a poskytovat kvalitní služby. Také se nám trvale daří získávat nové odběratele. A rádi komunikujeme se zákazníky a fanoušky,“ ohlédl se za výsledky loňského roku generální ředitel a vrchní sládek pivovaru Josef Vávra. „Těší nás, že se nám podařilo dosáhnout takových výsledků i v době velké inflace a bez důležitých exportních zemí. Nicméně platí i nadále, že velikost prodeje není náš hlavní cíl. Nadále budeme usilovat o co nejvyšší kvalitu piva

a služeb, a především o dobré vztahy se zákazníky i mezi námi v pivovaru. To jsou hodnoty, se kterými jdeme i do nového roku,“ připomněl spolumajitel pivovaru Stanislav Bernard.

Hranici 400 000 hl se Rodinnému pivovaru Bernard podařilo přesáhnout poprvé v roce 2019, v následujících letech přišel pokles prodeje v důsledku opatření proti šíření covidu. V roce 2022 byl výstav pivovaru bezmála 398 000 hl piva.

Pivovar sídlící na Vysočině v Humpolci exportuje 20 % své produkce do 25 zemí světa, nejvíce na Slovensko, do Švédska a Bulharska. Rodinný pivovar Bernard zaměstnává 260 lidí, dalších 30 osob zaměstnává humnová Sladovna Bernard v Rajhradě u Brna. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

**hlavní
partneři:**



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!

Plodná diskuze by měla vždy směřovat k nějakému cíli

Slevy, marketingové akce, výhodné balíčky, věrnostní programy, bedýnky, to vše jsou kroky, které oživují zájem spotřebitelů nakupovat tu či onde. Lidé si na to zvykli, nad reklamními a informačními letáky tráví své volné chvíle, snaží se pořídit to, co potřebují, s minimem nákladů. Je to pochopitelné. Diskuzím politiků a obchodníků, zemědělců a výrobců potravin rozumí méně, nízkopříjmové skupiny obyvatelstva zmínky o tom, že se zdrazí máslo nebo cukr, přímo děsí, ať je nakonec skutečnost třeba odlišná. Řeči nemají jasného konce a přý to ani nelze čekat. Co si z toho vybrat, čím se řídit? O názor jsme požádali Ing. Zdeňka Juračku, čestného předsedu Asociace českého maloobchodu, který dění na trhu bedlivě kritickým okem sleduje:



Ing. Zdeněk Juračka, čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu

Po řadě diskuzí s nejasnými závěry koncem minulého roku nad cenami potravin se běžným spotřebitelům příliš nadějí na nákup podle jejich představ nedostalo. Mohl by přinést start do roku 2024 i trochu optimizmu?

Byl bych velmi nerad, kdyby tento můj letošní první text vyzněl pro čtenáře pesimisticky. Je o mně totiž známo, že jsem k současné situaci ve státě dosti kritický. Dovolím si tedy v souvislosti s novým rokem být pro změnu více optimistický. Přeji proto hned úvodem všem kolegům bývalým i budoucím, kteří „bruslí“ v tomto velmi nepřehledném ekonomickém prostředí na tenkém ledě, aby byli stejně jako já optimisty a neztráceli trpělivost a vůli jít dopředu. Bohužel musím připomenout, že současná vláda a celá její politická garnitura nám minimálně pomáhá se s touto situací vyrovnat. Vláda si zjednodušuje život a nehledá cestu k narovnání velmi nepřehledného tržního prostředí, a tím umožňuje pokračování mnohého, co ničemu neprospívá. Dokonce podporuje již tak přebujelou šedou ekonomiku, která poctivým podnikatelům ubírá sil, mnoho z nich proto bohužel ztrácí chuť nadále v takovém ekonomickém prostředí podnikat.

Obchodní podnikání a podnikání vůbec vyvolává vášnivě, ale i konstruktivní debaty. Jak se tedy díváte na vývoj cen, zejména potravin? Proč rostou, jak je to s maržemi apod.? Má smysl se o tomto problému vůbec bavit?

Diskuze je život. Čím by se politici a více či méně vyspělí teoretici měli tedy zabývat? A na

konec o čem by se pořád dokola psalo? Teď ale trochu vážně. Plodná diskuze by měla vždy směřovat k nějakému cíli, a to i tehdy, když je ten cíl nejasný. Znáám kvantum závěrů a doporučení takto vzniklých. Chyba je v tom, že jejich výsledky se pak velmi těžko definují, a ještě hůře chápou. Problém cen je toho příkladem. Ukažte mi jeden jediný reálný závěr, který můžeme jako výsledek diskuzí bez uzardění přijmout za schopný realizace v praxi a postavit na něm nasměrování k reálnému řešení. Neznám takového vědátora či politika, který by sdělil, že z proběhlé debaty k cenotvorbě lze dovodit, kdo je za tento stav odpovědný, a navrhnout závěr, který je realizovatelný.

Na toto téma se dá napsat vědecké pojednání, ale na to nemáme čas ani chuť, neb čtenář chce rychlé, efektivní a hlavně srozumitelné závěry, nikoliv dohady, které se navíc často diametrálně liší. Vidím dva problémy.

V první řadě je to nedostatek použitelných podkladů pro důkladný a kvalitní rozbor problému (něco jako vylepšené EET apod.). Druhý problém vidím v tom, že diskuze stojí bohužel většinou v různých názorových rovinách. Na jedné straně je to stanovisko „nadupaných“ teoretiků, na straně druhé pak závěry odborníků dovozené z praxe. Chybí tedy dle mého názoru efektivní propojení teoretických úvah s prokazatelně odbornou praxí. Osobně jsem si to ověřil při poměrně nedávném hovoru v televizi, kde jsem hájil názor praktika proti chytré a vzdělané, žel teorií svázané oponentce.

Zdá se mi, že na jedné straně jsme všichni, kteří jsme zažili socialismus, toužili po tržním hospodářství, ale při tom se neuvědomovali, že jeho zákonitosti budou platit pro všechny, s čímž je potřeba se smířit... Všechny tržní subjekty tedy podnikají s cílem vydělat, což je celkem pochopitelné. Je tedy vůbec nemorální trestat obchodní řetězce, že se o to snaží, nebo jim to vyčítat?

Nikdy jsem neodsuzoval řetězce za to, že chtějí vydělat. Proto byly založeny a proto expandují do dalších zemí. Mne mrzí, že stát zaspal možnost regulovat jejich nástup k nám tak, jak to učinily jiné země zejména v severní Evropě. Byla to zcela zásadní chyba, která se bude velmi těžko napravovat. Samozřejmě mne však mrzí, že řetězce nedodržely původní, a navíc zveřejněnou strategii, se kterou na náš trh vstupovaly, a to dle počtu obyvatel v dané lokalitě. Nejvíce mi samozřejmě vadí viditelný únik zisků z činnosti řetězců do zahraničí prostřednictvím mateřských firem i jinak. Jsou to miliardy, které by se do propadlého rozpočtu určitě hodily. Navíc je zřejmé a prokazatelné, že brzdi rozvoj české výrobní sféry, neboť většinou dle pokynů svých mateřských firem velkou část komodit dovážejí.

Vydělávat však chtějí i zemědělci a zpracovatelé. Mají vůbec šanci? K tomu možná trochu naivní otázka. Lze vůbec skloubit potřeby jednotlivých aktérů a udělat korektní kompromis, který by nastolil harmoničtější vztahy mezi jednotlivými skupinami? Nebo by bylo potřeba přijít s větší podporou prvovýrobců a zpracovatelů jako třeba v Polsku?

Domnívám se, že šance v tržním zmatku a k uplatnění své nabídky na trhu mají všichni. Někteří využijí zcela nepokryté podmínky, které jim dává rozbuješlá šedá ekonomika, další, a těm budiž sláva, proniknou na trh prostřednictvím inovací, rozšířením nabídky, využíváním regionálních kapacit apod. Řekl bych, že zde je pole stále ještě otevřené. Osobně jsem rád, že tento prostor využívají i čeští obchodníci, zejména samozřejmě družstva.

Hodně se také znova hovoří o EET v souvislosti s výkonností české ekonomiky. Pokud by se EET vrátilo, jak by mohlo ovlivnit obchodní vztahy?

Je nutné opětovně zdůraznit, že EET nevymysleli politici či vláda, ale samotní podnikatelé, kteří už se na ten tržní, promiňte mi to slovo,

bordel, nemohli koukat. Naší snahou nebylo komplikovat kolegům život, nýbrž pokusit se narovnat trh do podoby, kdy se poctiví podnikatelé budou cítit alespoň z větší části jako rovnocenní partneři s těmi, kdo staví svou budoucnost čistě na šedé ekonomice. My jsme samozřejmě nikdy netvrdili, že EET je všelék na nešvary, které panují v našem hospodářství. Je to výhradně jeden z kroků, které by celou situaci pomohly řešit. Pomohlo by to i vládě, protože z EET lze čerpat informace, které by zásadním způsobem dokázaly řešit mnohé, a to i cenotvorné spory. Nutno samozřejmě podotknout, že zavedení EET i přes to, že by to podnikatele stálo nějaké náklady, by přineslo do rozpočtu více než deset miliard korun, a to není k zahoezení.

Znáám kvantum závěrů a doporučení takto vzniklých. Chyba je v tom, že jejich výsledky se pak velmi těžko definují, a ještě hůře chápou. Problém cen je toho příkladem. Ukažte mi jeden jediný reálný závěr, který můžeme jako výsledek diskuzí bez uzardění přijmout za schopný realizace v praxi a postavit na něm nasměrování k reálnému řešení. Neznám takového vědátora či politika, který by sdělil, že z proběhlé debaty k cenotvorbě lze dovodit, kdo je za tento stav odpovědný, a navrhnout závěr, který je realizovatelný.

Vy jste se vždy za svého aktivního působení v obchodě i v čele řetězce COOP snažil řešit palčivé záležitosti s logikou věci, nahlédem a tak, aby takové východisko mělo praktický smysl. Nemizí dnes tento trend?

Jsem rád, že pro pokračování v mnou započatých aktivitách se našli schopní mladí kolegové, kteří prosazují přijatelné principy a přinášejí ve prospěch českého maloobchodu mnohé nové nápady, které zviditelňují český obchod a mají dobrou odezvu u zákazníků. Přeji jim, aby ve svém úsilí vydrželi a nadále šířili dobré jméno českých obchodníků, ale i regionálních českých výrobců, s nimiž se povedlo rozjet novou spolupráci na dobré a kvalitní úrovni. Takže – tento trend zcela jistě nemizí, jen je někdy hůře rozpoznatelný. Mizet ani nemůže, pozitivní energie lidí vždy převládne. I v pohádkách přeci vítězí dobro nad zlem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Od počátku roku 2024 dojde k omezení zaměstnaneckých benefitů, výjimku dostanou vánoční večírky

Zaměstnavatelé budou muset od příštího roku sledovat hodnotu nepeněžních benefitů poskytnutých svým zaměstnancům. Vláda sice upustila od původního návrhu zcela zrušit daňové zvýhodnění nepeněžních zaměstnaneckých benefitů, nicméně konsolidační balíček zavádí pro jejich osvobození od daně ze závislé činnosti omezení. Pro zaměstnavatele se zvýší administrativní náročnost, zaměstnanci se mohou dočkat i omezení benefitů v práci. Podrobněji téma přiblíží v komentáři Ivana Hlavatá, účetní a daňová poradkyně ze společnosti BDO.

Doposud platilo, že nepeněžní plnění pro zaměstnance (typu poskytnutí zboží a služeb zdravotního či léčebného charakteru, poskytnutí rekreace a zájezdu, použití předškolního zařízení, vzdělávacích a sportovních zařízení, poskytnutí vstupenek na kulturní či sportovní akce a poskytnutí tištěných knih) bylo na straně zaměstnance osvobozeno od daně z příjmů ze závislé činnosti bez ohledu na jeho poskytnutou výši (s výjimkou rekreací a zájezdů, které byly osvobozeny jen do výše 20 000 Kč).

Od letošního roku se bude na všechny druhy nepeněžních benefitů vztahovat jeden úhrnný roční limit pro jejich osvobození ve výši poloviny průměrné mzdy, což pro rok 2024 představuje částku 21 983 Kč. Nepeněžní benefity poskytnuté zaměstnanci do tohoto limitu budou od daně ze závislé činnosti osvobozeny, hodnota nepeněžních benefitů přesahujících uvedený limit již bude považována za zdanitelný příjem zaměstnance s povinností odvodit sociálního a zdravotního pojištění.

Zaměstnavatel bude výdaje na nepeněžité plnění, osvobozená od daně na straně zaměstnance, vylučovat z daňově uznatelných nákladů (výjimkou jsou výdaje na provoz vlastního předškolního zařízení, které jsou daňově uznatelné vždy). Pokud však nepeněžní příjmy zaměstnance limit pro osvobození přesáhnou, bude jejich hodnota nad limit daňově uznatelným výdajem na straně zaměstnavatele (bude-li upraveno ve vnitřním předpisu zaměstnavatele, kolektivní či jiné smlouvě).

Konsolidační balíček navíc zavádí nový typ osvobození příjmů zaměstnance plynoucích z účasti na sportovních či kulturních akcích pořádaných zaměstnavatelem pro omezený okruh účastníků. Můžeme si pod tím představit například firemní vánoční večírky s kulturním programem nebo různé teambuildingy. Tyto akce se posuzují zvlášť, jejich osvobození nebude nijak omezeno. Nebudou se tedy do limitu za

městnance pro osvobození nepeněžních plnění započítávat. Z konsolidačního balíčku zcela vypadlo osvobození nepeněžních plnění do 2000 Kč, která byla poskytována zaměstnancům z fondu kulturních a sociálních potřeb (analogicky placených ze zisku po dani). Ze znění nového zákona také přímo vyplývá, že drobné občerstvení poskytované zaměstnavatelem zaměstnancům na pracovišti (např. ovoce, chlebičky apod.) nebude předmětem daně ze závislé činnosti. Na straně zaměstnavatele půjde o ne-daňový náklad vynaložený na reprezentaci.

Zaměstnavatelé by se měli na novou úpravu rychle připravit, jelikož začala účinkovat již od 1. ledna 2024, a vyhodnotit si, jakým způsobem budou hodnotu nepeněžních benefitů sledovat a zdali se vyplatí nabízet benefity přesahující limitní částku. U zaměstnanců lze očekávat, že jejich zájem o benefity, které budou muset podléhat zdanění, bude menší. (tz)

Počet deepfake útoků se loni zvýšil na desetinásobek

Počet bezpečnostních incidentů spojených s deepfake technologií se loni ve světě meziročně zvýšil desetinásobně. Jen v Evropě byl zaznamenán nárůst o 780 %. Nejde už jen o problém velkých korporací, ale stává se vážnou hrozbou pro řadu menších firem, včetně českých. Uvedla to Česká asociace umělé inteligence v manuálu Deepfake 2024: Obranná strategie pro české firmy.

Důvodem je především velký pokrok ve využití nástrojů umělé inteligence, které tvorbu podvržených videí, fotek nebo zvuků výrazně usnadňují. Pokrok v oblasti hlubokého učení usnadňuje výrobu falešných multimédií, ale také činí jejich hromadnou produkci méně nákladnou. Generativní AI umožňuje vytvářet vysoce realistická syntetická multimédia na základě mnohem větších datových sad.

Trh je zaplaven volně dostupnými nástroji, které činí tvorbu nebo manipulaci s multimédií otázkou několika minut. Demokratické AI nástrojů pro tvorbu deepfakes se tak dostala na seznam největších rizik pro rok 2024, informuje manuál.

Ohrozí celou firmu a vytáhne citlivá data i peníze

Největší hrozby zneužití zahrnují techniky, které ohrožují značku organizace, napodobují vedoucí pracovníky a používají podvodnou ko-



munikaci k získání přístupu k sítím, komunikaci a citlivým informacím organizace. Phishing, tedy typ kybernetického útoku zneužívající techniky sociálního inženýrství, bude s rozvojem AI ještě větší výzvou než kdykoliv dříve.

Nový manuál k boji proti deepfake poskytuje zaměstnancům českých firem a organizací přehled o současných i nadcházejících trendech v oblasti deepfakes, metodách jejich detekce a autentizace a strategiích k obraně proti těmto hrozbám. „Je alarmující, že s minimálními náklady a úsilím může být vytvořen deepfake, který je prakticky nerozeznatelný od skutečnosti,

což otevírá v roce 2024 dveře jak pro sofistikované podvody, tak pro šíření dezinformací a manipulaci s veřejným míněním. V tomto kontextu musí být české firmy nejen na pozoru, ale především aktivně podporovat vzdělávání a trénink svých zaměstnanců,“ uvedl ředitel České asociace umělé inteligence Lukáš Benzl.

Od manipulace s obsahem ke kompletně uměle vytvořenému videu a audiu

Mezi nejběžnější praktiky dosud patřily takzvané shallowfakes. Je to manipulace s obrazem prostřednictvím editace nebo záměrným vy-

tržením z kontextu. Jde například o zpomalení videa přidáním opakujících se snímků, aby to vypadalo, jako by byl jedinec na videu intoxikován. Další metodou je kombinace zvukových klipů z jiného zdroje a nahrazení zvuku ve videu, aby se změnil příběh.

Na druhou stranu multimédia, která byla vytvořena nebo upravena pomocí umělé inteligence, se označují jako deepfakes. Mezi klasické příklady patří napodobení hlasu nadřazeného v telefonu, deepfakes v online schůzkách a pohovorech, zveřejnění falešného firemního prohlášení nebo třeba vydírání zaměstnanců deepfake nahotou, popisuje manuál České asociace umělé inteligence, který je ke stažení zdarma na webu. „Do budoucna se vyplatí začít používat AI rozšíření do webových prohlížečů. Ta budou schopna takový obsah detekovat a upozornit nás na něj. Velikost trhu s deepfake softwarem byla v roce 2023 oceněna na částku 72,41 miliónu USD a očekává se, že do roku 2028 dosáhne velikosti 348,9 miliónu USD,“ řekl Lukáš Benzl.

Hlavní trendy ve vývoji médií zahrnují zlepšení a rozšíření využívání multimediálních modelů, schopnost převádět 2D obrázek na 3D pro realistickou generaci videa z jediného snímku, rychlejší a přizpůsobitelné metody pro tvorbu upraveného videa v reálném čase a modely, které potřebují méně vstupních dat pro přizpůsobení výsledků, jako je například syntetické audio. Tyto trendy směřují k dalšímu rozvoji v oblasti deepfake útoků. (tz)

Dynamický rok 2024 a umělá inteligence

Můžeme očekávat masivnější nástup umělé inteligence a její zařazení do každodenního procesu. Očekáváme tedy zvýšený zájem o kurzy AI pro manažery, programátory v jazyku Python nebo cloudové specialisty.

Během tohoto roku začne platit aktualizovaný zákon o kybernetické bezpečnosti. Evropská směrnice NIS2 má za cíl zvýšit standard kybernetické bezpečnosti v Evropské unii. Firmy a organizace by se měly připravit na nové požadavky a změny, které nový zákon přinese. Stanovené povinnosti musí subjekt plnit bez toho, aniž by ho nějaká instituce nejprve vyzývala. NIS2 dopadne v různé míře na téměř všechna odvětví ekonomiky.

Nové do této skupiny povinných subjektů budou spadat všechny organizace, které poskytují alespoň jednu službu uvedenou v přílohách směrnice NIS2 (energetika, veřejná správa, doprava, bankovníctví, zdravotnictví, pitná voda a odpadní voda, chemický průmysl, ICT služby, digitální infrastruktura a další) a zároveň jsou středním nebo velkým podnikem. Tedy pokud zaměstnávají 50 a více lidí, nebo dosahují ročního obrátu nebo bilanční sumy roční rozvahy alespoň deset miliónů eur.

Evropská směrnice NIS2 navazuje na současnou legislativu, ale klade vyšší nároky na zabezpečení interních systémů také na celý dodavatelský řetězec dotčených organizací, takže v důsledku bude mít dopad i na řadu menších subjektů. Významně se rozšiřuje počet organizací a systémů státní zprávy i soukromých společností, na které nově dopadají povinnosti řídit prokazatelně svoji informační bezpečnost. Součástí je také požadavek na sledování bezpečnostních událostí a řízení incidentů, zvláště pak i hlášení incidentů. Tato přísnější směrnice EU o kybernetické bezpečnosti NIS2 se má dotknout až 30 000 firem a státních subjektů v ČR. Připravili jsme proto kurz NIS2 a Zákon o kybernetické bezpečnosti, ve kterém se účastníci dozví všechny důležité změny a požadavky, které nový zákon bude požadovat.

Jan Dvořák,
výkonný ředitel Počítačové školy Gopas

Zákazník je středem všeho

dokončení ze strany 1

Vánoce už ale byly z našeho pohledu příslibem, že vývoj se, věřme, vrátí do normálu a česká e-commerce opět poroste. Na trhu jsme zaznamenali vstup dvou ambiciózních zahraničních marketplaces, které přinášejí novou výzvu a konkurenci. Ta vždy české e-shopy povzbudí k dalšímu rozvoji, a jinak je tomu nyní.

