

TRADE NEWS

4 / 2019 / VIII. ročník

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

SPECIÁL 108 stran



DIGITALIZACE MĚNÍ TVÁŘ PRŮMYSLU A OBCHODU

MSV 2019: NA DIGITÁLNÍ STEZCE



Czech
Republic
The Country
For The Future

DOMY JAKO STROMY

Horko a sucho nás trápí. Je třeba stavět jinak než dříve.

Zelené střechy, zelené fasády a fasádní kořenové čistírny sníží teplotu v budově a v jejím okolí. Pohltí prach, sníží hluk a vyrobí kyslík. Zachytí vodu a sucho ustupuje.

Stavět #DomyJakoStromy je trend pro lidi, kteří chtějí žít lépe.



ZELÉNÉ FASÁDY



ZELÉNÉ STŘECHY



FASÁDNÍ
KOŘENOVÉ ČISTÍRNY

ZIVESTAVBY.CZ

Vážení čtenáři,

když jsme před pár měsíci představili Inovační strategii, netušili jsme, co všechno tím způsobíme. Z plánu, jak posunout Českou republiku mezi technologickou a inovační elitu, se stal doslova hit českého byznysu, vědy i vzdělávacích institucí. Sebevědomé logo, nová prezentace naší země v zahraničí, budování chytré infrastruktury, moderní pojetí vnímání výzkumu nebo digitalizace podnikání a energetiky se chytily napříč byznysem, vědou i školami. Na nic tedy nečekáme a celou vizi překlápíme do Národní hospodářské strategie 2030. Inovační koncepce naší země tak získává další rozměr, kdy poprvé propojujeme vědu s průmyslem, energetikou a se systémem vzdělávání a rozvojem regionů. Definitivně tím opouštíme značku Czech Republic: Land Of Stories a podle nového vládního usnesení přenášíme původně inovativní označení Czech Republic: The Country For The Future do celonárodního pojetí vnímání naší země.

Národní pavilon se stejným označením se stává i středobodem Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně, který je každoročně hlavním setkáním byznysu a průmyslu. I na tomto detailu chceme ukázat, že dochází ke změně. Stát již

nebude vyhazovat peníze za desítky stánků roztržštěných po celém výstavišti, návštěvníci budou mít všechny služby pod jednou střechou a byznysu vytváříme reprezentativní zázemí a věřím, že snad i pocít hrdosti vůči státu.

I přes výborné výsledky jsme ale stále na půli cesty. Jako otevřená ekonomika musíme dále získávat pozice na zahraničních trzích. K tomu musí stát vytvářet podmínky odpovídající nové situaci ve světě byznysu. Musíme se oprostit od minulosti, přestat nostalgicky vzpomínat na pionýrská léta budování kapitalismu, podpory zahraničního obchodu a podnikatelských misí do světa. Nikoliv proto, že bychom to v minulosti dělali špatně, ale proto, že dnes s tímto přístupem již neuspějeme. Podpora zahraničního obchodu v původním pojetí je již za svým zenitem a je nutná její reorganizace. Proto pojmáme jinak vládní cesty s podnikateli, proto měníme režim státních agentur, proto koncentrujeme hospodářskou politiku a podporu exportu a zapojujeme další rezorty.

Byznys získává ve formulaci hospodářské vize rozhodující roli, stát se daleko více otevírá potřebám podnikatelů



Foto: JAN BRANČ PRO MPO

a opouštíme funkcionářský model komunikace. Začínáme tím společně budovat novou vizi České republiky. Ještě nikdy v minulosti jsme k tomu neměli lepší příležitost, a nesmíme ji proto promarnit.

Karel Havlíček,
místopředseda vlády pro hospodářství
a ministr průmyslu a obchodu

TRADE NEWS

Magazín Asociace malých a středních podniků
a živnostníků ČR
www.amspc.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: 23. 9. 2019 Náklad: 9000 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, generální ředitelka AMSP ČR, JUDr. Zdeněk Tomíček, místopředseda AMSP ČR, CEE Attorneys Tomíček Legal, advokátní kancelář – partner, Ing. Libor Musil, člen představenstva AMSP ČR, předseda představenstva společnosti LIKO-S, Ing. Pavla Břečková, Ph.D., místopředsedkyně představenstva AMSP ČR a ředitelka společnosti AUDACIO

Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM, která kromě magazínu TRADE NEWS vydává tituly AGE a TECH EDU
jeniskova@antecom.cz www.antecom.cz
TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR

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 průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvem zahraničních věcí 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 zasílání 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 sestavena 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 zasíláním 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.



