

TRADE NEWS

1 / 2024

XIII. ročník

Magazín o obchodu a exportu

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

KALIFORNIE

STÁT ZLATA, VIZIONÁŘŮ A KREATIVITY

DÍKY VÁM JSME OPĚT ÚSPĚŠNÍ

Pojišťovna roku



1. místo
Autopojištění



2. místo
Pojištění občanů



3. místo
Životní pojištění



3. místo
Pojištění průmyslu
a podnikatelů

Zlatá koruna



1. místo
Pojištění podnikatelů
a průmyslu



2. místo
Autopojištění
Combi Plus IV

ČESKÁ PODNIKATELSKÁ POJIŠŤOVNA

Děkujeme!



Dear readers,

Greetings from the U.S. Embassy right here in the heart of Europe! It is my pleasure to introduce this issue of TRADE NEWS, where we explore the diverse opportunities in the dynamic business landscape of California.

Bilateral trade between the United States and the Czech Republic is booming, hitting \$12.2 billion in 2022, with 2023 numbers estimated even higher. And California is a big part of that story. It is not just a state; it is a powerhouse of innovation, tech brilliance, and cultural diversity.

As the U.S. Ambassador to the Czech Republic, I am thrilled to witness the collaboration and synergy between our nations every day. From Hollywood creativity to Silicon Valley's tech marvels to Napa Valley's exquisite vineyards, California beckons Czech SMEs with a promise of growth and shared success. And California companies are also doing their part here, with small and large companies alike investing in the Czech Republic and driving growth and employment.

So please join me on this journey as we cross the Atlantic to uncover the business pathways between Czechia and California.

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

zdravím vás z americké ambasády zde v srdci Evropy! Je mi potěšením uvést toto vydání TRADE NEWS, které odkrývá celou řadu podnikatelských příležitostí v dynamickém obchodním prostředí státu Kalifornie.

Bilaterální obchod mezi Spojenými státy a Českou republikou vzkvétá: v roce 2022 dosáhl objemu 12,2 miliardy dolarů, přičemž výsledky za rok 2023 budou podle odhadů ještě lepší. A Kalifornie je významnou součástí tohoto příběhu. Tento stát je totiž hospodářskou mocností v oblasti inovací a technologického pokroku a zároveň je kulturně velmi rozmanitý.

Jako velvyslanec USA v České republice mám obrovskou radost, že můžu být každý den svědkem různých podob spolupráce a synergií mezi našimi zeměmi. Od kreativního průmyslu v Hollywoodu přes technologické zázraky v Silicon Valley až po nádherné vinice v Napa Valley – to je jen pár příkladů, čím Kalifornie láká české malé a střední podniky a kde jim může nabídnout příslib růstu a společného úspěchu. A svou trochou do mlýna zde přispívají i naše firmy: v Česku investují malé i velké podniky z Kalifornie, a pomáhají tak k růstu místní ekonomiky a zaměstnanosti.



Foto: archiv Velvyslanectví USA v ČR

Pojďme se tedy společně na následujících stránkách vydat přes Atlantik a podívat se, kudy se ubírají obchodní cesty mezi Českem a Kalifornií.

*BIJAN SABET,
VELVYSLANEC SPOJENÝCH STÁTŮ AMERICKÝCH
V ČESKÉ REPUBLICĚ*

TRADE NEWS

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

www.amsp.cz

Vydavatel: ANTECOM

ANTECOM, s.r.o., Blatenská 2166/7, Praha 4 IČ: 2836 2926

Vydáno v Praze jako dvouměsíčník. MK ČR E 20842 / ISSN 1805-5397

Datum vydání: 28. 2. 2024 Auditovaný náklad: 7000 výtisků

Magazín TRADE NEWS je zařazen do procesu pravidelného ověřování nákladů vybraných tiskovin Audit Bureau of Circulations (ABC ČR).

www.itradenews.cz www.tradenews.cz



Redakční rada: Eva Svobodová, MBA, členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR, ThDr. Ing. Josef Jaroš, MBA, předseda představenstva AMSP ČR, vlastník PKF APOGEO Group, Ing. Karel Dobeš, člen představenstva AMSP ČR, vládní zmocněnec pro spolupráci s Evropskou GNSS agenturou GSA, jednatel společnosti DOFRA, Petr Milata, člen představenstva AMSP ČR, generální ředitel společnosti BEZNOSKA, Ing. Pavla Břečková, Ph.D., místopředsedkyně představenstva AMSP ČR a ředitelka společnosti AUDACIO

Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM, která vydává časopisy TRADE NEWS a AGE management
jenškova@antecom.cz www.antecom.cz
TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR



10 Rozhovor / Spojené státy americké
Bijan Sabet: Čeští podnikatelé objevují Kalifornii



12 Do světa za obchodem / Infografiky
Kalifornie a západ Spojených států amerických

22 Rozhovor / Kalifornie
Jaroslav Olša, Jr.: Brzy bude o Kalifornii ještě větší zájem. Kdo dřív přijde, získá výhodu



26 Profiliga / Czech Games Edition
V Česku máme světové šampiony na deskové hry! Po úspěších v Německu okouzlili (nejen) Ameriku

29 Duševní vlastnictví / Kalifornie
Co mají společného Hollywood, Silicon Valley a česká ekonomika?



30 Info+ / Kalifornie
Nové příležitosti v Golden State

36 Zrcadlo úspěchu / Audiovizuální průmysl
České stopy v amerických filmech aneb Proč má Hollywood rád Česko

40 Zamyšlení / Podpora obchodu
Česko-kalifornská obchodní komora bude pomáhat českým podnikatelům na západním pobřeží USA



42 Profiliga / Eventival
Tomáš Prášek: K podnikání mě přivedla vášně pro film a cestování. Z jednoduché aplikace jsme vyvinuli nástroje pro celý svět

44 Zaostřeno / Silicon Valley
Silicon Valley prochází transformací. Pro české start-upy je však stále relevantní

47 Vyznání
Když si kousneš do jablka aneb Všechno jde, pokud máš vůli a chuť jít za svým cílem!

48 Obchodní etiketa / Kalifornie
Neúspěch? Jede se dál! Je to jen další příležitost



50 Rozhovor / Věda a praxe
Filip Dvořák: Do Kalifornie mě vyhnala kanadská zima. Dnes je mým druhým domovem

54 Do světa za obchodem / Kalifornie a EU
První rok EU v Kalifornii: Stavíme mosty z Bruselu do Sanfranciského zálivu

56 Legendy / Francis Korbel
Francis Korbel. Nejbohatší a nejvlivnější Čech rané Kalifornie



60 Rozhovor / Finance
David Formánek: Banka musí být pro své klienty korábem, který ustojí i plavbu na rozbourěném moři

62 Profiliga / BR Group
Rudolf Bochenek: Zisk podnikatele potěší, ale vnímáme i svou zodpovědnost k zaměstnancům a regionu

68 Profiliga / Euro nářadí
Martina Pěčková: Anonymita globálního obchodu člověka demotivuje. Potřebuje vidět výsledky své práce na vlastní oči



ICC PRAGUE ARBITRATION DAY 2024

RETHINKING THE FUTURE OF ARBITRATION

What can the CEE contribute?

THURSDAY, 16 MAY 2024

MARTINICKÝ PALÁC

PRAGUE, CZECH REPUBLIC

www.praguearbitrationday.com

ROK NOVÉ ENERGIE '24



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

Nový roční projekt je cestou k objevování nových směrů a inovací a je inspirací pro všechny, kteří chtějí posunout své podnikání na další úroveň:

- ◆ ENERGIE PRO INOVACE A EFEKTIVITU
- ◆ ENERGIE PRO ROZVOJ TÝMU
- ◆ ENERGIE DO KREATIVNÍHO MARKETINGU A KOMUNIKACE
- ◆ ENERGIE DO PODNIKÁNÍ V DIGITÁLNÍ ÉŘE

WWW.RNE2024.CZ

Přijďte na konferenci **11. 4. 2024**, hotel Don Giovanni, Vinohradská 2733/157a, 130 00 Praha 3.

JAK VYUŽÍT TECHNOLOGICKÉ NOVINKY PRO EFEKTIVNÍ PODNIKÁNÍ?

Představíme nové směry v technologiích a inovacích, zaměříme se na aktuální trendy, kde hledat informace o posledních vynálezech a technických novinkách pro dynamický vývoj MSP.

GENERÁLNÍ PARTNER



PARTNER



PODPOROVATEL



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI





JAKÝ BYL ROK UDRŽENÍ PODNIKÁNÍ 2023

AMSP ČR si klade za cíl dodávat podnikatelům co nejvíce podnětných informací, a podpořit tak podnikatelské prostředí v ČR. V rámci svých ročních tematických projektů pravidelně připravuje konference, průzkumy na aktuální témata, webináře, tiskové zprávy a další aktivity.

Vloni si zvolila jako téma svého ročního projektu Rok udržení podnikání 2023. Ne náhodou byl vybrán právě tento název reflektující těžké období covidu, nedostatku materiálů, gigantických cen energií, tlaku na mzdy, vysoké inflace a vysokých úroků z úvěrů.

Projekt se nejprve zaměřil na **úspory a chytrá řešení**. Majitelé, jednatelé a ředitelé malých a středních podniků si pod tímto pojmem nejčastěji představují IT služby, zjednodušení, úspory a efektivitu. Největší překážkou přijímání takových řešení ale je, že jsou příliš nákladná. Zastropování cen pomohlo pouze třetině firem, a to nejvíc těm větším. Firmy se také obávají nenávratnosti své investice. Zjistil to výzkum, který pro AMSP ČR uskutečnila v únoru 2023 agentura Ipsos.

S ohledem na legislativní novinky se dalším tématem stala osvěta k nefinančnímu reportingu neboli ESG. Z průzkumu bylo zjištěno, že až dvě třetiny malých a středních podniků vůbec nevědí, co ESG je. Je to příležitost, nebo hrozba? ESG začíná čím dál víc rezonovat všude kolem nás. Nejvíce se jím stále zabývají velké společnosti a banky, avšak začíná znatelně dopadat

i na segment malých a středních podniků. Největší překážkou pro firmy je opět nejistá návratnost investic.

Mezi stálá témata, která naše asociace dlouhodobě mapuje a informuje o nich podnikatele, je **digitalizace**. S ní souvisí také **kyberbezpečnost**. Tyto složky se stávají stále více neoddelitelnými součástmi moderního byznysu. Od digitalizace firmy očekávají především zvýšení efektivity či produktivity, od umělé inteligence pak lepší a rychlejší analýzu dat.

Současnost s sebou nese nedostatek zdrojů, což je tématem **cirkulární ekonomiky**. Největší překážkou jejího zavádění je nedostatek pracovních sil, informací a zkušeností. Primární motivací pro implementaci principů cirkulární ekonomiky do strategie firmy je snaha ušetřit. Firmy rovněž chtějí držet krok s aktuálními trendy. Téměř tři čtvrtiny z těch, které se zapojily do našeho dalšího průzkumu, již principy cirkulární ekonomiky mají ve své strategii implementovány nebo to plánují.

AMSP ČR se zaměřuje na témata, která jsou aktuální a rezonují v podnikatelském prostředí. Podporuje také diskuze mezi odborníky a podnikateli z různých



oblastí. Zjištění ukazují, že i když firmy oceňují výše uvedené přístupy, obávají se vysokých nákladů a nejisté návratnosti investic. Trendy zjištěné v rámci projektu Rok udržení podnikání 2023 naznačují, že společnosti se snaží adaptovat na nové výzvy a hledají cesty k udržitelnému podnikání. Ty jim však musejí dávat ekonomický smysl. ■

EVA SVOBODOVÁ, ČLENKA PŘEDSTAVENSTVA
A GENERÁLNÍ ŘEDITELKA AMSP ČR
FOTO: ARCHIV AMSP ČR

TRANSFORMACE PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE: VÝZVY A PŘÍLEŽITOSTI V ÉŘE ZELENÉ TRANZICE

Hlavním úspěchem programu EU je poskytnutí impozantní garance ve výši 18,87 miliardy eur v rámci 175 projektů, což v lednu 2024 umožnilo mobilizaci dalších 372 miliard eur z privátních a veřejných rozpočtů. V důsledku těchto investic vznikly v České republice programy, jako je **Záruka Inostart, společný projekt Národní rozvojové banky (NRB) a České spořitelny poskytující podporu malým, středním podnikům a OSVČ.**

Důležitým momentem je posun EU od role pouhého poskytovatele dotací k aktivnímu podporovateli MSP, který nabízí záruky, garance a poradenství. V ČR je to patrné například v podobě **podřízeného úvěru z Národního plánu obnovy do zelených investic** a programu **S-podnik plus** pro sociální sféru. ■

Více informací:



ZDROJ: AMSP ČR

MANIFEST PODPORUJÍCÍ REALISTICKOU PRŮMYSLOVOU EKONOMIKU PŘEDKLÁDÁ EVROPSKÉ KOMISI SEDM NEJPRŮMYSLOVĚJŠÍCH ZEMÍ EU

AMSP ČR, stejně jako partnerské organizace sdružené v evropské asociaci CEA-PME, je vážně znepokojena současnou průmyslovou politikou Evropské unie definovanou během posledních pěti let a jejím cílem platnosti na dalších 25 až 30 let. Podnikatelé chápou význam světových výzev k dosažení zelené a digitální transformace evropského průmyslu, ale ten musí zůstat konkurenceschopný!

K tomu jsou ale třeba realistické cíle a časové rámce i technologická otevřenost. Sedm nejprůmyslovějších zemí EU proto předkládá tuto výzvu Evropské komisi i dalším relevantním subjektům. ■

Více informací o dokumentu:



ZDROJ: AMSP ČR

POMÁHEJTE PROMYŠLENĚ

První filantropická konference pro malé a střední firmy, kde se setkáte s úspěšnými českými podnikateli, kteří se dlouhodobě věnují podpoře dobročinných projektů.

KDY: Středa, 10. dubna 2024, od 17:30

KDE: OPERO, Salvátorská 931/8, Praha 1



Více informací zde:

MÍRNÁ VĚTŠINA ČLENŮ ASOCIACE JE PRO PŘIJETÍ EURA

Mírná většina menších podniků a živnostníků je pro přijetí společné evropské měny, jak ukázala nedávná anketa AMSP ČR, které se zúčastnilo téměř šest stovek subjektů. Na klíčovou otázku, zda je dotázaný pro přijetí eura, odpovědělo téměř 39% respondentů „ano, určitě, jakmile bude ČR plnit maastrichtská kritéria“ a dalších 12% pak zvolilo variantu „ano, ale později podle situace“. Proti přijetí eura se vyslovilo něco přes 39% dotázaných. Pro téměř 10% respondentů není otázka přijetí nebo nepřijetí společné měny důležitá a jedno procento na tuto věc nemá názor. Výsledky šetření znamenají určitý posun v názorech podnikatelské veřejnosti. Při předchozích výzkumech, které se ale uskutečnily před delší dobou, členská základna AMSP ČR přijetí eura vcelku výraznou většinou odmítala.

„Názorový posun je zde nezpochybnitelný. Na druhou stranu ale musíme varovat před jednoznačnou interpretací výsledku šetření, protože většinová podpora je těsná a je třeba zdůraznit, že v rámci statistické chyby mohl být výsledek stejně dobře v podobě podpory nižší než polovina respondentů,“ poznamenal k tomu předseda představenstva AMSP ČR Josef Jaroš. ■

Zdroj: AMSP ČR

TŘI ČTVRTINY DOMÁCÍCH FIREM VLONI POSÍLILY VLASTNÍ DIGITALIZACI

Nejčastějším důvodem bylo umožnit zaměstnancům vzdálenou práci z domova (home office). Rychle se zvyšuje i obliba zavádění automatizačních technologií a používání digitálních platebních systémů. Například popularita virtuálních platebních karet již překonává klasické plastové karty. Vyplývá to z průzkumu, který pro AMSP ČR uskutečnila agentura Ipsos na vzorku tří set malých a středních podniků. České malé a střední podniky jsou velmi ochotné k zavádění digitalizace, moderních online bankovních postupů a k dalším inovacím. Očekávají od nich snížení nákladů a vyšší schopnost uspokojit zákazníky.

„Výzkum potvrdil, že hlavním měřítkem pro malé a střední podniky je při posuzování potřeby inovací potenciál snížení nákladů,“ shrnul předseda představenstva asociace Josef Jaroš. „Asi bychom to mohli brát jako potvrzení, že racionální přístup založený na selském rozumu je v českém podnikatelském prostředí velmi silný. Podnikatelé a firmy jsou připraveni na inovace a změny, ale musí v nich vidět potenciál a logiku pro podnikání. Nedůvěra ve změny bez definovatelných úspor, které jsou založené pouze

na předpokladech a doufáních, je skutečně značná,“ dodává k výsledkům průzkumu Pavla Břečková, místopředsedkyně představenstva asociace.

Výzkum nijak nepotvrdil, že by společnosti byly ke změnám nuceny tlakem okamžitých okolností, jako byl v minulosti covid nebo nyní energetická krize. Dotázaní pocítují potřebu inovací jako výsledek středně a dlouhodobých procesů a nutnosti posílení vlastní konkurenceschopnosti. ■

Zdroj: AMSP ČR

Více o průzkumu:



SETKÁNÍ RODINNÝCH FIREM

12. 3. 2024 / 14:00–17:00

PROGRAM AKCE:

1. Rodinné podnikání a jeho úskali

- Podnikání v rodině (otázky SJM, rozvodu, nástupnictví, dědění)
- Dohody mezi akcionáři a vypořádání mezi společníky

Přednášející: Ludvík Juříčka a Martina Jeklová, Deloitte Legal, s.r.o., advokátní kancelář

2. Jak může telefonování podpořit obchod firmy?

- Funguje ještě telefonování?
- Jak telefonicky reaktivovat kontakty
- Vyšší zisky díky telefonování

VSTUPENKY



Deloitte Legal, s.r.o., Italská 67, Praha 2

Přednášející: Claudie Paldusová a Jarmila Beránková, Telefonická komunikace s.r.o.



Bijan Sabet:

ČEŠTÍ PODNIKATELÉ OBJEVUJÍ KALIFORNI

Bijan Sabet nastoupil na post velvyslance Spojených států amerických v Praze zhruba před rokem – své pověřovací listiny předal v únoru 2023. Potomek přistěhovalců, bývalý top manažer v oblasti technologií a rizikový investor přináší do své diplomatické mise bohaté zkušenosti z byznysu a rozvoje podnikání. Proslavil se jako spoluzakladatel a jeden z lídrů investiční společnosti Spark Capital, jejímž prostřednictvím pomohl vyrůst mnoha technologickým start-upům v obří nadnárodní korporace. Jeho jméno je spojeno se značkami jako Twitter, Slack nebo Discord. V souladu se zaměřením tohoto TRADE NEWS jsme s ním hovořili převážně o Kalifornii, kde působil v technologickém odvětví a jako investor dvacet let, z toho deset přímo v Silicon Valley.



Bijan Sabet je velvyslancem USA v České republice od února 2023. Před svým jmenováním byl spoluzakladatelem a jedním z lídrů Spark Capital, úspěšné společnosti v oblasti rizikového kapitálu. V jejím rámci vedl investici do Twitteru a mnoha dalších start-upů, které se následně proměnily v globální lídry

Máte už čísla shrnující výsledky česko-amerického vzájemného obchodu za loňský rok?

Česko-americké ekonomické vztahy jsou dlouhodobě nesmírně silné. Náš vzájemný obchod se od roku 1993 zvýšil desetkrát, přičemž rok 2022 byl rekordní – objem našeho bilaterálního obchodu přesáhl 12 miliard dolarů! Za rok 2023 ještě nemáme finální čísla, ale očekáváme, že hodnoty překonají výsledky z roku předchozího. Velmi mě těší, že i v tomto ohledu jsou naše vazby silnější než kdy předtím.

Inovátoři mají zelenou

Krátce po svém faktickém nástupu do pozice velvyslance USA v České republice jste v květnu loňského roku na pražském Žofině otevřeli americko-české podnikatelské fórum zaměřené na inovace. Jaké závěry přineslo?

Tuto výjimečnou akci pořádalo americké velvyslanectví poprvé v roce 2022, takže loni to byl druhý ročník a i ten se velmi vydařil. Byl plný zajímavých příspěvků a diskuzí o inovacích, start-upech či iniciativách souvisejících s klimatem. Jako

hlavního řečníka celé akce jsme pozvali mého dobrého přítele Bize Stonea, který byl jedním ze zakladatelů Twitteru. Fórum se těšilo bohatému zájmu ze strany vašich podnikatelů, top manažerů, akademiků, vládních činitelů a dalších lídrů. Akce byla ideální příležitostí k navázání ještě těsnějšího spojení mezi americkou a českou stranou, zejména v oblasti technologií.

Fórum časově navázalo na březnovou misi asi šedesáti představitelů českých firem včetně start-upů v čele s ministrem průmyslu a obchodu Jozefem Síkelou, kteří navštívili několik amerických států včetně Texasu a Kalifornie. V Silicon Valley pak bylo mimo jiné podepsáno memorandum o porozumění s kapitálovým fondem Plug and Play Ventures.

Budete v tradici americko-českých obchodních fór v Praze pokračovat?

Ano, letos se uskuteční další, již třetí fórum, tentokrát zaměřené na umělou inteligenci. Přesný čas i místo ještě dolaďujeme a vaši čtenáři jsou samozřejmě srdečně zváni.

Kalifornie může hodně nabídnout

Pojďme k hlavnímu tématu tohoto vydání TRADE NEWS – Kalifornii. Pokud bychom se na ni dívali jako na samostatnou zemi, byla by pátou největší ekonomikou světa a pro Českou republiku exportním partnerem na úrovni Brazílie či Kanady, co se objemu vývozu týče. V jakých dalších aspektech je pro Česko Kalifornie důležitá a zajímavá?

Kalifornie je obrovská ekonomika, která neustále roste. Navíc neskutečně různorodá – má všechno, od zemědělství, biotechnologií, samozřejmě start-upů a také filmového průmyslu až po letecký a obranný průmysl. I díky tomuto širokému záběru tedy může českým firmám hodně nabídnout. Když se tu bavím s lidry českých firem, vidím skutečně velký zájem o tento stát. Čeští podnikatelé chtějí navazovat vztahy zejména s technologickými společnostmi, potkávat se s investory nebo rovnou prozkoumat příležitosti k expanzi.

Značka „Czech“ je přítom v Kalifornii známa a je na co dobrého navazovat. Nejspíš nejznámějším příkladem

spolupráce je spojení gigantů Avastu a Nortonu a vznik nové entity Gen Digital, která v Kalifornii také působí.

Jako člověk s bohatými zkušenostmi v oblasti rizikového kapitálu a start-upů právě v Kalifornii můžete srovnávat. V čem se dnešní Silicon Valley a startupová scéna liší od těch před deseti či dvaceti lety?

V Silicon Valley jsem žil deset let a celkem jsem v Kalifornii dvacet let investoval. Myslím, že největší změnou v tomto směru je to, že před deseti, nebo dokonce dvaceti lety byly technologie a aktivity omezeny na jednu konkrétní oblast. Dříve se soustřeďovaly jen do Silicon Valley, což je region o několika malých a středně velkých městech, a například v San Francisku žádné centrum technologických inovací nebylo. To se však změnilo. Dnes se objevují podnikatelé, start-upy a obecně bohatá podnikatelská aktivita po celé Kalifornii, od Sacramenta na severu až po San Diego na jihu. Kromě toho je tu řada společností, které před deseti lety třeba ještě ani neexistovaly, a dnes jsou ikonickými značkami s globální působností. To je úžasné.

Investice jsou základ

I když se nyní investování již aktivně nevěnujete, mnoho let jste byl aktivním investorem a máte v tomto směru bohaté zkušenosti. Co je podle vás klíčové pro české start-upy, aby získaly silného investora?

Je pravda, že trávím hodně času s českými podnikateli, kteří se logicky zajímají o moje zkušenosti v této oblasti a tuto otázku mi kladou také. Pokaždé zdůrazňuji, jak je důležité přemýšlet o svém podnikání v širších geografických souvislostech a ve svých cílech se neomezovat jen na region střední Evropy. Zejména mladí zakladatelé start-upů to velmi dobře chápou a mají velkou motivaci prorazit globálně. Vždycky jim říkám, že dobré nápady budou beztak financovány rizikovými investory z USA nebo Evropy, a že se tím pádem nemusejí ve svých ambicích nijak omezovat.

Celkově bych řekl, že největší pomoc, jakou mohu českým startupistům dát, je dodat jim sebevědomí, aby se nebáli přemýšlet opravdu ve velkém. Všichni dnes žijeme v propojeném světě a nemá

smysl budovat firmu jen pro svůj vlastní dvorek. Dokážete si představit, že by společnosti ze Silicon Valley vytvářely své aplikace pouze pro obyvatele Kalifornie? To by přece nedávalo smysl.

Propojujeme české a americké subjekty

Jak podporuje vaše ambasáda tyto aktivity mezi Českem a USA, tedy konkrétně propojování start-upů a investorů?

Komerční subjekty se mohou obrátit na obchodní oddělení velvyslanectví USA. Program SelectUSA amerického ministerstva obchodu propojuje české firmy a start-upy s organizacemi pro hospodářský rozvoj v jednotlivých státech USA. Tyto kanceláře typicky nabízejí podporu a informace o pobídkách a mohou české podniky propojit s dalšími firmami v dané oblasti. Dále můžeme české firmy seznámit například s právníky, účetními nebo se startupovými akcelerátory. Už jsem zmínil, že americké ministerstvo obchodu pořádá summit SelectUSA, který se koná ve Washingtonu a je ideálním místem, kde můžete potkat mnoho důležitých kontaktů. Obchodní oddělení naší ambasády v Praze na tento summit každý rok vysílá delegaci. Součástí této akce je program SelectUSA Tech, který poskytuje podporu technologickým firmám, jež chtějí expandovat do USA, a vytváří pro ně příležitosti k navázání spojení s americkým startupovým ekosystémem.

Také spolupracujeme se studentskými podnikateli či s inovačními centry a zapojujeme se do spousty aktivit po celé České republice. Konkrétně třeba na téma inovací se snažíme propojit s co největším počtem podnikatelů. ■

*ZA ROZHOVOR DĚKUJÍ DANIEL LIBERTIN A JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV VELVYSLANECTVÍ USA V ČR*

You can also read this article
in English on itradenews.cz



DO SVĚTA ZA OBCHODEM:

Kalifornie

A ZÁPAD SPOJENÝCH STÁTŮ AMERICKÝCH

Západ Spojených států je jako region třetí největší ekonomikou na světě s HDP přibližně ve výši Japonska. Kalifornie, pokud by byla samostatným státem, by mohla zaujmout místo páté největší ekonomiky světa. S více než 39 miliony obyvatel je Kalifornie nejlidnatějším státem USA a současně jejich největší ekonomikou.

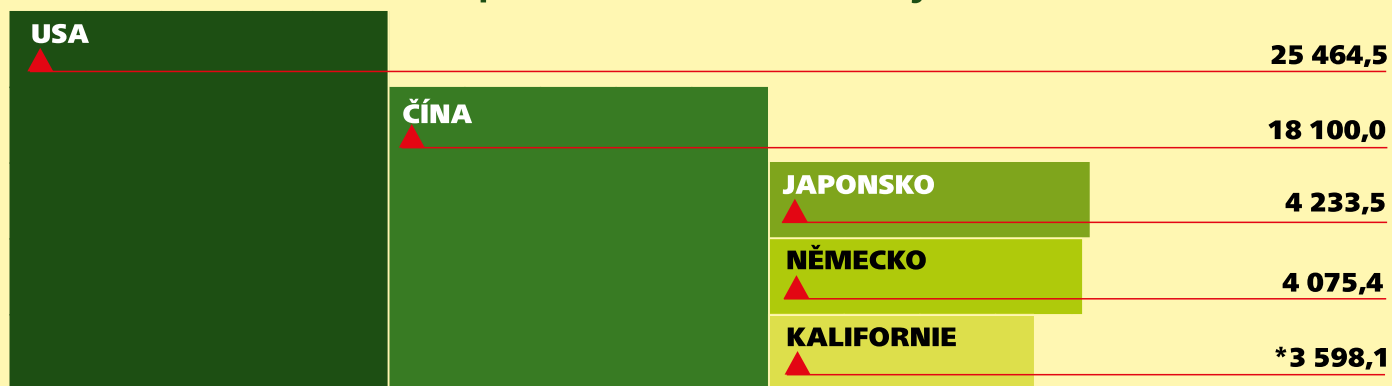
perspektivy
ekonomika
srovnání

Český export do Kalifornie za poslední tři roky vzrostl o třetinu, a tak se tento stát stal stejně významným dovozcem našeho zboží jako například Brazílie nebo Kanada.