Dá se odhadnout, co čeká internetový prodej v tomto roce?

Věřím, že nás čeká návrat k růstu, i když to nebudou desítky procent meziročně. České e-shopy se opět úspěšně na novou situaci adaptovaly, upravily svůj přístup, a myslím, že budou opět úspěšné.

Jde již o svět sám o sobě, digitalizují se procesy, zrychluje se čas i lidské myšlení, umělá inteligence dokáže násobně dynamičtěji řádit informace, optimalizuje se logistika, člověk ještě neví, co bude kupovat, a už mu zvoni kurýr u dveří... Není to vše až příliš překotné? Nechce obchod trochu zvolnit?

Já i obchodníci přitom naopak pořád vidíme rezervy. Rychlost a způsob doručení, poslední míle, tady se stále můžeme posouvat. Myslím, že trend bude nadále směřovat ke zlepšování služeb zákazníkovi, a to včetně doručení. A samozřejmě personalizace nabídky i komunikace.

Zaklínáme se efektivitou a prozákaznickou orientací, přesto ne ve všem dokáže člověk uspokojit nákup přes počítač nebo mobil. Přijít do prodejny, vyzkoušet si boty, sáhnout si na ně, prohodit pár slov s obsluhou, i to je kousek mezilidských vztahů, které tolik potřebujeme. Jak se s tímto prvkem prodeje hodlají e-shopy vypořádat? Nabídnou v budoucnosti něco ještě hodnotnějšího než dosud?

V dnešní době vidíme jako silný trend tzv. omnichannel. Zákazník je středem všeho, ať už na-



kupuje na e-shopu, nebo přijde do kamenné prodejny stejného obchodníka. Možnosti AI i technologií se stále vyvíjejí, dnes již není problém si vyzkoušet brýle nebo rtěnku prostřednictvím mobilního telefonu nebo webkamery, aniž by spotřebitel musel někam osobně chodit. V tomto smyslu jistě další vývoj a posun směrem k zákazníkovi ještě přijde.

Na druhé straně online nakupování neuvěřitelně šetří lidem čas, svým způsobem chrání zdraví eliminací osobního kontaktu, e-shopy jsou velkým zaměstnavatelem i průkopníkem zavádění nových technologií. Jak toto oceňuje zákaznická veřejnost?

V našem výzkumu mezi online spotřebiteli, který připravujeme na vzorku 1500 respondentů ve

spolupráci s odbornou agenturou Nielsen Admosphere, patří úspora času mezi hlavní plusové atributy online nákupu. Oproti nákupu v kamenném obchodu ji jako největší benefit vnímá přes 19 % zákazníků – podle našeho výzkumu prakticky stejně jako těch, pro které jsou nejdůležitější nižší ceny zboží v e-shopech. Pokud se týká „bezpečnosti“ z hlediska zdraví a hygieny, tak to je pro spotřebitele v současnosti naprosto nevýznamné.

Vzpomenete si vy, kdy jste poprvé nakoupil přes internet? A co to bylo?

Myslím, že to byl digitální fotoaparát v roce 2001, když jsem žil v USA.

Kyberzločinnost kvete a doslova se prolíná s běžným obchodním podnikáním, doplácejí na to firmy i občané. Bude hůř?

Bohužel, riziko zločinu existuje všude kolem nás. Nemyslím, že by rizika online byla větší než offline. Je nezbytné se chovat obezřetně, podobně, jako když se pohybujete mezi lidmi. Vždy je dobré se zamyslet nad extrémně výhodnou nabídkou nákupu nebo neočekávaným požadavkem z vaší banky o sdělení přihlašovacích údajů

k internetovému bankovníctví. Věřím, že ve spolupráci s orgány státní správy, bankovními institucemi i obchodníky se bude dařit proti podvodům bojovat.

Mohou se firmy pojistit proti špatně uzavřenému obchodu přes internet a proti zásahu hackerů v tomto smyslu?

Důležité je v první řadě kyberbezpečnost nepodceňovat, věnovat se jí průběžně a investovat do ní. Je to samozřejmě důležitá součást ochrany vlastního podnikání.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Střecha je koruna domu

Když vás čeká výměna střechy či její rekonstrukce, ať jde o rodinný domek, nebo firemní objekt, není to nikdy záležitost úplně jednoduchá. Ve hře bývá řada faktorů, od těch ryze praktických přes designové, finanční a další. Jedni milují historické doškové střechy, druzí se kloní třeba k plechové krytině. Právě ta si získává u stavebníků stále větší oblibu. Má nesporné výhody, jednou z nich je kvalita, druhou úspora času, třetí třeba značná variabilita. Nejen o tom s námi hovořil Ondřej Haška, obchodní a marketingový ředitel společnosti SATJAM, předního českého výrobce plechových střech:



Ondřej Haška, obchodní a marketingový ředitel společnosti SATJAM

Rok 2023 nebyl právě z těch nejjednodušších, a to jak pro občany, tak ani pro firmy. Jak jej hodnotíte z pohledu vaší společnosti?

Počátek roku ani pro nás nebyl příliš snadný. Panovala vysoká nervozita, jak se bude vyvíjet, protože jsme očekávali velký pokles zakázek. Ten pak skutečně přišel a zasáhl v podstatě celý trh. Nebylo možné opakovat rok 2021, který přinesl velkou surovinovou krizi a obrovskou poptávku, ani rok 2022, který byl extrémní kvůli válce na Ukrajině. V létě se situace začala obracet k lepšímu, a podzim nakonec přece jenom přinesl počet zakázek, na který jsme byli zvyklí před pandemií. Nakonec to tedy byl úspěšný rok, ačkoliv to zpočátku vypadalo opravdu všelijak.

Jak vůbec probíhá výroba plechové střechy?

Základem je kvalitní plech, a to buď z oceli, nebo ze slitiny hliníku. Nakupujeme je od předních světových výrobců, například ocel mimo jiné od švédské společnosti SSAB, hliník zase odebíráme od norské hliníkářny Speira. Materiál následně na našich výrobních linkách upravujeme do požadovaného rozměru a tvaru. Většina naší produkce je na zakázku pro konkrétní střechu. Každá je totiž jiná, málokdy se sejdou dvě podobné. Záleží na jejím tvaru, rozměrech, požadavcích zákazníka a podobně. Střecha ale není jen krytina, součástí jsou také veškeré klempířské prvky, fólie, doplňky nebo nejrůznější bezpečnostní

komponenty, jako jsou například sněhové zábrany. Klientům od nás tedy odchází kompletní zakázka. Střecha je koruna domu, která se zpravidla pořízuje na celý život, a její kvalita by tomu proto měla odpovídat. To začíná samozřejmě už ve výrobě.

Popularita plechových střech v posledních letech stále stoupá. Čím to podle vás je?

Jejich hlavní výhodou je to, že nabízí dobré užité vlastnosti a dlouhou životnost při poměrně příznivých pořizovacích nákladech. Jsou velmi lehké, takže se dají bez problémů použít třeba i na starší dům, kde už není krov v dostatečné kondici, aby unesl klasickou těžkou krytinu. Nemusí se tedy kvůli nové střeše

kompletně celý předělat. Nízká hmotnost zároveň umožňuje vyrábět plechové krytiny v různých rozměrech, a to včetně velkoformátového provedení. Přitom pro jejich manipulaci nepotřebujete těžkou

techniku, stále to lze zvládnout v pár lidech. Celá střecha se pak v podstatě vejde na jednu paletu, takže při přepravě i skladování zabere méně místa. Další výhodou je, že ji lze použít i na střechu s nízkým sklonem, aniž by hrozilo, že pod krytinu bude zatékat. Navíc plech je sám o sobě velmi pevný a zároveň snadno tvarova-

teľný, takže z něj lze vyrábět krytiny nejrůznějších tvarů – od imitací skládaných krytin až po moderní rovné plochy. Vlastní pokládka je pak poměrně rychle hotová, záleží ale samozřejmě na složitosti střechy. To vše s sebou nese nižší náklady na střešní konstrukci, transport i vlastní pokládku.

Takže namontovat plechovou střechu si majitel zvládne klidně sám?

Manuálně zručný člověk to určitě dokáže, vždy ale doporučujeme obrátit se spíše na zkušeného odborníka. Přece jenom střecha musí odolávat poměrně náročným povětrnostním podmínkám, ať už je to slunce, vítr, déšť, nebo sníh. Samotná pokládka bývá většinou poměrně jednoduchá a rychlá, je ale třeba důsledně dodržet pokyny od výrobce. Záleží třeba i na takových detailech, jako je oplechování komínu nebo správné provedení kotvení krytiny k latím. Kdo tedy chce mít jistotu dlouhodobě perfektního výsledku, měl by kromě kvality krytiny dbát i na její správné provedenou montáž.

Jsou naopak nějaké mýty o plechových krytinách, kterým mnoho lidí věří?

Jisté předsudky mezi některými majiteli nemovitostí stále ještě panují. Proto se také snažíme o určitou osvětu. Mnoho lidí má například oba-

vu, že plechová krytina není patřičně odolná. Pokud je kvalitně vyrobená a nainstalovaná, vydrží sloužit bez problémů desítky let. Také není pravda, že by například při dešti byla hlučná. Záleží totiž nejen na použité krytině, ale na celé skladbě střechy. Správně provedená střecha by měla mít patřičně tepelně a zvukověizolační vlastnosti bez ohledu na to, jakou krytinu použijete. Ze stejného důvodu neplatí ani to, že by pro plechovou krytinu byl problém silný vítr nebo vydatný déšť a sníh. Opět záleží na provedení celé střechy.

Určitě chystáte i mnoho nového...

V současnosti plánujeme další zkvalitňování zákaznického servisu. Proto jsme spustili mnoho nových projektů, které pro nás přináší spoustu výzev. Dlouhodobě pracujeme na tom, abychom upevnili naši pozici na trhu a byli maximálně proklientsky orientovaní. Také rozšiřujeme naše výrobní kapacity, instalovali jsme nové výrobní linky a do budoucna plánujeme stavbu nové výrobní haly, která nám pomůže ještě lépe vycházet vstříc požadavkům zákazníků. A samozřejmě jsme přišli také s novinkami v sortimentu, a to s novou krytinou SATJAM TP26 Express, vylepšenou povrchovou úpravou SATJAM TopMat a rozšířením doplňkového sortimentu. Snad nás tedy čeká úspěšný rok.

za rozhovor poděkoval Martin Šimek



Řemeslníci v roce 2023 v datech

Češi mají zájem o zedníky, malíře, pokrývače, klempíře a instalatéry. Častým trendem ve zvelebování domácností je pak úspora. Ukazují to data za loňský rok společnosti ePoptávka.cz, největšího online tržiště u nás, které propojuje zákazníky s dodavateli. Jaký byl tedy rok 2023 pro řemeslníky?

Data poptávkového systému ePoptávka.cz, který měsíčně zpracuje více než 11 000 poptávek a využívá jej na 275 000 dodavatelů napříč obory, ukazují, jaký byl letos trend v zájmu o řemeslnické práce. Češi sháněli odbornou pomoc jak se zakázkami většího rozsahu, tak drobnými pracemi. Na 20 % celkových poptávek v segmentu stavba a bydlení tvořily poptávky po zednických pracích, 18 % pak připadlo na pokrývače, klempíře a tesaře. Zájem o drobné řemeslnické práce dokládají například poptávky po malířích, které tvořily 20 %, nebo instalatérch (11 %) či truhlářích (7 %). „Poptávka po řemeslnících je stále a zákazníci nadále narážejí na to, že je řemeslníků nedostatek, a to především v některých oborech. Můžeme ale sledovat, že se mění struktura poptávky,“ uvedl Otto Kočí, ředitel společnosti ePoptávka.cz.

Pokud bychom se podívali na poptávku po řemeslnících v kontextu minulých let, můžeme konstatovat, že v porovnání s rokem 2021 a 2022 kontinuálně rostla poptávka po odvětvích a řeše-

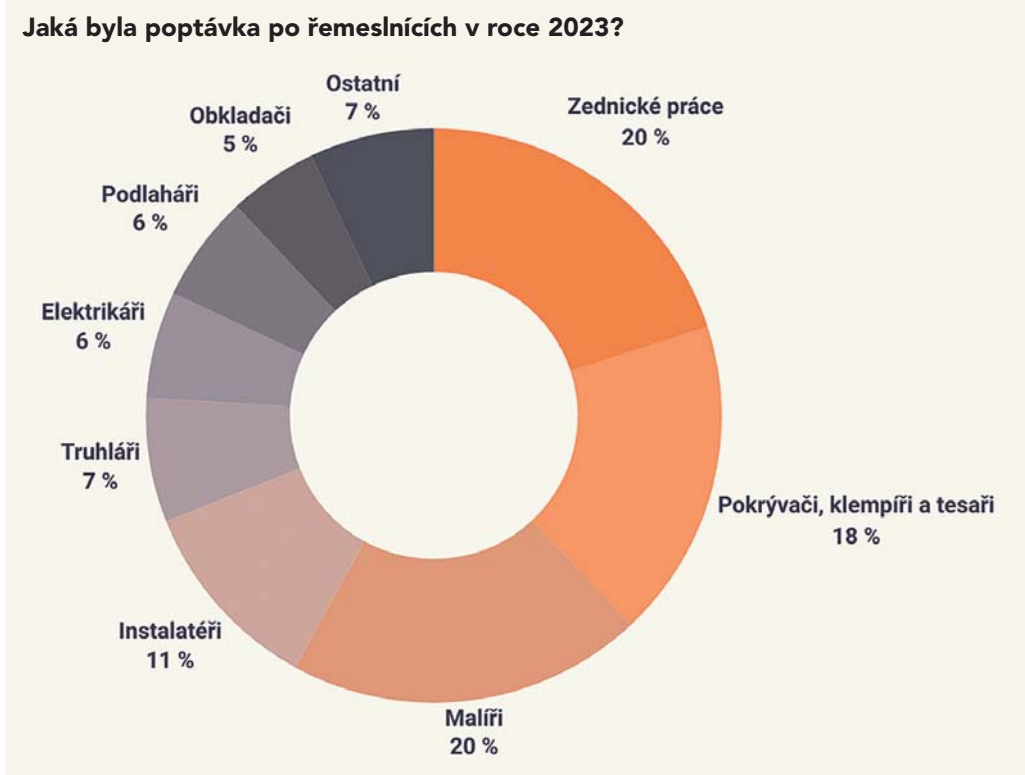
ních, která jsou úzce spojena s úsporou energií a udržitelností. Je patrné, že se Češi pouští do modernizace svého stávajícího bydlení a v celé řadě případů nejsou hlavním cílem estetické

úpravy, ale právě snaha dosáhnout šetrnější domácnosti. Důvodem je nepochybně turbulentní dění v uplynulých letech, značné výkyvy cen za energie i nejisté prognózy ohledně jejich vývoje

do budoucna. „Zájem v meziročním srovnání rostl například o zateplení, kde se v porovnání s rokem 2022 zvýšil o 38 %, o zateplení střech (nárůst o 19 %) nebo o výměnu oken (nárůst o 20 %). Vysoko se pak drží třeba také poptávka po fotovoltaike. Ta prudce vzrostla už v minulém roce a letos zůstává stále vysoko,“ vyjmenoval Otto Kočí.

Zájem o úsporná řešení podněcují také dotační programy, v rámci nichž mohou žadatelé získat příspěvky na celou řadu projektů, rozsáhlejších i méně nákladných, která přispívají k nižší energetické náročnosti domácností. Příkladem jsou zateplení střechy nebo fasády, výměna oken i dveří, využití dešťové vody nebo alternativních zdrojů energií. „Poptávka v souvislosti s programem Nová zelená úsporám loni v meziročním srovnání vzrostla o více než 140 %. V porovnání s rokem 2021 je to pak dokonce o 470 %,“ uvedl Otto Kočí. Zároveň dodal, že se dá očekávat, že poptávky v souvislosti s dotačními programy ještě vzrostou. Od nového roku by totiž například mělo být v rámci dotace Oprav dům po babičce možné čerpat zvýhodněný úvěr u spořitelny, čímž by se měl stát program ještě dostupnějším.

Propad zájmu byl na druhé straně u firem a živnostníků, kteří se zaměřují na zemní práce, a to dle dat společnosti ePoptávka.cz dokonce o 37 % v porovnání s rokem 2022. To do jisté míry odráží i situaci ve stavebnictví, kdy v loni došlo k poklesu počtu zahájených staveb. (tz)



Praha oslaví 70. výročí získání Nobelovy ceny pořádáním prestižního světového chemického kongresu

V roce 2029 uplyne přesně 70 let od doby, kdy do tehdejšího Československa zamířila první Nobelova cena. Profesor Jaroslav Heyrovský ji obdržel v roce 1959 za objev polarografie, chemické metody užívané k analýze roztoků. Praha toto významné výročí symbolicky oslaví pořádáním Světového chemického kongresu Mezinárodní unie pro čistou a užitou chemii (International Union of Pure and Applied Chemistry – IUPAC), který proběhne v roce 2029 právě v české metropoli.

Pořádání této prestižní mezinárodní akce, které se každé dva roky účastní několik tisíc expertů z oboru chemie a jejíž význam podtrhuje i zasedání Valného shromáždění IUPAC a Rady IUPAC jako nejvyššího orgánu unie, získala Praha loni v srpnu. Zástupci České a Slovenské chemické společnosti a Prague Convention Bureau, organizace zastřešující pražský kongresový průmysl, představili v nizozemském Haagu návrh, který obdržel největší podporu v rámci tajného hlasování delegátů všech národních organizací členských států IUPAC. „Na organizaci Světového chemického kongresu jsme již před dvěma roky kandidovali, bohužel neúspěšně. Velice mě tak těší, že se nám letos podařilo odprezentovat vítězný návrh, a předstihnout konkurenční destinace, kterými byla asijská velkoměsta Chengdu a Taipei a německý Düsseldorf. Věřím, že v roce 2029 představíme zajímavý program kongresu, jehož nosným tématem by mělo být Frontiers in Chemistry: For the Harmony of Civilization with Nature, a který naváže na dlouhou a proslavenou vědecko-výzkumnou tradici české a slovenské chemie,“ řekl prof. Dr. RNDr. Pavel Matějka, předseda kongresu a rektor Vysoké školy che-



Prezentace návrhu v Haagu v loňském srpnu, uprostřed Ing. Michaela Smetanová, Senior Manager – Business Events, Prague Convention Bureau

micko-technologické v Praze. „Nosné téma a název kongresu poukazuje na skutečnost, že bez produktů chemických výrob se dnešní civilizace neobjede. V zájmu udržitelnosti je však nezbytné minimalizovat negativní vlivy výroby a využívání jejích produktů na přírodu a procesy v ní probíhající,“ doplnil prof. Jiří Vohlídal z Univerzity Karlovy, toho času předseda České chemické společnosti a dodal: „Kromě tohoto zaměření je navrhovanou součástí kongresu i speciální symposium s elektrochemickou tematikou, které symbolicky oslaví 70. výročí udělení Nobelovy ceny prof. Jaroslavu Heyrovskému.“ Pražský ročník kongresu, který se odehraje v Kongresovém centru Praha, však nebude výjimečný jen svou návazností na významné osobnosti české vědy. Poprvé v historii pořádání této akce totiž vítězný návrh na pořádání podaly společně dvě národní chemické společnosti – česká a slovenská. „Spo-

lečná kandidatura České a Slovenské chemické společnosti představovala jednu ze silných stránek návrhu. Tato unikátnost vyplynula ze shodné historie a tradice chemie v kdysi jednotné zemi. Vzájemná kooperace obou států pokračuje dodnes, a to na různých úrovních od neformálních spoluprací a národní podpory společných projektů až po pravidelné uspořádávání společných konferencí v jednotlivých odborech chemie, organizaci zastřešujících chemických sjezdů, a v neposlední řadě i pořádání tak významných událostí, jakou je mezinárodní chemická olympiáda. Proto mě nesmírně těší, že máme díky získání tohoto prestižního kongresu možnost společně představit silnou pozici chemie v našich zemích,“ dodal prof. Igor Lacík z Ústavu polymérov SAV v Bratislavě, místopředseda kongresu a zástupce Slovenskej chemickej spoločnosti. Profesor Lacík působí v IUPAC dlouhodobě

a pro roky 2024–2027 bude prezidentem Polymerní divize unie a mezi lety 2024 a 2025 i členem Vědecké rady IUPAC.

