

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

vita^{PR}

Hodnoty vytváříte vy...
...a my o nich
dáváme vědět ostatním

www.vitapr.cz

INZERCE

Veletržní činnost v Brně dává jasný smysl i do budoucna

Ač je léto v plném proudu, mnohé firmy už žijí spíše koncem roku nebo pilnými přípravami na rušný podzim. Ty, pro něž býval v minulosti stěžejním bodem programu Mezinárodní strojírenský veletrh, ani letos jeho přípravu neopominuly. Do Brna se jejich představitelé těší, covidová přestávka byla přece jen poněkud dlouhá. Světová ekonomika se mění, hlad po novinkách, které průmyslníkům usnadní a zefektivní práci, se stupňuje, například v souvislosti s děním v energetice. O tom, jak se rýsuje letošní Mezinárodní strojírenský veletrh, jsem hovořila s generálním ředitelem společnosti Veletrhy Brno Tomášem Moravcem:

Je a bude pro nejbližší období osou podnikání Veletrhů Brno klasická veletržní činnost? Anebo se zaměření výstaviště částečně mění a bude poskytovat další, nové služby?

Veletržní činnost v areálu brněnského výstaviště dává jasný smysl i do budoucna. Ujistili nás o tom vystavovatelé svými reakcemi na realizovaný průzkum v době covidových lockdownů a následně i jejich fyzická účast na veletrzích ihned, jakmile to opět bylo možné. Přestože je vystavovatelů i návštěvníků na všech veletrzích méně (a to platí celosvětově), zůstali veletrhům věrni právě ti, kteří věří na přidanou hodnotu osobního setkávání a jsou schopni využít a zhodnotit prodejní potenciál veletrhu.

Jaké jste měli plány letos v lednu a jaké jsou dnes v souvislosti s děním ve světě?

Po opětovném rozjezdu veletrhů na podzim 2021 jsme očekávali návrat k původnímu, byť zmenšenému formátu jednotlivých veletrhů. Zhoršení epidemiologické situace v závěru listopadu a zru-



Tomáš Moravec, generální ředitel společnosti Veletrhy Brno

šení adventních trhů v celé zemi bohužel potvrdilo fakt, že covid-19 ještě zcela neodezněl a ovlivňuje rozhodování o aktivitách celé společnosti v horizontu měsíců. Nastupující vlna omikronu v únoru 2022 společně s narušením globálních logistických řetězců a nedostatkem inovativních exponátů k představení znemožnilo pořádání komplexu potravinářských veletrhů Salima/EmbaxPrint, Motosalonu, a zejména veletrhu zemědělské techniky Techagro. To byla těžká rána pro firemní plánování a odrazila se v potřebě redefinice plánu. Aktuální situace je ovlivněna válkou na Ukrajině a jejími důsledky, nicméně vrchol sezóny v podobě Mezinárodního strojírenského veletrhu se rýsuje velmi pozitivně.

Největší průmyslový veletrh ve střední Evropě a jeden z nejproslulejších na světě, Mezinárodní strojírenský veletrh, se tedy odehraje začátkem října. V jakém duchu se ponese?

Na veletrh se vrací řada významných firem, které se nemohly účastnit loňského ročníku kvůli důsledkům pandemie. Vystavovatelé tradičně představí řadu inovací a nových technologií ze svých oborů. Ve spolupráci s Francouzsko-českou obchodní komorou se partnerem letošního veletrhu stal region Auvergne-Rhône-Alpes, který je nejprůmyslovější oblastí Francie a bude na MSV reprezentativně zastoupen.

pokračování na straně 4

Mixit nabízí jako první v ČR křupavé lyofilizované sýry

Značka Mixit přišla na trh s neobvyklou pochoutkou, mrazem i teplem sušenými sýry. Český výrobce snídanových cereálií, kaší, proteinových drinků a celé řady dalších dobrot má s lyofilizací dlouholeté zkušenosti. Jako jeden z prvních začal nabízet mrazem sušené ovoce, které si zachová svěží chuť, a navíc získává neodolatelně křupavou konzistenci. Lyofilizované dobroty se u jeho zákazníků těší velké oblibě, proto se Mixit rozhodl stejný koncept aplikovat i na sýry.

První mix křupavých sýrů obsahuje goudou, čedar a ementál. Lyofilizované sýry si uchovávají svůj specifický šmak a na první kousnutí rozlišíte výrazný čedar od ementálu, který vyniká i svým typickým dřevavým zevnějškem. Nové sýry od Mixitu jsou skvělou zprávou i pro všechny nadšence do zdravého životního stylu. Jde o kvalitní sýry plné bílkovin. Druhá novinka, teplem sušený kozí sýr, je ideální pochoutka třeba k vínu. Třetí kombinace sýrů, kterou Mixit představil, je spojení White Cheddar & Red Leicester. Jde o kulinářskou novinku.

Mixit.cz je internetový obchod nejen pro fanoušky zdravého stravování. Na stránkách www.mixit.cz si může každý namixovat svou osobní směs cereálií, müsli, ovesných kaší a mixů sušeného ovoce a oříšků z více než sedmdesáti různých ingrediencí, jako jsou různé cereální základy, sušené ovoce, semena, oříšky, ale i chutovky jako čokoláda, gumoví medvídci nebo třeba lentilky či skořice. Součástí nabídky jsou i předpřipravené směsi vytvořené výživovými specialisty a nabídka surovin například pro celiaky nebo alergiky na určité typy potravin, které se v běžných směsích cereálií objevují. Dalšími produkty v sortimentu jsou Mixit čokolády z kvalitní 70% tmavé čokolády ochucené lyofilizovaným ovocem a oříšky, müsli tyčinky Mixitky, drinky v prášku, slané oříškové mixy i sušenky. Mixit vše zabalí do krásného tubusu v designu firmy a zákazník si může vybrat doručení poštou, PPL nebo osobní odběr v Zásilkovně nebo na některém z odběrných míst po celé zemi zdarma. (tz)

Biopekárna Zemanka sbírá ocenění v Česku i zahraničí

Známy tuzemský výrobce sušenek a krekrů v biokvalitě táhne pozornost organizací, které udělují ocenění za potraviny a za udržitelnost. Již třetím rokem v řadě se Biopekárna Zemanka stala členem Green Brands. Na veletrhu Private Label Manufacturers Association (Asociace výrobců privátních značek) v Amsterdamu získala ocenění poroty za produkt Přátelský k životnímu prostředí. A v Česku dostala v soutěži Shop roku ocenění za Udržitelný e-shop. Tím ale Zemanka nekončí, dle své Strategie udržitelnosti se chce stát i mezinárodně uznávanou B-Corp.

„Pro nás jako malou lokální značku jsou taková ocenění velkou poctou a těší nás, že dokážeme obstát i mezi velkými hráči. Věřím, že i díky podobným našim úspěchům si ostatní značky uvědomí, že business lze dělat s úctou k přírodě, bez kompromisů v oblasti kvality a zároveň ekonomicky úspěšně,“ komentoval získané ocenění Aleš Kadleček, obchodní ředitel Biopekárny Zemanka. Velkým úspěchem Biopekárny jsou takzvané cirkulární produkty.

Jde o výrobky, ve kterých se do receptury přidávají nevyužité suroviny od partnerských firem. Aktuálně tak Zemanka zpracovává pivovarské mláto Plzeňského Prazdroje pro pivovarské krekrky, dužinu z odšťavněné mrkve, řepy a jablek od UGO pro cirkulární krekrky a sušenky Dužinky a kávovou sedlinu od společnosti IKEA, mamacoffee a Costa Coffee pro kávové sušenky. Měsíčně takto v Zemance zpracují desítky kilogramů surovin od partnerů a ročně předejdou tomu, aby se z tuny kvalitního jídla stal odpad.

Právě kávové sušenky vzbudily na výstavě v Amsterdamu veliký ohlas. „V Nizozemsku byli z kávových sušenek pro IKEA opravdu nadšeni a u našeho stánku se často zastavovali lidé, aby je mohli ochutnat. Velmi nás potěšilo, když jsme za ně nakonec dostali ocenění za Produkt přátelský k životnímu prostředí. Na výrobu těchto sušenek k nám z IKEA za přísných hygienických opatření pravidelně přivážejí kávovou sedlinu z kavovarů v restauracích IKEA. V Zemance z ní upečeme sušenky, které pak distribuujeme výhradně do kaváren IKEA pod jejich značkou. Vzájemná spolupráce funguje velmi dobře,“ řekl Aleš Kadleček.

Zemanka se stala také držitelem ocenění pro Udržitelný e-shop, které letos poprvé udělovala společnost Heureka v soutěži Shop roku. Kritéria pro získání ocenění jsou např. odpovědný přístup k zaměstnancům, zákazníkům a životnímu prostředí, nebo také transparentní řízení společnosti. Už po několikáté získala Zemanka rovněž mezinárodní označení Green Brands pro značky odpovědné k životnímu prostředí.

Biopekárna Zemanka má za sebou rok velice intenzivní práce. Kromě rozvoje nových cirkulárních spoluprací a získání hned několika ocenění si prošla značka začátkem roku vizuální proměnou, otevřela svoji první vlajkovou prodejnu v OD Kotva v centru Prahy a v květnu spustila první televizní kampaň.

„Všechna ocenění nás velice těší. Podařilo se nám úspěšně zrealizovat naše velké plány a tak máme radost, že jsou dobře vnímány nejen v Čechách, ale také v zahraničí. Teď se budeme dál věnovat praktickému zavádění Strategie udržitelnosti do našich provozů a čekají na nás další velké projekty – například nové produkty s vyšším obsahem bílkovin, chceme vytvořit systém firemního dobrovolnictví, nebo se stát B-Corp,“ uzavřel Aleš Kadleček. (tz)



Najdete uvnitř listu

Chci přispět a pomoci české vědě a vzdělávání	3
Proč se firemní akce i jejich účastníci vracejí do hotelů Horizont a Port	5
Pomalý rozvoj akumulace energie ohrožuje transformaci a dekarbonizaci evropské energetiky	6
Ostravská firma Sineko už dvacet let ukazuje cestu, jak hospodařit s dešťovou a odpadní vodou nadčasově a ekologicky	11
Na český trh letos vstoupilo 15 nových značek	14

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:

Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164

e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 2. srpna 2022

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka

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

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií

www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz

a www.freshtime.cz

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

Pavel Kačer, redaktor

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

Bc. Kateřina Šimková, redaktorka a mediální

konzultantka

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

Dr. Jiří Novotný, externí mediální poradce

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

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

Pražákova 876/66, 639 00 Brno

Časopis je v roce 2022 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
 NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
 průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
 pro jakost



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

PROSPERITA®
 Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
 BUSINESS**
 PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
 TIME**
 PROSPERITA

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Lidský faktor

V socialismu platil takový bonmot: „Nehledám práci, ale zaměstnání.“ Razítko zaměstnavatele v občanském průkazu se přísně kontrolovalo, ale pracovat, to už byla jiná. Mnoho lidí se práci dokázalo úspěšně vyhýbat. Proto také dům, který dnes stojí za několik měsíců, se tehdy stavěl léta. Jenže mám někdy pocit, že staré manýry se vrací v nové podobě. Nedávno jsem si to uvědomil, když jsem potřeboval opravit motocykl. Majitel servisu mi vysvětlil, že zakázky má až do konce roku a neví, „kam dřív skočit“. Na vše zůstal sám, protože jeho mechanika přeplátil. „Nemusí tam nic dělat a má za to víc peněz,“ vysvětlil mi. Problém se bude jen zvětšovat. O učební obory není prakticky zájem, proto budoucnost řemesel nevyhádává vůbec dobře. Pracovní trh je doslova vyhledávaný po těch, kteří by alespoň omezeně splňovali požadavky personalistů. Stalo se pravidlem, že firmy musí nové pracovníky nejprve doškolené nebo rekvalifikované, pokud chtějí vůbec volné pozice obsadit. Máme špičkové technologie, roboty, zapřáhli jsme umělou inteligenci, ale nejslabším článkem zůstává lidský faktor. **Pavel Kačer**

Zaujalo nás

Do roku 2050 bude v Česku o polovinu víc seniorů

Domovy pro seniory jsou ročně nuceny odmítnout 45 000 přihlášek, protože nemají dostatečnou kapacitu. Do roku 2050 má přitom podle prognóz přibýt v Česku milion důchodců k nynějším dvěma milionům. Na konferenci Senior Housing proto výbor pro sociální politiku Senátu PČR spolu s Unií pacientů a dalšími odborníky hledali možnosti změny. Česká asociace pojišťoven je přesvědčena, že řešení mezi kapacitou a poptávkou po dlouhodobé péči může spočívat v rozvoji dobrovolného soukromého pojištění dlouhodobé péče existujícího vedle veřejné financovaných schémat. NN Životní pojišťovna nabízí pojištění, které dokáže pokrýt náklady při úplné nesoběstačnosti ve stáří s výplatou až do 90 let věku. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2022

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

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, tajemnice PIBS
- **Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, výkonný ředitel České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, konzultant, fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, místopředsedkyně Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Ing. Tomáš Milich**, ředitel a místopředseda představenstva Babičkin Dvůr, a.s.
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **Ing. Vladimíra Ondráková**, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s.
- **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.
- **Michal Hanáček**, ředitel společnosti Pilulka Distribuce s.r.o.

Zásilkovna podepsala memorandum o spolupráci v oblasti rozvoje vodíkové mobility

Zásilkovna, přední česká logisticko-technologická firma, podepsala za účasti ministra průmyslu a obchodu Jozefa Síkely a korejského ministra průmyslu Chang Yang Leeho memorandum o spolupráci s korejskou asociací H2Korea, platformou zaměřující se na rozvoj vodíkové hospodářství v Korejské republice. Podepsání memoranda iniciovala Česká vodíková technologická platforma (HYTEP), které je Zásilkovna členem.

Cílem je podpořit rozvoj vodíkové mobility v České republice prostřednictvím demonstračních pilotních projektů, které se zaměří jak na výrobu zařízení a vozidel, tak na jejich provoz na českých silnicích. Spolupráce ze strany českých firem by také měla zajistit vybudování a provoz vodíkové plnicí infrastruktury a navažujících operací. Hlavním cílem memoranda je podpořit vodíkovou mobilitu zejména v nákladní a autobusové dopravě.

„Zásilkovna a celá skupina Packeta vidí ve vodíku velkou budoucnost. Realizovali jsme již pilotní testy a připravujeme se na další test vodíkové dodávky v reálném prostředí. Věříme, že podepsané memorandum je důležitým krokem, který podpoří další rozvoj v uplatnění vodíku v České republice. Naším cílem je stát se pionýrem v jeho využití v logistice a provozu. A to nejen proto, že oblast doručování zásilek je jednou z nejslibnějších pro využití vodíkové mobility, ale i z toho důvodu, že vodík je nejkratší cestou ke snížení uhlíkové stopy,“ řekla Šimona Kijonková, zakladatelka Zásilkovny a CEO skupiny Packeta.

„Memorandum je prvním krokem k rozvoji užší spolupráce mezi českými a korejskými společnostmi v oblasti vodíkové mobility a související infrastruktury. Vodík je palivem bezemisní dopravy. Jeho nesporné výhody zejména v segmentech nákladní a autobusové dálkové dopravy tkví ve schopnosti vyššího dojezdu a v rychlém tankování, které u nákladních automobilů zabere maximálně 20 minut v porovnání s jinými technologiemi,“ vysvětlil Aleš Doucek, předseda představenstva České vodíkové technologické platformy.

Korejská strana, vedená asociací H2Korea, vnímá spolupráci jako příležitost pro šíření inovativních vodíkových technologií do ČR a hledání potenciálních partnerů pro spolupráci. Samotná Korejská republika rozvoj vodíkové hospodářství podporuje dlouhodobě, i díky tomu bude v tomto roce na korejských silnicích možné natankovat vodík na více než 40 plnicích stanicích. Korejská automobilka Hyundai Motor Company také nabízí vodíkový automobil poháněný palivovým článkem Hyundai Nexa, nebo nákladní automobil Hyundai XCIENT Fuel Cell, který již komerčně jezdí například ve Švýcarsku.

„Toto memorandum je důležité zejména z toho důvodu, že posílí spolupráci na poli vodíkové mobility mezi Českou republikou a Korejskou republikou. Věříme, že pomůže nastavit businessový model vhodný následování i u dalších projektů,“ zdůraznil Moon Jae-do, předseda asociace H2Korea. Součástí aktivit jsou i další české firmy, na korejské straně podepsaly memorandum společnosti Hyundai Motor Company a Hyundai Glovis. **(tz)**

Call centra již zákazníkům nemohou volat bez jejich souhlasu

Letos vstoupila v platnost novela zákona o elektronických komunikacích, jejímž cílem bylo implementovat Evropský kodex pro elektronické komunikace do českého právního řádu. Nad rámec kodexu byly do novely doplněny body související s marketingem po telefonu. To bude mít dopad nejen na zákazníky, ale také na firmy, které musí nově umět doložit udělený souhlas.

Podle novely se změní telemarketingový režim ze současného opt-out na režim opt-in, který již dnes funguje například v případě e-mailové komunikace. Stručně řečeno, zatímco dosud musel spotřebitel, který si nepřál být obtěžován

marketingovými hovory, aktivně vyjádřit svůj nesouhlas, nově to bude naopak – majitel každého čísla musí svému operátorovi aktivně vyjádřit svůj souhlas s telemarketingovými nabídkami. Novela vstoupila v platnost 1. 1. 2022, přechodné období, během kterého měli poskytovatelé telekomunikačních služeb oznámit změny zákazníkům, skončilo 30. 6. 2022.

Novelizace zákona má přispět ke kultivaci tržního prostředí v České republice. Kritici poukazují na to, jaké důsledky bude mít zákon na firmy, které teprve vstupují na trh a pro které je telemarketing významným nástrojem pro získávání zákazníků. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partner:

**VARNSDORF
 TOOLS**

partneři plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 24. rokem!

Chci přispět a pomoci české vědě a vzdělávání

Téma covidu je více aktuální, než jsme pro léto předpokládali. Zákeřný vir má na svědomí spousty špatností, ublížil mnoha lidem, některým firmám, odvětvím, ekonomice. Zároveň nás i on přesvědčil o tom, že každá mince má dvě strany. Že každé zlo je k něčemu dobré. S ohledem na covid se zrodilo mnoho zajímavých myšlenek, nápadů, technologií, které posunuly lidské vědění i možnosti kupředu. Ukázalo se rovněž, že význam české vědy, výzkumu a vývoje i možností, jež skýtají, není potřeba zatracovat, ba naopak. Jediné, co Čechům chybí, je umění komercializace získaného know-how. Mělo by to přinést nejen s ohledem na prestiž malé země v srdci Evropy, ale také například v péči o lidské zdraví, nebo příliv finančních prostředků. Ing. Michal Pohludka, Ph.D., CEO společnosti GeneSpector Innovations s.r.o., to vysvětlil srozumitelně i motivačně:



Ing. Michal Pohludka, Ph.D., CEO společnosti GeneSpector Innovations s.r.o.

Vaše firma se zrodila teprve nedávno, přesto generuje vysoký obrát. Co k tomu přispělo?

Společnost GeneSpector vznikla v srpnu 2020, tedy v době, kdy všechny omezoval koronavirus. Ten měl zásadní vliv na náš růst, který souvisel s tehdejší celoplošným testováním. Přišli jsme totiž s technologií, která dokáže celý diagnostický postup vyhodnocování PCR testů zrychlit, tím jej i zefektivnit a zlevnit. Navíc se toto unikátní řešení nevztahovalo pouze na velké laboratoře, ale i na menší zařízení. Za rok 2021 jsme tak vykazovali obrát 305 miliónů korun, hrubý provozní zisk činil 123,8 miliónu korun.

Období covidu přehlušily další složité události ve světě, přesto odborníci ve zkoumání koronaviru nepolevují. Vyvíjíte i vy nové metody, postupy, cesty k tomu, jak rychleji či přesněji testovat či jiným způsobem odhalit vir? Nebo viry zcela jiného charakteru?

Co se týče koronaviru, pracovali jsme především na zefektivnění a zlevnění celého procesu testování. To se nám povedlo, koneckonců s pomocí naší technologie byla během největších testovacích vln vyhodnocena přibližně třetina všech PCR testů v Česku. Byl je samozřejmě koronavirus velice citlivé téma a je spojen především s řadou smutných zpráv a omezení, do českého zdravotnictví epidemie koronaviru přinesla i zásadní technologický progres.

Řada malých, ale i velkých nemocnic si ještě v roce 2019 nedokázala představit, že by ve své laboratoři dokázali tamní specialisté odbavit více než nižší desítky PCR testů denně. Po dvou letech ve stejných laboratořích zpracovávají těchto testů desítky tisíc za jeden den. I menší nemocnice musely do svých laboratoří nakoupit modernější vybavení, což je pro diagnostiku obrovská výhoda. A na tom my stavíme i při přípravě našich dalších diagnostických produktů. Metodou PCR diagnostikujeme například vrozené onemocnění ledvin nebo předpovídáme těhotenské komplikace v prvním trimestru těhotenství.

Vyvinuli jste také diagnostický nástroj detekující onemocnění ledvin, podle kterého se dá včas rozpoznat dědičné onemocnění, a tedy i dříve a lépe člověka léčit. Usilujete v této souvislosti o získání mezinárodního patentu. Jak jste daleko?

O patent jsme si zažádali začátkem roku 2022, a to jak v tuzemsku, tak i v mezinárodním měřítku. Aby se vyjednávání o mezinárodním patentu obešlo bez zbytečných komplikací, vznikla vedle české společnosti GeneSpector Innovations také její americká entita, která bude jednat s úřady v USA. Samotné schvalování patentů je ale relativně dlouhý a komplikovaný proces, na jeho udělení si tedy nejspíše ještě chvíli počkáme. Co je však naší českou devizou, je fakt, že náš patentní úřad patří k jedněm z nejpřísnějších na světě. Pokud úspěšně nějaká inovativní technologie projde českým systémem, máme záruku, že na zahraničních trzích bude vše už jen jednodušší.

Existuje i řešení, které pomáhá předvídat těhotenské komplikace na základě analýzy krve matky. Hovoří se o tom, že máte ambice na revoluci v prenatalní péči. V čem spočívá princip? A kdy se tato metoda bude používat?

Jak už bylo řečeno, celá diagnostická technologie je postavena na analýze krve matky metodou PCR, ke které dochází při prvotrimestrálním screeningu mezi 10. a 13. týdnem těhotenství. V odebraném vzorku následně sledujeme specifický soubor biomarkerů, na základě kterých je s vysokou pravděpodobností úspěšnosti možno předpovědět, zda matce hrozí během těhotenství některá ze sledovaných komplikací. Hlavní bylo odhalit určité mikroRNA molekuly, které souvisí s funkcemi kardiovaskulárního systému a srdečně-cévními onemocněními. Když jsme je otestovali u matek a dětí po těhotenských komplikacích, ukázalo se, že se u nich chovají nezvykle, a pacienti jsou tudíž náchylní k pozdějšímu rozvinutí určitých onemocnění.