Kalifornie v anamorfních mapách

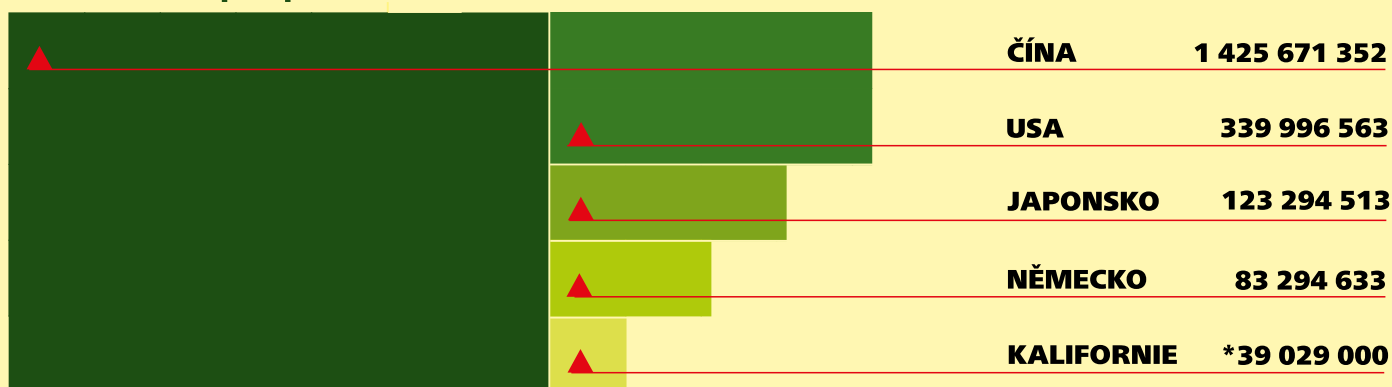
Velikost ekonomik podle HDP v běžných cenách (mld. USD)



Zdroj: Mezinárodní měnový fond, *Observatory of Economic Complexity, 2022; grafika ANTECOM

1 bilion USD

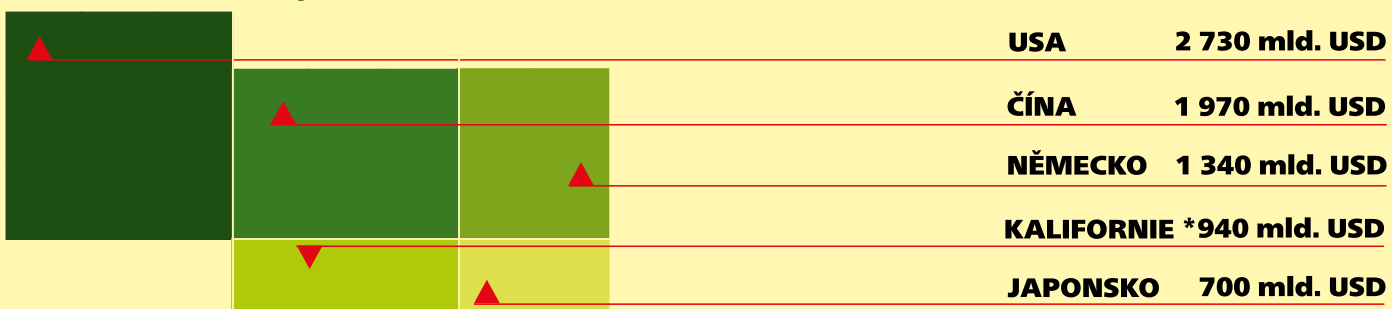
Velikost populace



Zdroj: Mezinárodní měnový fond, *Observatory of Economic Complexity, 2022; grafika ANTECOM

40 milionů

Hodnota importu



Zdroj: Mezinárodní měnový fond, *Observatory of Economic Complexity, 2023; grafika ANTECOM

300 miliard USD

letem západem USA

Kalifornie: Největší ekonomika USA

Jsou zde nejvyšší ceny domů v unii, ale také nejvyšší průměrná mzda. Ekonomika poskytuje uplatnění 17,5 milionu pracovníků. Největší podíl na zaměstnanosti má gastronomie a potravinářství (1 129 247 pracovních míst), stavebnictví (1 051 891) a školství (991 539). Nejlepší mzdové podmínky poskytují online média a webové vyhledávací portály (222 610 dolarů), vývoj softwaru (163 197 dolarů) a obchod s cennými papíry, komoditami, fondy, trusty a další finanční investice (161 854 dolarů).

Motorem růstu jsou investice do obnovitelných zdrojů energie stejně jako high-tech sektoru, přičemž obnovitelné energetické zdroje jsou nejrychleji rostoucím byznysem. Kalifornský technologický hardware, média a software zaznamenaly za poslední tři roky nárůst prodeje o 63 %, 95 % a 115 %, což zvýšilo tržní ocenění o 184 %, 54 % a 58 %.

Guvernér Gavin Newsom zavedl balíček finanční pomoci ve výši 52 miliard dolarů, aby pomohl obyvatelům s rostoucí inflací a náklady. Nejrobustnější a nejkompexnější stimulační program v zemi poskytuje 26 miliard dolarů v přímých platbách a 15 miliard dolarů v daňových úlevách a grantech pro podniky.

Největšími společnostmi podle zaměstnanosti jsou Amazon, United States Postal Service a The Home Depot, které v roce 2022 zaměstnávaly 170 000, 63 469 a 54 159 pracovníků.

Největší hospodářská aktivita státu se odehrává v megaregionech severní Kalifornie (např. San Francisco, Sacramento) a jižní Kalifornie (Los Angeles, San Diego).

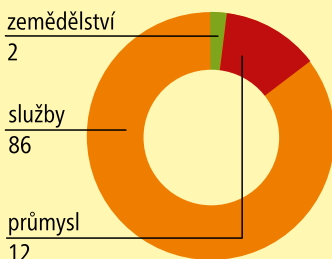
Stát je pátým největším odběratelem českého zboží v USA. Objem našeho exportu do Kalifornie rostl a překonává vývoz do Brazílie nebo Kanady. Nejdůležitějšími komoditami našeho exportu jsou elektronická, elektrická, strojní a dopravní zařízení.

Struktura hospodářství

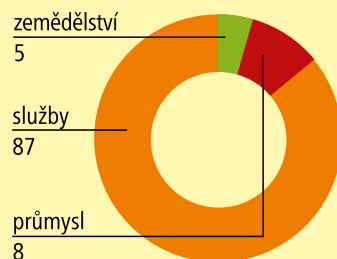
Zdroje dat: IBIS World;
údaje jsou za rok 2022

Kalifornie

podíl na HDP (v%)

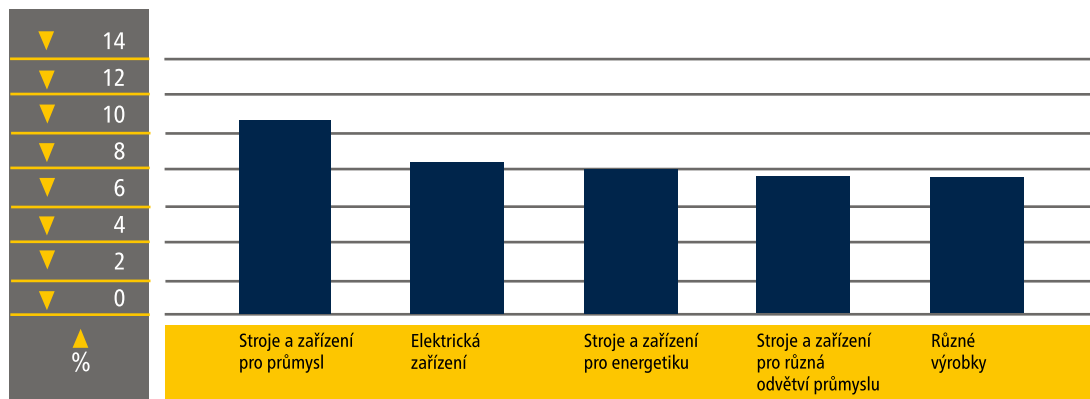


podíl na zaměstnanosti (v%)



top obory českého exportu

TOP obory českého vývozu do USA



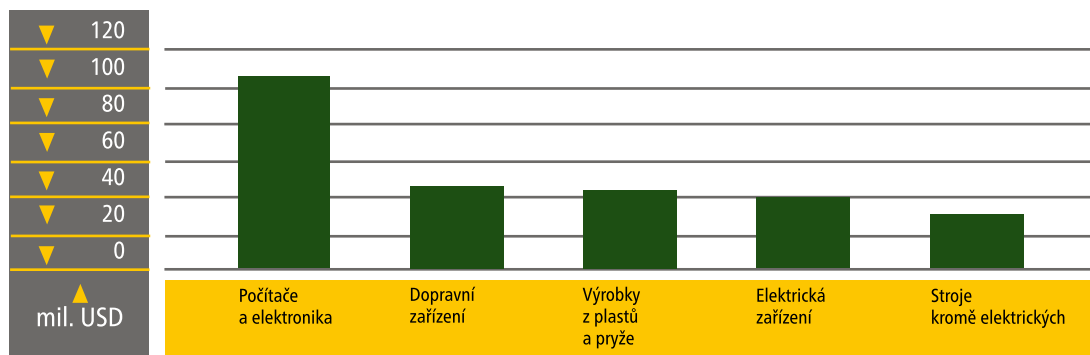
USA jsou naším 11. největším exportním trhem.

V roce 2022 export z ČR do USA činil více než 143 miliard korun, směřovalo tam 2,5 % českého exportu. Hlavní položky vývozu byly stroje a zařízení všeobecně pro průmysl, elektrická zařízení, přístroje a spotřebiče, stroje a zařízení pro energetiku, výrobky z pryže, odborné a vědecké přístroje, kancelářské stroje a zařízení, léčiva a farmaceutické výrobky.

VŠECHNY ÚDAJE JSOU ZA ROK 2022

Zdroj dat: ČSÚ (metodika PZpH), zbožíová klasifikace SITC 2, zpracovalo: Businessinfo.cz

TOP obory českého vývozu do Kalifornie



Export z České republiky do Kalifornie se za poslední tři roky zvýšil o 30 % a dosahuje podobných hodnot jako například český export do Kanady či Brazílie.

Páteří exportu jsou počítače, dopravní, elektrická a strojní zařízení a také chemikálie, výrobky z kovů, nábytek a papír.

VŠECHNY ÚDAJE JSOU ZA ROK 2022

Zdroj dat: usatrade.census.gov, zpracoval: ANTECOM

Vývoj importu z ČR do vybraných států západu USA

KALIFORNIE		ARIZONA		OREGON		WASHINGTON	
2021	319 mil. USD	2021	156 mil. USD	2021	49 mil. USD	2021	41 mil. USD
2022	409 mil. USD	2022	196 mil. USD	2022	103 mil. USD	2022	55 mil. USD
2023	384 mil. USD	2023	188 mil. USD	2023	128 mil. USD	2023	51 mil. USD
COLORADO		NEVADA		UTAH		Zdroj:	
2021	64 mil. USD	2021	22 mil. USD	2021	40 mil. USD	International Trade Administration.	
2022	45 mil. USD	2022	31 mil. USD	2022	41 mil. USD	US Department of Commerce	
2023	40 mil. USD	2023	36 mil. USD	2023	32 mil. USD	Trade Stats Express - State Trade by Partner (countries and regions)	

Zdroj:
International Trade Administration.
US Department of Commerce
Trade Stats Express - State Trade
by Partner (countries and regions)

Jaroslav Olša, Jr.:

BRZY BUDE O KALIFORNII JEŠTĚ VĚTŠÍ ZÁJEM

KDO DŘÍV PŘIJDE, ZÍSKÁ VÝHODU

Našeho generálního konzula v Los Angeles Jaroslava Olšu jsem poznala před pár měsíci. Tehdy mi volal, že by s redakcí TRADE NEWS rádi připravili kalifornské číslo, jestli mám do toho chuť – a přiznám se, že mě tím trochu zaskočil. Už jsme měli v hledáčku pro rok 2024 jiná teritoria, a věnovat celé číslo pouze jednomu americkému státu? Když jsem mu však naslouchala a začala se na Kalifornii víc soustředit, zjistila jsem, že je to krásná výzva. A tak jsme se do toho společně pustili. Protože „Amerika“ není jedna, je jich hned několik. A Kalifornie je prostě svá a stojí za to.



Jaroslav Olša, Jr., generální konzul ČR v Los Angeles. Kariéru diplomata od roku 1992, působil jako velvyslanec v Jižní Koreji, Zimbabwe a na Filipínách. Je také autorem řady knih o vztazích mezi českými zeměmi a mimoevropským světem a editor science fiction.

Stejně, zajímalo by mě, pane Olšo, proč jste si vybral ke spolupráci právě TRADE NEWS?

Protože chceme Kalifornii představit českým podnikatelům seriózně. Jelikož

jsem vaším čtenářem už mnoho let, vím, že u vás je poctivé novinářské řemeslo stále živé. Dbáte na kvalitní obsah v souladu s formou. Důležitým argumentem byl pro mě i fakt, že krásně vytištěné

TRADE NEWS mohou směle ukázat i našim kalifornským partnerům, kteří si velmi považují, že se mohli spolu s námi podílet na zatraktivnění Kalifornie pro české podnikatele.

Proč právě Kalifornie

Pojďme tedy k věci. Všechny informace, které jsme o Kalifornii soustředili do tohoto čísla, jasně svědčí o jejím obrovském potenciálu. Proto by se skoro zdálo, že se s českými podnikateli na vašem konzulátu v LA dveře netrhnou.

Ano, ale bude to ještě víc. Dnes občas slyším argumenty, že je Los Angeles příliš daleko. No, i pro Američany je těch dalších pět či šest hodin letu z východního pobřeží komplikací. Ale je to jen o psychologii – do Kalifornie je z Česka stejně daleko jako do Singapuru a tam lidé z Prahy za obchodem směřují poměrně často. Pokusíme se tedy čtenáře přesvědčit o tom, že ty hodiny letu navíc se vyplatí absolvovat.

Češi – a možná hodně Evropanů – mají pocit, že Spojené státy jsou jednotilé. Všichni znají New York a východní



Generální konzulát ČR pravidelně organizuje český filmový festival v Los Angeles



Ze zahájení oscarové kampaně filmu Na západní frontě klid v Los Angeles – v pozadí představitel hlavní role Felix Kammerer a členové filmového štábu

pobřeží Spojených států, a mnoho lidí si myslí, že zbytek Ameriky je podobný. Ovšem „Amerik“ je hned několik. A dva státy – Texas a Kalifornie – jsou opravdu jiné a svou odlišnost si nejenom dobře uvědomují, ale také dávají najevo. Pokud s nimi chceme spolupracovat, musíme to vzít na vědomí.

Filmová diplomacie v praxi

Když Los Angeles, tak film. Začneme tedy u něj. Asi těžko by se našel jiný český úřad v zahraničí, pro nějž by filmová diplomacie byla důležitější než pro vás.

Máte pravdu, je to tak. Organizujeme časté přehlídky českých současných i starších filmů, které se snažíme dostat k co nejširší americké veřejnosti. Nezastavili jsme je ani v době covidu, kdy se v Kalifornii lidé opravdu nemohli scházet – a tak jsme tehdy třeba uspořádali bezkontaktní drive-in promítání filmu Havel.

Každoročně samozřejmě podporujeme český film nominovaný na cenu Akademie a všichni bychom si přáli, aby si sošku Oscara za nejlepší cizojazyčný film zase po třiceti letech odnesl český snímek.

A co Hollywood a lákání hollywoodských producentů do Česka? Málokdo si hned uvědomí, že u nás utrácí miliardy korun a zaměstnávají tisíce lidí.

Ano, film není jenom umění a volnočasová aktivita, ale především kreativní

průmysl. Hollywoodským producentům se v České republice líbí a těží z toho i naši filmaři. Vloni se například díky u nás natáčenému německému filmu Na západní frontě klid podařilo nevídané – hned čtyři Češi získali nominace na Oscara v kategoriích zvuk, speciální a zvláštní efekty, masky a účesy.

Myslím, že právě čeští filmoví profesionálové v podobných oborech jsou to, co přitahuje velká studia k nám, a díky jejich skvělé práci projevují o naše odborníky zájem i největší světové agentury kreativního průmyslu, které většinou sídlí právě v Los Angeles. Třeba i proto chceme co nejvíc prezentovat nový český sci-fi film Bod obnovy, který dokázal za – na Hollywood „nicotné“ náklady – vytvořit přesvědčivé speciální efekty světa budoucnosti.

Hollywoodské filmy natáčené v Česku přinášejí i sekundární efekt: Pokud se podaří, aby film ukazoval krásy Prahy a Česka, mají nezanedbatelný dopad na turistiku, a to v globálním měřítku. Pracuje se nějak i s tímto faktem?

Má to samozřejmě vliv i na incomingovou turistiku přímo ze Spojených států, které jsou pro Česko nejvýznamnějším vzdáleným trhem. Jen v roce 2022 do naší republiky zavítalo více než 370 tisíc amerických turistů a čísla za loňské tři kvartály naznačují další růst o třicet procent. A mezi třemi státy, z nichž se k nám nejvíc létá, jsou New York, Florida a – možná pro někoho překvapivě – právě „vzdálená“ Kalifornie.

Je škoda, že v Los Angeles není zastoupení agentury CzechTourism, snad se ale blížíme k tomu, že tu bude stálý zástupce právě se transformujícího Fondu kinematografie a ten samozřejmě také bude mít svou roli ve vytváření image Česka jako turistické destinace prostřednictvím filmu.

České hry dobývají Ameriku

Zůstaňme u kreativního průmyslu. Na dalších stránkách představujeme světovou špičku v oblasti stolních her – českou společnost Czech Games Edition (CGE), která dokázala na vysoce konkurenčním americkém trhu prodat sedm milionů kusů své hry Krycí jména. Zaznamenal nějaký jiný český exportér takový úspěch?

Takový asi ne, ale aby takových bylo víc, maximálně podporujeme a iniciujeme oficiální české účasti na herních akcích, jako je například každoroční Game Developers Conference v San Francisku. A budeme podporovat nový produkt nabízený CGE – historickou strategii Kutná Hora, která právě vstoupila na americký trh.

Jak si na tamním trhu stojí naši tvůrci počítačových her?

Globální úspěchy Beat Saberu, o němž ale jen málokdo ze zahraničních uživatelů ví, že vznikl v Česku, ale také historické hry ze středověkých Čech Kingdom Come nebo série Arma se samozřejmě vztahují i na americký trh. A co je důležité, naše hry mívají „long tail“, dobře se prodávají nejen okamžitě po vydání. Stojí



Billie Eilish přebírá cenu Grammy za píseň What I Was Made For z filmu Barbie, kterou její bratr, pianista a skladatel Finneas, nahrál na pianinu Petrof

za nimi vynikající čeští programátoři, ale také výtvarníci a hudebníci.

Český hudební průmysl zabodoval na Grammy

Zastavme se chvíli u hudby. Daří se vám prohlubovat zájem o český hudební průmysl?

Jsem velmi rád, že Česko má i organizaci, která podporuje právě vývoz hudby – SoundCzech. I díky ní se čeští hudební profesionálové mohou účastnit jedné z nejdůležitějších globálních akcí v tomto oboru, veletrhu MUSEXPO v Burbanku – městě nedaleko Los Angeles, které je vzhledem k množství ve městě sídlících televizních, filmových a hudebních studií právem označováno za hlavní město světových médií.

Náš konzulát pracuje aktivně na tom, aby si lidé v Kalifornii uvědomili, že česká hudba není jenom Antonín Dvořák nebo Leoš Janáček, ale také české hudební nástroje. A tedy, že všechny tyto hvězdy světové hudby hrály třeba na českém petrofu. Na podzim jsme v Los Angeles připravili prezentaci nejnovějšího pianina Petrof Gemini. Byl to ten nejvhodnější moment, protože před několika dny obdržela zpěvačka Billie Eilish za píseň What I Was Made For z filmu Barbie hned dvě ceny Grammy – po Oscarech nejcennější ocenění. Její bratr, pianista a skladatel Finneas, ji nahrál právě na pianinu Petrof, které si vybral pro jeho romantický zvuk a přesnost úderu především při použití pedálu. Pianino Petrof je podle něj přesně

takové, jaké si představuje. To vše je ideální šance – film je globálně úspěšný, písnička vítězí – takže teď má Petrof další naději na globální úspěch.

A co úspěchy našich umělců v Hollywoodu?

Zatímco třeba Jaroslav Beck, autor hudby mimo jiné k Beat Saberu, nebo Elia Cmíral, který složil hudbu k několika filmům, se už v Los Angeles prosadili, naši výtvarníci, malíři a grafici by měli zkusit navázat na úspěchy svých předchůdců, kteří v Hollywoodu prorazili už před sto lety.

Češi tvořili před a po válce nemalou část „trikařů“ ve studiu 20th Century Fox, jeho dlouholetý vedoucí Fred Sersen (Sršeň) získal za svou práci hned dva Oscary a jeho pravá ruka, další Čech Emil Kosa, se prosлавil nejen jako autor dodnes používaného loga studia,

ale také triky v desítkách filmů, třeba v Planetě opic nebo Kleopatře (za ni dostal také Oscara). I proto se snažíme připomínat právě historii třeba i našich malířů v Kalifornii a zdůrazňovat, že Češi nejsou v Hollywoodu „nováčky“, naopak byli úspěšně už u jeho zrodu.

Silicon Valley jako akcelerační centrum českých inovátorů

Když San Francisco, tak Silicon Valley. I jemu se věnujeme v tomto TRADE NEWS. Můžete jmenovat některé české firmy, kterým se podařilo v tamní tvrdé konkurenci průmyslových gigantů a špičkových start-upů prosadit?

Například STRV, komplexní obchod pro vývoj mobilních, webových a backendových aplikací, vznikla před dvaceti



Držitel Grammy Jasper Harris u pianina Petrof Gemini spolu s CEO Petrof USA Basiliem Strmcem a majitelkou firmy Zuzanou Ceralovou Petrofovou

lety v Praze a dnes má 150 zaměstnanců v Česku, ale také v kancelářích v San Francisku a Los Angeles. Český start-up Productboard se stal v pořadí druhým čistokrevným jednorozcem s českými kořeny. Má oficiální sídlo v San Francisku a v Česku provozuje dceřinou společnost. Pro dobrou polovinu firem z žebříčku Fortune 500 pracuje zase GoodData, která poskytuje rychlé a flexibilní analýzy, byla založená v roce 2007 a dnes má kanceláře také na severu Kalifornie. Stejně tak uspěla i Lifeliq, která vytvořila modely pro výuku a ztraktivněni distanční výuky, jež dnes používají výukové platformy po celém světě. A tak bychom mohli pokračovat.

Při hlubším pohledu na kalifornskou ekonomiku bychom asi našli mnoho dalších neméně významných témat. Která byste ještě na tomto místě rád zdůraznil?

Jednoznačně to je zelená ekonomika. Kalifornie se stala vzorem pro další státy a země, které se snaží dosáhnout udržitelného rozvoje a snížení negativního vlivu na životní prostředí. Jeden příklad za všechny: V loňském roce z celkových šedesáti vodíkových čerpacích stanic v USA bylo padesát devět v Kalifornii.

A nesmíme opomenout významnou roli, kterou zde hraje věda a výzkum. Kalifornie je domovem několika předních univerzit vyznačujících se špičkovým výzkumem, inovacemi a vzděláváním. Mnoho úspěšných firem a technologických společností vzniklo přímo na místních univerzitách a využívá výzkumu a know-how, které zde vzniká.

Ještě bych rád zmínil, jak se liší obě velká města. Zatímco losangeleský průmysl je diverzifikovaný, v San Francisku je zaměřený primárně na IT technologie. V Los Angeles tak najdete různorodější příležitosti pro české firmy, od zelených technologií přes biotechnologie, aerospace až po zemědělství.

Tak hurá do Kalifornie

A teď k praktickým otázkám. Mnoho lidí říká, že Kalifornie je drahá a má vysoké daně.

Hovořím na mnoha akcích a setkáních se zdejšími podnikateli. Neměnili by. Vyšší daňové kvóty vyrovnává podpora



Generální konzulát přivezl na veletrh do Las Vegas v rámci PROPED české firmy vyrábějící drony

vědy, výzkumu, vzdělávání, inovací. Daňové prostředí sice není pro podnikání tak lukrativní, ale výhody, které firmy získají, když tu začnou podnikat, nesporně převažují nad nevýhodami. Jak by jinak bylo možné, že je v Kalifornii registrována více než polovina společností z žebříčku Fortune 500?

Jak konkrétně může váš konzulát českým firmám pomoci?

On už pomáhá a dost intenzivně. Máme zkušenosti z mnoha oblastí – přes turbínové motory, nanotechnologie až po cukrovinky, kdy napomáháme českým firmám s kontakty na místní partnery. Významná je i podpora projektů ekonomické diplomacie. Nástroj, který pomáhá českým firmám být vidět, získat kontakty, zákazníky a potenciální investory. Jedeme na plný plyn a zájem o spolupráci roste.

A máme i dvě novinky. Počínaje dubnem budou mít české firmy pro své prezentace a nejrůznější akce náš nový multifunkční prostor, který pojme až stovku účastníků. Už v polovině dubna by se v něm měla prezentovat první česká firma a já doufám, že se tato informace co nejdříve dostane dál a budeme moci otevřít dveře na kalifornský trh dalším českým společnostem.

Druhou novinkou, která by českým podnikatelům měla pomoci, je vznik Česko-kalifornské obchodní komory, kterou už řadu měsíců připravuje náš obchodně-ekonomický úsek. Cílem je zahájit její činnost letos na jaře

– a právě v našich nových prostorách. Jsme tak připraveni na další zvýšený zájem o Kalifornii, který brzy nastane.

To jste zmínil už na začátku našeho rozhovoru. Čím to je, že jste si tím zvýšeným zájmem tak jistý?

Letos v létě budou nejen sportovní fanoušci sledovat Olympijské hry v Paříži a na jejich konci si olympijskou vlajku převezme primátorka Los Angeles. Oči celého světa – a věříme i Česka – se tak zaměří na západ USA. V roce 2026 v Kalifornii nejprve proběhnou některé zápasy fotbalového mistrovství světa a o dva roky později bude Los Angeles potřetí v historii centrem světového sportovního světa. Už jsme vedli první neformální diskuze o tom, jak by mohla vypadat česká přítomnost ve městě v roce 2028 a jednání o – ideálně filmově-sportovním – českém domě zahájíme po skončení pařížských her.

Jde nám ale především o prezentaci Česka. O plné využití všech příležitostí včetně prezentace kultury, filmu, sportu, ale prioritně samozřejmě obchodních příležitostí.

To jsou smělé plány. Budeme tedy vám i našim podnikatelům držet palce a těšit se, že za pár let si v TRADE NEWS přečteme o nových obchodních úspěších. ■

S JAROSLAVEM OLŠOU SI POVIDALA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: JIŘÍ TUREK A ARCHIV JAROSLAVA OLŠI, JR.



Zatím nejúspěšnější hra z edice Czech Games Edition – Codenames. Dosud se jí prodalo přes 14 milionů ve 45 jazycích

V ČESKU MÁME SVĚTOVÉ ŠAMPIONY NA DESKOVÉ HRY! Po ÚSPĚŠÍCH V NĚMECKU OKOUZLILI (NEJEN) AMERIKU

„My, deskovkáři, jsme srdcaři. Rádi si hrajeme a rádi spolu sedíme u jednoho stolu – a ta celková nálada se odráží i v byznysu. Je v něm obrovská konkurence, ročně se objeví na trhu až tři tisíce nových her. Ale na rozdíl od těch počítačových to není masovka. Úspěšná hra se vyrábí v nákladu přibližně dvaceti tisíc kusů. Když ale máte štěstí a přijdete s něčím úžasným, pak tyto počty neplatí. Naši zatím nejúspěšnější hry Codenames (Krycí jména) jsme prodali už čtrnáct milionů v pětadvaceti jazycích. Z toho víc než polovinu, tedy přes sedm milionů, v USA.“ Povídáme si s Petrem Murmakem, zakladatelem a spolujednatel společnosti Czech Games Edition (CGE), v jejich sídle na pražském Černém Mostě, obklopeni – jak jinak než hrami.

