

CZECH TOP 100 FORUM

LÉTO 2016

**Petr Syrovátka
a Jiří Urban
BILANCUJÍ**

**Syner: 25 let
odpovědnosti**

**Speciál
MAPA ÚSPĚCHU**

ŽEBŘÍČKY:

100 NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH
FIREM ČR ZA ROK 2015
+
100 OBDIVOVANÝCH
FIREM ČR PRO ROK 2016



BARTIDA ORIGINAL CALVADOS

BARTIDA Calvados se
vyrábí z jablek vypěstovaných
v Normandii, kde poté
zraje tři roky v dubových
sudech. Díky třem letům
staření získává delikátní
charakteristickou vůni
ovoce a letniček s jemným
dotechem dřeva.



BARTIDA®

BARTIDA s.r.o., Havelská 25, 110 00 Praha 1
www.bartida.eu ■ kontakt: info@bartida.eu ■ Tel.: +420 257 220 044

CZECH TOP 100 FORUM

Magazín

Sdružení CZECH TOP 100
www.czechtop100.cz



O ÚSPĚŠNÝCH PRO ÚSPĚŠNÉ ROČNÍK XII.

PŘEDSEDA REDAKČNÍ RADY Jan Struž

ŘEDITEL PROJEKTU

Aleš Pospíšil
ales.pospisil@czechtop100.cz

ŠÉFREDAKTOR

Petr Šlejmar
slejmar@deco-media.cz

KOORDINACE PROJEKTU Zuzana Frčková

GRAFICKÁ ÚPRAVA Roman Martinka

MARKETINGOVÁ ŘEDITELKA Ivana Kaucká ivana.kaucka@czechtop100.cz

INZERCE

Robert Holý, Pavla Jungová,
Barbora Stuhlová
prijmeni@deco-media.cz

TISK

Neografia a.s.

Portál iPad, Android

časopis CZECH TOP 100 FORUM vydává



Deco Media s.r.o.,
Lopatecká 1071/4, 147 00 Praha 4
tel. 778 496 900, www.deco-media.cz

JEDNATELKY Pavlína Blahotová
a Alexandra Roztočilová
VÝKONNÝ ŘEDITEL Petr Altnér
Registrační číslo MK ČR E 18 527
ISSN 1214-6315

FOTO NA OBÁLCE: PETR KUREČKA



Vážení čtenáři!

Taky vám občas někdo zavolá se žádostí o pomoc i o radu? Taky se občas ocitnete v situaci, kdy je každá rada drahá, až nemožná, protože nejste ve věci odborníky a nejste ani poblíž? Očekáváte, že když někde hoří, svědek či postižený ví, že má volat hasiče. Že když si někdo na chodníku zlomí nohu, ví, že je lepší než volat vám, zavolat záchranku. Že když někoho přepadnou lupiči, volá o pomoc kolemjdoucí a zejména policii.

Jak však reagovat na blízkého člověka, který v takových situacích volá nejdříve vás? Dává tím najevo důvěru ve vaše schopnosti a znalosti, důvěru, kterou jste léta získávali – a v jednom jediném okamžiku ji teď můžete ztratit. Ale protože v takových situacích je každá minuta drahá a není čas na rozbor situace a projevy účasti, je těžké rychle zvolit správná slova a nepopudit. Já osobně jsem však toho názoru, že je lépe popudit, než nechat barák vyhořet. Když mi dnes ráno volala žena velmi blízká a ptala se, co že má dělat, protože jí motor chcípnuv v nepřehledném místě s hustým provozem a nejde nastartovat, měl jsem možná vyrazit osobně na pomoc, kterou motoru dát neumím, mohl jsem říkat: „Tak tam ten křáp nech stát, koupím ti nové auto!“ Nebo: „Jsi sexy, stoupni si vedle auta a tvař se zkroušeně! Každý ti pomůže!“ Jako pragmatik, který ví, že zdánlivě obtížné situace se většinou vyřeší nejrychleji samy, lidově řečeno s pomocí boží, jsem řekl jen: „Zavolej si odtahovku!“ Ví, že jsem si nešplhnul! Ale stačilo! Sice jsem dokázal, že jsem jí vlastně k ničemu, na druhé straně však ženě přibýlo sebevědomí. Oslovil a odtáhl ji mladý muž, aniž by jí vynadal, že brání v provozu. Všechno zlé je k něčemu dobré!

Pěknou dovolenou, v níž si ve všem poradíte sami,
přeje

Jan Struž
předseda CZECH TOP 100

partneři CZECH TOP 100



PREROST A SVORC AUTO





3	Editorial předsedy CZECH TOP 100 Jana Struže
6	22. ročník ocenění CZECH TOP 100 100 Nejvýznamnějších firem České republiky za rok 2015
14	Cover story: Syner
16	Obědy nad Prahou
20	Firmy mají být na webu: FG Forrest
22	I mozek potřebuje fitness a wellness: World of Brain
24	Rutina, dřina, láska: Jan Kuf
26	Sport jako filozofie: CZECH TOP 100 Golf Trophy
30	Žebříček CZECH TOP 100: Obdivované firmy pro rok 2016
34	Ve volené funkci: Josef Středula
36	První auto mi ukradli: Karolína Topolová
40	Úspěšní lidé motivují k hrdosti na region: Eva Stejskalová
41	Zahájení spolupráce CZECH TOP 100 a Ministerstva pro místní rozvoj

42	Krásná dlouhá noc na Žofíně
46	Spolu za špičkovou kulturou: Národní galerie
52	CZECH TOP 100 na návštěvě v krajích
54	Společně v pohybu! Krystyna Monoszon
74	Kolekce Design a styl: Moser

Mapa úspěchu

56	Hochu, drž se komína: Fenix Group
58	Auditoři a poradci začínali ve sklepe: Mazars
60	I malá banka může rozhýbat trh: Fio
62	Zboží bude vždy potřeba na něčem přepravovat: Klaus Timber
64	15 let na špičce česko-slovenské advokacie: Havel, Holásek & Partners
66	V konkurenčním boji vítězí divák: UPC
68	Vozíme lidi i věci, které každý potřebuje: ICOM
70	Müsli pro celý svět: EMCO
72	Využijme pohled mladých lidí: TGS



SCAN quilt®



*lehké přikrývky
pohodlné polštáře
stylové povlečení
hebké ručníky*



www.scanquilt.cz

43 prodejen v ČR

ocenění

NEJVÝZNAMNĚJŠÍ FIRMY ROKU 2015





Vrcholem sezóny CZECH TOP 100 je vyhlášení nejvýznamnějších firem České republiky podle ekonomických kritérií. 16. června se ve zcela zaplněném Španělském sále Pražského hradu sešly skutečné špičky české podnikatelské sféry.



Sdružení CZECH TOP 100 vyhlásilo letos už po dvaadvacáté žebříčky předních firem působících v České republice. Nejvyšší příčky opět obsadily renomované společnosti. Výsledky ukazují, že loňský rok přinesl firmám v ČR nižší tržby, zisky se ale zvyšují. S bilancí loňského roku mohou být spokojeny především ty firmy, které vyráběly na export.

V souhrnu lze říci, že rok 2015 byl rokem úspěšným. Nenaplnila se chmurná očekávání spojená se ztrátami vývozu do Ruské federace. Překonána byla léta bržděná poptávka obyvatelstva. Pozitivní dopad na výkonnost ekonomiky měl i pokles cen uhlovodíkových paliv, růstu investic prospělo úspěšné dočerpání fondů EU z předchozích období. Exportéři těžili z oslabení kurzu české měny. Celý průmysl poté z historicky nejnižších úrokových sazeb. Zvláště potěšitelné je, že český průmysl je schopen produkovat výrobky za konkurenceschopné ceny spojené s růstem produktivity práce.

Nejvýznamnější firmou České republiky žebříčku CZECH TOP 100 se podle tržeb za uplynulý rok stala již poněkoličká ŠKODA AUTO. Tato společnost vytvořila i nejvyšší zisk a přidanou hodnotu, stala se i firmou s největší exportní silou.

Zisky stovky předních českých firem loni přesáhly 180 miliard Kč, což je o 11% více než v roce 2014. První desítka žebříčku CZECH TOP 100 vydělala téměř 133 miliard Kč.





↗ Zvláštní cenu za významné investice v zahraničí předal Marek Lošan (Havel, Holásek & Partners) Dušanovi Mejzrovi (Ravak)

↖ Projevu prezidenta České republiky s napětím naslouchal do posledního místa zaplněný Španělský sál Pražského hradu.



Laureáti prestižních ocenění Czech TOP 100: Zleva: předávající Jan Struž (CZECH TOP 100), Lenka Graf (Centropol), loňská laureátka Karolina Topolová (AAA Auto), Kamil Kožíšek (FG Forest), Pavel Diviš (TGS), Cyril Svozil (Fenix Group), Ivana Šachová (Silex), Václav Daněk (Ridera) a Petr Syrovátko (Syner)

Text: Aleš Pospíšil Foto: Michael Kratochvíl, David Kudrát, Miroslav Martinovský



◀ V červených kravatách (a ponožkách) si přišli pro prestižní ocenění Nejlepší firma v oblasti inovace ve strojírenství pánové z TGS v čele s majitelem společnosti Pavlem Divíšem (uprostřed).



Helena Suková předala za Český klub Fair Play cenu Gentlemanská firma Jánů Hudákovi (Sporten), asistuje Rostislav Kuneš (TPA Horvath).



◀ Tři podoby křišťálových plastů, které pro oceněné připravila firma Moser.



Jan Reichelt (TOWIT Machinery) a Jan Hnilica (ČEROZ)



Zleva: Lukáš Jabůrek a Petr Šulc (Moser), Ivana Kaucká a Jan Struž (CZECH TOP 100), Pavel Klimuškin a Michaela Chaloupková (ČEZ) a Richard Ullisch (Moser)



Uvítací jehľany s občerstvením, které připravila Francouzská restaurace Obecního domu v Praze



Zaujatá diskuse významných českých stavebů: Václav Matyáš (Svaz podnikatelů ve stavebnictví), František Vaculík (PSJ) a Pavel Pilát (Metrostav)



Do čela stolu číslo 1, s nejlepším výhledem na pódium, byl usazen prezident České republiky, Miloš Zeman.



TOP TEN nejvýznamnějších firem České republiky na jednom pódium. Zleva: Jan Struž (Czech TOP 100), Jan Antonín (Foxconn), Tomáš David (EPH), Josef Mráz (Agrofert), Marek Switajewski (Unipetrol), Michaela Chaloupková (ČEZ), Pavel Roman (Bosch), Michal Kadera (Škoda Auto), Jiří Mareček (Ahold), Pavel Krtek (ČD)

Historická mapa od společnosti European Arts, která byla předána kanadskému velvyslanci Otto Jelínkovi za jeho přínos rozvoji česko-kanadských vztahů, byla zároveň hlavním grafickým motivem nabídky menu od Francouzské restaurace v Obecním domě v Praze.

Nabídka menu ve stylu královských hostin doby Karla IV.



Občerstvení v duchu středověkých tradic bylo pro čelné osobnosti byznysu příjemně romantickým okamžikem k zastavení a užívání si přítomnosti.



TOP 100 DLE TRŽEB 2015

Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)
1	ŠKODA AUTO a.s.	314,897,000
2	ČEZ a.s.	210,167,000
3	AGROFERT, a.s.	167,133,701
4	RWE Supply & Trading CZ, a.s.	142,006,699
5	FOXCONN CZ s.r.o.	126,904,216
6	Energetický a průmyslový holding, a.s.	124,720,633
7	UNIPETROL, a.s.	108,907,000
8	BOSCH Group ČR	48,400,000
9	AHOLD Czech Republic, a.s.	48,300,000
10	České dráhy, a.s.	37,834,721
11	O2 Czech Republic a.s.	37,797,000
12	Lidl Česká republika v.o.s.	33,604,262
13	METROSTAV a.s.	31,627,141
14	Siemens s.r.o.	31,249,320
15	GECO, a.s.	29,976,993
16	MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	28,298,471
17	VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	28,159,204
18	Porsche Česká republika s.r.o.	25,414,699
19	OKD, a.s.	24,139,710
20	T-Mobile Czech Republic a.s.	24,008,247
21	BOSCH DIESEL, s.r.o.	23,433,099
22	ARMEX GROUP s.r.o.	21,083,094
23	METALIMEX a.s.	20,089,658
24	ARMEX Oil, s.r.o.	19,567,169
25	Pražská energetika a.s.	19,125,549
26	EUROVIA CS, a.s.	18,530,035
27	ŠKODA TRANSPORTATION a.s.	18,518,713
28	Česká pošta, s.p.	18,488,000
29	Shell Czech Republic a.s.	17,195,146
30	Panasonic AVC Networks czech, s.r.o.	17,165,675
31	Iveco Czech Republic, a.s.	17,145,191
32	AT Computers a.s.	17,051,161
33	Veolia Voda ČR	16,568,673
34	Automotive Lighting s.r.o.	15,951,390
35	Pražská plynárenská a.s.	15,550,241
36	Tank ONO s.r.o.	15,222,156
37	ABB s.r.o.	14,000,000
38	AGC Flat Glass Czech a.s.	13,291,348
39	Ferona, a.s.	13,242,415
40	eD' system Czech, a.s.	12,735,000
41	OHL ŽS, a.s.	12,485,672
42	Vodafone Czech Republic a.s.	12,322,000
43	Imperial Tobacco ČR, s.r.o.	12,137,748
44	Lesy České republiky, s.p.	11,848,748
45	STRABAG a.s.	11,688,146
46	AAA AUTO International a.s.	11,589,000
47	Veolia Energie ČR, a.s.	11,523,237
48	TRW Automotive Czech s.r.o.	11,487,313
49	Philip Morris ČR a.s.	10,865,757
50	SWS a.s.	10,859,966
51	PHARMOS a.s.	10,627,785
52	DEK a.s.	10,278,906

Pořadí	Firma	Tržby za rok 2015 (v tis. Kč)
53	Severočeské doly a.s.	9,534,745
54	Toyota Tsusho Europe S. A., organizační složka v ČR	9,512,138
55	Witte Nejdek, spol. s r.o.	8,958,059
56	KIEKERT-CS, s.r.o.	8,327,056
57	MITAS a.s.	8,188,672
58	FAST ČR a.s.	8,091,662
59	TRANSCARGO s.r.o.	7,988,968
60	CENTROPOL ENERGY, a.s.	7,933,825
61	DEZA, a.s.	7,801,000
62	Kofola ČeskoSlovensko a.s.	7,308,848
63	DHL Express (Czech Republic) s.r.o.	6,925,744
64	Lumius, spol. s r.o.	6,500,000
65	Glencore Grain Czech s.r.o.	6,429,569
66	Pražské vodovody a kanalizace, a.s.	6,122,913
67	Linde Gas a.s.	5,857,205
68	SILON a.s.	5,683,251
69	Biocel Paskov a.s.	5,679,122
70	Spolek pro chemickou a hutní výrobu, akciová společnost	5,400,000
71	Edwards s.r.o.	5,334,039
72	SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES spol. s r.o.	5,252,996
73	SPOLANA a.s.	5,252,510
74	Advanced World Transport B.V.	5,174,115
75	HAMÉ, s.r.o.	4,873,594
76	MANN + HUMMEL (CZ) s.r.o.	4,837,520
77	Severočeské vodovody a kanalizace, a. s.	4,784,780
78	PROMET GROUP a.s.	4,769,720
79	Fakultní nemocnice Ostrava	4,492,985
80	COLAS CZ, a.s.	4,470,156
81	THK RHYTHM AUTOMOTIVE CZECH a.s.	4,180,130
82	KOH-I-NOOR holding a.s.	4,005,157
83	TRCZ s.r.o.	3,986,370
84	SOR Libchavy spol. s r.o.	3,805,330
85	KAREL HOLOUBEK Trade Group a.s.	3,538,142
86	ŠKODA JS a.s.	3,509,061
87	L I N E T spol. s r.o.	3,334,348
88	Démos trade, a.s.	3,328,087
89	ENERGETIKA TŘINEC, a.s.	3,094,477
90	Dopravní podnik města Brna, a.s.	3,020,675
91	AutoCont CZ a.s.	2,998,545
92	SYNER, s.r.o.	2,927,156
93	ŽĐAS, a.s.	2,926,036
94	ŽPSV a.s.	2,774,306
95	ROSSMANN, spol. s r.o.	2,693,226
96	Eurest spol. s r.o.	2,625,404
97	Alfmeier CZ s.r.o.	2,547,174
98	CHEMOPROJECT NITROGEN a.s.	2,480,199
99	GUMOTEX, a.s.	2,471,145
100	Setos spol. s r.o.	2,368,122

TOP 10 DLE ZISKU 2015

Pořadí	Firma	zisk v tis. Kč
1	ŠKODA AUTO a.s.	34,238,000
2	Energetický a průmyslový holding, a.s.	30,222,061
3	ČEZ a.s.	26,895,000
4	AGROFERT, a.s.	10,863,841
5	Lesy České republiky, s.p.	6,493,751
6	O2 Czech Republic a.s.	6,438,000
7	T-Mobile Czech Republic a.s.	5,937,929
8	TRW Automotive Czech s.r.o.	5,398,063
9	Philip Morris ČR a.s.	3,202,722
10	Pražská energetika a.s.	3,130,018

TOP 10 DLE POČTU ZAMĚŠTNANCŮ 2015

Pořadí	Firma	Počet zaměstnanců
1	AGROFERT, a.s.	33,722
2	Česká pošta, s.p.	31,534
3	ČEZ a.s.	25,866
4	ŠKODA AUTO a.s.	24,977
5	OKD, a.s.	11,099
6	Energetický a průmyslový holding, a.s.	10,094
7	Siemens s.r.o.	9,182
8	BOSCH Group ČR	8,009
9	METROSTAV a.s.	5,068
10	Veolia Voda ČR	4,605

TOP 10 DLE EXPORTU 2015

Pořadí	Firma	Export v tis. Kč
1	ŠKODA AUTO a.s.	282,758,000
2	FOXCONN CZ s.r.o.	126,122,897
3	AGROFERT, a.s.	95,477,430
4	Panasonic AVC Network Czech, s.r.o.	17,156,652
5	Automotive Lighting s.r.o.	15,791,876
6	Iveco Czech Republic, a.s.	15,167,821
7	ČEZ a.s.	10,705,000
8	TRW Automotive Czech s.r.o.	10,037,241
9	AGC Flat Glass Czech a.s.	9,706,566
10	Witte Nejdek, spol. s r.o.	8,604,202

PRESTIŽNÍ CENY CZECH TOP 100

CENTROPOL ENERGY a.s.

„Za významný počín neziskového sektoru“

Fenix Group a.s.

„Za mimořádný environmentální počín v oblasti energetiky“

FG Forrest a.s.

„Za dlouhodobý přínos v oblasti internetových řešení“

Ridera Bohemia a.s.

„Za významný přínos regionálnímu rozvoji“

SILEX spol. s r.o.

„Za dlouhodobé šíření dobrého jména českého podnikatelského stavu“

SYNER spol. s r.o.

„Čtvrtstoletí úspěšného podnikání - stabilita a tradice, které zavazují“

TGS spol. s r.o.

„Nejlepší firma v oblasti Inovace ve strojírenství“



Stavebnictví má potenciál růst

Historie S group holding, a. s. se datuje od roku 1991, kdy vznikla stavební společnost Syner, s. r. o., která je ve stavební divizi dnešního holdingu stále vlajkovou lodí. Zaměřuje se na realizaci bytových, průmyslových, administrativních, ekologických projektů i dopravních a vodohospodářských staveb. TEXT: Petr Šlejmar FOTO: Petr Kurečka

Spolu se společností Syner tvoří stavební divizi holdingu Syner Morava a Syner VHS Vysočina. Formálně se S group holding, a. s. od Syner odštěpil kvůli zpřehlednění vlastnické struktury a vytvoření standardního organizačního uspořádání. Vedle stavebnictví holding podniká v developingu, inženýringu, správě majetku nebo sportovním managementu. Do skupiny firem patří i hokejový klub Bílí Tygři Liberec, letošní držitel extraligového titulu. Filantropický přesah realizuje skupina vlastní Nadací Syner. Společnost letos obdržela zvláštní cenu CZECH TOP 100 za čtvrtstoletí úspěšného podnikání. O cestě za úspěchem vyprávějí majitelé, Petr Syrovátko a Ing. Jiří Urban.

Co vás motivovalo začít podnikat?

Pracovně jsme zažili dobu před rokem 1989 a když se naskytla příležitost, věděli jsme, že touto cestou se chceme vydat. Obor jsme dodneška neopustili, navíc k němu přibýly další aktivity. I to byl důvod, proč jsme založili Syner, ze kterého se vyvinul S group holding.

Jak moc byly začátky těžké?

Byli jsme o pětadvacet let mladší, každá věc byla novinkou a zároveň výzvou k překonání. Začínali jsme v několika lidech jako regionální firma, o expanzi po celé republice a do zahraničí jsme si mohli nechat zdát. Do karet nám ale nahrávala doba. Byl hlad po nových stavbách a města a investoři viděli, že je potřeba renovovat a stavět. Procedura vyřizování všech potřebných formalit na straně investora nebyla tak zdlouhavá, jako je dnes. Měli jsme chuť a nápady a podařilo se nám nabízet jiné projekty, než tehdy stavěly velké postsocialistické firmy. A hlavně jsme měli kolem sebe výborné lidi. Nestál za námi žádný zahraniční kapitál nebo bývalý státní podnik a veškerá zodpovědnost byla na nás. V dnešních podmínkách by se nám takový raketový vzestup už nepodařil.

Co považujete za milníky při cestě k dnešní podobě společnosti?

Prvním milníkem v podnikání bylo vybudování vlastního zázemí firmy. Tak moc jsme ho chtěli, že vzniklo za šest týdnů. Dalším milníkem byla výstavba Základní umělecké školy v Liberci. Přihlásili jsme se do tendru, soutěžili



Zleva: Petr Syrovátko a Jiří Urban,
majitelé společnosti

s daleko většími firmami a zakázku vyhráli. Nejen vyhráli, ale i v termínu odevzdali, navíc si budova odnesla ocenění Stavba roku. To nás přesvědčilo, že se nemusíme bát jít do větších tendrů. Narůstaly zakázky a z regionu jsme expandovali do dalších krajů.