Metoda by měla být připravena ke klinickým zkouškám a certifikaci v EU do konce tohoto roku, na trh se tak dostane do roku 2026.

Jste úzce navázáni na práci výzkumných týmů Univerzity Karlovy a v tom hodláte pokračovat. Oč se zajímáte nyní především?

Naše společnost vznikla přímo na půdě Univerzity Karlovy jako její inovační podpora. Dále tak rozvíjíme technologie, se kterými její akademické výzkumné týmy přicházejí. Naše společnost si je koupí, vymyslí, jak je co nejlépe zoptimalizovat a v poslední fázi se je snaží různými kanály uvést na trh. Tomuto převodu z univerzity na komerční subjekt říkáme transfer technologií. Nyní takto monitorujeme, na čem jednotlivé výzkumné týmy pracují, a vymyslíme, jestli bychom to uměli uvést do praxe. Karlova Univerzita navíc v naší společnosti drží 40% podíl, čili prostředky z komercializace vynálezů putují zpět na akademickou půdu.

Je stále u nás tak složité dostat výzkum a vývoj do praxe, anebo se ledy hnuly?

Současná situace rozhodně není ideální. Přesně jak říkáte, hlavní problém spočívá především v uvedení patentů do praxe. Řada univerzit či výzkumných center totiž realizuje výzkumy, jejichž výsledky mají obrovský potenciál, nicméně cesta k přenesení do praxe je celkem trnitá. Jedním z problémů je náročná a zdlouhavá administrativa nebo také neochota vědeckých institucí vstupovat na komerční trh s rizikem možného neúspěchu. Do praxe se dnes dostane jen zhruba každý desátý patent. Úspěch patentů přitom závisí především na již zmiňovaném transferu technologií, se kterým pomáhají prá-

vě spin-off společnosti, jako je naše GeneSpector Innovations. Důležité je ale i vytvoření lepších podmínek pro spolupráci akademické a podnikatelské sféry či odstranění byrokratických překážek, které vytváří současná legislativa.

Podpora české vědy a vzdělávání, to je vaše DNA. Co se za tím skrývá konkrétně? Nezbytnost? Vášně? Poslání?

Řekl bych, že nás pohání všechny tři. Česká věda má obrovský potenciál, který ale zůstává z části nevyužitý. I když patenty jsou uděleny 80 % přihlášených, do praxe prorazí přibližně jen desetina z nich, což je statistika, na kterou se mi jen těžko dívá. České univerzity mají řadu jedinečných patentů a technologických řešení, ale to dnes zkrátka nestačí. Zcela zásadní je i dát o svém objevu vědět těm správným lidem, což je časově i finančně náročné. Vidím v tom proto i určité poslání, protože například v západních státech si všechno toto uvědomují. Jediný rozdíl mezi nimi a ČR je v tom, že my to zkrátka neumíme prodat.

Určitě máte i svůj velký sen. O čem je?

Chci přispět a pomoci české vědě a vzdělávání. Asi je to klišé, ale vystudoval jsem v Česku a při nespočtu zahraničních cest po celém světě vidím, na jak vysoké a respektuhodné úrovni česká medicína je. Mým snem je se podílet na zviditelnění české vědy ve světě a následná investice zisku zpět domů do českého systému. Nezapomínáme ale ani na neziskový sektor a již v minulém roce jsme rozdělili několik miliónů

Byť je samozřejmě koronavirus velice citlivé téma a je spojen především s řadou smutných zpráv a omezení, do českého zdravotnictví epidemie koronaviru přinesla i zásadní technologický progres.

mezi oddělení a služby a organizace, které jsou dlouhodobě opomíjeny – patří mezi ně například Alzheimer nadační fond, oddělení pečující o onkologické pacienty nebo nezisková organizace Lidé lidem, která se

snaží propojovat odborníky z komerčního sektoru s lidmi z nezisku. Jejich ideou je transfer znalostí a know-how směrem k potřebným. To mě oslovilo.

Máte i svůj vlastní recept na uchování zdraví? Osvědčilo se vám něco neobvyklého, nějaká maličkost, která vás správně vede?

Možná se budu opakovat, ale opravdu věřím, že pokud mluvíme o zdraví, klíčem k úspěchu je včasná diagnostika a prevence. Primární prevence je neúčinnější a zároveň i nejlevnější způsobem, jak si prodloužit život, bohužel řada lidí na řádnou prevenci nedbá. Ale ještě lepší než včasná diagnostika je lepší komplikacím úplně předcházet. A protože zdravotní stav zásadním způsobem ovlivňuje psychiku, snažím se striktně oddělovat práci od soukromého života a svůj volný čas trávit plnohodnotně. Například cestováním, se svými dětmi nebo kutěním na zahradě.

ptala se Eva Brix

Balíkový přepravce GLS opět podpoří drobné podnikatele v soutěžích eŽena a eManuel

Mezinárodní balíkový přepravce GLS ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR letos opět podpoří podnikatelky a malé řemeslné výrobce v začátcích či rozvoji jejich businessu. Tři nejlepší podnikatelské příběhy z obou kategorií budou odměněny poukazem na službu e-Balík Profi, která poskytuje podnikatelům přepravu na míru. Projekty do soutěží eŽena a eManuel je možné přihlašovat do 31. srpna 2022. Vítězové budou slavnostně vyhlášeni na Dni podnikatelů 26. října 2022 v Praze.

Třetí ročník soutěže eŽena a 2. ročník soutěže eManuel organizuje pod záštitou projektů Podnikavá žena a Fandíme řemeslu Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR). Cílem obou soutěží je podpořit práci drobných podnikatelek a řemeslných vý-

robců a zviditelnit jejich schopnosti, samostatnost a kvalitu služeb. „Z našeho průzkumu vyplynulo, že téměř dvě třetiny malých a středních firem v Česku očekávají v důsledku dopadů války na Ukrajině, rostoucí inflace a vysokých cen energií v letošním roce propad svých

tržeb. Současná situace tak ohrožuje více podnikatelů než předchozí koronavirová pandemie. Jsme proto rádi, že můžeme ve spolupráci se společností GLS již poněkoličtější otevřít dvě soutěžní kategorie – eŽena a eManuel, a podpořit tak další drobné podnikatele v začátcích či rozvoji jejich podnikání,“ uvedla Eva Svobodová, členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR.

Přepravní společnost GLS je i tento rok generálním partnerem obou soutěží. Tři finalisté z každé kategorie budou odměněni podle konečného umístění poukazem na přepravu balíků v hodnotě 20 000, 15 000 a 10 000 Kč.

„Máme radost, že jsme mohli stát u vzniku těchto oblíbených soutěží. Vážíme si každého, kdo investuje svoji píli a energii do vlastního podnikání, zejména v těchto nelehkých časech. Proto chceme všechny drobné podnikatele povzbudit a vyzdvihnout pozitivní příklady s tím, že nejen ženám podnikatelkám i malým řemeslníkům nabízíme pomocnou ruku při zvládnutí jejich logistiky. Služba e-Balík Profi představuje jednoduché, spolehlivé a profesionální řešení přepravy balíků doma i do zahraničí. Tím, že umožňuje platbu kreditem, lze za zaslání balíků navíc výrazně ušetřit,“ řekl Pavel Včela, ředitel GLS Česká republika. (tz)

Firmy si zbytečně nabíhají na daňové vidle: zdražují, ale spřízněným společnostem nechávají staré ceny

Zdražování svírá Česko. A to takovým způsobem, že pro řadu oborů – například potravinářství – není neobvyklá ani úprava cen několikrát do měsíce. Rostoucí ceny materiálů, energií i dopravy se však musí promítnout i do tzv. převodních cen. Tedy těch, za které si společnosti poskytují služby nebo prodávají zboží v rámci jedné vlastnické propojené skupiny. V opačném případě je totiž může po daňové kontrole čekat významné doměření daně.

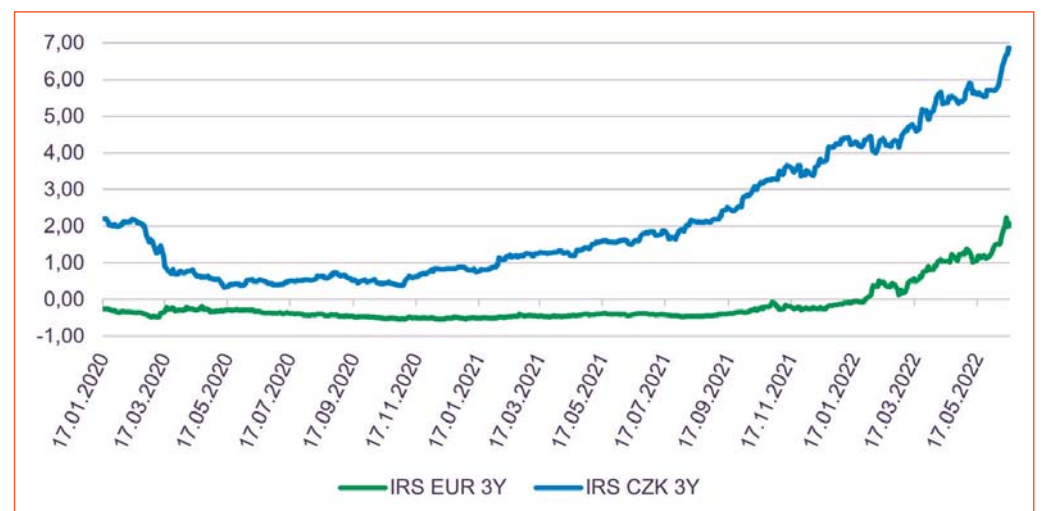
Převodní ceny ve skupině spřízněných osob by měly být nastaveny v souladu s tzv. principem tržního odstupu. Tedy odpovídat nastavení cen mezi nezávislými subjekty. V praxi platí, že by se neměly nijak odlišovat od cen, které společnost vyžaduje od třetích stran. Jakmile tedy společnost přistoupí ke zdražení, měla by vždy zvážit i úpravu cen pro vnitroskupinové zákazníky.

Klíčové je to zejména v případech, kdy jsou tyto ceny fixní. V takovém případě je pak zásadní disproporce takřka neobhájitelná. A právě tady nastává jeden z klíčových problémů. Ceny se totiž mění tak rychle, že se při jejich změnách často zapomíná na validaci v rámci celé skupiny spojených osob. Část společností má totiž rozdělenou

validaci externích a „interních“ cen. A zatím co ty pro běžné zákazníky mění klidně dvakrát za kvartál, u interních cen drží výrazně pomalejší tempo. Ve špatně stanovených převodních cenách nemusí být zlý úmysl, přesto jsou principiálně jedním z oblíbených předmětů přezkumu ze strany finančních úřadů. Není veřejné tajemství, že řada firem se totiž formálním poskytováním vzájemných služeb v rámci jedné skupiny snaží vylepšovat finanční bilanci jednotlivých členů.

V rámci daňové kontroly vždy probíhá identifikace tzv. spojených osob a kontrola vzájemných vztahů. A to ve velkém detailu – řeší se nejen kapitálová struktura, ale také vzájemné propojení členů statutárních orgánů. Následně se posuzují transakce mezi spojenými a nespojenými osobami. Pokud byla v obou případech poskytována stejná služba za rozdílné ceny, vyžve úřad kontrolovaný subjekt k vysvětlení vzájemných rozdílů. A důkazní břemeno, že nedochází k obcházení principu tržního odstupu, je v takovém případě na straně kontrolované společnosti.

V případě, kdy byly mezi osobami spojenými i nespojenými poskytovány služby rozdílné povahy, bude se daňová kontrola pravděpodobně zajímat o ziskovost jednotlivých transakcí. I v takovém případě se u špatně nastavených



převodních cen projeví výrazná disproporce. Rozdíl v cenách pak může v obou zmiňovaných případech sloužit jako základ k doměření daně.

Nejinak je tomu u zvyšování úrokových sazeb. V případě vnitroskupinových půjček by měly zpozornět zejména skupiny poskytující si úvěry za fixní úrokovou sazbu. S ohledem na dynamický vývoj základních úrokových sazeb by se totiž mohlo stát, že tyto fixní vnitroskupinové sazby budou nižší než základní meziban-

kovní sazby, a tím pádem nebudou splňovat již zmiňovaný princip tržního odstupu. Při řádném stanovení úrokových sazeb jako součtu základní sazby a rizikové marže (spreadu) v sobě úroková sazba zároveň musí zahrnovat i odměnu za poskytnutí peněžních prostředků dlužníkovi s daným kreditním rizikem. Úrokové sazby u aktuálně poskytnutých krátkodobých vnitroskupinových půjček v českých korunách by se tak měly pohybovat i nad hodnotou 5 %. (tz)

SAP se zapojilo do Elektromobilní platformy

Představenstvo rozhodlo o zapojení Sdružení automobilového průmyslu (SAP) do Elektromobilní platformy. Od 1. července se tak Sdružení stává součástí uskupení, které podporuje nastavení správných podmínek pro rozvoj elektromobility v ČR.

Sdružení automobilového průmyslu dlouhodobě upozorňuje na nevyhnutelnost přechodu k čisté mobilitě. Již v roce 2017 s vládou podepsalo Memorandum o budoucnosti automobilového průmyslu v ČR, jehož je elektromobilita

nedílnou součástí. „V oblasti rozvoje čisté mobility se nám ve spolupráci s vládou podařilo za uplynulých pět let dosáhnout řady opatření ve prospěch spotřebitelů. Ať už to je zavedení speciálních SPZ s označením EL pro nízko a bezemisní vozy, na které se vážou některé další výhody, ale také např. vyjasnění domácího dobíjecí služebních elektromobilů nebo nově snížení povinného odvodu za služební elektromobil, který zaměstnanec využívá k soukromým účelům,“ řekl Zdeněk Petzl, výkonný ředitel Sdružení automobilového průmyslu. K výraznějšímu rozvoji čisté mobility je zapotřebí přede-

vším dostatečně robustní infrastruktura tak, aby spotřebitelé nebyli oproti dnešním standardům znevýhodňováni. Urychlení výstavby, ale i nastavení efektivního způsobu jejího využívání, vyžaduje intenzivní diskusi napříč průmyslovými sektory. „Elektromobilita nově těsně propojuje odlišné sektory. Pro dostatečný rozvoj infrastruktury je úzká kooperace mezi autoprůmyslem, energetikou, vládou a samosprávami naprosto klíčová. Jsem proto velmi rád, že Sdružení automobilového průmyslu může i na této úrovni svými zkušenostmi přispět k tolik potřebné diskusi,“ dodal Zdeněk Petzl.

Základními členy Platformy jsou ČEZ, ŠKODA AUTO, PRE, E.ON a ČVUT. Platforma si vytyčila pět bodů, na které se chce ve spolupráci s vládou, kraji a městy a dalšími partnery zaměřit: výstavba dobíjecí infrastruktury, dostupnost elektromobilů, věda a výzkum, ekosystém e-mobility a spolupráce. Mezi hlavní téma zájmu e-Platformy patří např. diskuze nad parametry nově připravovaného návrhu Nařízení EU o zavádění infrastruktury pro alternativní paliva (tzv. AFIR), jehož výsledná podoba významně ovlivní dostupnost dobíjecí infrastruktury v ČR i dalších zemích EU. (tz)

Veletržní činnost v Brně dává jasný smysl i do budoucna

dokončení ze strany 1

Nosným tématem veletrhu je dnes tolik potřebná digitalizace průmyslu – již potřetí bude součástí MSV i projekt Digitální továrna 2.0, který zdůrazní výhody spojené se zaváděním digitálních řešení do průmyslové výroby. Na MSV představíme také novinku v podobě virtuálního prostředí pro prezentaci firem s názvem MSV Digital.

Je dnes počet vystavovatelů vyšší než loni?

Zájem firem o veletrh je potěšitelný a aktuálně registrujeme nárůst jejich počtu přibližně o 20 % oproti loňsku. Opět otevíráme pavilony A1, B a E. Je potvrzena účast lidí napříč obory.

Odřekly některé firmy v důsledku rusko-ukrajinského konfliktu?

Přestože má konflikt významný vliv na ekonomiku a situaci v průmyslu, tak firmy svou účast na veletrhu neruší, což potvrzuje, že vystavovatelé vnímají MSV jako důležitou součást své obchodní a marketingové strategie. Naopak MSV může v této nestabilní době narušených dodavatelско-odběratelských vztahů mnohým z vystavovatelů přinést nové zakázky, dodavatele, odběratele. MSV je příležitostí pro firmy, jak navázat obchodní vztahy na nových trzích a s novými partnery a současně se setkat s dlou-



hodobými partnery v jeden čas a na jednom místě, tj. velmi efektivně.

Čím jste vystavovatele letos motivovali?

Silným argumentem byl úspěch loňského ročníku MSV 2021, který se odehrál v nejisté době poznamenané pandemií. Ačkoliv byl rozsah veletrhu menší, tak vystavovatelé i návštěvníci jej hodnotili jako velice úspěšný. Ve struktuře vystavovatelů i návštěvníků dochází k nárůstu kvality nad kvantitou, což je pro B2B sektor a business klíčové. Z průzkumů nám vyplývá, že MSV má správnou skladbu návštěvníků – 80 % návštěvníků se účastní rozhodovacího procesu ve firmách a za obchodním účelem přišlo vloni na veletrh 90 % zájemců.

Většinu ročníků „strojíráku“ provázelo množství konferencí, seminářů, obchodních prezentací, jednání, diskuzních fór. I s tím se letos počítá? Jaká témata budou prvořadá?

Doprovodný program je důležitou součástí veletrhu, protože se věnuje aktuálním oborovým tématům. V zahajovací den, kterým je poprvé úterý, se již tradičně uskuteční Sněm Svazu průmyslu a dopravy České republiky. V průběhu veletrhu se bude konat také Fórum aditivní výroby, což je největší konference o průmyslovém 3D tisku v Česku, a připravujeme také mezinárodní konferenci o digitalizaci, která je součástí projektu Digitální továrna 2.0. Konference Plasty 2022 představí zase novinky v plastikařském průmyslu. Veletrh doplní také akce Kontakt-Kontrakt, která je organizována Regionální hospodářskou komorou Brno. Jde o kooperační akci, která propojuje výhody veletržní účasti s oblíbeným matchmakingem. Zájemci si díky této platformě mohou domluvit konkrétní schůzky s přesným harmonogramem. Poslední den veletrhu se poprvé uskuteční akce pro studenty s názvem IndusTRY, která ukáže budoucí generaci průmyslu v jeho nové a moderní podobě.

Bude se veletrh věnovat také energetice?

Energetika patří mezi tradiční obory strojírenského veletrhu, ale v letošním roce na ni bude s ohledem na situaci ve světě zaměřena zvýšená pozornost. Tématu energetické udržitelnosti

a efektivitě se bude věnovat řada konferencí a přednášek v rámci doprovodného programu.

Mapujete průběžně nálady firem, profesních uskupení, investorských fondů? Pokud ano, co z toho pro Veletrhy Brno plyne?

Průzkumy mezi vystavovateli i návštěvníky provádíme poměrně často – zpětná vazba je pro správné nastavení dalších ročníků klíčová. V dnešní turbulentní době bez jistoty má tak relevantní informace cenu zlata. Ze zpětné vazby nám vyplývá, že o veletrhy zájem bude i v dalším období. To je potěšitelné a uklidňující. Současně ale jasně zaznívá, že veletrhy nutně potřebují nové náměty a formáty pro další rozvoj.

Jak zvládáte adrenalin doby vy osobně? S profesní racionalitou nebo se silnými emocemi? A v čem hledáte optimismus a energii pro svou práci?

Jsem založením spíše realista, tedy se snažím emoce příliš neuvolňovat. Energii pro práci i oporu ve chvílích, kdy se cítím slabý, mi přináší zejména rodina. Nadprůměrný počet dětí mi přináší nadprůměrný pocit naplnění smyslu lidského života a minimalizuje časoprostor pro nebezpečné myšlenky. Vážím si každého dne mého života, který lze považovat za „normální.“ Vždyť nedaleko od nás je tento stereotyp, pro mnohé tak vysilující, nedosažitelným snem.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Podporujeme výzkum užitečný pro společnost

Co mají společného technologie na odstranění léků, antikoncepce, pesticidů z odpadní vody, satelitní monitoring dopravních staveb nebo rostoucí endoprotéza pro děti? Jde o projekty podporované Technologickou agenturou ČR. O tom a mnohém dalším jsme hovořili s předsedou agentury prof. Ing. Petrem Konvalinkou, CSc., FEng.

Jak a proč vznikla TA ČR, komu slouží a kdo ji financuje?

Technologická agentura České republiky je státní agentura, která prostřednictvím veřejných prostředků státního rozpočtu financuje aplikovaný výzkum. Vznikla v roce 2009 za účelem podpory spolupráce výzkumných organizací s podnikatelskou sférou. Agentura má vlastní rozpočtovou kapitolu. Ročně podporuje stovky projektů aplikovaného výzkumu, vývoje a inovací v celkové částce přes pět miliard korun. Od roku 2019 administruje také rezortní programy výzkumu vývoje a inovací, a to pro Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo dopravy a Ministerstvo životního prostředí. Současně TA ČR poskytuje informační systém Ministerstvu vnitra a Ministerstvu zemědělství, a připravuje ve spolupráci s Ministerstvem obrany program obranného výzkumu, vývoje a inovací.

Seznámil byste čtenáře s některými významnými projekty, jež jste podpořili?

V agentuře rádi používáme slogan: Podporujeme výzkum užitečný pro společnost. V našem portfoliu tak lze najít nespočet skutečně zajímavých a užitečných projektů, které pomáhají zvyšovat konkurenceschopnost České republiky. Každoročně navíc ty nejlepší oceňujeme Cenou TA ČR. Mezi oceněnými projekty jsou například:

- technologie, která umí z odpadních vod vyčistit těžko odbouratelné látky (léky, antikoncepci, pesticidy apod.),
- mobilní heliporty využitelné v případě živelných katastrof (povodně, požáry) nebo rozsáhlých průmyslových havárií,
- satelitní monitoring dopravních konstrukcí,
- rostoucí endoprotéza pro děti.



Prof. Ing. Petr Konvalinka, CSc., FEng., předseda Technologické agentury ČR

Zvláštní pozornost si zaslouží projekty v programu Národní centra kompetence. Ten se liší od ostatních programů, podporujících aplikovaný výzkum, velkým počtem účastníků tvořících „virtuální výzkumné infrastruktury“, které kontinuálně řeší aktuální výzkumné potřeby v průběhu několikaleté realizace projektu. Není výjimkou, že je do projektů zapojeno i 15–20 subjektů a že konečných výsledků výzkumu jsou vyšší desítky. Velké množství řešitelů kromě širokého sdílení specifických znalostí a odborností či výrobních a vývojových kapacit umožňuje také propojovat a využívat vazby obchodní a distribuční. Díky tomu jsou zainteresované subjekty schopné rychle reagovat na potřeby trhu a přímo uplatnit své výsledky v praxi.