- 12** Rozhovor / Německo
Hermann Simon: I v procesu globalizace je role malých a středních firem klíčová. Bývají lepšími inovátory než ty velké
- 15** Infografiky
Německo, Francie, Itálie, Španělsko: perspektivy, ekonomika, příležitosti, srovnání, trendy
- 26** Do světa za obchodem / Německo
Známe dobře svého blízkého partnera? Češi tam investují víc než Číňané
- 34** Profiliga / Altran CZ
Radek Bulíček: Expertizu z automotive aplikujeme i do jiných strojírenských oborů
- 38** Rozhovor / Věda a výzkum
Gorazd B. Stokin: Chceme obstát v konkurenci mezinárodních výzkumných center
- 42** Rozhovor / Národní hospodářská strategie
Karel Havlíček: Nebojme se být skvělí. Naše země na to má
- 44** Profiliga / Komfi
Jana Slováková: Digitalizace obrátila polygrafii vzhůru nohama
- 46** Komentář / Digitalizace
Digitalizace mění tvář průmyslu i obchodu. Každé ráno se modlím, aby se Německu dařilo
- 50** Rozhovor / Francie
Vítězslav Blažek: S Francií máme mnoho společného. S brexitem její důležitost vzroste
- 54** Profiliga / 2N Telekomunikace
Tomáš Klíma: Staráme se o bezpečnost a komfort našich klientů
- 58** Rozhovor / Finance
David Formánek: Ve vztahu s firemním klientem nás stroje nenahradí
- 64** Rozhovor / Itálie
Marek Atanasčev: Při jednání s Italy je potřeba trochu zvolnit, aby se nevydělili
- 68** Profiliga / TAJMAC-ZPS
Obráběcí stroje ze Zlína si získaly ve světě důvěru. Sázka na tradici a potenciál přináší ovoce
- 76** Podpora exportu / Španělsko
Španělsku se daří! A zájem o něj roste
- 88** Profiliga / TM Elitex
Josef Saska: Inovace strojního vybavení je nekonečný proces
- 90** Rozhovor / Pojištění
Jaroslav Besperát: Díky invenci rosteme. Přemyslím, jak nám i do budoucna vytvořit prostor
- 98** Rozhovor / Leasing
Leasing – financování, které jde s dobou

TRADE NEWS PARTNEREM



Podporujeme podnikání, inovace a export

JSME OPĚT POJIŠŤOVNOU ROKU, DĚKUJEME



Pojištění průmyslu
a podnikatelů



Autopojištění



Pojištění občanů

Česká podnikatelská pojišťovna

AČPM
ASOCIACE ČESKÝCH POJIŠŤOVACÍCH MAKLERŮ

ČPP
VIENNA INSURANCE GROUP

17. Den podnikatelů České republiky

30. října 2019

od 16.30

Kongresový sál
hotelu Ambassador,
Václavské náměstí 5,
Praha 1



Živnostenský balíček. A co dál?

Do debaty jsou pozváni vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček, vicepremiérka a ministryně financí Alena Schillerová, ministryně práce a sociálních věcí Jana Maláčová a ministryně spravedlnosti Marie Benešová.

Vyhlášení vítězů soutěží a grantů:

- Equa bank Rodinná firma roku
- Nastartujte se pro začínající podnikatele
- Podnikavá žena roku
- Digitální firma roku

Celkově rozdělíme na 2 miliony Kč.

Akci předchází Exportní fórum Pobaltí
14.00–16.30

Vstup volný po předchozí registraci
www.amsp.cz



Vážení čtenáři,

podzimní čas u nás tradičně voní strojařinou, která slaví svůj svátek na brněnském výstavišti. Není divu, je součástí zpracovatelského průmyslu, jenž dosud naši zemi velmi slušně živil. A patrně bude z velké části živit i dál.

Bylo by totiž v krátkodobém horizontu nejen nesmírně obtížné otočit kormidlo průmyslu o 180 stupňů, ale bylo by to hlavně i značně nemoudré. Jen bude nutné najít způsob, jak zvýšit produktivitu a potažmo přidanou hodnotu naší současné většinové výroby. Notabene v době, kdy mzdy suverénně prolamují nové hranice, což spolu s obrovskými odvody velmi směle připravuje firmy o volné zdroje. Ty měly být určeny na vytvoření polštáře pro očekávaný ekonomický pokles a také na rozvoj firemních inovací, automatizace výroby a zvyšování kvalifikace zaměstnanců.