Vypadá to jako idyla... ale tak to v podnikání nechodí. Které roky pro vás byly nejnáročnější?

Máte pravdu, zažili jsme dva takové náročné roky. Prvním byl rok 1997, kdy jsme stavěli vlastní projekt, Palác Syner. Teprve jsme získávali zkušenosti s developmem, měli jsme špatně nastavené financování, tehdy to bylo v markách. Měnil se kurz, koruna zpevnila a nám začaly chybět peníze na dofinancování. Oba jsme cítili, že musíme a budeme dělat čtyřicet hodin denně, abychom peníze na dokončení tohoto projektu vydělali. Podařilo se a určitým zadostiučiněním bylo, že o rok později firma dosáhla poprvé ve své historii miliardového obrátu. Další náročnou sezonou byl rok 2008. Přišla celosvětová hospodářská krize a my věděli, že v dalších letech ubudou

zakázky a zároveň jsme dokončovali miliardový projekt, kde se ke konci výstavby investor dostal do finančních problémů. Naštěstí jsme před krizí firmu restrukturalizovali a tím si za velkého úsilí zajistili potřebné cash-flow.

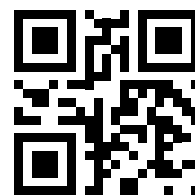
Jak vidíte budoucnost stavebnictví?

Podnikáme už dlouho, a proto stojíme nohama na zemi. I přes různé proklamace, jak se stavebnictví zvedá, jsme žádný plošný impuls nezaznamenali. Ze židle kanceláře se byznys neudělá a vidíme, jaké úsilí naši lidé musí vynakládat při „boji“ o zakázky. Věříme ale, že stavebnictví má potenciál růstu, jen je potřeba, aby stát zaujal jasnou a stabilní investiční politiku, která pak ovlivní i privátní investory.

Co pro vás znamená úspěch?

Rozhodně je to naše již čtvrtstoletí trvající partnerství v byznysu. Když použijeme sportovní hantýrku, sedli jsme si a funguje mezi námi ta správná chemie. V začátcích jsme měli jistá přání a sny, a ty se nám podařilo splnit. Za úspěch pak považujeme, že to stále klapě a naší firmě se dobře daří. ■

„Měli jsme chuť a nápady a kolem nás navíc byli výborní lidé.“



Restaurace Oblaca na Žižkovské televizní věži je již druhým rokem místem setkání CZECH TOP 100 s významnými osobnostmi ekonomiky, sportu, kultury a veřejného života.

TEXT: Antonín Fischer FOTO: ČTK, autor a Zuzana Frčková

Obědy nad Prahou

Při pohledu z panoramatických oken restaurace Oblaca v Žižkovské televizní věži se na všechny strany otvírá pohled na starou, novější a novou Prahu. Ulice vypadají jako uličky, domy jako domky, i největší česká jezdecká socha Jana Žižky na Vítkově je jako hračka v dětském pokoji. Shora vždy a všude svět vypadá jinak, lépe. Nejen při pohledu na město, ale i v životě a v práci. Dosud relativně velké problémy či starosti všedního dne se stávají menšími, až se v mnoha případech ztratí nebo se vyřeší bez toho, že bychom z nich zešedivěli. I Václav Moravec podle

nás proto zřejmě pro svoji televizní talk show Otázky Václava Moravce zvolil Žižkovskou televizní věž. Ale politici se ani z té výšky neumějí povznést nad často malicherné problémy a z krásné vyhlídky se stává hřiště, na němž víc než férová hra padají tvrdé fauly.

BÝT NA PRAHOU, BÝT NAD VĚCÍ

To je motto setkání osobností, která pod názvem Obědy nad Prahou organizuje CZECH TOP 100. Špičkoví manažeři a podnikatelé, jejichž běžné dny a týdny jsou naprogramovány po minutách, s překvapením zjistí, že je dobré vysadit z tempa a vyjet na pár hodin výtahem Žižkovské věže do výšky 66 metrů, vypnout mobily a pobavit se s lidmi,

V oblacích

Filozofií restaurace je nabízet sezonní jídla, která uspokojí i nejnáročnějšího návštěvníka. V nabídce jsou mezinárodní pokrmy i regionální kuchyně okořeněná kreativním dotykem moderní doby.



o nichž dosud jen slyšeli nebo je znají z médií. A protože každé toto setkání otvírají sklenky skvělého sektu a vtipné talk show, při nichž se všichni hosté představí, další rozhovory v kroužcích a u stolů probíhají přátelsky jako mezi starými známými. Manažer si popovídá se sportovcem, hudebník s majitelem firmy, diplomat s exportérem...

A že si taky pochutnají na skvostném obědě a nápaditých zákuscích z kuchyně restaurace Oblaca? To je jistě příjemné, ale hlavně každému z účastníků zůstanou v kapse vizitky nových přátel a v hlavě dojmy ze setkání se zajímavými lidmi. Vedle osobních přátelství tu vznikají i nové a perspektivní obchodní vztahy. Ale to už je – jak říká hostitel Jan Struž – jedno ze skrytých čísel programu. Takže si hlídejte poštu nebo rovnou dejte pokyn asistentce: „Až přijde pozvánka v obálce CZECH TOP 100, zařaďte mi do diáře Obědy nad Prahou, restaurace Oblaca. Vše ostatní odložte!“



Při úvodní talk show Jana Struže se hosté nad welcome drinkem navzájem představují a také dobře bavi.

Žižkovská věž získala v r. 2009 2. místo v anketě cestovatelského portálu o 10 nejošklivějších staveb světa. Od té doby ji lidé milují ještě víc.



NEJOŠKLIVĚJŠÍ NEBO NEJKRÁSNEJŠÍ?

Žižkovská televizní věž je se svými 216 m nejvyšší budovou v Praze. Byla postavena v letech 1985–1992 podle projektu architekta Václava Aulického a statika Jiřího Kozáka. Po rekonstrukci interiéru, který v r. 2012 provedl Ateliér SAD, vznikl kultivovaný prostor, dopřávající návštěvníkům restaurace i výhlídky skutečně panoramatické výhledy. V patře nad restaurací je jednopokojový hotel, ideální pro romantický víkend.





DOBŘE JE I U BARU

Také už jste slyšeli, že největší obchody se domlouvají v baru, nejlépe po zavírací hodině? Bar Oblaca je pro takovou příležitost naprosto ideální. Konverzaci pomohou udržovat vynikající destiláty. Nebo něco opravdu výjimečného? Na fotce pro vás připravuje šéfbarmán Aleš Šteflík zmrzlinu z Baileys...

A z jiného soudku: na snímku vpravo právě Ivana Kaucká CZECH TOP 100 předává dárkový šek na 52 070 Kč z výtěžku CZECH TOP 100 GOLF TROPHY ředitelce Nadace Naše dítě, paní Zuzaně Baudyšové. ■



TELECÍ LÍČKA

Jak je připravuje Tomáš Lachman, šéfkuchař Oblaca restaurantu v Žižkovské věži



Tomáš Lachman

- 800 g telecích líček
- sůl, pepř
- 10 dkg mrkve, kořenové petržele a žluté cibule
- 2 stroužky česneku
- 0,5 dcl porského vína
- olivový olej
- 600 g brambor
- 2 dcl mléka
- 1 dcl rajčatového protlaku
- 50 g másla
- divoké koření
- 80 g špenátu
- 2 dcl demi glace
- 4 ks baby mrkvičky

Telecí líčka omyju pod studenou vodou, očistím, osolím, opepřím a zprudka opeču na pánvi. Na jiné pánvi opeču dozlatova na kostky nakrájenou kořenovou zeleninu. Přidám rajčatový protlak a krátce orestuji. Opečená telecí líčka vložím spolu se zeleninou do nádoby a zaliju portským vínem, přidám koření a nechám marinovat přes noc v lednici. Druhý den pečou v troubě při 90 °C asi 8–10 hod. Po upečení líčka vyndám, omáčku přecedím, přidám demi glace a svařím do medové konzistence. Maso vložím do zredukované omáčky a pomalu glazuji. Na kostky nakrájené osolené brambory uvařím doměkka, scedím a spolu s teplým mlékem a máslem vyšlehám do krémové konzistence. Dle potřeby vše dochutím solí a pepřem. Podávám s orestovaným listovým špenátem a opékanou baby mrkvičkou.



JAK MŮŽETE UŠETŘIT STATISÍCE KORUN?

Objevte ideální reklamní předmět pro vaše partnery.
Kniha výhod obsahuje 862 slevových kuponů!



Kniha výhod je první českou variantou úspěšného konceptu „coupon books“, který je ve světě populární již od roku 1962. Obsahuje 862 vytrhávacích slevových kuponů. Při objednávce již od 10 ks ji můžete opatřit reklamní stranou společnosti nebo logem.

Nákup knihy je daňově uznatelný, cena 499 Kč bez DPH/1 ks.

Platnost do konce roku 2016. V říjnu 2016 vyjde již nová kniha pro rok 2017!

- Obsahuje vouchery zdarma, vstupy zdarma, vstupy 1+1, snídaně, obědy a večeře 1+1, divadla 1+1, sport, adrenalin, zábavu, relax, zábava pro děti, kurzy, studium v zahraničí, módu, kadeřnictví, salony, vizážistky, zdravý životní styl, parfumerii, veškeré služby, cestování... cenové zvýhodnění až o 80 %.

- Je garancí ušetření peněz, ale také průvodcem a inspirací pro volný čas a zábavu. Poskytuje exkluzivní výhody i do míst, která nejsou součástí žádného jiného bonusového programu.

Kontakt: **David Nábělek**, david.nabelek@knihavyhod.cz, tel. 607 907 993
Martin Janata, martin.janata@knihavyhod.cz, tel. 602 600 604

KNIHA VÝHOD

„Už v roce 1998
jsme přesvědčovali firmy,
že musí být na webu...“



Zatímco běžná internetová agentura vydrží s jedním klientem průměrně tři roky, FG Forrest s většinou svých klientů spolupracuje více než 10 let. I když jde o firmy, které jsou ve svém oboru hlavními hráči a mohly by si vybírat z desítek konkurenčních agentur, zůstávají věrné Forrestům. Proč? Protože Forresti nejen garantují flexibilitu a spolehlivost, ale všechny jejich weby splňují to, co od nich klienti očekávají. Přináší jim nový byznys. TEXT: Petr Šlejmar FOTO: archiv firmy

Cenu CZECH TOP 100 za dlouhodobý přínos v oblasti internetových řešení převzal 16. června ve Španělském sále Pražského hradu Kamil Kožíšek, předseda představenstva a majoritní vlastník firmy.

Co vás dostalo na vrchol?

Schopnost vidět za roh a dlouhodobá investice do vlastních zaměstnanců. V roce 1998 byl internet v plenkách, nikdo neměl svoje webovky. My jsme pětikrát týdně jezdili do Prahy a nabízeli firmám jejich vlastní multimediální CD. Ta fungovala podobně jako dnešní web. Byla to elektronická prezentace. Včas jsme odhalili trend, že se 90 % tržní komunikace bude odehrávat online. Tehdy to bylo sci-fi, dnes je to samozřejmost. Viděli jsme takzvané až za roh, což je princip, kterým se do jisté míry nadále řídíme.

Klienti s vámi spolupracují v průměru 10 let, běžně se ale agentura mění už po 3 letech. Co je u vás drží?

Oproti světovým hráčům na poli digitálních médií jsme poměrně úzce specializovaní. My klientovi poskytujeme pouze to, co potřebuje, aby úspěšně rozvíjel svůj byznys. Náš systém přizpůsobujeme zákazníkovi, kdežto velké firmy ohýbají zákazníka, aby jim zapadl do už existujících řešení. Výsledkem je, že 90 % našich tržeb tvoří stávající klienti a každý rok přibíráme jen takové projekty, na které kapacitně stačíme tak, abychom stále mohli dlouhodobě garantovat kvalitu.

Věnujete se i projektům mimo FG Forrest. Co máte v plánu v blízké budoucnosti?

Byť jsem majitelem FG Forrest, exekutivu už za mě vykonává někdo jiný. Já se nyní spíše zaměřuji na investice do digitálních médií a zajímavých startupů. Celosvětový ohlas měl Clever Monitor, což je unikátní nástroj na přímý marketing s umělou inteligencí, je schopen sám zdokonalovat klientovy kampaně. Povedl se mi také portál na prodej letenek Letenkysnadno.cz, který sdružuje nabídky téměř od 500 leteckých společností včetně těch nízkonákladových. Tento portál má samozřejmě i svou vyladěnou mobilní aplikaci pro Android i pro Mac OS. Od roku 2014 také spolupracujeme s www.czechtop100.cz, s webem mapujícím nejúspěšnější české firmy. Dá se naštěstí říci, že projekty, do nichž jsem se pustil, skončily zpravidla happy endem.

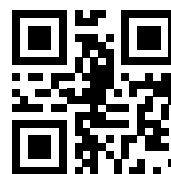
Když jsem zadal heslo Kamil Kožíšek do vyhledávače, vyskočilo na mě „filmový producent“. Co to znamená?

Produkcí se věnuji jako svému koníčku, úplně mimo ostatní profesionální aktivity. Jsem rád, že se mi pár filmů povedlo a mohl jsem poznat úplně jinou sortu lidí, než mezi kterými se obvykle pohybuji. Měl jsem k filmu vždycky blízko, ne nadarmo je FG Forrest a vůbec filosofie celé firmy odvozena od filmu „Forrest Gump“. Filmovému Forrestovi jsou do cesty kladeny překážky a on je překonává. Tím překonává sám sebe. Tak se zdokonalujeme i my jako firma. ■



CESTA K ÚSPĚCHU

- 1996 - start v garáži v Hronově
- 1999 - otevření pobočky v Praze
- 2001 - první velcí klienti: Komerční banka, McDonald's
- 2003 - změna názvu z Forrest Gump na FG Forrest
- 2006 - otevření pobočky v Hradci Králové
- 2011 - stěhování do Machine House v Karlíně
- 2015 - rozjezd startupů: letenkysnadno.cz, monkeytracker.cz
- 2016 - investice do projektu clevermonitor.cz

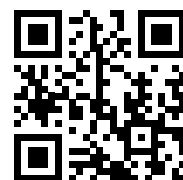


FG Forrest je webová agentura založená v roce 1996 v České republice. Specializuje se na technicky náročná webová řešení, produkuje rozsáhlé weby, e-shopy a intranety. Řešení vynikají technologickou precizností, nejsou však technokratická. Ideálním způsobem kombinují technologie s kreativitou a smysluplným obsahem. Vlastní produkty, profesionální přístup, garance podpory 24/7 a monetizace digitálních řešení jsou důvody, proč s FG Forrest dlouhodobě spolupracuje např. Skupina ČEZ, Komerční banka, Prague International Marathon, AC Sparta Praha nebo Nakladatelství Fraus.

Když jsem šla na rozhovor s Dášou Rambovou a Kateřinou Kufovou z firmy World of Brain, která se zabývá tréninkem mozku, nevěděla jsem, co vlastně čekat...

TEXT: Anna Černotová FOTO: Petr Kurečka

I mozek potřebuje fitness a wellness



Napojí mě na nějaký přístroj? Nebo jdu na sezení s profesionálním koučem, který se soustředí na osobnostní rozvoj? Ukázalo se, že jejich koncept je kombinací obojího. A ještě mnohem víc!

Stává se mi, že něco zapomenu, jsem roztržitá. Tohle přichází už po třicítce?

Ale to je úplně normální. Lidský mozek byl „naprojektován“ na délku života okolo pětatřiceti. Zatímco nedokonalosti a stárnutí ostatních orgánů lze řešit operací nebo přemostěním, pro cévy v mozku zatím žádný bypass neexistuje.

Takže jsem odsouzená k pomalému upadání inteligence, koncentrace a dobrého úsudku?

Vůbec ne. Mozek lze trénovat běžnými činnostmi každý den. Záleží na vaší práci, na tom, jakým se věnujete aktivitám, jak moc čtete, jestli děláte často nové věci a nebo raději jedete v pohodlných zajetých kolejkách. Někdo svůj mozek posiluje zcela přirozeně. My ho trénujeme cíleně a dokážeme se zaměřit na oblast, která klienta trápí.

Například?

Lidé často přicházejí se zhoršující se pamětí, kolísajícím soustředěním nebo horšími vyjadřovacími schopnostmi. Zpravidla také špatně snášejí stresové situace a rychlé rozhodování pod tlakem.

Tohle všechno dokážete napravit?

Vytváříme v mozku nové spoje. Mozek je líný, hledá tu nejpohodlnější cestu. A rád se drží toho, co zná. Jedete domů, tou



„Po absolvování tréninku u mňa nastalo zlepšenie v meraných parametroch, ktoré sa pohybovalo od 13 do 17%. Zmenu je možné pozorovať aj v reálnom živote, keď je človek viac schopný sa sústrediť.“

Juraj Vrabko, vrcholový manažer

samou cestou už po sté, ani nemusíte mít auto nové generace a řídí za vás autopilot. A stejně tak v mozku máte vytvořená spojení, která používáte denně, jsou to přímo dálnice. Ale nevznikají nové cesty. My je systematickým tréninkem vytváříme. Máme k tomu špičkové neurotechnologie – například Mindball nebo Batak – přístroj, na kterém reagujete na světelnou a zvukovou signalizaci. Umožní vám zlepšení reakčního času a koordinace a snížení chybovosti.

Co ještě umět, aby byl mozek v kondici?

Lidé mívají zpravidla problém nejen se naučit intenzivně soustředit, ale také umět soustředění opět povolit, lidově řečeno vypnout. To je ale stejně důležité, protože když mozek nedostane svou dávku odpočinku, projeví se to u vás



Techniku Mindball jsem si vyzkoušela. S přístrojem jste spojeni čtenkou, která měří vaši mozkovou aktivitu a přenáší ji na magnet v přístroji, jenž posunuje kuličku.

jako přepjatost, emoční nestabilita a neschopnost zvládat stres. U někoho to může dojít až do fáze úzkosti nebo deprese.

Jak se dá naučit uvolnění?

Nám se se kromě relaxačních technik osvědčila tzv. střelba mozkem, je to kombinace počítačového programu a makety střelné zbraně. Opakovaným tréninkem se naučíte vědomě střídat fáze koncentrace a uvolnění. Máme také přístroj, který snímá kožní odpor z vaší dlaně. Umí nám ukázat, jestli jste zrovna napjatí nebo uvolnění. Dá vám možnost si svůj stav uvědomit a naučit se s ním vědomě pracovat.

Musíte být i trochu psychology?

Řekněme, že spíš koučové, kteří dokáží inspirovat, povzbudit a motivovat. Máme několik ucelených programů, zaměřených na různé skupiny. Například na manažery, kteří potřebují zlepšit exekutivní funkce, ale třeba i na vrcholové či rekreační sportovce. Každý člověk je trochu jiný a součástí naší práce proto je i individuální koučink. Pro někoho je důležitější naslouchání a rada, pro jiného zas přístroje. Za pomoci neurotechnologí, cvičení a testů umíme objektivně změřit míru vaší pozornosti, hloubku soustředění, paměť i reakční čas a dáme vám jasné doporučení, jak dál. Podstatné je, že po následném tréninku zvládnete více práce za kratší dobu, s méně chybami a co je hlavně důležité – budete se cítit daleko lépe. ■

PĚT TIPŮ PRO SUPER MOZEK

- Naučte se soustředit - Nechte kolegu tipnout náhodné písmeno a potom po dobu jedné minuty vyjmenujte co nejvíce slov, která začínají na toto písmeno.
- Každý den se učte – zkuste třeba denně jedno nové slovíčko v cizím jazyce. Při cestě do práce si všimněte alespoň jednoho detailu, který jste do té doby nepostřehli. Když vám detaily dojdou, jděte jinudy.
- Dělejte věci jinak - pokud jste praváci, čistěte si zuby levou rukou. Odemykejte levou. Změňte pořadí činností, když ráno vstanete. Bude to trvat déle než obvykle, ale mozek bude vzkvétat!
- Hýbejte se – půlhodinka aktivního pohybu (i rychlá chůze) třikrát týdně výrazně zvyšuje výkonnost mozku. Doktor Steven Blair prokázal, že pravidelné cvičení snižuje riziko demence až o polovinu.
- Trénujte cíleně – tréninková metoda World of Brain má měřitelné výsledky. Po deseti hodinových sezeních se soustředění zlepší až o 30%. Studie potvrzují, že ještě i po dvou letech je soustředění stále výrazně vyšší než před začátkem tréninku.



Rutina dřina i láska

Jaké to je být vrcholovým sportovcem? Co v životě získává, o co přichází a proč milovník adrenalinu rád rybaří? Na to jsme se ptali moderního pětibojaře Jana Kufa, který bude reprezentovat Česko na LOH v Riu. TEXT: Anna Černotová FOTO: archiv

Jak vypadá běžný den profesionálního pětibojaře?

Je to celkem rutina. Několik hodin denně trénuju, kromě neděle každý den. Chodím na fyzioterapii, školení, jezdíme na závody.

Máte při nich čas poznávat místní krajinu nebo památky?

Moc ne. Nikdo se nechce rozptylovat, soustředí se hlavně na výkon. Po skončení jedeme většinou hned domů. Ačkoliv jsem sjezdil jako sportovec půl světa, vlastně jsem toho moc neviděl. Nejlépe známe asi letiště a hotely. V Riu si ale čas udělám.

Kdo bude v Riu vaším největším konkurentem?

Nemám konkrétní jméno, ve špičce už jsou dobří všichni. Někdo má perfektní střelbu, jiný zas šerm. Nikdo není dokonalý ve všech pěti disciplínách. Skvělý je Francouz, Maďar... bude to boj.

Co je na dráze sportovce nejtěžší?

Je to dřina. Tréninky, minimum volna. Nemáte moc času na přátele, které znáte ze života tam venku. Musíte počítat také



s rizikem úrazu. Například v Kalifornii na mě před pár lety spadl kůň.

Cože?

No vážně. Přeletěl jsem přes něj a on pak padl na mě. Měl jsem naštěstí jen prasklou stydkou kost. V tu chvíli mě ale napadlo, že končím.

Nemrzí vás někdy, že sportu tolik obětujete?