Můžete popsat spolupráci na projektech s partnery?

Spolupráce s partnery je pro nás velmi důležitá. Nelze cokoli dobře vykonávat bez toho, aniž byste znali názor a potřeby relevantních osob či institucí. Velmi si vážíme spolupráce s ministryní pro vědu a výzkum, jejími náměstkyně a jejím

úřadem. Rovněž kvitují skvělou součinností s Úřadem vlády ČR na přípravě legislativních dokumentů a strategických materiálů, spolupráci s Radou vlády pro výzkum, vývoj a inovace a s ministerstvy. Intenzivně také spolupracujeme se Svazem průmyslu a dopravy ČR, Svazem podnikatelů ve stavebnictví, Akademií věd, Asociací výzkumných organizací, Hospodářskou komorou ČR, Českou konferencí rektorů, Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, CzechInvestem, regionálními partnery v krajích, technologickými platformami, sektorovými platformami a dalšími institucemi. S většinou těchto partnerů má agentura uzavřena memoranda o spolupráci. Pro naši práci je důležité, aby byli partneři zapojeni do procesů agentury.

Velmi důležitou součástí naší práce je i zahraniční spolupráce. TA ČR je intenzivně zapojena do činnosti v konsorciu 30 evropských technologických agentur TAFTIE, což s sebou přináší získávání zkušeností, srovnání a posun v kompetencích. V rámci této spolupráce je možné se podílet na projektech a získávat znalosti a zkušenosti, sdílet informace a celkově se dostávat na úroveň vyspělejších zahraničních agentur.

Čím je zajímavé a prospěšné Národní centrum kompetence Strojírenství?

NCK Strojírenství rozvíjí průřezové oblasti například oborem a spojuje výzkumné organizace s komerčními firmami. V praxi to funguje tak, že v daném konsorciu řeší relevantní partneři aktuální výzkumné potřeby podniků, což zajišťuje flexibilní a rychlejší reakce na dění v příslušném odvětví a trhu. V tomto případě výrobní podniky zajímá otázka snižování energetické náročnosti strojů, automatizace, digitalizace, zrychlení výrobních procesů, a řada dalších faktorů, čemuž řešitelé uzpůsobili strategickou výzkumnou agendu a rozdělili ji do pěti výzkumných témat – měření parametrů strojů, výpočty a modelování, mechatronika, výzkum a aplikace nových materiálů, návrhy, realizace a konstrukce samotných strojů a zařízení. Díky spolupráci 29 partnerů a sdílení know-how vzniklo dosud 55 dílčích projektů a dalších 135 kon-

krétních výsledků bude známo do konce letošního roku. Jmenovat můžeme například projekt firmy TOS VARNSDORF a Ústavu výrobních strojů a zařízení ČVUT, jehož výsledkem je chytrý multifunkční systém pro pokročilou správu obráběcího stroje, nebo linku na výrobu plošných nanovlákných útvarů z dílny Technické univerzity v Liberci, která našla uplatnění už v průběhu pandemické krize.

Mohou se i menší a střední firmy zapojit do spolupráce s Technologickou agenturou?

Ano, o podporu mohou požádat jak výzkumné organizace, tak podniky. Zejména pro malé a střední firmy jsou naše programy přizpůsobeny, aby se i ony dostaly k potřebným znalostem a špičkovým technologiím, a to prostřednictvím spolupráce s výzkumnými organizacemi. Pro každou vyhlášenou veřejnou soutěž mohou žadatelé najít konkrétní informace na našem webu.

Kam chcete směřovat další rozvoj a co ho bude ovlivňovat?

Od roku 2009 Technologická agentura ČR ušla opravdu velký kus cesty a podpořila mnoho výzkumných projektů v celkovém objemu desítek miliard korun. V posledních letech byl kladen důraz zejména na bilaterální a multilaterální spolupráci se zahraničními partnery či na spolupráci s rezorty, díky které se do portfolia programů podařilo zařadit programy dalších ministerstev. Konkrétně jde o programy Trend (MPO), Doprava 2020+ (MD) a Prostředí pro život (MŽP). Co se týče plánů do budoucna, rád bych například přispěl k tomu, aby Technologická agentura ČR byla i nadále institucí, která zajistí výrazně lepší propojování výzkumu, vývoje a inovací s průmyslovou praxí a užší spolupráci výzkumných institucí s podniky. Hlavní změna by měla být ve větší orientaci na poskytování komplexních služeb od konzultace projektových záměrů přes pomoc v orientaci na dotační a mimodotační nástroje až po pomoc při ochraně duševního vlastnictví a transferu technologií do praxe.

otázky připravil Pavel Kačer

Proč se firemní akce i jejich účastníci vracejí do hotelů Horizont a Port

Školení či prezentaci novinek pro obchodní partnery dnes můžete uspořádat vlastně kdekoli. Ve volné přírodě na louce, v lese, v sadu, ale také v muzeu, v zasedačce firmy nebo, což je velmi obvyklé, v hotelu vzdáleném od pracoviště vašeho i pracoviště účastníků. Má to jednu výhodu. Lidé nebudou odbíhat na jednání mimo budovu, na krátké schůzky, které se zrovna hodí v daném čase, nepotáhne je to zaskočit tam či onam, zkrátka odpadnou lákadla, která rozptylují pozornost od toho hlavního: něco se dovědět, něčemu se přiučit.

„Máme hodně zkušeností z toho, jak účastníci hodnotí firemní akce uskutečněné u nás,“ nastínil ředitel hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou Karel Rada. „Za ta léta, co jeho provoz vedu, jsem si ověřil, že ke koncentraci pozornosti je lokalita velmi důležitá. Také je rozdíl v tom, jde-li o místo, kam musíte přijet, ubytovat se a zůstat třeba přes noc, v porovnání s takovým, kam ráno zamíříte a odpoledne se vracíte domů. K povinností se stavíte podvědomě trochu rozdílně. V místě vzdálenějším prostě jinak vnímáte čas, je to do určité míry více zavazující pobyt,“ ozřejmil Karel Rada.

Podstatné jsou také emoce vedoucí třeba k letitému vzpomínání na to, co všechno „parta“ zažila. I s tímto prvkem tým Horizontu pracuje. „Nabídka samozřejmě ve vši serióznosti ladíme podle požadavků klientů, kteří si pronájem prostor objednávají,“ doplnil Pavel Bednář, ředitel obchodu a marketingu v Horizontu. „Zároveň se však snažíme číst jejich myšlenky a odhadnout, co by jim právě vyhovovalo, a podle toho na-

vrhnout odpovídající doplňkový program, ať už je to cesta k zážitku, či určitému okamžiku, který utkví v paměti. Za léta praxe bych stěží vyjmenoval, co neumíme, protože dokážeme připravit vlastně cokoli, od krásného výletu po okolí až po sportovní disciplíny na různá témata, ochutnávku delikates či krkonošské kuchyně nebo vaření gulášů, minikurz pečení vánočky a cukroví, módní přehlídku nebo večer plný vtipů v podání známých osobností.“

Stejně jako horský hotel Horizont, který vlastní společnost Regata Čechy, a.s., proslul svojí pohostinností i další hotel společnosti. Je to hotel Port, který najdete na břehu Máchova jezera. Jeden objekt na horách, druhý u vody. Ale konferenční zázemí (sály, salóňky, apartmá) najdete v obou. Obě čtyřhvězdy dokážou nabídnout konferenční techniku, která je zapotřebí k představení toho či onoho produktu, služby,

informace. Ať pro mnohopočetné skupiny zájemců, nebo komorní setkání šéfů. Klidné, útulné prostředí, bez rušivých vlivů. Jídelní lístek dle přání zadavatele. Může to být stravování výhradně veganské nebo třeba bezlepkové, pro gurmány naopak dobroty z masa od klasického řízku až po speciality na grilu, pro milovníky sladkého letní zmrzliny zdobené jedlými květy, koláče nebo snídaňové kaše z ingrediencí, na které si jen vzpomenete.

„Náš hotel letos slaví 20 let pod vlajkou Regaty Čechy. Za tu dobu jsme se mnohému naučili, zejména naslouchat našim zákazníkům,“ sdělila ředitelka Portu Zuzana Burešová. „Klientské potřeby se mění, a to je potřeba brát v úvahu.“ Ačkoli je prostředí hotelu Port především určeno rodinám s dětmi, což dokládá i každoročně vyprodaná letní sezóna, jsou naopak podzim a zima až do podzimního jara zasvěceny firemním ak-

cím. „Bývá u nás skutečně velmi obsazeno, letos se některá setkání z jarních měsíců přesunula právě na podzimní čas. Už nyní se na firemní sezónu důkladně připravujeme, abychom pro naše hosty vše připravili. Naším přáním je, aby návštěva neplnila jen ten ryze pracovní účel, ale aby se lidem u nás skutečně líbilo. Pak se vrátí, a nejen jako zájemci o firemní rezervaci, ale i tu soukromou. Je to pak pro nás nejlepší reference,“ dodala Zuzana Burešová.

Podzimní projížďka na lodi s pozorováním přírody barví se do zlatova kolem Máchova jezera nebo čerstvý výšlap v horách, když začne padat první sníh, to patří už ke koloritu obou hotelů jako samozřejmost. Návrat zpět, třeba zase v jinou roční dobu, také. Proč? Protože se tu hosté cítí spokojeně. Dostávají benefit absolutní péče, profesionalitu a osobní přístup. A to se cení ze všeho nejvíce.

Eva Brixí



Pomalý rozvoj akumulace energie ohrožuje transformaci a dekarbonizaci evropské energetiky



Asociace pro akumulaci energie AKU-BAT CZ podpořila výzvu vlivných evropských asociací, aby Komise představila konkrétní cíle v oblasti ukládání energie. Asociace Solar Power Europe, WindEurope a EASE již v dubnu ve společném otevřeném dopise Evropské komisi upozornily na to, že Evropa není připravena integrovat stále vyšší podíl obnovitelných zdrojů, jejichž cíle byly deklarovány ve výzvách Fit for 55 a REPowerEU, bez konkrétních závazků i v oblasti ukládání energie.

Zásadní úlohu skladování energie pro dosažení změn v energetice, průmyslu či dopravě Komise plně přiznala i ve své vlastní studii a dlouhodobě veřejně deklaruje důležitost těchto technologií pro úspěšný přechod k obnovitelným zdrojům. Konkrétní cíle však zatím chybějí.

Evropa čelí bezprecedentní energetické krizi, kterou mají v dlouhodobějším horizontu řešit právě balíčky Fit for 55 a REPowerEU. Ty kromě celkové dekarbonizace energetiky, průmyslu a dalších odvětví v členských zemích mají významně snížit i závislost na fosilních palivech, zejména pomocí přechodu na obnovitelné zdroje. Nezbytnou součástí stabilního, bezpečného a cenově dostupného fungování těchto nízkoemisních zdrojů jsou však i úložiště energie a flexibilita výroby a spotřeby, neboli schop-

nost výrobců i spotřebitelů cíleně a za úplaty změnit výkon či odběr elektřiny.

Na výše zmíněnou výzvu evropských asociací z dubna letošního roku navazuje podrobná studie, kterou minulý týden zveřejnila bruselská oborová asociace EASE (European Association for Storage of Energy)/ENESA, jež sdružuje zejména národní asociace členských zemí EU a jejímž členem je i Asociace AKU-BAT. „Studie potvrzuje dlouhodobé stanovisko naší asociace, že není možné zajistit masivní a zároveň bezpečný rozvoj obnovitelných zdrojů (OZE) bez potřebného množství nových flexibilních stabilizačních zdrojů, mezi nimiž má hrát prim právě ukládání energie či poskytování flexibility,“ řekl Jan Fousek, výkonný ředitel Asociace pro akumulaci energie AKU-BAT. Cílů má být dosaženo nasazením všech dostupných technologií – bateriových systémů, vodíkových a dalších moderních technologií, které mají nahradit zejména postupně uzavírané uhelné a plynové elektrárny na území EU.

Výsledkem studie EASE je potřeba přibližně 200 GW akumulace všech druhů do roku 2030 a 600 GW do roku 2050, abychom nepřišli o výrobu z čistých a mnohem levnějších OZE. 435 GW, tedy většinu z celkových 600 GW, mají zajistit technologie, které umí elektřinu uložit a zároveň ji ve stejné formě vrátit zpět do sítě – bateriové systémy, vodíková úložiště (elektrolyzéry s palivovým článkem pro zpětnou přeměnu vodíku na elektřinu – Power-2-Gas/Hydrogen-2-Power), přečerpávací vodní elektrárny, ukládání ve formě tepla či stlačeného vzduchu, nebo například využití baterií elek-

tromobilů. A 165 GW pak má jít na jednorázovou přeměnu elektřiny na jiné médium, např. na výrobu zeleného vodíku pro dopravu či přímé využití v průmyslu a energetice.

Aby tyto cíle byly realizovatelné, musela by se urychlit výstavba všech dostupných technologií ukládání energie v Evropě ze stávající zhruba 1 GW ročně na 14 GW ročně. Pro představu, v Česku bylo za posledních 5 let připojeno okolo 10 MW velkokapacitních baterií, tedy průměrně pouhých 0,2 % z ročně připojených úložišť energie v EU.

Česká realita v ukládání energie

I Česko ale očekává boom bateriových a později i vodíkových a dalších úložišť, zejména v rámci rozmachu obnovitelných zdrojů energie. Přesto však rozvoj brzdí stále ještě chybějící legislativa, na což upozorňuje asociace AKU-BAT i celá řada hráčů v energetice již pět let.

Překážkou v rozvoji akumulace energie jsou i omezení v dotačních titulech pro OZE, vypisovaných Ministerstvem životního prostředí ČR (respektive Státním fondem životního prostředí) i Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Omezení pramení z obav z nesouladu s pravidly veřejné podpory ze strany Evropské komise.

Akumulace a agregace flexibility jako nástroj pro snížení plateb za stabilizaci elektrizační soustavy

Absenci nasazení nových technologií kritizuje např. i Energetický regulační úřad a další instituce. Vstup nových hráčů na trh se službami pro stabilizaci elektrizační soustavy (tzv. pod-

půrné služby) by totiž mohl zmírnit růst výdajů za ně. Na dramatický nárůst cen právě za podpůrné služby o miliardy korun ročně ostatně ERÚ před několika dny upozornil v tiskové zprávě. Zmíňuje eskalaci nabídkové ceny a jako jediné možné řešení vidí v regulačním zásahu, který provede v souladu s poslední úpravou energetického zákona, a to cestou zastropování ceny těchto služeb.

Tento zásah vítá i provozovatel přenosové soustavy ČEPS. „Právě vstup institutů, jako je akumulace energie a agregace flexibility, nabízí potenciál využití v oblasti poskytování podpůrných služeb a jejich zlevnění. Nové technologie, které rozvoj energetiky přináší, ale potřebují jasné podmínky jejich začleňování do soustavy,“ dodal Jan Fousek.

O asociaci

Asociace pro akumulaci energie (AKU-BAT CZ) sdružuje nejvýznamnější subjekty aktivní v ukládání energie, výrobě vodíku, poskytování flexibility či výstavbě infrastruktury pro elektromobilitu. Členy jsou významné energetické a technologické firmy, klíčoví hráči na poli obnovitelných zdrojů, banky, mezinárodní i tuzemští výrobci baterií, průmyslové podniky, teplárny, asociace, univerzity, poradenské a právní firmy, společnosti zabývající se výstavbou nabíjecí infrastruktury, vývojem SW pro energetiku či obchodem s elektřinou. AKU-BAT je zakládajícím členem Svazu moderní energetiky, jehož je Jan Fousek (ředitel AKU-BAT CZ) členem představenstva. Jan Fousek je zároveň předsedou představenstva Solární asociace. (tz)

Varující zjištění: okna a normy

Rezavé vnitřní výztuhy, kombinace různých plastů tříd A, B, C, přítomnost těžkých kovů, a dokonce i kompletně neseřížené okno, kterým by protekl první silný déšť. Nejen tyto poznatky přinesl jedinečný test oken na českém trhu, který realizoval nezávislý Institut zdravého bydlení. Zakopaný pes je v tom, že pro okna neplatí v mnoha ohledech konkrétní pevné normy a nemůžeme se spolehnout ani na CE štítek. Jak z této pasti ven? Řešení je jednoduché – zaměřit se na detaily jako těsnění v rohu oken či tvar výztuhy, chtít garanci celého díla, včetně montáže, a hlavně mít vše zapísané v jedné smlouvě, samozřejmě ideálně od ověřeného dodavatele.

Nejčastějšími okny na českém trhu jsou okna plastová v bílé barvě, která jsou v Česku také bezkonkurenčně nejlevnější. Testem prošlo osm běžně dostupných oken o stejné velikosti a parametrech, takže pro laika jsou na první pohled nerozeznatelná. „Pod drobnohledem odborníků z ČVUT, VŠCHT a zkušebny TZUS a IKATES jsme v podstatě doslova rozpitvali každé okno a jeho součásti tak, abychom je mohli porovnat jak s prohlášením výrobců, tak vlastnostmi CE štítku. Bohužel u mnohých jsme zjistili vážné nedostatky, dokonce až rozpory v označení oken,“ tak popsal úvodem výsledky testování Tomáš Sysel, odborník z nezávislého Institutu zdravého bydlení. „Zásadní chybou se ukazuje přístup normotvůrců v tom, že se k oknům staví jako k sériovému výrobku, kdy jsou parametry nastaveny na jednom jediném okně o jednom rozměru a provedení. Každé okno je ale v podstatě jiné a třeba jen pouhé centimetry v délce hrají významnou roli v pevnosti jeho profilu. Naším testem jsme tak chtěli prověřit, jak bezzubá pravidla u oken fungují.“

Proč testy

Především proto, že okno je nejslabším článkem celé obálky domu. „Pokud je okno špatně seřízené či usazené, vznikají u něj tepelné mosty,

kde pak dochází ke kondenzaci vlhkosti, a následně vzniku plísní. To pak výrazně snižuje kvalitu zdravého bydlení. Okna také tlumí ruchy zvenčí, zajišťují bezpečnost domu a minimalizují energetické ztráty, čímž nám šetří peníze,“ vysvětlil Tomáš Sysel.

CE štítek = opravdu nám zaručí kvalitu?

Důkazem, že výrobce posoudil daný výrobek, který tak splňuje bezpečnostní, zdravotní a environmentální požadavky Evropské unie, je označení CE štítkem. „Věděli jste, že ze všech požadovaných vlastností stačí výrobci nebo dovozci splnit pouze jedno jediné kritérium či vlastnost, aby byl tomuto výrobku CE štítek přidělen? U zbývajících lze pouze konstatovat: Nebylo zkoušeno,“ uvedl Tomáš Sysel. „U oken je to bohužel běžná praxe, a naneštěstí i v tomto provedení lze výrobek uvést na trh. Zákazník pak očekává záruky, a přitom je jen tahán za nos.“

Džungle při koupi

Pro nákup oken byl zcela záměrně zvolen rozměr o výšce 1400 mm a šířce 1200 mm, a to z toho důvodu, že jde o hraniční rozměr pro délku a správné umístění výztuh PVC profilu. A jak se během zkoumání ukázalo, ne všichni výrobci tyto parametry dodržují. „Před nákupem oken na internetu, coby sériového výrobku, rozhodně varuji. Webové formuláře, aniž by se kdokoli dotazoval na detaily, neřešily například umístění kliky, ani stranu otevírání okna, stejně jako mikroventilaci. V jednom případě dokonce došlo k záměně výšky a šířky okna! Prostě internetový šotek řádil, ale my jsme to platili,“ uvedl Tomáš Sysel.

Obsah těžkých kovů

Olovo a kadmium by se jakožto těžké kovy v dnešních prvoplastových oknech vůbec neměly vyskytovat. Nicméně složení recyklova-

ného plastu lze jen těžko uhlídat, neboť se hojně recyklují okna ze začátku 90. let minulého století, kdy ještě bylo použito těžkých kovů povolené. „Těžké kovy se do plastových materiálů přidávaly především z důvodu omezení jejich stárnutí – o to horší vliv ale mají na naše zdraví,“ sdělil Tomáš Sysel. „Bez přítomnosti těžkých kovů byla pouze tři okna a ta byla všechna z prvoplastu!“

A co závěrem...

Osm oken, na první pohled stejných, a přitom tolik rozdílných. Jedno okno nelze ani usadit do stavby, a další by se dalo otevřít i kávovou lžičkou! Jak mezi nimi vybrat, abychom neprohlopili a při užívání okna ušetřili, či se nám investice do oken dokonce navrátila?

„Zaručeným receptem, jak se při výběru oken nespálit, je záruka kvality výrobce, a to nejen z pohledu výroby, ale i montáže a následného servisu. Kupující by se tak měli rozhodovat podle toho, kdo jim garantuje celé dílo, a to písemně v jedné smlouvě. Stát bohužel zatím veškerou odpovědnost nechává na nás, na laicích, a proto se my sami musíme zajímat o to, jaké okno si kupujeme. Vůdtkem nám mohou být detaily jeho provedení. Při výběru se ptejte na typ profilu, těsnění, váhu a tvar výztuh a podobně. Rozhodně se nenechte uchlácholit líbivými slovy, ale nechte uvést všechny tyto informace ve smlouvě, s čímž důvěryhodný výrobce nebude mít problém. Pro klienty je to nástroj, kterým se v případě nekvalitních oken mohou bránit,“ vysvětlil Tomáš Sysel.

„Důrazně varuji před nákupy na internetu či cenově výhodnými nabídkami. Kvalitní výrobce má historii, řadu reálných spokojených zákazníků a jejich realizací, u kterých si každý může ověřit pravdivost firmy. Kvalita se rozhodně vyplatí, a to i z pohledu energetických, a tudíž finančních úspor. Dnes, kdy cena tepla výrazně stoupá, by se i stát měl postarat o to, aby okna, která jsou významnou součástí tepelné obálky budov, řádně plnila svoji funkci a očekávané vlastnosti.“ (tz)



foto Institut zdravého bydlení

Když marketing slouží i sám sobě

Lidé v marketingu plní nejen zadání svých klientů, nezapomínají ani budovat image své vlastní profesí, svému oboru. Nedivte se, chtějí získat co nejvíc pozornosti na svou stranu. Chtějí být trendy. Obchodní ředitel a spolujednatel reklamní agentury Fairy Tailors (www.fairytailors.cz), Ondřej Tyleček vysvětlil, proč bychom jim měli naslouchat opatrně.

Staré známé věci se pojmenují jinak a hned je z toho nový trend. A důvod hned do toho jít...