Šťastné náhodě šli naproti

Všichni, kdo podnikají v tomto kreativním oboru, prý mají hry rádi a rádi je hrají, i když jako všude se někdy najde výjimka, která potvrzuje pravidlo. „Takový

člověk to pak dělá jen pro peníze a je lepší se mu vyhnout,“ říká Petr Murmak. „My to děláme především proto, že nás to baví. Hry byly mým koníčkem od malička, ale netušil jsem, že se jimi jednou budu živit.“

Jeho cesta k tvorbě a prodeji deskovek nebyla přímočará. Otec začal podnikat těsně po roce 1989 v oblasti počítačových systémů a tímto směrem se vydal také Petr. Ten je tedy původně ajťák, programoval a staral se o počítače

a sítě ve firmě svého táty. Později tvořil webové stránky, měl vlastní vydavatelství, zpravodajský web... Koníček mu však zůstal. Nejen, že deskovky hrál a jezdil na srazy „deskovkářů“, ale začali je s kamarádem Vládou Chvátilem po večerech a víkendech i vyvíjet. A tak se stalo, že jednoho dne roku 2006 stáli se svou hrou *Through the Ages* na maličkém stánku v té nejmenší hale světoznámého veletrhu Spiel v německém Essenu, kam se dosud jezdili jen dívat. Dva neznámí kluci z „východu“.

„Vešli jsme tam pár po domácku vyrobených kousků a ty se prodaly hned první den. Naše vize byla, že máme v ruce prototyp, který profesionál-vydavatel doladí, vybalancuje, vytvoří lepší grafiku a uvede ho na trh. Takový člověk se tehdy opravdu našel. Ale když jsme pak viděli, co s naší hrou nakonec udělal, nebo spíš neudělal, řekli jsme si, že to můžeme rovnou vydávat sami. A tím všechno začalo. Navíc jsme zjistili, že nás celé vymýšlení a tvoření hrozně baví. Vládu tehdy napadla myšlenka na další hru, a tak jsme se v Essenu za rok objevili s naší hrou *Galaxy Trucker*. Už jako Czech Games Edition.“

Pak to chtělo odvalu a vytrvalost

S Through the Ages se jim podařil husarský kousek. Zaujala natolik, že se svého času dostala na druhé místo světového internetového žebříčku deskových her na serveru BoardGameGeek. Jedná se o největší server tohoto druhu, kde najdete na 120 tisíc deskových her z celého světa, a přibývají další. Žebříček tvoří sami hráči, kteří přímo na serveru hry hodnotí, a některé mohou mít až padesát či sto tisíc hodnocení. „Na druhém místě se *Through the Ages* držela hodně dlouho a i dnes ji najdete v první dvacítkě. Tím jsme se v herní komunitě skvěle uvedli a všichni čekali, s čím novým přijdeme.“

Galaxy Trucker tedy byla rok nato na prestižní veletržní akci vlastně tak trochu očekávána. „S ní už jsme jeli do Essenu jako firma, abychom získali partnery pro vydání v dalších zemích. Z veletrhu jsme odjížděli s dohodami na německé, anglické a francouzské verze. Během následujícího roku jsme vydali dalších šest sedm jazykových verzí. A pak se to nabalovalo. Tato hra byla také naší první, která získala doporučení



„Po vydání *Krycích jmen* nám vzrostl během dvou let počet vyrobených her šestnáctinásobně. Bylo peklíčko ustát to z produkčního i finančního hlediska. Vždycky říkám, že ta doba byla zajímavá hra, jsem rád, že se nám ji podařilo vyhrát, ale hrát ji znovu?“ usmívá se Petr Murmak, zakladatel společnosti Czech Games Edition

poroty prestižní soutěže Spiel des Jahres, což se dá označit za takového oscara v deskových hrách.“

Jak se buduje obchod ve Spojených státech

Po necelých sedmi letech podnikání se ukázalo, že se CGE daří vydávat hry, které podnítl zájem, a první tisk se hned vyprodá. I další dotisk. A další. Valnou většinu svých her prodali v počtu 20 tisíc a víc, což je v tomto segmentu velký úspěch. Tehdy si Petr Murmak uvědomil, že například americký vydavatel má na hře i pětkrát větší marži než oni. „Aby pokryl riziko neúspěchu, ale v našem případě ve skutečnosti žádné nebylo. A tak jsme si řekli, že ho nebudeme ‚živit‘ a zkusíme to napřímo. V roce 2013 mě napadlo založit americkou pobočku a v roce 2014 už úspěšně fungovala.“

Tehdy ještě netušili, že je to dokonalá příprava na to, co mělo přijít. Když totiž v roce 2015 vydávali *Codenames* (*Krycí jména*), měli už ve Státech vlastní

fungující pobočku, a tak si mohli dovolit trochu podseknout cenu, což se ukázalo jako skvělé rozhodnutí. „Cena byla spočítána na 22 až 25 dolarů, ale my jsme ji nabídli za 19,95. Šli jsme do toho tedy s menší marží a zkusili jsme vytisknout náklad 10 tisíc. Byl to pro nás hodně odvážný krok, protože do té doby jsme tiskli najednou nejvíc pět tisíc kusů od jedné hry. Ale říkal jsem si, že za dva tři roky se to prodá. A jak to dopadlo? Ještě než dorazil kontejner s *Codenames* do USA, měl jsem v ruce objednávky na 20 tisíc kusů! Tak jsem objednal dalších 20 tisíc – a i ty se šmahem vyprodaly. V tiskárně jsme pak doobjednávali další a další kontejnery a já si jen hlídal finance a cash flow, abychom to ustáli. Byl to adrenalin. Trvalo půl roku, než nám začala nějaká *Krycí jména* v USA zbývat na skladě. Dosud jsme jich tam prodali přes sedm milionů a prodávají se dál.“

A pak přišel rok 2016 a *Codenames* získala nejvyšší světové ocenění, jaké může desková hra dostat – Spiel des Jahres. To samo o sobě znamenalo, že se jí jen pro německý trh vydalo tentýž rok přes



Petr Murmak a Vláda Chvátil při převzetí nejvyššího ocenění, jaké může desková hra dostat – Spiel des Jahres. Codenames ji získala v roce 2016. Vlada Chvátil je jejím autorem



Rovněž na americkém veletrhu deskových her Gen Con získaly hry vydané CGE již hejdro ocenění

300 tisíc kusů a její reálné prodeje samozřejmě rostly i v dalších zemích, přičemž v covidovém roce 2020 šla tato čísla ještě nahoru. Dosud překonala hranici čtrnácti milionů prodaných kusů.

„V USA se nyní posouváme na jinou úroveň. Zjistili jsme, že pouze distributorský model už nestačí a je třeba začít sjednávat některé obchody napřímo. A budeme

se sami starat i o marketing. V první fázi jsme zacílili na americký hráčářský trh. Ten funguje na principu reprezentantů, kdy každý z nich má na starosti určité teritorium a zastupuje několik různých značek, které nabízí jednotlivým obchodům. Takto už začínáme fungovat na západě Spojených států a postupně chceme pokrýt celou Ameriku. Zrovna tento týden budeme zaškolovat patnáct nových amerických reprezentantů,“ prozrazuje Petr Murmak.

Hlavy plné nových her a plánů

Zůstaňme ještě chvíli v Severní Americe. Jako je v Essenu Spiel, severoamerickým veletrhem deskových her je Gen Con v Indianapolis. I sem se sjíždějí jejich milovníci, aby zjistili, co je nového, a užili si výjimečnost prestižní akce. Hry českých autorů od CGE opět patří mezi favority. Vloni tam například zabodoval prototyp hry Kutná Hora a rok předtím Deal with the Devil (Smlouva s ďáblem).

S čím novým ještě přijdou? Nechme se překvapit. Vedle tradičních deskovek to budou určitě i jejich digitální verze, které si vyžádal trh. Po úspěchu digitální hry Through the Ages nyní dokončují Codenames. Možná jim to trvá déle, než je obvyklé, protože to chtějí dělat jinak než ostatní. Nepřeklopí deskovku do digitálního prostředí jen tak. Jak sami říkají, učí ji v digitálním prostředí žít, s respektem k autorovi a jeho vizi a tak, aby byla pro hráče co nejvíce příjemná.

Czech Games Edition (CGE)

Je známé především jako vydavatelství deskových her. Od svého založení v roce 2007 vydalo více než 40 her, mezi nimiž jsou celosvětově známé tituly jako Through the Ages, Galaxy Trucker, Ztracený ostrov Arnak a samozřejmě neúspěšnější značka Krycí jména (Codenames). Nejčastěji vydává hry českých a slovenských designérů, ale spolupracovalo i se zahraničními autory z Chorvatska, Itálie, Maďarska, Spojených států nebo Dánska.

Oproti mnoha ostatním vydavatelstvím CGE vydává pouze cca dva až tři tituly ročně, jimž věnuje značnou péči a designuje je často až do poslední chvíle. Hry pak distribuuje do celého světa – díky jeho partnerům existují ve více než čtyřiceti jazycích.

Některé z nejoblíbenějších deskovek sami převádí také do digitální podoby. Digitální tým CGE nedávno vydal českou verzi Krycích jmen pro mobilní telefony a pracuje na jejím celosvětovém vydání v angličtině.

Během našeho povídání Petr Murmak odbíhal telefonovat, za což se předem omlouval: „Zrovna kupujeme firmu, v níž vyrábíme všechny své deskovky. Je kolem toho spousta vyřizování, tak se nezlobte, že nevypnu mobil.“ Byli jsme tedy náhodou u toho, když se Czech Games Edition zase o něco víc rozkročila a vstoupila do nové etapy. Tak ať se českým hráčům ve světě dál daří! ■

TEXT: JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: MAREK JENŠÍK A ARCHIV CGE

You can also read this article
in English on itradenews.cz



CO MAJÍ SPOLEČNÉHO HOLLYWOOD, SILICON VALLEY A ČESKÁ EKONOMIKA?

Spojovacím článkem je důraz na duševní vlastnictví (intellectual property, IP) jako klíčové aktivum. S tím, jak se česká ekonomika vyvíjí směrem ke znalostní ekonomice, sílí i její důraz na inovace a duševní vlastnictví. České podniky však mohou získat větší hodnotu ze svého duševního vlastnictví expanzí do Kalifornie. Duševní vlastnictví v USA významně ovlivňuje růst podniků a tvoří více než 90% hodnoty společností z indexu S&P 500¹, zatímco v České republice je to jenom kolem 20%².

Klíčová kalifornská odvětví, jako je zábavní průmysl v Los Angeles či technologický průmysl v San Francisku, jsou ukázkovými příklady, jak je duševní vlastnictví důležité pro obchodní úspěch, přičemž přesahuje technologická a kreativní odvětví a zahrnuje všechna odvětví, včetně průmyslové výroby nebo zemědělství. Kromě toho jsou zákony o duševním vlastnictví v Kalifornii přívětivější k podnikatelům než v České republice, protože umožňují vlastnictví autorských práv podniky a nabízejí širší ochranu a pobídky pro inovace v různých odvětvích. Právní prostředí je výhodné zejména pro podniky, které se snaží chránit svá duševní aktiva a využívat své inovace.

Zatímco české společnosti mohou alokovat své finanční prostředky na současné podnikání, zvýšení hodnoty jejich duševního vlastnictví může být financováno externě. Prostředí rizikového kapitálu (venture capital, VC) v Kalifornii je bohaté na příležitosti, v prvních třech čtvrtletích roku 2023 získalo 51% veškerého financování VC v USA³. Samotné kalifornské VC čtyřnásobně převyšuje financování celé EU (2022: 104 mld. dolarů⁴ oproti cca 26 mld. dolarů⁵).

Průměrná velikost transakce je rovněž větší ve Spojených státech oproti EU (2022: 6,8 mil. dolarů⁶ oproti 1,2 mil. dolarů⁷ pro seed fázi).

Přístup k těmto fondům může být pro české firmy transformační, což dokazují úspěšné české start-upy jako ProductBoard, GoodData a Around. V Kalifornii je kapitál nejen hojnější, ale také obecně dostupnější, s nižšími právními náklady a menší složitostí v počátečních kolech financování díky použití standardizované dokumentace.

Doporučujeme českým společnostem, aby využily obrovský kalifornský trh, jehož HDP ve výši 3 bilionů dolarů se rovná páté největší ekonomice světa. Cenová dostupnost a snadnost založení pobočky v Kalifornii z ní činí ideální destinaci pro společnosti, které chtějí posílit svou přítomnost na trhu, zvýšit své ocenění a prozkoumat nové možnosti financování. ■

TEXT: MILOŠ POPLAR
FOTO: ARCHIV AUTORA

”

CENOVÁ DOSTUPNOST
A SNADNOST ZALOŽENÍ
POBOČKY V KALIFORNII
Z NÍ ČINÍ IDEÁLNÍ
DESTINACI PRO
SPOLEČNOSTI, KTERÉ
CHTĚJÍ POSÍLIT SVOU
PŘÍTOMNOST NA TRHU,
ZVÝŠIT SVÉ OCENĚNÍ
A PROZKOUMAT NOVÉ
MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ.



Miloš Poplar,
advokát České advokátní
komory a State Bar of
California, Eldison

1 <https://www.bizjournals.com/sanjose/news/2022/01/13/silicon-valley-venture-capital-can-2022-top-2021.html>

2 <https://www.businessinfo.cz/clanky/cesko-podcenuje-dusevni-vlastnictvi-snizuje-to-hodnotu-mistnich-firem/>

3 <https://news.crunchbase.com/venture/california-dominates-us-venture-market-ai/>

4 <https://www.statista.com/statistics/424167/venture-capital-investments-usa-by-state>

5 <https://www.statista.com/statistics/433418/total-funds-venture-capital-in-selected-european-countries/>

6 <https://www.statista.com/statistics/829108/vc-median-deal-size-usa-by-stage/>

7 <https://www.statista.com/statistics/878807/median-venture-capital-deal-size-in-europe-by-series/1>

Kalifornie je 5. největším

odběratelem zboží z České republiky ve Spojených státech, přičemž export se za poslední tři roky zvýšil o 30 %.

Páteří českého exportu jsou počítače, dopravní, elektrická a strojní zařízení.

Aktuální informace:

www.business.ca.gov

X: [https://](https://twitter.com/CAGoBiz)

twitter.com/CAGoBiz

LinkedIn: [https://](https://www.linkedin.com/company/governor-s-office-of-business-and-economic-development/)

www.linkedin.com/company/governor-s-office-of-business-and-economic-development/

Největší kalifornské město Los Angeles je po New Yorku druhým nejlidnatějším ve Spojených státech amerických. Je významným světovým centrem kultury, vědy, vzdělání, technologií a mezinárodního obchodu. Společně s New Yorkem je také nejdůležitějším obchodním přístavem USA

Foto: Shutterstock

Nové příležitosti v Golden State

Kalifornie se často označuje jako „Golden State“, tedy Zlatý stát, což odkazuje na zlatou horečku v 19. století, ale i na současné ekonomické příležitosti, které dodnes přitahují snílky, inovátory, myslitele a další aktivní jedince. Pestrá a živoucí ekonomika a inovativní duch dělají z Kalifornie významné centrum byznysových příležitostí, a to i pro české firmy, které chtějí rozšířit svůj dosah ve světě.

HDP Kalifornie v roce 2022 přesáhl 3,64 bilionu dolarů. Golden State je celosvětovou lokalitou číslo jedna pro byznys s venture kapitálem a také je hrdým domovem mnoha předních světových inkubátorů a akceleratorů. Díky diverzifikaci ekonomiky není závislá jen na jednom odvětví, ale těží z pestré hospodářské aktivity napříč mnoha odvětvími. Podívejme se na některé z klíčových sektorů, které představují velký potenciál pro firmy, jež chtějí do Kalifornie expandovat nebo se tam přemístit:

Technologie a inovace

Pověst Kalifornie jako epicentra inovací vychází z jedinečné synergie mezi výzkumnými pracovníky, podnikateli a soukromými investory – z nichž mnozí do Kalifornie přicházejí z různých koutů světa a přinášejí s sebou své nadání a svou vizi. Pokud jde o IPO, Kalifornie s 56 % soukromých společností v USA v hodnotě více než 1 miliardy dolarů je jednoznačně v čele. Silicon Valley je domovem průmyslových gigantů i špičkových start-upů, které jsou tvůrci mnoha technologických inovací utvářejících náš dnešní svět. Kalifornské inovace se však neomezují pouze na Silicon Valley. Špičkové inkubátory a akceleratory najdete po celém státě, od Humboldtů po San Diego.

Biotechnologie a zdravotnictví

Z Kalifornie historicky pochází také mnoho zásadních inovací v biomedicínských technologiích, které zachraňují životy. Biotechnologický sektor zahrnuje přední výzkumné instituce, farmaceutické společnosti a biotechnologické start-upy. Kalifornie je na prvním



info + Kalifornie

trendy a příležitosti

místě, pokud jde o generování patentů, od mikrobiologie a genetiky až po bioinformatiku a zdravotnické IT – v Kalifornii se vytváří přes 2,5krát více patentů, než má další stát v žebříčku. Kalifornské biotechnologie významně přispívají k pokroku ve zdravotnictví a biologických vědách v globálním měřítku a dále posilují vedoucí postavení Kalifornie v tomto směru.

Čistá energie a udržitelnost

Kalifornie je v čele boje proti změně klimatu. Jako první stát v USA si stanovila limit skleníkových plynů platný pro všechna odvětví ekonomiky a také první klimatické emisní normy pro automobily a zavázala se k 100% uhlíkově neutrální ekonomice do roku 2045. V roce 2019 se v Kalifornii započítaly více než 3 miliardy dolarů v soukromých investicích venture kapitálu do technologií čisté energie, což je více než ve všech ostatních státech v první desítku dohromady. Zápal pro boj proti globálnímu oteplování a pro ochranu životního prostředí vedl k tomu, že vznikly trhy s čistými technologiemi, a k tomu, že se svět posunul směrem k udržitelnější budoucnosti.

Zemědělské technologie

Zemědělství je zde významným průmyslovým odvětvím – a to již přes 100 let. Kalifornské zemědělství je odvětví v hodnotě 54 miliard dolarů, které navíc generuje minimálně 100 miliard dolarů připadajících na související ekonomické aktivity. Pokud jde o pěstování nových nápadů, kalifornské start-upy v oblasti zemědělsko-potravinářských technologií mají jednoznačnou výhodu. Tyto start-upy získaly v roce 2020 venture kapitál ve výši 5,6 miliardy dolarů, což je 20 % celosvětového objemu v odvětví zemědělsko-potravinářských technologií.

Začněte expandovat do Kalifornie

Pro české firmy, které se chtějí uchytil v Kalifornii, je klíčové porozumět místnímu podnikatelskému prostředí.

Průzkum trhu a adaptace na místní podmínky

Proveďte důkladný průzkum trhu a přizpůsobte své produkty nebo služby místním preferencím. Firmy, které se přizpůsobí vkusu a požadavkům kalifornských spotřebitelů, mohou výrazně zvýšit své šance na růst. Kalifornie je velká a má mnoho podob, proto si udělejte důkladný průzkum všech jedinečných příležitostí a charakteristik každého jednotlivého regionu.

Networking a partnerství

Aktivně se zapojujte do networkingových akcí v rámci odvětvových asociací a obchodních komor, tak abyste navázali spojení a potenciální partnerství. Networking je důležitý pro získání porozumění trhu a nalezení vhodných partnerů.

Vyberte si odborníky a konzultujte s nimi

Požádejte o radu a odborné vedení konzultanty, místní obchodní poradce a právní experty, kteří se specializují na pomoc zahraničním společnostem při vstupu na kalifornský trh. Jejich odborné znalosti mohou firmám pomoci orientovat se v komplexním byznysovém prostředí.

Kalifornie nejsou jen

IT společnosti, filmový průmysl a zelená energetika, ale je také sídlem celosvětově významných producentů vína. Pochází odtud více než 90 % veškerého vína vyrobeného v USA. Hrozno se pěstuje a zpracovává ve 12 oblastech, z nichž nejvýznamnější je Wine Country v severní oblasti San Francisco Bay Area, kde působí více než 1700 vinařství.

Dodatečná daň na zbraně

V září 2023 podepsal guvernér státu zákon o uvalení dodatečné daně na prodej zbraní a munice. Kalifornie je tak jediným státem unie, který tyto obchody daní o 11 % více nad federální daň, která činí 10, resp. 11 procent.

info + Kalifornie

trendy a příležitosti

California Competes

Tax Credit (CCTC)

je sleva na dani z příjmu dostupná firmám, které se chtějí usadit v Kalifornii nebo zde zůstat a růst. Podniky jakéhokoli odvětví, velikosti nebo umístění soutěží o více než 180 milionů USD, které jsou k dispozici v podobě daňových úlev, a to tak, že každý rok podají žádost v jednom ze tří aplikačních období. Uchazeči budou analyzováni na základě čtrnácti různých faktorů hodnocení, včetně počtu vytvářených pracovních míst na plný úvazek, výše investic a strategického významu pro stát či region.



Tricia Utterback

Obchodní a investiční zástupce, Evropa, Střední východ, Afrika a Indie

Jako obchodní a investiční zástupce pro GO-Biz pokrývající Evropu pomáhám evropským společnostem, které mají zájem expandovat na kalifornský trh.

Pomáhám také kalifornským společnostem, které chtějí rozšířit svou exportní stopu v Evropě i mimo ni.

patricia.utterback@gobiz.ca.gov

San Francisco patří k oblíbeným místům pro život

Foto: Shutterstock

GO-Biz vám pomůže

Otevření pobočky či zastoupení v Kalifornii vám poskytne přístup na její obrovský domácí trh a zároveň pro vás představuje strategickou bránu pro vstup na širší americký trh. Mnoho mezinárodních firem tuto výhodu poznalo na vlastní kůži. Kalifornie je hrdá na to, že je v USA na prvním místě mezi státy, pokud jde o počet pracovních míst poskytovaných podniky v zahraničním vlastnictví.

V našem oddělení pro rozvoj obchodu a ekonomiky (Office of Business and Economic Development, také GO-Biz), které spadá pod Úřad guvernéra státu Kalifornie, poskytneme vaší společnosti bezplatné, cílené konzultace na podporu vaší expanze do Kalifornie. Naše hlavní oblasti činnosti:

Průvodce pobídkami

Tým GO-Biz představí firmám širokou škálu dostupných daňových úlev, grantů, zdrojů a možností finanční pomoci v Kalifornii, od California Competes Tax Credit až po Opportunity Zones.

Výběr lokality

Firmy, které se v Kalifornii chtějí usadit nebo expandovat, mohou využít našich služeb důvěrného výběru lokality. GO-Biz zapojuje státní a místní partnery a podniky veřejných služeb, aby pomohli firmám najít v našem státě tu správnou lokalitu.

Pomoc s povoleními

GO-Biz pomáhá podnikům všech velikostí a odvětví registrovat se, získávat licence a povolení a dodržovat kalifornské předpisy. GO-Biz také usnadňuje zprostředkování mezi podniky hledajícími pomoc s povolením a příslušnými státními a místními úřady.

Postavení Kalifornie jako největší ekonomiky v rámci USA je dáno rozmanitostí a úspěšností jejích hospodářských odvětví. Pro české firmy může být vstup na kalifornský trh vstupní branou k významným obchodním příležitostem. Se správným přístupem a informovaností lze ekonomický potenciál Kalifornie využít k podpoře růstu a inovací vašeho podnikání.

TEXT: TRICIA UTTERBACK



info + Kalifornie

Energetika

K plnění ambiciózních cílů státu při dekarbonizaci přispívají bohaté obnovitelné zdroje, a to solární, vodní, geotermální a zdroje zpracovávající biomasu. Ve výrobě elektřiny z obnovitelných zdrojů je v rámci Spojených států úspěšnější pouze Texas.

Pro energetiku USA je Kalifornie významná také svými nerostnými zdroji, a to především těžbou v jediném dole na vzácné zeminy v unii.

V roce 2022 byl tento stát čtvrtým největším výrobcem elektřiny v unii a také jejím třetím největším spotřebitelem, přičemž obnovitelné zdroje zajišťovaly 49 % její výroby. Zemní plyn se podílel dalšími 42 % a téměř veškerý zbytek pocházel z jádra.

Solární energetika má největší podíl na „zelené elektřině“. Nejvýznamnější zdroje jsou v kalifornských jihovýchodních pouštích, kde se nacházejí všechna solární termální zařízení a několik největších fotovoltaických elektráren. Na začátku roku 2023 bylo k dispozici více než 17 500 megawattů solární kapacity v uživatelském měřítku a s malými zdroji téměř 32 000 megawattů.

Větrné zdroje se v roce 2022 podílely na výrobě elektřiny 7 % a stát se umístil na osmém místě v unii v tomto sektoru. Většina větrných turbín se nachází v šesti hlavních oblastech: Altamont, okres East San Diego, Pacheco, Solano, San Geronio a Tehachapi.

Geotermální zdroje produkují také významný podíl elektrické energie a zajišťují Kalifornii první příčku při využívání této technologie ve Spojených státech. Nacházejí se v pobřežním pohoří severně od San Franciska, ve vulkanické oblasti na severu centrální Kalifornie, v oblasti poblíž Saltonského moře v jižní Kalifornii a podél východní hranice státu s Nevadou. Gejzíry v pohoří Mayacamas severně od San Franciska jsou největším komplexem geotermálních elektráren na světě a mají asi 725 megawattů instalovaného výkonu.

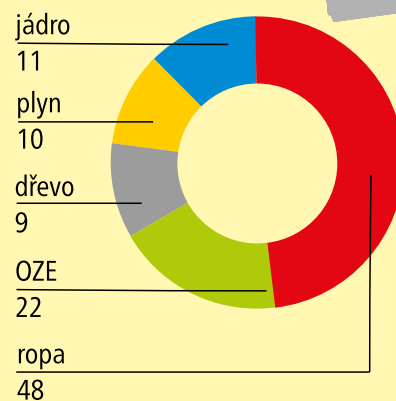
Biomasa je další energetickou surovinou, jejíž využití při výrobě elektřiny řadí Kalifornii na druhé místo po Georgii v rámci unie. Při výrobě se zpracovává dřevo, dřevní a komunální odpad i skládkový plyn. V provozu jsou také dvě zařízení na výrobu pelet s produkční kapacitou 168 000 tun. Pelety jsou využívány k vytápění, neboť 170 000 kalifornských domácností používá dřevo jako primární palivo. Lze je použít také k výrobě elektrické energie.

Pro energetickou tranzici má význam zdroj přehřáté geotermální solanky v Salton Sea, která obsahuje lithium, kritický minerál používaný k výrobě dobíjecích baterií, stejně jako důl Mountain Pass v Mohavské poušti v jižní Kalifornii, který je největším nalezištěm prvků vzácných zemí. Například v roce 2020 vyprodukoval přes 38 500 tun jejich koncentráty, což činilo více než 15 % celosvětové spotřeby.

V uplynulém roce získal stát od Ministerstva energetiky USA 1,2 miliardy dolarů na **rozvoj vodíkové energetiky**, což poskytuje další možnosti při naplňování dekarbonizačních cílů. Realizace projektů bude mít vliv i na akceleraci kalifornské ekonomiky, neboť je reálný předpoklad, že tato federální injekce vytvoří až 220 000 pracovních míst. Stát se tak zařadí do národní sítě vodíkových hubů, jejímž cílem je tvorba vodíkové infrastruktury se zaměřením na výrobu, dodávky, skladování a konečné využití vodíku. Předpokládaná produkční kapacita sítě by měla činit tři miliony tun vodíku ročně, což by umožnilo snížení emisí u průmyslových sektorů s technologicky jinak obtížnou dekarbonizací.

trendy a příležitosti

Energetický mix v % v roce 2023



V Kalifornii je energeticky nejnáročnějším segmentem doprava a těžký průmysl. Obojí se neobejde bez ropy a plynu a na změnu je možné pomýšlet až po zprovoznění vodíkové infrastruktury, která je důležitá právě pro dekarbonizaci těchto sektorů.