Jen s tímto mixem lze cílit na vyšší produktivitu a přidanou hodnotu. Jsou to spojené nádoby. Jenže mzdy poslední tři roky raketově rostou, zatímco přidaná hodnota se ze své příčky na žebříčku téměř nehula. U nás tak rostou vstupy, ovšem adekvátně zvýšit cenu u exportních položek zpravidla nemáme šanci. Ať se nám to líbí nebo ne, musíme se připravit na to, že tato cesta donekonečna logicky pokračovat nebude.

Zhruba polovina středních firem (ty menší o něco méně) i proto do robotizace a digitalizace různého druhu podle možností investuje, jak ukázal nedávný průzkum Asociace malých a středních podniků ČR. Přinesl ale také zjištění, podle něhož se přes 40 procent zejména živnostníků nedomnívá, že by kdy v podnikání robotizaci či digitalizaci využili. Toto číslo projelo médií jako kulový blesk. Nepřečunujme ho však. Mnohdy si malá firma či živnostník jen nedokáže

spojit svůj obor se všemi těmi sofistikovanými výrazy jako inovace, automatizace, Průmysl 4.0 a podobně. Při bližším pohledu do praxe zjistíme, že nějakou formu digitálních technologií už uplatňují téměř všichni. Někdy, zdá se, sama realita překonává naše představy.

Další novinkou na podnikatelské scéně je „živnostenský balíček“, na němž se AMSP ČR značně podílela. Jde o soubor opatření, který má vysokou ambici výrazněji pomoci nejen drobnému podnikání. Jedná se například o databázi formulářů, všechny povinnosti na jednom místě, ale také třeba o kompenzace exekučních nákladů, které dosud nesou firmy, zaměstnávají-li exekucí postižené zaměstnance. Za AMSP ČR si velmi ceníme ukotvení definice rodinného podnikání, jehož klíčový význam se pro české hospodářství zcela jistě potvrdí.

Drobnou vadou na kráse balíčku je, že z něj vypadl navrhovaný systém na omezení kontrol podnikatelů. Jde o koncept „5 kontrol a dost“. Na maloobchodní provozovnu dnes totiž může přijít až 30 kontrol ročně. Náš koncept by zajistil, že bude-li chtít nově úředník přijít na kontrolu, pak se musí zaregistrovat na speciálním webu, přičemž může přijít maximálně pětkrát do roka. Dobrou zprávou ale je, že toto téma nespí. Dále je projednáváme s MPO a dalšími resorty. A přestože se zatím setkáváme se střídavou ochotou, věříme, že se nám ho podaří také prosadit.

Držte nám tedy pěsti a my garantujeme, že budeme dál krok po kroku prosazovat rozumné podnikatelské prostředí. ■

PAVLA BREČKOVÁ,
MÍSTOPŘEDSEDKYNĚ PŘEDSTAVENSTVA ASOCIACE MALÝCH
A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR



AMSP ČR VÍTÁ ŽIVNOSTENSKÝ BALÍČEK

LETOS V BŘEZNU INICIOVALA AMSP ČR ŽIVNOSTENSKÝ BALÍČEK 5+5, KTERÝ MÍŘÍ NA ZJEDNODUŠENÍ DROBNÉHO PODNIKÁNÍ. PROTO JEDNOZNAČNĚ UVÍTALA KONKRÉTNÍ KROKY MINISTERSTVA PRŮMYSLU A OBCHODU VE SPOLUPRÁCI S MINISTERSTVEM FINANČÍ KE SNÍŽENÍ ADMINISTRATIVNÍ ZÁTĚŽE DROBNÝCH PODNIKATELŮ, KTERÉ BYLY PŘEDSTAVENY V „DESATERU OPATŘENÍ“ NA KONCI SRPNA.

Týkají se těchto oblastí:

- 1 Podpora rodinného podnikání.
- 2 Jednodušší rozjezd.
- 3 Změny v zákonech jen dvakrát ročně.
- 4 Konec daňovým výjimkám.
- 5 Jednotná databáze formulářů.
- 6 Všechny povinnosti na jednom místě.
- 7 Omezení statistických průzkumů.
- 8 Jednodušší a nižší daně nejen pro malé firmy.
- 9 Kompenzace exekučních nákladů.
- 10 Vstřícnější stavební úřad.