Organizace tohoto kongresu přinese české i chemické odborné veřejnosti příležitost odprezentovat své nedávné objevy, ale zároveň i prodiskutovat nejnovější trendy v odvětví. Tím akce přispěje k dalšímu rozvoji chemického bádání u nás, z jehož výsledků následně benefituje i veřejnost. „Chemické procesy jsou současně i jedním ze strategických oborů, na které se hlavní město Praha soustředí ve své Regionální inovační strategii – RIS 3. Ta vytyčuje odvětví, ve kterých má Praha komparativní výhodu oproti jiným destinacím a ve kterých produkuje výsledky s vysokou přidanou hodnotou. Získání tohoto kongresu neznamena pro Prahu jen okamžitý ekonomický benefit ve formě pobytu 4000 delegátů po dobu celého jednoho týdne konání kongresu, ale zejména přísun globálního know-how v oboru, který v dlouhodobém horizontu napomůže ke strategickému směřování a budoucímu rozvoji metropole. To vše přispívá k internacionalizaci české i slovenské vědy a uplatnění výsledků výzkumu v praxi, z čehož má následně prospěch široká veřejnost,“ vysvětlila Ing. Michaela Smetanová, Senior Manager – Business Events, Prague Convention Bureau, která se v rámci kandidatury podílela na prezentaci kongresové nabídky Prahy a celkové realizační a organizační stránce návrhu.

Kandidatura na Světový chemický kongres proběhla za podpory hlavního města Prahy, agentury CzechTourism / Czech Convention Bureau a společnosti C-IN, která pro kandidaturu kromě jiného vytvořila i videoklip pomyslně zvoucí světové osobnosti chemie do Prahy na Světový chemický kongres v roce 2029. (tz)

Tradiční ruční výroba skla je zapsaná na seznamu UNESCO

České sklo potvrdilo světovou úroveň a pověst. Právě loni v prosinci se tuzemská ruční výroba skla nově dostala na seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO. Žádost, kterou Česko podalo společně s Francií, Finskem, Maďarskem, Německem a Španělskem, schválil mezivládní výbor organizace na zasedání v Botswaně.

Jako první byl na seznam UNESCO, co se týče tuzemského nehmotného kulturního dědictví, v roce 2005 zapsán slovácký tanec verbuňk, na posledy loni vorařství. V Česku se na přípravě

podkladů týkajících se zápisu ruční výroby skla kromě Ministerstva kultury podílelo například Muzeum skla a bižuterie v Jablonci nad Nisou, ale i zástupci jednotlivých sklářských hutí, škol a profesních organizací.

„Sklářství je důležitým odvětvím zejména v Libereckém a Zlínském kraji a také na Vysočině. Je to i téma, za kterým se do Česka cestuje z celého světa. Věřím, že díky dnešnímu zápisu na seznam UNESCO bude ještě víc. Sklářům a všem, kteří se na tomto úspěchu podíleli, moc gratuluji,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller a dodal: „České sklo zajímá nejen turis-

ty z Evropy, kteří mohli třeba Křišťálové údolí vidět v hlavních zprávách francouzské televize TF1, lákavé je i pro hosty z Asie, kteří se k nám od letošního března lépe dopravují díky přímému leteckému spojení Praha – Soul. Podrobnosti o tuzemském sklářství ve všech koutech Česka, včetně toho, co nového daný sektor chystá, lze najít také na našem portále Kudy z nudy.“

Technologická jedinečnost českého skla je vidět po celé zemi. V minulosti, konkrétně v roce 2020, ji potvrdil fakt, že se na seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO dostala výroba vánočních ozdob z foukaných skleně-

ných perel. Dochovala se ve firmě Rautis v Poniklé v Krkonoších. Česká sklářská výroba přitom na rozdíl od jiných zemí zahrnuje všechny techniky. Kromě výše zmiňované tradiční výroby vánočních ozdob to je – společně s přípravou a výrobou sklářské suroviny – také foukání, broušení, malování, vinuté perle, výroba trubiček, bižuterních tyčinek a další.

Dosud měla Česká republika v UNESCO celkem 32 zápisů. Naposledy uspěl Žatec a krajina žateckého chmele, staly se tak 17. českou hmotnou památkou zapsanou na tomto seznamu a vůbec prvním chmelařským dědictvím s touto světovou značkou. (tz)

Česko usiluje o víc přímých leteckých linek ze vzdálených trhů

Oslovit, získat a udržet kultivované a bonitní turisty díky přímým, novým i posíleným, zejména dálkovým letům. To je, zjednodušeně řečeno, cíl memoranda k projektu Touchpoint. Koncem roku 2023 ho uzavřeli zástupci Letiště Praha, České centrály cestovního ruchu – CzechTourism a Prague City Tourism.

I když v loňském 3. čtvrtletí bylo v ČR celkem už víc turistů než před pandemií covidu-19, cestovní ruch nadále táhli tuzemští cestovatelé. Přijelo téměř 7,9 miliónu hostů, z toho bylo více než 4,8 miliónu (61,3 %) rezidentů a víc než tři milióny (38,7 %) cizinců. Srovnáme-li třetí čtvrtletí 2023 se stejným obdobím roku 2019, zatímco Čechů cestovalo po Česku o 15 % víc, cizinců přijelo o 9 % méně. Pro ekonomiku Česka je však víc zahraničních turistů žádoucí, utrácejí totiž téměř třikrát více, než rezidenti.

Konkrétně: Turisté z Česka dle posledních dostupných čísel za loňské 2. čtvrtletí utráceli za cesty po Česku v průměru 812 Kč za osobu a den, u cizinců to bylo v průměru 2523 Kč. „Spolupráce Touchpoint zařezává s hlavními výzvami cestovního ruchu, které jsou před námi. První výzvou je zajistit rozumný mix českých a zahraničních turistů. Druhou udržitelnost, a to tak, aby se rozprostřel cestovní ruch po celé zemi, pomohlo se hospodářství v regionech a ulevilo přetíženým místům. Třetí výzvou je propagace aktivního turizmu a lázeňství, což je také naše hlavní téma pro období let 2024–2025,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller a dodal: „Naše nabídka je skvělá, v Česku máme nejlepší turistické značení na světě, špičková horská střediska a velkou tradici sportu a outdoorových aktivit. Zároveň máme také dlouhou tradici kvalitního, světově známého lázeňství, zapsaného i na seznamu

UNESCO. To vše je zcela jistě zajímavé pro bonitní turisty ze vzdálených trhů, a teď je tedy velmi důležité je k nám co nejpohodlněji a co nejdřív dostat.“

Z mezinárodního Letiště Václava Havla Praha aktuálně létá na 160 přímých leteckých spojení, které do celého světa vypravuje víc než 65 leteckých dopravců. Podle předsedy představenstva Letiště Praha Jiřího Pose je Praha pro zahraniční turisty velkým lákadlem, spuštění nových dálkových linek však bude velkým přínosem také pro Čechy. „Z tohoto pohledu je pro nás spolupráce s CzechTourism, Prague City Tourism, ale také s hlavním městem Praha velmi důležitá. V současné chvíli jsou pro nás prioritou linky do Severní Ameriky či na Dálný východ. Kromě New Yorku je to i Philadelphia, případně Chicago, Toronto, Montreal a čínské destinace. Nově také v blízké či střednědobé budoucnosti usilujeme o otevření linky do Vietnamu, Thajska a Indie,“ sdělil Jiří Pos.

„V Prague City Tourism systematicky kultivujeme cestovní ruch metropole, což se nám daří především prostřednictvím marketingových kampaní, kterými cílíme na důležité zdrojové trhy a specifický druh klientely, která má zájem o hlubší prožitek z návštěvy,“ vysvětlil předseda představenstva Prague City Tourism František Cipro a zároveň doplnil: „Bez našich partnerů, jako je Letiště Praha a CzechTourism, by toto úsilí bylo mnohem těžší, a proto jsem moc rád, že pokračujeme v naší společné práci. Pro příští rok se Prague City Tourism zavázalo, že se marketingově mimo jiné zaměří na vzdálenější trhy, jako je Taiwan a Jižní Korea.“

Uzavřené memorandum má platnost do konce roku 2026. Bude-li třeba a dohodne-li se tak Letiště Praha, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism a Prague City Tourism, může se dokument k projektu Touchpoint prodloužit. (tz)

Knedlík v české gastronomii zažívá comeback



Vášeň pro vaření se stala Petru Kosinerovi doslova osudová. Provází ho celý život a je nedílnou součástí jeho profesní dráhy. Kuchařského řemesla se ujal nejen v tuzemsku, ale také v zahraničí. A před více než jedenácti lety stál společně s investorem Vladimírem Zikmundou u zrodu české firmy Knedlíky Láznicka, která ve svém oboru udává tón.

Vsadili na kvalitu, ale cesta k srdci zákazníků lehká nebyla. Poctivé řemeslo a vybrané regionální suroviny mají svou cenu. Naštěstí to ale Češi brzy poznali a dali ručně vyráběným poctivým knedlíkům od Láznicka šanci. Nakonec o tom vypovídá i úctyhodných 33 ocenění v soutěži Česká chuťovka a Dětská chuťovka, které knedlíky věhlasného výrobce sesbíraly. Letos k nim ale přibýlo ještě jedno speciální. Petr Kosiner, šéfkuchař firmy, byl zvolen Rytířem české chuti.

Cesta, která vedla k renezanzi zatracované přílohy

Společnost Knedlíky Láznicka, která na trh vstoupila v roce 2012, se zasloužila o renezanci tradiční přílohy, která vždy patřila a patří na český stůl. V době vzniku firmy ale byly knedlíky považovány za cosi nemoderního, nezdravého a nedobrého. Přispěla tomu tehdejší nevalná kvalita tohoto zboží, které bylo k dostání v maloobchodní síti. A o mnoho lepší to nebylo ani v restauracích. Ale to se šéfkuchař Petr Kosiner společně s investorem Vladimírem Zikmundou rozhodli změnit.

Už jako dítě Petr Kosiner nakukoval nadšeně pod ruce babičce, když knedlíky připravovala. Z rodiny si odnesl cenné dědictví receptur i cit pro přípravu. Nebál se experimentovat a objevovat nové chutě i vylepšovat stávající postupy. A nechtěl si to nechat pro sebe, což vyústilo ve zrod značky Knedlíky Láznicka. V roli šéfkuchaře se společně se spolumajitelem Vladimírem Zikmundou pustili do nelehké práce – změnit názor Čechů na přílohu, již se díky jejich aktivitám už opět začíná dostávat zasloužené úcty a pozornosti.

„Zpočátku to neměly Knedlíky Láznicka lehké, protože se zákazníci zdráhali přijmout fakt, že kvalita má svou cenu. Když ale ochutnali, mezi svými blízkými a přáteli začali svou pozitivní zkušenost s oblíbenou nejen nedělní přílohou sdílet. Zákazníků přibývalo a dnes se bez Knedlíků Láznicka neobejde řada domácností ani gastro provozů či cateringových společností,“ popsal Petr Kosiner.

Nejvíce stále frčí klasické přílohy – knedlíky – bramborový a houskový,

ale díky invenci a zručnosti Petra Kosinera i citu pro obchod a marketing Vladimíra Zikmunda český národ opět objevil také zapomenuté poklady zámecké a historické kuchyně, a začal se seznamovat i s moderní interpretací knedlíků, které lze směle zařadit do kategorie současně zdravé výživy. Příkladem prvního může být svačební knedlík, posvícenský knedlík, perníkový šachovnicový knedlík nebo třeba martinský houskový knedlík. Druhé kategorii vládnou třeba dýňové nočky, květákové šušle, rýžové knedlíčky se zeleninou nebo ty cizrnové.

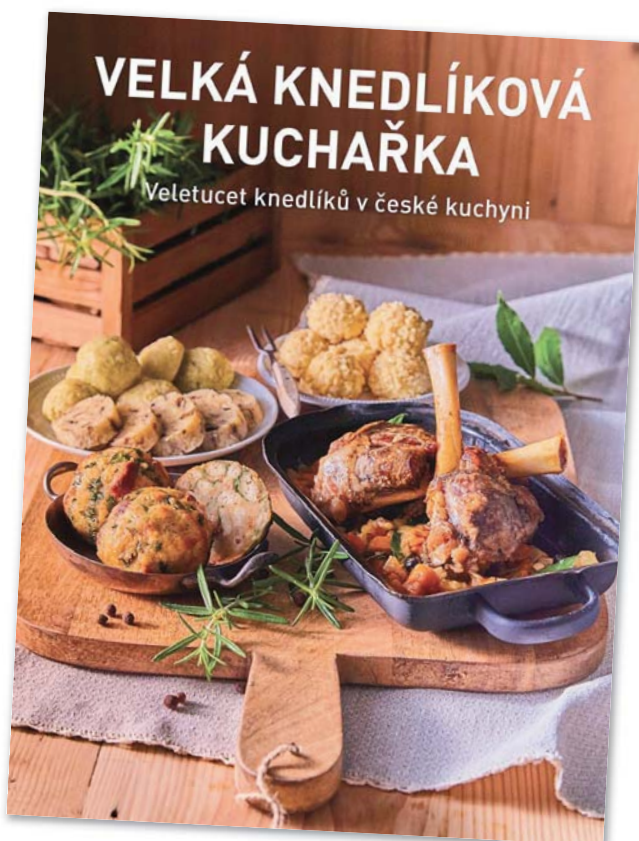
Kde se dají koupit

Knedlíky Láznicka většinu své produkce prodává B2B. „Do nástupu pandemie byly dominantními odběrateli restaurace. Poté se situace obrátila a prostřednictvím Rohlík.cz se Knedlíky Láznicka zabydlely hlavně v domácnostech u koncových spotřebitelů. V roce 2022 činil podíl z celkové produkce prodané přes Rohlík 60 %,“ uvedl Vladimír Zikmunda.

Dalším distribučním online kanálem je Scuc.cz. Velkým zákazníkem jsou rovněž cateringové společnosti, pro něž dokáže firma připravit knedlíky přesně podle jejich přání: exotické, bezlepkové, sladké, inspirované zahraniční kuchyní i zdravou výživou.

Plány do budoucna

Knedlíky od Láznicka vždy zůstanou ruční záležitostí. A to i přesto, že se společně s Rohlík.cz chystá firma zabydlet i v Německu. „S expanzí prodejce Rohlík.cz se otevírá možnost získat si podíl i v knedlíkové velmoci, již Německo bezpochyby je,“ komentoval Vladimír Zikmunda.



Petr Kosiner, šéfkuchař firmy Knedlíky Láznicka (vlevo), a Vladimír Zikmunda, majitel firmy

Produkce malé české firmy by se tak mohla za hranice vydat v horizontu dvou let.

Petr Kosiner Rytířem České chuti a 33 ocenění

Za dobu své existence získaly také Knedlíky Láznicka celou řadu ocenění. V soutěži Česká chuťovka a její odnoži Dětská chuťovka jich nejrozličnější knedlíky od Láznicka posbíraly celkem 33. První v roce 2014. A které druhy si v minulosti získaly srdce porotců? Například karlovarské koule, měšťanský houskový knedlík Láznicka, meruňkový knedlík Láznicka z tvarohového těsta, domažlické povídkové knedlíčky Láznicka, Láznicka bramborové šišky špenátové, hanácké zelňáky Láznicka, Svatební knedlík Láznicka, Láznicka perníkový knedlík, Láznicka karlovarský knedlík, a mnohé další. Loni se uznání od poroty soutěže Česká chuťovka dostalo novince. Brynzáky jsou knedlíčky z brambor a ovčího syra, který jim dal jméno. Podávají se ideálně s opečenou slaninou. Brynzáky uspěly také u dětské poroty a patří jim i Dětská chuťovka. A zabodovaly také u zástupců médií, kteří jim udělili tzv. Novinářskou cenu.

V Česká chuťovce 2023 ale uspěl i šachovnicový knedlík, do kterého patří perník a skvěle doprovází zvěřinu. Ceny si tým Knedlíků Láznicka odnesl při slavnostním vyhlášení výsledků soutěže českých chutí počátkem listopadu v Praze.

Titul Rytíř české chuti určený významným potravinářské osobnosti z řad majitelů i manažerů firem, technologů a tvořivých potravinářských odborníků, kteří se zaslouhují trvale o rozvoj svého oboru a nikdy ze zřetele neztrácejí chuťový požitek, byl při téže příležitosti udělen Petru Kosinerovi. Knedlíky Láznicka se tak mohou v roce 2023 pyšnit hned pětinasobným úspěchem.

Knedlíkový fanklub

Knedlíky Láznicka také hodně komunikují prostřednictvím Facebooku, na své stránce na sociální síti už mají víc než 33 000 sledujících. A fanklub kolem značky se postupně stále rozrůstá. Není divu, mnoho milovníků dobrého jídla přilákal seriál, který zde publikují a který se věnuje knedlíkům nejen jako příloze, ale také jako hlavnímu chodu. Dnes už má téměř 250 dílů a stále pokračuje.

„Zájem veřejnosti v období pandemie covid-19 nás s Vladimírem Zikmundou vedla k odvážnému kroku. Rozhodli jsme se během doby, kdy bylo pohostinství ochromené kvůli viru, vydat vlastní kuchařku zaměřenou na knedlíky, aby si lidé mohli tento druh pokrmu uvařit tak, jako by byl ten od nás. Přidala se k nám spousta výjimečných osobností food světa. Dílo, které vzniklo, dělá radost nám i všem, kteří si je poříдили. Provází základy přípravy a zkušeným profesionálům dává inspiraci, jaké hranice a cíle je možné v knedlíkovém ráji ještě pokořit,“ komentoval vznik Velké knedlíkové kuchařky Petr Kosiner. (tz)

PENNY startuje rok 2024 velkorysou slevou

Řetězec PENNY startuje rok 2024 významným snížením cen. V prvním lednovém týdnu poskytl zákazníkům 10% slevu na kompletní sortiment. Domácnosti tak mohou rychle a výhodně doplnit zásoby, které vyčerpaly v době svátků na konci loňského roku.

Ve více než 410 prodejnách PENNY po celém Česku se dá „velký nákup“ začátkem roku pořídit skutečně výhodně. Od úterý 2. ledna do neděle 7. ledna poskytuje PENNY 10% slevu na kompletní sortiment potravin i drogerie. Sleva se vztahuje na nezlevněné, ale i akční položky a již zlevněné zboží. Zákazníci ji mohou uplat-

nit u pokladny po předložení zákaznické karty (digitální nebo plastové) a speciálního kuponu, který je k dispozici v akčním letáku, na internetových stránkách nebo v PENNY aplikaci. Maximální částka nákupu, na kterou lze slevu využít, činí 5000 Kč.

„Ledničky a spíže v českých domácnostech se v průběhu svátků z velké části vyprázdnily. Navíc hodně lidí chce po předešlých výdajích za vánoční dárky spíš šetřit. Proto jsme se rozhodli vyjít zákazníkům vstříc a slevu zavádíme průřezově na celý sortiment,“ uvedl Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY. Připomněl, že ti, kteří zákaznickou kartu nemají, o ni mohou bez jakékoli registrace požádat na pokladnách, a následně se okamžitě

zapojit do akce. „Mechanismus je velmi jednoduchý, a slevu díky tomu může využít skutečně každý, kdo má zájem,“ dodal Vít Vojtěch.

Již koncem prosince přitom v PENNY přeceňovali všechny nabízené produkty tak, aby zohlednili změny sazeb DPH, které platí od začátku roku 2024. Aktuální 10% sleva se tak již vypočítává z nových regálových cen, kde je u všech potravin snížena sazba DPH z dosavadních 15 na 12 %.

PENNY tak plynule navazuje na prosincovou aktivitu, v níž s měsíčním předstihem reagoval na snížení DPH u potravin. Po celý prosinec tak nakupujícím u pokladen započítávali slevu na produkty, kterých se nižší DPH týká. (tz)



Nastává čas hodnocení a rozhodování

Rok se sešel s rokem. Rádi byste něco změnili. Možná i něco zásadního. Určitě by vaše kroky měly vést k tomu, aby si firma, kterou jste založili a kterou řídíte, vedla letos ještě lépe než dříve. Možnosti k tomu máte. Pusťte se do práce.

Předsevizet č. 1: Žijte budoucnost už teď

Mnoho koučů nabádá businessovou veřejnost, ať se plně ponoří do přítomnosti. Ve firemním životě nastává budoucnost právě teď, takže není na co čekat. Už nyní můžete nové myšlenky uvést do života. Půdu jste si k tomu mohli nachystat už během svátků. Odpočinek podněcuje vnitřní kreativní proces. Možná jste se i vy ponořili v několika dnech volna do představy o tom, jakou budoucnost chcete své firmě dopřát. A rovnou si své postřehy a nápady zaznamenali. Následně je rozřídíte do kategorií, naplánujete postup implementace a nyní, v lednu se vrhnete do akce.

Nejdřív se pusťte do toho, co můžete udělat bez velkých nákladů okamžitě. Dále se zabývejte změnami, které bude možné s pomocí kolegů relativně dobře prosadit, ale bude to vyžadovat menší přípravy a čas. Optimalizace, jež budou vyžadovat komplexnější přístup a více zdrojů, začněte řídit hned v průběhu ledna jako nové projekty. A pokud je pro vás navíc první měsíc roku chudší na zakázky, využijte tuto „plankovou“ dobu jako příležitost jít ještě hlouběji a konzultujte s kolegy, co by se dalo vylepšit a jak, nadchněte pro to celý tým a nechte jej pracovat na zákracích. Tady totiž začíná lepší firemní budoucnost.