Někdy trochu ano, ale vím, že všechno, zábava, přátelé, rodina, ještě přijde a užiju si to. Teď jsem v dobré formě a mám reálnou šanci si splnit svoje dětské sny. A ten pocit, když se něco podaří, je krásný. To mě nabíjí energií a vynahrazuje mi to všechny těžké chvíle.

Jak se vyrovnáváte se stresem, který s sebou vrcholový sport nese?

Na psychice hrozně moc záleží, polovina úspěchu nebo neúspěchu je v hlavě. Hodně mých kolegů sportovců má svého psychologa, protože ty okamžiky jsou

opravdu vyhozené a je to pro nás velká zátěž. Mně dost pomáhá trénink mozku prostřednictvím neurotechnologií, kterým se zabývá profesionálně moje maminka. Je to metoda, která vás naučí uklidnit se, nenechat se rozptylovat okolím a maximálně se soustředit. Což je třeba v okamžiku, kdy doběhnete a chystáte se na střelbu, hodně důležité.

Máte k tomu velkému vypětí nějakou protiváhu?

Rád vařím a rybařím, to je pro mě skvělá relaxace. Uvolníte se, odpočínáte si, uklidíte si v hlavě. Taky bych někdy rád jel na dovolenou, neměl bych problém dva týdny nic nedělat.

Jaký je aktuálně váš největší sen?

Samozřejmě úspěch na olympiádě.

A co kdyby to nevyšlo?

Tak mám před sebou ještě jednu, možná i dvě další. Vytrvám. ■



JAN KUF

■ Narodil se v roce 1991, modernímu pětiboji se věnuje osmým rokem. Na kontě má mimo jiné zlatou medaili v mix štafetě z MS 2015, bronz z MS 2014 a stříbro v soutěži štafet na ME 2013.

■ Na ME 2015 skončil devátý, čímž si zajistil účast na LOH 2016 v Rio de Janeiru.

■ Nejradši z pětiboje má šerm a nejvíc bojuje se střelbou. „I po několika letech se mám pořád co učit. Chce to klid, soustředění a znehybnění těla,“ říká.



NAVŠTIVTE ČESKÉ SPORTOVNÍ HRY 2016!

Chcete si během několika nebo jen jednoho dne vyzkoušet několik sportovních disciplín a zažít tak unikátní sportovní víceboj? Vydejte se na začátku září do Prahy na České sportovní hry 2016. Otestovat svůj výkon s ostatními sportovci nebo si jednoduše jen vyzkoušet sport, který vás láká, můžete od 7. do 9. září v několika lokalitách Prahy 9. Čekají na vás soutěžní disciplíny jako malá kopaná, volejbal, atletika, nohejbal, stolní tenis nebo minigolf. Přihlásit se můžete jako jednotlivec i jako celý tým. **Registrovat se lze do 20. srpna na www.czechtop100.cz/prihlaska**

SPORT JAKO FILOZOFIE

Kořeny golfu můžeme dohledat v antickém Římě i ve staré Číně. Hráči tu pomocí dřevěných holí posunovali kožené míčky do jamky. Sport a relax zároveň byl původně určený jen pro elitu, ale dnes hraje golf už více než šedesát milionů nadšenců. Bud'te mezi nimi – a s námi!

Myšlenka CZECH TOP 100 GOLF TROPHY vznikla před jedenácti lety, kdy předseda našeho sdružení, Jan Struž, přišel s nápadem, jak svou golfovou vášeň zprostředkovat i ostatním partnerům. Při procházkách kultivovanou krajinou, která hladí po duši, bystří smysly a místy také samozřejmě vyvolává sportovní chuť vítězit, strávíte se svými společníky spoustu času, který se v běžném denním provozu jen opravdu těžko hledá. „I když se to nezdá, golf je návykovým sportem, kterému po několika setkáních velmi snadno propadnete,“ vypráví Jan Struž. „Na hřišti nestojíte tvář partnerovi, ale sami sobě, a to je někdy opravdu těžká situace. Ustát ji s grácií není vůbec snadné a člověk se tak

uprostřed přírody dozvídá nové věci. Nikoliv o krajině, ale především o sobě, což i mě kdysi velmi překvapilo,“ pobaveně vypráví Jan Struž. Hlavní organizátorka turnajů, Ivana Kaucká, k tomu trefně dodává: „Když odpálíte špatně míček z odpaliště, můžete mít pocit, že je vše ztracené. Následné úspěšné rány vás dovedou ke zdárnému ukončení jamky. Z toho vyplývá, že i v životě by člověk neměl nic vzdávat i když mu situace není příliš pozitivně nakloněna.“





CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016

Vážení přátelé,
dovolujeme si Vás pozvat
na 11. ročník golfového turnaje
CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016

20. dubna
GOLF RESORT BLACK BRIDGE PRAHA
17. května
ROYAL GOLF CLUB MARIÁNSKÉ LÁZNĚ
13. června
LORETA GOLF PÝŠELÝ
7. září
GOLF RESORT KARLOVY VARY - OLŠOVKY
28. září
GOLF RESORT HAUGSCHLAG - RAKOUSKO

Pro další informace kontaktujte: jivana.koucka@czechtop100.cz

Golf Resort Black Bridge

Ve vzpomínkách se můžeme vrátit do dubna, kdy ve středu 20. 4. 2016 proběhlo zahájení CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016 na golfovém hřišti Golf Resort Black Bridge. Na tomto prvotřídním 18jamkovém hřišti jsme si pohodovou atmosféru opravdu užili. Počasí se nakonec vydařilo, občerstvení bylo vynikající a hra se všem povedla. Dobrý pocit z plnohodnotně stráveného dne umocnil i výtěžek pro Nadaci Naše dítě v hodnotě 10060 Kč. Pokud s hraním golfu ještě stále váháte, můžete právě zde využít služby golfové akademie nebo letních golfových kempů pro vaše děti. A příště už vyrazíte s námi!



Royal Golf Club Mariánské Lázně

Ve středu 17. 5. 2016 se uskutečnil další turnaj na hřišti Royal Golf Club Mariánské Lázně v rámci CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016.

K naší velké radosti byla vysoká účast hráčů. Dobrou náladu nezkažilo ani chladné a větrné počasí. K příjemné atmosféře turnaje přispělo i chutné občerstvení ve formě rautu, které čekalo na účastníky po poslední jamce, dále pak degustace vína od Good Wine Lover a nabídka whisky Jack Daniels. Na turnaji všichni opět přispěli i na Nadaci Naše dítě. Vše proběhlo naprosto hladce a k maximální spokojenosti všech přítomných. Výsledky turnaje jednotlivých hráčů a umístění jednotlivých flightů najdete na www.czechtop100.cz



FOTO: Ota Mrákota



Loreta Golf Club Pyšely

Ještě v živých vzpomínkách máme turnaj, který se 13. 6. za krásného letního počasí uskutečnil v Pyšelicích. Jsme hrdí, že i zde se podařilo vybrat nezanedbatelnou částku pro Nadaci Naše dítě. Atmosféra tu byla skutečně vstřícná... je totiž skvělé trávit čas v exkluzivní golfové krajině! Zvlášť pokud nese autorský rukopis britského golfového architekta Keitha Prestona, který celou stavbu také osobně dozoroval. Hřiště bylo otevřeno v roce 2013 a v sezoně 2014 už získalo II. místo v prestižní anketě Golfový areál roku. V r. 2015 je zahraniční magazín Golf Digest vyhlásil III. nejlepším hřištěm v ČR.



Golf Resort Karlovy Vary - Olšovky

Na další setkání s vámi se těšíme 7. 9. 2016 v Karlových Varech. Víte, že Golf Club Karlovy Vary byl založen roku 1904 „Pánským šermířským klubem“? S růstem popularity golfu začali místní radní chystat budování nového hřiště s osmnácti jamkami. Plány na jeho postavení byly svěřeny nejznámějšímu odborníkovi své doby, pařížskému architektu C. Noskowskimu, který přizval ještě specialistu na stavbu jamkovišť Paula Varina. Nové hřiště na karlovarském předměstí Olšová vrata bylo dostavěno v roce 1933. Po válce zpusťlo, ale od r. 1949 zde opět panuje čilý golfový ruch. Přijďte se přesvědčit.



Golfresort Haugschlag Rakousko

Skutečně lahůdkové setkání v rámci CZECH TOP 100 GOLF TROPHY 2016 jsme pro vás připravili na 28. 9. V rakouském Haugschlagu objevíte dokonalé místo, kam se budete rádi a často vracet. Hráči, kteří se rozhodnou přijet na místo den před golfovým turnajem, se můžou těšit na pětitichodovou gurmánskou večeři. Mají možnost si

zahrát na třech hřištích a využít wellness včetně masáží. Zdejší hřiště byla mnohokrát oceněna jako Golfové hřiště roku a nesou ocenění Leading Golfcourses Austria. Do přírody zasazené hrací plochy jsou lemovány rybníky, romantickými lesíky a viklany Waldviertelu. Zážitky odtud vám dobijí baterky na zbytek podzimu!



Obdiv pro rok 2016 patří vám!

Inovace, kvalita produktu,
finanční spolehlivost...
kritéria, která není snadné
splnit. Rádi je oceňujeme!

Sdružení CZECH TOP 100 vyhlásilo 7. dubna 2016 na slavnostním obědě ve Francouzské restauraci pražského Obecního domu osmnáctý ročník žebříčku 100 obdivovaných firem České republiky.

Společenská událost proběhla za účasti více než sta vrcholových manažerů a dalších osobností.

Na čele žebříčku v pořadí tzv. All Stars je tradičně první Škoda Auto, druhý opět Agrofert, pozici na třetím místě obhájila i Kofoła. Na dalších místech následují ČEZ, Alza.cz a Student Agency. Oproti loňskému ročníku se v první desítce objevili tři nováčci – a to společnosti Linet, Hamé a Passerinvest. Pořadí první desítky All Stars uzavírá Česká spořitelna.

V letošním ročníku žebříčku 100 obdivovaných firem ČR byla firmám rovněž otevřena možnost samostatně se do hodnocení nominovat.

Tuto možnost řada firem využila, a tak ve výsledku porota hodnotila téměř tisícovku přihlášených firem. Nezávislí hodnotitelé se rekrutují z řad manažerů, analytiků, akademiků a představitelů státní správy. Hodnotili inovace, kvalitu managementu, vztah ke společnosti a k životnímu prostředí, kvalitu produktu, finanční spolehlivost a další kritéria.





Slavnostní vyhlášení proběhlo v exkluzivním prostředí Francouzské restaurace pražského Obecního domu.

Jedno z ocenění získaly i regionální Deníky vydavatelství Vltava-Labe-Press. Na snímku Marie Dlouhá a Jan Struž.



Rozhovor se Zdeňkem Rinthem (Kara Trutnov) natáčela Eva Stejskalová, Regionální televize CZ.



Jistota, stabilita, kvalita. Hodnoty, které si obdiv rozhodně zaslouží.



Zleva Iva Pakostová ze Sapeli, Stanislav Bernard, Rodinný pivovar Bernard a Tomáš David, CZECH TOP 100.



Ocenění Bisnode Czech Stability Award převzala Kateřina Vídarťe Vargas z firmy Continental Barum. Předávali zleva Aleš Pospíšil, CZECH TOP 100, David Farský Bisnode a Jan Struž, CZECH TOP 100.

PLAKETY SYMBOL ÚSPĚŠNÝCH

Regionální Deníky vydavatelství Vltava-Labe-Press

za podporu regionálního podnikání

TGS nástroje-stroje-technologické služby s. r. o.

za podporu řemesel a kreativní práce s materiálem

Mototechna s. r. o.

za revitalizaci značky s 50letou historií

SILEX spol. s r. o.

za vybudování obchodní značky SCANquilt



Plaketu „Symbol úspěchu“ převzali zleva Marie Dlouhá (Vltava-Labe-Press), Jan Dobiáš (Mototechna – AAA Auto), Pavel Diviš (TGS) a Ivana Šachová (SCANquilt – Silex).



Zleva Martin Štrupl (Hamé), Jan Vrátník (Česká spořitelna), Zbyněk Frolík (Linet), Daniela Krejsová (Student Agency) a Jan Struž (CZECH TOP 100).

ALL STARS

2016	2015	2014	2013
1 ŠKODA AUTO a. s.	1	1	1
2 AGROFERT, a. s.	2	2	3
3 Kofola ČeskoSlovensko a. s.	3	5	5
4 ČEZ, a. s.	4	3	2
5 Alza.cz a. s.	7	7	9
6 STUDENT AGENCY k. s.	5	4	4
7 LINET spol. s r. o.	-	-	-
8 HAMÉ, s. r. o.	-	-	-
9 PASSERINVEST GROUP, a. s.	-	-	-
10 Česká spořitelna, a.s.	9	10	6



Zleva Jaromír Řánek (Alza.cz), Michaela Chaloupková (ČEZ), Jaroslava Musilová (Kofola), Karel Hanzelka (Agrofert), Michal Kadera (Škoda Auto) a Jan Struž (CZECH TOP 100).



ZVLÁŠTNÍ CENA

Continental Barum, a. s. ocenění CZECH STABILITY AWARD

RIDERA, a. s. za 25 let úspěšného podnikání



Unikátní ocenění pro společnost Ridera za 25 let úspěšného podnikání připravil v podobě symbolického černého diamantu umělecký ředitel sklárny Moser Lukáš Jabůrek. Na snímku ocenění přebírá předseda správní rady Ridera, Václav Daněk, z rukou Jana Struže (CZECH TOP 100).

NEJOBDIVOVANĚJŠÍ FIRMY V KRAJI

Hl. m. Praha	AGROFERT, a.s.
Jihočeský	BRISK Tábor a.s.
Jihomoravský	STUDENT AGENCY, k. s.
Karlovarský	MOSER, a.s.
Královéhradecký	PETROF, spol. s r.o.
Liberecký	JABLOTRON, s. r. o.
Moravskoslezský	Kofola ČeskoSlovensko a. s.
Olomoucký	Meopta - optika, s. r. o.
Pardubický	KORADO, a. s.
Píseňský	BOHEMIA SEKT, s. r. o.
Středočeský	ŠKODA AUTO a. s.
Ústecký	Severočeské doly a. s.
Vysočina	Rodinný pivovar BERNARD a. s.
Zlínský	HAMÉ, s. r. o.

hlavní partneři projektu



partneři projektu



mediální partneři



„Kdyby rostla ekonomika tak jako počet nově vznikajících odborových organizací, byla by na tom Česká republika skvěle.“



VE VOLENÉ FUNKCI

„Působení v odborech mě naučilo se za nic a nikoho neschovávat,“ říká šéf odborářů Josef Středula, který si pochvaluje směr, jakým se odbory od dob revoluce vyvinuly. Zároveň nám prozradil, jak to má se sociálními sítěmi, nebo proč si užívá dovolenou u nás v České republice. TEXT: Michaela Kaňoková FOTO: Jiří Turek

Čím jste chtěl být jako malý kluk?

To byla vždycky otázka, kterou dávala paní učitelka ve škole, a jeden spolužák říkal, že by chtěl být malíř, i když vůbec neuměl malovat. Ale on tím malířem nakonec je... i když pokojů. Takže to jsou takové paradoxy. Mě v dětském věku zaujala otázka kosmu a astronomie. Sice jsem svůj sen později opustil, ale nikdy mě neopustila radost z pohledu na hvězdy.

Máte i dnes jako vystudovaný strojař vztah k technice?

Pořizujete si nové modely telefonů, počítačů atd.?

Dokážete si třeba něco doma i sám opravit?

Domnívám se, že při dnešních technologiích je lepší nechat to odborníkům. Ale u těch opravdu základních mechanických věcí pro mě není překážkou si drobnosti opravit sám. Bavilo mě dělat v dílně, kde se technologie vyvíjejí. A taky mi tyto znalosti otevřely brány do některých podniků. Co se týče mobilů a dalších moderních pomocníků, řekl bych, že jsem standardním uživatelem. Zejména jsem rád, když nové technologie pomáhají lidem, kteří to opravdu potřebují, jako jsou lidé na vozíku nebo třeba nevidomí.

Jste i vy sám aktivním uživatelem sociálních sítí?

Ano, mám i profil pod vlastním jménem a zakládám si na tom, že mě nikdo nezastupuje. Považuji za fér neskryvat se pod žádnou identitou. Nemám rád diskuzi s lidmi, kteří se skrývají za falešným nikým. Když někdo chce říct svůj názor nebo se s někým přit, ať se neschovává.

Kdy a proč se z technického zapálence, jakým jste byl právě vy, stal odborář na plný úvazek?

V listopadu 1989 jsme jako správní obyvatele Hlučínska doma poslouchali Svobodnou Evropu a rozhodli jsme se protesty proti tehdejšímu režimu podpořit. Ve firmě, kde jsem pracoval, se nám podařilo vytlačit zástupce komunistické strany a v únoru jsme zorganizovali volby do odborové organizace. Zvolili mě uvolněným místopředsedou. Nutno říci, že nejde o povolání v pravém slova smyslu. Je to volená funkce, takže mě musí vždy někdo zvolit a já to neberu jako práci, ale jako poslání pomáhat lidem, protože bez zájmu lidí se sdružovat bych ji vykonávat nemohl.

V čem se vaše práce za sedmadvacet let od sametové revoluce proměnila?

Zcela se redefinoval vztah zaměstnanec – zaměstnavatel. Odbory se profesionalizovaly a spoustu dovedností, které předtím nemuseli naši předchůdci mít, my musíme nejen znát, ale také se v nich stále zdokonalovat. Ať už se jedná o marketing, psychologii, právní znalosti, umění vyjednávat, práci s počítačem atd. Tím se proměňuje i způsob komunikace se členy i nečleny.

Odpovídá nebo neodpovídá počet nově vznikajících odborových organizací tempu, s jakým vznikají nové podnikatelské subjekty?

Já si myslím, že kdyby ekonomika rostla tak, jak roste počet nově vznikajících odborových organizací, tak bychom byli v celosvětovém měřítku opravdu skvělí. Uvedu příklad: za jeden rok vzrostl počet nových odborových organizací o více než sto a do odborů vstoupilo více než

jedenáct tisíc nových členů. To je přece výtečný výsledek. Jen do odborových organizací vstoupil takový počet lidí, který je násobkem počtu členů celých politických stran. My nejsme žádná maličká organizace, jsme obrovský celek, který hájí zájmy více než dva a půl milionu zaměstnanců.

Jakou částku minimální mzdy považujete za důstojnou?

Tak to je hozená rukavice. Rozhodně to ale není ta částka, která je nastavena nyní. Zvlášť když tady operují firmy, které mají úplně jiné mzdové možnosti. U nás máme v přepočtu minimální mzdu okolo 370 eur, kolegové na Slovensku mají 405 eur, v Rakousku 1 700 eur. Myslím, že se musí minimální mzda určitě velmi výrazně pohnout. Zároveň se ale domnívám, že s růstem minimální mzdy by také měla růst průměrná mzda, která rovněž neodpovídá produktivitě práce.

Jak nejraději trávíte volný čas?

S rodinou, to je to, co člověk nejvíce postrádá. Chystám se do Bruselu a pár dní neuvidím svého skoro dvouletého syna... to jsou okamžiky, kdy bych byl raději, aby té práce bylo méně. A pokud mi to čas dovolí, tak si rád něco vyfotím.

Kam se chystáte na dovolenou? A trávíte ji raději aktivně nebo pasivně?

Myslím, že si se ženou potřebujeme hlavně odpočinout. Určitě budeme cestovat tady u nás, po České republice. S dětmi to ostatně nejde ani jinak než aktivně. Navíc s manželkou oba bydlíme daleko od svého rodiště, protože jsme oba z Moravy, takže chceme nějaký čas věnovat i tomu, abychom se přiblížili svým blízkým a svým kořenům. ■

První auto mi ukradli

Karolína Topolová je ztělesněním kariéry snů. Do byznysu skočila rovnýma nohama hned po maturitě, dnes je generální ředitelkou společnosti AAA Auto, která pod jejím vedením vzkvétá. Co ji žene dál a jak zvládá krize? TEXT: Anna Černotová FOTO: archiv

Jak se člověk stane ze začátečníka v call centru ředitelkou velké společnosti?

Měla jsem už zkraje kariéry trochu štěstí. Tehdy si mě dnes již bývalý majitel AAA AUTO i přes můj nízký věk – bylo mi teprve jedenadvacet – vybral pro založení call centra. Zkušenosti jsem sice v tomto oboru měla, ale ne velké. Sama se tomu občas stále dívám, ale myslím si, že Anthony James Denny patří mezi lidi s šestým smyslem a velkou intuicí pro různé projekty. Věděla jsem, že tohle je velká příležitost a že se jí prostě musím chytit.

Kariérní růst, pokud možno závratný, je pro hodně lidí snem. Které vlastnosti jsou podle vás potřeba, aby se ten sen naplnil?

U mě v tom velkou roli hrálo nadšení, energie a v té době i jakési nevinné sebevědomí. Nesmíte se toho bát. Když se snažíte vybudovat cokoliv nového, narážíte na spoustu překážek, ale když se nedáte a makáte, dá se dosáhnout i nemožného. Přes noc se ale nikdo dobrým manažerem nestane, jsou potřeba zkušenosti a ty jsou i výsledkem chyb. Všem doporučuju pracovat na sobě. Úspěch se pak dostaví.

Jste jediná žena na tak vysoké pozici v autobranži v celé Evropě. Jaké to je v čistě pánské společnosti? Musíte mít ostré lokty?

Jako žena v mužském světě jsem to vždycky jednoduché neměla. Ale měla jsem dobrou školu od malička – vyrůstala jsem se dvěma staršími bratry. Místo panenek jsem si hrála s autodráhou a později mi dávali nohejbalovou průpravu. Nebrali na mě ohledy kvůli tomu, že jsem holka, a tak mě zocelili. Dnes je to tak, že muži ve společnosti ke mně chovají přirozený respekt, a myslím, že za ty roky už vůči sobě nepozorují žádné rozdíly

v chování. Přes mrtvolu chodit nemusím. Možná i proto, že jsem žena, dokážu být empatická a řešit věci přirozenějším a klidnějším způsobem.

Svět velkého byznysu není jen o úspěchu a poplácávání po ramenou. Kdy přišly těžké chvíle?