Jaderná perspektiva

Společnost PG&E, která provozuje jadernou elektrárnu Diablo Canyon, jejíž provoz měl být ukončen v roce 2025, získala od státního regulátora California Public Utilities Commission v minulém roce souhlas s prodloužením provozu do roku 2030. Kladné stanovisko místního regulátora je však podmíněno ještě souhlasem federálních orgánů.

Nový zákon rovněž zajistí státní půjčku společnosti PG&E ve výši 1,4 miliardy dolarů pro prodloužení provozu zdroje, jehož delší životnost je žádoucí pro období náběhu alternativních energetických zdrojů.

Zdroje:
US Energy Information Administration,
ca.gov, oenergetice.cz

ČESKÉ INSTITUCE A ORGANIZACE V KALIFORNII



LOS ANGELES

Generální konzulát ČR

Generální konzul: Jaroslav Olša, Jr.
mzv.gov.cz/losangeles
facebook.com/CzechConsulateLA

Oficiální zastoupení České republiky pro třináct států a tři teritoria Spojených států má na starosti veškerou konzulární, vízovou, kulturní, vědeckou a ekonomickou agendu.

Sokol

Předsdkyně: Petra Geyer
SokolLA.org
facebook.com/SokolLosAngeles

Druhá nejstarší sokolská jednota u Pacifiku vznikla v roce 1909, organizuje pravidelné výlety a schůzky.

Česká škola

Ředitelka: Marci Buchanan
CzechSchoolLosAngeles.com
facebook.com/CzechSchoolLA

Každotýdenní škola určená pro děti 1. i 2. stupně s několika desítkami žáků.

Společnost pro vědy a umění

Předsdkyně: Lida Sandera
svu2000.org/los-angeles/

Losangeleská pobočka celosvětové organizace sdružující Čechy a Slováky organizuje kulturní a společenské akce.

Pasadena Beseda

Předseda: Mike Vondruš
pasadenabeseda@gmail.com

Společenský klub s historií od roku 1924, organizuje pravidelné měsíční schůzky členů.

Czechoslovak Area Genealogy Club

Předsdkyně: Annette Gathright
cagc-ca.org

Organizace sdružující především Američany v jižní Kalifornii pátrající po svých česko-slovenských rodinných kořenech.



SANTA BARBARA

Česká škola

Vedoucí: Michaela Martin
misa.art@gmail.com

Nově vzniklá škola určená zatím především pro předškolní děti a děti na 1. stupni základní školy.





SAN FRANCISCO

CzechInvest

Vedoucí kanceláře: Anna Hight

*Czechinvest.org/en/Contacts/
Foreign-Offices/USA-California*

Zastoupení agentury CzechInvest pro západní část Spojených států podporuje podnikatele, podnikatelské infrastruktury a přímé zahraniční investice. Kancelář zastupuje též agenturu CzechTrade.

Honorární konzulát ČR

**Honorární konzul:
Richard Pivnicka**

sanfrancisco@honorary.mzv.gov.cz

Čestné zastoupení, které řeší jen nezbytné záležitosti.

Česká škola

Výkonná ředitelka: Vladi Harris

*CzechSchoolofCalifornia.com
facebook.com/CzechSchoolofCalifornia*

V Palo Altu nabízí předškolní i základní vzdělání na 1. i 2. stupni. Je jedinou v USA, která získala oprávnění Ministerstva školství ČR vydávat vysvědčení pro všechny třídy povinné školní docházky.

Sokol

Předsedkyně:

Linda Jaňourová Tang

*SokolSF.org
facebook.com/SokolSanFrancisco*

Hlavní česká kulturní a společenská instituce v severní Kalifornii založená v roce 1904, organizuje pravidelné kulturní akce, výlety a přednášky.

California Czech and Slovak Club

Předsedkyně: Barbara Šoltys

precise30@hotmail.com

Organizace sdružující Čechy a Slováky od roku 1990 organizuje občasně kulturní akce.



SAN DIEGO

House of Czech & Slovak Republics

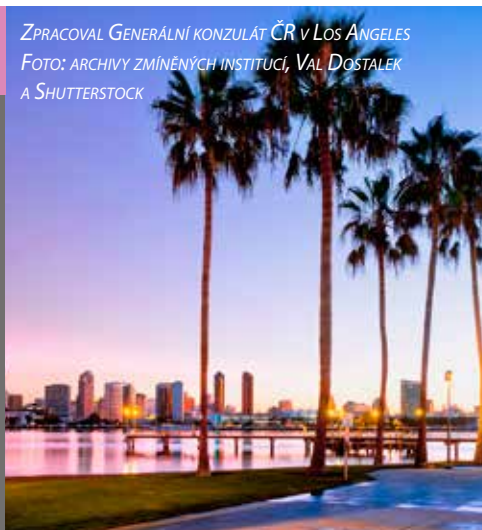
Předseda: Frank Mackie

*CzechandSlovakCottage.com
facebook.com*

/HouseofCzechandSlovakRepublics

Centrum krajanského života od roku 1935 pořádá pravidelná folklorní, taneční, kulturní a hudební vystoupení a prezentace českých a slovenských tradic.

ZPRACOVAL GENERÁLNÍ KONZULÁT ČR V LOS ANGELES
FOTO: ARCHIVY ZMÍNĚNÝCH INSTITUCÍ, VAL DOSTALEK
A SHUTTERSTOCK





Extraction II. © Netflix / Jasin Boland

ČESKÉ STOPY V AMERICKÝCH FILMECH ANEB PROČ MÁ HOLLYWOOD RÁD ČESKO

Architekt, krejčová, IT specialista, kovotepec, umělecký truhlář, sklář nebo výtvarnice kostýmů. Ale také cukrářka, elektrikář, tlumočnice, pilot, restaurátorka nebo kameník. Tato na první pohled nesourodá skupina vysoce specializovaných profesí má společného jmenovatele. Filmový průmysl. „Tyto a mnoho dalších oborů, ve kterých jsou Češi experty v globální konkurenci, fungují jako dodavatelé audiovizuálnímu průmyslu. Jsou jedním z důvodů, proč se k nám hollywoodští producenti rádi vrací,“ říká ředitelka Státního fondu kinematografie Helena Bezděk Fraňková.

Film je průmyslová výroba bez továrny

Jsou to totiž právě čeští inovativní kreativci a umělečtí pracovníci, kteří do tohoto kulturního a kreativního průmyslu dodavatelsky vstupují. Sama o sobě je audiovizuální výroba z ekonomického hlediska výhodná, a to kvůli finančnímu přínosu do místa natáčení, který může být značný. Tedy pokud mluvíme o výrobě zahraničního audiovizuálního díla na území, které se nalézá mimo stát hlavního producenta.

Film není „jen“ zábavním nebo kulturním počinem, jde o významnou ekonomickou činnost, průmyslovou výrobu „bez továrny“ zaměstnávající velké množství lidí, malých a středních podniků poskytujících pestrou paletu nejen filmových služeb; jejich souhra vede k vytvoření audiovizuálního díla. Podle studie společnosti Olsberg SPI činí průměrné útraty za nájem nefilmových profesí a odvětví, jakými jsou například stavebnictví, doprava, hotelnictví, gastronomie nebo textilní průmysl, až 67% rozpočtu¹.

Přínos nejen ekonomický

Jak to funguje u nás? Zahraniční producent (například Walt Disney Studios, Universal Pictures, Warner Bros. Pictures nebo Netflix) si v České republice na realizaci audiovizuálního projektu najímá filmové i nefilmové služby a dodavatele, čímž zde utrácí své finanční prostředky. Nehledě na to, zda mluvíme o filmu, seriálu, reklamě nebo třeba hudebním

videoklipu, jedná se o přínos na několika úrovních: v prvé řadě jsou utráceny finance za filmové a kreativní profese a za nájem lokalit po celé České republice, čímž dochází k podpoře regionálních ekonomik. Najímáním našich filmařů a řemeslných či uměleckých profesí dochází ke zvyšování jejich kvalifikace. Filmová výroba jakožto vysoce technická činnost přináší inovace a podporuje rozvoj nových technologií. V neposlední řadě dochází k propagaci dobrého jména České republiky, je podporován turismus – v případě divácké úspěšnosti audiovizuálního díla lidé rádi jezdí tam, kde se pohyboval jejich oblíbený hrdina.

Česká republika patří mezi státy s vyspělou audiovizuální výrobou nejen v kontextu Evropy, ale celého západního kulturního okruhu. Profuluje se jako zdatný výrobce českých a koprodukčních děl, ale také jako významný servisní producent zahraničních filmů a seriálů, které ročně přinášejí do České republiky zahraniční kapitál v řádech miliard korun. Podle údajů Státního fondu kinematografie šlo o částku 9 miliard korun v roce 2019, v roce 2021 už téměř 12 miliard. V letech před rokem 2019 se jednalo o rozmezí 3 až 5 miliard korun ročně². Odkud se vzal tento nárůst?

Internet jako dominantní masmédiium

Výroba filmu jakožto masového média doznala ve druhém desetiletí tohoto století značných změn v důsledku vzniku a prudkého rozvoje

streamovacích platform, které šíří své obsahy prostřednictvím internetových sítí. Internet je považován za nejvlivnější globalizační prostředek současnosti s počtem uživatelů 5,4 miliardy³. Na územích pokrytých internetem vzniká pro filmové producenty obrovské pole působnosti pro ještě masovější a globálnější způsob šíření audiovizuální produkce, než jaké znalo 20. století.

Změna v diváckých preferencích

Ruku v ruce s internetem jde změna diváckých zvyklostí. Jak řekl francouzský producent žijící v České republice Marc Jenny, „dříve se chodilo do kina a v každé rodině byla jedna televize; dnes má každý člen rodiny svou malou televizi v mobilním telefonu“. Vlivem rozvoje internetu došlo k doslovné nadřazenosti výroby seriálů na úkor filmů a dále zde máme početný nárůst diváků. Nejsilnější diváckou věkovou skupinou je tzv. generace Z, děti a mladí dospělí od 12 do 24 let přezdívaní globální občané nebo internetové děti⁴. Lidé narození od roku 1995 používají internet od dětství a na online streamovacích službách „visí“ denně.

Online vysílatelé tak produkují vlastní obsah ve snaze získat dalšího diváka nebo ho přetáhnout od konkurence. Žízeň po seriálové tvorbě navíc akcelerovala covidová pandemie. I proto je čím dál víc používán pojem „audiovizí“ namísto výrazu „kinematografie“. Kinematografie dříve logicky zahrnovala výrobu filmů určených pro promítání v kinech

The Gray Man. © Netflix / Stanislav Honzik





Foundation II. © Apple

a natáčených na filmovou surovinu, ne na digitální formát. Současným trendům vhodněji odpovídá pojem „audiovize“, respektive „audiovizuální výroba“, která pojímá jak výrobu celovečerních filmů určených pro plátina kin, tak filmů a seriálů vyráběných rovnou pro vysílání prostřednictvím televizních a online streamovacích přenosů. Nutno podotknout, že v dnešní době se celovečerní filmy po premiéře v kinech přesouvají do online knihoven streamovacích a televizních společností takřka bez výjimky.

Hlavní nástroj státu na lákání zahraničních produkcí

Jak Helena Bezděk Fraňková v úvodu říká, Hollywood nás zkrátka a dobře má rád. Vedle prémiové kvality dodávaných služeb však hraje zásadní úlohu filmové pobídka, tedy určité procento z utracených peněz, které dostane producent zpět poté, co útratu na území České republiky prokáže. Bez pobídek nejsme konkurenceschopní, ať zde máme vysokou kvalitu služeb nebo ne. Pobídky dnes totiž nabízí 32 evropských států, a naprostá většina z nich dokonce vyšší procentní sazbu než „našich“ 20%.

Pobízet zahraniční producenty, aby miliardové investice spojené s výrobou svých děl realizovali na území daného

státu, je smyslem existence každého systému filmových pobídek. I pro českou ekonomiku je žádoucí, aby systém odpovídajícím způsobem reagoval na současný boom globálního audiovizuálního průmyslu a bezprecedentní poptávka po výrobě na území ČR byla maximálně využita.

Několik příkladů Hollywoodu u nás

„Česká republika má doslova fantastickou filmařskou základnu. Co se týče uměleckých rukodělných profesí, neexistuje žádné zadání, s nímž by si čeští filmaři neuměli poradit. Cokoli, doslova cokoli po nich chcete, pokaždé přijdou s geniálním řešením,“ řekl americký producent Gideon Amir, který u nás produkoval seriál **Carnival Row** pro Amazon Studios a Legendary Television s Orlandem Bloomem v hlavní roli. S útratou blížící se třem miliardám korun jde o jednu z nejvyšších investic. Amazon u nás také produkuje už třetí řadu fantasy série **Kolo času** s potenciálem realizovat zde všech sedm plánovaných sérií; jedná se o obdobně náročnou výpravu jako **Carnival Row**.

Mezi divácky vděčné akční projekty patří film Netflixu **The Gray Man** s Ryanem Goslingem, za jehož pouhých 17 dní natáčení američtí filmaři utratili 750 milionů korun, nebo **Extraction II** téhož

studia v režii Sama Hargravea s Chrisem Hemsworthem, který si pořídil české služby a zboží za 1,6 miliardy korun.

Dnes již legendární celovečerní film **Králíček Jojo** z roku 2019 (Fox Searchlight Pictures, dnes The Walt Disney Studios) se v České republice natáčel celý a režisér Taika Waititi si za něj odnesl Oscara za scénář. Studio NBC Universal u nás loni natočilo remake slavného hororu **Nosferatu** v režii Roberta Eggerse s Billem Skarsgårdem, Willemem Dafoem

BLADE RUNNER 2099 se bude točit v Česku

Letos byla Česká republika vybrána pro realizaci jedné z nejprestižnějších hollywoodských zakázek, seriálu **BLADE RUNNER 2099**. Natáčení pokračování kultovních filmů *Blade Runner* a *Blade Runner 2049* zajišťuje pro Alcon Entertainment a Amazon Studios česká společnost Film United, kterou vlastní producentka Veronika Lencová. Seriál je vyráběn produkcemi Alcon Television Group a Scott Free Productions.



Chevalier. © 20th Century Studios / Larry Horricks

a Lily-Rose Depp. Oba projekty s útratou v řádech stovek milionů korun.

Do Prahy se z Irska po první sérii přestěhoval i seriál podle knih Isaaca Asimova **Foundation** produkovaný studiem Apple. České lokace také představovaly Francii konce 18. století v kostýmním dramatu **Chevalier** v produkci studia The Walt Disney Company, natočeném podle skutečného příběhu černošského houslisty a skladatele Josepha Bologne.

České podniky a vývoz

Kreativita a zručnost Čechů nehraje prim jen v dílech natáčených u nás. Například výrobky českých sklářů se v uplynulých letech objevily hned v několika blockbusterech. „*Spolupráce na filmu **Barbie** měla pro firmu obrovský PR efekt, který se projevil na prodejích především u nás, na českém e-shopu jsme zaznamenali nárůst o sedmdesát procent,*“ řekl nám zakladatel sklárny Klimchi Lukáš Klimčák. Filmaři si na natáčení objednali 16 kusů různých džbánů a sklenic z autorské řady

Rosaline, jejichž design firma měla a stále má v nabídce, nešlo tedy o výrobu speciálně pro film.

Přesně opačná byla v tomto ohledu spolupráce firmy Pačinek Glass, která vyrobila 64 křišťálových objektů podle návrhů filmového výtvarníka Johna Dextera do filmu **Glass Onion** s Danielem Craigem v hlavní roli. „*Devadesát procent objektů byly masivní sochy, u některých jsme si pomohli foukáním. John Dexter přiletěl a byl tu s námi v dílně celý týden. Tahle spolupráce byla zázrak. Všechno se povedlo napoprvé až na jediný kus. John odjížděl nadšený,*“ svěřil se s prací pro filmaře majitel sklárny Jiří Pačinek.

Češi zabodovali také v akčním sci-fi spektaklu Christophera Nolana **Tenet**, ve kterém si „zahrála“ ochranná maska CM-6 vyráběná v Gumárnách Zubří. Firma ji úspěšně exportuje do Ameriky již řadu let. ■

TEXT: PAVLÍNA ŽIPKOVÁ (CZECH FILM COMMISSION)



Helena Bezděk Fraňková

Vystudovala Právnickou fakultu Univerzity Karlovy, do roku 2005 pracovala jako asistentka režie na zahraničních zakázkách (Hartova válka, Rytíři ze Šanghaje nebo Liga gentlemanů). V letech 2006 až 2012 působila v odboru médií a audiovize Ministerstva kultury České republiky. Počínaje rokem 2012 stojí v čele Státního fondu kinematografie.



Pavlína Žipková

Jako národní filmová komisařka vede Czech Film Commission, které je oddělením Státního fondu kinematografie. Reprezentuje Českou republiku na mezinárodních filmových festivalech a trzích. V letech 2020 až 2022 byla prezidentkou Evropské asociace filmových komisí (EUFNCN). Má za sebou 20letou praxi jako produkční a výkonná producentka, do její filmografie patří hraný dokument režisérky Roberty Grossman a producentky Nancy Spielberg *Who Will Write Our History*.

1 Olsberg SPI, 2020 [online]. [cit. 2023-23-11].

2 Tisková zpráva SFKMG ze dne 29. 4. 2021: Státní fond kinematografie, 2021 [online]. [cit. 2023-11-23]. Dostupné z: <<https://fondkinematografie.cz/objem-filmoveho-nataceni-se-letos-vrati-na-uroven-roku-2019.html>>

3 Údaj k červnu 2022 viz Internet World Stats, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

4 Studie SMPTE – Society of Motion Pictures and Television Engineers, www.smpete.org.



ČESKO-KALIFORNSKÁ OBCHODNÍ KOMORA BUDE POMÁHAT ČESKÝM PODNIKATELŮM NA ZÁPADNÍM POBŘEŽÍ USA

Země EU obchodně zastoupené v Kalifornii jsou si vědomy toho, že jde o pátou nejsilnější ekonomiku na světě, mají proto rozvinuty různé formy pomoci podnikatelům, které jim pomáhají uplatnit se na zdejším trhu, získat informace, kontakty a partnery. K tomu je vytvořena Asociace amerických evropských obchodních komor a obchodních asociací (AAECCBA)¹ se sídlem v San Francisku. S českým generálním konzulátem v Los Angeles spolupracujeme již delší dobu zejména v podnikatelské agendě a úvaha o založení komory spojující zdejší a české firmy vznikla právě tam.

Zmíněná asociace zastupuje 13 bilaterálních evropsko-amerických obchodních organizací s více než 2500 členy a disponuje více než 50 tisíci kontakty jen v oblasti Sanfranciského zálivu. Víím, že Česká republika má pro oblast mezinárodní obchodní spolupráce vytvořeny agentury CzechInvest a CzechTrade, ty ale sídlo v Los Angeles nemají. Když tamní generální konzulát ČR přišel prostřednictvím paní Jany

Přikrylové s myšlenkou vedoucí k založení Česko-kalifornské obchodní komory, naše advokátní kancelář nabídla spolupráci, neboť jsme zaměřeni nejen na potřeby zahraničních firem v USA, ale i na pomoc zdejším firmám v Evropě. Pokud totiž vezmeme v úvahu sílu, kterou přináší Kalifornie jako samostatný trh v kombinaci s Evropskou unií, lze jen těžko najít na světě silnější bilaterální vztah.

Podnikatelé na obou stranách by „přímou linku“ spolupráce uvítali

Vznik komory by mohl ekonomické diplomacii a naplnění jejích cílů jen a jen prospět. Fungovala by na přímém kontaktu českých a kalifornských firem. Diplomatická linka by byla partnerem těchto aktivit včetně dalších státních

¹ Association of American European Chambers of Commerce and Business Associations represents 13 bilateral European-American business organizations. www.eurocham.org

institucí, činnost by monitorovala a podle potřeb podporovala.

Tato struktura by měla být nezávislým subjektem s vlastními členy – zdejšími a českými firmami, které chtějí komunikovat, vzájemně monitorovat národní trh a hledat prostor pro spolupráci prakticky ve všech oblastech, od výroby přes vědu a výzkum až po moderní technologie. Sám jsem se na jednom setkání, pořádaném generálním konzulem ČR panem Jaroslavem Olšou, potkal s řadou českých krajanů i zástupců firem a prakticky všichni prohlásili, že by takovou „přímou linku“ spolupráce přivítali. Máme již vytvořený malý pracovní tým, jehož součástí je paní Eva Kurkinova Costas, která má také české kořeny, a společně připravujeme další kroky.

Společné práce na vzniku komory již probíhají, chtěli bychom tento projekt uvést v život v průběhu letošního roku.

Nezisková organizace osvobozená od daní

Komora bude založena jako nezisková organizace podle amerických zákonů, tím pádem bude osvobozena od daní. Pro české firmy bude sloužit jako lokální partner na americkém území. Přímo se zaměří na potřeby českých firem, subsidiárně bude využitelná i pro další státy středoevropského regionu a pro firmy působící na západě Spojených států.

Kde všude může komora pomoci

Máme představu, že komora bude pracovat v několika hlavních oblastech ve prospěch svých členů a zainteresovaných stran.

Zprvce bude poskytovat všem členům **unikátní příležitost k navázání kontaktů s širší podnikatelskou komunitou**. Už to samo o sobě má obrovskou hodnotu. Zejména když společnosti chtějí rozšířit svoje aktivity a přítomnost ve Spojených státech. V počátcích se ocitají v záplavě možností, když hledají důvěryhodný zdroj informací, a právě tuto roli by měla sehrávat komora. Vytvoří síť i pro zájmově zaměřené skupiny firem.

Modely práva evropských zemí a Spojených států jsou odlišné. Uspěť zde v obchodním jednání či investicích

Proč má být sídlo Česko-kalifornské obchodní komory v Los Angeles?

Ekonomika LA, potažmo Greater Los Angeles, je na rozdíl od San Franciska, jehož ekonomika je z 80 % založena na IT technologiích a umělé inteligenci, diverzifikovaná. V Los Angeles se soustřeďuje výroba a další sektory jako letecký a automobilový průmysl, biomedicína, zemědělství, filmový průmysl, čisté technologie, výzkum či inovace.

vyžaduje právní servis. Proto druhou hlavní oblastí bude **veřejná podpora a právní pomoc**. Máme též již potenciální partnery, právní kanceláře v České republice, které by obdobné služby poskytly americkým firmám, pokud by chtěly podnikat v České republice.

Třetí a nejdůležitější oblastí pro komoru budou **služby členům**. Mnoho evropských firem fungujících na západě Spojených států potřebuje specifické služby. Jde především o doporučení v oblasti práva, daní a podobných záležitostí, ale též o praktické služby potřebné k vytvoření a provozování americké dceřiné společnosti. Komora může poskytovat celou řadu činností, například vedení účetnictví, administrativu a další služby, jako benefit pro své členy **za nižší než čistě tržní poplatky**.

A konečně je možná jednou z nejdůležitějších rolí komory **podpora konzulátu a hájení zájmů České republiky na západě Spojených států**. Existuje zde tolik iniciativ a příležitostí, které by Česká republika mohla představit svým americkým partnerům, a komora by mohla dát těmto aktivitám ještě větší intenzitu.

To souvisí s výrazným přesunem moci na trhu z amerického severovýchodu směrem na západ. Právě zde se nacházejí firmy i výzkumné instituce se zaměřením na odvětví, jako jsou například zelené technologie, biotechnologie, letectví, ale také filmový a kreativní průmysl vůbec. Oblasti, ve kterých je Kalifornie lídrem již po desetiletí. A nástup nových technologií a pokrok v komunikaci znamená, že zde evropské společnosti mohou fungovat snadněji než dřív. Mám

osobní zkušenost s tím, že více společností z Evropy než kdykoli předtím si zvolilo Kalifornii jako svoji první destinaci na podnikání.

Co všechno může nabídnout Druven jako ustavující člen

Naše firma se plně zaměřuje na potřeby podniků jak ve Spojených státech, tak v Evropě. Díky kancelářím v Los Angeles a v Bruselu má značné odborné znalosti v přeshraniční spolupráci v souvislosti s plněním potřeb našich náročných klientů. Funguje nejen jako advokátní kancelář, ale také v oblasti public affairs – veřejných záležitostech, které jsou významné hlavně v Evropě při formulaci společných politik. Ostatně nejrychleji na americký trh vstoupíte prostřednictvím inteligentně vytvořeného plánu public affairs. A konečně jde o odborné poradenství, řešení specifických obchodních problémů, například prostřednictvím analýzy dat, logistické analýzy a podobně. Odborníci ze společnosti Druven mají značné zkušenosti se spoluprací s evropskými společnostmi, a to jak v oblasti Spojených států, tak i v Evropě. Tyto zkušenosti zahrnují i spolupráci se společnostmi v České republice.

Jsme rádi, že naše firma je hlavním partnerem, který spolupracuje na ustavení komory. Jednáme také s partnery v České republice a předpokládáme, že v průběhu prvního čtvrtletí oslovíme v obou zemích podnikatele a jejich profesní sdružení v mnoha oblastech včetně vědy, výzkumu, ale třeba i ve filmovém průmyslu či kulturní spolupráci. Páli bychom si, aby naše komora byla ustavena nejpozději do konce prvního pololetí letošního roku. Bude to nesporně značné posílení efektivity vaší ekonomické diplomacie a obchodní spolupráce. ■

TEXT: JEFF MAYES
FOTO: ARCHIV AUTORA



Jeff Mayes je zakládajícím ředitelem advokátní kanceláře Druven, sdružení firem poskytujících právní služby, služby v oblasti věcí veřejných a obchodní poradenství ze svého ústředí v Los Angeles
www.druven.law

Tomáš Prášek:

K PODNIKÁNÍ MĚ PŘIVEDLA VÁŠEŇ PRO FILM A CESTOVÁNÍ Z JEDNODUCHÉ APLIKACE JSME VYVINULI NÁSTROJE PRO CELÝ SVĚT

„Zisk pro mě nikdy nebyl hlavním cílem. Měl jsem prostě jasnou představu o životním stylu, který jsem chtěl vést, v němž dominovalo cestování, poznávání a propojování lidí z různých oborů. Léta rozkročení mezi světy kultury a technologií pak vlastně mimochodem vedla k tomu, že nám pod rukama vyrostl mezinárodně úspěšný produkt pro relativně malý a specifický, o to však náročnější obor,“ konstatuje zakladatel a jednatel společnosti Eventival, tvůrce univerzální softwarové platformy pro pořadatele filmových a jiných festivalů a akcí Tomáš Prášek.



Mgr. Tomáš Prášek vystudoval v devadesátých letech Právnickou fakultu UK a kulturní antropologii v Nizozemsku. Vášeň pro umění, zejména film, se prolíná celým jeho dosavadním životem. Zkušenosti spoluorganizátora karlovarského filmového festivalu ho přivedly k založení společnosti Eventival poskytující univerzální software a podpůrné služby pro pořadatele kulturních a společenských akcí

Široká veřejnost vnímá digitální technologie ve filmovém průmyslu jen jako tvůrčí nástroj. Milovník filmu a umění vůbec Tomáš Prášek, v devadesátých letech vedoucí guest servisu na karlovarském filmovém festivalu, již tehdy pochopil potenciální přínosy moderních technologií také pro organizaci podobných akcí.

„S bobtnáním agendy mi monotónní práce s excelovými tabulkami hrozila přerůst přes hlavu a hledal jsem způsob, jak se ze stereotypu vymanit. Pro myšlenku digitalizace jsem získal kolegu, programátora z našeho týmu, a založili jsme společnost DataKal, která vytvořila softwarovou architekturu pro správu festivalů a společenských akcí. Byla to taková ‚two men show‘. Naše spolupráce trvala až do roku 2009, kdy jsem založil vlastní společnost Eventival.“

Největší zlom přišel s covidem

Jak to v českém prostředí často bývá, zajímavá inovativní myšlenka se uplatnila nejdříve v zahraničí. Tomáš Prášek využil bohatých kontaktů z mezinárodního



Eventival systém využívá cloudová úložiště a každý z festivalů si ho může konfigurovat pro vlastní potřeby

Eventival s.r.o.