Předsevizet č. 2: Záleží vám na odkaze? Buďte s rodinou

Rodinná firma je obvykle příslibem bezpečnější a zajištěnější budoucnosti. Snažte se ji neúnavně budovat, aby dobře sloužila další generaci. Aby o ni bylo postaráno a měla snazší start. Jenže i v tomto případě je potřeba najít rovnováhu. Když se pro dobro rodiny odevzdáte firmě s valnou většinou svého času, kolik vám ho zbude na

kvalitní a hluboké vztahy s těmi, pro něž se snažíte vytvořit zázemí?

Už mnohokrát jsem se setkal s tím, že podnikatelé v práci trávili i 16 hodin denně s vidinou toho, že díky svému odkazu zaopatří rodinu na mnoho generací dopředu. Pro samou práci ale přestali vnímat, že péči potřebují i ti, pro něž se tak snaží. Zaplatili tu nejvyšší daň. Jejich nepřítomnost měla za následek, že se jim děti i partneři odcizili. Rodinné vazby se jim začaly rozpadat před očima. Jenže bez rodiny ztrácíte pevnou půdu pod nohama, svou motivaci, odhodlání i radost.

Proto si přece jen dejte jedno předsevizet, a to, že budete trávit víc času s těmi, na kterých vám skutečně záleží, a kteří, budete-li mít štěstí, jednou firemní odkaz převzou. Když totiž mladé generaci ukážete, že vám firma nebrání žít, i ona pro ni zahoří větší láskou. Být skutečně s rodinou znamená postarat se o budoucnost businessu. Kvalita času, kterou tomu věnujete, se vám vrátí. A ta se nepočítá na minuty.

Předsevizet č. 3: Závazek a zodpovědnost, které už nejsou jen na vás

Teď se asi ptáte, jak si máte najít víc času na rodinu, když vám ve firmě všechno padá na hlavu, a dokonce i ta nejtriviálnější rozhodnutí se neobejdou bez vaší účasti. Poradím vám jednu osvědčenou věc. Delegujte povinnosti. Dejte si dohromady seznam těch povinností a rozhodovacích procesů, které by se dokázaly obejít bez vašeho zasahování. Opravdu nemusíte rozhodovat o tom, jaký kancelářský papír, propisku, minerálku nebo mýdlo pořídit. To je práce back office manažera. Pokud na to člověka nemáte, pověřte někoho ze zázemí kanceláře. Jednou provždy si schvalte přípustné možnosti a celý proces. Vytvořte si roční budget a z toho se bude rozumně ukrajovat. A když se podaří najít úspory nebo zajímavější řešení, výborně, můžete zodpovědnou osobu povzbudit a dále motivovat.

V zásadě jde hlavně v začátcích o to dát lidem metodiku, aby mohli delegované úkoly dobře převzít a mohli na jejich plnění relativně bezproblémově pracovat. Na vás vedle toho je,



abyste je naučili kvalitní reporting a otevřeně komunikovat, pokud se vyskytne problém, se kterým si z počátku nebudou vědět rady. Ale nedělejte za ně jejich práci. Můžete pomoci, ne přebírat povinnosti. Stále se vaši lidé musí cítit tak, že to, jak se s výzvou popasovali, je zejména jejich invence a jejich zodpovědnost. Pak delegování funguje vážně skvěle a dokáže vám ne skutečně rozvázat ruce pro to nejpodstatnější – strategické řízení firmy a šťastnější prožívání vlastního osobního života.

Možná si budete říkat, že v rodinné firmě to ale nelze brát takto do důsledků. A já vám na to musím hned odvětit, že právě tady byste to měli do důsledků brát dvojnásob pečlivě. Připravujete si přece svoje kolegy, svou rodinu, aby mohla v podniku a s podnikem vzkvétat, no ne? Není důvod povolovat. Má smysl spolupracovat, nechat rodinné členy růst, získávat zkušenosti a umožnit jim rozvíjet svou osobnost. Přesně tak se rodí lídři. Neobejde se to bez výzev, mírného stresu a občasných krizí. Lídři jsou jako

diamanty. Kus grafitu se pod tlakem mění v nejvzácnější kámen světa. A když byste s tím vším potřebovali pomoci, můžete se spolehnout, že u nás v JPF Czech najdete dveře vždy otevřené. Tohle umíme vážně skvěle a většina našich projektů v oblasti executive interim managementu se bez kvalitního zásahu do procesů, kompetencí a nové konstrukce rolí uvnitř firmy neobejde. I díky tomu máme víc než 80% úspěšnost.

Jedno předsevizetí navíc: Energie je přírodní zákon, naslouchejte jí

Ve fyzice jste se učili o zákonu zachování energie. V životě to není jiné. Jenže jako vlastníci malé nebo střední rodinné firmy jedete často až na dřeň. Znáám to. Kdysi jsem si taky myslel, že to urvu sám, že jedině já dokážu firmu posunout tím, že jí věnuji všechny své vnitřní zdroje. Fatální přesvědčení, s nímž dojdete maximálně na pokraj vyhoření. A zkuste si v takovém stavu spravovat podnik. Nejde to.

Je to celé postavené na hlavu. Podnikání má v první řadě sloužit vám a na vás je dělat taková rozhodnutí, která to umožní. Nikdo nemůže vystupovat jako nadlidská síla. Všichni máme své limity na straně energie. Možná krátkodobě na dluh jet můžete, ale z dlouhodobého hlediska si zaděláváte na průšvih. Závislostí na jedné osobě svůj business vrháte do rizika. Co když se vám něco stane, co bude s rodinou a zaměstnanci pak? A můžete být vůbec šťastní, pokud budete postrádat zdraví a vitalitu?

Slibte si, že na sebe budete myslet a častěji uděláte to potřebné, abyste energii pravidelně dokázali zase nabrat. Její množství je zásadní pro to, jak kvalitně dokážete řídit, vést, rozhodovat. Naslouchejte své energii, spolehlivě vám řekne, co je třeba udělat. Možná si budete muset vzít delší dovolenou a dát se dohromady. Ale nebojte se, firma tím nemusí vůbec utrpět, právě naopak. O businessové záležitosti se za vás postará executive interim management. Je to dočasná pomoc, která vám dává prostor na to, abyste se o svojí podnikatelské i životní cestě mohli rozhodnout v klidu a s čistou hlavou.

Ing. Jiří Jemelka, MBA,
JPF Czech

Nejen předpremiéra nového Peugeotu 3008

Na novinky aut se zákazníci i odborná veřejnost těší vždy. Nejen na inovativní technologie, které přicházejí až překotně v souladu s pokrokem, jenž zrychluje víc, než jsme si dosud dokázali představit. Očekává se překvapení v designu, v užžitných vlastnostech, ale i ceně. Takto bylo nastaveno i vnímání těch, kteří se loni 14. listopadu setkali při příležitosti mimořádné události. V pražských Letňanech totiž proběhla předpremiéra modelu nový Peugeot 3008. Zatím se s touto novinkou seznámilo jen několik málo vyvolených, na jaře tohoto roku však nový Peugeot 3008 dorazí do Česka se vším všudy – s českými cenami, velkým počtem uváděcích vozů, testovacími auty...

Na předpremiéře dělal novému modelu Peugeot 3008 společnost velmi vzácný host, Peugeot Inception Concept. Krátce předtím se představil na e-Salonu v Praze, kde se na něj přišlo podívat přes 23 000 návštěvníků. Po Las Vegas, Paříži a Miláně se tento elektrický a autonomní koncepční vůz, který je jedním z nejdůležitějších v historii značky, předvedl i v Praze.

Značka Peugeot, která bude mít od roku 2025 nejširší nabídku elektromobilů ze všech evropských mainstreamových výrobců aut, již nyní nahrazuje svůj bestseller zcela novým SUV typu fastback. Nový Peugeot 3008 bude neodmyslitelnou součástí elektrické budoucnosti značky. K pohonu totiž využívá převážně elektromotory. Tento nový vůz dorazí na evropský trh v únoru 2024.

Peugeot s modelem 3008 posunul na zcela novou úroveň klíčové aspekty jako kreativní design, potěšení z jízdy a elektrický výkon. Tento nový vůz je dokonalým vyjádřením základních hodnot značky: Allure, Emotion, Excellence.

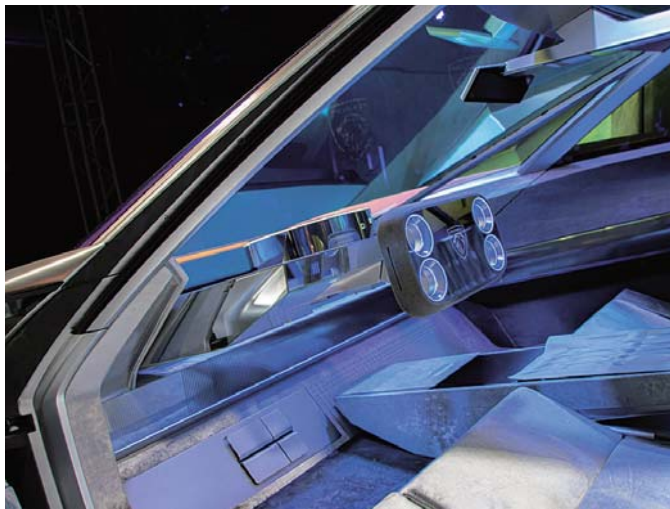
- Allure – SUV typu fastback s přepracovaným designem.
- Emotion – nová generace systému Peugeot Panoramic i-Cockpit mění zásadním způsobem požitky z jízdy.
- Excellence – vysoká elektrická efektivita a dojezd až 700 km díky nové platformě STLA Medium skupiny Stellantis.

Současný Peugeot 3008 je bestseller, který si za posledních sedm let získal více než 1,32 milionu zákazníků ve 130 zemích. Další etapou

v životním cyklu této úspěšné řady je významně přispět ke strategii přechodu značky Peugeot na čistě elektrický pohon. Cílem značky je už od roku 2025 nabídnout pro všechny modely produktového portfolia minimálně jednu plně elektrickou verzi a od roku 2030 prodávat v Evropě výhradně vozy se 100% elektrickým pohonem. S představením nového modelu 3008 tak vstupuje Peugeot do nové dimenze.

Peugeot 3008 je prvním modelem, který využívá zcela novou platformu STLA Medium skupiny Stellantis. Tato inovativní platforma je navržena tak, aby nabízela nejlepší výkon ve své třídě z hlediska kritérií, které jsou pro zákazníky nejdůležitější: dojezd (až 700 km), doba nabíjení (30 minut), potěšení z jízdy, výkon, efektivita a online služby (Trip planner, Smart charging, Vehicle to load, Plug&Charge a aktualizace Over The Air).

(tz)



Ocenění je potvrzením toho, že jdeme správnou cestou

Prospěšných služeb pro ty, kterým nemoc, úraz či jiná příčina zkomplikovaly život, nebude nikdy dost. Proto je každá iniciativa na tomto poli víc než vítaná. Jednou z nich je práce neziskové organizace ParaCENTRUM Fenix v Brně. Pomáhá lidem s poškozenou míchou. A zdaleka to není jen milé slovo nebo sociální rehabilitace. Za vše, co se daří prosazovat do praxe, a za mimořádnou kvalitu péče o lidi s postižením, ocenila loni Česká společnost pro jakost tento spolek Cenou za návrat do života. Aktivitu nám přiblížil PaedDr. Ing. Petr Houšť, MBA, ředitel ParaCENTRA Fenix, a Michaela Arientová, vedoucí fundraisingu:

Vaše pracoviště se od roku 2004, kdy vzniklo, rozrostlo v ucelený komplex činností a služeb. Byl to původní záměr a vize, anebo spíš logický vývoj podložený prvními zkušenostmi, společenskou objednávkou, odhadem situace?

Petr Houšť: Myslím, že celý ten proces nebyl úplně plánovaný. V neziskovém sektoru, v sociální sféře a s legislativními změnami posledních dvaceti let by to snad ani nebylo možné. Dlouholetý bývalý ředitel ParaCENTRA Fenix Vojtěch Vašíček tehdy s několika kolegy zakládal Fenix jako občanské sdružení. Vlastní organizace vznikla na popud toho, že nemohli smysluplně pokračovat v pobočce Svazu Paraplegiků, u jejíhož zrodu o rok dříve figuroval pan Vašíček také. Postupem let se měnila sídla organizace, rozšiřovala se nabídka služeb, přicházeli noví zaměstnanci, samotný Fenix se nakonec transformoval až do nynější podoby zapsaného spolku.

Proč jste se zaměřili na pomoc lidem s porušenou míchou? Byl základem nějaký osobní příběh, nedobrý zážitek, poznatky ze zdravotní péče?

Petr Houšť: Právě oni zakládající členové v čele s Vojtěchem Vašíčkem, úspěšným parasportovcem, byli sami lidé s poškozenou míchou. Vozíčkáři tedy prvotně založili Fenix jako entitu, která sdružuje osoby s hendikepem a prostřednictvím které si mohou předávat své zkušenosti ze života na vozíku.

Cena za návrat do života je významné ohodnocení vaší snahy a práce, určitě vám udělá radost. Bude vás motivovat k nějakému novému projektu, k vyšší kvalitě péče o postižené?

Petr Houšť: Takového významného ocenění si moc vážíme a děkujeme za ně. Musím však říct, že o nové projekty i vyšší kvalitu péče se snažíme neustále. Ocenění je tedy jakýmsi důkazem a potvrzením toho, že jdeme správnou cestou.

Co vám toto ocenění ještě dalo? Byl to příliv další energie, chuť být užitečným způsobem blízkou těm, kteří nemohou mít plnohodnotný život?

Michaela Arientová: Jelikož nyní působíme v přechodných prostorách, do kterých jsme byli nuceni přesídlit v červnu 2021, je ocenění pro mě také důkazem toho, že se našim lidem daří odvádět kvalitní práci takovou, za kterou by se nemuseli stydět ani v těch nejlepších zařízeních. Vykládám si to tím, že ParaCENTRUM Fenix skutečně stojí na kvalitních lidech, kteří často pomáhají nad rámec svých povinností.

Charakterizoval byste osu vaší činnosti? Jaké služby poskytujete? A budete přidávat další?

Petr Houšť: Dovolím si začít odpověď otázkou. Co je pro člověka na vozíku nejhorší? Laik odpoví, že to, že nemůže chodit, nebo i hýbat rukama. To je naprostá pravda, avšak co už veřejnost nevidí, je celá řada přidružených zdravotních a sociálních problémů. Člověk, který vlivem úrazu či nemoci najednou skončí na vozíku, se ocitá v neznámém světě plném věcí, které do ne-

dávna řešit nemusel. Fenix funguje jako průvodce těmto lidem a jejich blízkým. Usnadňujeme jim co nejvíce přechod z institucionální péče do domácího prostředí. Radíme s výběrem vozíku a dalších pomůcek díky ergoterapii. V sociální rehabilitaci pomáháme zařídit všechny dávky, uplatnit nároky nebo nabízíme psychologickou podporu. Tělo člověka s poškozenou míchou vyžaduje daleko větší péči, proto nabízíme pravidelné fyzioterapie, které, troufnu si říct, jsou na velmi vysoké úrovni. Každodenně pomáhají lidem přímo v jejich domácnostech naši osobní asistenti. Nabízíme bezbariérovou přepravu, posilovnu pro vozíčkáře, půjčovnu kompenzačních pomůcek, a v neposlední řadě mnoho společenských akcí, na kterých si komunita vozíčkářů předává důležité životní rady a zkušenosti. V tuto chvíli novou službu přidávat nebudeme, ale takovým dlouhodobým přáním je možnost poskytnout bytové služby. Uvidíme, jaké se naskytou v budoucnu možnosti.

Upřesnila byste, jak se promítá kvalita do vaší praxe? Je to prostřednictvím nějakého vlastního systému, řízení, managementu, anebo je to takříkajíc nepsaná součást všeho, co děláte?

Michaela Arientová: Řekla bych, že kvalita je nepsanou součástí všeho, co děláme. Nebo se o to minimálně snažíme. Pan ředitel zmiňuje komunitu. Myslím si, že Fenix je ukázkou toho, že může existovat společná komunita klientů, jejich blízkých a zaměstnanců. Samozřejmě se řídíme vnitřními předpisy a nařízeními. Myslím tím, že se naši pracovníci s klienty mnohdy už dobře znají, takže po vzájemné shodě může vždy vzniknout kvalitně odvedená služba. Úroveň kvality se u nás pak neustále snažíme posouvat pomocí vzdělávání snad na všech pracovních pozicích.

Oč je z vaší nabídky největší zájem a v čem vaše kapacity už nestačí?

Petr Houšť: Na obě otázky odpovídám, že „osobní asistence“. Co do počtu úkonů je to naše největší služba. Situace pak není složitá jen



PaedDr. Ing. Petr Houšť, MBA,
ředitel ParaCENTRA Fenix

u nás, ale můžeme si toho všimnout v celé sociální sféře, osobních asistentů je prostě nedostatek. Problém často řeší zaměstnávání studentů na dohodu. Logicky je lepší, když máte k dispozici kmenové zaměstnance, o které se můžete kdykoliv opřít. Proto mi vždycky udělá nesmírnou radost, když oni brigádníci pak u nás přecházejí do pracovního poměru.

Kolik lidí v České republice má postiženou míchu? Je to zpravidla na základě úrazu? Jsou z nich převážně vozíčkáři?

Michaela Arientová: V České republice stále každý rok přibývá 250–300 nových případů míšního poškození. Přibližně dvě stovky jsou způsobeny úrazem, zbytek je vlivem nemoci. Ke hranici dvě stě případů za rok se blíží i počet lidí, kteří jsou pak nadále nuceni používat invalidní vozík. Celkový počet vozíčkářů v republice je zhruba kolem patnácti tisíc.

Jak se takto postižení mohou seberealizovat na základě vaší pomoci? Víme, že zaměstnávání hendikepovaných je stále složitější...

Petr Houšť: Snažíme se, aby každý, kdo se chce vrátit do zaměstnání, nakonec uspěl. V tom pomáhá naše již zmíněná sociální rehabilitace. Ny- ní se nám vlastně ustálil perfektní tým sociálních pracovníků. V dnešní době home office



Michaela Arientová, vedoucí fundraisingu
v ParaCENTRU Fenix

foto Martin Zemánek

a nejrůznějších technologií pracují mnohdy i klienti s ochrnutím dolních i horních končetin. Ale ano, každý práci nalézt nemusí. Těžko budete každého zedníka, který spadl na stavbě, nutit, aby se učil například programovat, navíc třeba jen za pomoci pohybu dvou prstů jedné ruky. Seberealizaci u nás klienti mohou najít tedy vedle práce i díky společenským akcím, sportovním akcím, rukodělným workshopům nebo bezbariérové posilovně. Velkou devízou Fenixu jsou pak pravidelné letní rekondiční a akčně poznávací pobyty. První jmenované slouží k utužování vztahů a každodenní fyzioterapii. Na druhých rehabilitaci nenajdete, každý den totiž vy- rážejí klienti za nějakým dobrodružstvím s pomocí našich asistentů.

Naznačíte, nač letos zaměří ParaCENTRUM Fenix pozornost především?

Michaela Arientová: Letos oslavíme dvacet let od založení. Naše hlavní akce proto budou ve znamení tohoto jubilea. Chceme, prostřednictvím výročí, Fenix také více přiblížit veřejnosti, jelikož se stále jedná o jedinou organizaci svého druhu na Moravě. Z provozního hlediska je největším úkolem pokročit v přípravách na vybudování nového sídla, které by si klienti i zaměstnanci již za ta dlouhá léta zasloužili.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Startuje nová digitální platforma pro investování Broker Wealth Management

Bezpečné, efektivní, přitom jednoduché, rychlé a intuitivní. Takové je investování s novou digitální platformou Broker Wealth Management (BWM), za níž stojí odborníci z MONECO investiční společnosti a Broker Consulting. V rámci investiční filozofie uplatňuje BWM pasivní přístup k investování pomocí indexů a tam, kde je to efektivní, pomocí vybraných fondů. Klienti mohou pro naplnění svých cílů investovat do modelových portfolií, sestavovat si vlastní strategie s využitím nabídky více než 60 pečlivě vybraných burzovních obchodovatelných fondů (ETF) a podílových fondů. Platforma BWM poskytuje přehledné rozhraní ve webovém prohlížeči i mobilní aplikaci. Oficiálně se tato nová služba pro klienty Broker Consulting otevřela na začátku prosince 2023.