Nejhorší bylo určitě období krize v letech 2008 a 2009, kdy jsme museli výrazně redukovat počet zaměstnanců a opustit některé trhy. V takových momentech je důležité nepropadat panice a nerezignovat. Musíte uvažovat věcně, snažit se udělat maximum. Dobře se mi tehdy nespalo, ale podařilo se všechno překonat a společnost v posledních letech výrazně expanduje. Otevíráme nové pobočky a stoupá počet prodaných vozů. Letos už budeme možná až na pětáctýřicet místech ve čtyřech zemích s nabídkou téměř čtrnácti tisíc aut.

Nepříjemné muselo být i období, kdy měla „áčka“ pošramocenou pověst. Jak se získává zpátky dobré jméno firmy?

Zlepšit jméno firmy jsem si vytkla jako svůj osobní cíl hned po nástupu do funkce generální ředitelky v roce 2012. Zprovoznili jsme nové kontaktní centrum pro zákazníky, vytvořili jsme funkci zákaznického ombudsmana a já jsem se rozhodla jít s kůží na trh – začali jsme masivně komunikovat s médii, což dříve nebylo pro naši společnost zvykem. Také jsem se zaměřila na prověření systému

reklamačních řízení, kde jsem nastavila větší „měkkost“. Lidé často u ojetých aut reklamují to samé jako u nových, přestože ojeté vozy podléhají běžnému opotřebení, a proto jsou konec konců také mnohem levnější. I tak se jim snažíme maximálně vycházet vstříc. Často stačí jen vysvětlení naší odpovědnosti nebo rada, jak a kde vůz levně opravit.

To byly ty horké okamžiky. A kdy jste kariérně zažila naopak ty nejhezčí?

Nejkrásnější je, když vidíte, že projekt, který jste piplali od plínky, je úspěšný i přes všechny tyhle překážky, které na počátku byly. Nejcennější pro mě byl prodej společnosti zahraničnímu investorovi za 220 milionů eur.

Jak jste to oslavila?

Měla jsem z toho hroznou radost, ale na oslavy nebyl moc čas. Museli jsme se hned zaměřit na znovuotevření našich poboček v Polsku, které je domovskou zemí našeho nového majitele.

Co je podle vás nejdůležitější při práci s lidmi? Jak z nich dokážete vykresat to nejlepší?

Sázím na empatii. Když moji zaměstnanci odvádí dobrou práci, vždycky je pochválím a za opravdu úspěšnou práci i odměním. Nemám ráda lenochy a všichni to vědí. Vzájemně si důvěřujeme, a proto společnost funguje a roste.

„Když moji zaměstnanci odvádí dobrou práci, vždycky je pochválím a za opravdový úspěch i odměním.“



Karolína Topolová

Kariéru zahájila v pražském hotelu Prague Hilton Atrium jako programová manažerka. Už v roce 1998 založila call centrum v AAA AUTO, které se stalo jedním z nejmodernějších a největších v oboru v ČR. O několik let později postoupila na funkci Group HR and Call Centre Director, o další rok později se stala viceprezidentkou společnosti a podílela se na vstupu firmy na českou a budapeštskou burzu cenných papírů. Od roku 2012 vede společnost AAA AUTO, která je největším prodejcem ojetých automobilů ve střední Evropě. Je také předsedkyní správní rady Dětské dopravní nadace. Je vdaná a má dvouapůlletou dceru.



BLESKOVÝ DOTAZNÍK:

Oblíbené místo pro dovolenou: V létě Sicílie, v zimě Dubaj, Maledivy nebo Seychely.

Moje oblíbená kuchyně: Indická, miluju ty nevšední kombinace, chutě a vůně.



Oblíbená pohádka dcery: S čerty nejsou žerty – scéna s Vaškem Vydrou, kdy se mu k noze přilepí magnetická koule.

Můj parfém: Léta jsem věrná parfému Forever and Ever od Diora, ale teď mě nadchl La Tulipe od Byredo.



Nejvychytávka v mém autě: Kamerový systém True Trac, monitoruje situaci kolem vozu a na zadních sedačkách.

Doplňek, pro který mám slabost: Krásné a kvalitní hodinky, spojení funkčnosti a šperku.



Koho bych pozvala na večeři: Oprah Winfrey – vážím si jejich manažerských schopností.

Co mi nesmí chybět v kabelce: Svazek klíčů, parfém, desinfekční gel, vlhčené ubrousky a donedávna ještě i dudlík.

Někde jsem četla, že si s podřízenými tykáte, i s technikou v dílnách. Je to pravda?

Tykání ve firmě napříč celou strukturou je u nás zavedené dlouhodobě, tykáme si všichni. Je to odkaz zakladatele firmy, který jako Australan tuto přátelskou formu komunikace, která bourá řadu bariér, zavedl hned z kraje.

Jak vypadá váš běžný pracovní den?

Po příchodu do práce si udělám kávu, přečtu nejnultnější maily a pak začíná kolotoč schůzek, řešení zásadních projektů. Mezitím odbíhám k e-mailu, abych toho za den stihla opravdu co nejvíce a odpoledne mohla spokojeně odejít domů s tím, že jsem většinu vyřešila.

Jak si určujete priority, když je důležité úplně všechno?

Ve společnosti pracuji osmnáct let. Za tu dobu jsem se naučila prioritizovat, efektivně rozkládat čas a delegovat úkoly, aby všechno odsýpalo co nejrychleji. Jde to.

Práce ale nečeká jen v kanceláři. Máte dvouapůlletou dceru, kdo ji třeba vaří?

Ona zbožňuje veškeré ovoce, ale jinak má různá období, kdy má oblíbené specifické jídlo. Teď zrovna je to kuřecí řízek s kaší a já jí ho ráda udělám.

Co ji teď nejvíce baví? Dokážete se s ní ponořit do jejího dětského světa?

Každým dnem mě něčím překvapí. Vnímá hodně svět kolem sebe, nad vším dumá a komentuje to po svém. Je s ní opravdu legrace, takže nemám problém s ní na práci zapomenout a užívat si její dětské nevinnosti a upřímnosti. Když přijdu unavená domů z práce a ona ke mně přiběhne se slovy: „Maminko má milovaná!“, tak úplně roztaju.

Vy jste vlastně práci kvůli mateřství ani nepřerušila. Jak se řídí velká firma s malým kojencem?

Do práce jsem šla po osmi týdnech a začátky nebyly snadné. Ale všechno se dá přizpůsobit – kancelář jsem si zařídila trochu jako dětský pokojíček, u malé se střídaly obě babičky, já ji chodila kojit a byla jsem s ní co nejvíce, každou volnou chvíli.

Co byste poradila matkám, které se s malým dítětem chystají rozjet podnikání nebo se vrátit brzy do práce?

Nebojte se toho. U nás jsme v tomto ohledu konzervativní a řešíme, co tomu řeknou ostatní a jestli tím nebude dítě strádat. Přitom český model rodičovství je v Evropě spíše raritou a maminky se běžně vrací do zaměstnání už po třech až šesti měsících. Připravte se na těžší začátek. Nikdo vám to předem neřekne, ale po porodu necítíte jen štěstí, to přijde později, proto se původních pocitů zmatku nezaleknete. Každopádně pamatujte, že dobrá máma je šťastná máma!

MOJE PRVNÍ AUTO

„Moje první auto byl malý úplně nový Volkswagen Polo, který mi hned ukradli. Proto jsem se zařekla, že nebudu investovat do nových vozů, které stojí zbytečně velké peníze. Od té doby používám ojeté. Nyní jezdím SUV BMW X5, který projede každou sněhovou kalamiťnou situací a cítím se v něm, zejména s dítětem, opravdu bezpečně. Už bych za malé auto neměnila.“



ÚSPĚŠNÍ LIDÉ MOTIVUJÍ K HRDOSTI NA REGION

Je pravda, že čím víc se svět globalizuje, tím víc se lidé zajímají o své okolí? Zeptali jsme se Evy Stejskalové, ředitelky regionalnitemvize.cz. TEXT: Rostislav Zeman FOTO: archiv



Jak eliminujete rizika, aby zviditelňování inspirativních firem nepůsobilo jako reklama a aby měl příspěvek svoji věrohodnost?

Protože se odjakživa profilujeme jako televize pozitivních zpráv a poukazujeme na to, co se kde povedlo, náš divák přirozeně očekává, že se z naší televize dozví o úspěšných a zajímavých počinech. Důležitá je ovšem taky forma zpracování. I zviditelňování inspirativních podnikatelských počinů může být zpracováno tak, aby informace nepůsobila jako reklama. Chápu ale, že v médiích, která se primárně zaměřují na kauzy a negativní zprávy, může jakákoliv pozitivní informace vyznít jako zaplacené sdělení.

Lidé se prý dnes víc zajímají o témata s přímou vazbou k regionu, kde žijí. Týká se tento trend i mapování úspěšných firem a podnikatelských osobností?

Regionalita a regionální zacílení funguje i v tomto případě. Jestliže poukážeme na úspěch někoho, koho lidé znají, pak u nich roste zdravý patriotismus a sounáležitost s daným regionem. Nemluvě o hrdosti zaměstnanců na to, že pracují v takové úspěšné společnosti. To jsou informace, které běžně v mainstreamových médiích pro nedostatek konfliktu nenajdete a pokud ano, pak si jich divák o to více váží. V poslední době navíc pozorujeme jistou nasycenost společnosti negativními zprávami a její nechuť nechávat se jimi ovlivňovat. A tak poukázání na úspěch je pro mnohé příjemnou změnou, motivací k další práci, ale i důvodem, proč být hrdý na svůj region či vlast.

Vzpomenete si, který z takto laděných příspěvků vyvolal největší emoce a odezvu?

Za čtyři roky, co regionalnitemvize.cz vysílá, jsme odvysílali spoustu zajímavých reportáží a dokumentů o úspěších regionálních firem. Jedna z nich například pojednávala o výrobě vrtáků a po odvysílání lidé psali, že vůbec netušili, že se vrtáky u nás vyrábí. Mysleli si, že je dovážíme z Číny. Podobné reakce jsme zaznamenali také po odvysílání cyklu o textilním průmyslu, kdy nám lidé psali, že netušili, že textilní průmysl u nás funguje a úspěšně se rozvíjí. Pokud se nebudou prezentovat úspěchy našeho průmyslu, nikdy nebude dost mladých lidí, kteří by technické obory šli studovat.

Jste při mapování této obchodně-podnikatelské tematiky oproti celostátním televizím ve výhodě?

Výhodou regionální televize je znalost prostředí, lidí, kteří v dané firmě pracují,

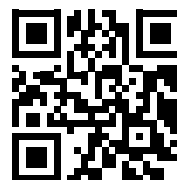
historie atd. To všechno ale zároveň může být i nevýhodou, záleží na každém jednotlivém případě. Obecně ale spíše převažuje pozitivní vliv regionálního média, obzvláště, když jsou informace šířeny celoplošně jako v našem případě a vedení společnosti obdrží zpětnou vazbu z druhého konce republiky. V tomto případě vzniká základ dlouhodobé spolupráce.

Projekt CZECH TOP 100 a jeho Mapa úspěchů je poněkud v rozporu s tím, co se o médiích říká: že se zajímají jen o skandály a průšvihy. Je pro vás takový formát atraktivní?

Jak už jsem uvedla, náš projekt je postaven výhradně na pozitivních informacích a zajímavostech z regionů. Za čtyři roky fungování máme velmi solidní a neustále se zvyšující diváckou základnu, což můžeme doložit standardními výsledky televizního metrového měření, a tak moje odpověď je jednoznačná. Tyto informace nejen, že mají své diváky, ale navíc mají podle mě vysoký společenský význam. Projektu CZECH TOP 100 proto ze stejných důvodů velmi fandím, vážím si jeho tvůrců za odvahu a je mi ctí, že jej mohu podpořit a být při jeho realizaci. ■



Eva Stejskalová při převzetí ceny v soutěži Marketér roku 2015



Ministerstvo pro místní rozvoj a CzechTourism zahajují úzkou spolupráci s CZECH TOP 100

Aktivity CZECH TOP 100 jsou stále více spojeny s tématy regionálního rozvoje, regionální spolupráce a podpory malého a středního podnikání, která má svůj základ především v jednotlivých regionech České republiky. Intenzivní spolupráce s Ministerstvem pro místní rozvoj a s CzechTourism, příspěvkovou organizací ministerstva, je logickým důsledkem tohoto programového zaměření.



CZECH TOP 100 monitoruje již od roku 1994 společnosti a organizace v České republice a na základě jasně stanovených kritérií ve spolupráci s předními odborníky vytváří a vyhlašuje mediálně dobře známé žebříčky. „100 nejvýznamnějších firem ČR“ a „100 obdivovaných firem ČR“ patří mezi nejsledovanější. Obdiv a uznání si zaslouží i firmy a organizace, které nutně nevynikají výší tržeb a zisku, ale přesto jejich úspěchy mají významný vliv na kvalitu českého hospodářství. Spolupráce s Ministerstvem pro místní rozvoj umožní nacházet v jednotlivých krajích podnikatelské subjekty, na jejichž úspěch je dobré upozornit jako na zdroj inspirace. Vyústěním společného hledání bude udělování Ceny Ministerstva pro místní rozvoj za mimořádný počin v oblasti regionálního rozvoje na Pražském hradě.



Vážené čtenáři,

je mi ctí, že Ministerstvo pro místní rozvoj může být součástí projektu CZECH TOP 100. Také proto vyhlašujeme speciální ocenění pro úspěšné předkladatele projektů v cestovním ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj má ve své gesci vedle regionálního rozvoje i cestovní ruch. Naší snahou a cílem je podporovat toto významné odvětví národního hospodářství a zvyšovat jeho konkurenceschopnost při zachování jeho udržitelnosti. K dosažení zmíněného cíle využíváme různé nástroje, ať již z oblasti marketingové, finanční či v rámci dotačních titulů spolufinancovaných ze zdrojů Evropské unie nebo národních zdrojů. Jejich cílem je pozitivní ovlivňování regionů, především těch znevýhodněných nebo těch se zatím ne plně využitým potenciálem přírodního či kulturního dědictví. Snižování disparit mezi regiony i maximální propagace jejich zajímavostí je jednou z podmínek zvýšení celkové výkonnosti české ekonomiky.

V oblasti rozvoje regionů se jedná např. o podprogram Podpora obnovy a rozvoje venkova v roce 2016, který předpokládá spolupráci s místními obyvateli, občanskými spolky a sdruženími při obnově obcí v souladu s místními tradicemi. Je zaměřen např. na zapojení dětí a mládeže do života v obci, obnovu drobných sakrálních staveb či obnovu místních komunikací včetně veřejného osvětlení.

V oblasti cestovního ruchu se aktuálně jedná o Národní program podpory cestovního ruchu, který je zaměřen na aktivní domácí cestovní ruch. Prostřednictvím podpory tzv. sociálního cestovního ruchu jsou – vedle obvyklých cílových skupin – zapojovány také osoby zdravotně handicapované, malé děti a senioři. V současné době probíhá nové nastavování programu a jednou z podporovaných oblastí budou i marketingové aktivity destinationálních společností.

Ing. Klára Dostálová,
náměstkyně pro řízení sekce regionálního rozvoje



KRÁSNÁ DLOUHÁ NOC NA ŽOFÍNĚ

Je léto! Plesová sezona je daleko za námi. Plesová sezona je daleko před námi. Ale připomínkou našeho plesu si vás dovoluujeme upozornit, že čas letí jako šílený a za chvíli to tu zase bude. Velký ples!

TEXT: Antonín Fischer FOTO: Miroslav Martinovský



« Slavnostní tabule od firmy Gastro Žofín
 < Klasické předtančení v podání TK Astra Praha...
 » ...v kontrastu s rozvernými tanečními s cimbálovkou Olšava z Uherského Brodu

Co říká o plesech slovník naučný? Ples je společenská událost obvykle slavnostní povahy, která je spojena se společenským tancem za zvuků taneční hudby.

Tato událost mimo jiné umožňuje vzájemné setkávání lidí, kteří by se jinak pravděpodobně nikdy nesetkali. V minulosti bývaly především výsadou vyššího stavu, tedy šlechty. V průběhu 19. století se plesy postupně staly (ostatně tak jako mnoho jiných, původně šlechtických, výsad) běžnou součástí tehdejší měšťanské společnosti, v té době byly takovéto lidové plesy označovány slovem bál. Pořádaly je obvykle různé občanské spolky nebo profesní a stavovská společenstva (cechy) apod.

OSTROV V SRDCI EVROPY

Od roku 1837 platí, že kdo v srdci Evropy něco znamená, nějaké události v paláci pojmenovaném po arcivévodkyni Žofii se zúčastnil. Novorenesanční palác na nejkrásnějším pražském ostrově zažil premiéru Smetanovy Mé vlasti, první koncert Antonína Dvořáka, vystoupení Zdeňka Fibicha, koncertovali tu Berlioz, Liszt, Čajkovskij, Wagner,



Ples CZECH TOP 100 má za sebou čtvrtý ročník. Ale další už se připravuje! Těšíme se na setkání s vámi 21.ledna 2017.

< Patriot a propagátor Slovácka starosta Boršic u Blatnice Bohuslav Vávra s Janem Stružem

debutoval Kubelík a taneční střevíčky prošoupala Božena Němcová. Ve Velkém sále hovořili všichni čeští prezidenti a premiéři, scházejí se zde zahraniční delegace na nejvyšší úrovni...

ČASY SE MĚNÍ

Mění se i obecnost plesů. Milovníci tance ve smokingu a ve velkých toaletách nemají ani v Praze moc příležitostí si užít ten pravý, klasický, velkolepý ples. Snad jen desítky let populární a měsíce předem vyprodaný zahradnický ples má své stále publikum, které si rok šetří na zážitky spíše optické než pohybové, protože když zahradníci společně vyváží velkolepé květinové dekorace a přehlídky toalet z květin a šabí, je na co koukat, i kdyby se tancovat nemělo. Nejvíce odírají parkety lékaři a medicí na plesích lékařů a mediků.





Skupina z BHS
s marketingovou ředitelkou
Monikou Christovou
(uprostřed)



Organizátoři plesu: Zuzana
Frčková, Ivana Kaucká,
Jan Struž, Jana Turinská,
Tomáš David



Bůhvíproč, ale právě lidé z té nejvážnější a nejodpovědnější profese si na ples nesednou a na parketu vytáčejí figury hodné profesionálních tanečníků. Vlastně by ani nepotřebovali židle a stoly, spíš větší a ještě větší parket.

ČASY SE MĚNÍ

Ples CZECH TOP 100 odpovídá druhé větě uvedené definice: Umožňuje vzájemné setkávání lidí s hustě popsaným diářem, kteří by se jinak možná nesetkali, natož aby se spolu někde dobře, řekněme i tak nějak mimo protokol odpovídající jejich postavení či úřadu, pobavili. Takže i když na pódiu hraje ta nejlepší taneční kapela známá i z vídeňského Plesu v opeře – orchestr Václava Hybše a skutečné rozšoupenutí vyvolává pravá a nefalšovaná cimbállovka ze Slovácka podpořená skvělým vínem a (pod pultem z kapsy) výborně korálkující slivovicí, pořádající CZECH TOP 100



Hosty vítali ředitelka marketingu CZECH TOP 100 Ivana Kaucká a předseda CZECH TOP 100 Jan Struž



Olšava hraje, zpívá...

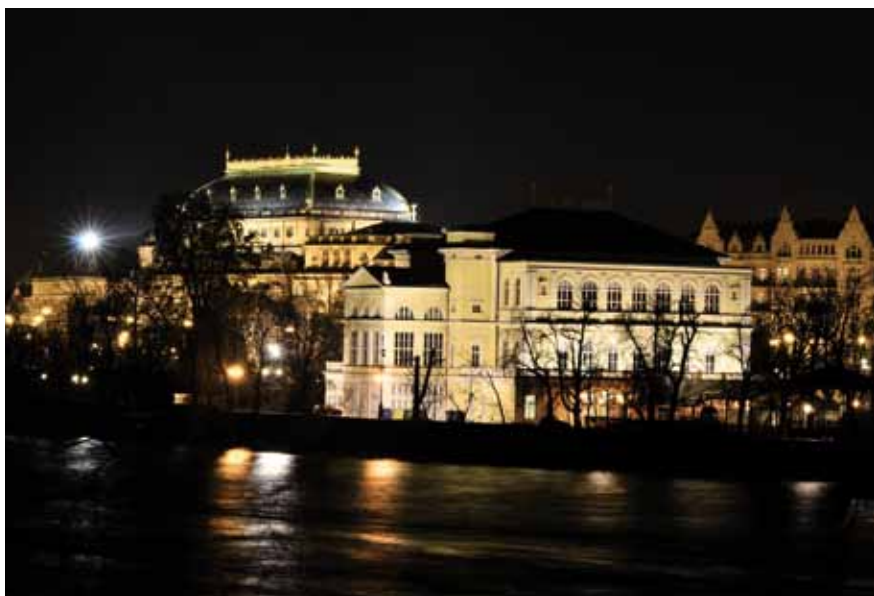


^
Václav Daněk, předseda správní rady RIDERA, úspěšný v podnikání i v tanci

vždy myslí na to, aby v paláci Žofín byl i dostatek míst pro bilaterální i víceterátní rozhovory. I za tu cenu, že ne na všechny zájemce vyjdou vstupenky.

VYZVÁNÍ K Tanci

Pokud vás napadne věta majora Terazkyho: „Čo bolo, to bolo...“, dokončete slovy: „Na příští ples CZECH TOP 100 na Žofíně chci jít já se svojí partnerkou, se spolupracovníky, s obchodními přáteli. A sledujte www.czechtop100.cz, protože V. PLES CZECH TOP 100 už se připravuje a má své pevně určené datum: společně se sejdem v sobotu 21. ledna 2017! Zůstaňte ve střehu - neradi, ale opravdu neradi bychom vás odkazovali až na rok 2018, protože kdo dřív přijde, ten dřív tančí. ■



ŽOFÍN NA SLOVANSKÉM OSTROVĚ

Nejkrásnější pražský ostrov začal na Vltavě vznikat díky usazeninám v 17. a 18. století. Po velké povodni v r. 1784 byl zabezpečen nízkou hrází a mezi křoviny bylo zasazeno několik ovocných stromů. Tak vznikl skutečný ostrov, na nějž se záhy přestěhovala z Nového Města rodina barvíře kůží Saengera. Ostrov tak snadno získal své první jméno - Barvířka. V r. 1817 vyrostl vedle chatrčí první dřevěný hostinec a primitivní lázně. V r. 1823 nechal tehdejší majitel Václav Schlegla zřídit na ostrov most. Další majitel, mlynář Václav Novotný, se rozhodl jej přeměnit na významné společenské a kulturní centrum a v letech 1835–1837 zde vystavěl restauraci, lázně a obytný dům. Tehdy se ostrov jmenoval stále ještě Barvířský, ale když v r. 1870 navštívil palác arcivévoda František Karel, otec pozdějšího císaře Františka Josefa I., požádala rodina majitele, aby byl ostrov přejmenován podle arcivévodovy manželky Žofie. Novorenesanční palác Žofín podle návrhu Jindřicha Fialky byl postaven v r. 1884 poté, co ostrov wykoupila pražská obec. Název paláce zůstal, ale ostrov byl ještě jednou přejmenován – v r. 1925, na počest Slovanského sjezdu konaného v r. 1848.