Společnost založil v roce 2009 Tomáš Prášek se společníkem Janem Vildem. Vytvořil globálně úspěšný software pro pořadatele festivalů, konferencí a kulturních a společenských akcí, který slouží k registraci účastníků, projektů a děl, organizaci péče o hosty, produkci doprovodných akcí, projektovému managementu apod. Zaměstnává pět IT specialistů a osm pracovníků efektivní edukační podpory. Působí v pětáctiřetech zemích pěti kontinentů.

lifestylového byznysu a znalost několika cizích jazyků a v roce 2000 pro projekt získal organizátory norského festivalu v Bergenu. Další festivaly na sebe nenechaly dlouho čekat: v korejském Pusanu, indickém Goa, v New Yorku i v Římě.

Provoz společnosti nebyl tehdy nijak nákladný, ale postupně museli její zakladatelé více přihlídnout k principům podnikání. „Aby Eventival dobře fungoval, musel jsem posílit jeho ekonomiku. V současné době tvoří firemní tým pět IT programátorů a zhruba osm členů

pro stále zaměstnání. Top management obvykle tvoří pracovníci s časově omezeným kontraktem a vlivem na investice, což se negativně odráží na způsobu řízení.

Další vážnou překážkou je jen malá ochota některých lidí učit se využívat moderní technologie. „V našem oboru pracují lidé širokého věkového rozpětí, od mladých dobrovolníků až po letité manažery se zavedenými postupy. Před covidem sice náš prodej kontinuálně rostl, ale neodpovídal potenciálu, který produkt nabízel. Proto jsme ve spolupráci s designérem Sergeyem Petukhovem z teplické společnosti Proidea provedli facelift, a přitáhli tak k našemu produktu a službě víc pozornosti potenciálních zákazníků. K větší ochotě s námi spolupracovat velmi přispělo také omlazení organizačních týmů festivalů jako reakce na existenční nejistotu za pandemie,“ vysvětluje Tomáš Prášek.



Tomáš Prášek s Jérôme Paillardem, bývalým ředitelem Marché du Film v Cannes (vpravo)

”

OD ROKU 2009
NAROSTL POČET
UŽIVATELŮ SOFTWARE
SPOLEČNOSTI NA VíCE NEŽ
750 000.

školicí podpory. Právě jejich vysoká kvalita a erudice je to, co nás nejvíc odlišuje od konkurence.“

Lifestylové odvětví charakterizuje řada objektivních i subjektivních specifik, která brání rychlejšímu zavádění digitálních technologií do organizačního servisu. Příprava a organizace festivalů totiž vytváří jen minimum příležitostí

Ambice na americkém trhu

Pokrytí službami Eventivalu přímo úměrně odráží zcestovalost a vytrvalost jejího zakladatele. Od Austrálie přes Asii, Evropu a Afriku až po Severní a Jižní Ameriku. Od roku 2009 narostl počet uživatelů softwaru společnosti na více než 750 tisíc.

„Letos se více zaměříme na Spojené státy. Lidé tam znají jen velké festivaly, ale ve skutečnosti prakticky v každém větším městě nadšení dobrovolníci pořádají často velmi zajímavé akce

s omezenými finančními prostředky. Když najdou odvahu obhájit a prosadit náš široce využitelný komplexní produkt, velice jim to usnadní růst. Američané oceňují komfort osobního kontaktu s představiteli značky, a proto se chystáme Eventival v dubnu prezentovat v Kalifornii, kde už spolupracujeme například s filmovým festivalem v Newport Beach nedaleko Los Angeles.“ ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV TOMÁŠE PRAŠKA



Zakončení tříměsíčního programu CzechAccelerator agentury CzechInvest v San Francisku, v rámci kterého české start-upy odprezentovaly své nápady odbornému publiku z řad místních investorů, mentorů a podnikatelů

SILICON VALLEY PROCHÁZÍ TRANSFORMACÍ PRO ČESKÉ START-UPY JE VŠAK STÁLE RELEVANTNÍ

Ač je ekonomika Kalifornie velmi diverzifikovaná, její světový význam definuje zejména několik lokalizovaných sektorů. Tak jako je Los Angeles neodmyslitelně spjata s kreativním průmyslem, který zaměstnává 12 % místní pracovní síly, sever Kalifornie definují technologie. Ty tvoří pětinu celkové ekonomické hodnoty vyprodukované ve státě. V absolutních číslech jde o částku 520 miliard dolarů, která představuje více než čtvrtinu veškeré technologické produkce v USA. Zejména oblast Sanfranciského zálivu je světově proslulá jako globální centrum inovací i domov největšího startupového ekosystému světa – Silicon Valley.

Jak to začalo

Fenomén Silicon Valley odstartoval v polovině minulého století s rozvojem polovodičového průmyslu a s přílivem soukromého i veřejného kapitálu do vědy a výzkumu v této oblasti. S růstem technologických firem jako

Fairchild Semiconductor nebo Intel rostla i návratnost investic prvních fondů rizikového kapitálu, což mělo za následek vznik dalších a dalších fondů. Dostupnost kapitálu a přítomnost technologického talentu tak odstartovaly efekt „sněhové koule“ a začala se psát novodobá historie Silicon Valley.

Důležitou roli v tomto procesu hrála také Stanfordská univerzita, jejíž představitelé si velmi brzy uvědomili potenciál svých studentů a zaměřili se na aktivní podporu podnikání a vznik spin offů. Ze Stanfordu tak vzešly firmy jako Hewlett-Packard, Lockheed Martin nebo Google, ve kterém Stanford držel 10%

podíl až do roku 2005, kdy firma vstoupila na burzu. Jen tento exit univerzitě vynesl 336 milionů dolarů. Do „svých“ start-upů investuje Stanford dodnes a její investiční portfolio jí každoročně generuje nemalé zisky.

Co je unikátní

To, co Silicon Valley do velké míry definuje, je specifická podnikatelská kultura, a to zejména ve vztahu vůči riziku. Neúspěch tu není stigmatizován a nahlíží se na něj jako na cennou zkušenost pro budoucí podnikání. Od jednoho byznys plánu, který nevyšel, odchází podnikatel s nově nabytými poznatky a zkušenostmi. V místním startupovém prostředí je poměrně běžné mít za sebou několik neúspěšných firem a z pohledu investorů to podnikatelům dodává určitou kredibilitu.

Faktorů, jež formují Silicon Valley, je ale víc. Důležitou roli stále hraje přístup ke kapitálu a k talentu a klíčová je také aktivita místních univerzit, které nejen, že neustále generují nové, vysoce

„Z titulků světových médií v posledních měsících se může zdát, že sláva Silicon Valley je u konce. Masové propouštění, pád Silicon Valley Bank, nízké valuače... Nicméně hodně z toho, co se děje, je spíš průvodním jevem zdravého narovnávání trhu. Místní technologické firmy zažívaly během pandemie obrovský boom, během něhož nabraly tisíce nových zaměstnanců. Takový růst ale není dlouhodobě udržitelný, a zákonitě tak muselo přijít vystřízlivění a následně masové propouštění. I tenhle krok ale nakonec ekosystém v Silicon Valley dokáže využít ve svůj prospěch. Vznikají tu například specializované fondy investující do start-upů, které založili propuštění zaměstnanci těchto velkých technologických firem. Silicon Valley vyrostlo v největší technologický hub světa na výrobě polovodičů, a jestli je něco, co jej definuje, tak je to resilience a evoluce: z hardwaru do softwaru, z mobilních zařízení do cloudu a teď nejčerstvěji do generativního AI,“ říká Anna Hight, ředitelka zahraničního zastoupení CzechInvestu a CzechTrade v San Francisku.

kvalifikované absolventy, ale zároveň do ekosystému dodávají nové technologie. Obrovská Kalifornská univerzita (známá jako UC), která má své kampusy po celé Kalifornii, je světovou špičkou v počtu patentů na americkém trhu. Zároveň velmi aktivně podporuje podnikatelské aktivity svých studentů a v univerzitních strukturách se nachází hned několik inkubačních a akceleračních programů, jako je například světově proslulý akcelerační SkyDeck na UC Berkeley.

Covid odstartoval útlum

Na prvním místě žebříčku nejlepších startupových ekosystémů světa, který každoročně sestavuje Startup Genome, se Silicon Valley drží stabilně už od roku 2012, kdy tento report začal vycházet. Dopady pandemie, vysoká inflace a nejistota na světových trzích se ale projevíly i zde. Kromě hromadného propouštění ve velkých technologických firmách a pádu Silicon Valley Bank tu v posledních letech došlo také ke zdatnému útlumu financování technologických start-upů. Počet firem, které získaly nové financování v první čtvrtině minulého roku, je nejnižší za posledních pět let.

Lákadlo i pro české podnikatele

Ač je v Silicon Valley velmi konkurenční prostředí, místní podnikatelská kultura, relativní dostupnost kapitálu a podpůrná infrastruktura v podobě světových inkubátorů, akceleračních a zkušených mentorů lákají i české podnikatele. Většina z nich sem přijíždí buď právě na některý z akceleračních programů, případně na místní konference a schůzky s potenciálními investory a klienty. Nicméně jsou i tací, kteří i přes vysoké náklady sázejí na dlouhodobou fyzickou přítomnost.

Českým start-upům s prvními kroky a orientací na místním trhu dlouhodobě pomáhá i agentura CzechInvest, a to zejména prostřednictvím programů na podporu expanze českých start-upů, jichž se od jejich spuštění v roce 2010 zúčastnilo 232 subjektů. Největší zájem byl právě o programy v Silicon Valley, kterých se zúčastnilo více než 100 inovativních českých firem. Mezi nimi společností jako Cognitive Security, Integromat, GroundCom Space, Enehano Solutions, VOS.health a další.

„Každá mezinárodní společnost, která působí mimo USA, má v určitém momentě zájem expandovat právě do této oblasti. Expanze je však bez fyzické přítomnosti obtížná. Faktorů, proč tomu tak je, je víc, ale důvěryhodnost či chybějící reputace jsou jedněmi z nich. Zahraniční společnost je zde vnímána úplně jinak v momentě, kdy se rozhodne mít na místě tým a být fyzicky dostupná místo řízení expanze na dálku. Pomalejší market entry, ale i celková bariéra dostat se k určité skupině lidí/firem jsou dalšími důvody, proč je důležité být na místě fyzicky. Přesto, že Cleevio má mezinárodní klienty po celém světě, nejen v Severní Americe, bylo otevření kanceláře v Silicon Valley přirozeným rozhodnutím pro zahraniční expanzi. Máme skvělý tým, který už více než patnáct let pracuje na výjimečných projektech, ale pro místní zákazníky je zásadní, že jsme tady fyzicky. Hlavním aspektem je ukázat náš potenciál a mít možnost účastnit se důležitých akcí v regionu. Tuto přidanou hodnotu teď cítíme o to víc ve srovnání s předchozími dvěma až třemi lety, kdy jsme se museli spokojit s virtuálními schůzkami namísto osobních setkání,“ říká Filip Orth, ředitel místní pobočky českého softwarového studia Cleevio. Mezi další české společnosti, které v Silicon Valley působí, patří například Good-Data a svou centrálu tu má i jeden z českých jednorožců Productboard.

Čeští podnikatelé, kteří mají zájem o navázání spolupráce se svými kalifornskými protějšky, mohou dále využít asistenčních služeb zahraniční kanceláře CzechTrade v San Francisku. Kromě vyhledání vhodných kontaktů nabízí kancelář také asistenci při oslovení potenciálních zákazníků či distributorů a navázání konkrétních obchodních partnerství. ■

TEXT: ANNA HIGHT
FOTO: ARCHIV AUTORKY



Anna Hight je ředitelkou sdílené zahraniční kanceláře CzechInvest a CzechTrade v San Francisku

4AM MINDSET WARRIORS

David Semerád:

USA BYLO SKVĚLÉ ROZHODNUTÍ!

David Semerád je spoluzakladatel společnosti STRV, která se zabývá vývojem mobilních i webových aplikací. Před dvanácti lety se zúčastnil šestiměsíčního programu CzechAccelerator v Silicon Valley a v USA zůstal natrvalo. V roce 2018 předal vedení STRV a od té doby se věnuje svým projektům. Nejnověji jde o MindZero, který má za cíl změnit přístup k duševnímu i fyzickému zdraví.



Když jsi poprvé přijel do Silicon Valley jako spoluzakladatel STRV v roce 2012, co tě nejvíc překvapilo?

Překvapilo mě, že některé části San Franciska jsou opravdu nebezpečné. Vybral jsem si hotel blízko Union Square, ale byl to nejhorší kout Tenderloinu. Tenkrát jsem pochopil, proč Michal Bláha chtěl, abych vytvořil aplikaci ukazující, které ulice v San Francisku jsou bezpečné a které ne. Další věc, která mě udivila, byla, jak moc se Američané zaměřují na obchod a kladou velký důraz na expanzi podnikání oproti tomu, kolik věnují pozornosti produktu. Nechci říkat, že produktu nedávají dostatečný fokus, ale jejich touha po růstu je obrovská.

Proč jste si pro expanzi vybrali zrovna Silicon Valley?

Pro softwarovou firmu je Silicon Valley asi nejlepší možná volba. Tato oblast je plná start-upů a příležitostí. Nejtěžší bylo zorientovat se a vytvořit si sociální síť. Trvalo mi celý rok, než jsem se dostal do rytmu a uzavřel první deal.

Je něco, v čem ti pomohla tvoje „česká povaha“ a kde naopak byla překážkou?

My Češi jsme zvyklí tvrdě a dlouhodobě pracovat. Díky tomu jsem si vybudoval kredibilitu a respekt. Nicméně tato povaha nefunguje dobře v rychlých, transakčních prodejích. A nízké sebevědomí, které nám často vštěpují učitelé, bylo překážkou ve střetu s velmi sebevědomými Američany.

Spousta start-upů přijíždí do Silicon Valley na pár týdnů až měsíců a pak se s nabytými zkušenostmi vrací domů, vy jste se v USA rozhodli zůstat. Proč? Vnímáš to zpětně jako dobré rozhodnutí?

Zůstat v USA vnímám jako skvělé rozhodnutí. Oblíbil jsem si americký mindset, jejich ambice a pozitivní přístup. Navíc je americký trh obrovský a umožňuje škálovat podnikání bez omezení.

V Kalifornii už žiješ přes deset let, z toho velkou část v Los Angeles. Proč jsi se nakonec rozhodl ze Silicon Valley odejít?

Do Los Angeles jsem se přestěhoval kvůli klientům, jako je Tinder nebo LegalZoom. Chtěl jsem podpořit trh v Los Angeles, protože v Silicon Valley už jsme byli dobře etablovaní.

Myslíš, že je Silicon Valley pořád relevantní jako „Mekka start-upů“?

Z mého pohledu ztrácí Silicon Valley na významu kvůli rostoucímu trendu vzdálené práce. Místní příslušnost je díky tomu méně důležitá, než byla dříve. Ale možná se v budoucnu ukáže, že fyzická práce v týmech je stále efektivnější.

V roce 2018 jsi předal vedení STRV a začal jsi se věnovat dalším projektům. Tvůj nejčerstvější projekt MindZero má za cíl usnadnit lidem boj se stresem. V čem je pro tebe

duševní a fyzické zdraví ve vztahu k podnikání důležité?

Na základě vlastní zkušenosti s vyhořením vím, jak důležité je fyzické a mentální zdraví. Bez dobré péče o sebe nemůžete dosáhnout velkých výsledků a pomáhat ostatním.

Řada investorů MindZero je z Česka a ze Slovenska, ale projekt běží zatím jen v USA. Jaké máš s MindZero další ambice? Plánuješ s ním v blízké budoucnosti expandovat i k nám?

Expanzi s MindZero do Česka zatím neplánujeme, nicméně v podobném duchu organizujeme akce jako 4AM Mindset Warriors. Ty obsahují mnoho prvků z našich studií. (Pozn. aut.: 4AM Mindset Warriors kombinuje silový trénink a otužování v ledové vodě za účelem odbourání stresu a kvalitnějšího odpočinku.)

Co bys poradil českým firmám, které o expanzi do Spojených států uvažují?

Doporučuju se přestěhovat nebo strávit alespoň šest měsíců v USA, aby se člověk mohl sžít s prostředím a vybudovat silné vztahy potřebné pro etablování na trhu. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE ANNA HIGHT
FOTO: ARCHIV D. SEMERÁDA

KDYŽ SI KOUSNEŠ DO JABLKA ANEB VŠECHNO JDE, POKUD MÁŠ VŮLI A CHUŤ JÍT ZA SVÝM CÍLEM!

Až budu mít příležitost cestovat jen tak po Kalifornii, rád bych zajel do městečka Los Altos v Sanfranciském zálivu na západním okraji Silicon Valley a navštívil na první pohled docela nenápadný dům, v němž prožil své dětství Steve Jobs. Dům, kde v roce 1976 s kamarádem Stevem Wozniakem založili v garáži legendární společnost Apple. Dnes už je to místo historickou památkou, ovšem ne tak Jobsova poselství a vize. Ty rezonují dál.

Když Steve Jobs pronesl v roce 2005 na Stanfordské univerzitě svůj slavný projev, bylo mi ani ne dvacet a studoval jsem jazyky na Masarykově univerzitě v Brně. Nevím, zda právě tento okamžik byl tím pomyslným osudovým, který pak roztočil mou životní dráhu zcela jiným směrem. Ale určitě byl jedním z těch, které formovaly mou osobnost. Nakousnuté jablko bylo a je tak trochu symbolem i mé generace.

Jediný způsob, jak dělat skvělou práci, je milovat to, co děláš

Dnes je Apple firma s nejvyšší tržní hodnotou na zeměkouli, ale – a to mám na Jobsovi rád – jemu nikdy primárně nešlo o to, vydělávat obrovské peníze. Sám s nadsázkou říkal, že nechce být nejbohatší mrtvola na hřbitově: „Chci v noci usínat s tím, že jsem udělal něco báječného... Na tom mi záleží.“ Pro něj byl na prvním místě vždycky kvalitní, špičkový produkt, služba. Věděl, že pokud tomu tak bude, peníze přijdou. A budou cestou k dalším báječným inovacím, které mohou změnit svět.

Přestože mnozí jeho způsob řízení firmy považovali za diktátorský, chtěl vybudovat společnost, v níž budou mít lidi motivaci podílet se na špičkových produktech. Budou hrdí na to, co dělají a jak to dělají, a budou svému produktu či službě bezmezně věřit. A sami

budou v tom, co dělají, opravdoví odborníci. Věděl, že bez správně složeného a motivovaného kolektivu není šance na úspěch. A i když byl ke svým kolegům a zaměstnancům mnohdy tvrdý, nejtvrdší byl sám k sobě.

Lidé často nevědí, co chtějí, dokud jim to neukážete

Jobs s oblibou říkával, že se nemůžeš ptát lidí, co chtějí, a teprve potom se pustit do práce. Ty sám musíš mít vize, inovovat a nabídnout jim něco, co když jim ukážeš, budou chtít. A to se dá opět promítnout do jakéhokoli oboru. V každém se můžeš snažit přinést něco nového a dělat věci jinak než ostatní. „Think different“.

Bez vytrvalosti to nejde

Nevím, jestli je pro okolí výhrou, když člověk v jistém ohledu považuje spokojenost za útlum, ale u Steva Jobse tomu tak bylo. Nikdy nebyl spokojený. A i když se mu povedly úžasné věci, míval tendenci je vylepšovat a přemýšlet, co udělat lépe a jinak. Jeho neutuchající energie a chuť pouštět se do dalších výzev byly nakažlivé.

Byl přesvědčený o tom, že to, co dělá podnikatele a manažery na úspěšné a neúspěšné, je vytrvalost. Jeho život mu dal za pravdu. „Stay hungry. Stay



foolish.“ Něco, co by se špičkovému manažerovi mělo propsat do DNA.

Řídím se tím celý svůj profesní život. Všechno jde, pokud máš vůli a chuť jít za svým cílem. To je moje motto. ■

TEXT: ADAM JANEK

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV ADAMA JANEKA



Mgr. Adam Janek, MHA, MBA, LL.M., je ředitel a člen představenstva Očního centra Praha

NEÚSPĚCH? JEDE SE DÁL!

JE TO JEN DALŠÍ PŘÍLEŽITOST

Kalifornany nespojuje původ, ale hlavně sdílené hodnoty a postoje. Základním znakem zdejší obchodní kultury je snaha o jednoduchost a přímot. Při jednáních používejte stručné a jasné formulace. Udržujte přímý oční kontakt, vzbudíte tak důvěru. A můžete mluvit i o svém neúspěchu, vaše šance na dobrý výsledek obchodu tím neutrpí.

Rovnou k věci

Na začátku by mělo být jasně řečeno, s čím do jednání obě strany vstupují a jaká jsou jejich očekávání. Konverzace by měla probíhat za aktivního zapojení obou stran. Používání křestních jmen je běžné i přes několik pater firemní hierarchie, v kontaktu s cizinci však někteří zkušenější vyjednávači používají formálnější oslovení.

Základ udržování obchodních vztahů tvoří e-mailová a telefonická komunikace bez vícedenních odmlk. Kalifornané stejně jako ostatní Američané chtějí věci řešit rychle i přes několikahodinový časový posun mezi Kalifornií a Českou republikou. Nemožnost okamžitého spojení s obchodními partnery je dokáže rozladit.

”

NA E-MAILY ODPOVÍDEJTE
POKUD MOŽNO IHNEĎ.

Nedílnou součástí obchodního života, jíž se nevyhýbejte, je navazování neformálních kontaktů na společenských akcích, tedy networking. Zbavte se počátečního ostychu a klidně oslovte i neznámé lidi. Nenechte se odradit ani nedokonalostí své angličtiny, jinakost

či rozdílná výslovnost může partnery přitahovat. Při networkingových akcích je možné oslovit de facto kohokoliv a ihned směřovat k podstatě potenciálního vzájemného obchodu. Není nezdvorné ukončit konverzaci i po kratší době. Nezbytný je dostatek vizitek.

Oblečení na obchodní jednání je konzervativní. V případě možnosti neformálního oblečení je tato informace veřejně známá a bývá součástí vnitřní firemní kultury (casual Friday aj.). Jakékoliv občerstvení nad rámec vody či kávy při jednání v kanceláři se považuje za nadstandard. Výjimkou mohou být složitější komplexní či multilaterální jednání u větších firem, u nichž lze očekávat dlouhý časový průběh. U zdoluhavých jednání do večerních hodin je běžná společná objednávka donášky jídla z blízké restaurace. Pokud hostitelská firma nedá jasně najevo, že své partnery zve, platí každý za sebe. Alkohol na jednání nepatří, normální ale může být sklenička v nějakém blízkém baru po zdárném ukončení jednání. Kouření se považuje za společensky nepřijatelné, kanceláře a restaurace jsou až na výjimky nekuřácké. V kancelářích, barech a restauracích se většinou chodí kouřit na ulici.

Běžnou součástí obchodního života v Kalifornii však jsou obchodní snídaně, obědy a výjimečně i večeře, které většinou platí hostitel. Kreativita a inovace vládnu i ve společenském životě. Schůzky a večírky se konají na netradičních místech, například u bazénů.

Ve snaze neztrácet čas cestováním se běžně jedná online.

Osobní finance do konverzace nepatří, status a majetek vašeho partnera je dán jeho zařazením do určité profesní skupiny. Zato je naprosto běžné, že je veřejně znám plat manažerů větších společností (CEO). Drahými dárky

”

KREATIVITA
A INOVACE VLÁDNOU
I VE SPOLEČENSKÉM
ŽIVOTĚ.

Kalifornany přivedete do rozpaků, od určité výše se hodnotné dary musejí uvádět v daňovém přiznání jako příjem a odvádět z nich daň. Doporučují se menší dárky s logem vaší společnosti.

Nemilosrdná dravost, nebo zdravé ambice?

Kalifornský byznys bývá někdy označován jako „žraločismus“ a Silicon Valley se přezdívá Údolí žraloků. Jeden z nejvýznamnějších místních podnikatelů Irwin Federman, finanční ředitel výrobce polovodičů Monolithic Memories a hlavní



”

BUĎTE DOSTATEČNĚ
FLEXIBILNÍ A STÁLE
VE STŘEHU.

”

SLÁVA A BOHATSTVÍ
NEJSOU ZAKÁZANÁ
SLOVA.

partner US Venture Partners, zabývajících se investicemi rizikového kapitálu, vysvětlil tento fenomén slovy: „Vezměte si takového žraloka. Tento druh existuje už patnáct tisíc let, protože se neustále přizpůsobuje změnám prostředí, například růstu nebo poklesu teploty, neustále se pohybuje a nikdy nespí. Je to maximálně flexibilní zvíře, s tělem bez kostí, pouze s chrupavkami. Žralok také neustále obnovuje své zbraně, zahazuje staré zuby a na jejich místo se derou nové. Je stále ostrážitý a neustále na lovu. Ať se stane cokoli, žralok přežije.“

Inovační tempo je pozoruhodné. Nové nápady, inovace produktů i služeb se okamžitě promítají do praxe i ve velmi

malých firmách, které se snaží najít mezery na trhu a profitovat. Kalifornie přitahuje především mladé podnikatele s odvahou riskovat, s cílem prosadit se ve velkém a rychle zbohatnout. Vyhledka na slávu a bohatství láká ambiciózní a zároveň pracovité lidi z celého světa. Významný nárůst je patrný zejména u zájemců z Asie.

Šetřit na právním servisu se nevyplácí

V Kalifornii je účast právního zástupce firmy na obchodním jednání naprosto běžná. Jejich posláním je řešit vzniklé problémy a přispívat k uzavření obchodu. Kvalitní právník, znalý místní legislativy a zvyklostí, je tady k nezaplacení. Smlouvy jsou obsáhlé a podrobné, nic není ponecháno náhodě či pozdější domluvě.

V právu jednotlivých amerických států panují rozdíly a je důležité předem vědět, podle jakého práva by se řešily eventuální spory. Ve složitějších případech má smysl využít služeb

licencovaného mediátora (www.mediator.com), který se pokusí dosáhnout oboustranně přijatelného kompromisu.

Vhodné kontakty, pravidelně aktualizované na webových stránkách zastupitelských úřadů, poskytují zájemcům obchodně-ekonomické úseky velvyslanectví a generálních konzulátů ČR v USA. Efektivní služby nabízejí rovněž američtí právníci českého původu se znalostí právní problematiky obou zemí (*další kontakty viz také str. 34-35, pozn. red.*). ■

TEXT: SOŇA GULLOVÁ

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV AUTORKY



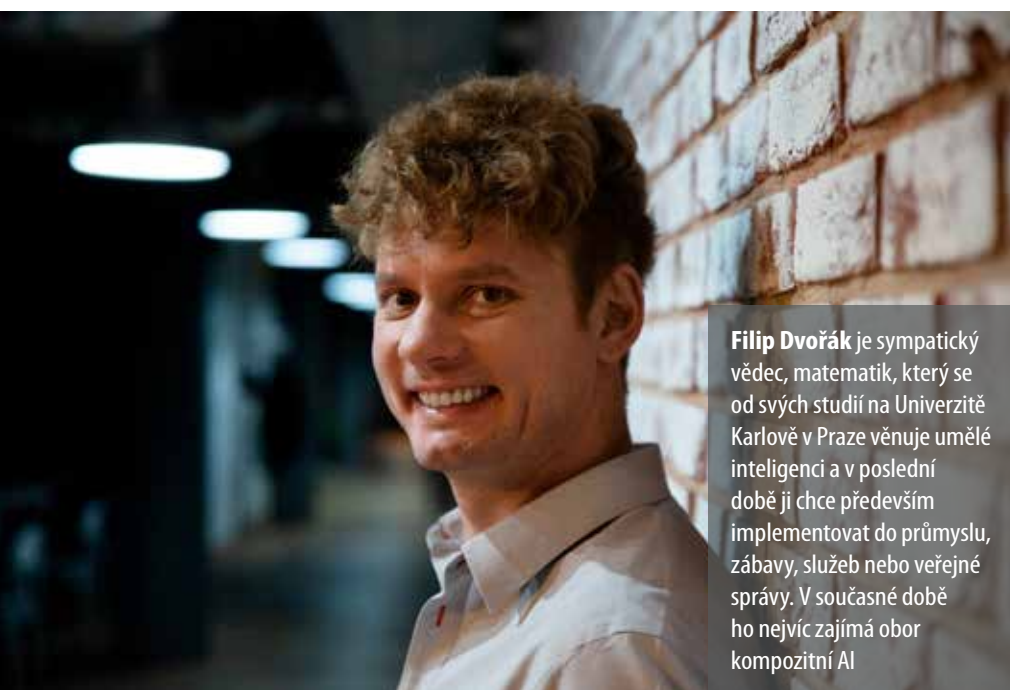
Ing. Soňa Gullová, Ph.D.,
Vysoká škola mezinárodních
a veřejných vztahů Praha

Filip Dvořák:

DO KALIFORNIE MĚ VYHNALA KANADSKÁ ZIMA

DNES JE MÝM DRUHÝM DOMOVEM

Vědec a matematik Filip Dvořák chce být u toho, až se kompozitní AI dostane z akademické půdy do praxe a povede se dosud teoretické modely komerčně využít. Kvůli tomu založil nejprve v USA a pak v Česku společnosti Filuta AI, která plánuje být mezi prvními, kdo dosud teoretické modely zavedou do života firem a veřejné správy. Do Kalifornie se dostal během vědecké a podnikatelské kariéry hned dvakrát, nejprve jako stážista v Googlu a pak jako výzkumník ve Stanford Research Institute (SRI).