Generální ředitelka AMSP ČR Eva Svobodová k tomu uvádí: „Právě zveřejněná opatření vlády de facto kopírují naše požadavky vyjma například omezení kontrol, které podnikatele nesmírně trápí a zatím v desateru nejsou. I to je však téma, které dále projednáváme s MPO a dalšími rezorty. Za AMSP ČR si nejvíce vážíme definice rodinného podnikání. Vítáme rovněž zjednodušení stavebního řízení, kdy kvůli razítkům bude obíhat úředník, nikoli podnikatel. Za největší úskalí pro MPO v realizaci desatera považujeme jednotná data účinnosti neboli změny v zákonech jen dvakrát ročně. Zde spíše očekáváme neochotný přístup jednotlivých rezortů.“

„V rámci činnosti Legislativní rady MSP intenzivně pracujeme na zlepšování legislativního prostředí pro malé a střední podnikatele. Vyjma připomínkování legislativních předpisů často sami iniciujeme legislativní změny, a to zejména na základě podnětů od našich členů. Živnostenský balíček je kombinací obou těchto postupů. Těší mě, že jsme na něm s MPO mohli spolupracovat, a věřím, že jeho pozitivní dopady na drobné podnikání se brzy projeví,“ uvádí místopředseda představenstva pověřený řízením AMSP ČR a předseda Legislativní rady MSP Zdeněk Tomíček. ■

ZDROJ: AMSP ČR
FOTO: SHUTTERSTOCK



**TOULAVÁ
KAMERA**
ZA RODINNÝM STRÍBREM

Celkem čtyři desítky firem, z nichž osm bylo ikonami, se objevily o prázdninách v televizním speciálu AMSP ČR a České televize nazvaném Toulavá kamera – Za rodinným stříbrem, a to v prime time vysílání ČT1 každý pátek před Událostmi s reprízou v sobotu dopoledne. Toulavá kamera díky nim zlomila další rekord ve sledovanosti, neboť pořady sledovalo 650 tisíc diváků!

Představili jsme pestrou paletu šikovných a zajímavých drobných podnikatelů ze všech koutů naší republiky, od výrobců hraček, kolářů, vinařů, farmářů, sklářů, výrobců kamen, doplňků z betonu, toaletních mýdel, medoviny, čokolády, hořčických trubiček, mléčných a pekařských výrobků, lihovin, hudebních nástrojů, porcelánu přes chov koní, řeznictví, výrobu svíček, vitráží, tvarůžkovou cukrárnu až po grafické služby a výrobky z papíru. Všichni měli zajímavý příběh a měli se čím pochlubit!

NEJVÍCE SI CENÍME PODPORY RODINNÉHO PODNIKÁNÍ

SCHVÁLENÍ DEFINICE RODINNÉHO PODNIKÁNÍ VLÁDOU ČR BYLO PRO AMSP ČR ZAVRŠENÍM JEDNÉ ETAPY PODPORY RODINNÉHO PODNIKÁNÍ. ROKY SE INTENZIVNĚ SNAŽÍME DOSTAT DO POZORNOSTI MÉDIÍ A NAŠICH POLITIKŮ ČESKÉ RODINNÉ FIRMY A ŽIVNOSTI. PŘIPRAVILI JSME TEXT DEFINICE A TA NYNÍ ŽIJE.

Rodinné podniky jsou ve světě páteří národního hospodářství a u nás se stalo totéž. Některé české rodiny se v 90. letech semkly okolo nově založené firmy nebo živnosti, den za dnem tvrdě pracovaly, zaměstnávaly lidi, investovaly a v uplynulých dvou až třech dekadách vytvořily dnes již významné podniky.

RODINNÝCH FIREM JSOU STATISÍCE

Síla rodinného podnikání je znát. Odhadujeme, že definici rodinného podnikání vyhoví více než 70 % malých a středních firem, které zaměstnávají cca 41 % všech pracujících v ČR.

Vedle toho je v Česku několik tisíc rodinných podniků, které již patří do segmentu velkých firem. Většina z nich vznikala z ničeho a bez výrazné státní pomoci. Je to velký ekonomický úspěch našich lidí, majitelů rodinných firem, ale i jejich zaměstnanců. Díky nim jsme se nepropadli mezi státy, kde je většina ekonomiky v rukou nadnárodních korporací.