SPOLU ZA ŠPIČKOVOU KULTUROU

V rámci volného cyklu Spolu za špičkovou kulturou, kdy CZECH TOP 100 zve významné osobnosti ekonomického i společenského života k setkání s umělci v divadlech a koncertních síních, uzavřela sezonu 2015–2016 návštěva Národní galerie. Připomeňme si besedu s jejím generálním ředitelem Jiřím Fajtem a akademickým malířem Jiřím Davidem, autorem výtvarného díla Apotheosis, které reprezentovalo Českou republiku na benátském bienále. TEXT: Antonín Fischer



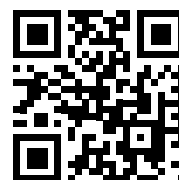
Vyprávění generálního ředitele NG Jiřího Fajty i vyznání výtvarníka Jiřího Davida zaujalo účastníky setkání stejně jako následující prohlídka expozice Muchovy Epopeje a Davidovy Apotheosis.



Foto: Archiv CZECH TOP 100



Divák, který vstoupí do výstavní síně, se nejprve ocitá v prázdném prostoru – až za zrcadlovou zdí je ukrytá obrovská malba, černobílá verze dvacátého obrazu Alfonse Muchy Apoteóza z dějin Slovanstva, do nějž Jiří David nenásilně aplikoval své představy a názory, jimiž posunul původní význam. Divák nemá reálnou možnost vidět obraz celý, protože je vměstnán mezi zeď a obraz. Celý výjev vidí v zrcadlovém odrazu, jehož je i on sám součástí.



Návštěvu Národní galerie si můžete naplánovat kdykoliv a nikdy se nestane, že byste odešli zklamaní. Z aktuálních instalací vám můžeme doporučit unikátní česko-bavorskou zemskou výstavu Císař Karel IV. 1316–2016, kterou můžete až do 25. 9. 2016 navštívit ve Valdštejnské jízdárně v Praze. Výstava pořádaná k příležitosti 700. výročí narození výjimečné osobnosti evropských dějin představí mimořádný výběr památek kultury a umění jeho doby nejdříve v Praze, a od 20. října se přesune do Germánského národního muzea v Norimberku, kde potrvá do 5. března 2017. Výstava hledá prostřednictvím 170 exponátů odpovědi na otázky zobrazující osobnost Karla IV. v realitě jeho doby. Ke 14. století patřily sucha i povodně, neúrody, hladomory, morové epidemie, židovské pogromy i finanční krize. A v tomto historickém kontextu se za císařovy podpory odehrává obdivuhodný rozkvět středověkého umění a architektury... Byl tedy život na císařském dvoře odtržený od složité reality všedního dne? Jak Karla IV. vnímali jeho současníci?





Sv. Kateřina, Mistr Theodorik, Praha, 1360–1364, olejová tempera na bukové podložce potažené plátnem, fragmenty zlacení, Národní památkový ústav, zapůjčeno do Národní galerie v Praze

Foto: archiv Národní galerie



Odkud přicházely finanční prostředky na nákladnou císařskou reprezentaci? A jaká byla role umění ve službách Karlovy politiky? Kdo byli ti, kteří jménem císaře konali a zajišťovali mu tolik potřebnou podporu? K výstavě je připraven pestrý a obsáhlý mezinárodní program aktivit, které vás doprovodí po stopách Karla IV., abyste mohli vnímat památky, architekturu i umění v původním prostředí. Sedmísté výročí a výjimečná osobnost, to je opravdu velký důvod, proč si naplánovat návštěvu Národní galerie! ■



Fragmenty náhrobku královny Markéty Brabantské, Giovanni Pisano, 1313–1314, carrarský mramor, fragmenty polychromie, Janov, Galleria Nazionale di Palazzo Spinola



Velký kalich ze sardonyxu s perlami a medailony, Konstantinopol, konec 10.–poč. 11. stol., achát, stříbro zlacené, smalt, skleněné kamínky, perly, Benátky, Bazilika sv. Marka

Jedním z rysů Karlovy vladařské koncepce bylo využívání výtvarného umění a architektury k propagaci majestátu.

Pro úspěch I NA CESTÁCH

Těšíte se na prázdninové cesty a hledáte partnera, který vás ve vašich plánech nebude nijak omezovat? Zvolte Hyundai i40 v kombi provedení a vaše letní jízda bude dynamická, elegantní a v dokonalém pohodlí.



Kromě dynamického a elegantního designu vás potěší i možnosti pohodlí, které vám Hyundai i40 nabízí. Precizně tvarovaná přístrojová deska, multifunkční volant se všemi ovládacími prvky, kvalitní provedení sedadel, komfortní loketní opěrka nebo zásuvka u spolujezdce, v níž se vám během jízdy budou chladit nápoje... Nadchne vás také objem zavazadlového prostoru od minimálních 553l při naložení po krycí roletu. Budete překvapeni, kolik zavazadel do úložného prostoru pohodlně umístíte! Pro jedinečný komfort řízení je nyní dostupná

i sedmistupňová dvojspojková převodovka DCT, která přináší vynikající zrychlení spolu s nízkou spotřebou paliva. Pádla pod volantem volitelně přinášejí možnost okamžité a plynulé změny rychlostních stupňů bez přerušení toku výkonu na kola. Dostupná je s motorem 1,7 CRDi (hodnota CO₂ jen 119 g/km). Společnost vám budou dělat mj. i vyspělý audiosystém se 6 reproduktory a subwooferem, poskytující ty nejlepší hudební zážitky. Také přístrojový panel Supervision a 7palcový displej navigace s podporou příjmu DAB vám zpříjemní cestu na jakoukoliv vzdálenost.

HYUNDAI i40

Předvídat nepředvídatelné nedokáže, ale nová i40 kombi je vybavena řadou asistenčních systémů, které vám pomohou vyhnout se problémům. Rozpozná dopravní značky omezující rychlost, asistent dálkových světel automaticky přepíná podle potřeby místo vás a v interiéru vás ochrání 9 airbagů.

Více informací najdete na www.hyundai.cz



CZECH TOP 100

NA NÁVŠTĚVĚ V KRAJÍCH

Žijí a pracují v jednom kraji, ale nikdy se nesetkali. Nebo se zahlédli na různých konferencích, seminářích, aktivech, ale neměli čas se lépe seznámit a bezprostředně si povykládat o svých starostech a radostech.

Jejich firmy, instituce a organizace jsou v regionu známé a významné, ale jen málokdo měl možnost podívat se do jejich provozoven, proniknout do zákulisí, seznámit se zblízka s tvorbou jejich produktů.

Proto, ale také proto, abychom i my blíže poznali kraje a osobnosti tvořící páteř regionu, organizujeme již deset let neformální setkání pod názvem CZECH TOP 100 FORUM. Je to náročná práce, naštěstí v každém kraji najdeme společnost, která se ujme roli hostitele ve svých vlastních výrobních či obchodních prostorách. Možná byste se i vy rádi pochlubili svojí prací a prostředím, v němž vy s vašimi spolupracovníky vytváříte hodnoty. Tak co kdybychom se příště setkali u vás?

TEXT: Antonín Fischer FOTO: autor, Radek Salaquarda a AAA AUTO



CZECH TOP 100 FORUM

KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE V RYCHNOVĚ NAD KNĚŽNOU

Hostitelem byla společnost ASSA ABLOY, vlastník tradiční značky FAB, přední světový výrobce a dodavatel komplexního řešení uzamykacích dveřních systémů. Společnost ASSA ABLOY vznikla před více než 15 lety ze zhruba sto padesáti akvizic různých společností v rámci celého světa. FAB se stal členem této globální skupiny v roce 1997. Kromě obchodní jednotky sídlící v Praze patří do skupiny ASSA ABLOY Czech & Slovakia také tři výrobní závody, které vyrábějí produkty pod značkou FAB.

Výrobní závod v Rychnově nad Kněžnou vyrábí cylindrické vložky, visací, přídavné, nábytkové a průmyslové zámky, klíče včetně polotovarů, bezpečnostní závory a systémy generálního a hlavního klíče (SGHK).

V rychnovském závodě se nevyrábí pouze výrobky značky FAB, ale i produkty dalších značek skupiny – italský Corbin, dánské RUKO, francouzský Vachette či německá IKON.

Továrna ročně produkuje 7 milionů cylindrických vložek takřka pro celou Evropu a je majitelem velkého množství patentově chráněných řešení, jež neustále zvyšují bezpečnostní standardy. Právě obrovské zkušenosti a vysoká profesionalita rychnovského týmu učinily z tohoto závodu vývojové a výrobní centrum pro evropskou část skupiny ASSA ABLOY.



➤ Na exkurzi do hal ASSA ABLOY musí i hosté ve výstražných vestách.

◀ Starosta Jan Skořepa mluví otevřeně o problémech města i před kamerou.



Na brněnské domácí půdě
generální ředitelky AAA AUTO
Karolíny Topolové.



Pozornost účastníků svědčí
o zajímavosti probíraných témat.

CZECH TOP 100 FORUM JIHOMORAVSKÉHO KRAJE V BRNĚ

Hostitelem byla jedna z jednadvaceti poboček největšího obchodníka s ojetými vozy AAA AUTO, pobočka v Brně-Černovicích, v současnosti nabízející 800 garantovaných vozů. Společnost AAA Auto International a. s. je provozovatelem autobazarů se sídlem v České republice, kde také vyvíjí největší část svých podnikatelských aktivit, na Slovensku (AUTOCENTRUM AAA AUTO a. s.), v Maďarsku a v Polsku (Autocentrum AAA AUTO sp. z o. o.). AAA AUTO má 21 poboček v ČR, 13 v SR, 3 v Maďarsku a 1 v Polsku. Společnost od roku 2012 nabízí vozy také pod staronovou značkou Mototechna, pod kterou v České i Slovenské republice soustředila nabídku „zánovních“ automobilů. V dubnu 2014 Mototechna zahájila prodej luxusních vozů v novém segmentu Mototechna Premium. Značka AAA AUTO se v rámci studie agentury Ogilvy & Mather z podzimu roku 2013 umístila mezi deseti nejlepšími českými značkami po listopadu 1989.

CZECH TOP 100 FORUM ZLÍNSKÉHO KRAJE

Hostitelem bylo rodinné vinařství VÍNO ZLOMEK A VÁVRA z Boršic u Blatnice provozující Galerii slováckých vín v Uherském Hradišti. Galerie slováckých vín poskytuje prostor pro prezentaci těm nejlepším vinařům celé slovácké vinařské podoblasti. Nachází se v centru Uherského Hradiště v historických prostorách jezuitských sklepů. Můžete zde ochutnat z nabídky 150 nejlepších vín pečlivě vybraných 15 vinařství této podoblasti. Lahev každého vinaře je možné zakoupit a odnést domů za stejnou cenu jako ze sklepa u vinaře. Raně barokní klenuté podzemní prostory pod jihozápadním křídlem jezuitského areálu byly prvním počinem stavitelů v roce 1654. Nad nimi následně vyrostla řádová kolej s hranolovým rizalitem uprostřed obsahujícím schodiště do patra i do sklepů. Složitě základové poměry na staletých náplavách řeky Moravy a vysoká hladina spodní vody si vyžádaly provádění stavby na dubových pilotech a dřevěných rostech. Zdivo sklepení je převážně kamenné a prostor je zaklenutý valenými a křížovými cihlovými klenbami půlkruhového profilu. Dochoval se autentický vnitřní líc zdiva a kleneb.



Na setkáních přebírají společnosti a osobnosti kraje ocenění CZECH TOP 100 za práci pro region a pro svůj obor.



Bezpečnostní problematiku
probíral s Janem Stružem ředitel
policie Zlínského kraje Jaromír
Tkadleček.

O životě v kraji je
možné vážně hovořit
i v prostředí Galerie
slováckých vín.



SPOLEČNĚ V POHYBU!

Sport je čím dál tím více trendy i ve firemním prostředí. Stále větší popularitu získávají právě firemní akce, během kterých společně sportují zaměstnanci a zaměstnavatelé. TEXT: Petr Šlejmar FOTO: Leona Doskočilová

Na takové aktivity se zaměřuje společnost MultiSport Benefit s. r. o., pořadatel sportovních eventů a poskytovatel programu MultiSport, motivačního programu pro zaměstnance, který umožňuje každodenní využívání více než devíti set sportovních zařízení v Čechách a na Slovensku. Představí vám jej Martyna Monoszon, jednatelka společnosti.

Cítíte, že se ze strany zaměstnavatelů zájem o program MultiSport zvyšuje?

Určitě, protože firmy se stále více zajímají o zdraví svých zaměstnanců a také do něho investují. Náš program zajišťuje maximální dostupnost sportovišť s širokým pokrytím v ČR a SR. O rostoucí popularitě asi nejlépe svědčí fakt, že počet uživatelů karty MultiSport dotované zaměstnavatelem vzrostl za poslední rok o 81 %.

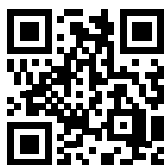
Vy sama sportujete pravidelně?

Na sportu jsem poslední dobou lehce závislá. Sportuji tak třikrát až čtyřikrát

týdně a střídám různé typy aktivit – běh, TRX, H.E.A.T, jógu, tenis, posilování. Jsem společenský sportovec, většinou sportuji s kolegy z práce, mám ráda společně běhání či firemní lekce TRX, ale třeba i s klienty a samozřejmě s rodinou a přáteli.

Chystáte se při letošních Českých sportovních hrách na nějakou konkrétní aktivitu?

Chystám se na volejbal nebo tenis. Právě sestavujeme volejbalový tým. Věřím, že náš sportovně založený kolektiv MultiSport Benefit se her zúčastní velmi aktivně. Samozřejmě bych na tuto zářijovou akci, kterou spoluorganizujeme společně s CZECH TOP 100, všechny ráda pozvala! ■



ČESKÉ SPORTOVNÍ HRY 7. AŽ 9. 9. 2016

7. 9. 2016

Společenský předvečer sportovních her

Vzdělávací workshopy na aktuální témata: syndrom vyhoření, atraktivní značka zaměstnavatele, interaktivní trénink mozku, losování soutěží, návštěva Hokejové síně slávy
Místo konání: Síně slávy českého hokeje, Galerie Harfa

8. a 9. 9. 2016

Sportovní soutěžní disciplíny

8 hlavních soutěžních disciplín pro týmy

i jednotlivce: malá kopaná, tenis, volejbal, atletika – běh na 5 km, štafeta 5x1 km, nohejbal, stolní tenis a minigolf.

Místo konání: Sportovní areály Prahy 9, centrem aktivit je ARENA SPARTA Podvinný mlýn

Součástí programu je relaxační a vzdělávací program pro děti i dospělé
Věříme, že firmy a organizace vyšlou do Prahy zdatné jedince i sehrané týmy!

Registrujte se na
www.czechtop100.cz/prihlaska/





Projekt Mapa úspěchu vytváří galerii významných českých firem

Projekt se zaměřuje na úspěšné firmy a sleduje jejich vývoj a působení od roku 1989.

„Záměrem Mapy úspěchu je důkladně shrnout proměny české ekonomiky za posledních 26 let prostřednictvím silných příběhů. Popisem důležitých událostí chceme ukázat na vše důležité, co se tu událo v uplynulém čtvrtstoletí,“ vysvětluje viceprezident CZECH TOP 100 a ředitel projektu Mapa úspěchu Aleš Pospíšil.

Úmyslem projektu, který vznikl pod hlavičkou CZECH TOP 100, je historicky a geograficky zmapovat události, osobnosti a firmy za poslední čtvrtstoletí, a tím poukázat na dynamicky rozvíjející se ekonomické projekty.

CZECH TOP 100 neslaví úspěchy jen těch největších a nejmocnějších. „Odbornou, ale i tu nejširší veřejnost upozorňujeme na podnikatelské subjekty a osobnosti, které si účtu a vážnost vysloužily svojí kreativitou, spolehlivostí, vztahem k místu, ve kterém působí, a sounáležitostí s komunitou, ze které vzešly,“ dodává k projektu Mapa úspěchu předseda CZECH TOP 100 Jan Struž.

Od října 2014 bylo natočeno 55 příběhů úspěšných českých firem, které odvysílala Česká televize. CZECH TOP 100 by do projektu rádo zapojilo i další subjekty, které jsou nositeli zajímavého příběhu a mohou se hrdě ohlédnout za svou minulostí. Na velikosti společnosti nezáleží, může jít o firmy rodinné, státní i nadnárodní. Tematické diskuze o dosažených úspěších jsou dále vedeny prostřednictvím zpravodajských pořadů České televize, prostor pro vyprávění zajímavých příběhů vytváří i regionalnitatelevize.cz, regionální Deník společnosti Vltava-Labe-Press.

CZECH TOP 100 připravilo i knižní podobu Mapy úspěchu. První díl obsahující příběhy 25 společností se na pultech objevil na podzim loňského roku. Další díl bude připraven v nakladatelství Mladá fronta letos v říjnu. Informace o projektu lze průběžně sledovat na www.mapauspechu.cz. Organizátoři se těší na účast dalších úspěšných partnerů!



www.mapauspechu.cz

HOCHU, DRŽ SE KOMÍNA

Cyril Svozil je jesenický patriot. Proč dal své firmě symbolický název Fenix Group a jak naplňuje moudrou radu svého otce? Čtete dál... TEXT: Rostislav Zeman FOTO: archiv firmy



Co bylo impulsem k zaměření značky Fenix, orientované na výrobu a prodej elektrických sálavých topných panelů, když v roce 1990 vznikala? Pohled osvětleného vizionáře, který tušil, že s energií a její (úspornou) spotřebou bude náš svět stát a padat? Nebo v tom byl i kus náhody a souběhu šťastných okolností?

Ano, v roce 1990 bylo zřejmé, že dochází k zásadní přeměně naší společnosti, k výraznému omezení těžkého průmyslu vázaného zejména na vojenské účely a podstatně vyšší váhu získávají potřeby obyvatelstva. V celém vyspělém světě se elektrina k vytápění bytů a domů běžně používala a nebyl důvod, aby tomu tak nebylo po revoluci i u nás!

Proč se vaše společnost jmenuje Fenix? Má to nějakou spojitost s bájným ptákem?

Byli jsme jednou z prvních společností s ručením omezeným a vzhledem k tomu, že bývalý politický systém v podstatě ekonomicky zkrachoval, byl název firmy skutečně spojen s bájným ptákem symbolicky vstávajícím z popela podobně jako celá země.

Možná jste zpočátku mohli jenom nakupovat a přeprodat, ale zvolili jste komplikovanější a nákladnější cestu výroby, které musí předcházet vývoj. Proč?

Celý svůj profesní život jsem prožil ve výrobní firmě a měl jsem doslova pod kůží otcovo moudré doporučení – „drž se komína.“ Dnes je symbolickým obrazem

doby to, že ani na jedné z našich pěti výrobních firem žádný komín nemáme!

Do jaké míry je předností nebo naopak omezením rozjíždět podnikání v takové poněkud odlehle končině, jakou je Jeseník, odkud ani dnes není úplně snadné dopravit se kamkoliv dál bez auta?

Jsem lokální patriot, v Jeseníkách jsem prožil většinu svého života a tento kraj jsem si zamiloval. Vůbec mne nenapadlo podnikat někde jinde, případně se stěhovat.

Vaše podnikatelské aktivity jsou úzce navázány na vývoj cen elektřiny, které ne vždy byly spotřebitelsky tak příznivé jako v posledních letech. Jaká strategie a taktika se vám osvědčila, abyste rozložili nebo eliminovali rizika plynoucí z často celkem nevyzpytatelné energetické politiky státu?

Závislosti na někdy skutečně nepředvídatelných a krkolomných zásadách státu jsme se zbavili exportem našich výrobků na maximální možný počet trhů – v současné době je jich již 65. I když v některé zemi zvítězí „pachatelé dobra a centrální plánovači,“ v zásadě se nás to dotýká pouze okrajově.

Tržby vaší společnosti jsou v řádech miliard korun, to by pro mnohé podnikatele byla meta takřka z říše snů. Vy ale přesto máte záslusk na další trhy. Až by to svádělo říci, že Fenix je poněkud nenasytný ptáček...

Osobně jsem přesvědčen, že stejně jako člověku, tak i firmám je geneticky vložen růst jako základní tmelící prvek. Růst přitom nemá žádné limity – samozřejmě se nejedná o růst spočívající v lineárním nárůstu produktů, ale v technologických změnách otvírajících nové a dříve netušené oblasti. Ve chvíli, kdy společnost nebo firma rezignuje na naplňování tohoto základního prvku, čeká ji jen pomalejší nebo rychlejší propad a zánik!

Nicméně trhy v Číně jste prý vyklidili – co k tomu vedlo?

V Číně jsme zažili několik velmi úspěšných period od roku 1997 do roku 2007, kdy jsme zde veškeré aktivity ukončili. Dospěl jsem k nezvratnému závěru, že Čína není a v dohledné době nebude tržní ekonomikou, více méně je velkou bublinou, u které se pouze dohadujeme, co je uvnitř. Preferuji čitelný a jasný obchod v tržních podmínkách a pro to v Číně skutečně nejsou podmínky.