Filip Dvořák je sympatický vědec, matematik, který se od svých studií na Univerzitě Karlově v Praze věnuje umělé inteligenci a v poslední době ji chce především implementovat do průmyslu, zábavy, služeb nebo veřejné správy. V současné době ho nejvíc zajímá obor kompozitní AI

Jak to tedy bylo s tím kanadským mrazem a stěhováním do Kalifornie?

Jako doktorandský student, který je pro akademický svět nejlevnější a má největší potenciál a nadšení pro kreativní práci při řešení problémů, jsem se dostal nejprve do výzkumného centra ve Francii. Výsledky mé práce zaujaly

Google v Kalifornii natolik, že jsem do něj odešel na stáž. To byla Kalifornie poprvé. Doktorát jsem dokončil v rámci Microsoft Research v Dánsku. Pak jsem vyzkoušel akademickou kariéru na kanadské University of Toronto, kde jsem v AI týmu působil tak dlouho, než mě zima vyhnala za sluncem a teplem do Kalifornie. To byl

okamžik, kdy jsem získal grant v PARC, dnes známém pod názvem Stanford Research Institute (SRI), dříve Palo Alto Research Center.

Ovlivnilo tak slavné prostředí vaši práci a zkoumání?

SRI je součástí univerzitního prostředí Stanford Research Parku. Byla to pro mě skvělá laboratoř, která si užívala kombinaci univerzitního zázemí s industriálními aplikacemi. Sám jsem tam přišel

Co je to kompozitní AI?

Tento obor je kombinací různých analytických technik – od machine learningu přes operations research až po kauzální rozhodování a symbolickou umělou inteligenci nebo neurolingvistické programování. Podle Filipa Dvořáka je to budoucnost AI, která nabídne řešení v oblasti inteligentní automatizace a pomůže firmám optimalizovat a vyhodnocovat digitální prostředí bez zásahu člověka.

Co Filuta umí

Od rozvozu jídla po bezpečnost na letišti, dodržování předpisů dodavateli až po kontrolu kvality her – Filuta AI nabízí flexibilní optimalizaci automatizace bez ohledu na odvětví.

v okamžiku, kdy se nám podařilo získat grant ve výši několika milionů dolarů od ARPAI, což je agentura pro výzkum pokročilých projektů pro energetiku. Ve vědeckém týmu jsem vedl část AI.

Co bylo cílem vašeho projektu?

Cílem bylo zvýšit v Los Angeles přístupnost dopravy. Díky našemu řešení se podařilo snížit čas řidičů v husté automobilové dopravě o devět procent. Byl to skvělý výsledek, který mohli zaznamenat všichni. Naši aplikaci pak začala používat i další americká města. Pracoval jsem v rámci týmu i na grantech obranné agentury DARPA a některých dalších projektech.

V čem je podle vás největší přínos SRI?

SRI je úžasný v tom, že jako jeden z nejexkluzivnějších výzkumných institutů v USA a možná i na světě zůstal institucí, která se těší napříč Spojenými státy velké přízni. Projevovalo se to třeba i důvěrou, kterou jsme měli, a volností v tom, pro koho chceme profesorské vízum v rámci naší vědecké práce.

Bylo zajímavé působit v místech, kde vznikla většina technologií, které definují současnou IT společnost. V místě, kde se třeba navrhovala první počítačová myš, odkud se posílal první e-mail...

Dají se zkušenosti z vědecké laboratoře Stanfordovy univerzity nějak přenést do vaší práce v Česku?

”

I Z ČESKA LZE VYVÍJET
PRODUKT CELOSVĚTOVÉHO
DOPADU.

Z Googlu i SRI jsem si odnesl kromě inspirativních profesionálních impulzů i respekt k pracovnímu nasazení, který se v některých aspektech snažím převést také do fungování Filuty AI v České republice. Chci, aby náš velmi seniorní tým vědců a programátorů měl co nejvíce prostoru pro co největší kreativitu. Pochopil jsem například, že lidé mají mít maximální pohodlí, že jim musíme vytvořit podmínky pro co nejjednodušší život. Potřebujeme omezit tlak, který vzniká při řešení drobných rozhodnutí, aby mohli být kreativní a měli prostor soustředit se na řešení důležitých otázek.

”

MÁM RESPEKT
KE SPOLUPRACOVNÍKŮM
A SNAŽÍM SE JIM
VYTVOŘIT CO NEJVĚŠÍ
PROSTOR PRO KREATIVITU.

V podmínkách ČR to není běžné, ale setkávám se s velmi pozitivní odezvou od svých kolegů.

Vracíte se do USA a do Kalifornie často?

Ano, Filuta AI je původně americká společnost. Po celých Spojených státech máme hned několik poboček. Pravidelně navštěvuji naše americké klienty a své kolegy a přátele. Dá se říct, že Kalifornie a USA se staly mým druhým domovem.

Přesto jste se ale vrátil se svým podnikáním domů, do Prahy...

V české kultuře jsem se narodil a vyrostl. Z hlediska kompatibility ve vztahu představuje stejné kulturní zázemí partnerů výrazně méně třecích ploch a samotnou kvalitu života si lze v Česku nastavit na úroveň srovnatelnou se západním světem. Z hlediska pracovního dnes žijeme v době dominance technologií, kdy i z Česka lze vyvíjet produkt celosvětového dopadu a Česká republika vždy oplývala technicky nadanými kreativními lidmi. Filuta byznysově roste na evropském i americkém trhu, příští rok plánujeme trojnásobný růst vývojové kapacity v ČR, škálování prodeje na americkém trhu, rozšiřování patentového portfolia a navazování partnerství s globálními konzultačními společnostmi. Máme velké plány. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV FILIPA DVOŘÁKA A SHUTTERSTOCK

LOS ANGELES: GLOBÁLNÍ VIZE A NEOMEZENÉ PŘÍLEŽITOSTI

Los Angeles je známé především díky zábavnímu průmyslu, slavným hercům a dalším umělcům. Je ale také významným byznysovým centrem, které nabízí jedinečné příležitosti pro podnikatele a investory. Pokud vás zajímá, proč je právě tato metropole nejlepším místem pro podnikání v USA a v čem je atraktivní pro evropské investory a podniky, tak čtěte dál. V článku se opíráme o data poskytnutá Světovým obchodním centrem Los Angeles (WTCLA) o zahraničních investicích, a zejména o roli evropských stakeholderů.

Zaostřeno na ekonomiku a historii

Los Angeles má téměř 10 milionů obyvatel, je 19. největší ekonomikou na světě a globálním lídrem v různých hospodářských odvětvích. Na počátku 20. století se město stalo klíčovým přístavem a dopravním uzlem na pacifickém pobřeží USA. I dnes hraje v mezinárodním obchodu hlavní roli: přístavy v Los Angeles a v Long Beach jsou dva největší přístavy v USA, přičemž dohromady jsou odpovědné za 40% veškerého oceánského dovozu do USA.

Lídr v oblasti udržitelnosti

Byznysový ekosystém v Los Angeles v sobě kombinuje inovace, kreativitu

a podnikatelského ducha. Je domovem řady začínajících i zavedených korporací, což z něj dělá ideální místo pro rozvoj podniků všech velikostí. Silicon Beach, jak se říká rychle se rozvíjejícímu technologickému centru u pobřeží Pacifiku, přitahuje technologicky zaměřené podnikatele ze všech kontinentů.

Los Angeles má závazek k udržitelnosti a cíl být spravedlivou, udržitelnou a odolnou ekonomikou. Zároveň slíbilo, že olympijské a paralympijské hry v roce 2028 budou ty nejčistší a nejzelenější v historii. Pro Los Angeles je to velká příležitost, jak se na globální scéně zviditelnit jako lídr v oblasti udržitelnosti.

Podpora přímých zahraničních investic

Los Angeles County Economic Development Corporation (tedy Společnost pro ekonomický rozvoj Los Angeles County, také LAEDC) a WTCLA hrají zásadní roli v podpoře hospodářského růstu a získávání zahraničních investic. Business Assistance Program (BAP) pomáhá podnikům při výběru lokality, nezbytných povolení a v otázkách získávání místních pracovníků, a usnadňuje tak firmám rozjezd podnikání ve městě.

WTCLA pomáhá zahraničním investorům a firmám propojit Los Angeles s globálním trhem a poskytuje jim informace a zdroje pro lepší orientaci na místním trhu a v místním právním prostředí. Také pomáhá zjednodušit proces přímých zahraničních investic,

například tím, že poskytuje podporu pro žádosti o víza. Díky tomu je pro firmy a investory snazší porozumět vízovým požadavkům, podat žádost, a dodržovat tak imigrační zákony USA.

Evropské investice v Kalifornii

Evropské země projevily o investice v Kalifornii velký zájem. Podle zprávy FDI 2023 sestavené ve spolupráci s Loyola Marymount University patří mezi 10 hlavních zdrojů přímých zahraničních investic v LA County Velká Británie, Francie, Švýcarsko, Německo a Irsko. Například Německo v Kalifornii podniklo významné investice ve výrobě a strojírenství a Velká Británie v oblasti technologií a zábavního průmyslu.

Los Angeles se svou rozmanitou ekonomikou, zaměřením na udržitelnost a robustním podnikatelským ekosystémem nabízí zahraničním investorům a firmám, včetně těch evropských, perspektivní a otevřené prostředí. ■

TEXT: STEPHEN CHEUNG
FOTO: ARCHIV AUTORA

Investiční příležitosti v LA

Technologie a inovace

Přístup k technologickému ekosystému a venture kapitálu Silicon Beach.

Zelené a udržitelné technologie

Příspěvky k iniciativám udržitelnosti v LA.

Letecký a obranný průmysl

Příležitosti v silových odvětvích s kvalifikovanou pracovní silou.

Zábavní průmysl

Spolupráce v globálním zábavním průmyslu s využitím vlivu Hollywoodu.



Stephen Cheung,
prezident a generální ředitel Los Angeles County Economic Development Corporation (LAEDC) a prezident World Trade Center Los Angeles (WTCLA)

KOMPLEXNÍ OFTALMOLOGICKÁ PÉČE

Od diagnostiky po mikrochirurgii



Odbornost
a profesionalita

Lidskost
a vstřícnost



Dokonalá
technologie

Efektivita
a funkčnost



Design
a nadčasovost

Účelnost
a pohodlí



První rok EU v Kalifornii:

STAVÍME MOSTY Z BRUSELU DO SANFRANCISKÉHO ZÁLIVU

Před více než rokem otevřela EU novou kancelář v San Francisku, aby posílila spolupráci s USA a mohla spolupracovat s místními stakeholdery na politikách v oblasti technologií a inovací. Díky naší kanceláři máme přehled o nejnovějším vývoji v Silicon Valley, globálním centru technologických inovací. Navíc tak můžeme stavět mosty z Bruselu do státu Kalifornie, která zároveň představuje jednu z největších světových ekonomik a v rámci USA platí za průkopníka, pokud jde o tvorbu politik.

Stejně hodnoty a výzvy

Přestože Evropa a Kalifornie leží daleko od sebe, máme stejné hodnoty a také čelíme podobným výzvám. Zastoupení EU v Kalifornii je na světě úplně první kancelář EU mimo hlavní město a pomáhá nám

posilovat transatlantické vazby založené na našich společných demokratických principech. S kalifornskými tvůrci politik probíráme široké spektrum témat, včetně regulace sociálních médií, ochrany nezletilých online a regulace AI. Díky našemu zastoupení v Bay Area si také rozšiřujeme

obzory prostřednictvím diskuzí s předními akademiky a nejbystřejšími mozky v think-tancích a nevládních organizacích. Tito stakeholderi, jejichž hodnoty jsou často v souladu s našimi, se tak aktivně podílejí na procesu tvorby politik EU a vytvářejí nové předpisy.



Gerard de Graaf a komisař Thierry Breton v rozhovoru se zástupkyní kalifornského guvernéra Eleni Kounalakisovou

Spojuje nás obchod a investice

Kalifornie a EU a její členské státy jsou rovněž důležitými obchodními a investičními partnery. Pokud by Kalifornie byla samostatnou zemí, byla by pátou největší ekonomikou na světě, hned za Německem. EU je pro ni druhým největším exportním trhem – po Mexiku, ale před Čínou, Japonskem a Indií. Ze všech států USA má právě Kalifornie nejvíc pracovních míst podporovaných evropskými investicemi. Zároveň více než polovina všech pracovních míst v Kalifornii poskytovaných zahraničními zaměstnavateli připadá právě na evropské firmy. Navíc evropský export sem rok od roku stoupá.

Více propagace EU prospěje

Samozřejmě je stále co zlepšovat. Pro investory a obecně celý sektor venture kapitálu v Silicon Valley je někdy složité pochopit, jak Evropa funguje. Je potřeba EU výrazně lépe propagovat a více zdůrazňovat její jedinečné charakteristiky. Evropa určitě nemá nedostatek inovativních firem a rozhodně jí nechybějí ani talenty. Také se může pochlubit špičkovými univerzitami a v řadě klíčových inovačních metrik zaujímá první místo. Lepší branding, jasné vysvětlení pravidel pro investice a větší propagace

perspektivních start-upů jsou nezbytné k tomu, abychom americkým investořům pomohli najít cestu do zemí EU. Slibným začátkem je práce Evropské rady pro inovace, která v Silicon Valley odstartovala program „měkkého přístání“ pro patnáct start-upů z celé EU.

Společný přístup k rozumným normám a regulacím

Existují ale i jiné než ekonomické výhody spolupráce mezi Kalifornií a EU a jejími členskými státy. Obě strany jsou rozhodně napřed, pokud jde o regulaci nových odvětví. Průkopnická role, kterou má Kalifornie v rámci USA – nastavování standardů, které následně přejímají i další státy, je srovnatelná s rolí, již EU stále více hraje na globální úrovni. Kalifornie a EU tak mohou společně stanovovat rozumné a účinné globální normy.

Vezměme si příklad ochrany soukromí a dat. Kalifornie i EU již zavedly komplexní zákony na ochranu soukromí, které posilují základní práva občanů v digitálním věku. Tyto zákony poskytují občanům Kalifornie a EU větší přehled a kontrolu nad tím, jak firmy sbírají a používají jejich data. Například už díky tomu, že jim tyto zákony poskytují právo na přístup k jejich údajům a jejich

vymazání. Právní předpisy bychom ovšem mohli více sblížovat i v jiných oblastech a zároveň tu je velký potenciál pro spolupráci také v energetické účinnosti, ekodesignu či udržitelnosti bezpečnosti potravin. Snad nejnaléhavějším problémem, u něhož je nutné sladit regulaci, je umělá inteligence. Kalifornie i EU v tomto ohledu podnikají slibné kroky. Zákonnodárci státu Kalifornie přicházejí s návrhy zákonů na podporu odpovědné umělé inteligence, zatímco EU právě dokončuje svůj dlouho očekávaný zákon o AI, první komplexní regulaci umělé inteligence na světě.

Zdá se, že Silicon Valley stále více uznává význam regulace. Průmysl, a zejména technologický sektor, totiž není žádný homogenní blok, který by se a priori stavěl proti jakékoli regulaci. Řada amerických firem regulaci EU vítá a chápe, že rozumně nastavené zákony mohou podporovat inovace a důvěru v trhy. Vezměme si například zákon o digitálních trzích (DMA), který upravuje moc některých „gatekeepers“, tedy velkých platforem poskytujících klíčové služby v digitální ekonomice. Několik firem uvedlo, že DMA pro ně otevírá nové příležitosti a rády by jeho výhody rozšířily i mimo EU. Zdá se, že i zavedení hráči v big tech uznávají, že regulace je nezbytná. A až na několik výjimek považuje většina hráčů digitální politiku EU za rozumný standard. Názor, že regulace je pouze brzdou inovací, se v rámci politických debat dostává stále více do pozadí.

Závěrem

Když se ohlédneme za naším prvním rokem v San Francisku, věříme, že se EU stala klíčovou součástí politických debat v Kalifornii. První výsledky našeho spojení s kalifornskými tvůrci politik jsou velmi nadějná. Jsme přesvědčeni, že jak Kalifornie, tak EU budou ještě dlouho těžit z výhod vzájemné spolupráce. ■

TEXT: GERARD DE GRAAF

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV AUTORA



Gerard de Graaf, hlavní vyslanec EU pro oblast digitálních technologií a vedoucí kanceláře EU v San Francisku

FRANCIS KORBEL

NEJBOHATŠÍ A NEJVLIVNĚJŠÍ ČECH RANÉ KALIFORNIE

Byl jedním z prvních Čechů, kteří se usadili na tichomořském pobřeží Spojených států, nepochybně první, kdo tam uspěl, téměř jistě nejbohatší a dozajista nejvlivnější Čech v San Francisku. A k tomu všemu byl ve svých rodných Čechách nejviditelnější postavou české Kalifornie přelomu 19. a 20. století.



František Korbela (1831–1920)

Bechyňský rodák František Korbela měl sice dobré středoškolské vzdělání, ale do Ameriky přišel jako uprchlík naprosto bez prostředků. Jako sotva dospělý se totiž v Praze aktivně zapojil do dění revolučního roku 1848 a nezbylo mu než ilegálně opustit zemi. Ještěže v německých Brémách bylo středisko,

kteří pomáhali politickým uprchlíkům, tam zdarma dostal lístek na loď do New Yorku a k tomu ještě deset dolarů na cestu. Už cesta plachetnicí byla očištěm, nejenže trvala 64 dní, ale, jak Korbela vzpomíná, „já nemohl jísti nic než lodní suchar, když jsem z něho plíseň nožem ořezal a suchar hodně kladivem neb sekerou rozbil a ve vodě rozmočil“.

Jednoduché to Francis Korbela, jak si nově říkal, neměl ani v New Yorku. Živil se nejprve jako většina tehdejších českých imigrantů v továrně na výrobu doutníků, pak zkusil štěstí v tiskárně i na železnici a dokonce se krátce upsal na stavbu Panamského průplavu. Něco málo si vydělal, ale uspěl teprve, když se v roce 1860 nakrátko zastavil v Čechách a do Spojených států přivezl své bratry Antonína a Josefa a usadil se s nimi na druhém konci Ameriky.

Od doutníků k tiskárně a časopisu

San Francisco 60. let 19. století bylo v té době jediným velkým městem Kalifornie. Prosperovalo díky rodinám, které při zlaté horečce našly cenný kov, ale také díky tomu, že místní záliv byl ideálním přístavem pro probouzející se obchod s Asií. V roce 1863 si bratři

v centru města založili firmu na doutníky, ty potřebovali balit do krabic, a tak si postavili závod na zpracování dřeva s parní pilou, kde záhy zpracovávali na 25 tisíc prken denně.

Na krabice s doutníky bylo třeba lepit kvalitní a umělecké nálepky, takže dalším krokem bratrů Korbelových byl nákup parní litografické tiskárny a zaměstnání malířů a grafiků, kteří nálepky umělecky ztvárnili. Tiskárna ale nebyla plně využita, a tak se Korbelové v roce 1876 pustili do dalšího riskantního podnikání – začali vydávat bohatě ilustrovaný týdeník *The Wasp* (Včela). Velkým formátem a kvalitními kolorovanými politickými vtipy byl ve své době výjimečným úkazem. Kolem časopisu se záhy objevila řada Středoevropanů: hlavním ilustrátorem se stal Němec Keller, rytec Smolík byl zase Čech...

V New Yorku by Korbelové tak rychle určitě neuspěli, ale Kalifornie byla zatím z obchodního pohledu pole neorané. Zdálo se, že růst firmy F. Korbela & Bros., pro niž pracovalo několik set zaměstnanců, už nic nezastaví. Pak ale přišel srpen 1876 a jejich továrna lehla popelem. Korbelové se ale nevzdali, časopis *Wasp* vyšel podle plánu ve spřátelené tiskárně, půjčka spřízněných podnikatelů pak Korbelům pomohla finančně z nejhoršího. O tom, že František Korbela

chtěl okamžitě továrnu obnovit, psal i do Prahy svému dlouholetému příteli Vojtovi Náprstkovi. A jak napsal, tak i udělal.

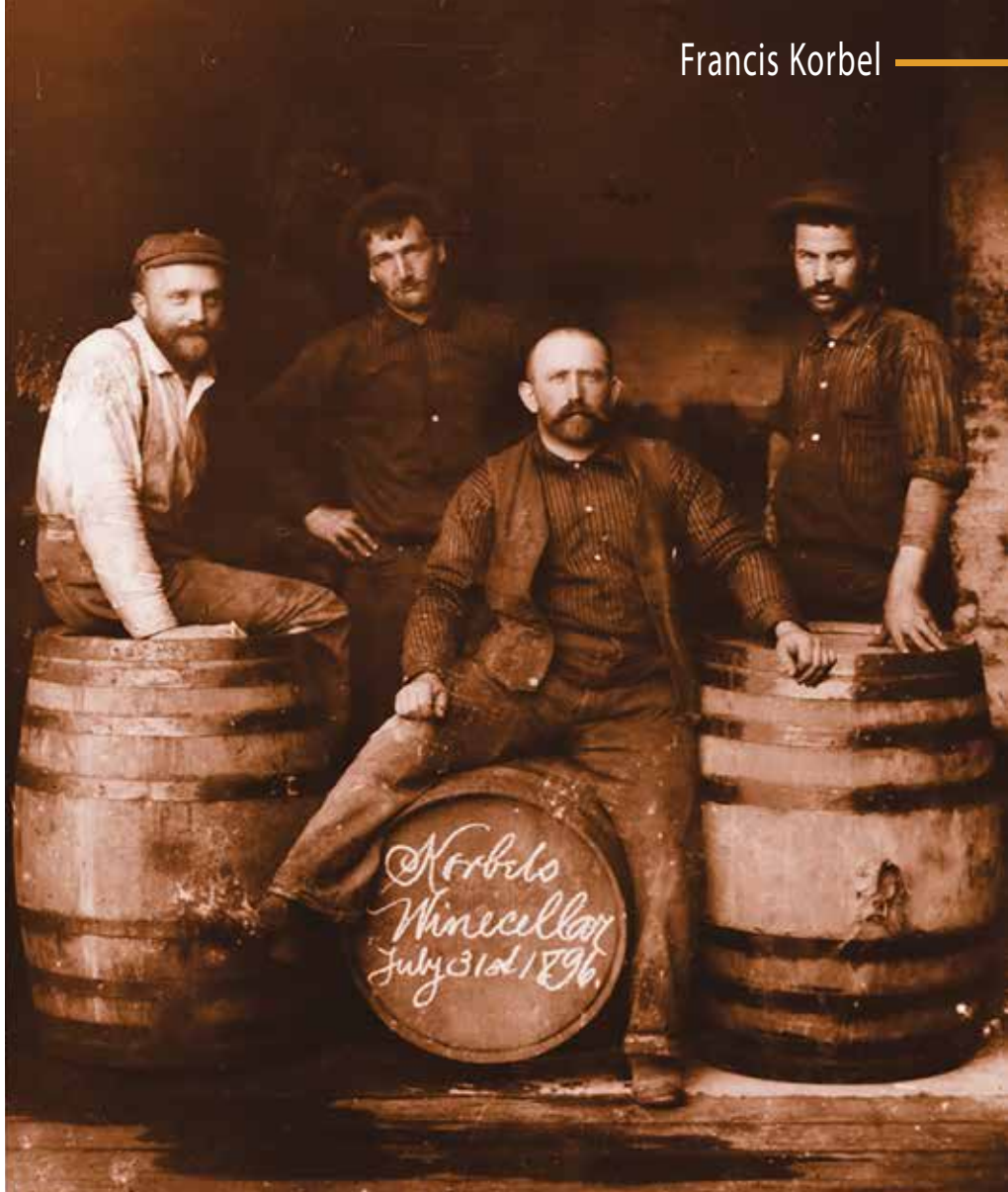
Těžba dřeva a vinice

Bratrům velmi pomohlo, že postupně začali své podnikání diverzifikovat, a to díky čtvrtému bratrovi Václavovi, který do Ameriky přišel později. Krátce po svém příjezdu, jak napsal krajský měsíčník, pro „*utužení svého chatrného zdraví odebral se do (údolí) Sonoma, kdež jeho obchodní talent rozpoznal ihned velkou budoucnost*“. Přesvědčil bratry, aby tam převzali malou pilu, a sám ji pak začal řídit. Korbelové pak nakoupili rozsáhlé pozemky v okolí a své sídlo přesunuli k Ruské řece pojmenované podle obchodníků, kteří tam dříve prodávali kožešiny z Aljašky. Korbelové začali ve velkém těžit sekvojové dřevo, které na vlastních zámořských lodích vyváželi do Evropy a Latinské Ameriky, rozšířili pilu, začali chovat dobytek a nakonec i vyrábět sýry. Aktivita firmy F. Korbel & Bros. se stále více přemísťovala na sever od San Franciska. O pouhý rok později pak na vykáčených pozemcích založili vinici.

Nebyli první, už před nimi v Sonomě i sousedním údolí Napa pěstovali révu němečtí, maďarští a dokonce i jeden český vinař. Významný český cestovatel Josef Kořenský navštívil vinice už v roce 1893 a napsal: „*Na korbelových vinicích pěstuje se réva francouzská, rýnská, uherská i česká, z Mělníka a Žernosek tam přenesená. V rozsáhlých sklepích, jež v sobě chovají asi 20 000 hektolitrů kalifornského toho nektaru, klepali jsme na všechny obrovské sudy a okoušeli jsme posléze výborné vlastnosti ročníku čtyřiaosmdesátého. Ten již nastupuje dalekou cestu do širého světa.*“

Pomoc českým firmám

Korbelové už na konci 19. století podporovali obchodní vztahy Čech s Amerikou a pomáhali českým firmám. František osobně organizoval to, co bychom dnes nazvali exportními semináři. V roce 1896 třeba na setkání s členy Vývozního spolku pro Čechy, Moravu a Slezsko podle dobového českého tisku nabízel, že „*ochotně rád každému poskytne rady, kdo by se na něj obrátil*“. A Čechům Korbelové otvírali dveře dokořán



i ve své firmě, když do Kalifornie lákali schopné krajany. Z velké části u nich pracovali na vinicích, Čech řídil i Korbelovu čtyřicetkilometrovou firmní železnici a mnoho dalších částí

jeho společnosti a – jak píše Kořenský – Korbel jim vytvářel opravdu domácí prostředí, když v Sonomě zřídil „*čítárnu s výběrem předních českých deníků i listů obrázkových*“.

Dobová reklama z 90. let 19. století





Dobová reklama z poloviny 20. století

Financoval konzulát

Korbelův úspěch neunikl ani pozornosti rakousko-uherských diplomatů, a tak se na něj začali obracet. V San Francisku Rakousko-Uhersko už od poloviny 19. století zastupovali honorární konzulové, ti se ale často střídali. Když v létě 1891 zemřel konzul Hochkofler, vídeňské ministerstvo zahraničních věcí se rozhodlo oslovit právě Korbela, který čestnou funkci přijal. S jeho nástupem konzulát získal stabilitu, která mu dosud chyběla, navíc Korbel svou práci dělal více než dobře. Kdykoliv se proto začalo uvažovat o přeměně honorárního konzulátu v Kalifornii na efektivní, což by samozřejmě bylo finančně náročné, rakousko-uherský vyslanec ve Washingtonu ve své zprávě uvedl, že

Bratři Korbelové jsou dnes jedinými Čechy na pacifickém pobřeží Spojených států, po nichž i po více než půldruhém století zůstala výrazná stopa. Firma, kterou František se svými bratry založil, už sice nevydává časopisy ani netěží sekvojové dřevo a od 50. let 20. století není ani v českých rukách, ale je stále úspěšná a svá šumivá vína podávaná často v Bílém domě nadále prodává pod zavedeným jménem Korbel.

dokud úřad spravuje (a tedy i financuje) Korbel, není třeba nic měnit.