Najdeme množství článků, jejichž autoři se snaží shrnout a predikovat marketingové trendy pro daný rok. Jenže častokrát zjistíme, že o žádné trendy nejde nebo jde jen o buzzwordy (nové módní a populární slovo, které nic moc neznamena). Vezměme si příklad storytellingu, tedy vyprávění příběhů. V roce 2015 se stal důležitým marketingovým trendem. Ale vzniklo opravdu něco objevného? Ne, storytelling totiž není trend, ale nedílná součást marketingové komunikace. Vyprávění příběhů patří přece k samotné podstatě toho, co jsme vždy dělali! Totéž platí pro „trendy“ vysvětlení smyslu, budování důvěry nebo zprostředkování firemní vize. Obešli se snad někdy marketéři bez nich? Nikoli!

Co tedy je a není trend v marketingu?

Influenceri, personalizace, umělá inteligence, data-driven marketing. Lze vůbec mluvit o trendech, když se v člancích beze změny opakují už po mnoho let? Z mnoha někdejších trendů se nakonec stala standardní součástí komunikace. Využití influencerů nebo sociálních sítí není trend, ale běžná položka media mixu.

Jak se nenechat vodit marketéry za nos?

Dělat si vlastní úsudek a nevěřit všemu, co tvrdí lidé z oboru. „Ti mladí dnes pořád koukají do telefonu,“ rozzlobují se boomers (označení pro starší generaci, která neví, co je in), zatím-

co se sami každý večer od osmi do jedenácti dívají na televizi. Potřebu relaxovat a sledovat média máme všichni, mění se jen způsob, jakým to děláme. Mladší generace nepochybně konzumují obsah jiným způsobem než jejich předchůdci, čas strávený před obrazovkou je ale nakonec obdobný. Přes nesporný nástup sociálních sítí i mladší lidé stále sledují televizi, jen u toho v ruce zároveň drží svůj smartphone a projíždějí Instagram. Lidé ve věku 25–34 let dle průzkumu Atmedia sledují televizi průměrně dvě hodiny 17 minut denně. Růst času stráveného na sociálních sítích tedy nutně nemusí znamenat pokles času stráveného sledováním televize. Jistě však znamená pokles pozornosti, kterou mladší diváci televizi věnují.

Mohou být trendem i zavádějící nebo zamlžující kampaně?

Jistě, jsme toho svědky. Některé trendy jsou z globálního pohledu významné, ale v konkrétních případech je jejich následování obtížné. Chatboti jsou skvělí a vašemu customer care týmu ušetří spoustu práce, ale pokud jste v prémiovém segmentu a máte náročnou a konzervativní klientelu, která očekává špičkový zákaznický servis, možná bude lepší tento trend vynechat. Udržitelnost je důležité téma, ale pokud jste síť čerpacích stanic, jejíž business stojí na prodeji fosilních paliv, pak budete muset kolem tématu udržitelnosti našlapovat velmi opatrně, abyste zůstali uvěřitelní. Právě trend udržitelnosti v posledních letech zaujal mnoho firem, které ve skutečnosti udržitelně nejednají, ale rády by to o sobě tvrdily. Značky obviněné z greenwashingu (zastírání či ospravedlňování nepříznivých faktů za účelem zlepšení veřejného mínění o osobě či tématu) nám ukazují, kam vede neuvážené následování trendu bez opory ve skutečném jednání firmy. V marke-



Ondřej Tyleček, obchodní ředitel a spolujednatel reklamní agentury Fairy Tailors

tingové komunikaci platí, že lež má krátké nohy, a co o sobě značka říká, to musí také dělat.

Jak důležité je přizpůsobit marketingové kroky naší kultuře?

Inkluzivní marketing je výborná věc, ale má svá úskalí. Supermarket Lidl, který do svého českého letáku použil fotku černošského modela, by mohl vyprávět. Zároveň je nutné smeknout před marketingovým týmem řetězce, který kritiku odmítl a situaci využil ke zdůraznění hodnot značky. Přesto považují téma inkluze v marketingu v podmínkách etnický a kulturně poměrně homogenní České republiky za výbušné. Je to příklad globálního

trendu, jehož lokální využití je nutné pečlivě zvážit.

TikTok patří také k častým zakládáním nadlům marketérů. Máme jim podlehnout?

Některé značky na TikToku válí, ale pokud má vaše cílovka přes třicet, navrhuji jiné kanály. Než začnete bezhlavě využívat nejnovější trendy, přesvědčte se, že jsou pro vaše zákazníky relevantní a přinášejí jim přidanou hodnotu.

A poučení na závěr? Neskákat vždy marketérům na trendy, které jsou právě v módě?

Přicházejí stále nové věci, ale to neznamená, že neplatí staré pravdy. Přestože články o marketingových trendech radí, že máte psát krátké a úderné copy a natáčet rychlá videa, pamatujte, že dobrý obsah si své diváky najde. Čím jsou vaši followers (sledující) starší, tím delší copy budou ochotní číst. To, že z makropohledu dobře fungují videa na pár vteřin, neznamená, že nebudete mít úspěch se skvělým, avšak obsažnějším videoobsahem. Trendy jsou dobrý sluha a špatný pán. Neřešte trendy, jděte po podstatě! Dělat skvělou kreativitu postavenou na pevných základech bude trendy vždy.

ptal se Pavel Kačer ■■■

O Fairy Tailors

Fairy Tailors je kreativní agentura s kancelářemi v Praze a ve Zlíně. Soustředí se na vývoj a produkci komunikačních kampaní a na správu sociálních sítí. Mezi nejvýznamnější klienty patří Sazka nebo Porsche.

více na www.fairytailors.cz

AMU: Čelíme klimatické krizi, musíme konat i jako instituce

Akademie múzických umění v Praze (AMU) je se svými třemi fakultami (Divadelní, Filmovou a televizní a Hudební a taneční) největší uměleckou vysokou školou v České republice. Tato instituce, která už několik dekád formuje mladé lidi, se rozhodla jít příkladem v akademickém světě a nastavuje ve svých budovách cirkulární a udržitelná pravidla. Čerstvě si AMU nechala vypracovat komplexní odpadovou analýzu, na kterou budou navazovat konkrétní implementační kroky. Analýza ukázala nízkou míru tříděného odpadu a otevřela diskuzi, jak produkci odpadu na AMU celkově snížit.

Vizí AMU je být dlouhodobě udržitelnou organizací aplikující principy cirkulární ekonomiky ve svém provozu, k čemuž dopomůže právě realizovaná komplexní analýza odpadového hospodářství. Analýza poskytuje detailní vhled do stávajícího stavu budov AMU např. v oblastech odpadů, vody, energie a provozu. Zpracovala ji společnost CIRA Advisory, která se věnuje poradenství v oblasti cirkulární ekonomiky.

Odpadová analýza přinesla zajímavé podněty i úspory

Z analýzy odpadového hospodářství AMU vyplynulo, že v roce 2019 bylo vytříděno a předáno k recyklaci pouze 9 % celkového odpadu. Jako doporučení a následné implementační kroky bylo nastaveno snížení počtu nádob na směsný odpad, a naopak navýšení

nádob na odpad tříděný, dále pak zavedení sběru bioodpadu, zafixování cen svozu, sjednocení velikosti nádob na 1100 litrů a také lepší informování celé akademické obce a zaměstnanců na AMU. Analýza nezapomíná ani na finanční návratnost těchto návrhových řešení, kdy úspory byly vyčísleny na desítky tisíc korun za rok.

Ve výsledné zprávě je také shrnuto obecné fungování AMU z environmentálního pohledu, tedy nakládání s vodou, energiemi, práce s veřejnými zakázkami a opravou nábytku. Z pohledu energií a nakládání s vodou předkládá analýza podněty pro instalaci dalších úsporných zařízení, jako jsou perlátory, případně rozšíření dvojčinného splachování. Zavedením těchto opatření se předpokládá snížení spotřeby pitné vody až o 23 % na osobu a celkové snížení spotřeby až o 15 %. Dalším z doporučení je připravit hloubkovou analýzu zaměřenou na úspory při práci se šedou nebo dešťovou vodou a zaměřit se na instalaci tepelných čerpadel nebo technologií využívajících obnovitelné zdroje energie, jež povedou k vyšší energetické i ekonomické úspornosti.

Studie také potvrdila, že AMU není ve využívání re-use materiálů žádným nováčkem, právě naopak, používání starých materiálů je běžnou praxí. Dále poukázala na nastavení udržitelných kritérií v rámci veřejných zakázek.

Následné implementační kroky

První kroky po analýze vedly ke snižování produkce celkového směsného odpadu. „Do pro-

stor Hartigovského paláce a budovy Na Tržišti v Praze jsme již instalovali 15 sad košů na tříděný odpad, do kuchyněk rektorátu instalujeme nádoby na bioodpad. Objednali jsme nové popelnice na tříděný odpad a bioodpad, také nádoby na elektroodpad a baterie. Budeme monitorovat změny v objemu směsného odpadu. Nové nádoby zakoupila i Hudební a taneční fakulta (HAMU) pro Lichtenštejnský palác. Dále jednáme s provozovatelem Café HAMU o optimalizaci třídění jejich odpadu. Na našich dalších dvou fakultách (Divadelní a Filmové a televizní) je situace s tříděním odpadu a množstvím nádob na něj lepší, i tam ale budeme postupně doplňovat,“ sdělil kestor akademie Ing. Tomáš Langer, Ph.D.

V následujících letech chce AMU optimalizovat tisk a skartaci, zajistit prodej kelímků a krabiček na opakované použití v kavárenských zařízeních provozovaných v jejich prostorách. Nedílnou součástí plnění doporučení bude osvěta a vzdělávání k dodržování nových opatření napříč celou AMU.

Otázka udržitelnosti je pro AMU klíčová

AMU se chce cirkulární ekonomice a udržitelnosti ve svých budovách a provozu věnovat systematicky, hledat inovativní řešení a být proaktivní. Již před studií podnikla řadu kroků směřujících k udržitelnosti a cirkularitě. „Na začátku roku 2020 jsme založili Environmentální panel AMU. Funguje jako poradní orgán rektorky a Akademického senátu. Panel se schází několikrát za rok, komunikuje aktuální environmentální témata – například doporu-

čení pro environmentálně odpovědné cestování,“ vysvětlil kestor akademie Ing. Tomáš Langer, Ph.D.

V druhé polovině roku 2021 byla v Učebním, výcvikovém a ubytovacím středisku Beroun úspěšně dokončena vestavba a následně zateplení půdního prostoru, vedoucí ke zvýšení energetické úspornosti. Řada dílčích aktivit probíhá i na samotných fakultách AMU a přímou angažovaností studentů. „Naše fakulty DAMU a FAMU se již několik let angažují v oblasti třídění odpadu a re-use materiálu. Např. na FAMU působí skupina FAMU pro klima, u katedry alternativního a loutkového divadla DAMU jsou sudy na sběr dešťové vody, na HAMU proběhla kompletní výměna světelných zdrojů za žárovky s nižší ekologickou stopou a v plánu je spousta dalších opatření,“ uvedla rektorka AMU PhDr. Ingeborg Radok Žádná.

AMU je zároveň členem konsorcia University Leaders in SDG, jehož cílem je sdílet dobrou praxi v oblasti udržitelnosti mezi vysokými školami. Svými kroky a řešeními chce ke změně inspirovat nejen ve svých řadách, ale i jiné univerzity a instituce. Za dlouhodobé cíle připravované Strategie odpadového hospodářství proto stanovila energetický audit budov, audit hospodaření s vodou, rozvíjení vztahů s dodavateli, kteří akcentující udržitelnost, využití dešťové a šedé vody a výpočet uhlíkové stopy. „Jsme na prahu významné institucionální změny, která může mít velký dopad i v budoucnu. Chceme jít příkladem a stát se udržitelnou kulturní institucí 21. století,“ doplnila rektorka AMU PhDr. Ingeborg Radok Žádná. (tz)

Formulace zásad mediační dohody



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví

V předchozích příspěvcích jsme se seznámili s těmi fázemi mediace, ve kterých IP mediátor navozuje pocit vzájemné důvěry a pozitivního ovzduší pro mediační jednání, nastavuje základní pracovní a společenská pravidla, a také aktivně naslouchá stranám a pojmenovává předměty jednání. Strany konfliktu však nebyly zatím připraveny spolu efektivně komunikovat a vzájemně si naslouchat. K tomu došlo až ve chvíli, kdy strany navázaly na to, co slyšely v rámci předcházejícího projevu stran, když hovořily k IP mediátorovi. Strany si za pomoci IP mediátora vzájemně naslouchaly proto, aby se vzájemně pochopily a poznaly pohled druhé strany, také proto, aby porozuměly potřebám druhé strany a nebyly se tyto potřeby otevřeně pojmenovat. Jakmile byly strany schopny vzájemně komunikovat, pochopily se a rozuměly potřebám druhé strany, bylo možné přistoupit k hledání řešení a formulovat všechna v úvahu přicházející řešení předmětů jednání.

Za pomoci IP mediátora pak strany vybírají řešení, která jsou pro ně výhodná a přinášejí jim oběma zisky. Teprve v další fázi mediace mohou strany za pomoci IP mediátora přistoupit k formulaci zásad budoucí mediační dohody. Tyto zásady reflektují výsledky předchozích fází mediace a přinášejí konkrétní řešení pro každý předmět jednání. Strany za pomoci IP mediátora formulují, jak se vybrané řešení konkrétně uskuteční, kdo a co udělá, do kdy, co to bude stát apod. Současně strany formulují i pojistky pro případ, že by některá ze stran dohodu nedodržela, případně nastane nějaká neočekávaná situace, nestihne se termín splnění závazku apod. Je možné si dohodnout i sankce za porušení dohody. Strany takto spolu s IP mediátorem postupně probírají předměty jednání podle jejich důležitosti, a mají tak znovu možnost upřesnit si své návrhy a detailně je popsat.

Protože cílem této fáze mediace je za pomoci IP mediátora vše podrobně projednat a stanovit v co nejkonkrétnější podobě, je nutné tomu věnovat dostatek času a nic neuspěchat. To by se pak mohlo negativně odrazit na konečné podobě mediační dohody, a hlavně při její realizaci. Může být proto někdy vhodné, aby strany projednaly navrhované řešení se svým advokátem či patentovým zástupcem, nebo také s rodinou, nadřízeným či spolupracovníky, protože přijaté řešení může ovlivnit i zájmy těchto třetích stran. Může se také stát, že strany mají dojem, že něco nestihly probrat, proto s nimi IP mediátor dohodne další ter-



mín mediačního setkání, kde si přesně určí, čím se budou zabývat. V přechodném období si strany mohou zatím vyzkoušet dosud přijatá řešení.

V rámci našeho příkladu sporu o výši odměny původce technického řešení při realizaci výzkumného projektu strany dospěly k tomu, že jsou schopny otevřeně pojmenovat své potřeby a vzájemně se pochopit. Proto bylo možné přistoupit k hledání řešení. Zaměstnavatel pochopil, že ve firmě nejsou spravedlivě (resp. vůbec) nastavena pravidla pro určení odměny původců za vytvoření vynálezu a připustil, že to může způsobovat těžkosti jak zaměstnancům, tak i samotné firmě. Na druhé straně zaměstnanec pochopil, že požadavek na jednorázově dodatečně finanční vypořádání není

reálný, protože firma dosud nerealizovala zisky z jeho vynálezu a teprve jedná o uzavření licenční smlouvy, přičemž výnosy se předpokládají postupně a teprve v následujících letech. Zaměstnavatel také pochopil, že odměna v podobě mzdy zaměstnance (původce) není dostatečná, a dokonce není ani v souladu se zákonem odpírat zaměstnanci jeho právo na dodatečnou přiměřenou odměnu. Firma by se tak mohla dostat do vážného sporu, který by ohrozil její reputaci u obchodních partnerů, a možná i finanční stabilitu. To by nebylo pro zaměstnavatele výhodné, a navíc by i reálně hrozilo, že zaměstnanec z firmy odejde a bude své myšlenky realizovat jinde.

Oproti tomu zaměstnanec, přestože se mu ve firmě líbí, by byl nucen firmu opustit, a to jen z důvodu hledání potřebné finanční stability a profesního uznání, které mu stávající zaměstnavatel není schopen poskytnout. Připustil, že je ochoten si založit i vlastní firmu, kde bude své myšlenky realizovat. Strany však prostřednictvím IP mediátora byly schopny spolu začít efektivně komunikovat, definovaly si předměty jednání a našly řešení, které bylo vyhovující pro obě strany. Nyní je však zapotřebí takové řešení rozpracovat do jednotlivých zásad budoucí mediační dohody. Tyto zásady již musí být zcela konkrétní a realizovatelné a musí obsahovat pojistky pro případ, že nebudou splněny. Pokud strany nechápou nutnost konkrétní a detailní podoby mediační dohody, IP mediátor jim znovu vysvětlí zásady mediační dohody a její užitečnost pro strany konfliktu. Může také strany opětovně vyzvat, aby samy zopakovaly a shrnuly, na čem se dosud domluvily. Tento proces je velmi důležitý pro budoucnost funkční mediační dohody, a pokud mají strany tendenci urychlit mediační proces, IP mediátor jim vysvětlí, že bez detailního vypracování zásad mediační dohody nebude tato dohoda funkční a povede to pouze k dalšímu nedorozumění a konfliktu.

V našem případě se tak zaměstnavatel například může zavázat, že do určité doby nastaví v písemné podobě pravidla pro určení odměny původců za vytvoření vynálezu. Tato pravidla budou vydána v podobě interního předpisu a stanou se pevnou součástí řídicích aktů společnosti. Neopo-

me ne přitom také na dodatečnou přiměřenou odměnu původců tak, aby přešel budoucím sporům. Pojistkou v daném případě může být, že pokud zaměstnavatel takový předpis ve stanovené lhůtě nevydá, zaměstnanec se obrátí se svým nárokem na soud a z firmy odejde. Zaměstnavatel se může také zavázat, že do určité doby přijme opatření, která zaměstnanci zajistí profesní uznání, např. povýšením v rámci týmu, přidělením konkrétních významných úkolů, uveřejněním jeho jména na desce cti či ve firemním časopise nebo na webových stránkách. V daných zásadách mediační dohody je nutné zcela konkrétně popsat, jak budou jednotlivé kroky realizovány. V daném případě musí obsahovat např. konkrétní vzorec pro výpočet odměny původce, výplatu jednorázové částky po podání přihlášky vynálezu, další výplatu částky po udělení patentu a také procentuální částku v případě realizace prodeje patentu nebo poskytnutí licence a dobu splatnosti takové odměny. Strany tak formulují zcela konkrétní parametry takového systému odměňování, který by byl výhodný jak pro zaměstnavatele, tak i zaměstnance. Vedle toho strany hledají i zcela konkrétní způsoby řešení pro další předměty jednání, které si v rámci IP mediace stanovily, tedy podmínky pro práci výzkumníků, jejich profesní uznání a investice do výzkumu.

IP mediátor tedy pomáhá stranám v této fázi mediace s formulacemi vybraného řešení každého předmětu jednání, který si strany pojmenovaly, a zaměřuje se na vypracování pojistek pro situace, kdy se dohodnutá řešení nedají realizovat. Teprve potom je možné přistoupit k sepsání vlastní mediační dohody. O tom, jakým způsobem se mediační dohoda sepsuje a jaká je její podoba, si povíme zase příště.

JUDr. David Karabec, MPA, LL.M., advokát
ředitel IP mediačního centra Praha,
zapsaný ústav

Kontakty:

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

Na pobočkách NEY spořitelního družstva klienti koupí investiční zlato

NEY spořitelní družstvo se snaží klientům stále rozšiřovat možnosti nakládání s uspořeny finančními prostředky. Obzvláště nyní, v turbulentní době, kdy inflace dávno překročila 10 % a stále stoupá. Nově mohou střadatelé vedle spořicíh účtů či termínovaných vkladů na pobočce záložny nakoupit také investiční zlato. Společnost Gold.plus totiž v rámci partnerského prodeje na pobočce NEY spořitelního družstva umístila jeden ze speciálních Au-tomatů – období bankomatu, v němž mohou zákazníci měnit peníze přímo za zlaté cihličky.

„Rozhodli jsme se, že uzavřeme partnerství se společností Gold.plus, kterou považujeme za experta na prodej zlata. Návštěvníci našich poboček budou nyní moci prostřednictvím Au-tomatu

Gold.plus nakoupit slitky švýcarské firmy PAMP. Lidé se snaží ochránit své úspory před inflací a ryzí zlato je jednou ze stabilních komodit.“ vysvětlil předseda představenstva NEY spořitelního

družstva Lukáš Hartl. Klienti mají ihned k dispozici slitky o hmotnosti jednoho gramu, deseti gramů či jedné unce (31,103 g). Cena zlata v Automatu bude vždy vycházet z aktuálního kurzu komodity na burze. Pravost slitků si mohou nakupující okamžitě ověřit přes aplikaci Veriscan. „Kompletní informace najdou lidé také na našich webových stránkách,“ řekl Lukáš Hartl. Zlaté Automaty jsou zákazníkům k dispozici v Praze v OC Nový Smíchov, v nákupním centru Westfield Chodov, na pobočce Exchange na náměstí Franze Kavky, ve Slovanském domě a v neposlední řadě

právě na pobočce NEY v pasáži Oasis na Florenci. Drahý kov je dále možné pořídit z hybridních automatů, které umožňují nákup zlata i bitcoinu, a to v obchodním centru Plaza v Plzni a nově také v Popradu na Slovensku. Do konce roku by jich mělo pro rychlou výměnu peněz za zlato sloužit v České republice přibližně deset. Další budou instalovány příští rok. „Zlato bylo a je světově uznávanou hodnotou. Jeho cena je z hlediska investice stabilní a vzhledem k omezeným zdrojům – a tedy i nabídce – má a bude mít i nadále rostoucí křivku,“ uzavřel Lukáš Hartl. (tz)

Špatně zadaný úkol je chybou šéfa

Vysvětlení pracovních úkolů patří k největším chybám při řízení lidí vůbec. Nesprávné zadání přitom vede k výsledku práce, který je chybný nebo nedostatečný. Nejasné či nekonkrétní úkoly navíc patří ve firmě k nejzávažnějším příčinám plýtvání časem. Špatně vyřešené úkoly pak šéf přičítá nedostatečným schopnostem a motivaci svých spolupracovníků. Často předpokládá, že zadání je zaměstnanci jasné, protože je jasné jemu samému. Ve skutečnosti však tomu tak není. Ani zkušenosti kolegové nemusí vždy správně chápat celý rámec úkolu či jeho priority.