Do Fenix holdingu patří několik výrobních závodů v zahraničí, a to na tak vyspělých trzích, jako je Velká Británie, Francie nebo Norsko. Jak se to může podařit firmě z Jeseníku vedené absolventem Vysoké školy báňské – máte cit pro nalezení příslovečné zlaté žíly? Nebo jste prostě jen neváhali vložit volný kapitál do konkurenčních firem?

Akvizice jsou nyní v naší dlouhodobé strategii základním nástrojem růstu. Ihned po vzniku jsme se orientovali na tzv. tvrdé trhy, uspěli jsme zde a je tedy logické, že sem mířily i naše první zahraniční investice.

V segmentu elektrických topných těles snad není oblast, kde byste neměli železko v ohni. Na který z produktů jste nejvíce hrdí?

V oblasti elektrického vytápění pokrýváme celý sortiment moderních sálavých topných systémů, nejluxusnější jsou samozřejmě takzvané velkoplošné topné systémy na bázi topných rohoží nebo folií.

Kdy dojde k tomu, že si lidé si nebudou říkat jen Jeseník = lázně a Priessnitz, ale zároveň s tím i Jeseník = Fenix a Svozil...?

To skutečně nedokáží posoudit, domnívám se však, že dnešní doba na rozdíl od té Priessnitzovy preferuje spíše jiné vzory.

Trendem v nejvyspělejších zemích je dnes stavět domy, které mají nulovou spotřebu energie a topení prakticky nepotřebují, protože příjemných teplot dosahují už využitím optimálních stavebních materiálů, promyšlenou dispozicí... Jak vidíte budoucnost produktů, na něž se dnes vaše firma soustředí?

Budoucnost vidíme přesně v takových řešeních – nyní jsme ve spolupráci a pod dohledem ČVUT, MPO, MŽP a ERU postavili takový objekt v Jeseníku, zde bude probíhat jeho dvouleté sledování. Jedná se o plně elektrifikovaný dům ve standardu tzv. domů s téměř nulovou spotřebou energie, je vybavený střešní fotovoltaickou elektrárnou (FVE) pokrývající zhruba 25 % jeho celkové potřeby energie, obsahuje bateriové úložiště umožňující nejen 100% využití sluneční energie z FVE, ale ukládající zde i energii ze sítě v období nízkého tarifu a omezující spotřebu energie v období vysokého tarifu. Takový dům se stává aktivní součástí energetické sítě a při rozšíření tohoto konceptu dojde k významným úsporám jak na straně provozovatele soustavy, tak i zákazníka. Významným efektem bude i nárůst energetické bezpečnosti a možnost navýšení podílu obnovitelných zdrojů v energetickém mixu.



Ve které nejvzdálenější zemi nebo za jakých nejpozoruhodnějších okolností kdesi ve světě jsou vaše produkty v pilné práci? Poskytujete prý klientům bezplatnou technickou podporu – co to konkrétně znamená?

Výčet našich referencí je za 25 let naší existence skutečně bohatý. Od domova důchodců na Hokkaidu, neogotický kostel na Novém Zélandu, hlavní město v Teheránu, školu na Réunionu až po luxusní jachtklub v Uruguayi. Máme ale i méně exotické reference, jakými jsou například paláce Poslanecké sněmovny a Senátu na Malé Straně, zázemí pařížské opery, či liverpoolské letiště. Naším zahraničním partnerům běžně poskytujeme bezplatnou technickou podporu od pomoci s projekcí až po šéfmontáž.

V čem podle vás formujete světový trh s elektrickými topnými tělesy na začátku tisíciletí?

Právě v uplynulých dnech jsme hostili v Praze největší evropské výrobce elektrických topných systémů, s nimiž jsme v bruselské asociaci – EUHA. Představovali jsme jim již výše zmíněný projekt aktivního domu a dále rozsáhlou spolupráci s ČVUT. Tato schůzka potvrdila, že jsme i našimi konkurenty vnímáni jako lídr v oboru.

Co pro vás znamená, že jste zahrnuti do prestižního žebříčku společnosti CZECH TOP 100?

Tohoto ocenění si skutečně vážíme a je pro nás další motivací!



MAZARS – SPOLEHLIVÍ AUDITOŘI A PORADCI ZAČÍNALI V ČESKU VE SKLEPĚ

Píše se rok 1940. Západofrancouzské průmyslové město Rouen obsazuje německý wehrmacht a okupační moc brzy vydává dekret, kterým zavírá vysoké školy, mimo jiné i Rouen Business School, kde studuje dvacetiletý Robert Mazars, vášnivý horolezec a začínající účetní. Vítejte na začátku fascinujícího příběhu!

TEXT: Kristina Záborská FOTO: archiv firmy

Robert si potřebuje zajistit obživu, a tak zakládá účetní a daňovou kancelář. Začíná prakticky od nuly, bez větších zkušeností s účetní praxí. Svoje první peníze vydělá přípravou daňových přiznání pro několik malých živnostníků. Fungování jeho kanceláře s několika zaměstnanci je však postupně ovlivněno spojeneckým bombardováním Rouenu a také působením několika zaměstnanců kanceláře, včetně jeho samotného, ve francouzském odboji. Přes všechny válečné nesnáze však získává stále více nových klientů a stává se respektovaným odborníkem.

POVÁLEČNÝ ROZVOJ POD NÁROČNÝM ŠÉFEM

Po válce se společnost rychle rozvíjí a postupem času se stává známou svým zaměřením na profesní dokonalost a vysokou kvalitu služeb. Robert Mazars dokončuje vysokou školu, přednáší, publikuje a zasedá ve vedení profesních organizací. Jako jeden z čelných představitelů Francouzského institutu účetních vytváří zákonná pravidla pro provádění auditů účetní závěrky. V roce 1965 vzniká společnost „Cabinet Robert Mazars“, která nabízí komplexní služby v oblasti auditu, účetnictví a daňového poradenství. Majitel firmy je svými spolupracovníky charakterizován jako obávaná a zároveň obdivovaná autorita, a také jako nesmírně pracovitý člověk. „Když jsem ráno vstal, cítil jsem se hrozně provinile, protože jsem si uvědomil, že můj šéf je už v práci od půl páté a v momentě, kdy já do ní přijdu, bude

mít už půl pracovního dne za sebou,“ vzpomínal na něj jeden z jeho nejbližších spolupracovníků.

Z REGIONÁLNÍ FIRMY MEZINÁRODNÍM HRÁČEM

„Svoji firmu jsem vybudoval z ničeho, byl jsem neustále posedlý jejím rozvojem. Mojí prioritou bylo pracovat s mladými lidmi s vynikajícím vzděláním, kteří měli dost kuráže pracovat pro mě,“ dodává k tomu po letech Robert Mazars. Vzhledem k rostoucí prestiži získává postupně celou řadu významných klientů a věhlas firmy přesahuje celý normandský region. V roce 1973 začíná společnost přesouvat některé služby do Paříže, kam Robert Mazars a jeho kolegové zpočátku dojíždějí každý den vlakem z Rouenu. V tuto dobu také začíná období prudkého rozmachu firmy. Mezi její klienty patří významné společnosti a instituce, jako jsou ministerstva, velké banky, pojišťovny či energetické koncerny. O několik let později nastává další expanze. Z regionální firmy se stává mezinárodní společnost, která otevírá svoje pobočky ve Španělsku a v Německu. Majitel klade velký důraz na výběr vhodných lidí. Neméně důležitými kritérii jsou vedle vzdělání a entuziasmu také smysl pro etiku a solidaritu. Profesní růst jedince ve firmě je dán pouze jeho schopnostmi a výkonností, nikoliv věkem či délkou služby.

NOVÁ ÚSPĚŠNÁ ÉRA

V roce 1983 má firma zhruba šedesát zaměstnanců. Robert Mazars se ve věku

63 let rozhodne odejít do penze a předat svým nástupcům většinu rozhodujících pravomocí. Překvapivě si do čela vybírá teprve třiatřicetiletého Patricka de Cambourga. Krátce po odchodu z firmy vzkazuje ze svého alpského sídla v Chamonix: „Tato profese se kompletně změnila a já jsem si plně vědom, jaké jsem měl v životě štěstí. Kromě toho jsem rád, že se mi podařilo toto štěstí zvětšit, vybudovat něco opravdu solidního.“ Patrick de Cambourg je mladý perspektivní manažer, který se až na vrchol vypracoval z nejnižší pozice za pouhých devět let.

MEZINÁRODNÍ HRÁČ

Pod vedením Patricka de Cambourga společnost pokračuje v modernizaci z původně lokální rodinné firmy v silného mezinárodního hráče. Rozvoj přichází především v 90. letech. Společnost otevírá nové pobočky v západní i východní Evropě. V této době vzniká i česká kancelář. Na konci devadesátých let Cabinet Mazars mohutně expanduje sloučením s lokálními auditorskými společnostmi i na trzích ve Velké Británii a Nizozemí a firma mění obchodní značku s jednotným názvem Mazars. Začátkem nového tisíciletí obrací svoji pozornost také do Ruska, Asie, Latinské Ameriky, Afriky a států Středního východu, kde zakládá nové kanceláře. V roce 2010 získává silné zastoupení v USA sloučením s poradenskou společností Weiser LLP a o pět let později v Německu s německou kanceláří Roever Broenner



Milan Prokopius, vedoucí partner společnosti

Susat. V roce 2016 ohlásila skupina Mazars strategický krok na čínském trhu, který představuje fúze se společností ZhongShen ZhongHuan. V současnosti je Mazars zastoupen v sedmasedmdesáti zemích světa a zaměstnává zhruba 17 000 odborníků.

ZAČÁTKY PODNIKÁNÍ V ČR

V České republice začínal Mazars ve velmi skromných podmínkách ve sklepních prostorách jednoho smíchovského činžáku. V prvním roce zde pracovalo pouhých 12 zaměstnanců. „Čechů z nich bylo jenom pět, z toho jeden člověk v auditu, což jsem byl já, zelenáč, který právě vyšel ze školy,“ vzpomíná na začátky **Milan Prokopius**, současný vedoucí partner společnosti, a dodává: „Celá firma měla k dispozici jen jeden notebook, o který jsme se střídali, a dvě telefonní linky, z čehož jedna byla pro ředitele a druhá pro ostatní zaměstnance. Z dnešního pohledu to může působit až komicky, ale taková byla tehdejší doba, která se dynamicky vyvíjela.“ Během 21 let se firma musela vypořádat s řadou problémů a nesnází – například se narychlo stěhovala kvůli povodním, její kanceláře poškodil požár. „Když jsme se po pár dnech přišli podívat,

nevěřili jsme svým očím. Všude na stolech a na počítačích byla nejméně dvoucentimetrová vrstva černého popela, který vůbec nešel dostat dolů. Museli jsme nechat všechno vyčistit a narychlo shánět náhradní prostory. Pikantní bylo, že od vyklízení prostor jsme byli všichni hrozně špinaví a ve špinavých oblecích jsme pak obcházeli reality a poptávali nové kanceláře,“ doplňuje Milan Prokopius.

DIAMETRÁLNÍ ZMĚNY

Firma na počátku nejprve nabízela klientům služby v oblasti auditu, účetnictví a mzdového účetnictví. „Francouzi znali jen francouzské předpisy a samozřejmě neuměli ani slovo česky, my jsme znali zase jen české. Trávili jsme tak hodně času po kavárnách, kde jsme si navzájem předčítali zákony a přemýšleli nad tím, jak bychom ten audit mohli co nejlépe provést. Samozřejmě dnes je už doba úplně jiná,“ dodává Milan Prokopius. V roce 2002 přibýlo ke službám daňové poradenství a s tím souvisel postupně i příchod specialistů na transakční poradenství. V roce 2008 byl založen Znalecký ústav a v posledních letech se služby rozšířily o financial advisory a oddělení převodních cen. Současné vedení se hodlá

MAZARS V ČÍSLECH:

Obrat skupiny: 1 252 mil. eur
Počet zaměstnanců: 17 000
Počet zemí: 77
Počet kanceláří: 260



v budoucnu orientovat více na consulting. Během dvaceti let se změnila i struktura zaměstnanců. Z původních dvanácti se firma rozrostla na současně zhruba dvě stovky. „Profil zaměstnanců se za tu dobu velmi změnil. Zvýšilo se jejich vzdělání, přístup k využívání moderních technologií a v neposlední řadě i motivace,“ dodává Milan Prokopius a uzavírá: „Stejně jako Robert Mazars klademe velký důraz na kvalitu našich služeb a výběr těch nejlepších zaměstnanců, protože v našem oboru stojí úspěch především na lidech. I když jejich výběr a udržení ve firmě je stále těžší, z těchto hodnot prostě nemůžeme slevit.“ ■

I MALÁ BANKA MŮŽE ROZHÝBAT TRH

Za šest let získala Fio banka 70 ocenění, na český trh uvedla běžný účet bez poplatků a bez podmínek, první internetové bankovníctví nebo potvrzení platby otiskem prstu v mobilní aplikaci. Přitom se stále hrdě prezentuje jako nízkonákladová, ryze česká banka. TEXT: Kristina Zábrowská FOTO: archiv Fio banka

O milnících úspěchu i výhledu do budoucnosti jsme si povídali s **Janem Bláhou, obchodním ředitelem a členem představenstva Fio banky, a. s.**

Od získání bankovní licence v roce 2010 máte nárůst 100 000 klientů ročně, žádná jiná banka tak rychle neroste. Čím si to vysvětlujete?

S 600 000 klienty jsme šestá největší banka na trhu. Každý rok nám roste počet klientů i objem rozvahy o 10–12 miliard, a to v segmentech fyzických osob, právnických osob i podnikatelů. Velké banky mají složité balíčky produktů pro každou skupinu, my máme jeden účet. Sice mu říkáme podnikatelský nebo osobní, ale parametry jsou pro všechny stejné – je bez poplatků a bez nutnosti splnit jakékoliv podmínky. Zpoplatňujeme pouze nadstandardní služby, ale to, co každý běžně potřebuje, zůstává od začátku zdarma.

Někteří zástupci velkých bank tvrdí, že nízkonákladové banky nemohou přežít, co byste jim odpověděl?

Na běžném účtu a operacích zdarma jsme postavili před 11 lety náš

růstový příběh, který poté v roce 2010 přešel i do banky, a stále to bereme jako náš závazek a slib do budoucna. Velké banky jsou zvyklé vybírat poplatky, disponují díky tomu asi 30 % výnosů navíc, ale my máme výhodu, že jsme od počátku bankou bez poplatků, pamatujeme si své začátky a umíme se pořád chovat nízkonákladově. Poplatky zavádět nehodláme.

Jak se vám daří držet náklady tak nízko?

Fio založilo pár absolventů Matematicko-fyzikální fakulty Univerzity Karlovy, postupně vybudovali úspěšnou firmu, ale filozofie úsporného režimu zůstala, náklady udržujeme nízké přirozeně. Nezařizujeme například drahé kanceláře a pobočky, většinu řešení děláme sami, od analýz přes vývoj softwaru až po testování produktu. Často stačí použít selský rozum a dojdete ke stejným výsledkům jako draze zaplacená externí firma. Díky tomu můžeme nabízet bezplatné služby a přitom být neustále v zisku. Rosteme jako internetová

banka, ve které maximum věcí vyřídí klient online, vedle toho jsme od začátku budovali síť poboček, kam klient přijde jednou za čas s cílem vyřídít konkrétní věc. Tento model se nám osvědčil a naši klienti ho chápou. Mnoho z nich nám děkuje, že neplatí žádné poplatky. Chceme být co nejvíce online a co nejméně je zatěžovat, tj. fungovat pro naše klienty jako stabilní dlouhodobý dodavatel, který po nich chce co nejméně papírů a poplatků.

FIO BANKA

Společnost Fio založili v roce 1993 studenti a absolventi Matematicko-fyzikální fakulty Univerzity Karlovy. Zaměřili se na obchodování s cennými papíry a sami si programovali software pro snadnější a rychlejší realizaci burzovních obchodů. Po několika letech se z Fio (zkratky pro finanční a investiční operace) stal největší online broker. V roce 2006 koupili skomírající mimoburzovní trh RM-SYSTÉM a časem jej transformovali na českou burzu cenných papírů. O čtyři roky později získalo Fio bankovní licenci a vznikla tak Fio banka, jediná česká banka.





OCENĚNÍ ÚSPĚCHU

Zlatý Měsíc – 1. místo v kategorii Banky a družstevní záložny (2009, 2010, 2012, 2013) a **Obchodník s cennými papíry v ČR** (2009, 2011–13), **Nejlepší banka** (2011)

Nejlepší banka pro podnikatele (2010)

Zlatá koruna – 1. místo (2011, 2013–16), **Účty** (2012, 2015, 2016), **Podnikatelské účty** (2012–16), **Obchodování s cennými papíry** (2012), **Cena podnikatelů** (2012, 2014, 2015)

Broker roku (2011, 2013)

České akcie, vedlejší kategorie (2011)

Nejdynamičtější banka roku (2011)

Nejvstřícnější banka roku (2012–16)

Nejlepší banka dle Hospodářských novin, kategorie Bankovní inovátor (2012–14)

Fincentrum – Účet roku (2012, 2014, 2015), **Nejdynamičtější banka roku** (2012)

Omezené prostředky zpravidla probouzejí potřebu hledat kreativní řešení. S čím jste přišli na trh jako první?

Nejdříve s internetovým bankovníctvím, v roce 1998 jsme o pár měsíců předběhli Expandia banku. Pak na počátku roku 2011 s aplikací Smartbanking pro mobilní telefony. Jako banka působíme na trhu šest let a stále rozšiřujeme portfolio produktů. V roce 2011 jsme například zavedli hypotéky a letos na jaře jsme je vylepšili tak, že jejich součástí je bezplatné spořicí konto, na které můžete uložit volné finanční prostředky a ty se vám započítávají proti zůstatku úvěru. Díky tomu platíte nižší úroky. Snažíme se zkrátka stále přicházet s inovacemi, a to nejen v rámci trhu, ale i v rámci

našich produktů. Hypospořicí konto je toho příkladem, měli jsme je od začátku, ale za příplatek, dnes je zdarma a pro všechny. Samozřejmě se tím o trochu hůř řídí likvidita, nevíte, kolik peněz klienti vyberou, ale klienti to používají dost často, proto jsme jim tuto službu nabídli.

Jak vymýšlíte nové produkty?

Pořád platí, že rozšiřujeme naši nabídku o produkty, které ve velkých bankách fungují, ale není obvyklé, aby s nimi přišla mladá nízkonákladová banka, protože se v malém měřítku nevyplatí dělat. Například e-commerce, tedy platební terminály a brána umožňující přijímat karty v obchodech a e-shopech. Začali jsme s tím letos na jaře jako první nízkonákladová banka, i když velké

banky to už provozují. Potřebujete mít relativně velkou základnu firem, které to používají, abyste dosáhli úspor z rozsahu, ale řekli jsme si, že to zkusíme, že máme hodně e-shopů a podnikatelů, kteří nás využívají pro platební styk, ale platební bránu mají od někoho jiného. Ke každému produktu se snažíme přidat i nějakou nadhodnotu, k e-commerce třeba API rozhraní. Jako první jsme měli Smartbanking, banku v mobilu, a jako první jsme do ní přidali možnost autorizovat platby otiskem prstu. U hypoték nabízíme možnost předčasného splacení zdarma. Bezplatné vedení osobního účtu nepodmiňujeme žádnými podmínkami. Snažíme se prostě nabízet vždy něco navíc a přitom bez poplatků. ■



ZBOŽÍ BUDE VŽDY POTŘEBA NA NĚČEM PŘEPRAVOVAT

Před téměř dvaceti lety založil **Marcel Klaus** firmu a postupně ze svého drobného živnostenského podnikání vybudoval společnost, která dnes patří k největším producentům dřevěných obalů na českém trhu. TEXT: Petr Šlejmar



Společnost Klaus Timber se zaměřuje především na výrobu a prodej atypických jednorázových dřevěných palet, které nejčastěji končí v automobilovém průmyslu. V portfoliu dlouhodobých zákazníků ale jsou i významní odběratelé z naprosto odlišných odvětví, třeba celosvětově známý výrobce dětských stavebnic. Převážně palety mají budoucnost. „Pokud se bude zboží přepravovat po celém světě, bude je potřeba na něčem přepravovat. Dřevěná paleta zatím neochvějně zůstává

nejlevnějším, nedostupnějším a neflexibilnějším řešením,“ říká zakladatel a ředitel společnosti Marcel Klaus.

Jak moc byly začátky těžké? Vaše cesta vedla rovnou k dřevěným paletám, nebo jste se k nim postupně dopracoval?

Bylo mi dvacet a nevěděl jsem nic o podnikání ani dřevařině. Neuvědomoval jsem si, že je něco těžké, prostě jsem pracoval... Původně jsem vyráběl pouze paletové přířezy. Po krátké době jsem však

zjistil, že to není příliš rentabilní a je třeba vyrábět s větší přidanou hodnotou.

Co považujete za milníky při cestě k dnešní podobě společnosti?

Od začátku jsem měl jasno, že chci dělat objem, růst a být silným. Zkrátka nezůstat vyrábět na koleni ve stodole. Rozhodl jsem se vše investovat do rozvoje. Důležité byly všechny pro nás přelomové technologie. První výrobní poloautomat, kamion, sušárna na palety, plně automatická linka atd.



Které roky pro vás byly nejnáročnější?

Určitě období kolem roku 1998. To byl úplný začátek a vstup do neznáma. A pak rok 2009, to byla velká obava, nejistota a bezmoc během krizového období.

A pocítili jste nějak zásadněji krizi? Jaké jste vůči ní zaujali strategie?

Ano, jak už jsem uvedl, krizi jsme pocítili velmi intenzivně a roky 2009 a 2010 jednoznačně patřily mezi moje nejhorší roky v životě. Doslova přes noc přestaly chodit objednávky, všichni byli jako opaření a čekali, co bude dál. Svět se zastavil, což pro nás, kteří jsme ve vrcholných letech 2007 a 2008 neohrožené investovali z provozních peněz, znamenalo velké problémy s cash flow. K situaci velmi přispěly i banky, které svojí fobí a opatrnou politikou málem položily i zdravé a fungující firmy. Jediné, co jsme v té době mohli dělat, bylo zůstat optimisty a položit se do práce ještě víc.

Jak vlastně probíhá proces výroby přepravní palety? Zajišťujete třeba i prvotní fázi, jako je kácení stromů v lese?