MONECO Investiční společnost a Broker Consulting spustily unikátní investiční platformu Broker Wealth Management (BWM), na jejímž vývoji společně pracovaly od ledna 2022. „S BWM zahajujeme doslova novou investiční cestu. Umožní finančním konzultantům a klientům dostat jejich spolupráci na vyšší úroveň, což zejména mladší generace určitě uvítá,“ řekl Jiří Šindelář, generální ředitel a předseda představenstva MONECO investiční společnosti. Dodal, že vše se točí především okolo mobilní aplikace, která nabízí možnosti, jež u obdobných investičních platformách typicky nevidáme.

„Broker Wealth Management znamená velký strategický krok pro celou skupinu Broker Consulting. Po úspěšném získání licence od České národní banky na portfolio management budujeme originální a bezpečnou investiční infrastrukturu tak, aby ještě více našich klientů využilo výhod indexového investování,“ vy-



BWM Broker Wealth Management

Unikátní platforma pro bezpečné a efektivní investování

Otevřete dveře do světa vašich investic

PŘIHLÁSIT SE

Do BWM se přihlaste stejnými přihlašovacími údaji jako do webového portálu Broker Consulting

POTŘEBUJETE PORADIT? Neváhejte nás kontaktovat

+420 216 216 155
PO-ČT 9.00-17.00
PÁ 9.00-16.00

bwm@bdcas.cz

Broker Consulting

- 1 Snadné a intuitivní přihlášení do investičního profilu.
- 2 Vstupte do nového světa investic s platformou BWM.
- 3 Platforma BWM byla vyvinuta specialisty z MONECO investiční společnosti a.s. a ze společnosti Broker Consulting a.s.

světil Petr Hrubý, zakladatel a předseda dozorčí rady společnosti Broker Consulting. Klienti tedy budou moci ve spolupráci s jejich finančním konzultantem investovat do modelových, široce diverzifikovaných portfolií, případně mohou vybírat ze široké škály tematických portfolií, jako jsou například inovace, cirkulární ekonomika, energetika či technologie. V plánu je samozřejmě tuto nabídku postupně rozši-

řovat. Kromě toho si pak klient, s ohledem na své zkušenosti a rizikový profil, bude moci s konzultantovou podporou složit z nabízených aktiv (ETF a podílových fondů) jedinečnou vlastní strategii.

K výhodám, které BWM nabízí, patří také možnost založit si v podstatě neomezené množství portfolií a strategií, pohodlné zadání vkladu i výběru peněžních prostředků, snadné

ovládání, přehlednost a mnoho dalšího. To vše navíc s podporou v českém jazyce. Standardem je pak také chytré rebalancování, které je možné kdykoliv zvolit pro každé portfolio zvlášť. „Velkou pozornost jsme při vývoji věnovali mobilní aplikaci, která je propracovaná do detailu. Díky ní může klient sledovat a ovládat vlastní investice z pohodlí domova, na cestách, z dovolené, zkrátka kdekoli,“ zdůraznil Jiří Šindelář. Mobilní aplikace BWM tak umožňuje mít přehled o všech investicích jako na dlaní. Kromě spolupráce s finančním konzultantem jsou klientovi navíc denně k dispozici operátoři klientské linky, kteří jsou připraveni pomáhat a zodpovídat dotazy.

Platforma BWM je určena pro všechny kategorie investorů. „Investovat lze jak jednorázově, tak pravidelně. Minimální měsíční vklad je 1000 Kč. Menší a pravidelné úložky v rámci budování renty nebo vytváření rezerv pro děti třeba na studia tak nejsou žádný problém, a to ani pro ty, kteří s investicemi nemají žádné zkušenosti. Stejně tak ale BWM dokáže uspokojit i velké investory s portfoliem přesně na míru,“ popsal Petr Hrubý. Zkušenosti a přístup k riziku u každého z investorů odhalí v prvním kroku při registraci nového klienta investiční dotazník. Na základě toho pak klient uvidí možnosti, které pro své investování bude mít. V dalším kroku je pro klienty připravena zmíněná podpora finančního konzultanta, lidé tak nemusejí mít obavu z neznáma či špatných investičních kroků.

Systém BWM je vyvíjen jako modulární, do budoucna se tak počítá se zapojením dalších produktů a nových služeb. „Mohu směle říci, že naše investiční platforma projde v dalších letech bouřlivým rozvojem. BWM ještě dále roztáhne křídla a naši ambice je učinit z ní číslo jedna na českém trhu,“ uzavřel Jiří Šindelář. (tz)

Fio fondy fungují pět let a hodnota spravovaného majetku je téměř 2,5 miliardy Kč

Fio investiční společnost po pěti letech svého fungování spravuje majetek za 2,45 miliardy korun. Do Fio fondů investovalo více než 15 000 klientů.

„Před dvěma lety přesáhl spravovaný majetek hodnotu jedné miliardy korun a nyní se více než zdvojnásobil. Je vidět, že investování a tzv. odkládání si je aktuálně v kurzu. Věřím, že mu lidé opravdu přijdou na chuť. Určitě tomu pomohou i výsledky našich fondů, které naplňují naše dlouhodobé cíle, a snad i očekávání klientů,“ zhodnotil vývoj posledních let obchodní ředitel Fio banky Jan Bláha. Nejvíce prostředků klienti vložili do Fio globálního akciového fondu, který od svého vzniku vykazuje celkové zhodnocení 62 % a jeho aktuální majetek činí 1,18 miliardy

korun. Ve Fio fondu domácího trhu je spravován majetek za 407 milionů a jeho celkové zhodnocení od jeho vzniku je aktuálně 47 %. Oba tyto fondy jsou klientům dostupné od začátku fungování Fio investiční společnosti. V nejnovějším přírůstku, Fio realitním fondu, je nyní spravováno 867 milionů korun. Fio realitní podfond letos provedl svou první akvizici, když v květnu koupil kancelářskou budovu Rohan Business Centre. Podílové listy mohou klienti nakoupit v investiční aplikaci e-Broker, na pobočkách banky nebo přímo ve vlastním internetovém i mobilním bankovníctví, díky čemuž je tato investice jednoduchá a přístupná všem. Podílové fondy mohou být vhodné jak pro začátečníky v oblasti investování, tak i pro zkušené klienty, kteří již mají svá zavedená akciová portfolia. (tz)

Fio banka slaví 30 let od svých počátků

Fio banka už má téměř 1,4 miliónu klientů a jejich počet stabilně roste. Od svých počátků, tedy od vzniku finanční skupiny Fio v roce 1993 se zařadila mezi největší banky v Česku a také největší a nejhodnotnější české firmy.

Fio banka navazuje na finanční skupinu Fio, která vznikla v roce 1993 a jejím primárním zaměřením bylo obchodování na akciových trzích. K investičním službám časem přibýly i bankovní a od roku 2010 na českém trhu funguje samotná Fio banka. Od té doby jí začaly stabilním tempem přibývat noví klienti a stala se jednou z největších bank v Česku. Aktuálně jich má téměř 1,4 miliónu. Fio banka je ryze českou bankou, která byla v České republice založena a stále ji vlastní dva z původních čtyř českých zakladatelů. „Podstata podnikání Fio banky je stále stejná, a to poskytovat běžné bankovní služby bez poplatků dostupně všem. Potvrzuje se, že tato strategie stále funguje a lidé naše služby vyhledávají. Naším klientům

přejí, aby s námi byli i nadále spokojeni a doporučovali nás ostatním. Naším kolegům, kteří Fio banku utvářejí, děkuji a přejí, aby byli hrdí na to, co jsme společně dokázali,“ řekl Jan Sochor, generální ředitel Fio banky. V uplynulém období Fio banka pro své klienty také představila několik novinek a vylepšení. V rámci investičních služeb zpřístupnila investice do podílových fondů i v mobilní aplikaci, uspořádala jarní i podzimní bezplatné investiční semináře, stejně jako investiční projekt pro studenty českých i slovenských vysokých škol Studentbroker. Nově vzniklý realitní fond provedl první velkou investici a koupil do svého portfolio Rohan Business Centre. V karetních službách mohou klienti nově přidat do všech podporovaných digitálních peněženek také Visa karty a podnikatelé s platebním terminálem nebo bránou od Fio banky mají své peníze hned druhý den k dispozici. Živnostníci si také mohou nově požádat o klasický splátkový úvěr. Klienti mohou využívat bankovní identitu i pro komunikaci s firmami, nejen se státem. Poslední novinkou jsou Platby na kontakt. (tz)

Poslední letošní akvizicí je Autocentrum Lukáš

Firma Global Repair Centres, jejímiž spoluvlastníky jsou pojišťovny Kooperativa a Česká podnikatelská pojišťovna, převzala prvního prosince 2023 Autocentrum Lukáš, které provozuje kromě autosalonů a servisů Škoda a Kia také servis značky Volkswagen a Citroën. Jde o párou automotive firmu, kterou Kooperativa spolu s CPP začlenila do svého portfolia.

V roce 2021 koupila Global Repair Centres brněnský autosalon a autoservis Autonova, loni v dubnu pak převzala i společnost France Car a Hyundai Hradec, dealera vozů Renault, Dacia a Hyundai, který provozuje autosalony v Hradci Králové a Pardubicích-Dražkovicích, v srpnu

Autoservis Kappa-P v Ústí nad Labem a v listopadu Auto Poly, který sídlí v Praze a Příbrami.

Autocentrum Lukáš provozuje na pomezí Zlínského a Moravskoslezského kraje čtyři pobočky ve Valašském Meziříčí, Rožnově pod Radhoštěm, Frenštátě pod Radhoštěm a v Novém Jičíně.

Nově do portfolia VIG ČR přibýly i značky Kia a Citroën. Celkem Autocentrum Lukáš ročně prodá přes 700 nových vozů, zároveň se věnuje prodeji prověřených ojetých vozů v programu Škoda Plus (300 ojetých vozů ročně). Společnost byla založena v roce 1991, v současné době zaměstnává 72 pracovníků. Vlastnictví sítě servisů a dealerů automobilů i motocyklů přináší pojišťovnám možnost lépe se orientovat v oblasti automotive, zároveň díky tomu mohou klientům nabídnout nové služby a výhody. „Rozšíření našeho působení na severovýchod Moravy je pro nás význam-

ným krokem v budování nové úrovně služeb naší pojišťovny, kdy bychom chtěli do budoucna kromě garantované kvality servisu přinést našim klientům i další služby, které jim zajistí neustálou mobilitu, a inovovat díky lepšímu vhledu do tohoto trhu nejen naše pojistné produkty, ale i proces likvidace pojistné události,“ představil působení v oblasti automotive Martin Laur, člen představenstva pojišťovny Kooperativa. V případě personálu sází Kooperativa na kontinuitu, a kromě převzetí vedení firmy počítá se zachováním pracovních míst a dalším rozvojem. (tz)

Ocenění Českých Exportérů zná vítěze:

šíří dobré jméno naší země ve světě

Úspěšní tuzemští vývozcí si rozdělili ceny v soutěži Ocenění Českých Exportérů 30. listopadu v Praze. Projekt podporuje prosperující české firmy, u kterých tvoří export minimálně 20 % jejich tržeb.

Do loňského 4. ročníku OCE bylo přihlášeno 165 ryze českých firem. Vítěze vybírala porota ze 118 finalistů, kteří splnili kritéria soutěže. Finalisté OCE, kteří dohromady zaměstnávají asi 18 000 lidí, v roce 2022 vyvezli zboží a služby za miliardy korun. Jejich obrat byl vyšší než 64 miliard korun. Podle zakladatelky projektu a Podnikatelské platformy Helas Heleny Kohoutové mohou být tito úspěšní exportéři inspirací pro všechny tuzemské podniky.

Ocenění Českých Exportérů je tradičně otevřeno malým, středním i velkým firmám. Mezi 165 zúčastněnými bylo 79 rodinných podniků. Téměř osm desítek firem se klání zúčastnilo vůbec poprvé.

Kdo se mohl zapojit?

- Společnosti s českými majiteli, kteří jsou držiteli stoprocentního podílu firmy (bez zahraničního kapitálu)
- Společnosti s ročním obrátem nad deset milionů korun
- Firmy, jež vedou podvojný účetnictví, a to minimálně čtyři roky.
- Podniky, které mají alespoň 20 % tržeb z exportu (vyvážejí vlastní výrobky nebo služby či výrobky jiné české firmy).

O vítězích rozhodovaly především ekonomické výsledky účastníků na základě ratingu a scoringu, ale také zajímavý příběh.

Jako již tradičně, byla i tentokrát vyhlášena vždy trojice firem v kategorii Malá společnost, kde se o prvenství utkaly firmy s ročním obrátem do 100 milionů korun. V kategorii Střední společnost vybírala porota z podniků, jejichž obrat je mezi 100 a 500 miliony korun. Podniky s ročním obrátem převyšujícím půl miliardy korun si rozdělily ceny v kategorii Velká společnost.

Exportéři bodovali také ve speciálních kategoriích, kde byla vyhlášena Cena za největší potenciál pod patronací Enterprise Investors, Cena odpovědného podnikání pod patronací CRIF-Czech Credit Bureau, Cena e-commerce pod patronací Zásilkovna, a letos poprvé i nová kategorie Exportní hrdina pod patronací agentury CzechTrade.

Krize podnikatele neodradily

Také na vývozce negativně dopadly covidová a energetická krize, kterými si museli projít v uplynulých letech. Tuzemský export se ale v současnosti opět nadechuje k růstu. „Více než 25 let podporujeme ryze české společnosti, a to prostřednictvím soutěží, které oceňují ekonomické výsledky, podnikatelský příběh, transparentnost, a v neposlední řadě i to, zda je firma aktivní i na zahraničních trzích. Export je významnou součástí české ekonomiky a dalším aspektem je i to, že společnosti, které vyvážejí své výrobky, služby či know-how, tím reprezentují Česko po celém světě. Je mnoho firem, co začínaly od nuly v malém a staly se světovými lidry, kteří určují další vývoj,“ řekla Helena Kohoutová, zakladatelka projektu OCE a Podnikatelské platformy Helas. Podle ní je potřeba neustále vyzdvihovat odvahu zakladatelů a majitelů firem, kteří si na začátku své cesty mnohdy nedokázali představit, jak daleko dojdou a čeho dosáhnou. „My jim chceme ukázat, že si jejich práce vážíme, uvědomujeme si jejich sílu a že šíříme nejen jejich dobré jméno, ale i dobré jméno naší republiky. Zároveň jsou tito lidé a jejich práce obrovskou inspirací pro všechny mladé podnikatele, aby viděli, čeho se dá vlastním úsilím dosáhnout. Je také velmi přínosné vidět, jak pracují s novými trendy a přinášejí vlastní inovativní nápady. Přejeme jim vše dobré a hodně sil a energie do dalších let,“ doplnila Helena Kohoutová.



Kategorie Velká společnost – Nejúspěšnějším exportérem se stala firma Fenix Trading pod vedením Ing. Cyrila Svozila, kterou z našich stránek již dobře znáte

Důležitým aspektem je také vzájemné spojení těchto firem – účastníků Ocenění Českých Podnikatelek, Ocenění Českých Lídřů či Ocenění Českých Exportérů a členů klubů Helas New Encounters Club a Cosmopolitan Executive Helas Ladies Club – v Podnikatelské platformě Helas. „Účast v projektu je bezplatná, ale firmy mají možnost zapojit se do komunity, která vytváří mimořádné místo pro rozvoj businessu, vztahů a inspiraci. To, co je specifické pro naši Podnikatelskou platformu Helas, jejíž součástí jsou projekty Ocenění Českých Lídřů, Ocenění Českých Exportérů a Ocenění Českých Podnikatelek, je to, že je tvořena důvěryhodnými klienty a dodavateli, a vytváří tak bezpečné místo pro business a nové vztahy,“ popsala Helena Kohoutová a doplnila: „Letos jsme v rámci platformy a jejích projektů vybírali ty nejúspěšnější podnikatele z několika tisíc firem splňujících kritéria. Ve finále projektů OCE, OCP a OCL se utkalo o prvenství celkem 377 ryze českých firem se 137 miliardami obrátu a 37 000 zaměstnanců.“

Pro malou a otevřenou ekonomiku, jako je ta česká, je export životně důležitý. V období probíhajících významných globálních změn mohou být zkušenosti vývozců důležité pro úspěšné překonání podnikatelských nástrah.

Zkušenost velkých rozhodla

Mezi finalisty patřily spíše větší firmy. Čtvrtina má 100–200 zaměstnanců a 22 % zaměstnává více než 200 lidí. V necelé polovině z nich pak pracuje 20–100 lidí, komentoval člen představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, která je odborným garantem soutěže, Pavel Finger. „Téměř tři čtvrtiny finalistů soutěže podniká v odvětví zpracovatelského průmyslu. Radí se sem především výroba strojů a zařízení, obrábění, kovodělné a plastové výrobky, výroba letadel, nábytku a oděvů. V průměru získaly tyto firmy ratingový stupeň 7, tedy čtvrtý nejvyšší. Druhým nejčtenějším odvětvím je obchod s 18% podílem na celkovém počtu finalistů a s průměrným ratingovým stupněm 6,“ vysvětlil Pavel Finger.

České regiony jsou ve finále soutěže zastoupeny relativně rovnoměrně. Z každého kraje pocházeli podle Pavla Fingera alespoň tři finalisté. Nejvíce firem má sídlo v Jihomoravském kraji, a to 13 %, po 12 % finalistů sídlí v Pardubickém a ve Zlínském kraji. Praha zaujímá až čtvrté místo s podílem 11 %.

Do finále OCE se většinou probojovali zkušenější exportéři. „Téměř 60 % firem finalistů působí na trhu již více než 20 let. Necelých 30 % podniků pak mezi deseti a dvaceti lety. Ve struktuře finalistů tedy převládají podniky, které úspěšně podnikají již řadu let, využívají svých zkušeností a věřím, že zdárně překonají i další podnikatelské výzvy, které nás v nejbližší budoucnosti čekají,“ sdělili Pavel Finger.

Jak si udržet konkurenceschopnost

Speciální kategorii, ve které se exportérům uděluje Ceny za největší potenciál, zařadila Enter-

prise Investors, jedna z největších společností spravujících fondy soukromého kapitálu ve střední a východní Evropě. „Naší dlouhodobou vizí je podporovat úspěšné české podnikatele a jejich business. I tentokrát se soutěže zúčastnilo velké množství předních firem a velice mě těší, že jsme měli možnost ocenit jejich úspěchy,“ řekl viceprezident zodpovědný za investice v České republice a na Slovensku Martin Chocholáček.

A v čem tkví největší potenciál českých firem? Těm se v posledních dekádách podle Martina Chocholáčka díky konvergenci české ekonomiky se zeměmi západní Evropy a rostoucí kupní síle obyvatelstva otevřely příležitosti na domácím trhu. To však dnes již nestačí.

„Konkurenční výhoda nižších nákladů se pomalu vytrácí a v posledních letech se ukázalo, jak zranitelný je tuzemský průmysl při přerušení dodavatelských řetězců. Jestli si české firmy chtějí udržet svou konkurenceschopnost, měly by investovat do inovací a zaměřit se na zvýšení své efektivity a produktivity a expandovat do zahraničí. My jako finanční investor podporujeme tento směr rozvoje podniků, investujeme do inovativních společností se silným růstovým potenciálem a s jejich zakladateli a manažery hledáme cesty, jak tento potenciál nastartovat a plně využít,“ sdělil Martin Chocholáček.

Při výběru vítěze kategorie rozhodovalo podle jeho slov zejména to, zda je společnost rostoucí, zdravá, zisková a má udržitelný obchodní model a potenciál budoucího růstu. „Jde zpravidla o společnosti s unikátním produktem, které působí na rostoucím trhu a jsou schopny se interně škálovat a přizpůsobovat tržním podmínkám,“ dodal.

Velkou výhodou bude v současné situaci přístup ke kapitálu. V tomto směru přináší Enterprise Investors nejen silnou finanční podporu, ale také rozsáhlé know-how, konkrétně přidanou hodnotu ve formě zkušeností s managementem firem, kontaktů, zkušeností s exitem (např. IPO) nebo při add-on akvizicích.

Klíčovou složkou vývozu je logistika. Také proto byla v loňském roce hlavním partnerem soutěže společnost Pelmi nabízející komplexní služby v dopravě a logistice. Největší podíl mezi nimi tvoří námořní kontejnerová (FCL) a kusová přeprava (LCL), dále pak letecká a pozemní přeprava.

„Všechny druhy uvedených přeprav uskutečňujeme v režimu door to door, včetně celního odbavení zásilek, uskladnění a připojištění. Českým exportérům nabízíme pro ně ideální řešení dopravy s ohledem na dobu přepravy a cenu,“ připomněl Josef Truhlář, jednatel společnosti PELMI, spol. s r.o.