Aby mohl kolega úkol správně splnit, musí jej nejdříve správně pochopit. Tedy porozumět mu přesně tak, jak ho zadavatel úkolu myslel. Manažeri mají ale obvykle v hlavě víc souvislostí než zaměstnanci, ať už na vědomé, nebo nevědomé úrovni. Když vysvětlují úkol, vidí jiný obrázek, než který může vidět spolupracovník. „Šéf vidí každý měsíc fakturu za elektřinu, ale dělník na lince fakturu nevidí. Pokud šéf napíše všem, že je nutné šetřit, protože se zvedly ceny energií, tak

dělník neudělá nic. Proto úkol musí znít – každý den před odchodem z práce zkontroluj, že jsi zhasl v šatně. Šéf si proto musí hlídat, co a jak vysílá, a mít zmapováno, co vidí ten druhý. A právě zde je největší problém,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem.

Zaměstnanec je mnohdy ve stavu, kdy „neví, že neví“, což je demotivující. Je tedy na šéfovi, aby

jeho zadání bylo srozumitelné a jasně formulované. Společnou komunikací uvidí realitu každého z nich. Dokud ji neznají a z nejasného zadání vznikne problém, motivace zaměstnance je pryč a šéf je našťavý. Komunikaci lze také včas zjistit, že úkol je nerealistický nebo jeho řešení zabere více času. Důležité je se vzájemně utvrdit, že každý ví, co má dělat. „Pracovník se může například zeptat: „Rozumím správně tomu, co jsi měl na mysli?“ Otázka dává najevo, že o sdělení máte zájem a šéf může zadání dále rozvést. Šéf se zase může ujistit otázkou: „Na čem jsme se tedy, Honzo, domluvili? Chtěl bych si ověřit, že jsem ti to dobře zadal,“ upřesnila Irena Vrbová. I tak zdánlivě jednoduchá věc jako zadání úkolu má svá pravidla. Ideální je sdělit úkol písemně a nezapomenout na termín splnění. Nejlepší cestou, pokud šéf jedná dlouhodobě chaoticky a nepřesně, je dobré požádat ho, aby úkoly zadával písemně.



Irena Vrbová, zakladatelka
konzultační společnosti Porto

Pokyny či úkoly si mohou obě strany dokumentovat pro případ, že by se k nim potřebovaly vrátit. Následně je třeba, aby šéf pravidelně sledoval a kontroloval stav zadaných úkolů. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Ambasador kvality: co znamená vítězství pro organizaci ve veřejném sektoru

Městský úřad Hranice se stal za rok 2021 vítězem ceny Ambasador kvality ČR. Na účast v soutěži, ale i širší souvislosti a plány úřadu jsme se zeptali Mgr. Vojtěcha Bušiny, tajemníka úřadu.

Co pro vás vítězství v soutěži Ambasador kvality ČR znamená? Jakou hodnotu přinesla vašemu úřadu?

Velkou zásluhu na dosažených výsledcích má bývalý tajemník Ing. Bc. Vladimír Vyplélik. Po mém nástupu do pozice tajemníka úřadu jsem aktivně navázal na systematické zvyšování kvality činností s plněním požadavků zainteresovaných stran. Máme integrovaný systém řízení, který propojuje systémy řízení jakosti, hospodaření s energií a společenské odpovědnosti s využíváním benchmarkingového srovnávání pro pravidelnou analýzu a vyhodnocování strategických dat dle Modelu Excelence EFQM obažených v závěrečných zprávách.

Soutěž Ambasador kvality oceňuje nadstandardní péči o zajištění kvality produktů a služeb a odpovědné chování organizací. O to

více si vážíme získání nejvyššího ocenění, titulu Ambasador kvality České republiky ve veřejném sektoru, který jsme obdrželi od uznávaného vzdělávacího centra a významné autority v oblasti systémů managementu. Díky účasti v soutěži jsme doplnili manažerské řízení a fungování úřadu o další činnosti v oblastech, které se v soutěži hodnotí.

A jak náročné bylo hodnocení? Co hodnotitelé ocenili jako silnou stránku vašeho úřadu?

Přípravu do této soutěže jsme nepodcenili a organizovali jsme ji jako projekt podle zásad pro fungování pracovních týmů. Hodnocení bylo i přes odpovědnou přípravu velmi náročné, protože hodnotitelé byli odborníci na svém místě, pokládali cílené otázky, na které očekávali konkrétní odpovědi s prezentací hodnověrných důkazů. Hodnotitelé pozitivně vnímali intenzivní komunikaci radnice s občany a flexibilní reakci na jejich potřeby a aktivity z oblasti smart city s velkým důrazem na ochranu životního prostředí. Velmi cenili aktivity vedení, jeho osobní účast na projektech, na konferencích kvality i zapojení do benchmarkingových aktivit.



Mgr. Vojtěch Bušina, tajemník Městského úřadu Hranice

Připravili jste v poslední době nějaké novinky pro občany vašeho města?

Město se snaží život svých obyvatel zpříjemňovat ve všech oblastech. V nejbližší době chystáme projekty na revitalizaci nábřeží v Kropáčově

ulici, parkovou úpravu severního předzámčí, revitalizaci areálu letního kina, přestavbu bývalé budovy železniční stanice Teplice nad Bečvou na turistické informační centrum nebo revitalizaci hradebního okruhu. Velkou pozornost věnujeme projektům z oblasti životního prostředí. Máme naši MHD plně zabezpečenou elektrobusy, realizovali jsme výstavbu cyklostezky, neustále rozšiřujeme síť cyklostezek, připravujeme projekty na svod dešťové vody z veřejných budov a její další využití, postupně provádíme odbahnění biologických rybníků. Vybudovali jsme květnaté pásy s výsadbou dřevin. Podílíme se na výstavbě protipovodňových opatření na řece Bečvě. V odpadovém hospodářství jsou do života uváděny významné projekty městské společnosti Ekoltes, týkající se čipování popelnic a monitoringu jejich naplnění a svozu s cílem zavést finanční motivaci občanů k třídění. Realizujeme projekt Ekocentra, včetně nového sběrného dvora a Re-use centra. Organizujeme vzdělávací a osvětové akce jako například Uklidme Česko nebo Barevný den a Den bez aut, kde se zaměřujeme zejména na hranické školy.

ptal se David Kubla

Nerecyklovatelné díly autovraků nemusí končit ve spalovnách

Společnost Millenium Technologies, člen skupiny JRD, se ve svém vědecko-technickém parku v Dubé zabývá plazmovým zplyňováním odpadů. Technologie dokáže zpracovat jakýkoliv druh odpadu, využít jeho energetickou hodnotu a přeměnit ho na čistou energii.

Díky své variabilitě si poradí například i s náročně zpracovatelnými nekovovými částmi autovraků. Ty jsou složeny zejména z plastových, gumových, molitanových a jiných nekovových částic, které jsou obtížně likvidovatelné. Provozovatelé autovrakovišť tyto nerecyklova-

telně součásti obvykle pracně separují, a následně platí za jejich likvidaci ve spalovnách či cementárnách. Plazmové zplyňování dokáže tento materiál efektivně zpracovat a přetvořit na syntézní plyn. Ten lze dále energeticky využít například na výrobu elektřiny a tepla s následným využitím přímo v provozu vrakoviště (vytápění, sušení, pohon drtiče autovraků apod.). Návratnost investice do technologie plazmového zplyňování je v případě autovrakovišť a podobných provozů přibližně pět let, dle velikosti jednotky a způsobu využití energetických produktů. „Dokážeme zpracovat téměř všechny druhy odpadu a pomocí technologie plazmového zplyňování je ve výsledku bezemisně přemě-

nit na syntézní plyn, který lze následně pomocí běžně dostupných technologií využít k výrobě tepla, elektřiny či paliva. Vyřešíme tak otázku nejen ekologické likvidace odpadu, ale zároveň vytváříme čím dál cennější zdroje energie. Konkrétně plastové součásti z autovraků jsou díky vysokému obsahu uhlíku ideálním zdrojem pro výrobu plnohodnotné náhrady zemního plynu,“ uvádí Petr Dlabal, výkonný ředitel Millenium Technologies.

Millenium Technologies pomocí plazmového zplyňování dokáže využít energii jakéhokoliv odpadu. Vstupní surovina je uvnitř reaktoru vystavena teplotě 1100–1400 °C a přímému kontaktu s výronem plazmatu o teplotě 3000–5000 °C,

čímž dochází k rozkladu organických sloučenin, a vzniká tak syntézní plyn a sklovitá struska. Plyn má stabilní složení, je v zásadě velmi podobný svítiplynu, který byl dříve užíván místo zemního plynu. Vitřifikovanou strusku je možné využít ve stavebnictví, ale také při budování silniční infrastruktury. Celý proces zpracování odpadu v reaktoru za pomoci plazmatu je zcela bezemisní.

Autovraky a jejich ekologická likvidace představuje další výzvu pro odpadové hospodářství. Millenium Technologies má řešení podporující oběhové hospodářství, které rezonuje dnešní společností a přináší řadu možností pro snížení množství odpadu a eliminaci skleníkových plynů. (tz)

INZERCE



Spolupráce zainteresovaných stran v potravinovém řetězci ve prospěch spotřebitelů

Konference From Farm to Fork je určena odborné veřejnosti, představitelům zemědělských a potravinářských podniků, zástupcům obchodních řetězců i pracovníkům dozorových či certifikačních orgánů – tj. všem, kteří se **zabývají kvalitou, bezpečností potravin a udržitelností.**

Konference From Farm to Fork je vhodnou příležitostí i pro neformální setkání zástupců všech zainteresovaných stran a pro aktivní výměnu informací.

Konference From Farm to Fork
26. 9. 2022
od 9:00 hodin, Budova ČSVTS
Novotného lávka 200/5, Praha 1



Nezveřejňování finančních výkazů ve sbírce listin může mít pro firmy fatální následky

Daňové přiznání za rok 2021 bylo letos možné podávat do konce března v papírové formě, elektronicky do konce dubna a do konce června, pokud společnost využije služeb daňového poradce. Přesto finanční výkazy za loňský rok ve sbírce listin nezveřejnilo přes 91 % firem. Podle analýzy poradenské společnosti Dun & Bradstreet, která má k dispozici nejrozsáhlejší databázi finančních výkazů a platebních informací o tuzemských podnikatelských subjektech, informační povinnost za rok 2020 splnilo jen 40 % společností.

„Dlouhodobá praxe ukazuje, že velké množství společností finanční výkazy do sbírky listin ještě doplní. I když se přístup firem k plnění informační povinnosti v posledních letech mírně lepší, stávající stav není uspokojivý. Nezveřejňování výsledků hospodaření totiž výrazně ztěžuje možnost prověřovat si obchodní partnery. Obzvláště v posledních několika letech, kdy pandemie covidu, a nově i válka na Ukrajině významně změnila podmínky na trhu, roste význam spolehlivých informací o vývoji hospodaření firem a jejich platební morálce,“ řekla analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová s tím, že za posledních pět let finanční výkazy ani jednou nezveřejnila třetina českých společností. „To pro firmy může mít až fatální důsledky. Rejstříkový soud totiž může zrušit obchodní společnost a nařídí její likvidaci z důvodu neplnění

zákonných povinností, a to zejména zakládat stanovené dokumenty do sbírky listin rejstříkového soudu. Těchto případů přibývá,“ dodala Petra Štěpánová.

Dlouhodobé statistiky Dun & Bradstreet ukazují, že lepší přístup k plnění informační povinnosti mají akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným. „Rozdíl zpravidla činí víc než deset procentních bodů,“ upřesnila Petra Štěpánová.

Postoj firem ke zveřejňování finančních výkazů ve sbírce listin se podstatně liší v závislosti na jejich oboru podnikání, objemu tržeb nebo registrovaném sídle. Jedním z hlavních závěrů pravidelných analýz Dun & Bradstreet je skutečnost, že informační povinnost plní spolehlivější firmy s vyššími tržbami. Pokud firma generuje roční tržby vyšší než jednu miliardu korun, je podíl firem, které v tomto ohledu porušují zákon o účetnictví, nižší než 10 %. Opačný trend lze sledovat u podnikatelských subjektů, které tržby neuvádějí. V této skupině firem informační povinnost neplní zhruba 80 % subjektů.

Mezi lety 2017–2020 měl registrované sídlo v hlavním městě nejvyšší podíl firem, které porušily zákon o účetnictví tím, že nezveřejnily finanční výkazy ve sbírce listin. „V Praze má sídlo přes 40 % českých firem, v rámci republiky je zde registrováno nejvíce společností na obyvatele. Podnikatelé zcela jistě využívají anonymního prostředí, které jim metropole nabízí, a proto se častěji vyhýbají plnění zákoných povinností,“ dodala Petra Štěpánová. (tz)

Podíl firem, které v letech 2016–2021 nesplnily informační povinnost

	2021	2020	2019	2018	2017	2016
a.s.	92,72 %	47,11 %	39,50 %	35,54 %	33,04 %	30,66 %
s.r.o.	91,09 %	60,01 %	53,93 %	49,75 %	47,18 %	45,59 %
celkem	91,18 %	59,34 %	53,16 %	48,96 %	46,37 %	44,70 %

Podíl firem, které nesplnily informační povinnost v letech 2018–2021 podle tržeb

	2021	2020	2019	2018
neuvedeno	94,37 %	82,85 %	80,12 %	77,55 %
1–9 999 999 Kč	88,81 %	49,19 %	41,29 %	35,81 %
10 000 000–99 000 000 Kč	90,06 %	37,23 %	27,69 %	22,27 %
100 000 000–999 999 999 Kč	92,20 %	19,43 %	11,61 %	8,93 %
1 000 000 000 Kč a více	85,49 %	7,23 %	3,51 %	3,10 %

Podíl firem, které nesplnily informační povinnost v letech 2017–2021 podle sídla

	2021	2020	2019	2018	2017
Jihočeský kraj	90,21 %	50,71 %	45,16 %	41,56 %	38,73 %
Jihomoravský kraj	92,65 %	63,82 %	58,15 %	54,90 %	52,06 %
Karlovarský kraj	89,32 %	52,66 %	47,24 %	43,83 %	40,81 %
Královéhradecký kraj	86,61 %	40,12 %	32,24 %	28,94 %	24,89 %
Liberecký kraj	92,57 %	60,02 %	55,92 %	53,19 %	51,37 %
Moravskoslezský kraj	88,51 %	43,48 %	30,87 %	22,21 %	19,95 %
Olomoucký kraj	91,02 %	54,64 %	46,53 %	40,02 %	36,88 %
Pardubický kraj	88,42 %	47,20 %	41,43 %	35,35 %	28,73 %
Plzeňský kraj	89,16 %	53,38 %	47,84 %	44,09 %	42,63 %
Praha	92,21 %	66,31 %	61,01 %	57,31 %	55,02 %
Středočeský kraj	89,92 %	56,48 %	50,70 %	46,54 %	43,85 %
Ústecký kraj	90,95 %	54,55 %	48,69 %	45,72 %	43,74 %
Vysočina	89,96 %	48,99 %	43,14 %	38,05 %	35,17 %
Zlínský kraj	91,28 %	54,84 %	48,42 %	44,35 %	41,81 %

Zdroj: Dun & Bradstreet (data k 15. 6. 2022)

Nejen chemický průmysl...

Rostoucí ceny energií v kombinaci s tlakem na dekarbonizaci a snižování energetické závislosti na ruských dodávkách představují mix faktorů, které bezprostředně dopadají na výkonnost řady odvětví tuzemské ekonomiky. Tak jako v období eskalujících vln pandemie covid-19 byla ekonomicky zasažena řada průmyslových odvětví a služeb, jsou v této chvíli v největší míře ohroženy zejména energeticky náročné segmenty, mezi které se řadí také odvětví chemického průmyslu.

Centrum ekonomických a tržních analýz ve spolupráci se Svazem chemického průmyslu ČR zpracovalo dopadovou analýzu, která mapuje aktuální rizika ohrožující produkci v tomto klíčovém průmyslovém odvětví. Z dotazníkového

šetření mezi členy Svazu vyplývá, že podíl nákladů na zemní plyn a elektřinu na celkových nákladech se v odvětví průměrně zdvojnásobil. „Podíl nákladů na zemní plyn tak nyní dosahuje u některých dotázaných až 17 %, v případě nákladů na elektřinu se dostáváme v krajních případech přes 9 % z celkových výrobních nákladů“ uvedl Michael Fanta, analytik CETA.

Chemický průmysl tedy nyní zažívá dynamický růst cen a současně také nedostatek například celou škálou klíčových vstupních materiálů. Výroba produktů v tomto segmentu je zároveň vysoce závislá na energetických dodávkách. Elektřina, ropa či zemní plyn totiž nejsou pouze položkou běžných režijních nákladů, resp. energetické spotřeby, ale ropa a zemní plyn jsou zároveň také důležitou vstupní surovinou pro samotnou výrobu chemických produktů.

Vzhledem k tomu, že produkty chemického průmyslu reprezentují podstatný podíl celkových výrobních nákladů v řadě navázaných odvětvích, lze předpokládat, že případné rostoucí ceny těchto vstupů se promítnou také do výroby mnoha běžných produktů či služeb. Například u pšenice představují chemické přípravky až 42 % výrobních nákladů. Obecný průměr hmotnosti všech plastů a chemických materiálů v automobilech se pohybuje okolo 20 % napříč všemi vozy a u staveb pozemního stavitelství může být podíl chemických materiálů (například tepelné izolace, plastová okna, rozvody) přibližně od 5 do 15 %.

Strategie REPowerEU, která stanovuje plán odklonu země EU od ruských fosilních paliv do roku 2027 má urychleně zvyšovat energetickou účinnost i energetické úspory. „Velmi důležitá ne-

ní pouze samotná cena energetických vstupů, ale zejména také jejich dostupnost,“ vysvětlil Ivan Souček, ředitel svazu chemického průmyslu ČR, a dodal: „Zemní plyn bude velmi obtížné v blízkém až střednědobém horizontu nahradit jakožto vstupní surovinu pro energetické nebo surovinové využití nejen v chemickém průmyslu, ale také v řadě dalších průmyslových odvětví.“

V kontextu aktuálního vývoje cen energií v kombinaci s dekarbonizačními strategiemi a minimalizací energetické závislosti na ruských dodávkách je proto v této chvíli žádoucí flexibilně reagovat a nastavit vhodná vládní kompenzační schémata, která podpoří udržení dlouhodobé konkurenceschopnosti tuzemského chemického průmyslu (návrhy konkrétních podpůrných opatření vycházející z expertních názorů členů Svazu jsou součástí analýzy). (tz)

Ohrožení IT bezpečnosti v létě roste

Prázdniny a doba dovolených vnášejí do provozu firem jiný rytmus. Zaměstnanci se střídají na dovolených, přijímají se brigádníci na výpomoc, zapomenuté úkoly se často řeší nezabezpečenými komunikačními kanály z dovolených. Rizikem je komunikace ze soukromých zařízení i využívání veřejně dostupných počítačů v hotelech a kavárnách.

Téměř každý se snaží odjet na dovolenou „s čistým stolem“, občas se v době jeho nepřítomnosti vynoří nedoručený úkol, potřebuje kolegovi poslat důležitý dokument, zúčastnit se klíčového jednání i v době dovolené. I když se v posledních dvou letech firmy více soustředily na zajištění bezpečné vzdálené komunikace, v letních měsících se stále někteří zaměstnanci připojují nouzově, často nezabezpečenými kanály, ze soukromých zařízení.

„Soukromé telefony a tablety, které s sebou většina lidí na dovolené bere, nejsou ve většině

případů tak dobře chráněné proti kybernetickým hrozbám. Nepodléhají totiž odborné správě IT oddělení, které si dává záležet na pravidelných aktualizacích a softwarové ochraně. Navíc jde často o zařízení, které slouží dětem ke hraní her a stahování obsahu. Mohou tedy obsahovat škodlivý software, který se po vstupu do firemního systému aktivuje a ohroží jej,“ vysvětlil Martin Pejsar z BNP Paribas Cardif.

Dalším rizikovým faktorem je využití počítačů veřejně dostupných v hotelech nebo kavárnách. Zde stačí zanechat otevřené okno s komunikací, přístup do pracovního e-mailu nebo zapomenut USB v portu, a problém je na světě. Ani zde si nelze dělat iluze, že všechny hotely mají investice na profesionální správu a ochranu této techniky a softwaru. Rizikem je i wi-fi připojení přes veřejné poskytovatele, kde často ochrana také není dostatečná.

V letních měsících často na pracovišti panuje snížená obezřetnost. Navíc některé činnosti mohou vykonávat brigádníci, kteří nebyli

dostatečně proškoleni. Mohou tak vědomě i nevědomky ohrozit data i systémy firmy. Doba dovolených prověří také nastavení procesů a bezpečnostních pravidel ve firmě.

„Základem zajištění bezpečnosti ve firmě je správné nastavení procesů. Musí být jasné, k čemu mají konkrétní pracovníci přístup, jak mohou nakládat s daty, kam je mohou odesílat, ukládat. Ale také kdo se může pohybovat v prostorách firmy, kdo má přístup k jednotlivým počítačům a zařízením, jak s nimi může nakládat. Stažení dat nebo instalace nevídaného softwaru může být dílem okamžiku,“ řekl Michal Merta, ředitel Cyber Fusion centra společnosti Accenture.

Léto už dávno není pro kybernetické útočníky dobou klidu. Testování odolnosti sítí v době, kdy jejich správa může být na dovolené, CFO fraud, tedy potvrzení e-mailů vydávající se za příkazy managementu, zneužití nezabezpečené komunikace z dovolené, krádeže telefonů a notebooků obsahujících citlivá data. To jsou jen některé z technik, které

mohou v době dovolených přímo poškodit firmu a jejich systémy. Jedním z neúčinnějších způsobů obrany, ale stále zůstává vzdělávání zaměstnanců a jejich poučení v počítačové bezpečnosti.

„Na 60 % všech úniků dat dnes způsobují vlastní zaměstnanci, ne hackeři snažící se prolomit systém. V drtivé většině případů jde o neúmyslné chyby pramenící z neznalosti či nepozornosti v letních měsících, kdy jsou pro to ideální podmínky. Přes předcházení těmto vnitřním hrozbám jsou klíčová tři základní opatření: správně nastavené firemní systémy, informovanost zaměstnanců a kvalitní bezpečnostní software. Firmy by se měly soustředit na takové aktivity, které minimalizují potenciální rizika – oddělení firemních a osobních účtů, nastavení práv na úrovni přístupu k souborům, šifrování a dvoufaktorové ověřování přístupů. V neposlední řadě zodpovědný přístup k okamžitému řešení zjištěných bezpečnostních incidentů,“ komentoval Ondřej Ševeček z Počítačové školy GOPAS. (tz)

Inovativní české firmy jsou vyhledávanými partnery zahraničních subjektů pro společný výzkum

Věda a výzkum patří k oblastem, ve kterých se české subjekty přirozeně napojují na aktivity přesahující hranice naší republiky. Platí to jak o institucích vykonávajících základní výzkum, tak o komerčních firmách uvádějících na trh nové produkty s vysokou přidanou hodnotou.

Spolupráce se zahraničními partnery a účast na mezinárodních projektech patří ke strategickým zájmům vědeckovýzkumných institucí, jako jsou například univerzity a vědecké ústavy. Ty obvykle provádějí základní výzkum, jehož výsledky přebírají firmy a přetavují je v komerční využití.