Přímo lesnickou a těžební činností se nezabýváme, náš proces výroby začíná pořezem nakoupené dřevní hmoty, potom pokračuje kompletací řeziva do dřevěných obalů, jejich sušením a expedicí k zákazníkovi.

Máte tři samostatné provozy. Je každý v něčem odlišný?

Každý náš provoz se specializuje

na jinou fázi výroby palet. V Dražkově probíhá pořez dřevní hmoty a příprava paletového řeziva, v Kladrubcích pak vše kompletujeme do palet a ostatních obalů. Sušení, skladování a finální expedice se pak odehrává ve Dvorci.

Má pro vás lokalita, kde vyrábíte, nějaká specifika a výhody?

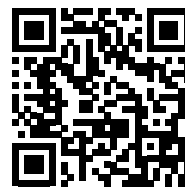
Naše společnost působí na jižním Plzeňsku. Jelikož 70 procent naší výroby putuje do Německa či jeho sousedních zemí, je lokalita západních Čech výhodou. Jinak je tento kraj samozřejmě malebný, poklidný a přátelský, bohužel daní za to je věčný boj s nedostatečnými lidskými zdroji.

Cítíte, že by vám mohlo něco výrazně usnadnit podnikání?

Určitě bychom uvítali jednodušší, přehlednější a rovnější pracovněprávní, obchodněprávní a daňové předpisy a zákony. ■

PILÍŘE ÚSPĚCHU

- V dřevozpracujícím průmyslu působí již osmnáctým rokem.
- Ve třech provozech pracuje celkem 220 zaměstnanců.
- V loňském roce firma dosáhla obrátu 630 mil. Kč při objemu prodaného řeziva v paletách 78 tis. m³.
- Společnost provozuje pro své účely i vlastní autodopravu. V současné době má k dispozici 27 kamionů.



15 LET NA ŠPICI ČESKO-SLOVENSKÉ ADVOKACIE

Havel, Holásek & Partners založila pětice mladých právníků v roce 2001, kdy trh právních služeb ovládaly renomované zahraniční kanceláře a prostor pro novou, ryze českou kancelář na vrcholu advokacie nebyl. Stačilo jim osm let na to, aby vyrostli v největší advokátní kancelář ve střední a východní Evropě. O tom, co stojí za úspěchem právníků, mezi jejichž klienty patří také téměř polovina společností zařazených do žebříčku CZECH TOP 100, jsme mluvili s **Jaroslavem Havlem**. TEXT: Veronika Ryšávková



Tehdejšími zakladateli Jaroslavu Havlovi, Janu Holáskovi, Robertu Nešpůrkovi, Marku Vojáčkovi a Ondřeji Petrovi bylo průměrně 27 let, když se pustili do podnikání. „Od začátku jsme chtěli být domácí kancelář poskytující špičkové služby českým i mezinárodním klientům,“ říká Jaroslav Havel, který firmu od počátku strategicky vede a po odchodu Jana Holásky v roce 2014 je i jejím dominantním vlastníkem. Všichni už měli tou dobou zkušenosti z renomovaných mezinárodních kancelář

a výborně uměli cizí jazyky. Jako nováčků na trhu jim ale chyběli klienti. Díky jasné vizi, odhodlání, tvrdé práci i odvaze riskovat a investovat do rozvoje společného projektu se jim však podařilo velice rychle překonat těžké začátky. K úspěšnému startu přispěla i smlouva o exkluzivní spolupráci se společností Deloitte. „Čtyři roky po boku jedné z největších světových poradenských společností nám pomohly dostat se nejenom k novým klientům, ale i ke komplexnímu pojetí právního

poradenství, včetně souvisejících daňových služeb,“ vzpomíná na první roky existence firmy Jaroslav Havel.

V roce 2005 se Jaroslav Havel a jeho společníci vyvázali ze spojenectví s Deloitte a vydali se vlastním směrem bez vazby na jednoho strategického partnera. Riskantní krok, který se osvědčil: jejich tržby i zisk se do roka zdvojnásobily. V roce 2006 založili pobočku v Ostravě, v roce 2008 v Bratislavě a o rok později v Brně. V době finanční krize věřili v životaschopnost vlastní firmy natolik, že neškrtili její rozpočet, ani nesnižovali stavy, ale naopak začali nabírat nové právníky pro nejrůznější oblasti. Když krize odezněla, byla již kancelář největší v České republice i na Slovensku a zároveň nejdynamičtěji rostoucí právníckou firmou v regionu střední a východní Evropy.

V roce 2012 se počet klientů přehoupl přes tisícovku a kancelář má v současné době jednu z nejstabilnějších klientských základů na trhu. Havel, Holásek & Partners pokrývá většinu podnikatelských odvětví a prakticky všechny právní obory s výjimkou trestního práva. Disponuje největším týmem specializovaných právníků pro fúze a akvizice, nemovitosti, veřejný sektor či privátní klienty z řad nejbohatších Čechů a Slováků. Dosud poskytovala právní služby ve více než



60 zemích světa a ve 12 světových jazycích, až 70 procent jejich případů má mezinárodní přesah.

Na začátku roku 2014 se pražská centrála přestěhovala do moderního administrativního komplexu ve Florentinu. Prestižní adresu získala také Akademie Havel, Holásek & Partners – vzdělávací institut založený v téže roce s cílem nabízet klientům i zaměstnancům kanceláře vzdělávání v oblasti práva a managementu na nejvyšší úrovni.

Každoroční dvouciferný nárůst obrátu a zvyšující se počet klientů nutně přinesl i výrazné personální rozšiřování kanceláře. Krátce po přestěhování do Florentinu kancelář integrovala právníky z třetí největší mezinárodní právnícké firmy Norton Rose Fulbright, jejíž česká pobočka tehdy končila. Do firmy přišly i další posily z vrcholné advokacie. V součtu se počet právníků za 15 let navýšil více než třicetinásobně. V současné době Havel, Holásek & Partners sdružuje ve svých kancelářích v Praze, Brně, Ostravě a Bratislavě přes 180 právníků, osm desítek studentů a celkem zhruba 500 spolupracovníků, včetně zaměstnanců spolupracující agentury Cash Collectors.

Havel, Holásek & Partners se dlouhodobě profiluje jako chytrá, inovativní a inspirativní firma, což jí opakovaně přineslo titul pro nejlepšího zaměstnavatele mezi advokátními kancelářemi v soutěži TOP zaměstnavatelé. „Sledujeme

a úspěšně aplikujeme zahraniční trendy nejen v oblasti poskytování právních a daňových služeb, ale i v oblasti managementu, vzdělávání, marketingu a moderních technologií. Zakládáme si také na transparentnosti ve vztahu ke svým zaměstnancům a klientům. Pravidelně proto například zveřejňujeme své hospodářské výsledky

a částečně i platy,“ říká Havel, jemuž s finančním řízením, marketingem nebo personalistikou pomáhá profesionální management, který se podobně jako právníci kanceláře rekrutuje ze špičkových profesionálů v oboru.

Podle kritérií, jakými jsou známost, budování značky, inovace nebo prestiž, byla kancelář trojnásobně oceněna titulem Czech Business Superbrands, monitorujícím nejlepší značky na trhu. Získala také řadu dalších ocenění týkajících se značky či ekonomické stability, jako je např. zařazení mezi 2 % ekonomicky nejstabilnějších firem v České republice podle žebříčku ČEKIA Stability Award nebo loňské umístění v žebříčku Štíky českého byznysu.

V loňském roce získala kancelář ocenění Právnická firma roku za nejlepší domácí právní kancelář a klientské služby. Podle celkového počtu nominací a titulů všech dosavadních ročníků této soutěže je nejúspěšnější a nejkomplexnější kancelář v České republice i na Slovensku. Nejlepší právníckou firmou v České republice je i podle renomované britské ratingové agentury Who's Who Legal. ■



KANCELÁŘE VE FLORENTINU

■ Na místě průmyslové budovy Rudého práva nedaleko Florence vyrostl v roce 2013 jedinečný komplex propojující kancelářské prostory s velkolepou vnitřní dvoranou.

■ Mezi prvními se do ní nastěhovala advokátní kancelář Havel, Holásek & Partners. Moderně pojaté, funkční a příjemné kanceláře navrhli architekti Michal Kunc a Michal Matějček z atelieru Kunc architects.



V KONKURENČNÍM BOJI VÍTĚZÍ DIVÁK

Společnost UPC je největší poskytovatel placených televizních služeb a vysokorychlostního internetu u nás. Má více než půl milionu zákazníků. Co takový úspěch obnáší? Zeptali jsme se **Jana Kohouta, marketingového ředitele UPC.**

TEXT: Rostislav Zeman FOTO: Petr Kurečka



Zhruba před rokem spustilo české zastoupení UPC tehdy unikátní projekt interaktivní televize Horizon – jak z odstupu tento krok hodnotíte?

V posledním roce se na poli televize událo opravdu mnoho změn a vývoj šel hodně dopředu. Troufnu si říct, že svůj lví podíl na tom měla i naše interaktivní televize Horizon, která se stala velmi úspěšnou platformou. Aktuálně tuto službu využívá přes 70 % našich televizních zákazníků a máme od nich velmi pozitivní reakce. Pohybujeme se ve vysoce konkurenčním prostředí, a to nás všechny nutí posouvat se neustále dopředu. Vítězem je ale samozřejmě především divák.

Vzhledem k tomu, že Horizon běží na unikátní kombinaci kabelové televize a rychlého internetu, dokážeme našim zákazníkům poskytnout soubor funkcí, na který naše konkurence nedosáhne.

Největší novinkou, s níž tehdy Horizon přišel, byla služba MyPrime. Zkraje května to byl rok, co tato služba nabízející neomezený přístup do bohaté videotéky funguje. V čem se vaše očekávání naplnila a kde jste naopak pocítili rezervy?

Před rokem jsme začínali s několika stovkami titulů, teď jich máme přes 2 000 s ambicí toto číslo ještě do konce roku podstatně navýšit, čímž se z nás stává největší neomezená videotéka na trhu. K MyPrime má nyní přístup přes 140 000 našich zákazníků. Výzvou pro nás nadále zůstává zvyšování atraktivity videotéky a propagace funkcí interaktivní televize obecně. Lidé potřebují nějaký čas na to, aby poznali, co jim televize od UPC přináší, a zvykli si, že televizi už nemusí sledovat podle televizního programu. S MyPrime si mohou vybrat film, dokument, pohádku či seriál dle libosti a sledovat jej, kdy chtějí a na jakémkoli zařízení.

Na poli interaktivní televize už vůči vám vystrkují růžky se svou nabídkou další vlivní hráči, např. O2. Cítíte se nějak ohroženi?

Naopak, jsme rádi, že nám ostatní

poskytovatelé pomáhají budovat povědomí o tom, co všechno televize dokáže. Navíc se vzájemně doplňujeme. O2 a Digi se vyhraňují sportem. My máme také velmi kvalitní sportovní nabídku čítající desítku sportovních kanálů, ale chceme se profilovat spíše jako poskytovatel zábavy pro celou rodinu. Proto nabízíme 25 filmových a seriálových programů, spoustu dětských, dokumentárních nebo lifestyleových kanálů a navíc nabídku zábavy doplňujeme právě videotékou MyPrime.

Co jsou vaše nejsilnější zbraně v nesmírně konkurenčním prostředí?

Dlouhodobě našim zákazníkům přinášíme nejvyšší obraz, který je v dnešní době velmi vyhledáván, a my jej ještě navíc podporujeme stále se rozšiřující nabídkou 52 HD kanálů. Tomu přispívají i dnešní zobrazovací technologie, které se v kvalitě značně posunuly kupředu. Na kvalitní obraz nám navazuje i videotéka MyPrime, která funguje na principu neomezeného přístupu, kdy diváci neplatí za jednotlivá zhlédnutí filmů, ale veškerý obsah ve videotéce mají k dispozici v rámci svého měsíčního poplatku. Dalším esem v rukávu je služba Horizon Go, která umožní divákovi televizní zábavu sledovat i na mobilních zařízeních či počítači, a to například v situaci, kdy klasickou televizní obrazovku sleduje jiný člen domácnosti nebo si televizi chcete vzít s sebou na cesty.

V posledních týdnech jsme spustili i funkci zpětného zhlédnutí, která umožňuje zákazníkům přístup k již odvysílaným pořadům až 7 dní nazpět, takže se diváci nemusí řídit programem v televizi, ale dívají se, když mají zrovna čas a chuť. To všechno

Jsm rádi, že nám ostatní poskytovatelé pomáhají budovat povědomí o tom, co všechno televize dokáže.

dokážeme doplnit nabídkou internetu, který u nás začíná na 100 Mbit/s, a to bez agregace. Všechny ceny, které zákazníkům komunikujeme, už vždy obsahují pronájem zařízení a zákazník nemusí, aby si zařízení kupovali, jako to dělá naše konkurence. Pro zákazníka je to velmi transparentní a v případě, že se zařízení porouchá, obratem a zdarma je vyměníme.

Součástí služby Horizon je i mobilní verze Horizon Go, v rámci ní lze televizi a videotéku MyPrime sledovat současně až na 3 zařízeních. Kam až poroste multiaktivita programové nabídky a kde jsou podle vás limity diváckého zájmu a potřeb?

Nejde nám o nějaký závod v multiaktivitě nebo multidimenzí, ale o to, abychom především plnili zákaznické potřeby. Podle toho se také snažíme vyvíjet a přidávat další funkcionality. Velká část zákazníků oceňuje především možnost užívání Horizon Go v domácnosti, kde je například jen jedna televize a oni díky mobilní televizi mohou sledovat TV na další obrazovce na tabletu, počítači nebo mobilu. Případně mohou obraz streamovat přes Chromecast a AirPlay na další televizor u sebe doma nebo třeba na chalupě či dovolené. Mimo domov, třeba i v zahraničí, se přes Horizon Go dá využít funkce vzdáleného nahrávání, které umožňuje zhlédnutí nahraného pořadu na domácím HD DVR Mediaboxu.

UPC je součástí globální korporace Liberty Global – jaké přednosti, případně limity, z toho plynou pro diváka a uživatele vašich služeb?

Využíváme například toho, že se platforma Horizon a Horizon Go vyvíjí společně pro všechny země, kde Liberty Global působí. Když se například v některé zemi objeví problém, pak jej dovedeme rychle odhalit a opravit pro všechny země zároveň. Současně je efektivnější i technologický vývoj nových funkcionalit, protože náklady jsou sdíleny napříč všemi zeměmi

a i podněty na nový vývoj vychází ze všech zemí skupiny Liberty Global.

Je nějaký typ služeb, které UPC českému uživateli zatím nedopřává, ačkoliv někde v zahraničí jsou již zavedené? Prozradíte, proč tomu tak je?

Vzhledem k tomu, že nejsme mobilní operátor, chybí nám propojení právě fixních a mobilních služeb, které je v zemích, kde působí Liberty Global, poměrně běžné. Nicméně v našem lokálním kontextu to nevnímáme jako konkurenční nevýhodu, naopak nám to umožňuje se plně soustředit jen na služby televizní a internetové zábavy.

Jsou tajemstvím počty zákazníků služby UPC v ČR? Kolik z nich službu Horizon využívá? Drží si služba Horizon i po roce svoji unikátnost oproti konkurentům? A pokud ano, v čem konkrétně?

Jak už jsem řekl, Horizon využívá přes 70 % zákazníků. Chceme ale samozřejmě dál růst. Unikátní jsme ve spoustě věcí, které jsem již zmínil. Jde například o kvalitu obrazu, širší nabídky včetně unikátní videotéky MyPrime a nejvyšší internet, který našim zákazníkům přináší internetovou zábavu bez čekání. I při stahování většího objemu dat z internetu zkrátka nečekáte. Unikátní jsou také funkcionality HD DVR Mediaboxu, který jednak může zákazníkům doporučovat televizní obsah ze všech vysílaných programů a videotéky MyPrime na základě toho, které typy pořadů divák sleduje, nebo dokáže zrovna sledovaný pořad propojit s aplikacemi, jako jsou YouTube. U nás doma však YouTube využívají spíše moje děti a musím říct, že YouTube na televizi je úplně jiný zážitek než na tabletu nebo na počítači.

Je na obzoru nějaká zásadní inovace služby? Na čem dnes v UPC nejméně pracujete?

Usilovně pracujeme na rozšiřování obsahu ve videotéce a nových aplikacích pro Horizon.

V čem UPC nebo jeho nejatraktivnější produkty změnil tvář podnikání v zábavním průmyslu v ČR?

Kdybych měl vybrat jednu věc, určitě by to byla videotéka MyPrime s neomezeným počtem zhlédnutí v ceně tarifu nebo za poplatek 99 Kč měsíčně u základního tarifu Klasik. Službu s takovými parametry nikdo z naší konkurence nenabízí. ■

VELKÁ RODINA LIBERTY GLOBAL

■ Je dceřinou společností Liberty Global – největšího kabelového operátora s pobočkami ve více než 30 zemích světa. Jeho klienti využívají 59 milionů služeb. Skupina zahrnuje evropské spotřebitelské značky Virgin Media, Ziggo, UPC, Unitymedia a Telenet.

■ Služby UPC v ČR a na Slovensku využívá přibližně 1 milion zákazníků s 1,6 milionem služeb.



Zdeněk Kratochvíl

VOZÍME LIDI I VĚCI, KTERÉ KAŽDÝ POTŘEBUJE

Koncern ICOM transport se během dvaceti let stal jedním z největších dopravních uskupení u nás. Hlavní strategií je zajišťování kvalitní dopravní obslužnosti jednotlivých krajů, říká generální ředitel **Zdeněk Kratochvíl**.

TEXT: Petr Šlejmar FOTO: archiv

Kdy přichází v podnikání úspěch?

Úspěch, až na výjimky, nepřichází hned. Úspěchu předchází vždy mnoho neúspěchů. Mnoho podnikatelů končí, protože v okamžiku kdy vznikne problém, vidí mnoho důvodů, proč to nejde. Úspěšného podnikatele však baví hledat cesty. Neplatí pořekadlo „co se vleče neuteče“. A ještě na jedno pravidlo

se nesmí zapomínat, vydělané peníze můžete pro svoji potřebu použít až v okamžiku, kdy je nepotřebuje firma.

A jaké byly zásadní body konkrétně na vaší cestě?

Hlavním milníkem byla reorganizace řízení, která probíhala v letech 1994 až 1996. S ní pak souviselo nastavení

nekolektivního odměňování. A také rozhodnutí o totální obměně vozového parku nebylo úplně jednoduché. Vždyť jenom cena potřebné dopravní techniky pro zajištění „zlomu“ přesahovala dvě miliardy korun. Bylo nutné razantně změnit organizační strukturu společnosti, a to v rámci celého koncernu. A nové moderní technice přizpůsobit software ale i „železo“, abychom uměli přijmout, zpracovat a při řízení společnosti i využít toto množství nových dat, které nám nová technika uměla dát. Zlom nastal v roce 2007, kdy jsme již s vozy Mercedes měli dostatečné zkušenosti a tato značka již u nás byla ve většině. Objednali jsme 600 autobusů pro osobní dopravu. 300 kusů jsme vyměnili v průběhu jednoho roku. Šlo o akci „kulový blesk“. Vždy celé středisko dostalo najednou nové autobusy a nový způsob hospodaření. Nebudu jmenovat všechny konečné výhody, ale jen pro ukázkou, čeho jsme docílili: ze 2 500 zaměstnanců máme nyní 1 800 a současně se nám podařilo zvýšit výkony. Nepropustili jsme žádného řidiče. Snížili jsme vozový park o sto záložních autobusů. Zásadním krokem byl právě výběr spolehlivého partnera

k dodávání techniky. Tím se stala firma Mercedes-Benz, právě v letošním roce si připomínáme 20 let spolupráce. Dnes už téměř sto procent techniky máme právě od této značky. Že jsme se rozhodli správně, potvrzují hospodářské výsledky. S touto technikou umíme zákazníkům nabídnout zajímavější ceny a současně našim zaměstnancům nadstandardní pracovní podmínky i prostředí a také mzdy. Mohu konstatovat, že jsme získali stoprocentně spolehlivého partnera, který v případě, že se vyskytl problém, se k němu vždy postavil pozitivně s návrhem řešení. A to je v každém podnikání důležité.

Do čeho nejvíce investujete?

V roce 2000 se koncern rozšířil o ČSAD a nastala nová reorganizace. O tři roky později jsme koupili nový software pro řízení nákladní a autobusové dopravy, zavedli jsme systém pro sledování a řízení provozních nákladů. Největší investice

dnes jdou do dopravní techniky, softwaru a právě správy investic. V letošním roce se zaměřujeme především na opravy hal a autobusových nádraží. Aktuálně důležitou složkou investic je také ekologie. Podařilo se nám vybudovat technickou základnu ekologicky šetrných vozů, které splňují normy Euro 5 a Euro 6. Vozidla s nižší normou v barvách ICOMu nejezdí již od roku 2013.

Jak motivujete zaměstnance?

Zaměstnance motivujeme širokou škálou benefitů, přispíváme třeba na penzijní připojištění či životní pojištění. Považuji za důležité, že každý náš zaměstnanec se na nás může obrátit i v případě jakékoli složité životní situace. Například v situaci finanční tísně poskytujeme zaměstnaneckou půjčku s minimálním úrokem. Přispíváme na letní tábor pro děti do patnácti let.

Jsem rád, že se mi podařilo obklopit lidmi, kteří mají cíl, chtějí a dovedou ho

plnit. Za úspěch považuji, že se nám podařilo s tímto kolektivem vybudovat jednu z nejmodernějších dopravních firem v Evropě.

Jakou má budoucnost váš obor?

Doprava se neztratí, bez ní nemůže fungovat žádná výroba. Vozíme věci, které každý člověk k životu potřebuje a bez kterých by další firmy nemohly plnit své výrobní plány. Jsem přesvědčen, že budoucnost na trhu mají ti spolehliví. Co se týká zase autobusové dopravy, tak pro cestující jsou nejdůležitější tři věci: cena jízdného, spolehlivost dopravce a kultura cestování. To vše se jim snažíme nabídnout v našich nadstandardních autobusech, jejichž doba provozu nepřesáhne průměrné stáří tři roky. A právě díky nejmodernějšímu vozovému parku a modelu řízení firmy má snad naše společnost předplacenou budoucnost a jsme připraveni lépe zvládat období nepohody. ■

Kateřina Kratochvílová



Eva Kratochvílová

PILÍŘE ÚSPĚCHU

- Uskupení ICOM transport provozuje 800 autobusů a 300 souprav nákladních vozidel. Zaměstnává 1800 lidí.
- Ročně autobusy a nákladní auta koncernu ICOM transport ujedou 73 milionů kilometrů. Autobusy přepraví 32 milionů cestujících.