Kdo je exportním hrdinou

Novou speciální kategorií byla v roce 2023 cena Exportní hrdina pod patronací státní agentury na podporu exportu CzechTrade. Ta poskytuje českým vývozcům důležitou podporu v mnoha oblastech. „Naším nejhodnotnějším

aktivem je síť 54 zahraničních kanceláří s působností v 64 zemích světa řízená zkušenými pracovníky, kteří mají perfektně zmapovaná teritoria a trendy, jenž dokážou propojit s nabídkou českých firem. Exportéři oceňují nejen individuální poradenské služby, které zástupci jednotlivých kanceláří v teritoriích poskytují, ale chválí si také možnost mít v zahraničí silnější postavení díky působení v rámci Exportních aliancí nebo využívají Exportní inkubátory, které usnadňují trvalého působení českých firem na zahraničních trzích,“ uvedl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade.

„Jednoznačně jsme se shodli věnovat naši cenu firmě Igluu! Naplňuje exportní vize Česka směrem k vývozu výrobků a služeb s vysokou přidanou hodnotou v oblasti chytrých měst jako mladá, startupová firma. Aktivně se zapojuje spolu s dalšími českými subjekty i do progresivní platformy City for the Future aktivitami, jako byla účast na světovém Expu v Dubaji nebo CEE Expo v Budapešti. Igluu je Exportním hrdinou a má potenciál stát se národním šampionem,“ sdělil Radomil Doležal.

Boom e-commerce pokračuje

Český business se formou partnerství v projektu OCE rozhodla podpořit také Zásilkovna a stala se patronem kategorie Cena e-commerce. Česká republika patří v e-commerce mezi evropské lídry. „Zásilkovna v Česku nabízí unikátní službu, kterou si lidé oblíbili. Naše pobočky dnes najdete na každém rohu a díky Z-Boxům si zásilky můžete vyzvedávat opravdu kdykoliv. Online nakupování je mezi lidmi stále oblíbenější, a proto se neustále snažíme přinášet služby a produkty, které lidem jejich nákupy zjednoduší. Věříme, že klíčem úspěchu jsou inovace a práce se zpětnou vazbou od našich zákazníků. Ta je pro nás nejcennější,“ komentoval Tomáš Bzírský, Head of Group Marketing at Packeta.

„V Zásilkovně jsme pyšní, že můžeme vývoj české e-commerce sledovat už 13 let. Česká republika je e-shopovou velmocí a není divu, že dlouhodobě ukrájí podíl na celkovém maloobchodním obrátu. Díky tomu se do Česka dostávají velcí zahraniční hráči v podobě online tržišť. V příchodu tržišť vidíme pro českou e-commerce velkou příležitost. Pro internetové obchody jsou to nové prodejní kanály, pro konečné zákazníky se rozšiřuje celková nabídka zboží a zvyšuje se komfort nakupování. A my se na tyto příležitosti velmi těšíme,“ podotkl Tomáš Bzírský.

Patronem soutěže se i letos stal známý ekonom Tomáš Sedláček.

Kdo si rozdělil ceny?

Malá společnost

- 1. místo: Chalk, spol. s r.o.
- 2. místo: Palacio CZ s.r.o.
- 3. místo: A.V.Z. – Kovo s.r.o.

Střední společnost

- 1. místo: Jiri Models a.s.
- 2. místo: Kovobel, výrobní družstvo
- 3. místo: ELLA-CS, s.r.o.

Velká společnost

- 1. místo: Fenix Trading, s. r. o.
- 2. místo: I P C plast spol. s r. o.
- 3. místo: Marlenka international s.r.o.

Cena za největší potenciál – pod patronací Enterprise Investors

- Bioveta, a.s.

Cena odpovědného podnikání – pod patronací CRIF – Czech Credit Bureau

- Strojmetal Aluminium Forging a.s.

Cena e-commerce – pod patronací Zásilkovna

- Sanitino s.r.o.

Exportní hrdina – pod patronací agentury CzechTrade

- Igluu s.r.o.

Na 66 % zaměstnavatelů v ČR nemůže najít zaměstnance s potřebným profilem

Společnost ManpowerGroup zveřejnila koncem roku 2023 výsledky svého každoročního průzkumu **Nedostatek talentů**, který se zaměřuje na to, jak je pro zaměstnavatele náročné obsadit svá volná pracovní místa, na které konkrétní překážky narážejí a jaké strategie používají k jejich překonávání.

Průzkum ukázal, že 66 % českých zaměstnavatelů se potýká s problémy při obsazování volných pracovních pozic. Nejvíce se s nedostatkem talentů potýkají extra velké firmy (5000+ zaměstnanců) – 67 % jich hlásí, že nemohou dlouhodobě najít dostatek vhodných uchazečů. Nejméně s nedostatkem talentů zápasí i mikro firmy (méně než deset zaměstnanců), u nichž 54 % zaměstnavatelů nehlásí žádné problémy.

„Populace stárne a do důchodu odchází více lidí, než vychází ze škol. Ekonomicky aktivní obyvatelstvo a počet zaměstnanců v ČR se zmenšuje, ale poptávka po zaměstnancích roste. Přitom je stále náročnější vyhledávat pracovníky v zahraničí, především na řemeslné pozice. Technologická revoluce navíc proměňuje podobu celé ekonomiky, mění způsoby práce a poptávku po dovednostech zaměstnanců. Rychle roste poptávka po technických a digitálních dovednostech, ale zároveň i po měkkých dovednostech, a to ve vzájemné kombinaci. Rozcházejí se také představy zaměstnanců a zaměstnavatelů a komplikovaněji k sobě hledají cestu. Ne vždy je ale nedostatek uchazečů objektivním faktem a za nezáměr zaměstnanců si mohou i firmy samy svým přístupem k náboru a k organizaci svých týmů,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká republika.

Globální pohled

Nedostatek talentů dosahuje za poslední tři roky svého maxima, tři ze čtyř zaměstnavatelů, respektive 75 %, nemohou najít vhodné kandidáty na volné pozice. Příčinou tohoto výrazného nedostatku pracovníků s vhodným profilem je

technologická revoluce a měnící se struktura pozic a s tím spojená nová potřeba dovedností na všech úrovních. Nejhorší situace je v Japonsku, kde problémy hlásí 85 % zaměstnavatelů, nejlépe si vede Finsko s hodnotou 59 %. Česká republika uzavírá pětici zemí s nejméně komplikovaným nábořem vhodných talentů.

Koho společnosti postrádají

Nejvíce se firmy potýkají s nedostatkem lidí s technickými znalostmi (30 %), IT dovednostmi a datovými odbornostmi (24 %), dále pak talentů s výrobními a produkčními dovednostmi (20 %), pracovníků v dopravě a logistice, a také v prodeji a marketingu (po 17 %). Když se podíváme na měkké dovednosti pracovníků, tak největší nedostatek zaměstnavatelé vidí v odpovědnosti a spolehlivosti, následované týmovou spoluprací. Dále zaměstnavatelé postrádají u kandidátům logické myšlení a schopnost řešení problémů, kreativitu a originalitu, odolnost a přizpůsobivost.

Porovnání podle sektorů

S nedostatkem talentů se nejvíce potýkají zaměstnavatelé v odvětví Obchod a služby, problémy při hledání vhodných zaměstnanců hlásí 78 % z nich. Vysoké procento je i v odvětvích Průmysl a stavebnictví (67 %) a Doprava, skladování a automotive (65 %). Následuje sektor Informační technologie (64 %), Energetika a veřejné služby (63 %), Zdravotní a sociální péče, farmacie (56 %) a Komunikační služby (55 %). Pod hodnotu 50 % se dostává pouze jedno odvětví, a to Finance, pojištění a nemovitosti kdy pouze 45 % firem hlásí problémy při obsazování pracovních pozic.

Jak situaci nedostatku talentů firmy řeší

Zaměstnavatelé se aktivně snaží řešit výzvy, které s sebou nedostatek vhodných odborníků přináší. Využívají různé strategie, přičemž nejčastěji nabízejí flexibilní pracovní dobu a home office zároveň (44 %). Navyšování mezd se ne-

Koho společnosti postrádají

Měkké dovednosti		Profilové zaměstnanců
Odpovědnost a spolehlivost	1	Engineering
Spolupráce a týmovost	2	IT a Data
Logické myšlení a řešení problémů	3	Výroba
Kreativita a originalita	4	Doprava a Logistika
Odolnost a přizpůsobivost	5	Prodej a Marketing

dostatku talentů snaží předejít 33 % společností, nástupní bonusy dává 31 % a flexibilní formy úvazků nabízí 28 %. Méně často pak firmy volí strategii, kdy se snaží automatizovat vybrané úkoly/procesy (15 %), stejně tak méně často si společnosti drží vybrané talenty, i když je aktuálně nepotřebují (15 %).

Umělá inteligence na pracovišti

Mnoho firem již pracuje s umělou inteligencí nebo zvažuje její širší integraci. Jaké konkrétní kroky jim činí potíže, ale vidí je jako potřebné, aby spolupráce s AI byla co nejprínosnější? Na prvním místě je definování rolí, které budou AI využívat (22 %), a proškolení zaměstnanců, aby ji mohli a chtěli ve své práci využívat (21 %), poté identifikace nových dovedností, které je třeba se pro práci s AI naučit, a hledání kvalifikovaných zaměstnanců (po 18 %).

HR trendy a strategie

Jaké aspekty se významně promítají do plánů strategických priorit zaměstnavatelů v oblasti lidských zdrojů pro rok 2024? „V důsledku pandemie se pro mnoho zaměstnanců stala flexibilní práce realitou a došlo ke změně paradigmatu

v tom, jak lidé slaďují svůj pracovní a osobní život. Chtějí mít větší možnost volby, kdy, kde a jak budou svou práci vykonávat. A cení si víc, jako je osobní naplnění, učení a růst, a ne pouhého kariérního postupu. Lidé hledají zaměstnavatele, kteří uznávají a aktivně podporují zdravější rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem.

Milióny žen opustily během pandemie zaměstnání a mnohé z nich se do něj dosud nevrátily, protože se jim staré způsoby práce zdají méně slučitelné s novými životními prioritami.

Organizace musejí změnit představu o tom, kdy, kde a jak se práce vykonává, nabídnout rovné odměňování a podporovat rekvalifikaci, což nejen ženy přivede zpět, ale pomůže zmírnit celosvětový nedostatek talentů. Flexibilita ale musí fungovat jak pro zaměstnance, tak pro jejich zaměstnavatele. Hybridní práce zahrnuje různorodé modely a přístupy, často velmi specifické v určitých odvětvích nebo pro určité profese. Není možné definovat jednotné doporučení pro flexibilní práci platné pro všechny typy firem, týmů a pracovních pozic. Nejdůležitější je vůle hledat cesty v každém individuálním případě,“ řekla Jaroslava Rezlerová. (tz)

Jak situaci nedostatku talentů firmy řeší



HR trendy a strategie 2024



Trenýrkárna.cz a rok 2024 optimistickými očima

V roce 2024 očekáváme nárůst využívání automatizace nejen v segmentu e-commerce, s čímž bude spojeno také rostoucí využívání AI. U nás v Trenýrkárna.cz můžeme tento rostoucí trend určitě potvrdit už nyní, kdy AI využíváme jak při sestavování textů do popisků produktů, tak i při překladech pro naše expanzní weby.

Domnívám se, že hlavní výhodou AI, kterou pocítí při jejím využívání i ostatní hráči na e-commerce trhu, je zejména úspora času lidí, tím pádem snížení nákladů dané společností na

činnosti s malou přidanou hodnotou. Tento čas pak mohou lidé věnovat těm pracím, na které umělá inteligence nestačí, a být tak ve svém time managementu ještě mnohem efektivnější.

Dále v roce 2024 kromě expanzí plánujeme rozšiřování sortimentu našich privátních značek Nedeto a Styx, přičemž Nedeto si i nadále bude držet svůj konzervativnější a minimalistický vzhled produktů, zatímco u Styxu navrhujeme stále nové vzory prádla. Kromě ponožek, pánského spodního prádla a dámských kalhotek plánujeme pod značkou Nedeto začít vyrábět také podprsenky nebo legíny. U Styxu v roce 2024 bude určitě dále probíhat vývoj nových

kolekcí a designů a vylepšování střihů dámského prádla. V příštím roce se ještě více zaměříme na finanční řízení a společně s dodavateli na zvýšení efektivity dodavatelského řetězce.

Díky akvizicím jsme za rok 2023 společně atakovali 300 miliónů korun, což vnímáme jako obrovský krok pro naši firmu. Za poslední léta jsme dokázali vyrůst z garáže na profitabilní společnost, o kterou se perou investoři, a vyhlížíme rok 2024 s velkou chutí opět dokázat fantastické věci a zviditelnit Českou republiku na evropském poli.

Ruslan Skopal,
CEO a spoluzakladatel Trenýrkárna.cz

Firemní dárky: business za stovky miliard

Pro firmy businessový nástroj, pro zaměstnance příjemný bonus, který by někdy dali radši na charitu. Světový trh s firemními dárky přesahuje 300 miliard USD, ale čtyři pětiny jich skončí na skládce. Jaké dárky frčí v malých firmách a jaké v korporátech? A máte je správně zdaněné?

Advent se ve firmách po celém světě tradičně nese v duchu obdarovávání klientů i zaměstnanců. Zatímco dárky vlastním lidem jsou vnímány hlavně jako možnost udělat radost, dárky obchodním partnerům a zákazníkům představují důležitý nástroj obchodu a marketingu. „Vánoční dárky zaměstnancům jsou ze strany firem především hezkým gestem. Dávají jimi najevo, že jim na lidech záleží a že je nevnímají pouze jako nástroj zvyšování zisku. Zaměstnavatelé oceňují nasazení zaměstnanců, a zároveň se skrze dárky mohou přihlásit k určitým hodnotám, například tím, že podpoří dobročinné aktivity,“ vysvětlil expert na lidské zdroje Vladimír Kočí ze společnosti R4U. Firemní dárky jsou ale také obrovský, miliardový trh.

Na 80 % se vyhodí

Podle průzkumu společnosti GiftAFeeling, která se zabývá prodejem a distribucí firemních propagačních předmětů, měl celosvětový trh firemních dárků v roce 2023 hodnotu více než 300 miliard dolarů. Téměř 80 % těchto dárků, tedy čtyři z pěti, obdarovaní nakonec vyhodí. Znamená to tedy, že si lidé dárky nepřejí? Naopak, osm z deseti lidí si jich přeje více. Rozpočet na dárky se u malých a středních firem pohybuje mezi 10 a 50 dolarů, u korporací je to 50–200 dolarů a u velkých podniků 100–500 dolarů. Mezi pěti nejžádanějšími



dárky pro klienty byla loni dárková karta pro online nákupy, pochutiny a sladkosti, obědy do kanceláře, dárkové koše a drobná elektronika typu sluchátka a reproduktory. Firmy však nejčastěji plánují posílat dárkové koše (37 %), druhý nejčastější dárek bývají lahůdky a sladkosti (25 %). Víno a alkohol, které si obvykle spojujeme s firemními dárky v Česku, obsadily v amerických podmínkách až sedmé místo (17 %).

Budují image a vyjadřují vděčnost

Podle americko-německé společnosti ZipDo, která zkoumá fungování korporátů, utrací celosvětově 30 % firem průměrně 50–150 dolarů na osobu a dárek. Průměrně pak firmy utratí za jeden dárek 79 dolarů. Kolem 68 % firem konstatuje, že hlavním cílem dárků je brand awareness čili zvýšení povědomí o jejich značce, a 57 % dává na dárek své logo. A 83 % seniorních mana-

žerů věří, že firemní vánoční dárky pozitivně ovlivňují jejich business. Zhruba 94 % nejvyšších manažerů dává dárky svým zaměstnancům. A přibližně 85 % firem dává vánoční dárky s účelem vyjádřit vděčnost.

Radši na charitu

Podle průzkumu agentury Ipsos, který si nechala vypracovat společnost GlobalGiving UK, více než dvě třetiny (69 %) britských zaměstnanců uvádí, že jejich pracoviště vyčleňuje prostředky na vánoční aktivity, jako jsou večírky, výzdoba a dárky pro zaměstnance. Téměř polovina těchto zaměstnanců (49 %) je pro to, aby alespoň část těchto prostředků byla určena na charitativní účely podle jejich výběru. Z této skupiny navíc 60 % lidí požadovalo, aby podíl činil polovinu nebo více z vynaložené částky. Alex Ritchie, generální ředitel společnosti GlobalGiving UK,

k tomu sdělil: „Tento průzkum nám říká, že charitativní činnost zaměstnavatele je pro mnoho zaměstnanců natolik důležitá, že jsou ochotni se za to vzdát některých vánočních dárků a oslav.“ Výměnu dárků za charitu preferují spíše mladší zaměstnanci.

Daně moc nepotěší

Z pohledu daní je pro firmy výhodnější volit nepeněžní benefity. Aktuální legislativa umožňuje dary pro zaměstnance za splnění určitých podmínek od daně osvobodit. „Od nového roku se v rámci konsolidačního balíčku plánují omezení těchto osvobození. Nově se také zavádí limit ve výši poloviny průměrné mzdy, tedy pro rok 2024 asi 22 000 Kč za celý rok, pro osvobození nepeněžních plnění poskytnutých zaměstnanci nebo jeho rodinnému příslušníkovi,“ vysvětlila Marcela Lonková ze společnosti This One, která pomáhá firmám s digitalizací účetnictví. „Jde například o možnosti používat zdravotnická, rekreační a vzdělávací zařízení, příspěvky na kulturní a sportovní akce, příspěvky na zájezdy, knihy a podobně. Částky nad tyto limity jsou pro zaměstnance předmětem daně z příjmů i platby pojistného,“ dodala. Pokud chce firma podarovat své obchodní partnery, a zároveň daňově uznat související náklady, musí dodržet podmínky stanovené v § 25 odst. 1 písm. t) zákona o dani z příjmů. „Daňově uznatelný dar musí naplňovat prvky reklamního nebo propagačního předmětu, což znamená, že musí být označen jménem nebo ochrannou známkou společnosti, jeho hodnota bez daně z přidané hodnoty nesmí přesahovat částku 500 Kč, a s výjimkou tichého vína nesmí být předmětem spotřební daně,“ doplnila Marcela Lonková. Zároveň připomněla, že aktuální konsolidační balíček plánuje zrušit výjimku u tichých vín. (tz)

Druhá etapa whistleblowingového zákona od poloviny prosince 2023

Zákon o ochraně oznamovatelů rozšířil 15. prosince 2023 pole působnosti. Mechanizmy na ochranu whistleblowerů tak musí zavést i ve firmách nad 50 zaměstnanců. Podle průzkumu společnosti FaceUp Technology bylo týden předem připraveno 57 % společností, jichž se zákon má týkat.

Zákon o ochraně oznamovatelů vyžaduje, aby od 15. prosince loňského roku měly všechny soukromé společnosti v ČR nad 50 zaměstnanců zavedený oznamovací kanál pro přijímání

podnětů o nekalých praktikách. Už od srpna se tato povinnost týká obcí nad 10 000 obyvatel, veřejných zadavatelů a firem na 250 zaměstnanců. Podle průzkumu, který společnost FaceUp Technology provedla během listopadu, je na zákon připravena polovina, konkrétně 57 % z celkově 200 dotázaných.

„Z naší zkušenosti plyne, že většina povinných subjektů řeší zákon až po jeho účinnosti. Číslo 57 % tedy považujeme za překvapivě pozitivně výsledkem značící, že novou legislativu berou firmy opravdu vážně. Například před letním termínem bylo připraveno

pouze 26,5 %,“ komentoval výsledky Jan Sláma, CEO společnosti FaceUp Technology, která poskytuje snadné řešení zákonných povinností v podobě aplikace NNTB (Nenech to být). Podle jeho odhadu se prosincová lhůta týkala přibližně 10 000 firem. Ty tak musí zajistit zabezpečené řešení, které umožní písemně i ústně přijímat oznámení, a navíc musí stanovit příslušnou osobu, která je bude vyřizovat.

FaceUp Technology je se 3000 klienty největším poskytovatelem whistleblowingového řešení v ČR a podle jejich údajů se počet ozná-

mení během prvních tří měsíců po zavedení účinnosti zákona oproti loňskému roku zdvojnásobil.

„Takto výrazný nárůst oznámení je pro nás příjemným překvapením. Znamená to, že firmy zavádějící anonymní whistleblowingové systémy mají od svých zaměstnanců větší důvěru, a ti tak volí raději vnitřní oznamovací systém místo využití nových externích možností. Zákon tedy může vést k větší transparentnosti a etickému chování v českém pracovním prostředí,“ vysvětlil David Špunar, COO společnosti FaceUp Technology. (tz)

V evropském žebříčku jsme na chvostu, firmy ale o větší množství flexibilních úvazků usilují

Flexibilní pracovní podmínky, zahrnující hybridní pracovní model nebo možnost částečného úvazku, jsou podle odborníků jedním z klíčových pilířů budoucnosti pracovního prostředí. Možnost pracovat alespoň část pracovního týdne z domova či pracovat jen na částečný úvazek se stává klíčovou nejen pro ženy na mateřské dovolené. Přestože se ani zdaleka nedá říct, že by český pracovní trh nabízel takové množství částečných úvazků, které by pokrylo poptávku, firmy se v tomto ohledu snaží posouvat a stát se je snaží motivovat novým pojistným zvýhodněním. Minimálně větší část společností si uvědomuje, že pokud chce na pracovním trhu zůstat konkurenceschopná, musí tyto možnosti nabízet.