Spolupracuj, abys přežil

Zatímco školy a ústavy si mohou se svým výzkumem do jisté míry vyhrát, pro mnohé firmy znamená výzkum v jeho aplikované formě důležitou součást strategie dlouhodobého přežití. Proto si velmi zodpovědně vybírají partnery, kteří jim pomohou dosáhnout kýmých výsledků a cílů. Otázka, zda jejich partnerská organizace působí na domácím trhu, nebo v zahraničí, je v tomto ohledu sekundární.

„Každý podnik, pokud sám dělá inovace – a ne nakupuje hotová řešení ve formě licencí –

nebo zadává řešení inovačních cílů v akademické sféře, to dělá proto, aby vzniklé produkty sám vyráběl. To představuje jiný pohled na spolupráci, než který vidáme u akademických pracovišť,“ řekl Vladimír Velebný, biochemik a majitel biotechnologické společnosti Contipro.

„Výrobní podnik spolupracuje s druhým výrobním podnikem nejčastěji na bázi linie tvorby hodnoty. To znamená, že hledá někoho, kdo pro něj vyvine určitý produkt, který je pro danou firmu vstupním materiálem se závazkem exkluzivního či neexkluzivního odběru tohoto produktu. Nebo obráceně, podnik nabízí spolupráci na tvorbě aplikací pro svůj výrobek,“ vysvětlil Vladimír Velebný. „A je celkem jedno, zda jde o spolupráci s tuzemskými firmami, nebo se zahraničím,“ dodal. Přiznává ale, že v konečném důsledku se spolupráce jeho firmy nejčastěji odehrává právě se zahraničními subjekty.

Efektivní a obohacující řešení

Také v akademické sféře má mezinárodní spolupráce často pragmatické pozadí a zahrnuje i firemní aktivity. „Projekty spolupráce či společné laboratoře, kde se firemní praxe podílí na hledání řešení problémů v kooperaci s akademii, přináší efektivní cestu, která navíc může být rychle transferována přímo do průmyslu,“ popsala Alena Nováková, zástupkyně ředitele Národní

ho centra Průmyslu 4.0 a manažerka komunikace Českého institutu informatiky, robotiky a kybernetiky ČVUT. Uvedené projekty a společná pracoviště mají podle ní často mezinárodní charakter. Vladimír Velebný zdůraznil inovativní moment spolupráce své firmy se zahraničními partnery: „Zákazník, který do takové spolupráce vstupuje, nechce standardní produkt, ale chce ho upravit, potlačit některou pro něj nežádoucí vlastnost, nebo naopak zesílit jinou. To znamená, že nasměruje uvažování o produktu jinak, než jak jsme na něj dosud standardně nahlíželi. A to je pro nás obohacující.“

Image inovátora otevírá dveře do světa

Je důležité, aby subjekty působící v daném oboru v zahraničí potenciální české partnery a jejich možnosti poznali. Biotechnologická firma Contipro patří k těm, které nemají o zahraniční nabídky nouzi. „Contipro má jednu výhodu. Je mezi zákazníky vnímáno jako inovativní firma v oblasti aplikací hyaluronanu, což mimo jiné dokazujeme tím, že naši zaměstnanci publikovali více než 220 příspěvků v prestižních světových odborných časopisech, vlastnime více než stovku patentů a máme špičkově vybavené výzkumné laboratoře. A taková image zájemce o spolupráci táhne,“ přiblížil Vladimír Velebný. „Větší projekty, tedy projekty trvající půl roku a déle, máme

nebo jsme měli nejčastěji s firmami v Německu, Velké Británii, Švýcarsku, Itálii a Polsku. Na těch menších s trváním několik měsíců jsme spolupracovali s firmami po celém světě, počínaje Spojenými státy a konče Austrálií,“ doplnil šéf Contipra. Konkrétní zaměření společných projektů však specifikovat nechce. „Žádný podnik nikde nehlásá, na čem ve vývoji pracuje, konkurence má uši nastražené,“ vysvětlil.

Dobré jméno českých specialistů

Pozornost rozvoji vědy, výzkumu a inovací věnuje také vláda Petra Fialy ve svém programovém prohlášení. Česká republika podle něj musí mít „ambici zařadit se mezi evropskou špičku v oblasti excelence, vědy, výzkumu a inovací, a to v celém spektru oborů“. Naštěstí jsou v Česku už dávno na scéně firmy, které si získaly renomé a potvrdily svoji excelentní a rovnocennou pozici mezi zahraničními oborovými špičkami. „Vypíchl bych jeden aspekt spolupráce mezi výrobními podniky. Tím, že někdo dělá něco pro vás, nebo naopak vy něco děláte pro jinou firmu, a povede se to, tak si upevňujete pozici na mezinárodní scéně, získáváte nové kontakty a nové zákazníky. A to samozřejmě i s visáčkou Made in Czech Republic,“ nastínil Vladimír Velebný, zakladatel a majitel úspěšné společnosti Contipro z východních Čech. (tz)

Ostravská firma Sineko už dvacet let ukazuje cestu, jak hospodařit s dešťovou a odpadní vodou nadčasově a ekologicky

Na přelomu tisíciletí se rozhodli změnit svůj dosavadní pohodlný život a vrhli se do tehdy expandujícího segmentu ekologie a ochrany životního prostředí. Jako většina nadšenců začali dnešní společníci ze společnosti Sineko „od píky“ s prázdnou kapsou, zato s nadčasovými a převratnými nápady s výrobou plastových jímek a instalacemi čističek.

Přestože původní záměr zakázkové výroby pro velké firmy museli kvůli postprivatizačnímu korupčnímu prostředí přetavit na typizovanou produkci, rychle si našli klienty mezi staviteli rodinných domů, kteří hledají především chytrá a kvalitní řešení. Díky nim se společnost rozrostla na šedesát zaměstnanců a patří za jedničku na českém trhu mezi stovkami konkurenčních firem.

Díky průběžným inovacím, nemalým investicím do vývoje a naslouchání zákaznickým potřebám firma z regionálního dodavatele vyrostla v lídra známého v Česku i na Slovensku. Důkazem je i obrat, který se z původních deseti milionů zvýšil na patnáctinásobek, a řada vlastních technických řešení. Oblast jímek a vodohospodaření už dnes berou zakladatelé Sineka jako své poslání a jejich nápady se inspiruje řada partnerů i konkurentů. „Naše produkty nejsou sice těmi nejdražšími na trhu, nicméně kdo jde pouze

po ceně, nemusí být spokojen,“ naznačil jednatel Sineka Josef Filgas. Zákazníci tak podle něj firmu poptávají v první řadě kvůli důvěryhodnosti, tradici a spolehlivosti.

Hlavní konkurenční výhodou a poznávacím znamením je u Sineka kompletní řešení dodávky na klíč – tedy služba pro všechny, kterým se nechce „do montérek“. Zaměstnanci Sineka obstarají všechno od zaměření přes technické podklady pro realizaci a výkopové práce až po montáž a proškolení zákazníka v obsluze zařízení.

Přestože poptávka po montáži na klíč je u zákazníků obrovská, zůstává Sineko na trhu s touto službou výjimkou. „Když jsme s dodávkou na klíč začali, zákazníci rychle reagovali až překvapivě pozitivně. Záhy začala nabídku napodobovat i naše konkurence, ale většinou zůstalo jen u verbálních slibů. Dodnes nemáme informace, že by jiná firma zvládala celý tento sofistikovaný proces v plné šíři,“ upozornil Josef Filgas. Většinou podle něj firmy pro zajištění výkopů poptávají třetí stranu. Zákazníkoví tak zaniká záruka na celé dílo, dodavatel neručí prakticky za nic a reklamace takových služeb je velmi komplikovaná.

„Lidé si čím dál víc váží svého času a ne každý je kutil, který si chce dělat vše sám. Kompletní profesionální služby často oceňují také důchodci na odpočinku, kteří renovují domek, nebo mladí lidé, kteří nemají čas, případně jim schází kutilské zkušenosti,“ vysvětlil Josef Filgas.



Dodávky na klíč však podle Filgase vznikly vlastně náhodou – jako reakce na hospodářskou krizi v letech 2008–2012, kdy firma musela řešit propad zakázek až o polovinu. „Do té doby jsme jímky a další produkty pouze vyráběli a prodávali. Vinou krize ale obchodů ubylo, konkurence nabízela nekvalitní výrobky za nižší cenu. Touto cestou jsme však jít odmítali. Chtěli jsme se tedy od konkurence odlišit a nový koncept dodávek na klíč se i přes svou extrémní složitost ukázal jako správné rozhodnutí,“ komentoval vývoj firmy Josef Filgas.

I když současná obchodní strategie umožňuje firmě investovat do vývoje inovativních technologií a ekologických řešení, představovali si její zakladatelé původní koncept jinak. „Původně jsme si chtěli udělat jméno u velkých odběratelů, soustředit se na zakázkovou výrobu pro velké

hráče na ostravském trhu. Tam jsme ale rychle a tvrdě narazili,“ přiznal Josef Filgas.

Tehdy se zakladatelé a pár mladých nadšenců do oboru a technologií poprvé setkali nejen s byrokracií, ale především protekcionizmem a korupcí. „Byla to opravdu divoká léta, dnes na to však vzpomínáme spíš jen s úsměvem,“ dodal Josef Filgas.

Po celou dobu existence si Sineko zakládá na inovativnosti. Firma je autorem a majitelem více než dvaceti chráněných autorských řešení v oblasti plastových nádrží a pokaždé se pokouší najít cestu, která je výhodnější pro zákazníka a zároveň šetrná k přírodě. „Po celou dobu se stejně tak setkáváme s pokusy dalších firem naše řešení kopírovat. Někteří kopírují jen naše grafiky či obrázky, jiní celá řešení,“ popsal Josef Filgas. „Užité a průmyslové vzory mají zákonnou ochranu maximálně deset let, proto máme vždy v zásobě další nápady a nová unikátní řešení, na nichž průběžně pracujeme.“

I do budoucna má podle něj Sineko ambice být jedničkou na českém i slovenském trhu s výrazným odstupem od konkurence, a to na základě inovací, profitu pro zákazníka a dokonalé systematizace všech procesů od vývoje přes výrobu a servis až po komunikaci se zákazníkem. „Jaké je naše know-how? Jednoduché. Znat potřebu svého zákazníka, být neustále v realitě a pak už jen nadšení a ochota makat,“ sdělil Josef Filgas. (tz)



Chytré žárovky Philips Hue v plném komfortu

Řada chytrého osvětlení Philips Hue přidala do své nabídky žárovku se světelným tokem 1600 lumenů. Jas světla tak odpovídá tradiční žárovce o výkonu 100 W, a žárovka je tak vhodná do všech místností, kde potřebujete více světla, ať už jde o kuchyň, nebo třeba obývací pokoj.

Chytré osvětlení Philips Hue poskytuje uživatelům jednoduché nastavení spolu s nekonečnými možnostmi použití – ať už chcete pomocí světla navodit tu správnou atmosféru k relaxaci, nebo naopak potřebujete světlo, které vám pomůže koncentrovat se na složitý úkol. Chcete

si užít domácí kino a pomocí světla se ponořit do hloubky sledovaného příběhu? Nebo byste více ocenili ranní probouzení pomocí jasného světla vycházejícího slunce? To vše není pro Philips Hue problém. A protože se chytré osvětlení hodí nejen pro jakoukoliv situaci,

ale i do jakékoliv místnosti, rozšířila se rodina Philips Hue o žárovky s vyšší svítivostí 1600 lumenů (oproti původním 800 lm a 1100 lm). Jasně světla tak odpovídají klasické 100W žárovce a jsou ideální všude tam, kde potřebujete intenzivnější světlo, jako třeba v kuchyni, pracovním nebo garáži.

Žárovku Philips Hue o svítivosti 1600 lumenů je možné pořídit ve variantě s patičkou E 27 ve všech dostupných řadách – tedy Philips Hue White, White Ambiance i White and Color Ambiance. (tz)

Digitalizace stavebnictví může vést k vyšší produktivitě práce

Elektronický stavební deník využívá pouze čtvrtina dotázaných stavebních společností. Využití digitálních řešení může vést ke snížení nákladů. Digitální řešení mohou zvýšit produktivitu práce. Digitalizace stavebnictví může ušetřit také náklady na výstavbu. Vyplývá to z Kvartální analýzy českého stavebnictví Q2/2022 zpracované analytickou společností CEEC Research s.r.o. za podpory generálního partnera našich výzkumů společnosti Wienerberger s.r.o.

Součástí digitalizace českého stavebnictví je také digitalizace různých dílčích interních procesů. Jedním z těch základních je elektronický stavební deník. Ten ale využívá pouze 28 % dotázaných stavebních společností. Přitom jeho využití může na stavbách přinést mnoho užitku.

Možná je důvodem nízkého využití elektronického stavebního deníku zdánlivě více práce. Stavbyvedoucí jsou většinou zvyklí na svůj zaběhlý proces a na jiné zapisování do stavebních deníků. Jakékoli „novoty“ pro ně mohou představovat počáteční bariéru, a tedy jim dočasně přidělat více starostí. Pouze 15 % z dotázaných stavebních společností uvádí, že jim elektronický stavební deník práci naopak ušetřil. Na dru-

hou stranu 70 % dotázaných uvádí jeho největší přínos ve zvýšení transparentnosti a čitelnosti autorů i záznamů. Dalších 59 % si chválí také zvýšený a zjednodušený přístup k informacím a zrychlenou komunikaci.

Obecně platí tvrzení, že digitální řešení pomáhají společností šetřit náklady. Je tomu tak i u stavebních společností? Zde uvádí 60 % dotázaných, že jim digitální řešení v určitých oblastech pomáhají náklady šetřit. Dalších 20 % uvádí, že tato řešení šetří náklady ve všech oblastech, kde jsou využívána. „Digitalizace a automatizace je nutnost. Digitalizujeme v téměř všech úsecích naší firmy. Robotizace ve výrobě je dnes již standardním řešením stejně jako například digitalizace v prediktivní údržbě, health & safety tématech atd. V komerčním oddělení jsme vyvinuli několik nástrojů a aplikací pro různé zákaznické skupiny. Technologie pro virtuální realitu i rozšířenou realitu testujeme pro interní školení a do blízkého budoucna také pro naše partnery jako stavební firmy a řemeslníky. Navíc jsme aktivně vstoupili do problematiky komplexního řešení zákaznické zkušenosti (CX), kde intenzivně pracujeme s kompletní zákaznickou cestou investora od fáze Sen po fázi Užívání nemovitosti především u novostaveb rodinných domů,“ poukázal na důležitost

a možnosti využití digitalizace Robert Krestýn, Business Development & Marketing Director společnosti Wienerberger s.r.o.

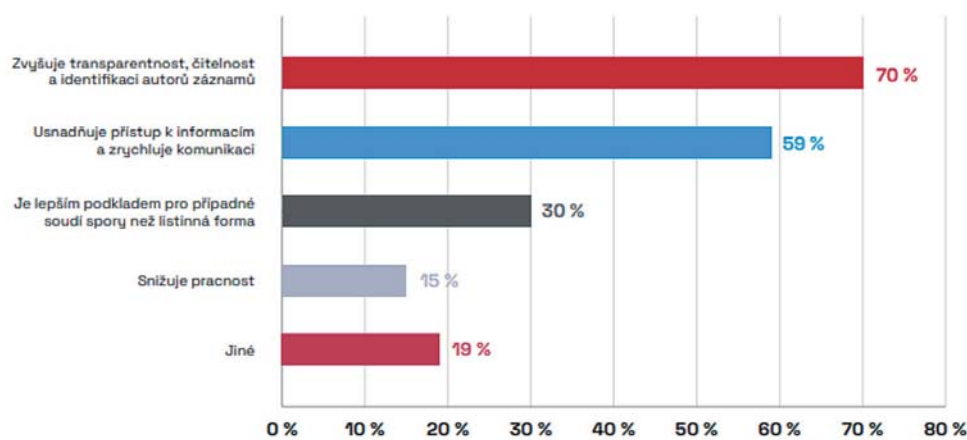
Digitalizace se také postupně dostává do centra pozornosti stavebních firem: „Na českém stavebním trhu jsme lídrem digitalizace a také jejím propagátorem. Na již realizovaných pilotních projektech jsme si totiž ověřili, že využití digitálních metod práce má obrovský přínos z hlediska transparentnosti, neboť umožňuje lepší přehled o realizaci zakázky a zlepšuje její kontrolu. Dalším výrazným přínosem je přesnost a vyšší efektivita práce. Informační modelování stavby vnímáme také jako příležitost, jak narovnat nejen smluvní vztahy mezi účastníky projektu a obecně zvýšit kvalitu projektové dokumentace. Co je však nutné si uvědomit, je, že díky digitalizaci se stavby nezlevní, protože na počátku je třeba do této oblasti investovat. V delším časovém horizontu však lze očekávat, že digitalizace přinese také úspory,“ doplňuje přínosy digitalizace Ondřej Novák, předseda představenstva společnosti STRABAG a.s.

Stavební společnosti připouštějí, že nižší využití digitalizace ve stavebnictví vede k nižší produktivitě v rámci některých činností. Pro toto se vyslovilo na 54 % dotázaných. Zbýlých 26 % se domnívá, že je tomu naopak. „Naše

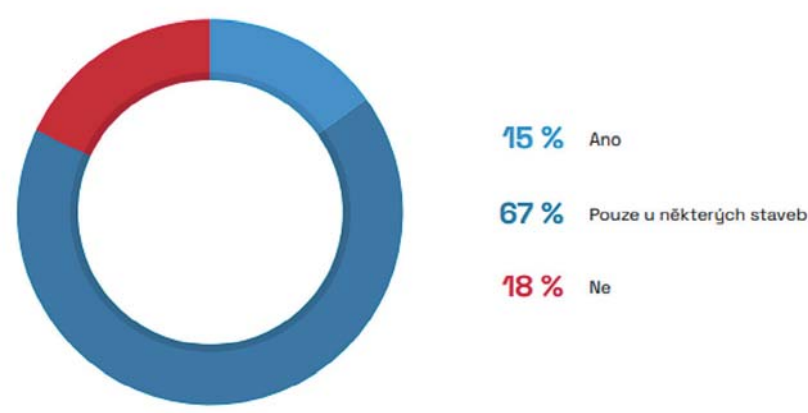
společnost se postupně snaží implementovat digitalizaci do inženýrské práce. Je to však běh na dlouhou trať, protože to vyžaduje vyškolení zaměstnanců a nákup investičně nákladného softwaru. Jako první krok jsme se pustili do digitalizace našeho papírového archivu, který obsahuje desetitisíce položek. Naším cílem je mít vše v přehledném prostředí, kde si uživatel zájmou lokalitu nejdříve najde na mapě a posléze se mu k nalezené položce otevřou i archivované dokumenty. Začali jsme také využívat inteligentní datové úložiště, které umožňuje práci na projektu širokému kolektivu zaměstnanců, a to včetně přístupu zaměstnanců jiných organizací, kde veškeré dokumenty jsou automaticky verzovány. Věnujeme se i problematice BIM,“ popsala své zkušenosti s digitalizací Lucie Bohátková, členka představenstva a obchodní ředitelka společnosti SG Geotechnika a.s.

Investora zajímá konečná cena stavby v souvislosti s její kvalitou. Zajímavou informací tedy může být, že u některých staveb by podle 67 % dotázaných stavebních společností mohla vést digitalizace výstavby, včetně její robotizace, k nižším nákladům na výstavbu. Dalších 15 % dotázaných se domnívá, že by tato situace vedla ke snížení nákladů u všech staveb. O opaku je přesvědčeno pouze 18 % dotázaných. (tz)

Jaké jsou vaše zkušenosti s elektronickým stavebním deníkem v praxi?



Mohla by celková digitalizace stavebnictví vést k nižším nákladům na výstavbu?



Prioritami českých podnikatelů do budoucna jsou nejen energie za přijatelné ceny

Podnikatelé sdružení v Hospodářské komoře České republiky představili vybrané priority, které budou prosazovat v průběhu českého předsednictví v Radě Evropské unie. Formulovali je do dokumentu Evropa přátelská k podnikání, kterou lze stáhnout z internetových stránek Hospodářské komory ČR.

„V kontextu ruské invaze na Ukrajinu je hlavní prioritou podnikatelů, aby se zvýšila energetická nezávislost a autonomie EU. Nejde ale jen o to, aby domácnosti a podniky měly spolehlivé dodávky energií, ale také abychom tyto energie nakupovali za přijatelné ceny,“ uvedl prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý.

Aby bylo možné zajistit dostupné ceny pro koncové spotřebitele, budou podle něj nezbytné buď fiskální, nebo regulační zásahy členských států. Veškerá opatření týkající se podnikatelů, ať už na úrovni členských států, nebo na evropské úrovni, by podle Hospodářské komory měla být úzce konzultována s příslušnými akty.

„Nezbytné bude posílení investic do plynové infrastruktury a odstranění problémů úzkých hrdel, která ohrožují bezpečnost dodávek především v zemích bez přístupu k terminálnímu zkapalněnému zemnímu plynu (LNG). Kromě budování infrastruktury bude zásadní

zajištění solidarity mezi členskými státy, aby nedošlo k ohrožení bezpečnosti dodávek v členských státech bez přímého přístupu k dodávám LNG,“ dodal Vladimír Dlouhý.

Podle něj je pro Českou republiku jako zemi s proexportně orientovanou ekonomikou důležité, aby evropská obchodní politika byla postavená na postupném otevírání mezinárodních trhů pro evropské zboží, služby, investice a veřejné zakázky a na odstraňování neodůvodněných obchodních překážek ve třetích zemích.

„Proto podporujeme pokračující rozšiřování obchodních dohod EU (Indie, Indonésie, Austrálie, Nový Zéland, Chile) a ratifikace (EU-Mexiko). Zároveň považujeme za důležité udržet úzké vztahy mezi EU a Spojeným královstvím,“ sdělil s tím, že obchodní dohody považuje za vhodnější nástroj pro udržování lidských a environmentálních práv ve třetích zemích, než když tuto odpovědnost bude EU přenášet ze státních institucí na podnikatele.

Vladimír Dlouhý zároveň připomněl, že si vláda ČR v rámci svých priorit definovala také dvě oblasti, které přímo souvisí s českým obrovským průmyslem: Posílení evropských obranných kapacit a bezpečnost kybernetického prostoru, a dále Strategickou odolnost evropské ekonomiky. Je proto klíčové, aby se ČR zasadila o větší obranyschopnost EU.