EMCO: MÜSLI PRO CELÝ SVĚT

Zdeněk Jahoda

od začátku směřoval hlavně k zahraničnímu obchodu. Přemýšlel, co by mohl nabídnout světu, a napadly ho zapékané vločky. V roce 1990 založil společnost Emco a dnes müsli a sušenky této značky objevíte v Americe, Africe i v Japonsku.

TEXT: Kristina Záborská FOTO: archiv

Proč jste se rozhodl zrovna pro müsli?

Vystudoval jsem zahraniční obchod a pracoval v exportní firmě. Od začátku jsem chtěl obchodovat s cizími státy, a tak jsem přemýšlel, co bychom mohli nabídnout světu. Začali jsme do Čech dovážet kvalitní zahraniční potraviny značek Wasa, Alpro Soya, Barilla a dalších a zároveň jsme obchodovali s müsli od zahraničních i tuzemských výrobců. Uvědomoval jsem si, že si tak buduji konkurenci, a tak jsem chtěl výrobu koupit, ale nikdo ji nechtěl prodat, proto jsem se rozhodl müsli péct sám. Na pracovním úřadě jsem našel technoložku výroby, koupil jsem jí troubu a ona začala experimentovat se surovinami. V 90. letech jsme byli průkopníky a objevovali jsme nové receptury metodou pokus omyl. Například upekla super zdravé krásné ovesné sušenky, ale chuťově nebyly nic moc. Dlouho jsme hledali



Zdeněk Kratochvíl (uprostřed), se synem Martinem a dcerou Lucií, kteří jsou již také součástí managementu

optimální recepturu a dnes patří mezi naše nejoblíbenější výrobky. Vyrábíme okolo 5 000 tun müsli ročně, polovina jde na tuzemský trh, exportujeme pod vlastními i privátními značkami.

Proměnil se za posledních 25 let segment müsli výrobků?

Samozřejmě, protože se mění chutě a preference spotřebitelů. Dnes jsou trendem bezlepkové müsli, v biokvalitě,

se sníženým obsahem cukru. Podíl cukru jsme za tu dobu snižovali již třikrát, původně tvořil zhruba 20 % v kaších, teď je to 10–12 %. U müsli je jeho snižování složitější, protože cukr slouží i k udržení hrudek. V důsledku jeho snížení musíme vždy upravit recepturu.

Jak často receptury měníte?

Vylepšujeme je v podstatě neustále. Nebojíme se upravit i zavedené výrobky

na trhu, když objevíme nový způsob, lepší kombinace či zdravější provedení. Na přední straně obalu uvádíme všechny zdravotní parametry výrobku – obsah cukru, tuku, mastných kyselin. V poslední době už spotřebitelé rozumějí rozdílu mezi nenasycenými a nasycenými mastnými kyselinami a dávají přednost zdravějším variantám. Nasycené mastné kyseliny zvyšují cholesterol, například palmový olej jich má více než sádlo, ale méně než máslo, a tak jsme se před pěti lety rozhodli palmový olej omezit. Museli jsme ho však něčím nahradit. Tuzemský řepkový olej sice dobře vázal ostatní suroviny, ale chuťově neoslnil. Několik let jsme zkoušeli různé varianty, až se nám konečně podařilo palmový olej snížit na minimum. Daleko dřív, než se objevily zprávy o jeho škodlivém získávání a devastaci planety.

Jste lídrem trhu v müsli a kaších, ovlivňuje vás konkurence?

Samozřejmě ji sledujeme, jednou za rok skoupíme všechny výrobky jednoho druhu, jako čokoládové nebo jahodové müsli, sušenky apod. a porovnáváme jejich chuť, složení, zdravotní aspekty, vzhled... Chceme být nejlepší, ale zároveň dostupní. Naše výrobky si kupuje třetina až polovina populace, musí jim vyhovovat chuť i cenou. Například nahrazení palmového oleje řepkovým zvýšilo náklady o 1,5 milionu korun ročně.

Co vás inspiruje při vymýšlení nového výrobku?

Jezdíme po světě a sledujeme, co se kde děje, jaké jsou novinky a objevujeme nové chutě. Inspirují nás i požadavky a specifikace zahraničních partnerů, pro které müsli vyrábíme. Zkoušíme, co lze vyrobit a za jakou cenu.

Do jakých zemí výrobky Emco vyvážíte?

Začali jsme se Slovenskem, nyní exportujeme do 40 zemí světa. Müsli, sušenky a tyčinky pod vlastní značkou dodáváme do severní Afriky, setkáte se s nimi v Maroku, Alžírě, Egyptě.... Nejvíce výrobků vyvážíme do USA, připravujeme výrobky pod privátní značkou Walmartu. Chtěli bezpečkové müsli a tyčinky na bázi pohanky a jáhel, tak jsme kvůli tomu postavili malou halu. Pro jednoho dánského prodejce děláme výrobky zcela bez cukru – chuť tyčinek a sušenek je však natolik specifická, že by se v Česku asi neprosadila. Oslovil nás i japonský řetězec, z čehož mám radost, protože dostát japonským požadavkům nebývá jednoduché.

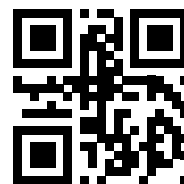
Co bývá na spolupráci nejtěžší?

Hledání nové receptury a její zkoušení je ta zábavná část, nedílnou součástí jsou však audity a nejrůznější kontroly. Každý odběratel se řídí svými předpisy, které vyžaduje i po svých dodavatelích.

Například Walmart hodně řeší společenskou odpovědnost, například jestli zaměstnanci dostávají výplatu. Po požáru v Bangladéši mají vlastní protipožární předpisy, kdy v každé místnosti musí být dva nouzové východy, museli jsme tak postavit jedny schody z venku budovy. Zaměstnáváme jednoho člověka, který řeší jen audity. Při jednání o zakázce si musíme dobře spočítat, jestli se nám výroba a zvýšené náklady skutečně vyplatí. ■

SPOLEČNOST EMCO

- Patří mezi nejvýznamnější potravinářské společnosti v ČR.
- Soustředí se na výrobu a distribuci vysoce kvalitních potravin v souladu se zdravým životním stylem, především křupavé a sypané müsli, müsli sušenky, kukuřičné a celozrnné lupínky, ovesné kaše a cereálie pro děti. V segmentu müsli ovládá 53 % trhu.





„Strojařina je počítačová hra s reálným výsledkem,“ říká **Pavel Diviš, majitel společnosti TGS**, která je na špici tohoto oboru a zároveň se k němu snaží přivádět mladé lidi.

TEXT: Petr Šlejmar FOTO: archiv firmy

VYUŽIJME POHLED MLADÝCH LIDÍ

Proč jste vůbec začal podnikat?

V devadesátých letech byl hřích něco nezkusit na vlastní triko. A protože jsme rodina strojařů, tak jsem měl celkem jasno.

Byly začátky klasicky těžké nebo jste byli rovnou odsouzeni k úspěšnému fungování?

Začátky byla krásné, ale chaotické. My jsme se učili a s námi i naši zákazníci. Navíc náš obor se měnil z technologicky

zastaralého, plánovaného prostředí na tržní, zakázkové. Jedinou možností, jak přežít, bylo začít vyvážet na západ. Úspěch tehdy začínal už jen tím, že se podařilo vytočit nulu, tedy meziměsto. No uznejte, nebylo to krásné?

Vy jste evidentně nulu vytočit zvládli...

Hlavně jsem rád, že dneska na rozdíl od naší konkurence nejsme řízení

žádným nadnárodním výrobcem, který nám říká, kolik čeho musíme udělat bez ohledu na to, co trh potřebuje. Sami si určujeme produkty, které prodáváme, vyrábíme, vymýšlíme. Naším hlavním motivem je snažit se objevit strojírenské trendy a technologie, které nás posunou dopředu.

Každá firma projde nějakými zlomovými momenty. Jaké byly ve vašem případě?

Největší zlom nastal, když jsem si uvědomil, proč to děláme. Že hlavní nejsou výrobky ani peníze. Začalo mě bavit posouvat věci dál, vymýšlet je, dávat jim život. A tím ovlivnit vývoj v našem oboru. Nevězt se jenom na tom, že to právě teď šlape, ale začít se podílet na posouvání věcí vpřed.

Které roky a proč byly pro vás nejnáročnější?

Pocitově určitě krize a propouštění. Dělal jsem to osobně a bylo to hrozný. Boural jsem, co jsme pracně postavili z ničeho. TGS stojí a padá s chytrými lidmi a s know-how, které budujeme.

Co pro vás znamená úspěch?

Úspěch je benzin do motoru, který je zkonstruován k tomu, aby jel dopředu.

Jak dnes lidé vnímají řemeslo? Snažíte se je dělat atraktivním?

Dnešní doba je doba služeb, dat a informačních technologií. Schopnost pracovat s materiálem se vytrácí. Řemeslo dostalo punc něčeho podřadného. Není dost sexy pro mladé lidi, když se rozhodují o své budoucnosti. Pořád se vymlouváme, že fachmani vymírají a nemají komu svůj um předat. Taky na školství, že neprodukuje dostatek kvalitních řemeslníků. Ale v tom není jádro problému. I kdyby učňáky a střední školy vyprodukovaly kvalitní a správně ambiciózní nástrojaře a techniky, začali by si vydělávat jinde. A proč? Protože se nám přeházely hodnoty. Prvních patnáct let po r. 1989 bohužel dominovaly kvantita a hrubá produkce, zatímco kvalita a inovativní kreativita stály stranou. Žili jsme z rozdílu hodinové sazby a úspěch se tvořil objemem. Manažeři, kteří uvěřili tomu, že to je úspěch, způsobili, že je dnes strojařina vnímaná jako zatuchlá, špinavá a hodí se jen pro starý. Budoucnost řemesla je ale úplně někde jinde. Zkrátka a dobře jako první jsem si musel „ukopnout“ zpětná zrcátka.

Povede se to změnit?

Strojařina sdružuje lidi co chtějí vědět, jak věci fungují. Dokáží je s mikronovou přesností vyrobit, poskládat a rozpohybovat. Uděláme-li výsledek jen na 90 %, tak to nefunguje. V tom jsme nenahraditelní. Každý designér nebo třeba výrobce mobilního telefonu potřebuje i na nejposlednější čudlík dokonale přesnou formu vyrobenou právě z kovu. A potřebuje ji co nejrychleji. Naše výrobky většinou nejsou vidět na pultech v obchodech, ale bez naší výroby by tam nebylo skoro nic. To je naše výhoda ale neumíme ji zatím dostatečně prodat.

Musíte si mladé nástrojaře a techniky vyloženě vychovat nebo přicházejí ze škol dostatečně připravení?

Ale to přece nikdy nepřicházeli. Sám jsem vyučený zámečnick a nevzpomínám si, že něčí motivací bylo být „dostatečně připraven.“ Všichni místo toho touží po radosti z úspěchu a hledají si svoje místo ve světě. My jim musíme ukázat, že si vybrali dobře a že řemeslo má smysl a tu radost jim bude dávat. A pak už jim jen naložit úkoly a pomoci je nasměrovat, chtít po nich, ať se ukážou. Zároveň jim za to pak poskytnout odměnu a uznání. Nejde o nic složitějšího.

Pomůže odvolávání na respektované staré mistry oboru?

Pokud budeme mladé lidi stále srovnávat s řemeslníky starého stříhu, tak jsme sami staří a nemáme co dělat v managementu. Mladí přinášejí do oboru svůj pohled. Využijme ho. Strojařina je dnes počítačová hra s reálným výsledkem a to oni přece sakra umí, my staří to jen doplňme o naše znalosti práce s materiálem. To musí nakoupit oni od nás. Vyžaduje to investice do systému, modernizaci techniky a přenastavení cílů od objemu ke schopnostem. Není to jednoduché zorganizovat, ale vytvoříme tím větší hodnotu. Myslím tu společenskou, která nás udrží i v krizi, protože jí věříme, uznáváme ji a je pro nás trvalá. A potom už stačí těm mladým nabídnout – pojď do fabriky, která ti nabízí prostor a směr. A když v sobě vášeň nemáš, ok, mazej prodávat vysavače, pro tebe je řemesla vážně škoda.

Myslíte si, že strojařina zaznamenaná v budoucnu u mladých lidí růst zájmu o obor?

To záleží jen na současném managementu, jestli to dokáže. Když se rozhlédnete po fabrikách, které si nejvíc stěžují, spojuje

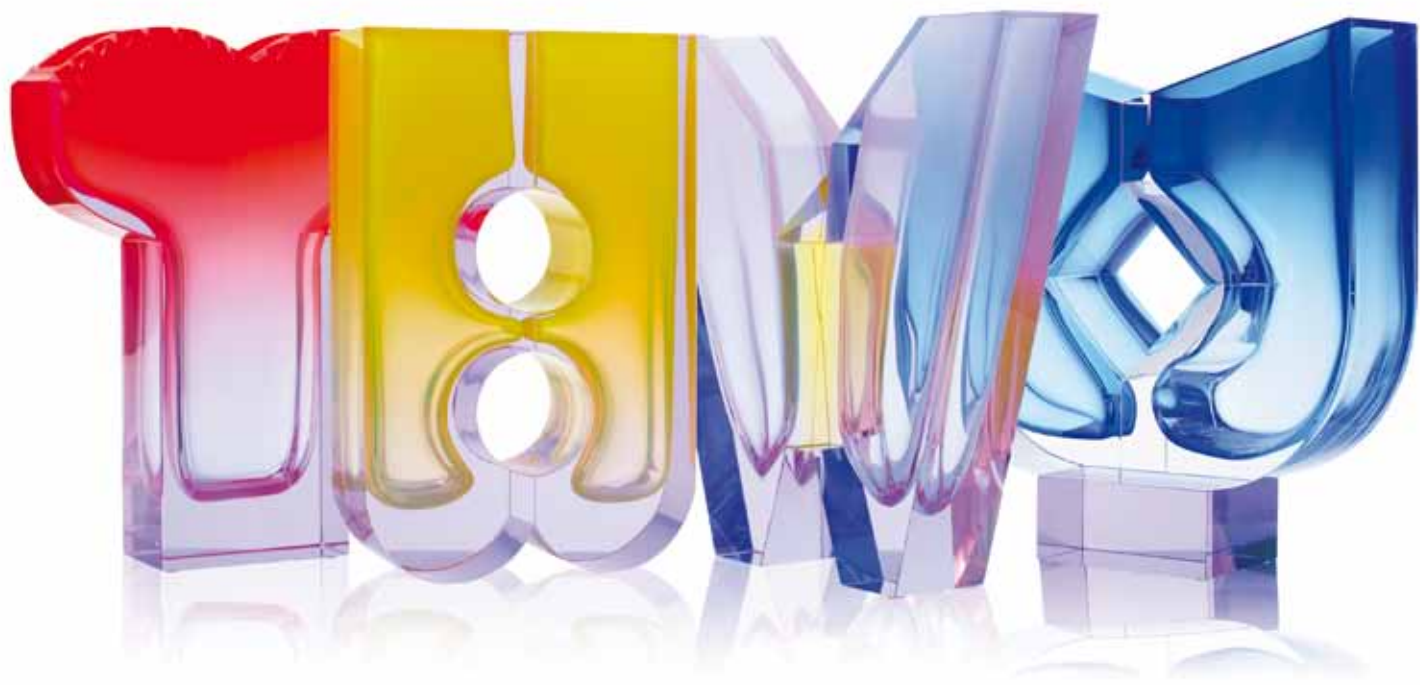
je nabídka perspektivy typu: Hledáme soustružníka, motivovaného, schopného, šikovného... Dáme mu dvacet let starou, špinavou mašinu a musí se nejdřív ukázat. A když bude dobře, tak možná za deset let povýší. Ten mladý, motivovaný a šikovný soustružník přijde za svou holkou a řekne jí: „Podívej, kde pracuju, jak jsem krásně zaolejovanej. Když budu dostatečně pokorný a vydržím, až ti okolo vymřou, tak ze mě udělají mistra.“ Vás by to lákalo? Současný nezáměr je problém nabídky, ne poptávky. A ta je jednoznačně na nás. ■



PILÍŘE ÚSPĚCHU

- 1990 – založení firmy
- 1992 – prodej nástrojů
- 2000 – prodej strojů
- 2004 – Získání certifikace ISO 9001:2008
- 2007 – výroba nástrojů
- 2010 – prodej strojírenských technologií
- 2014 – vznik vlastního technologického centra
- 2016 – Cena Brainiac Tech v oblasti inovace ve strojírenství





KOLEKCE DESIGN & STYLE



Nechte se na chvíli unést oduševnělou elegancí nové kolekce masivních křišťálových váz, které letos představila sklárna Moser na prestižním světovém veletrhu designu v Miláně. Vázy Oheň, Voda, Země a Vzduch navrhl světově proslulý sklářský designér a dřívější umělecký ředitel Moseru Jiří Šuhájek. I další díla zařazená do letošní kolekce Design & Style nabízí originální symbiózu barev a tvarů stvořenou představivostí sklářských výtvarníků. Podrobné informace najdete na webových stránkách www.moser-glass.com



Výrobní družstva jsou úspěšnými a prosperujícími firmami

Výrobní družstevnictví má v českých zemích hlubokou tradici delší než 120 let. Družstva na českém trhu úspěšně působí od druhé poloviny 19. století a v současnosti nejstarší české výrobní družstvo Moravská ústředna Brno, které je členem Svazu českých a moravských výrobních družstev, existuje nepřetržitě od roku 1909.

Svoji velikostí jsou výrobní družstva především středními podniky, které tvoří v ekonomicky úspěšných zemích základ hospodářství a jsou významným stabilizátorem ekonomiky a zaměstnanosti. Mezi výrobními družstvy najdeme také velké firmy, jež dosahují ročního obrátu v řádu miliard korun a zaměstnávají tisíce pracovníků. Výrobní družstva podnikají v celé řadě odvětví a jsou zde velice úspěšná. Jejich činnost zahrnuje obory ve stavebnictví, strojírenství, automobilovém průmyslu, chemickém a kosmetickém průmyslu, výrobu automatizovaných pracovišť, nábytku, skla, plastů, obalů, oděvů, šperků a hraček, ale také potravin a poskytování služeb.

Výrobní podniky jako Dřevozpracující družstvo Lukavec, Sněžka Náchod, Dřevojas Svitavy, Kovobel Domažlice, Tvar Pardubice a mnohé další představují přední české firmy ve svých oborech a jsou dynamickými a prosperujícími podniky, které využívají nejmodernějších výrobních technologií a některé jako největší výrobci ve svých odvětvích udávají základní trendy. Výrobky družstev mají odbytu na českém trhu a zejména v zahraničí, mnohá z družstev patří mezi významné exportéry a většinu své produkce vyvážejí do členských států EU, USA i do rozvojových zemí třetího světa.

Česká kvalita, spolehlivost, ale také užité pokročilých a sofistikovaných výrobních postupů učinily z výrobních družstev stabilní partnery odběratelů v zahraničních i nadnárodních společnostech řady odvětví. Například v náročném automobilovém průmyslu se družstva stala prověřenými subdodavateli prakticky všech automobilek na evropském trhu. Zcela specifická jsou výrobní družstva, která zaměstnávají převážně osoby se zdravotním postižením, těch je v rám-

ci členské základny Svazu českých a moravských výrobních družstev pouze 40, ale na rozdíl od jiných zemí se v České republice tzv. výrobní družstva invalidů pohybují na nechráněném trhu v konkurenci běžných firem. Spojují tak rozměr sociální, který je společný družstvům po celém světě, s běžným podnikáním a důležitou integrací postižených občanů s pracovním trhem a společností. Důkazem, že je takové spojení možné, jsou například úspěšná výrobní družstva invalidů Dita Tábor, Irida Vsetín, Obzor Zlín nebo Otava Písek.

Úspěšnost výrobních družstev dokládají na jedné straně výborné ekonomické výsledky, jichž dlouhodobě dosahují, ale také ocenění pro družstva a jejich manažery v nejprestižnějších českých podnikatelských a manažerských soutěžích, mezi které patří Manažer roku, CZECH TOP 100 nebo Firma roku. Umístění ve zmíněných soutěžích je o to cennější, že s rostoucí kondicí české ekonomiky roste v posledních letech také kvalita a úroveň finalistů.

Obdobně jako jiné výrobní podniky se i výrobní družstva potýkají s obecnými problémy českého hospodářství. Tím nejpodstatnějším je nedostatek pracovníků, nízká úroveň kvalifikace a závislost řady výrobců v České republice na práci ve mzdě a výrobě komponent pro zahraniční firmy. K řešení tohoto problému vypracoval Svaz českých a moravských výrobních družstev Projekt restrukturalizace hospodářství ČR. Jeho záměrem je přiblížit se strukturou hospodářství vyspělým státům západní Evropy, v nichž mají střední podniky podstatně vyšší rentabilitu a větší podíl na obrátu průmyslu. Je to tím, že ve srovnání s Českou republikou mají výrobní programy postavené na vlastním produktu, nikoli na často nerentabilní práci ve mzdě s finální realizací v zahraničí.

JUDr. Rostislav Dvořák

předseda Svazu českých
a moravských výrobních družstev



Svaz českých
a moravských
výrobních družstev

Koupelna

UMOCNÍ ZÁŽITEK

Sapho je synonymem pro kvalitní vybavení koupelny, ať už máte rádi jakýkoliv styl. Navštivte některý z našich showroomů nebo webové stránky a vaše představy dostanou zcela reálnou podobu.

Napište si o katalog plný novinek a tipů pro rok 2016!

Pohlazení PRO OKO I TĚLO

*Plnohodnotný odpočinek
může proběhnout jenom
v prostředí, které vám dělá radost
a je vám příjemné na pohled.
Den začíná i končí právě
v koupelně...*

SAPHO
www.sapho.cz

KOUPELNY
OD ČESKÉHO
VÝROBCE