Česká republika je v rámci Evropské unie dlouhodobě na chvostu žebříčku v množství těch, kteří jsou zaměstnaní na částečný pracovní úvazek. Evropský průměr byl v loňském roce 17,4 %, v Česku šlo pouze o 6,2 %. Nízké množství nabídek částečného úvazku potvrzují i data personálních agentur, a například u Grafton Recruitment je ze všech zhruba 1500 nabízených pozic pouze devět nabídek částečných úvazků. Zájem o zaměstnání na částečný úvazek je přitom na trhu práce obecně vysoký. Aktuální data z pracovních portálů jednoznačně potvrzují, že možnost částečného úvazku zvedá počet reakcí na danou pozici až dvojnásobně.

V případě zkráceného úvazku totiž reagují i kandidáti, kteří by jinak na danou otevřenou pozici bez možnosti zkráceného úvazku vůbec nezareagovali.

I firmy si tato fakta uvědomují a vzhledem k nízké nezaměstnanosti se v tomto směru snaží a také musí posouvat. „Ze své praxe mohu potvrdit, že se na nás obrací čím dál více firem s tím, abychom jim pomohli v jejich společnostech nastavit procesy a atmosféru pro flexibilní úvazky, efektivnější plánování pracovní síly zaměstnanců i posilování diverzity a inkluze. Největší bariérou bývá často změna mindsetu,“ řekla Andrea Hermanová, seniorní kon-

zultanka v týmu Poradenství lidského kapitálu ve společnosti Deloitte. Například v UNIQA pojišťovně čítající asi 1450 zaměstnanců v ČR a SR jdou trendu flexibility práce naproti. Nejenže nabízí kratší 37,5hodinový pracovní týden, flexibilní pracovní dobu a umožňují svým zaměstnancům práci z domova až do výše 15 dnů za měsíc, ale i co se týká částečných úvazků se snaží vycházet potřebám zaměstnanců co nejvíce vstříc. „Jsme si velmi dobře vědomi, jak je u plného úvazku náročné skloubit osobní a pracovní život zejména u rodičů s mladšími dětmi, studentů či osob se zdravotním znevýhodněním. Proto v posledních letech procento našich zaměstnanců se zkráceným úvazkem dynamicky roste,“ řekla tisková mluvčí pojišťovny UNIQA Eva Svobodová. „Flexibilní formy práce nám umožňují oslovit širší spektrum kandidátů a také se nám mnohem lépe daří začleňovat zpět do pracovního kolektivu naše maminky vracející se z rodičovské dovolené,“ dodala. Právě tato skupina skýtá, co se týče flexibilních pracovních úvazků, velký potenciál, jelikož podle výzkumu společ-

nosti Deloitte aktuálně pracuje pouze 45 % žen na mateřské nebo rodičovské dovolené, které o částečný úvazek projevíly zájem.

Přínos částečných úvazků přitom není výhodný pouze pro zaměstnance, ale i pro samotné firmy. „Z pohledu zaměstnavatele patříme výhody především z hlediska vyšší loajality a spokojenosti zaměstnanců, což může přispět k vyšší produktivitě a nižší fluktuaci. Možnost práce na částečný úvazek také pomáhá přitáhnout a udržet kvalifikované zaměstnance,“ uvedla ředitelka HR oddělení Moneta Money Bank Klára Escobar, kde v rámci částečného úvazku pracuje zhruba 12 % zaměstnanců. „Vlivem nově schválené novely Zákoníku práce, účinné od podzimu letošního roku, a našeho přístupu ke zkráceným úvazkům a znevýhodněným skupinám zaměstnanců, by mohly tvořit zkrácené úvazky až necelých 15 % z celkového počtu pracovních úvazků,“ doplnila. Ve společnosti jsou podle ní nejčastější skupinou zaměstnanců se zkrácenými úvazky rodiče pečující o děti do deseti let, které tvoří dvě třetiny všech zkrácených úvazků ve skupině Moneta. (tz)

Ochrana půdy a zdražení nemovitostí i zboží

Novela zákona o ochraně zemědělského půdního fondu vznikla na Ministerstvu životního prostředí ČR s argumentem potřeby ochránit nejcennější půdu před zastavěním sklady a obchodními centry. V případě přijetí novely by na ní nemělo být možné stavět takové areály a fotovoltaické elektrárny větší než 1 ha. Podle odborníků by ale schválení tohoto návrhu významně poškodilo trh industriálních a logistických nemovitostí. Zdražila by i výstavba na zbylých půdních třídách, což by poškozovalo zatím hodně drhnoucí restart Česka. A hlavně – navýšení všech těchto cen by pocítil i koncový zákazník, jemuž se prodraží nakupované zboží.

„S nedostatkem pozemků pro výstavbu moderních obchodních areálů se potýkáme už nyní. Projevuje se to na ceně pozemků, které jsou v nabídce. Pokud chce český stát lákat do země projekty s vyšší přidanou hodnotou, nemá při současném nedostatku pozemků tyto projekty kam umístit. Novela nevylučuje výstavbu výrobních podniků na této půdě. Výroba se ale bez skladů neobejde, a kdo zhodnotí, zda sklad už je v kontextu projektu příliš velký,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR), a dodal: „Návrh novely navíc počítá i se zvýšením poplatků za

zabrání půdy pro výstavbu skladů či obchodních center spadajících do zbylých půdních tříd. I tím by se dále výrazně snížila konkurenceschopnost Česka na trhu s komerčními nemovitostmi a investoři raději zamíří do okolních zemí, které mají často lepší infrastrukturu. Ministr Hladík tak svým návrhem podporuje další zaostávání Česka.“

Pokud nebudeme stavět velká logistická centra, bude se dále zahušťovat síť lokálních skladů pro zásobování jednotlivých provozoven. Tento decentralizovaný model zásobování je však spojený s větší dopravní zátěží, a tedy výrazně neekologický i neekonomický. Logistická centra v současnosti nejsou pouze sklady, ale jsou to vlastně IT centra, jež díky pokročilým technologiím optimalizují rozvoz zboží do jednotlivých prodejen a nastavují systémy vyřízení kamionů, čímž opět snižují uhlíkovou stopu.

„Logistická centra, v současnosti budovaná jako energeticky úsporné, či dokonce soběstačné budovy, jsou navázána na dálniční síť s cílem minimalizovat emise skleníkových plynů. Vytváří navíc nová pracovní místa, a to často v regionech s vyšší mírou nezaměstnanosti. Dostatečné kapacity logistických center obchodů jsou podmínkou pro dobrou dostupnost zboží a nízkou cenu, aby byl obchodník schopen objednat a naskladnit větší množství zboží za výhodnou cenu. Efektivní logistika pomáhá také s garancí



čerstvosti zboží a se snižováním plýtvání potravinami,“ dodal Tomáš Prouza.

Předkladatelé novely operují potřebou ochránit nejcennější půdu před zastavěním, přesto je pro ně v pořádku na těchto půdách stavět průmyslové podniky. Největším nebezpečím pro zemědělskou půdu v Česku je ale dlouhodobě zejména agresivní zemědělství, které půdu vyčerpává, v kombinaci s její erozí. Novela se navíc jeví jako v tuzemsku oblíbené zaplavení legislativy, protože už v současnosti máme dostatečné nástroje na vyvážení stavu – rozho-

dování o územním plánování náleží obecním zastupitelstvům i orgánům státní správy a situaci dozoruje i Ministerstvo životního prostředí ČR, jež by mělo nekoncepční zásahy hlídat, nikoli je podporovat.

Ministerstvo životního prostředí předložením novely pokračuje ve své snaze mít monopol na rozhodování o tom, co se bude dít s krajinou a půdou v České republice. Ortodoxně se staví k možnému vyjímání půdy ze zemědělského půdního fondu, často i v případech, kdy část nevyužívané zemědělské půdy by svým připojením k většímu pozemku mohla zatraktivnit pro investora třeba rozsáhlý brownfield. Rezort životního prostředí tak jde i proti snahám Ministerstva průmyslu a obchodu, které o nové investice v Česku usiluje a revitalizaci brownfieldů se dlouhodobě věnuje.

„Životní prostředí, které má předkladatel této velmi podivné novely v názvu, není jen ochrana přírody za každou cenu. Ochrana životního prostředí člověka jde totiž ruku v ruce s veřejným zájmem a udržitelným rozvojem, o který se civilizované lidstvo ve 21. století snaží. Ten má jak aspekt environmentální, tak i aspekt sociální a ekonomický. Žádný by neměl být nadřazen druhému, protože ‚zdravá‘ půda bez využití či ekonomizace neposlouží nikomu podobně jako přírodní rezervace, do níž se člověk nikdy nedívá,“ uzavřel Tomáš Prouza. (tz)

Rok 2024 nabízí příležitost ke zhodnocení investic do bioplynu

Kombinovaná výroba elektřiny a tepla, poskytování služeb výkonové rovnováhy, úprava na biometan a jeho vtlačení do distribuční sítě nebo využití v dopravě. To jsou čtyři základní oblasti, jež podle poradenské společnosti EGÚ Brno nabízejí v nadcházejícím roce zhodnocení investic do výroby bioplynu. Umožní to zejména podpora bioplynových stanic ve výši 2,4 miliardy eur, kterou začátkem listopadu notifikovala Evropská komise s účinností od roku 2024.

„Provozovatelům bioplynových stanic doporučujeme například zvážit investici do společné výroby elektřiny a tepla. Zatímco využití bioplynu pro pouhou výrobu elektřiny s cílem dosažení zisku vyžaduje, aby náklady na bioplyn nepřesáhly 50 eur/MWh, při využití kogenerace vzroste výnos právě o zisk z prodeje tepla.

Podpora bioplynových stanic s kogenerační jednotkou do 500 kWe vypsána od roku 2024 navíc posouvá hranici přijatelných nákladů na 80–100 eur/MWh, čímž se ziskovost takového řešení minimálně zdvojnásobuje,“ uvedl Petr Čambala, řídící konzultant EGÚ Brno.

Nemá-li provozovatel bioplynové stanice možnost dodávat teplo, může využít kogenerační jednotku k navýšení zisku prostřednictvím prodeje tzv. služeb výkonové rovnováhy. Ty pomáhají zajišťovat dostatek elektřiny v elektrické síti a v souvislosti s odstavováním uhelných elektráren, které dosud hrály na tomto poli prim, se v nejbližších letech očekává rostoucí zájem po nových dodavatelích. „Podle našich výpočtů může prodej služeb výkonové rovnováhy generovat roční příjem ve výši až 80 000 eur za každý zapojený MW,“ informoval Petr Čambala.

Další technologií, která bude od nového roku podporována tzv. zeleným bonusem, je

úprava bioplynu na biometan. Jeho prodej nepodléhá tržním výkyvům jako elektřina a nově bude možné profitovat z prodeje záruk původu udržitelného biometanu vtlačeného do distribuční sítě. A to nejen pro účely například vytápění, ale také pro využití v dopravě k pohonu plynových vozidel v podobě tzv. Bio-CNG a BioLNG. Zatímco cena klasického CNG se dnes na plnicích stanicích pohybuje kolem 110 eur/MWh (36 Kč/kg), cena biometanu ve formě BioCNG se díky státní podpoře stává plně konkurenceschopnou. Podle Petra Čambala se může v příštím roce pohybovat okolo 90 eur/MWh (30 Kč/kg) a pro provozovatele bioplynových stanic se tak segment dopravy stane další perspektivní oblastí.

Upravený bioplyn na nízkemisní biometan může v tuzemsku do roku 2030 nahradit až 20 % dodávek fosilního zemního plynu. Podle EGÚ Brno ale v České republice hrozí

problém s nedostatkem produkčních kapacit a lze očekávat, že potenciální poptávka v budoucnu až pětinasobně překročí nabídku. Je proto důležité se nyní správně rozhodnout, do jaké technologie investovat a jak bioplyn nejlépe využít.

„U bioplynových stanic bez podpory nebo s končící podporou doporučujeme prozkoumat možnosti připojení na distribuční síť zemního plynu a investovat do technologie separace biometanu. Pokud tato možnost není reálná, mohou se zájemci zaměřit na poskytování služeb výkonové rovnováhy, k čemuž stačí připojení k elektrické síti. U provozovatelů nových bioplynových stanic pak evidujeme rostoucí zájem o návrh kombinovaného řešení zajišťující výnosy ze všech oblastí od výroby elektřiny a tepla přes služby výkonové rovnováhy, dodávek biometanu do sítě až po prodej záruk původu,“ uzavřel Petr Čambala. (tz)

Majitelé kancelářských budov chtějí zvýšit kapacity pro elektromobily

Podle evropské legislativy by do roku 2025 na každých 20 parkovacích míst v hromadných garážích měla být alespoň jedna nabíječka pro elektromobily. Vzhledem k rostoucímu zájmu kancelářských nájemců, z nichž velká část plánuje v nejbližších letech částečný, nebo i kompletní přechod na elektromobilitu, zjišťovala realitně poradenská společnost Cushman & Wakefield aktuální situaci na pražském kancelářském trhu. Ke svým plánům ohledně elektromobility se vyjádřili kancelářští nájemci (včetně firem s více než 200 zaměstnanci) i významní majitelé těchto objektů.

Přejít na elektromobilitu plánují dvě třetiny (65 %) dotazovaných nájemců kanceláří. Zhruba 29 % se přitom chystá počet svých aut snížit, navýšit ho naopak neplánuje nikdo. Radka Novak, vedoucí týmu pronájmu kancelářských prostor pro region střední a východní Evropy, Cushman & Wakefield, k tomu řekla: „V poslední době přibývají ze strany nájemců

dotazy na to, jak jsou kancelářské objekty připraveny na parkování a nabíjení elektromobilů. Mezi velkými mezinárodními firmami jsou takové, které mají centrálně naplánováno do tří až pěti let kompletně přejít na elektrický vozový park.“

Podle průzkumu poradenské společnosti EY má nyní ve svém vozovém parku elektromobily 14 % firem v Česku, což je více než trojnásobek loňského podílu. Na 82 % respondentů průzkumu Cushman & Wakefield z řad nájemců očekává, že se kapacity pro nabíjení elektromobilů v kancelářských budovách navýší. Polovina dotazovaných je případně ochotna parkovací místa pro elektromobily sdílet s ostatními nájemci, třeba pomocí aplikace.

Potvrdilo se také, že pro některé z dotazovaných firem je přístup k nabíječkám elektromobilů součástí cílů ESG. Podobně jako u dalších udržitelných aspektů provozu kanceláří, jako je třeba redukce spotřeby energií nebo jejich nákup z obnovitelných zdrojů, očekávají i u elektromobility součinnost vlastníka budovy a jejich zajištění považují za jeho zodpovědnost.

Podle průzkumu Cushman & Wakefield vlastníci kancelářských objektů se zvýšením kapacit pro elektromobily počítají – plánuje ho 89 % oslovených firem. Patří k nim i ty, které již pro elektromobily nějakou kapacitu v budovách mají, což je asi polovina účastníků průzkumu.

Průměrný podíl míst pro elektromobily v budovách, kde nějaká jsou, je však zatím velmi nízký, pouze 3 % z celkového počtu parkovacích stání. Průměr převyšuje třeba s 4,6 % karlínský Corso Court nebo smíchovský Anděl Park se 6,5 %. V těchto projektech se zároveň aktivně řeší další navýšení těchto kapacit.

Část oslovených vlastníků uvedla, že disponují parkovacími místy připravenými pro nabíječky. Např. v projektu Masaryčka je pro nabíjení stavebně připravena více než třetina parkovacích míst v podzemních garážích. Obecně dnes již developéři u parkovacích míst běžně dělají stavební přípravu, která do budoucna umožní počet nabíjecích stanic rozšiřovat.

O parkování jako takové je nadále velký zájem, a to i v projektech s velmi dobrou dostupností hromadnou dopravou. Většina oslovených

vlastníků ale v současné době nemá problém s nedostatkem parkovacích míst. Jedinou výjimkou mezi dotazovanými byla společnost Skanska, která o ně zaznamenala zvýšený zájem po covidu u projektu Port 7.

Zajištění míst pro parkování elektromobilů vlastníci zatím nevnímají jako klíčový požadavek nájemců, ale myslí si, že jsou na něj připraveni. Zároveň mezi majiteli panuje určitá nejistota ohledně příslušné legislativy a požárně-bezpečnostních předpisů.

Požárně bezpečnostní předpisy skutečně nejsou vykládány jednotně. Developéři se snaží stání pro elektromobily umísťovat v odděleném požárním úseku a co nejbližší vjezd do garáží, aby se tato auta v případě havárie či požáru dala co nejsnáze odtáhnout mimo ně. Na konci příštího roku by však mohla začít platit vyhláška Ministerstva vnitra, která by příslušné bezpečnostní standardy upravovala. K jejím hlavním požadavkům by patřila instalace systému hašení a včasných detekcí incidentů. Rozšíření parkovacích stání s nabíječkou na 3,5 m by mělo zůstat v rovině doporučení. (tz)

Potravinové banky vybudovaly společnou síť více než 150 výdejních míst

Česká federace potravinových bank a Potravinové banky v jednotlivých regionech, za podpory Ministerstva práce a sociálních věcí, spustily v červenci minulého roku síť potravinové pomoci. Ve více než 150 místech po celé České republice rozdávají potravinové banky balíčky přímo potřebným prostřednictvím Výdejen potravin.

Pomoc se tak dostává do míst, kde byla složitě dostupná, a osobám, které pomoc potřebují a nedokázali ji doposud čerpat. Od spuštění projektu v polovině roku bylo podpořeno již více než 12 000 osob. Jde především o rodiny v krizi, samoživitele a seniory. Výdejny pružně reagují na potřeby jednotlivých regionů. Úzká spolupráce s městy a obcemi a obchodními řetězci je klíčovým prvkem společné pomoci.

„Podařilo se nám vybudovat fungující systém pomoci pro lidi v nouzi. Jejich počet bohužel každým rokem narůstá, podle statistik se v současné době nachází pod hranicí chudoby

až 15 % všech obyvatel České republiky,“ uvedl Aleš Slaviček, předseda České federace potravinových bank, a dodal: „Spuštění výdejen potravin nás zásadním krokem přibližuje k potřebným a do míst, kde potravinová pomoc nebyla k dispozici. Reagujeme tak na narůstající potřebu a aktuálně probíhá distribuce až 2500 potravinových balíčků týdně, což je velké množství přímé pomoci. Myslím, že jsme spuštěním výdejen udělali revoluční krok v systému potravinové pomoci v České republice.“

Úzká a intenzivní spolupráce mezi potravinovými bankami, zástupci měst a obcí a obchodními řetězci se ukázala jako základní kamen efektivního a nezastupitelného nástroje pomoci lidem v nouzi. Díky průběžnému darování přebytků potravin od obchodních řetězců mají obyvatelé nacházející se v obtížné životní situaci jistotu, že se jim vždy dostane potřebné pomoci. Partnerství a podpora od jednotlivých obchodních řetězců zajišťuje dlouhodobé a udržitelné fungování systému potravinové pomoci. „Společně s našimi zákazníky pravidelně pod-

porujeme Sbírkou potravin, letos na podzim jsme dokonce zvládli poslat rekordní množství potravinové pomoci. To nám dává jasný signál, že lidem není lhostejná pomoc druhým, a za to patří nejen našim zákazníkům velké poděkování. Rozhodnutí podpořit výdejny potravin pro nás bylo přirozenou volbou. Věříme, že zejména v adventním období, je důležité pomoci těm, kteří se nacházejí ve složitém životním období. Proto jsme se rozhodli přispět naším dílem ke zpříjemnění vánočního času, protože jsme si vědomi toho, že dostat se do těžké životní situace může každý, ale kvalitní jídlo a potraviny by neměly chybět nikde a nikomu,“ komentoval generální ředitel Rohlik.cz Martin Behaň.

V období adventu potravinové banky rozdaly přes 400 krabiček symbolických vanilkových rohlíčků od Rohlíku a až 10 000 balíčků pomoci. V pěti místech v ČR proběhla adventní setkání, kterého se zúčastnili zástupci měst a obcí, potravinových bank a další hosté, a společně podpořili myšlenku solidarity a pomoci lidem v nouzi. (tz)

Udržitelnost

Milión eur a tisíce hodin dobrovolnické práce ve prospěch místních komunit

Společnost Mars Central Europe v loňském roce pomohla celé společnosti darem ve výši téměř 1,3 miliónu eur. Mars spolupracovníci pak darovali tisíce hodin dobrovolnické práce, aby přispěli k pozitivním změnám nejen pro lidi a domácí mazlíčky, ale i pro celou planetu. Takto se jedna z největších mezinárodních společností vyrábějících cukrovinky, potraviny a krmiva pro domácí zvířata, snaží udělat svět lepším.