Vedle energetické bezpečnosti bude podle podnikatelů jedním z klíčových úkolů českého předsednictví, aby se nastartovaly práce na posílení surovinové bezpečnosti Evropy. „Musíme vědět, kde máme zdroje klíčových surovin, jaké jsou alternativy a jak zajistit dlouhodobost spolupráce s těmito zeměmi s pomocí dohod o volném obchodu a evropských investic. Proto od českého předsednictví očekáváme, že začne projednávat novou surovinovou strategii Evropské unie a že od počátku u toho budou zástupci evropského business,“ uvedl viceprezident Hospodářské komory Tomáš Prouza.

Právě Česká republika je jedním z členských států, který nejvíc těží ze čtyř základních evropských svobod – volného pohybu zboží, služeb, kapitálu a lidí. „Vedle odstraňování překážek pro obchod proto očekáváme, že se české předsednictví soustředí právě na volný pohyb osob a na zjednodušení podnikání ve službách. Uvítali bychom, aby druhé české předsednictví navázalo na to první a více se věnovalo odstraňování bariér volného trhu, a zejména pak uvolnění trhu se službami, protože poslední roky překážek volného trhu spíše přibývá, stejně jako administrativní zátěže. Přínosnou změnou by byla například jednotná evropská registrace k DPH, která by v praxi měla znamenat možnost zaregistrovat se v rámci celé EU pouze jed-

nou, pod jedním identifikátorem,“ je přesvědčen Tomáš Prouza.

Podle Hospodářské komory by české předsednictví mělo udělat všechno pro to, aby se návrhy na zjednodušení povolování výstavby obnovitelných zdrojů, výstavby broadbandové infrastruktury nebo právě jednotná registrace k DPH v celé EU dotáhly co nejdříve k implementaci.

„Na závěr se chci dotknout ještě jednoho tématu, a to je zdravotnictví. Evropa se v minulosti vzdala schopnosti produkovat strategické výrobky – a jedním z nich jsou léky. Tématem českého předsednictví proto musí být i strategická suverenita EU a schopnost vyrábět věci, bez kterých se neobejdeme. Farmaceutická výroba je jednou z klíčových oblastí, na které je třeba se soustředit tak, abychom podpořili farmaceutickou výrobu v členských zemích a aby české předsednictví zahájilo práce na dlouho plánované revizi unijní lékové legislativy. Je nutno podporovat vznik a rozvoj vědeckých pracovišť, podpořit nejen rozvoj výzkumu, výroby a výroby onkologických léků stejně jako rychle rozpracovat projekt Evropského prostoru pro zdravotní data, který umožní lidem lépe spravovat data o svém zdravotním stavu a zdravotní informace využívat i pro lepší tvorbu veřejných politik,“ uzavřel Tomáš Prouza. (tz)

Nakupujeme nemovitosti v zahraničí, zajímavá je Albánie

Zájem Čechů o koupi nemovitosti v zahraničí dlouhodobě roste. Tento trend ovlivnila pandemie koronaviru, ale také rostoucí inflace, která nutí Čechy přemýšlet o svých investicích. Koupě nemovitosti se řadí k těm nejistějším, ale tuzemské ceny domů a bytů v posledních letech vyrostly do závratných výšin. I proto se Češi stále více obracejí na zahraniční trh. Mezi nejoblíbenější destinace patří ty středomořské, jako Španělsko, Itálie nebo Chorvatsko. Díky cenové výhodnosti, panenské přírodě a zvyšujícím se investicím do výstavby se do přední dostává také Albánie. Na co si ale při koupi zahraniční nemovitosti dát pozor?

Takzvaný druhý domov je český fenomén už z dob první republiky. Jeho pořízení má nesporné výhody, jakými jsou rekreace, zhodnocení investice a výnos z pronájmu nemovitosti v době, kdy ji sami nevyužíváte. Jenže najít vhodnou chatu či chalupu v Česku za rozumnou cenu je v posledních letech prakticky nemožné. I proto se lidé stále častěji obracejí na zahraniční trh s nemovitostmi. Z výzkumu Asociace českých stavebních spřítelem vyplývá, že o koupi rekreačního bydlení v zahraničí uvažuje téměř 30 % Čechů.

Dobré investiční příležitosti nabízí například Itálie nebo Španělsko, kde se za relativně nízkou cenu dají pořídit rezidence v horším stavu. Po opravách ale jejich hodnota vzroste i několikrát. Nicméně rekonstrukce mohou být v zahraničí někdy komplikované a kvůli vzdálenosti nemáte o probíhajících úpravách podrobný přehled. „Alternativou bez dalších nutných investic a starostí jsou apartmány v Albánii, kde lze plně vybavený byt 2+kk pořídit za necelé dva milióny korun. Největší zájem o byty je v přístavním městě Drač, které je od hlavního albánského města, a tedy i letiště, vzdáleno jen půl hodiny. Obvykle jde o apartmány v novostavbách kousek od pláže a promenády s obchody a restauracemi,“ uvedl Daniel Mikulka ze společnosti Myalbania.cz, která majitelům nemovitosti zajišťuje proces nákupu, základní služby jako údržbu, úklid, doprovodné služby turistům v podobě výletů a zážitků, ale také pomoc se zajištěním pronájmu, kdy majitelé nemovitost nevyužívají.

Nejen jazyk může být překážkou

Podobně jako koupě nemovitosti v Česku má svá specifika či rizika také investice v zahraničí. Tím prvním je jazyková bariéra, která může být nebezpečná především v momentě podpisu



právně závazných dokumentů. I proto se doporučuje nechat si všechny důležité dokumenty přeložit profesionální agenturou do češtiny. Kupující by si měl nemovitost prověřit v registru, případně zkontrolovat i to, komu patří sousedství, nebo jaký je stav nemovitosti. „Albánie přijala zákon o ochraně zahraničních investic a jako oficiální žadatel o členství v EU začala aplikovat její legislativu. Přesto zde nemá nákup nemovitosti stejné parametry, na jaké jsme zvyklí. Rozdíl je především v problematice katastrálních rejstříků a smluv. Ale také v kulturních rozdílech a lokálních zvyklostech v obchodu s nemovitostmi, které se velmi liší od české reality. Důležité je také se předem informovat o daních a poplatcích, které souvisejí s koupí nemovitosti v dané zemi. V Albánii se daň z převodu nemovitosti neplatí, ale majitel bytu musí uhradit 15% daň ze zisku, pokud se rozhodne nemovitost po čase prodat,“ vysvětlil Mikulka, který v této balkánské zemi pomáhá zájemcům o koupi bytu s nutnou administrací a jazykovou bariérou.

Podcenění rozdílů kultur a zvyklostí

Asi největší chybou, kterou dělají Češi při nákupu nemovitosti v zahraničí, je jejich představa, že všude funguje obchod s nemovitostmi stejně jako v ČR. Je však mnoho rozdílů jak právních, tak kulturních, které takový obchod ovlivňují. Pokud neznáte lokální zvyklosti, může se stát z nákupu dovolenkové nemovitosti noční můra. Například v Asii si pořídit vilu, ale nezískáte zápis v katastru. Ve Španělsku, pokud neobýváte

apartmán více než šest měsíců, se do vašeho objektu mohou nastěhovat squatteři a vy je nemůžete legálně vystěhovat. V Albánii vám prodají nemovitost, podepíšete dokumenty u notáře, a až potom se dozvíte, že apartmán nemá stavební povolení nebo mu chybí kolaudace. „Mnoho klientů je překvapeno, když jim vysvětlujeme, co všechno na nemovitosti prověřujeme z právního hlediska. Mimo to, že nesmí být na nemovitosti zástavní práva a věčná břemena zapsaná v katastru. Nemovitost klientovi nedoporučíme, pokud fyzicky nezkontrolujeme stavební povolení, rozhodnutí o kolaudaci, vypořádání půdy pod bu-

dovou nebo převody mezi minulými vlastníky. A mnoho dalšího. Úplně samostatnou disciplínou je číslo nemovitosti. Aby klient skutečně dostal svůj apartmán nejen fyzicky, ale aby byl i v katastru zapsán správný apartmán se správným číslem. Jde zejména o investiční nemovitosti a pro ty je právní stav nejdůležitější. Bez kompletní dokumentace budete za čas takovou nemovitost prodávat jen obtížně, případně výrazně pod cenou. Albánci mají krásnou vlastnost. Na každou otázku dostanete odpověď, kterou chcete slyšet. Bohužel až při hloubkové kontrole dokumentů se ukáže, že nemovitost nevyhovuje běžnému evropskému standardu právního stavu nemovitosti, kterou si chce klient pořídit,“ dodal Daniel Mikulka.

Zisk z pronájmu

Zahraniční nemovitost Češi kupují především z důvodu rekreace, pokud ale druhé bydlení nevyužívají celoročně, může jim apartmán u moře vydělávat díky pronájmu. Podle Daniela Mikulky je Albánie ideální investicí. „Šest měsíců dlouhá sezóna v Albánii je základním předpokladem pro dobrý výdělek z pronájmu. Díky rychlému rozvoji se navíc Drač stává atraktivnějším místem než jižní část Albánie. Přístavní město se stává středobodem země, a právě tam aktuálně míří ty nejvýznamnější investice do základní infrastruktury i rozvoje turistických služeb. Investice se projevují na zvyšování cen realit. Za poslední tři roky vzrostly ceny na trhu s nemovitostmi o 30 %. Zakoupený apartmán tak vydělá pronájmem i vzrůstající tržní hodnotou.“ (tz) myalbania.cz



Investiční program Vantage Capital pomůže firmě Maple Bear rozšířit síť franšizových škol ve střední a východní Evropě

Čtyři roky po vstupu do střední a východní Evropy Maple Bear Global Schools, největší a nejrychleji rostoucí franšiza dvojjazyčných školek, základních škol na světě, zahájila spolupráci se společností Vantage Capital. Díky ní získá v tomto regionu investici 100 miliónů eur.

Investiční program Vantage pro Maple Bear Central & Eastern Europe se skládá ze čtyř částí: ■ kapitálová investice do regionální centrály, z níž bude financován nábor až 70 dalších členů týmu, kteří posílí podporu vzdělávání nabízené majitelům škol Maple Bear, učitelům a dětem a pomohou urychlit rozšiřování sítě škol v celém regionu,

■ kapitalizace společnosti Maple Bear Polska, která s pomocí místních polských akcionářů plánuje otevřít více než čtyřicet škol,

■ kapitalizace společnosti Maple Bear Czech Republic s cílem otevřít více než dvacet škol,

■ program financování nemovitostí, který umožní majitelům škol Maple Bear stavět velké vlajkové školky a školy v nejlepších lokalitách.

V České republice partnerství se společností Vantage pomůže urychlit zavádění škol a školek Maple Bear do praxe a oslovit seriózní investory do franšizové sítě škol Maple Bear.

„V regionu roste poptávka po dvojjazyčném vzdělávání, kterou naše školy mohou ideálně uspokojit. Náš franšizový koncept se osvědčil díky úspěšnému zahájení činnosti v Bulharsku, Rumunsku, Srbsku, na Ukrajině a brzy i v Albánii. Nyní nám partnerství se společností Vantage Capital dává finanční sílu k dosažení našich ambiciózních růstových cílů: vybudovat v regionu síť více než dvou set škol,“ řekl Yann Bidan, generální ředitel společnosti Maple Bear ve střední a východní Evropě.

Maple Bear je prémiová značka a nabízí kompletní kanadské dvojjazyčné výukové metodiky a strategie s využitím kanadských a místních učebních osnov v plném souladu s místní-

mi vzdělávacími předpisy. V současné době existuje více než 570 franšiz Maple Bear pro předškolní, základní a střední školy ve více než 30 zemích.

„Maple Bear nabízí to nejlepší z kanadského vzdělávání pro globální budoucnost a je světovou jedničkou v poskytování dvojjazyčného vzdělávání. Vštěpuje studentům dovednosti kritického myšlení, které jim zajistí úspěch v rychle se měnícím světě,“ uvedl zakladatel a předseda představenstva Maple Bear Global Schools Rodney Briggs. „Naším školám poskytujeme bezkonkurenční podporu prostřednictvím vlastních učebních osnov vyvinutých kanadskými a místními pedagogy a díky podpoře téměř 300 kanadských učitelů, kteří školí a podporují naše učitele Maple Bear po celém světě.“

„Spolupráce a kooperace jsou základními kameny filozofie Maple Bear. Naším cílem je mít prospěšná partnerství,“ sdělil Arno Krug, generální ředitel Maple Bear Global Schools. „A jsme rádi, že můžeme navázat toto nové

partnerství se společností Vantage Capital, která sdílí naši filozofii. Těšíme se na rychlou expanzi Maple Bear ve střední a východní Evropě, abychom zde rodinám poskytli možnost využívat prvotřídní vzdělání za rozumnou cenu.“

Ve střední a východní Evropě má Maple Bear v současné době deset škol, které jsou v provozu nebo v procesu implementace, a to v Rumunsku, Bulharsku, Srbsku, Albánii a na Ukrajině. Díky partnerství s Vantage Capital plánuje v příštích deseti letech dalších 200 nových škol ve 22 zemích.

„Před dvěma lety jsme se rozhodli zaměřit na příležitost v oblasti vzdělávání prostřednictvím naší nové divize s názvem Vantage Best in Class. Jsme rádi, že naše plány dostaly svého názvu. Partnerství s Maple Bear je skutečně Best in Class a společně se nepochybně staneme lídry v oblasti prémiového dvojjazyčného vzdělávání v regionu s více než 250 milióny obyvatel,“ poznamenal Luc Albinski, výkonný předseda představenstva společnosti Vantage Capital. (tz)

Na český trh letos vstoupilo 15 nových značek

Za prvních šest měsíců letošního roku na český maloobchodní trh vstoupilo již 15 nových značek. Při srovnání prvních pololetí uplynulých let je to nejvíce od roku 2018, kdy vysoký počet nováčků přilákal otevření outletu u pražského letiště. Ve druhé polovině roku bývá počet nových příchozích brandů tradičně vyšší než v té první, a to především díky vánoční sezóně. Dá se tak očekávat, že letos bude nováčků podobné množství jako loni, kdy jich k nám vstoupilo 38.

Jan Kotrbáček, partner a vedoucí týmu pronájmu maloobchodních prostor pro střední a východní Evropu, Cushman & Wakefield, k tomu řekl: „Český maloobchodní trh je pro mezinárodní brandy stále přitažlivý, mnohdy je pro ně prvním v regionu střední a východní Evropy, na kterém testují svůj úspěch. Ani koronavirová pandemie na tom nic nezměnila, zákazníci se po skončení omezení do značné míry vracejí k nákupům v kamenných obchodech, a zdejší kupní síla je pro značky atraktivní.“

Valná většina nově příchozích otevřela svou první prodejnu v Praze, šest jich vzniklo na hlavních nákupních třídách v centru města (high street), pět v obchodních centrech, což je pro značky vstupující na český trh obvyklé. Patrný je nyní ale i trend otevírání prodejen v administrativních budovách. Tuto možnost rády využívají značky zaměřené na technologie nebo na design. Na velkorysých plochách v moderním prostředí zde mohou odprezentovat své produkty a služby relevantní cílové skupině potenciálních zákazníků, kteří v kancelářských budovách pracují, zároveň jde zde pro ně dostupnější nájemné.

Především móda z Francie

Čtyři značky k nám přišly z Francie, dvě ze Slovenska, ostatní země původu jsou zastoupeny po jedné. Nejčastěji jde – v souladu s dlouhodobým trendem – o prodejce oblečení nebo doplňků, přičemž poměr těch, kteří cílí na tzv. massmarket, a těch luxusních/premiových, je vyvážený. Tři značky jsou z nyní populárního segmentu vybavení a doplňků pro domácnost, ve dvou případech jde o F&B.

Jan Kotrbáček, partner a vedoucí týmu pronájmu maloobchodních prostor pro střední a východní Evropu, Cushman & Wakefield: „Otevření obchodů mnoha značek až v první polovině letošního roku se dá samozřejmě do jisté míry přisuzovat nejistotě a restrikcím spojeným s pandemií posledních dvou let. Řada jich například nemohla dokončit vybavení prodejny v plánovaném termínu kvůli chybějícímu materiálu pro výrobu nábytku a zařízení. Všechny procesy dnes trvají o trochu déle a ve všem se ukazuje určitá setrvačnost, až dva tři roky. Jako pozitivní vnímám fakt, že zákazníci mají stále chuť a potřebu nakupovat – nejen z nutnosti, ale i pro potěšení. Značky tak nadále mají důvod budovat nové a atraktivní fyzické obchody, aby své zboží co nejvíce přiblížily zákazníkům. Dbají přitom jak na kvalitu obchodních prostor, tak na lokalitu, kde je umístí.“

Chování hráčů na maloobchodním trhu



ilustrační foto Pixabay

Značky, které na český maloobchodní trh nově vstoupily v prvním pololetí roku 2022

značka	země původu	sektor	umístění	projekt	město
American Vintage	Francie	oblečení	High Street	Slovanský dům	Praha
Balenciaga	Španělsko	oblečení	High Street	Pařížská	Praha
Chanel	Francie	oblečení	High Street	Pařížská	Praha
Q/S by s.Oliver	Německo	oblečení	Obchodní centrum	OC Futurum Kolín	Kolín
Jacadi Paris	Francie	oblečení	High Street	Široká	Praha
iFlow	Rakousko	sportovní móda	Outlet	Freeport Fashion Outlet	Hatě
GymBeam Fitness Hub	Slovensko	sport	Administrativní budova	River Garden II/III	Praha
Teilor	Rumunsko	šperky	Obchodní centrum	Westfield Chodov	Praha
HP	USA	elektronika	Administrativní budova	City Green Court	Praha
Home&You	Polsko	vybavení a doplňky pro domácnost	Obchodní centrum	Arkády Pankrác	Praha
Materasso	Slovensko	vybavení a doplňky pro domácnost	Obchodní centrum	OC Spektrum	Praha
Tefal	Francie	vybavení a doplňky pro domácnost	Obchodní centrum	Westfield Chodov	Praha
Caffè Pascucci	Itálie	Food & Beverage	High Street	Dušní	Praha
L'or Café	Nizozemsko	Food & Beverage	Administrativní budova	City Green Court	Praha
Cleopatra Ink	Turecko	ostatní	High Street	Jungmannova	Praha

ovlivňují i další výzvy, jež doba přináší. Podle Jana Kotrbáčka tak například i válka na Ukrajině na určitou dobu paralyzovala rozhodovací procesy obchodníků: „Ti se ale poměrně rychle zorientovali a přizpůsobili se nové situaci – mnoho jich například uzavřelo velké množství prodejen v Rusku, ale jistě se budou snažit tento trh nahradit, třeba právě v České republice a okolních zemích střední a východní Evropy. Ty mohou být částečnou alternativou a Česko jistě bude pro značky atraktivním trhem.“

Luxusní značky a nové projekty zvyšují atraktivitu Pařížské

Jan Kotrbáček podotkl: „Nejvýznamnějšími vstupy jsou letos luxusní značky Chanel a Balenciaga, které své první prodejny v Česku otevřely v červnu v pražské Pařížské ulici. Obě významně zatraktivní tuto již dnes velmi žádanou a prestižní lokalitu a posílí severní část ulice, kde se chystají zásadní retailové projekty Staroměstská brána a Pařížská 25.“

Jediná a největší prodejna značky Chanel ve Střední Evropě se otevřela naproti Staronové synagoze, čímž se rozšířila atraktivita Pařížské ulice směrem k Vltavě a budoucímu hotelu Fairmont Golden Prague Hotel. Území kolem něj nyní prochází zásadní revitalizací, v přízemních prostorách vznikne řada nových maloobchodních prostor, které nabídnou výjimečné možnosti pronájmu luxusním značkám. Podobně zajímavá pro ně bude velice zdařile rekonstruovaná budova Pařížská 25, která nabídne přes

900 m² retailové plochy. Oba tyto významné projekty zásadním způsobem zatraktivní tuto část Pařížské ulice.

Příchody převládají nad odchody

Maloobchod je dynamické odvětví, v němž dochází k velkému pohybu značek: nové koncepty a brandy přicházejí, ale i odcházejí. Jde o přirozený vývoj, k němuž dochází v jakékoli době a po celém světě. Největší pohyb bývá v módním segmentu, kde je obecně velká konkurence, a to jak v kamenných obchodech, tak v prodeji online. Poslední dva roky pod vlivem covidových opatření situaci samozřejmě zkomplikovaly a pro některé hráče bylo těžké udržet se vedle módních řetězců, které nabízejí podobné zboží na větších plochách. Ty jsou obecně schopné vyjednat si lepší nájemní podmínky, a pro menší hráče je tak boj o udržení pozice náročný.

Český trh v posledních dvou letech opustily třeba módní značky Promod, Camaieu či Pietro Filippi. O udržení pozice vloni bojovalo i Celio, jež našťastí našlo nového partnera pro český a slovenský trh, kde nakonec zůstalo v jeho zastoupení a tvrdě pracuje na revitalizaci pozice a výkonu značky. Zatím se zdá, že se to partnerovi, společnosti CSAG, daří, a to zejména díky dobře nastavené omnichannel strategii.

Mnohdy je odchod součástí dlouhodobé strategie značky nebo důsledkem zjištění, že pro ni daný trh nefunguje. Příchody ale každopádně převládají a mnohé značky si Česko volí jako

hlavní destinaci pro vstup do středoevropského regionu. Jde přitom o zástupce všech módních segmentů: v tom luxusním u nás loni otevřela třeba prodejna Versace, letos Chanel a Balenciaga. Z prémiových značek stojí za zmínku zejména německý Anson's či Manuel Ritz, vstoupil k nám také polský multibrand Halfprice, prodávající zlevněné premiové zboží. Na massmarket zamířili třeba Modivo či Heavy Tools, nejvýznamnějším příchodem byl loni na pražském Václavském náměstí Primark, který má letos otevřít další prodejnu v Brně.

Jan Kotrbáček situaci komentoval takto: „Uplynulé složité období přináší vítěze i poražené, přičemž štěstí vždy přálo připraveným a těm, kdo se dokážou nejlépe přizpůsobit novým podmínkám. Chování spotřebitelů se velmi rychle vyvíjí, mění se nákupní zvyklosti – a na to musejí brandy reagovat, aby udržely krok se stávajícími zákazníky a získaly nové. Je třeba neustále inovovat, investovat do digitalizace prodeje a do komunikace s klienty. Se zásadním a nepřírozeným omezením fungování klasického retailu, které přinesl covid, sice vzrostly online prodeje – což v menší míře pokračuje i nadále – ale do kamenných prodejen se zákazníci začali opět vracet. Roste tak celý objem retailu. Nicméně každá značka má svou životnost – a ta, která neinovuje, se stane irelevantní. Nezbytností je promyšlená omnichannel strategie, jež díky kombinaci fyzických a online prodejen pomáhá zůstat pro zákazníky relevantní a vyhovět všem jejich potřebám.“ (tz)



Albert a banánové pečivo

Novinku na trh uvedl řetězec Albert Česká republika. Dává tak šanci neprodaným banánům. Ty využívá jako surovinu pro pečení speciálního sladkého chlebičku podle vlastních receptur. Podporuje tím snížení potravinových přebytků.