V roce 1903 ale Korbel ze zdravotních důvodů opustil San Francisco a odjel původně nakrátko do Prahy. Honorární konzulát svěřil do péče svého zaměstnance, rodáka z moravského Šternberku, Karla Ruize de Roxase. Ten jej pak bez větších problémů Korbelovým jménem vedl až do ničivého zemětřesení v dubnu 1906, při němž se zřítily i bratrům patřící budova, v níž sídlil konzulát. V té době se zbylí dva bratři Korbelové zaměřili už pouze na výrobu vína, kterého tehdy vyráběli na sto tisíc galonů ročně, a jejich aktivity přímo ve zničeném San Francisku byly jenom malé. František už navíc věděl, že ze zdravotních důvodů bude delší dobu v Praze, a tak na post honorárního konzula rezignoval. Nakonec v Čechách zůstal trvale a kromě jediné krátké návštěvy se už nikdy do Kalifornie nevrátil.

Patriot do posledního dechu

Těžko se už dozvíme, zda si vídeňské ministerstvo uvědomovalo, že Korbel byl nejen příkladný zástupce Rakousko-Uherska, ale současně také opravdový český patriot a význačný mecenáš, který financoval řadu aktivit na podporu české nezávislosti. Jeho rezignace na konzulskou funkci a pobyt v Praze mu umožnily o to víc podporovat česko-americké aktivity. Díky jeho finančnímu daru byla

třeba v roce 1909 ve Spojených státech založena Česko-Americká Tisková Kancelář, která hrála významnou roli v boji za nezávislost. Na Čechoameričany nezapomínal ani jako místopředseda zahraničního výboru Národní rady české, sdružující od roku 1900 společenské, politické, hospodářské i kulturní organizace s cílem pečovat o české menšiny.

Francis/František Korbel zemřel v osmaosmdesáti letech na začátku roku 1920 v hlavním městě už nezávislého Československa. Stihl tak vidět ono vítězství Čechů nad Rakušany, ve které celý život věřil. Zemřel jako vážený pražský občan a četné nekrology opakovaně zmiňovaly, jak důstojně reprezentoval český národ. ■

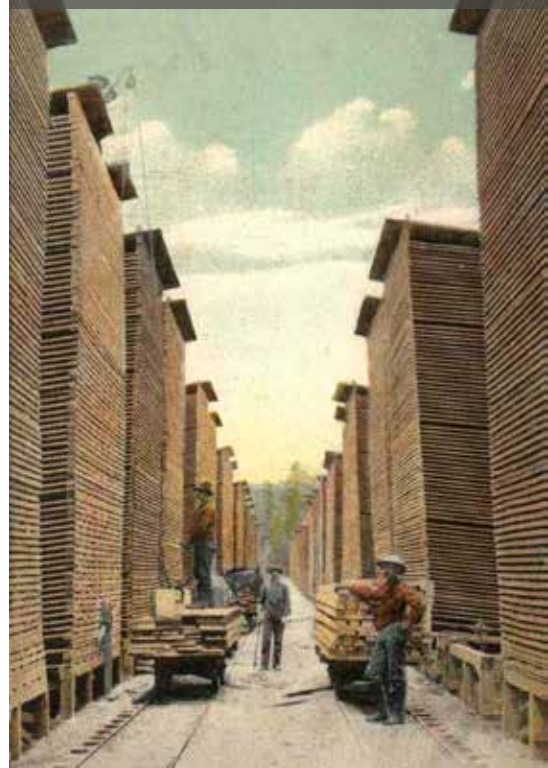
TEXT: JAROSLAV OLŠA, JR.

FOTO: ARCHIV AUTORA

Viněta ze 40. let 20. století



Pila bratří Korbelů



ZÁRUČNÍ PROGRAMY EVROPSKÉHO INVESTIČNÍHO FONDU



„Provozujeme stylovou kavárnu nedaleko dejvického nádraží, zaměřujeme se na anglické snídaně a domácí kuchyni z kvalitních surovin. Na rozšíření kavárny bychom potřebovali úvěr, ale neradi bychom dávali do zástavy nemovitost. Je nějaká možnost, jak úvěr zajistit jinak?“

Matěj Záhorský, majitel Café Záhorský s.r.o.



ODPOVÍDÁ JAN ROSEN, PRODUKTOVÝ MANAŽER, KB

Možností, jak bance poskytnout zajištění za úvěr, je několik. Jednou z nich je využít některý ze záručních programů Evropského investičního fondu (EIF). Je to jednoduché, banka za klienta všechno vyřídí, a navíc – klient za záruky EIF neplatí žádný poplatek.

Podporované aktivity

Úvěry se zárukou EIF využívají výhodu Evropské unie v rámci fondu InvestEU. Podporovány jsou oblasti, které EU považuje za prioritní. Zvýhodněnou zárukou tak mohou získat třeba mikropodnikatelé do deseti zaměstnanců.

Výhody pro klienty

Záruka částečně snižuje riziko, které banky při poskytování úvěrů obvykle vnímají, což vede k poklesu rizikových

nákladů. Klient tak získává mírně nižší úrokovou sazbu oproti sazbě bez účasti v programu. Banka také snižuje požadavky na další zajištění úvěru, proto může poskytovat i větší úvěry bez zajištění nemovitostí. Mnohdy je právě zajištění zárukou EIF tím jazyčkem

Záruční programy, které nabízí Komerční banka:

- EuroGreen**
 Projekty snižující dopady klimatické změny, například využití sluneční energie, výstavba nebo renovace komerčních budov vedoucí k úspoře energií či investice související s výrobou úsporných výrobků.
- EuroInovace**
 Pro inovativní projekty, které firmám přinášejí inovaci výrobku či procesu.
- EuroEdu**
 Zaručeny jsou úvěry podnikatelům, kteří mají hlavní NACE anebo použijí úvěr na aktivity v oblasti vzdělávání.
- EuroCreative**
 Pro firmy aktivní v kreativních či kulturních sektorech.
- Microfinance**
 Podpora osob znevýhodněných na trhu práce nebo ohrožených sociálním vyloučením a podniků, které tyto osoby zaměstnávají.

Jak získat úvěr se zárukou?

- Podnikatel se nejprve spojí s bankou a představí svůj záměr. Bankéř sám anebo se specialisty zhodnotí možnost zapojit jej do některého z EIF programů.
- Banka posoudí rizika spojená s poskytnutím úvěru a případně použije záruku. Do EIF se neposílají žádné informace k rozhodování, vše se řeší zde.
- Podpis smlouvy: Pokud je záruka použita, veškeré podmínky jsou obsaženy v úvěrové dokumentaci. Vše je na jednom místě. Smlouvu lze podepsat i online.
- Klient může okamžitě úvěr čerpat, nemusí se čekat na žádné záruční listiny či schválení, vše může být dílem okamžiku.

na vahách, který ovlivní schválení úvěru. Financování tak mohou získat i ti klienti, kteří by jinak úvěr nezískali nebo pouze za výrazně horších podmínek.

Využívání záruk EIF je běžnou praxí financování podnikatelů, Komerční banka doposud poskytla přes 16 tisíc takto podpořených úvěrů v celkové výši téměř 40 miliard korun. Záruky nám pomáhají být našim klientům oporou jak v dobrych, tak i v těch složitějších časech. ■



ZDROJ: KB

FOTO: ARCHIV KB A SHUTTERSTOCK

David Formánek:

BANKA MUSÍ BÝT PRO SVÉ KLIENTY KORÁBEM, KTERÝ USTOJÍ I PLAVBU NA ROZBOUŘENÉM MOŘI

Podle ekonomů Komerční banky (KB) má tuzemská ekonomika z pohledu své výkonnosti to nejhorší za sebou a po loňském poklesu si letos polepší. Růst to ovšem bude hodně mírný a patrnější až ve druhé polovině roku. „I tak se ukázalo, že ekonomika naší země je robustní, a když se na ni budeme dívat jako na celek, představuje velkou loď, která i na rozbouřeném moři dokáže držet směr. Jsem rád, že stabilita a síla naší banky této skutečnosti napomáhá,“ říká David Formánek, člen představenstva KB zodpovědný za korporátní a investiční bankovníctví.



David Formánek je členem představenstva KB zodpovědným za korporátní a investiční bankovníctví

Vaši ekonomové nazvali situaci tuzemské ekonomiky příznačně ospalým rozjezdem, kdy po loňském předpokládaném poklesu reálného HDP o 0,4 procenta by měla jít letos křivka výkonnosti pomalu nahoru, a to o 0,8 procenta. Odrazila se tato čísla za minulý rok nějak výrazně v chování vašich korporátních klientů?

Z našeho pohledu se žádný krizový stav nekonal, vidíme to v nákladech na riziko, které dosáhly naprosto zanedbatelné výše. Ovšem celý loňský rok byl ve znamení zvýšené opatrnosti a ekonomická stagnace tento trend podpořila. Investiční apetit byl nižší zejména u středních firem, některé bojovaly

”

NAŠI KLIENTI SI NA KB
NEJVÍC CENÍ DVOU VĚCÍ
– ERUDICE BANKOVNÍCH
PORADCŮ A ZNAČKY.

a dodnes bojují s vyššími cenami energií, řešily změny svých byznys modelů, potýkaly se s narůstajícími personálními náklady, s vyššími úrokovými sazbami a tak podobně. Věřím, že pokud letošek přinese pozitivní impulzy, jak předpokládáme, zvýší se investiční aktivita podniků, což by podpořilo ekonomiku samotnou.

Udržitelnost a energetická bezpečnost jako základ

Co považujete za stěžejní předpoklad k většímu investičnímu apetitu firem?

Všechno se točí kolem energií. Základem prosperity a konkurenceschopnosti je podle mého názoru dostatek energií za rozumnou cenu. Musíme brát na zřetel, že jsme jednou z nejprůmyslovějších zemí Evropy, takže pro nás je to větší téma než pro jiné ekonomiky. Jsem rád, že se podařilo dosáhnout společenského konsenzu o jaderné energii a o tom, že náš budoucí energetický mix by měla tvořit jaderná energie kombinovaná s obnovitelnými zdroji doplněná plynem jako přechodovým médiem, jež může později nahradit například vodík. Dosáhnout tohoto stavu bude vyžadovat obrovské částky a realizaci náročných projektů, která se protáhne na desítky let. Pro zdárný výsledek bude tedy především nutné zachovat kontinuitu.

Na stránkách TRADE NEWS informujeme o projektech, které svědčí o tom, že vaše banka je v procesu ochrany životního prostředí a budování energetické bezpečnosti dlouhodobě velmi aktivní. Díky unikátnímu know-how poskytujete firmám kompletní služby od poradenství po udržitelné financování.

Ano, díky specialistům naší společnosti ENVIROS jsme jedinou bankou s takto komplexním balíčkem služeb, kdy umíme podnikatelům poradit v oblasti ESG problematiky, energetiky a obnovitelných zdrojů, pomoci s dotacemi i výběrovým řízením a nastavit celkově dlouhodobě udržitelné podnikání. V této souvislosti vždy zdůrazňuji, že přitom nejde jen o úspory, ale hledání nových inovativních řešení a podnikatelských příležitostí. Čekají nás obrovské změny v mnoha sektorech, a především malé a střední firmy mohou z této situace těžit.

Jsou si toho vědomy? Prohloubil se zájem firem o tyto vaše služby?

Narůstající zájem rozhodně pozorujeme, a to i v souvislosti s přípravou firem na reporting ESG. Větší společnosti už se tím zabývají delší dobu, ale co mě zvláště těší, že se o problematiku udržitelnosti začínají stále více zajímat menší firmy, které ji v minulosti neřešily. Čím dál častěji pozorujeme, že mnohé přijaly tento trend za svůj a je součástí jejich nové firemní filozofie, což je skvělý posun oproti předchozím letům, kdy se cítily být v tomto směru v převážné míře tlačeny ke zdi.

Nové technologie jako pomocník

Před necelým rokem jste odstartovali Novou éru Komerční banky. Vyslali jste poselství, že jde o zásadní technologickou přeměnu, stavbu nové banky třetího tisíciletí. Co se vám dosud podařilo vybudovat?

Více než 200 000 našich individuálních klientů už využívá naši novou aplikaci KB+, která je velmi moderní, rychlá a uživatelsky přívětivá. Dále na tomto řešení pracujeme a počítáme s tím, že do konce letošního roku nabídneme služby Nové éry bankovníctví jednomu milionu klientů. Zároveň s tím jsme zahájili práce na stavbě nové korporátní banky, které budou postupně probíhat několik příštích let.

Snad to nebude znamenat přesun korporátního bankovníctví pouze do online prostředí a konec vašich bankovních poradců z masa a kostí.

To určitě ne. Pravidelně monitorujeme spokojenost s našimi službami a z těchto informací jednoznačně vyplývá, že naši klienti si na KB nejvíc cení dvou věcí – erudice bankovních poradců a značky.

V budoucnu si však dokážu představit, že nové technologie a umělá inteligence dodají našim službám zcela novou přidanou hodnotu. Žijeme totiž ve světě přemíry informací a k tomu, aby náš bankovní poradce dokázal korporátního klienta správně nasměrovat, vyřešit mu problém, poradit s investicí, musí nejen dobře znát jeho firmu, ale především obrovský kontext dalších souvisejících informací. Dostáváme se do stavu, že už nemůže být v jeho silách všechno obsáhnout a vyhodnotit

Komerční banka potvrdila pozici silné a úspěšné finanční skupiny

Výsledky za rok 2023

- Celkový objem úvěrů poskytnutých Skupinou KB meziročně stoupl o 5,5 % na 827,7 miliardy Kč.
- Skupina KB obsluhovala 2 199 000 zákazníků. Samotná Komerční banka měla přes 1 664 000 klientů, meziročně o 13 000 více.
- Komerční banka se stala vítězem 22. ročníku prestižní ankety Mastercard Banka roku. Navázala tak na vítězství z předchozího roku. Kromě hlavní ceny získala také první místo jako Korporátní banka roku a Banka bez bariér. KB Pojišťovna obhájila titul Nejlepší životní pojišťovna v anketě Visa Nejlepší pojišťovna 2023.

– a zde mu může velmi pomoci umělá inteligence. Pokud to takto dokážeme smysluplně propojit, bude výsledná služba pro klienta znamenat obrovskou hodnotu. Je to zatím budoucnost, ale ne tak vzdálená. ■

S DAVIDEM FORMÁNKEM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV KB

You can also read this article
in English on itradenews.cz



Rudolf Bochenek:

ZISK PODNIKATELE POTĚŠÍ, ALE VNÍMÁME I SVOU ZODPOVĚDNOST K ZAMĚSTNANCŮM A REGIONU

„V letech 2014 a 2015 jsem si splnil sen, když jsem do teprve se rodící skupiny získal krásné české firmy se silnými, tradičními značkami a vymazlenými, zajímavými produkty pro koncové zákazníky, bolatické společnosti Lanex a Conrop a Singing Rock z Poniklé. Poté jsem se rozhodl soustředit se na posilování jednotlivých segmentů a postupně rozšiřovat plastikařinu, jejíž základ u nás položila moje první firma PF Plasty z Chuchelné, a strojařinu, v té době zastoupenou společnostmi Spojmont Ostrava a Lucco z Velkých Albrechtic,“ popisuje Rudolf Bochenek, výhradní majitel holdingu BR Group. V době, kdy přibývá českých podnikatelů, kteří zvažují přesun svých firem do zemí s příznivějšími podmínkami pro podnikání a nižšími náklady na energie, pokračuje ostravský podnikatel v uskutečňování své akviziční strategie ve výrobním sektoru na tuzemském trhu.



Ing. Rudolf Bochenek, výhradní majitel holdingu BR Group, je hrdý na to, že se mu daří stavět na nohy tradiční české značky

Moravskoslezský patriot a někdejší ředitel a později také majitel Štěrkoven Dolní Benešov prodal úspěšnou firmu těsně před finanční krizí v roce 2008. Po několikaleté přestávce začal z kvalitních českých značek v plastikářském a strojírenském oboru a v průmyslovém textilu budovat základy svého dnešního holdingu BR Group.

Jeho vizí se stala záchrana tradičních českých výrobců s rozvojovým potenciálem, kteří se dostali do potíží. Například lisovna kovů Komás z Komárova u Opavy těsně před akvizicí v roce 2018 už nevyráběla a na její další osud čekalo jen několik desítek posledních zaměstnanců. Dnes jich je kolem 150 a firma vykazuje dobré hospodářské výsledky. Za poslední čtyři roky v holdingu přibýlo pět dalších firem, které již neměly ve složité době covidu, nepředvídatelného nárůstu cen energií a narušených obchodních řetězců šanci obstát samostatně na komplikujícím se trhu.

„Jsem velmi rád, že se mým společnostem daří a vydělávají, to je samozřejmě



Jednou z posledních akvizic byly v loňském roce Strojírny Prostějov

pro každého majitele důležité. Ale aktuálně vnímám jako nejpodstatnější, že všechny firmy, které jsem v České republice koupil, nadále vyrábějí, rozvíjejí se a v lokalitách, kde fungují, zaměstnávají místní lidi," vysvětluje Rudolf Bochenek.

Z třináctičlenné skupiny se asi nejčastěji připomíná společnost Lanex s více než sedmdesátiletou historií výroby lan v Bolaticích, silným exportem do stovky destinací po celém světě a s vlastním vývojem produktů. Perlou skupiny je ve světě uznávaný výrobce vybavení pro horolezce a ochranných prostředků pro práci ve výškách Singing Rock, který je také významným exportérem na evropské, americké i asijské trhy. Ještě spolu s producentem průmyslových vaků Conrop tvoří tento trojlístek proexportně orientovanou divizi BR Industrial Textile.

K dlouholetým členům holdingu Spojmont a Lucco, které daly základ strojírenské divizi, loni přibyly Strojírny Prostějov. Součástí BR Mechanical Engineering je také nejmenší firma holdingu E-Technik, která navazuje na známou značku ETA. Rudolf Bochenek ji získal v roce 2020 jako součást akvizice plastikářské společnosti IPG Plasty.

V současnosti čelí evropský strojírenský průmysl zpomalení investičních projektů kvůli aktuálním vysokým úrokovým sazbám, promítajícím se především ve stavebnictví, a zbrzdění německé ekonomiky i rostoucí konkurenci na Východě. To jsou momenty,



Ve všech světových přístavech se najdou lodní lana z Lanexu. Kotví na nich i největší tankery světa. Jde o osmipramenné speciální lano vyrobené v kombinaci polypropylen-polyethylen, někdy s přidáním polyesteru

kteří aktuálně negativně ovlivňují i Bochenkovy strojírny. Naštěstí se mohou opírat o své hlavní konkurenční výhody, jimiž jsou vysoká kvalita, flexibilita a výroba s vysokou přidanou hodnotou. Podstatné je také široké portfolio zákazníků, orientace na různé trhy jak technologickými možnostmi, tak historickým vývojem v jednotlivých firmách, které se postupně propojily do jedné divize. „V divizi se zaměřujeme především na technologicky náročné svařence, kolejový průmysl a montážní celky," vysvětluje stabilitu segmentu ředitel BR Mechanical Engineering Pavel Nápravník.

BR Group v každém autě

Díky spojení více specializovaných firem, lisoven plastů IPG Plasty v Miloticích nad Bečvou, mohelnickému Montixu a Linasetu, lisovně plastů a kovů Forez z Lanškrounska a lisovně kovů Komax si holding postupně vybudoval silnou pozici všestranného dodavatele lisovaných komponentů pro automobilový průmysl. Dnes tvoří dodávky pro automotive více než polovinu tržeb holdingu.

Velkým problémem evropských automobilek se zavedenou a léta úspěšnou výrobou automobilů se spalovacími motory je neschopnost opustit postupně se vyčerpávající výrobní model. Když přihlídneme ještě k vysokým cenám energií v Evropě, přísným emisním normám v EU a tlaku na plnění ekologických cílů, nemusí evropský autoprávní přechod na elektromobilitu snadno ustát.

„Přechod se odehrává příliš rychle, tahoun české ekonomiky bude oslabovat a jeho podíl na HDP se nemusí zdařit včas nahradit jiným oborem," obává se podnikatel. Jeho automotive divize ale nemusí být nijak zásadně ohrožena, protože dodává převážně díly pro světlomety, které budou zapotřebí i u vozů na další typy pohonu. Jednotlivé firmy z BR Automotive se navíc specializují na produkci s vyšší přidanou hodnotou, například na náročné číré plasty, na jejich pokovení nebo na spojení kovových a plastových dílů do jednoho výlisku.

„Jen těžko byste dnes na našich silnicích hledali osobní auto, na kterém není

BR Group a.s.

Holdingová společnost BR Group sdružuje třináct výrobních firem z oborů průmyslového textilu, plastikářství, automotive a strojírenství. Akvizičně mimořádně aktivní skupina, jejímž výhradním vlastníkem je Ing. Rudolf Bochenek, loni koupila hned dvě významné společnosti, lisovnu plastů Linaset s provozy v Bruntále a v Budišově nad Budišovkou a Strojírny Prostějov.

Rychlý růst holdingu, který ještě v roce 2018 čítal jen šest firem, ho v posledních pěti letech postupně posunul mezi nejvýznamnější hráče českého průmyslu. V roce 2023 se skupina se 3400 zaměstnanci a obratem 6 miliard korun zařadila mezi největší výhradně české soukromé zaměstnavatele v ČR.

www.brgroup.cz

žádný díl z naší skupiny. Nyní přidáváme nově ke klasickým termoplastům i termosety, které najdou uplatnění v dalších segmentech plastikářského trhu. Naše nástrojárny mezi sebou kooperují tak, abychom při výrobě nebo úpravě forem dokázali vyjít vstříc i náročným požadavkům zákazníků," popsal aktuální kondici šesti firem divize BR Automotive její ředitel Libor Černý.

Cesta za co nejvyšší efektivitou celku

Plastikářský obor byl hned po skláření a výrobě stavebních materiálů také obětí krize způsobené zvyšujícími se náklady na energie, vysokou konkurencí z Východu a nízkými maržemi. Není proto divu, že nabídky na odkup dalších plastikářských firem, jejichž majitelé již ztratili naději, že se navrátí někdejší prosperita, se na stůl Rudolfa Bochenka dostávají stále ve velké míře. Ostravský průmyslník ale vidí perspektivu i v dalším posilování strojírenského segmentu a také průmyslového textilu, jehož výroba ze střední Evropy povážlivě mizí.

Vnucuje se myšlenka, zda není další rozšiřování holdingu a jeho automotive divize v aktuálních evropských podmínkách



Část procesu výroby světlovodu na Jaguar X540 v IPG Plastech, robot odebírá dílec z formy

přílišným rizikem. „Nemyslím. Jednotlivé výroby ve skupině mají různé energetické nároky, jejich trhy kolísají nestejně. Když se jednomu nedaří, skupinu podrží ty, které jsou na tom zrovna dobře. Proto máme heslo, že síla je ve spojení – Power of Unity. Třeba firmy IPG Plasty, Montix nebo Forez jsem koupil ve špatné ekonomické kondici, ale už se stabilizovaly. K energeticky náročným patří kvůli výrobě vláknů na extrudérech naše vlnková loď Lanex, ale je výrobcem špičkových finálních produktů, které jsou poptávány na zahraničních trzích celého světa. A prudký nárůst energií jsme loni v Lanexu řešili krátkodobým převedením části výroby do sesterské společnosti v Polsku, kde jsou energie levnější. Takže jako všichni i my zaznamenáváme různé propady a nárůsty, naštěstí v odlišných segmentech a v různých okamžicích," nelituje svých rozhodnutí šéf holdingu. Výhodou skupiny je široké portfolio výrobních a vysoký počet exportních destinací. Snadněji se tak vyrovnává s cyklickými poklesy poptávky v jednotlivých oborech a na různých trzích.

Vysoké akviziční tempo posunulo v loňském roce BR Group mezi nejsilnější subjekty českého průmyslu. V příštím období se chce vedení skupiny soustředit především na vybudování moderní holdingové struktury, v níž jednotlivé firmy budou maximálně těžit ze vzájemných synergií, a koncepční automatizace výroby.

„Musíme srovnat technologickou i znalostní úroveň v jednotlivých firmách, pořízených v různé době a za různých podmínek, abychom dosáhli co nejvyšší efektivity celku. A také se chceme přerodit v moderní holding i myšlením, vizí a filozofií, naučit se hledat v investování do programů ke snížení naší uhlíkové stopy a minimalizaci negativních vlivů na životní prostředí i zajímavé byznysové příležitosti. Na této cestě nám pomohou specialisté Komerční banky, která je naším dlouholetým finančním partnerem," nastínil další plány BR Group její finanční ředitel Martin Volný. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ
FOTO: ARCHIV BR GROUP

Conrop dodává i speciální krycí plachty třeba na letouny nebo na vojenskou techniku, jimiž se chrání optika, hydraulika a další citlivé části různých technologií a zařízení



BR GROUP ŘEŠÍ SVOU ESG STRATEGII A DEKARBONIZACI VE SPOLUPRÁCI S ODBORNÍKY Z KB ADVISORY A ENVIROSU

Strategii i konkrétní opatření pro snižování uhlíkové stopy ve svých třinácti výrobních firmách i jejich zahraničních pobočkách bude holding BR Group nastavovat ve spolupráci se specialisty z KB Advisory a Envirosu.



Smlouvu na provedení řady činností směřující k přípravě ESG reportingu a návrhu ESG strategie podepsali zástupci BR Group a KB Advisory, Rudolf Bochenek a Jan Hanuš, ve středu 31. ledna v sídle společnosti BR Group v Ostravě

Jan Hanuš, jednatel KB Advisory a CEO Enviros:

Je skvělé být víc než finančním partnerem

„Komerční banka je jedním z významných finančních partnerů české holdingové společnosti BR Group, kterou podporuje v jejích rozvojových aktivitách.

Nově budeme s kolegy z KB Advisory a Envirosu, patřících do skupiny KB, připravovat pro skupinu BR Group a jejich třináct výrobních firem, respektive osmnáct výrobních provozů, strategii v oblasti ESG a dekarbonizace. Na spolupráci se velmi těšíme a vnímáme ji jako velký závazek, protože téma ESG a dekarbonizace je pro české výrobní podniky velkou výzvou.

BR Group tuto výzvu pevně uchopila již v minulosti, kdy v této oblasti řadu dílčích opatření realizovala. Od instalace fotovoltaických panelů přes úsporná LED osvětlení včetně stmívacích senzorů až po zateplení či výměnu kotlů a technologických celků chlazení za úspornější.

Naším úkolem bude pomoci klientovi najít takové cíle a řešení, která budou prakticky využitelná, smysluplná a kromě pozitivních dopadů na klima budou mít co nejlepší ekonomickou návratnost. Zpracovávané ESG review bude zaměřeno na výpočet uhlíkové stopy, energetiku, odpady a hospodaření s vodou. Chceme pokrýt maximum oblastí, jež mohou tvořit podstatné faktory pro dosažení nízkouhlíkové strategie, respektive uhlíkové neutrality.