Společnost Mars si v rámci svého plánu Sustainable in a Generation, který byl zahájen v roce 2017, stanovila ambiciózní, avšak vědecky podložené cíle, které jsou zároveň v souladu s cíli OSN. Prostřednictvím tří hlavních pilířů – Zdravá planeta, Prosperující lidé a Životní pohoda – se Mars snaží zlepšit kvalitu života lidí v komunitách, kde společnost primárně působí, a vytvářet tam přívětivější životní podmínky. Cílem dobrovolnického programu společnosti Mars je přinést pozitivní změnu do místních komunit prostřednictvím kolektivní síly spolupracovníků (jak společnost Mars nazývá své zaměstnance). V rámci tohoto programu mohou spolupracovníci darovat až 16 placených hodin ročně na aktivitu, která jsou podle nich důležité, ať už jde o jejich vlastní, nebo centrální iniciativu. Spolupracovníci společnosti Mars letos dobrovolně pracovali ve 20 zvířecích útulcích ve střední Ev-

ropě, kde pomáhali zlepšovat vybavení a starali se o opuštěná zvířata, která v útulcích žijí. Zasadili též 2000 stromů a pomohli uklidit parky, jezera i řeky. Den Země oslavili vysbíráním jedné tuny odpadků v rekreačních oblastech.

„Pro lepší zítřky musíme jednat už dnes, a dobrovolnictví je skvělý způsob, jak toho dosáhnout. Stačí málo, aby se stalo mnoho, ať už jde o venčení opuštěných psů, nebo úklid v útulcích. To jsou třeba aktivity, které jsme s nadšenými místními dobrovolníky společnosti Mars ve Světovém dni zvířat realizovali i v Česku a na Slovensku. Je to skvělý a inspirativní pocit být součástí takového týmu a společně podporovat úsilí nevládních organizací a iniciativ,“ uvedl Jan Sikora, generální manažer pro Českou republiku a Slovensko.

V uplynulém roce společnost Mars uspořádala deset dobrovolnických akcí v České republice, ke kterým se připojilo 172 zaměstnanců, jež společně sbírali tunu odpadu. Na středoevropské úrovni se do 30 podobných akcí zapojilo více než 300 lidí, kteří odpracovali celkem téměř 2000 dobrovolnických hodin. V Česku pomohli Mars spolupracovníci například v útulku pro opuštěné kočky. „Dobrovolnický den, který v našem útulku Kocour Felix v Klecanech zrealizovali spolupracovníci Mars, nás všechny opravdu nadchl,“ pochválila zmíněnou aktivitu Hana Janišová, předsedkyně Pražského spolku ochránců zvířat, který útluk na vlastní náklady

provazuje. „Nejen že všichni dobrovolníci pomáhali s velkým nasazením se vším, co bylo potřeba, například s úklidem voliér, ale přivezli také dary v podobě množství kvalitního krmení z produkce Marsu. A jedna dobrovolnice dokonce přijela i další den, aby si v našem útulku adoptovala kotě. Kdyby se všechny firmy, vyrábějící krmivo a produkty pro zvířata, postavily k problematice útulků tak jako Mars, měly by útulky v dnešní těžké době o mnoho starostí méně,“ dodala Hana Janišová.

Kromě toho spolupracuje Mars v České republice již sedmým rokem s řetězcem BILLA, a to na charitativním projektu, v rámci kterého byl vycvičen asistenční labrador jménem Bony. Tato iniciativa pomohla jednotlivcům trpícím diabetem získat psiho asistenta, jako je Bony. Mars se rovněž zavázal pomáhat útulkům pro zvířata a podporovat jejich adopci. Letos při příležitosti Světového dne zvířat podpořila společnost Mars tuzemské zvířecí útulky darem ve výši zhruba 8,5 miliónu korun. „Společnost Mars nejenže podporuje své zaměstnance, aby přispívali k blahu planety a své komunity, ale také jim pomáhá tím, že jim jde příkladem. Kromě akcí, které organizujeme, jsme od našich zaměstnanců obdrželi také mnoho individuálních dobrovolnických iniciativ, které jsou zaměřeny na péči o potřebné. Jsme na toto velmi hrdí, protože jen společně můžeme učinit naši budoucnost lepší,“ dodal Jan Sikora. (tz)

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 jakéhokoliv uvedeného čísla mojmir@fiskus.cz 602 217 061 karel@fiskus.cz 603 423 097 www.fiskus.cz

Nezapomeňte na knihu



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

Daňové zákony 2024

Hana Marková

Obsahuje znění daňových zákonů s účinností k 1. 1. 2024, včetně všech čísel novel zákonů. V nejprodávanější publikaci oboru najdete zákon o daních z příjmů, zcela nový zákon o dohodnácích daní, zákon o rezervách pro zjištění základu daně z příjmů, zákon o dani z nemovitých věcí, zákon o dani silniční, zákon o DPH, zákon o spotřebních daních, vybraná ustanovení zákona o stabilizaci veřejných rozpočtů, upravující tři energetické daně a zákon o dani z hazardních her.

TraDiář 2024

Martina Viktorie Kopecká,

Martina Boledovičová

Díky TraDiáři budete vědět, kdy a proč se slaví Hromnice, masopust, Popeleční středa, vynášení Morany, pálení čarodějnic, letnice, svatojánská noc, poutě, posvícení, advent. TraDiář spojuje kalendář jmenový, občanský a liturgický s cyklem přírody a zemědělským rokem a na ně navazujícími svátky se zvyky. Součástí TraDiáře je 12 originálních textů farářky Martiny Viktorie Kopecké. Tentokrát do TraDiáře přispěla i Hanka Zemanová s texty ke koloběhu přírody.

Naše kavárna

Peter Vošček jednatelem

Porsche Inter Auto CZ

Společnost Porsche Inter Auto CZ oznámila personální změnu na pozici jednatele. Michaela Antosche po téměř sedmi letech ve vedení společnosti vystřídá Peter Vošček, který byl od roku 2020 generálním ředitelem společnosti Porsche Inter Auto v Polsku a stále působí jako jednatel PIA pro Slovensko.

Daniel Ahremark do Mews

Společnost Mews, přední cloudový poskytovatel služeb v oblasti pohostinství, po sedmi letech působení dočasně opouští finanční ředitelka Pavla Munzarová. Nástupcem se stal Daniel Ahremark, který má zkušenosti s vedením finanční transformace, fúzí a akvizic u mezinárodních fintech gigantů, včetně společností PayPal a iZettle.

Eva Poláchová v ČPP

Dozorčí rada ČPP zvolila Evu Poláchovou členkou představenstva České podnikatelské pojišťovny, a.s., Vienna Insurance Group. S účinností od 1. 1. 2024 nahradila v této funkci Jaroslava Kulhánka. Nové představenstvo ve složení Pavel Wiesner, Petr Žaba, Christoph Rath a Eva Poláchová má platný čtyřletý mandát do 31. 12. 2027.

Eva Poláchová od roku 2015 působí v pojišťovně Kooperativa. V představenstvu ČPP bude mít na starosti zastupování pojišťovny vůči ČNB a rezorty tzv. sdílených služeb, jako jsou Řízení rizik, Bezpečnost, Projektová kancelář a inovace.

Sponzoring, charita, pomoc

Dětská dopravní nadace

rozdala 382 000 Kč

Dětská dopravní nadace pomáhá dětem s trvalými následky po dopravních nehodách a také těm, které v důsledku toho přišly o rodiče. Letos podpořila 22 dětí částkou 382 000 Kč. Za téměř třicet let svého působení rozdala již přes 16 miliónů korun, které slouží zejména na podporu studia sirotků na středních a vysokých školách, ale také na nutnou rehabilitaci po nehodách. (tz)

Lego naší legislativy

O změně zdravotní pojišťovny

VZP po přeregistraci nového pojištěnce zařadí jeho odhlášení u původní zdravotní pojišťovny. S přestupem k nové zdravotní pojišťovně však souvisejí některé povinnosti, které musíte jako pacient, pojištěnec či plátec pojistného splnit sami. Před datem přeregistrace je zaslán pojištěnci dopis s formulářem Přihláška a evidenční list pojištěnce, který je potřeba vyplnit a zvolit kategorii plátců (zaměstnanec, státní pojištěnec, OBZP, OSVČ) a zároveň doložit potřebné dokumenty. Využít lze také formulář pro elektronické vyplnění. Vyplněný tiskopis či vytištěný formulář je potřeba doručit VZP, např. elektronicky na info@vzp.cz, osobně na kteroukoli pobočku VZP, vhozením do boxu na pobočce, poštou nebo datovou schránkou i48ae3q. Pro případnou budoucí komunikaci s VZP se doporučuje uvádět své aktuální údaje (kontaktní adresu, telefonní číslo, e-mail). Oznámení a doložení příslušných dokladů probíhá až aktuálně k datu přeregistrace, tj. do osmi dnů po 1. 1. nebo po 1. 7.

Pokud má plátec pojistného u své původní zdravotní pojišťovny evidované nějaké závazky (např. dluh na pojistném, penále, pokuty), měl by je s původní zdravotní pojišťovnou řešit, aby nedošlo k prohlubování problému a nárůstu dlužné částky.

OSVČ

Osoba samostatně výdělečně činná musí nové zdravotní pojišťovně předložit fotokopii živnostenského listu. Dále má také povinnost doručit Doklad pro OSVČ o výši záloh na pojistné vypočtených z vyměrovacího základu v předchozím kalendářním roce. Tento doklad pojištěnci vystaví jeho dosavadní zdravotní pojišťovna. (tz)

Zarazit bezcelní dovoz ukrajinské produkce

Organizace sdružující zemědělce v Česku, Maďarsku, Polsku a na Slovensku se shodly, že je nezbytné řešit dovozy zemědělských komodit z Ukrajiny, které přes původní záměr Evropské komise ulehčit Ukrajině vývoz k tradičním odběratelům končí na evropském trhu. Vyzvaly proto své národní vlády ke společnému postupu a hájení zájmů zemědělců a potravinářů v Bruselu. V komuniké to podepsali zástupci organizací Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora, polská Krajowa Rada Izb Rolniczych a maďarská Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, kteří jednali 7. a 8. prosince 2023 ve slovenském Štrbském Plesu. Dalšími tématy byly aktuální situace na evropském trhu a případný vstup Ukrajiny do Evropské unie.

„Česko jako jediná země Visegrádu nezavedlo žádné bariéry na dovoz zemědělských komodit z Ukrajiny, přestože dovoz ukrajinské produkce má nesporný dopad také na tuzemský agrární trh. Kvůli propadu živočišné výroby od devadesátých let zhruba na třetinu jsme nuceni vyvázet milióny tun obilovin na západní trhy, které jsou nyní obsazené ukrajinskou produkcí. Ta přitom nemusí splňovat přísné standardy kvality, stejně jako se ukrajinské zemědělské podniky nemusí řídit nařízeními a regulacemi vyplývajícími ze Společné zemědělské politiky Evropské unie,“ řekl během jednání prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal.

Zástupci zmíněných organizací souhlasili, že je nutné podporovat ukrajinskou ekonomiku



Snímek z jednání zemědělských organizací Visegrádu, které znovu vyzvaly EU, aby zarazila bezcelní dovoz nekvalitní ukrajinské produkce

zasaženou válkou, ale nemůže to být za cenu likvidace zemědělců a potravinářů ve střední Evropě. Vlády Česka, Maďarska, Polska a Slovenska by podle nich měly usilovat o nalezení celoevropského řešení, které by pomohlo Ukrajině vyvézt zemědělskou produkci ke svým tradičním zákazníkům ve třetích zemích. Agrární komora České republiky, Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora, Krajowa Rada Izb Rolniczych a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara proto vyzvaly:

■ Národní vlády ke koordinovanému postupu při obhajobě zájmů vlastních zemědělců a potravinářů tím, že předloží jednostranný zákaz dovozu některých komodit, a rozšíří a zároveň sjednotí seznam těchto komodit. Současně žádají, aby došlo k výraznému navýšení Krizové rezervy.

■ Představitelé Evropské unie, aby zavedli takové postupy a nástroje při liberalizaci obchodu se zemědělskými a potravinářskými produkty z Ukrajiny, které v co nejvyšší možné míře

ochrání vnitřní trh Evropské unie, a to především v zemích sousedících přímo s Ukrajinou.

Dalším tématem jednání ve Štrbském Plesu byl případný vstup Ukrajiny do Evropské unie a možné dopady tohoto kroku na jednotný evropský trh. Tato země musí podle střeoevropských zemědělských organizací nejprve splnit všechny přístupové podmínky a osvojit si právní předpisy Evropské unie v oblasti zemědělství a potravinářství. V opačném případě dojde k zásadnímu narušení hospodářské soutěže na vnitřním evropském trhu a poškození současných členů Evropské unie. Ukrajina je zemědělská velmoc, která obhospodařuje výměru odpovídající jedné třetině zemědělské půdy všech zemí Evropské unie.

„Ukrajina je některými státy doslova tlačena do Evropské unie, aby tam mohly kapitálově silné firmy z těchto států investovat a zajistit si hospodářský růst na úkor států sousedících s Ukrajinou a na úkor Ukrajiny samotné. Členství Ukrajiny v EU se zamlouvá také obchodním řetězcům kvůli potravinám, které budou mít výjimku na plnění evropských standardů a které odtud budou obchodníci levně dovážet a u nás draho prodávat. Pak se ale musíme ptát v Bruselu, ale i u nás doma, co budou dělat evropští farmáři, když nebudou mít odbyty? Ukrajina navíc bude po vstupu do Evropské unie čerpat nejen výhody bezcelního přístupu na jednotný trh, ale i peníze, přičemž rozpočet Společné zemědělské politiky Evropské unie posílen s největší pravděpodobností nebude. Kde na tak velkou výzvu Evropa vezme peníze v době, kdy ji více než růst HDP zajímá redukce CO₂?“ ptal se Jan Doležal. (tz)

Z ciziny byl každý druhý vánoční stromek i vánoční hvězdy

V předvánočním období Češi nakoupí okolo tří miliónů kusů vánočních hvězd neboli poinzezií, z nichž třetina pochází z dovozu. Domácnosti každý rok zdobí až 1,5 miliónu živých vánočních stromků a ze zahraničí je polovina z nich. Převozem na dlouhé vzdálenosti však rostliny trpí. Okrasným vánočním květinám navíc neprospívá kolísání teplot, což se podepisuje na jejich kvalitě, vzhledu a trvanlivosti. Agrární komora České republiky, Lesnicko-dřevařská komora České republiky a Svaz květinářů a floristů České republiky proto doporučují zákazníkům, aby dali přednost kvalitní domácí produkci.

„Vánoční pokrmy jsou historicky spjaty s lokálními surovinami, které si naši předkové sami dokázali vyrobit. V tradiční štedrovečerní večeři by neměla chybět rybí polévka, smažený kapr, bramborový salát a na závěr medové perníčky, jablечný závin či vánočka. Tuzemského původu by měly být nejen potraviny pro přípravu menu, ale také výzdoba. Čeští květináři a lesníci dodávají na trh kvalitní vánoční stromky a vánoční

hvězdy nebo další okrasné rostliny, které vypěstovali v souladu se současnými environmentálními požadavky,“ řekl prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal.

V českých domácnostech převládá z 80 % jedle kavkazská, 10 % tvoří smrk pichlavý a zbývající podíl tvoří borovice a další druhy jehličnatých stromů. Tuzemské vánoční stromky pocházejí většinou ze speciálních plantáží, kde mají zákazníci záruku vysoké kvality, čerstvosti a šetrného přístupu k životnímu prostředí. Vánoční stromky prodávají také vlastníci lesů z prořezávek. Alternativou jsou stromky v květináčích či kontejnerech, které se těší stále větší oblibě. Vánoční stromek prémiové kvality a českého původu mohou zákazníci pořídit nejlépe ve specializovaných prodejnách nebo přímo od pěstitelů. Naopak před hobbymarkety či obchodními kolosy ve velkých městech jsou převážně nabízeny stromky ze zahraničí, které byly dovezeny většinou z Dánska či Polska. Tyto stromky však jsou zpravidla řezané již v říjnu a mají nižší šanci vydržet až do konce vánočních svátků. „Živé vánoční stromečky nebo snítky voňavého chvoji jsou odedávna tradiční

symboly českých Vánoc. Naši lesníci i pěstitelé vánočních stromků je nabízejí na mnoha místech republiky. Věřím, že roste počet těch, kteří dají přednost stromečku, který vyrostl v českých lesích, a i když nebude mít třeba ideální tvar, určitě navodí to pravé kouzlo Vánoc,“ sdělila v prosinci 2023 výkonná tajemnice Lesnicko-dřevařské komory České republiky Andrea Skřivánková.

Květinovou vánoční výzdobu tvoří obvykle vánoční hvězdy různých barev a dále bramboříky nebo azalky. Tuzemští květináři zajišťují květinám požadovaný teplotní komfort kolem 18 °C, a to během pěstování, sklizně, přepravy i skladování. To však neplatí u květin dovezených především z Nizozemska, Německa a dalších zemí. Ty jsou obvykle dostupné ve velkých obchodních řetězcích nebo v maloobchodních prodejnách smíšeného zboží, které je často nabízejí i ve venkovních prostorech při teplotě pod bodem mrazu. Následkem nízkých teplot květiny nastydnou a opadají jim listy.

„Neobvykle teplý podzim bohužel loni nepřál dlouhodobé koncepci zahradníků, a to posunutí prodeje vánočních hvězd na měsíce říjen

a listopad. Letošní teplotně nadprůměrný podzim zákazníkům nemotivoval k nákupu poinzezií, protože tuto květinu stále vnímají jako výlučně vánoční,“ podotkla Marcela Nachlingrová ze Svazu květinářů a floristů České republiky. Zárukou kvality je logo Česká květina na obalu a nákup ve specializovaných prodejnách či přímo od pěstitelů stejně jako v případě vánočních stromků.

Pěstitelé vánočních stromků a vánočních okrasných rostlin se v loňském roce potýkali s enormním růstem nákladů, především na energii. Současně hrozí jejich další zdražení kvůli návrhu Energetického regulačního úřadu na výrazné zvýšení regulované složky elektrické energie. Dalším problémem, jemuž čelí, je nedostatek pracovníků, který patrně ještě zhorší novela zákoníku práce a změny pravidel pro najímání brigádníků. Květináři a lesníci si však nemohou dovolit promítnout zvýšené náklady do prodejních cen. Zejména pěstitele okrasných rostlin drtí levné dovozy ze zahraničí a nerovné podmínky podnikání oproti podmínkám v zahraničí, kvůli kterým balancují na hraně existence. (tz)

Precizní zemědělství má zelenou

Precizní zemědělství je trendem posledních let a stále více se prosazuje i v České republice. A to jak u velkých zemědělských podniků, tak u menších zemědělců. Precizní zemědělství přináší, vedle zlepšení finanční kondice zemědělských podniků, i finanční a materiálovou úsporu. Například díky použitým technologiím, aplikačním mapám a plánování tras nespotebují zemědělské stroje tolik paliva, osiv a hnojiv. Přispívá tak sekundárně také k udržitelnosti. Aktuálně tento trend ještě více posílí nové dotační programy.

Nový dotační program na podporu precizního zemědělství je vypsan na období do roku 2027 a na precizní zemědělství a digitalizaci oboru míří poprvé. Do pořizování nejmodernějších zemědělských technologií se tak i díky dotacím zapojují nejen velké celky, ale i stále více farmářů a drobných zemědělců. Využívají příležitosti posunout procesy pomocí pořízení nejmodernější zeměděl-

ské techniky na nový stupeň, a ušetřit tak nemalé množství zdrojů. „S novým špičkovým strojem dnes zemědělci zároveň získávají ucelenou softwarovou platformu, která na základě vstupních dat umožňuje šetřit zemědělské vstupy a zvyšovat výnos, efektivně řídit vozový park, optimalizovat personální náklady a pracovní postupy. Kombinací využití satelitních snímků, analýzy půdních



vzorků, výnosových map z kombajnů a inteligentního IoT řešení umí farmářům interpretovat data, na jejichž základě mohou zefektivnit spotřebu osiv, hnojiv, vody či regulátorů růstu,“ řekl Petr Mikuláš, CEO a jednatel společnosti Agromex. „Například hnojení pomocí precizního zemědělství neprobíhá plošně, ale soustředí se přímo na konkrétní rostliny. Jejich identifikace probíhá

automaticky – pomocí senzorů v technice a předpisové mapy. Tak odpadají všechny ruční či plošné postupy, které s sebou nesou značnou míru nepřesnosti,“ sdělil Vojtěch Malina, CEO CleverFarm a dodal: „České zemědělství skýtá obrovský prostor pro změny, které mohou vést k výraznému vylepšení efektivity, např. jak a kdy zasít, hnojit či zavlažovat méně, ale zároveň pak sklídit více.“ (tz)