Test i samotné pečení probíhají v hypermarketu v pražských Nových Butovicích a dále se počítá s postupným rozšířením výroby do dalších hypermarketů.

Za každým produktem či surovinou se nachází spousta práce, energie i přírodních zdrojů. „Proto jsme se rozhodli vytvořit vlastní re-

cepturu pro pečivo s využitím neprodaných banánů, které mají ideální cukernatost pro pečení. V rámci vývoje jsme zkoušeli různé kombinace surovin, poměrů a chutí. Jako nejlepší nám vyšlo spojení speciální špaldové mouky, banánů a klikvy – brusinek,“ popsal Václav Bozděch, manažer vlastní produkce pečiva.

Chlebiček má atypický tvar, v půlce je nařiznutý, aby vzbuzoval dojem banánového listu. Banány mu dodávají vlákninu a klikva i pevnou a jemně nakyslou příchuť. „Špaldová mouka byla vybrána proto, neboť má spoustu výživových benefitů, jako je vláknina, minerály či vitamíny a je mezi našimi zákazníky velmi oblíbená,“ vysvětlil její výběr Václav Bozděch. (tz)

Pojištění nejčastěji od cestovky

Češi nepředpokládají, že by je během zahraniční dovolené postihla zdravotní indispozice, přesto se na ni pojišťují. Podle aktuálního průzkumu České asociace pojišťoven si cestovní pojištění nejčastěji sjednávají u cestovní kanceláře, čtvrtina ho má k platební kartě.

Blíží se prázdniny a po covidových letech si Češi chtějí užít dovolenou. Podle aktuálního průzkumu České asociace pojišťoven se před zahraniční cestou pojišťují.

„Na dovolenou do zahraničí jezdí 82 % Čechů, a to hlavně ti mladší. A cestovní pojištění řeší všichni, přesto, že v seznamu rizik, která by nás mohla v životě potkat, se zdravotní indispozice během zahraniční dovolené umísťuje až na posledním, 13. místě,“ upřesňuje Jana Hamanová z výzkumné agentury SC&C, která průzkum realizovala.

„Pojištění je jediná jistota, kterou si můžeme koupit a na dovolené zkrátka nechceme řešit nepřijemnosti,“ dodává Veronika Pavlisová, tiškovská mluvčí České asociace pojišťoven.

Pojištění rovnou se zájezdem

Nejčastěji, ve 38 %, si přitom pojištění sjednávají rovnou u cestovních kanceláří, nejvíce toto řešení láká ženy. „Pro klienty je samozřejmě výhodné, časově a organizačně, pokud si cestovní pojištění pořídí rovnou se zájezdem. A nestane se jim, že na něj zapomenou,“ uvádí Petr Koblížek, odborník na oblast cestovního pojištění České asociace pojišťoven. Druhou nejčastější variantou cestovního pojištění je to, které nám nabízí banka. Jako součást služeb navázaných na bankovní účet či platební kartu ho má 28 % respondentů. Tento způsob pojištění do zahraničí je přitom doménou spíše mužů. „Často mají klienti touto formou sjednáno celoroční cestovní pojištění, které je platné po celý rok. To je samozřejmě velmi pohodlné, ale doporučujeme se před samotnou cestou přesvědčit, zda je platné i pro cílovou destinaci a je sjednáno v dostatečném rozsahu, co se týče krytí pojistných rizik a limitů pojistného plnění pro jednotlivá rizika. Mělo by se vztahovat zejména na krytí léčebných výloh v zahraničí, včetně repatriace, ale mělo by obsahovat i pojištění odpovědnosti, úrazu, pojištění zavazadel nebo storno zájezdu.“

V pojistných podmínkách bychom měli přezkontrolovat, zda se pojištění vztahuje i na krytí zdravotních rizik specifických pro danou cílovou destinaci,“ upozorňuje Petr Koblížek. Nabídka své pojišťovny pak využívá 9 %, zdravotní pojišťovnu 5 % a až těsně před cestou si pojištění zajišťuje nejméně respondentů, a to 4 %.

Z připojištění vede odpovědnost

Při soukromých cestách do zahraničí u pojištění nejčastěji řešíme odpovědnost, a to v 93 %. Pro 81 % dotázaných je důležité i pojištění zavazadel. „Vzhledem k době sběru dat, kdy již končila protiepidemická opatření, respondenti nedávali přílišnou váhu riziku onemocnění covid-19 a pojištění proti němu deklarovali jen v polovině případů,“ upřesňuje Jana Hamanová. Přesto, že pandemie již Čechy tolik nepálí, storno zájezdu je stále v kurzu pro 48 % z nich. „Pojišťovny dnes nezřídka nabízejí kompletní balíčky pojištění, jejichž součástí jsou i žádaná pojištění. Celý trh se stále více přibližuje potřebám klientů, je tak přirozené a očekávatelné, že do budoucna se bude tato nabídka ještě rozšiřovat,“ uzavírá Veronika Pavlisová. (tz)

Nezapomeňte na knihu

ALBATROS MEDIA a.s.

www.albatrosmedia.cz

Neklidná krev

Robert Galbraith



Soukromého detektiva Cormorana Strika osloví s prosbou o pomoc žena, jejíž matka před čtyřiceti lety zmizela za podivných okolností. I přes malou šanci na objasnění odloženého případu se Strike a jeho parťáčka Robin Ellacottová pouštějí do vyšetřování. Záhy pochopí, že před sebou mají dáblsky složitou záhadu související s tarotovými kartami, pochybnými svědky a psychopatickým sériovým vrahem.

Od venuše po atomy

Veronika Chmelařová



Chcete dětem ukázat, že umění nemusí být nuda a porozumět mu může úplně každý? Tohle dobrodružství z prostředí výtvarné tvorby zaujme i uměleckými díly nepolíbené čtenáře a stane se skvělou pomůckou pro každého rodiče nebo učitele.

Čistí

Janek Kroupa



Politika, podsvětí, korupce. To vše se prolíná víc, než by se nám líbilo. Složitý propletenec vztahů prorůstá z podsvětí až do nejvyšších pater české politiky. A nejde jen o peníze nebo službičky kamarádům – může jít i o život. Kdosi v šeru totiž tahá za nitky a nepohodlné kumpány bez milosti odklízí. Ještě je tu ale jeden novinář a jeden policajt, kteří hodlají vše odhalit.

Volající

Jonathan Dylan Barker

Kontroverzní rozhlasová moderátorka Jordan Briggsová si nebere servítky. Na negativní reakce je zvyklá a nijak ji nepřekvapí, když se jeden z posluchačů rozhodne ozvat. Zakřiknutý Bernie se jí dovolá do ranní show a chce si zahrát hru. Jordan pobaveně souhlasí. Zdánlivě neškodná hra se ale rychle změnila ve vražedné běsnění, které oživí stíny dávno pohřbené minulosti.

Střepy na via Gemito

Domenico Starnone



Jak se vyrovnat s dětstvím stráveným ve stínu autoritativního a zahorklého otce? V silně autobiografické rodinné kronice jednoho z nejvýznamnějších současných italských spisovatelů ožívá genius loci italské Neapole druhé poloviny minulého století. Složitě vztahy, nenaplněné ambice, prokletí průměrnosti, žárlivost – to vše v sugestivním vyprávění, z něhož dýchá syrovost života.

Až uvidíš moře

Scarlett Wilková



V roce 1948 přijalo Československo tisíce uprchlíků, kteří za dramatických okolností opustili občanskou válkou rozdělené Řecko. S první vlnou emigrantů přichází i desetiletá Sotiria – neumí česky, o svých rodičích nemá zprávy a neví, co s ní bude. Roky plynou a na pozadí jejího osudu se odvíjí rodinná saga plná tajemství a stesku po rodné zemi.

Rozvod šestkrát jinak

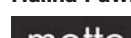
Petra Soukupová, Radek Ptáček, Pavel Bušta, Petra Dvořáková, Michal Sýkora, Tereza Semotamová, Ondřej Buddeus



Máloco způsobí v dětské duši takový zmatek jako rozvod rodičů. Dá se toto náročné období zvládnout, aniž by si z něj děti odnesly trauma? Jak jim vše vysvětlit? A jaké problémy přináší rozvod do světa dospělých? Nejen o tom pojednávají povídky předních českých spisovatelů, které doplňují ilustrace zavedených výtvarníků.

Zájezd snů

Halina Pawłowska



Zájezd snů je knížka povídek, ve kterých hraje hlavní roli cestování a konkrétní místa ve světě i u nás. A nenajdete v ní jen rady a nečekané pointy, ale i moudré postřehy a hodně optimizmu a smíchu.

Sama v Tokiu

Marie Machytková



Fascinující příběh novinářky, která propadla japonské kultuře. Kam až může člověka zavést jedno nenápadné rozhodnutí naučit se kaligrafii? Proč má Japonsko sílu vás zničit i zachránit zároveň? A jaké to je, být úplně sama ve světě, kde je intimním gestem i podání ruky?

Pravidla skutečných ninjů

Petra Štarková



Do třídy přišel nový kluk a s ním spousta problémů. S nikým se nebaví, sprostě nadává, a navíc se pere. Spolužáci zjišťují, že to s ním nebude lehké. Ale jednoduché to nemá ani sám Ivoš. Naštěstí je tady Lenka, sociální pracovnice věnující se bojovému umění. Díky ní a knize o ninjeh se Ivoš stane následovníkem umění starodávných bojovníků.

Ocelové srdce

Albert Čuba



Pasák a jeho prostitutka, noční recepční v jediném velkém hotelu ve městě, herecká hvězdička z Prahy, zkorumpovaný politik a jeden rádobý investigativní novinář. To nemůže dopadnout dobře! Krátká akce, která měla být dílem jediné noci, se tak trochu zvrtné. Někdo přijde o život hned a někdo až později. Vítejte ve městě, kterému se říká černé...

Naše kavárna

Klánovi majiteli Tesla investiční společnosti

Majoritními majiteli Tesla investiční společnosti se stali bratři Martin a Václav Klánovi, kteří se dosud v rámci řízení rodinné skupiny Amadeus Real Estate věnovali oblasti developmentu a realit.

RSBC řídí P. Oršulík

Investiční skupina RSBC má nového generálního ředitele. V čele skupiny stojí Petr Oršulík.

Změny v České distribuční

Adam Kotík zaujal pozici provozního ředitele společnosti Česká distribuční. Nahradil Jaroslava Staňka, který se stal ředitelem obchodu.

Sponzoring, charita, pomoc

Pro nerušený spánek miminek

V českých perinatologických centrech mají pro miminka přichystána speciální hnízdečka zvaná Neobed, která jim imitují prostředí v matčině děložce. Na nákup hnízdeček bude opět přispívat značka plenek Pampers ve spolupráci s organizací Nedoklubko a svými zákazníky. Zapojit se může jednoduše úplně každý – stačí zakoupit jakýkoli produkt (nebo rovnou celou zásobu!) Pampers v prodejnách Tesco a automaticky přispěje na nákup hnízdeček Neobed organizací Nedoklubko. Hnízdečka Neobed jsou z jemného a snadno vyčistitelného materiálu, který je příjemný na dotek a tvarem připomíná děložní lůžko. Miminka v něm zaujmají polohu, jakou by za jiných okolností měla v děložce. (tz)

Lego naší legislativy

Dovolená s vypůjčeným autem

Mnoho lidí, kteří na dovolenou zamíří letecky, chce navštívit zajímavá místa v okolí dovolenkové destinace, a tak si v dané zemi půjčí auto. S cestováním po vlastní ose autem z půjčovny však vyvstávají i možné nástrahy. dTest popsal několik rad, jak při půjčení vozu postupovat a na co si dát pozor. „Již před odletem se podívejte, jaké jsou možnosti půjčení auta v zemi, kam se chystáte. Především je dobré znát přibližnou cenu,“ uvádí ředitelka spotřebitelské organizace dTest Eduarda Hekšová. Některé půjčovny umožňují uzavřít smlouvu přes internet. Může to být levnější než přímo na místě. Je také dobré si zjistit minimální věkovou hranici pro půjčení auta. „Mladým řidičům může být účtována vyšší cena za půjčení auta nebo také mohou být omezení ve výběru typu,“ upozorňuje Hekšová. Před odletem si můžete také nastudovat recenze a smluvní podmínky jednotlivých autopůjčoven. Ty bývají zveřejněny na webových stránkách společnosti.

Je dobré se ujistit a zkontrolovat, jaká bude konečná cena, včetně všech poplatků, pojištění a podobně. V rámci pojištění vozu doporučujeme si zjistit, co všechno je v daném pojištění zahrnuto. Jestli by v ceně nebyla situace, kterou byste považovali za závažnou, můžete auto nechat připojistit.

Autopůjčovna po vás bude vyžadovat doklady, jako je doklad totožnosti, platný řidičský průkaz a platební kartu (s dostatečným limitem). Pokud dojde k uzavření smlouvy a auto vám bude předáno, doporučujeme, abyste si jej před odjezdem zkontrolovali, případně zdokumentovali jeho stav (fotografie, video). Je vhodné takto postupovat i při vrácení auta zpět. „Fotografie či video vám bude sloužit jako důkazní prostředek, abyste dokázali, že jste auto nijak nepoškodili,“ doporučuje Eduarda Hekšová. Kromě vnějšího stavu doporučujeme zdokumentovat i interiér vozidla. Například si můžete vyfotit stav najetých kilometrů nebo stav nádrže. Je velice pravděpodobné, že autopůjčovna po vás bude chtít při vrácení stejný stav nádrže jako při půjčení.

Jelikož si nejspíše budete půjčovat auto v zahraničí, pro přeshraniční spory je dozorovým orgánem Evropské spotřebitelské centrum (ESC) v rámci Evropské unie. „V případě problémů s autopůjčovnou se můžete na ESC obrátit. Zajišťuje i tzv. mimosoudní řešení sporů (ADR), kterým se snaží zajistit dohodu mezi podnikatelem a spotřebitelem před soudní rozepří,“ uzavírá Hekšová. (tz)

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

Kyberkultura, hackeři a digitální revoluce

Petr Mareš

IS touto knihou budete sledovat dramatický vývoj kyberkultury od zrodu kyberpunku, přes vznik globální sítě, původně navržené ke svobodnému šíření informací a virtuální spolupráci, až po dnešní dobu postfaktickou, využívající internet k marketingovým účelům, propagandě a šíření dezinformací. Dozvíte se o zásadních hnutích a novodobých hrdinech bojujících za digitální svobodu, kteří se snaží o zachování internetu jako decentralizované zóny v době, kdy se jeho vývoj ubírá už zcela opačným směrem – podléhá mocenské kontrole, cenzuře a tržní monopolizaci.

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

TraDIÁŘ 2023

Martina Viktorie Kopecská,

Martina Boledovíčová

TraDIÁŘ spojuje kalendář jmenný, občanský a liturgický s cyklem přírody a zemědělským rokem. Jednou měsíčně nám navrhuje možnou aktivitu spojenou s proměňující se přírodou nebo významnými dny. Součástí je také 12 originálních textů farářky Marty Viktorie Kopecské, které nás vybízejí k zamyšlení nad koloběhem roku, jeho tradicemi a svátky. Tento diář vám poradí, jak zařadit do života denní, týdenní, měsíční i roční rituály a jak nepromeškat významné dny. Budeme tak vědět, kdy a co je Tučný čtvrtek, kdy nás čeká svatomartinské posvícení nebo kde se vzal Den matek.

INZERCE

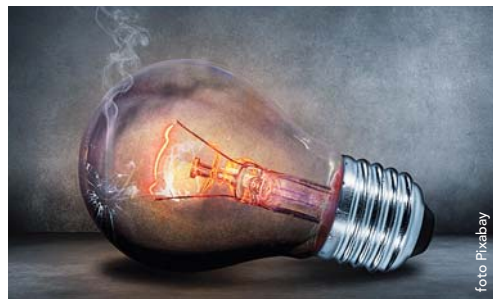
Účetní a poradenská firma
FISKUS CZ s.r.o.
vám nabízí:

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

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

Distribuční složka u energií: obce kvůli ní trátí statisíce, firmy přehlížejí špatné nastavení kapacit

Řada tuzemských obcí a firem při současných cenách energií zanedbává nastavení distribuční složky u elektřiny, která však umožňuje výrazně zredukovat náklady. V případě obcí či měst může jít i o statisíce korun ročně, nejčastěji díky výměně naddimenzovaných jističů a přenastavení špatně zvolené sazby. Podniky pak zpravidla doplácejí na nevhodně nastavené rezervované kapacity, často je překračují a platí zbytečně velké náklady navíc. Řešením je pro ně instalace hlídání maxim spotřeby či změny v nastavení procesů při startu provozu podniku.



jasný trend – obchodní ceny se u různých velkých dodavatelů liší jen minimálně. Když ale provádíme analýzu distribučních sazeb, je zřejmé, že některé obce či města platí zbytečně výrazně více, než by musely. V malých obcích se bavíme o možné roční úspoře kolem 10 000–40 000 Kč. U těch velkých pak jde o statisíce ročně. Nedávno jsme dělali analýzu okresního města s 35 000 obyvatel, kde jsme našli potenciál úspory pouze na optimalizaci sazeb a jističů 700 000 korun ročně,” uvedl Pavel Urubek.

Nevýhodné sazby pro obce či městské části jsou typicky nastavené kvůli naddimenzovaným jističům. Pro jedno odběrné místo to může znamenat náklad okolo 1500 korun ročně navíc. „Pokud jich ale daný subjekt má několik stovek, jde o řádově vyšší částku, kterou městská část či obec platí úplně zbytečně,” řekl Pavel Urubek s tím, že

řada municipalit si těchto nákladů navíc není vědoma, případně považuje optimalizaci jističů vzhledem k počtu odběrných míst za příliš složitou. „Když však slyší, že mohou statisíce korun ušetřit každý rok, a ne pouze jednorázově, často změni názor. Mezi obecní exekutivou je však tato problematika stále spíše opomíjená, řeší totiž primárně obchodní složku, která je mediálně nejvíce propíraná,” doplnil.

Diskuze o distribuční složce začíná být podle odborníků čtenější také v rámci velkoobdobů u firem. V jejich případě bývá nejčastěji problémem s nevhodně nastavenou rezervovanou kapacitou, tedy smluvně sjednanou hodnotou maximálního čtvrtročního výkonu. Zbytečné náklady navíc představují i nevyžádané dodávky jalové energie. „Firmy se často zaměřují jen na cenu komodity, za zády jim ale každý měsíc utíkají desetitisíce korun na distribuci kvůli poplatkům za překročení rezervované kapacity,” sdělil obchodní ředitel společnosti MJEnergie Jan Šmíd.

Řešení je přitom podle něj jednoduché, spočívá v navýšení hodnot roční rezervované kapacity, případně v přiojednání měsíční kapacity pro měsíce s vyšší spotřebou či instalaci systému pro hlídání maxim. „Často také stačí upravit návky firem a jejich pracovníků, tedy aby nezapínali všechna zařízení naráz se startem pracovní doby. Typicky například lisy mají v začátku nahřívání

velký příkon, a mohou tak v tomto směru způsobovat problémy,” doplnil Jan Šmíd. Přístup firem k distribuční složce však bývá podle něj oproti municipalitám v řadě případů flexibilnější. Projeví se to například v enormně rostoucí poptávce po fotovoltice, u které platba distribuční složky odpadá. „Při srovnání podniků a municipalit pozorujeme z hlediska aktivního řešení distribuční složky větší akceschopnost u firem,” řekl Jan Šmíd. Typickým příkladem jsou například kancelářské prostory, kde jejich majitelé řeší dilema, zda kvůli rostoucím cenám energií zvýšit nájem, nebo maximalizovat úsporná opatření. (tz)

O společnosti MJEnergie

Společnost MJEnergie (Myjsmeenergie s.r.o.) je objemově největším externím prodejcem energií pro firmy v České republice. Vznikla v říjnu 2020, za první rok existence přitom prodala 1,8 TWh energie. Kromě elektřiny a plynu se zaměřuje také řešení osvětlení, fotovoltiku, rekuperace či topení a klimatizace. Mezi její klíčové partnery patří E.ON, Energetický a průmyslový holding či Pražská plynárenská. Ve společnosti aktuálně působí dvacetiletý tým s třicetiletými zkušenostmi v oboru energetiky.

Zakládá se méně firem, je to odraz turbulencí v ekonomice

Od začátku letošního roku bylo v ČR založeno 14 813 nových firem. To je téměř o 6 % méně než ve stejném období 2021, nicméně o 1244 víc než v roce 2020. Za posledních šest let jde však o druhý nejnižší počet nově registrovaných společností v ČR. Důvodem jsou obtížné podmínky na trhu. Celkový počet firem v ČR vzrostl na 542 667. Informace v červenci zveřejnila poradenská společnost Dun & Bradstreet.

„Podnikatelé se drží při zdi. Alespoň co se týká jejich zájmu o rozjezd nového businessu. Letos vzniká výrazně méně firem, než jsme byli zvyklí v předchozích letech. Hlavním důvodem jsou hlavně turbulence v ekonomice – nebývale vy-

soká inflace, z pohledu předchozích let astronomické ceny energií, obavy z recese a obrovská nejistota z budoucího vývoje,” zhodnotila vývoj analytička Dun & Bradstreet Petra Štěpánová s tím, že ve srovnání s rekordním rokem 2017 letos za první pololetí bylo založeno o 15 % (2582) méně společností. Nejčastějšími obory u letos registrovaných firem je nespécializovaný velkoobchod (23 %) a pronájem a správa nemovitostí (19 %).

Ačkoliv za prvních šest měsíců letošního roku bylo založeno 14 813 nových subjektů, celkový počet firem v ČR se zvýšil jen o 8296 firem z 534 371 na 542 667. Na jednu zaniklou firmu připadá 2,3 nové, což je srovnatelná hodnota jako v loňském roce. V letech 2019–2020 na jednu zaniklou však připadaly méně než dvě nové. (tz)

Počet nově založených firem v prvním pololetí 2017–2022*

rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022
počet nově založených firem	17 395	16 154	15 455	13 569	15 711	14 813

Celkový počet firem v ČR 2011–1H 2022

	1H 2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016
s.r.o.	515 602	507 400	491 849	480 451	465 920	449 360	425 744
a.s.	27 065	26 971	26 725	26 568	26 398	26 258	25 817
celkem	542 667	534 371	518 574	507 019	492 318	475 618	451 561
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
s.r.o.	405 410	385 979	366 432	348 334	332 987	316 429	296 787
a.s.	25 582	25 372	25 120	24 937	24 714	24 042	23 221
celkem	430 992	411 351	391 552	373 271	357 701	340 471	320 008

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod.

zdroj: Dun & Bradstreet

INZERCE

63. MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

4.–7. 10. 2022
BRNO



MSV 2022 DIGITAL FACTORY

IMT 2022