Naše aktivity rozdělené do několika etap tak budou směřovat k přípravě ESG reportu. Tedy reportu udržitelnosti v souladu s legislativními požadavky a potřebami holdingu. Mám radost, že můžeme být finančním i odborným partnerem společnosti, pro kterou udržitelnost není jen slovo, ale nedílná součást jejího byznysu.“

Rudolf Bochenek, majitel a statutární ředitel BR Group:

V environmentu přistupujeme k promyšlené strategii

„My jsme samozřejmě dosud nezháleli a mnohé environmentální projekty již realizujeme. Podnikání musí pochopitelně i do budoucna zůstat především byznysem, tedy činností, která podnikateli vydělává. Ovšem uvědomujeme si, že zvláště jako velká průmyslová skupina, v níž jsme se v posledních několika letech rozrostli, máme své povinnosti vůči zaměstnancům, komunitám v místech, kde naše fabriky působí, i vůči krajině a přírodě. Věřím, že management skupiny i jednotlivých firem přijme společenské změny a s nimi související nové úkoly pro výrobní firmy jako výzvu a bude v nich hledat nové, zajímavé podnikatelské příležitosti. Spolu se specialisty z KB Advisory bychom měli přejít od dosavadních dílčích projektů v této oblasti k systematické práci a vzájemně provázané strategii.“

ZDROJ: BR GROUP A KB

REALIZUJTE SVOU STRATEGICKOU TRANSFORMACI S NÁMI

BUSINESS CONSULTANCY SERVICES

KAŽDÁ TRANSFORMACE JE UNIKÁTNÍ. CO MÁME V NABÍDCE ?



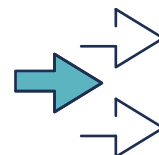
PROCESNÍ OPTIMALIZACE

Mnoho systémů, různá data a různé procesy v rámci jednotlivých oddělení?
Pomůžeme vše zjednodušit, nastavit a zdokumentovat.



IMPLEMENTACE IS

Narazili jste na limity informačního systému, nebo nemáte žádný?
Zajistíme revizi, analýzu, najdeme a implementujeme vhodné řešení.



REALIZACE STRATEGIE

Máte jasno ve vašich plánech?
Připravíme realizační plán, smysluplnou integraci vašich lidí, korektní komunikaci a transparentní sledování průběhu realizace vaší strategie.

SPOLUPRACUJME

evolve@devpack.cz

Tel.: +420 602 532 483



POJĎTE SI HRÁT (NEJEN) SE SVĚTLEM

Myslíte, že je možné obejmout světlo? Česká designová značka Lunamies® se o to snaží. „Podporujeme hravost a kreativitu. Naši malí i velcí zákazníci společně s námi vytvářejí originální dekorace, třeba do dětského pokoje, na narozeninovou oslavu, ale také do mateřských škol nebo hračkárství,“ říká Petra Kubíčková, jedna ze zakladatelek této mladé firmy.



Petra Kubíčková (vlevo) a Samanta Budinová, zakladatelky společnosti Lunamies, jsou několikanásobnými maminkami

Lunamies s.r.o.

byla v loňském ročníku soutěže začínajících podnikatelů Nastartujte se oceněna bronzovou medailí.



vytvoříte správné prostředí, chováte se k nim s respektem a motivujete je, má to na ně naprosto zásadní pozitivní vliv. Prostřednictvím osobní prezentace, ať v kamenném obchodě ve formě atraktivní výlohy či originálního dětského koutku nebo na prodejních festivalech, mají naši klienti větší šanci přenést na své malé i velké zákazníky emoci a příběh,“ doplňuje spoluzakladatelka Samanta Budinová. ■

ZDROJ: LUNAMIES®

WWW.LUNAMIES.COM

WWW.STORIESBYLUNAMIES.COM

Lunamies® spojuje světlo a textil. Myšlenka uzrála v hlavách dvěma kamarádkám, ale hlavně maminkám, Samantě Budinové a Petře Kubíčkové. „Obě jsme dříve pracovaly ve velkých reklamních agenturách, a protože nám na mateřské chybělo kreativní prostředí a chtěly jsme využítkové předěšlé zkušenosti, rozhodly jsme se podnikat s novým produktem pro děti. Cílem bylo vytvořit něco neotřelého, co vydrží roky a neskončí po sezoně nebo jednom použití v koši. Zákazník si může naše girlandy tvořit postupně,

dokupovat dětem dalšího ‚kamaráda‘ v podobě zvířátka nebo jiného textilního motivu, který se jinak dá také z girlandy sundat a poslouží samostatně. Anebo si vytvořit svou originální dekoraci pro jakoukoli oslavu,“ vysvětluje Petra Kubíčková.

V současné době značka rozšiřuje své působení a přináší na český trh novou butikovou agenturu Stories by Lunamies®, která se soustředí na oblast designu prodejních prostor se zaměřením na dětský sortiment. „Pokud dětem





Aby bylo zboží u zákazníků včas, řidiči společnosti denně ujedou průměrně pět tisíc kilometrů

Martina Pěčková:

ANONYMITA GLOBÁLNÍHO OBCHODU ČLOVĚKA DEMOTIVUJE POTŘEBUJE VIDĚT VÝSLEDKY SVÉ PRÁCE NA VLASTNÍ OČI

„Nejdůležitější je umět naslouchat,“ říká výkonná ředitelka české velkoobchodní společnosti EURO NÁŘADÍ Martina Pěčková. „Velmi mi záleží na tom, aby náš kolektiv, který tvoří navzdory často náročné manuální práci nejen muži, ale také ženy, dosahoval dobrých ekonomických výsledků, ale zároveň v něm panovaly harmonické mezilidské vztahy.“



Martina Pěčková, výkonná ředitelka společnosti EURO NÁŘADÍ, působí ve firmě sedm let. Původně pracovala na pozici HR manažerky

Příjemná atmosféra se z týmu přenáší i do vztahu se zákazníky. „Naši zákazníci nás již dvacet let chápou nejen jako dodavatele, ale především jako spolehlivého partnera, který jim pomáhá budovat jejich vlastní podnikání. Nikdo z nás nežijeme jen prací, profese se přirozeně promítá do celkového životního stylu. Našich pětadvacet obchodníků se denně vydává do prodejen, kde společně s partnery řeší jejich aktuální potřeby. Mají zmapovaný každý metr svěřené prodejny, a tak přesně vědí, jaké zboží je potřeba objednat. Poskytují



Pracovníci EURO NÁRADÍ denně expedují objednávky v celkové hodnotě téměř 2 miliony korun



Významnou část týmu tvoří ženy

odborné poradenství, představují zajímavé novinky, pomáhají s uspořádáním a přestavbou prodejny, nabízejí pomoc s marketingem, naslouchají potřebám zákazníků. A v neposlední řadě přinášejí i úsměv," připomíná důležitost lidského rozměru v profesní komunikaci.

Jako dlouholetý partner má společnost osobní zájem na prosperitě svých zákazníků, ať už se jedná o malé nezávislé prodejce nebo velké obchodní řetězce. Produktové oddělení průběžně vyhledává zajímavé novinky a pátrá po mezerách na trhu. Pod prémiovou značkou si nechává od českých a evropských firem vyrábět produkty s garantovanou vysokou kvalitou, inspirované zákazníky i vlastními poznatky. Jako první na trhu společnost představila mimo jiné vysoce kvalitní, trvanlivá celopotištěná vědra Gripline Enpro.

Jaké obavy a skepse? Každá krize přece jednou skončí

Po zkušenostech s pandemií a energetickou krizí zůstává většina českých firem v investicích stále opatrná. „My jsme optimističtí a plánujeme růst. Zatím máme k dispozici haly o ploše 5500 metrů čtverečních skladové plochy s více než devíti tisíci paletovými místy, čtyři věže Kardex Remstar o skladové ploše 431 metrů čtverečních a dva velkoobjemové stany. Právě plocha nás však v podnikání limituje nejvíc. Proto připravujeme projekty na výstavbu nových hal.

Současně zvažujeme investici do robotizace, s níž bychom mohli vyřešit aktuální nedostatek pracovníků ve skladu. Naši skladníci jsou finančně ohodnoceni na základě výkonu a jejich odměna se pohybuje nad průměrem srovnatelných profesí v okolních firmách. Zejména u mladších pracovníků se však setkáváme s nižší pracovní morálkou a nestálostí. Nejvíc se nám osvědčují šikovní

čtyřicátníci, kteří přistupují k pracovním úkolům zodpovědněji," shrnuje své zkušenosti ředitelka.

WMS roste s firmou

Moderní sklady se neobejdou bez odpovídajícího softwarového vybavení. Investice do systému je investicí na deset a více let a za tu dobu může logistika vypadat docela jinak. „Proto jsme preferovali vlastní systém skladového hospodářství (WMS – Warehouse Management System), který vytvořili a rozvíjejí naši vývojáři. Upgradujeme jej na pravidelné bázi a neustále přizpůsobujeme našim požadavkům," zdůrazňuje klíčový přínos systému pro fungování firmy.

Společnost s chutí zkouší integrovat do svých činností i různé technologické novinky. Například využívání chytrých brýlí v kombinaci s tablety a čtečkami by skladovým pracovníkům doslova uvolnilo ruce a zefektivnilo vychystávání jednotlivých položek. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI EURO NÁRADÍ

EURO NÁRADÍ s.r.o.

Česká velkoobchodní společnost byla založena v roce 2004 s cílem nabídnout péči a servis prodejnám stavebnin, železářství, vodoinstalatérských a zahradnických potřeb na českém a slovenském trhu. V současné době nabízí více než 12 000 položek ze sortimentu pro stavbu, dům a zahradu. Zaměstnává kolem osmdesáti stálých pracovníků.

www.euronaradi.cz

Performia nás inspiruje

„Během spolupráce s Performii jsem ocenila nejen efektivitu jejich výběrových postupů, ale uvědomila jsem si propojenost produktivity a vnitřní motivace jak uchazečů o práci, tak zaměstnanců. Naši pracovníci sice jsou dobře finančně ohodnoceni, ale peníze představují jen dočasný stimul. Za zvyšováním výkonu stojí především vnitřní motivace a přesvědčení, že moje práce má smysl. Myslím, že pro lidi nejsou důležité velké cíle a maximalizace firemních zisků, na něž řadový pracovník ani nedohlédne, ale to, že si někdo jejich práce všímá, umí jim dát zpětnou vazbu a pochválit je. Z vlastní zkušenosti vím, že opravdový zájem o druhé a dlouhodobá péče o dobré mezilidské vztahy přináší ovoce. Absolvovala jsem kurz koučinku v rámci rekvalifikačního programu MŠMT a své poznatky jsem později využila ve spolupráci s Performii. Průběžné testování osobnostního potenciálu se od té doby stalo běžnou součástí života mého i mých spolupracovníků," konstatuje Martina Pěčková.

You can also read this article in English on itradenews.cz





NOVINKA V ZÁKONÍKU PRÁCE RUČENÍ ZA MZDY PODDODAVATELŮ VE STAVEBNICTVÍ

Dne 1. 1. 2024 nabyla účinnosti změna zákoníku práce, která pouze pro oblast stavebnictví zavedla naprosto zásadní novinku v podobě ručení za mzdové nároky v poddodavatelském řetězci. Ke schválení došlo na konci loňského roku zákonem č. 408/2023 Sb. na základě poslaneckého pozměňovacího návrhu v rámci projednávání změny zákona o zaměstnanosti. Zavedení ručení se tím vyhnulo větší mediální pozornosti a začalo platit pouhé čtyři dny poté, co zákon vyšel ve Sbírce zákonů.

Důvody pro zavedení

Ručení za mzdové nároky v poddodavatelském řetězci ve stavebnictví vychází z čl. 12 tzv. prosazovací směrnice¹, podle něhož by měl mít v subdodavatelských řetězcích zaměstnanec právo činit odpovědným za výplatu své mzdy i příjemce služby, kterému je služba poskytována jeho zaměstnavatelem.

Ručení podle článku 12 prosazovací směrnice bylo transponováno do právního řádu již v roce 2017 v § 319 odst. 3 zákoníku práce („ZP“). Týkalo se však jen přeshraničního poskytování služeb na území ČR a nikoliv tuzemských zaměstnanců a přesahovalo i rámec subdodávek. Úprava podle Evropské komise neodpovídala čl. 12 prosazovací směrnice a ČR byla již v roce 2021 vyzvána k nápravě, ke které došlo až nyní.

Ručení podle ZP

Novela ZP zrušila ručení upravené v § 319 odst. 3 a plně jej nahradila novým § 324a ZP. Ručení má chránit zaměstnance v oboru stavebnictví, v němž podle statistik dochází k většině případů nevyplácení mezd, a zároveň i motivovat dodavatele k výběru odpovědných a důvěryhodných poddodavatelů.

Ručení dodavatele za mzdové nároky, tj. za výplatu mzdy, platu a odměny z dohody, **je omezeno pouze na poddodavatelské** (subdodavatelské) **řetězce ve stavebnictví. Ručitelem je dodavatel, který je stavebním podnikatelem** podle § 14 písm. d) stavebního zákona², **který při provádění stavby, změně stavby nebo údržbě dokončené stavby anebo při odstraňování stavby zajišťuje plnění prostřednictvím poddodavatele.**

Za poddodavatele se považují i agentury práce, které dočasně přidělily zaměstnance k výkonu práce, pokud vykonávají práce, které jsou takto druhově vymezeny.

V případech, že se jedná **o smluvní poddodavatelský řetězec o více poddodavatelích**, není ručení omezeno jen na bezprostřední vztah mezi zaměstnavatelem (poddodavatelem) a dodavatelem, kterému zaměstnavatel poskytuje službu, ale spolu s dodavatelem, který je v řetězci nad zaměstnavatelem, **společně a nerozdílně ručí i dodavatel na nejvyšším stupni smluvního řetězce** (tzv. hlavní dodavatel/zhotovitel).

Rozsah ručení

Podle § 324a ZP „**dodavatel ručí za mzdové nároky zaměstnanců poddodavatele**

1 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/67/EU ze dne 15. května 2014 o prosazování směrnice 96/71/ES o vysílání pracovníků v rámci poskytování služeb a o změně nařízení (EU) č. 1024/2012 o správní spolupráci prostřednictvím systému pro výměnu informací o vnitřním trhu (dále jen „prosazovací směrnice“)

2 Zák. č. 283/2021 Sb., stavební zákon, v platném znění

v rozsahu, v jakém se podíleli na smluvním plnění pro dodavatele, a to až do výše minimální mzdy“.

Uplatnění ručitelského nároku

Ručení nastupuje až poté, co zaměstnavatel (poddodavatel) zaměstnanci nevyplatí mzdové nároky po uplynutí období jejich splatnosti.

Na rozdíl od obecné úpravy ručení v občanském zákoníku³ **nemusí zaměstnanec před uplatněním nároku u ručitele nejprve vyzvat zaměstnavatele k zaplacení mzdy.**

Dodavatel jako **ručitel musí mzdové nároky zaměstnanců uspokojit na písemnou výzvu zaměstnance poddodavatele v poměrně krátké lhůtě 10 dnů od doručení výzvy.** Zaměstnanec však musí vyzvat dodavatele (ručitele) nejpozději do 3 měsíců od uplynutí období splatnosti jeho mzdových nároků, jinak jeho právo na plnění ručitelem marným uplynutím lhůty zaniká.

Výzva zaměstnance k plnění ručitele musí obsahovat zákonem dané povinné údaje, bez nichž by nebylo možné ručitelství závazek splnit. Ve výzvě je nutné uvést: a) jméno zaměstnance, b) označení zaměstnavatele, c) druh vykonávané práce, d) období, za které uplatňuje mzdové nároky, a rozsah práce vykonané v rámci plnění pro dodavatele, e) informaci o uplynutí období splatnosti mzdových nároků, f) požadovaný způsob vyplacení, včetně údajů nezbytných pro jeho provedení

a g) údaje potřebné pro výpočet zálohy na daň z příjmů nebo daně z příjmů z uspokojovaných mzdových nároků a označení zdravotní pojišťovny, v jejíž prospěch se provádí odvody podle zvláštních právních předpisů.

Ručitel je povinen kromě výplaty mzdových nároků **provést i srážky a odvody** podle zvláštních právních předpisů, a to **včetně srážky a odvedení zálohy na daň z příjmů** nebo **daně z příjmů** z vyplacených mzdových nároků, což nemusí být v praxi úplně jednoduché.

Subrogační regres

Splnění ručitelství povinnosti zakládá ručiteli vůči zaměstnavateli **právo na náhradu plnění, které za něj poskytl jeho zaměstnancům.**

Informační povinnosti

Ručitel musí poddodavatele, jehož zaměstnancům místo něj vyplatil mzdové nároky, informovat o výši částek vyplacených jednotlivým zaměstnancům a o provedených srážkách. V případě smluvního poddodavatelského řetězce o více poddodavatelích informuje i dalšího ručitele.

Zaměstnavatel (poddodavatel) musí informovat své zaměstnance o ručení podle § 324a ZP, o osobách ručitelů a jejich změnách, včetně podmínek, lhůt a postupu pro uplatnění práva vůči ručiteli, a to **již před zahájením práce na smluvním plnění u dodavatele.** Na splnění informační povinnosti u již

probíhajících smluvních plnění měli zaměstnavatelé pouze 1 měsíc od nabytí účinnosti nové úpravy.

Sankce

Ručitele je třeba upozornit na to, že **nesplnění ručitelství závazku,** na které má **jen 10 dní, je podle zákona o inspekci práce sankcionováno pokutou až do výše 2 miliony korun⁴.** Podle stejného zákona je sankcionováno i **nesplnění informační povinnosti zaměstnavatele o ručení, kterou má vůči svým zaměstnancům, a to pokutou až do výše 200 tisíc korun⁵.**

Vyloučení ručení

ZP dává možnost dodavateli **vyhnout se ručení při současném splnění těchto podmínek:** a) pokud mu poddodavatel při zahájení realizace smluvního plnění poskytne potvrzení, že nemá evidován nedoplatek na pojistném a penále na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a na veřejném zdravotním pojištění ne starší než 3 měsíce, a zároveň, b) nebude-li poddodavatel v období 12 měsíců předcházejících zahájení realizace smluvního plnění pro dodavatele pravomocně uložena pokuta vyšší než 100 tisíc korun za porušení povinností vyplývajících z pracovněprávních předpisů.

Nová úprava, ač se může na první pohled jevit jako jednoduchá, jde o jeden paragraf ZP, s sebou zřejmě přinese řadu výkladových problémů. ■

TEXT: LENKA KVAPILOVÁ HOFMANOVÁ
FOTO: SHUTTERSTOCK

3 § 2021 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění

4 § 13 odst. 1 písm. n) ve spojení s § 13 odst. 2 písm. c) a § 26 odst. 1 písm. n) ve spojení s § 26 odst. 2 písm. c) zákona č. 251/2005 Sb., o inspekci práce, v platném znění

5 § 12 odst. 1 písm. f) ve spojení s § 12 odst. 2 písm. c) a § 25 odst. 1 písm. f) ve spojení s § 25 odst. 2 písm. c) zákona č. 251/2005 Sb., o inspekci práce, v platném znění

Empatie nám pomáhá snáze pro Vás najít relevantní řešení.

Poskytujeme komplexní právní služby.

- smluvní právo
- obchodní společnosti
- mezinárodní obchod
- nemovitosti, development
- pracovní právo
- veřejné zakázky
- soudní spory, náhrada škody
- vymáhání pohledávek

**KVAPIL
KVAPILOVÁ
HOFMANOVÁ**
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ

WINKA[®]

Pálavka

LÁSKA NA PRVNÍ LOK

SVĚŽÍ NÁPOJ
CIDEROVÉHO TYPU
NA BÁZI VÍNA



CHTĚLI BYSTE WINKU
VE SVÉM PODNIKU?

ZAVOLEJTE NÁM 777 901 711

WINKA.CZ





Ivan Jukl:

TRADE NEWS SE UŽ DLOUHO DRŽÍ NA ŠPIČCE

„TRADE NEWS mi velmi autenticky připomíná pionýrské doby propagace malých a středních českých podniků, které jako potenciální i stávající exportéři byly dost dlouho našimi institucemi přehlíženy. Často tyto podniky ani nestály o finanční podporu, ale o kvalitní služby zástupců státu doma i v zahraničí a také o aktuální a nezávislé informace z trhů. A právě v této oblasti se TRADE NEWS už dlouho drží na špičce. Kromě informačního servisu se mu také daří vytvářet prostor, v němž se naše firmy mohou učit ze svých zkušeností jedna od druhé. To považuji za jeden z nejtěžších úkolů pro jakékoli podobně laděné médium a jen doufám, že tomu tak bude i v budoucnu.“

Ing. Ivan Jukl, MBA, je velvyslancem ČR v Egyptě. Předtím působil jako velvyslanec ve Finsku.



Adam Janek:

DÍKY TRADE NEWS OSLOVUJEME I NAŠE ZAHRANIČNÍ KLIENTY

„S vydavatelstvím ANTECOM spolupracuji již několik let a stále častěji využívám magazín TRADE NEWS, který si ve svém oboru získal pevné a prioritní postavení. TRADE NEWS zahrnuje jak kvalitní printovou verzi, tak online verzi včetně anglických mutací. Svým zásahem zdaleka překračuje hranice České republiky a pomáhá českým firmám zviditelnit se na jednotlivých trzích nejen evropského prostoru, ale i světového. Naše společnost již díky TRADE NEWS oslovila a získala zákazníky v UK, Irsku a Německu – přesně v těch zemích, kam směřuje naše aktivita pro získávání zahraničních pacientů. Děkuji za skvělou profesionální spolupráci a těším se na její pokračování.“

Mgr. Adam Janek, MHA, MBA, LL.M., je ředitel a člen představenstva Očního centra Praha.



Jana Příkrylová:

OTEVÍRÁME DVEŘE K MEZINÁRODNÍ SPOLUPRÁCI

„Když pracujete v obchodní diplomacii, hledáte cesty, jak ‚otevřít dveře‘, organizujete prezentace našich firem na veletrzích a zabýváte se mnoha obory, od nových technologií přes zelenou ekonomiku až k oblastem vědy, výzkumu a vzdělávání. To vyžaduje schopnost poukázat na význam jak Kalifornie a západního pobřeží Spojených států, tak zejména České republiky.“

Společně s redakcí TRADE NEWS, která nám ve všem vyšla vstříc, se nám podařilo zviditelnit tento region pro české podnikatele, ukázat i horizonty, jichž bychom chtěli dosáhnout, a připravit kvalitní číslo tohoto magazínu, které přibližuje čtenářům a zejména českým firmám západní část Spojených států jako inspirativní destinaci jejich budoucích obchodních aktivit.“

Mgr. Jana Příkrylová, BBA, se celý svůj profesní život věnuje mezinárodní spolupráci. Od roku 2020 má na starosti ekonomickou a obchodní agendu na Generálním konzulátu ČR v Los Angeles.

Dalších 152 referencí najdete na homepage www.itradenews.cz a na www.tradenews.cz/reference.

385 Rozhovory

501 Exportní šance

265 Profiliga firem

241 Finance a pojištění

95 Nové technologie

69 Infografiky

100 Z praxe

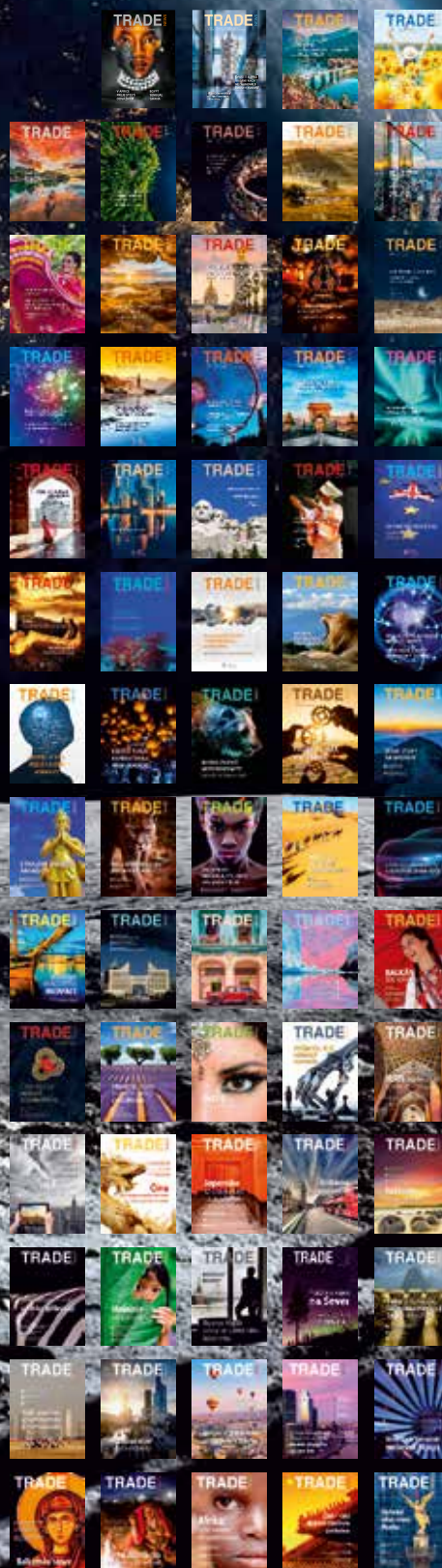
281 Zprávy ze světa obchodu

152 Reference

2089 dokumentů



www.itradenews.cz



Šéfredaktorka

PhDr. Jana Jenšíková

Redakce

PhDr. Věra Vortelová
 Ing. Mgr. Daniel Libertin
 Roman Chlupatý, M.A.
 Ing. Martina Hošková
 Martin F. Fabík

Grafická úprava

Ing. Valeria Ashhab
 Martin F. Fabík

Korektury

PhDr. Milena Gillová

Produkce

Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis

Ing. Tereza Gulánová

Právní servis

Advokátní kancelář Kvapil Kvapilová
 Hofmanová

Foto

Isifa Image Service
www.profilepictures.cz

Distribuce

Mail Step a.s.

Tisk

Akotext s.r.o.

Vydavatel

ANTECOM s.r.o.
 Blatenská 2166/7
 148 00 Praha 4
produkce@antecom.cz
 Tel./fax: +420 272 935 558
 Redakční servis: +420 602 313 176
www.antecom.cz

Titulní foto

Shutterstock

Za obsah inzerce zodpovídá inzerent. Žádné části textu nebo fotografie z TRADE NEWS nesmí být používány, kopírovány nebo jinak šířeny v jakémkoliv formě či jakýmkoliv způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz



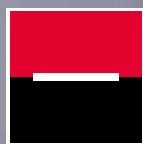
Děkujeme za váš zájem o časopis TRADE NEWS, magazín o obchodu a exportu, který vydavatelství ANTECOM ve shodě s tiskovým zákonem dlouhodobě připravuje ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Ministerstvem zahraničních věcí ČR, Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, agenturami CzechTrade a CzechInvest a dalšími institucemi podporujícími český vývoz. Zůstaňte našimi čtenáři a budete mít i nadále aktuální informace o nových trendech v obchodu a exportu, specifických zahraničních trzích a obchodních příležitostech, praktické rady pro vstup na zahraniční trhy a působení na nich, finanční a právní poradenství atd.

Společnost ANTECOM s.r.o., IČ: 28362926, se sídlem Blatenská 2166/7, 148 00 Praha 4, pracuje s osobními údaji odpovědně a v souladu s požadavky zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. V souvislosti s implementací požadavků GDPR, tj. nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně osobních údajů, si vás dovoluujeme informovat, že zpracování vašich osobních údajů pro přípravu direct mailingové databáze, která obsahuje pouze poštovní doručovací adresy a slouží výhradně k bezúplatnému zaslání titulu TRADE NEWS, provádíme z důvodu oprávněného zájmu společnosti ANTECOM s.r.o., kterým je poskytování informací v oblasti obchodu a exportu. Předmětná databáze byla sestavená a je průběžně doplňovaná na základě požadavků partnerů titulu nebo přímo na základě požadavků vašich. Aktualizuje se před každým novým vydáním a předešlá databáze se vymazává. Proto vás nebudeme obtěžovat žádostí o udělení souhlasu se zasláním titulu TRADE NEWS, ale umožníme vám v případě, že si to budete přát, váš subjekt (firma/jméno/ulice-číslo/obec/PSČ) z předmětné databáze pro bezúplatný direct mailing magazínu jednoduše odhlásit na adrese: produkce@antecom.cz. Nařízení GDPR vstoupilo v platnost 25. května 2018. Od tohoto data máte možnost uplatnit tato svá práva: právo na výpis evidovaných údajů, opravu, výmaz, omezení zpracování, vznést námitku, podat stížnost prostřednictvím e-mailové adresy: poverenec@antecom.cz.



Odhodláni digitalizovat a automatizovat výrobu

Jsme odhodláni pomáhat vám růst. Českým firmám jsme proto pomohli získat více než 4 miliardy Kč z fondů EU.



KB