Vláda zařadila rodinné firmy a živnosti na první místo v novém balíčku podpory podnikání. Dala tím jasně najevo, že po letech masivních investičních pobídek pro zahraniční firmy se chce nyní věnovat firmám v rukou českých vlastníků.

UVEDENÍ TEORIE DO ŽIVOTA

AMSP ČR se pustila do práce na uvedení definice do praxe. Připravili jsme návrh pro vytvoření registračního místa pro české rodinné firmy a živnosti. MPO pověřil registrací výbor složený ze zástupců MPO, AMSP ČR, Hospodářské komory a univerzitní platformy okolo rodinného podnikání. Zaregistrované firmy budou moci používat státem schválenou značku „Česká rodinná firma“. Vedle jasných pravidel, kdo je a není rodinnou firmou, registrační výbor schvaluje i etický kodex českého rodinného podnikání, který musí firmy nesoucí tuto prestižní značku ctít.

Rodinné firmy jsou nositeli dobrých služeb, produktů a osobního přístupu k zákazníkům. Oficiální státní značku budou moci používat k propagaci své činnosti. Tím naše aktivita ovšem nekončí. Ve spolupráci s MPO vytváříme programy na podporu tohoto segmentu a jednáme o možnosti daňového zvýhodnění, pokud majitelé firmy vloží vydělané peníze zpět do svého podnikání. Tím poroste síla našich rodinných firem.

Jednáme o možnosti podpory kvalitního vzdělávání nastupující nové generace vlastníků firem, tak jak je tomu v zahraničí. Díky tomu vznikne nová generace silných podnikatelů. Chceme

také, aby stát podporoval podniky, které se rozhodnou investovat do svých zahraničních filiálek a továren. Chceme učít české rodinné podniky dovážet k nám vydělané peníze ze zahraničí místo toho, abychom dalším růstem výroby u nás ničili naše silnice a životní prostředí. Tím poroste prestiž naší země v zahraničí. Stejně tak inovativní rodinné firmy by mohly mít vyšší bonifikaci při posuzování žádostí v rámci operačních programů.

„Naším cílem je posilování rodinného podnikání u nás. Chceme pomáhat odcházející generaci podnikatelů úspěšně předat své rodinné živnosti a firmy do rukou nástupníků. Chceme pomoci, aby se z malých firem postupně stávaly firmy střední a ze středních firmy velké, a tím vytvořit podnikatelské podhoubí pro zahraniční expanzi českých rodinných firem. A také chceme pomoci k zajištění dobrých řemesel a služeb v našich domácích regionech,“ říká Libor Musil, člen představenstva AMSP ČR a garant projektu Rodinná firma. ■

ZDROJ: AMSP ČR
FOTO: SHUTTERSTOCK

Do soutěže Equa bank Rodinná firma roku 2019 se letos přihlásilo 11 středně velkých a 43 malých rodinných firem.

Vítěze vyhlásíme na Dni podnikatelů ČR 30. října 2019 a seznámíme vás s nimi i na stránkách TRADE NEWS.

ZEMĚDĚLCI JSOU V DIGITALIZACI DÁL NEŽ PRŮMYSL

OSM Z DESETI DOTÁZANÝCH PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ V ZEMĚDĚLSTVÍ SI DOKÁŽE POJEM DIGITÁLNÍ ZEMĚDĚLSTVÍ SPOJIT S KONKRÉTNÍ ČINNOSTÍ. STEJNÉ MNOŽSTVÍ RESPONDENTŮ TAKÉ VYUŽÍVÁ MODERNÍ TECHNOLOGIE. TY NEJČASTĚJI NAHRAZUJÍ CHYBĚJÍCÍ LIDSKOU PRACOVNÍ SÍLU NEBO TĚŽKOU FYZICKOU PRÁCI. DO ROBOTIZACE A DIGITALIZACE VŠAK INVESTUJE ZA TĚM JEN PĚTINA ZEMĚDĚLCŮ.



Tyto výsledky přinesl průzkum agentury Ipsos pro AMSP ČR k tématu digitalizace zemědělství, které je jedním ze šesti hlavních témat asociace v rámci Roku digitálního podnikání 2019. Výsledky byly zveřejněny v návaznosti na téma Farma 4.0 v rámci letošního agrosalonu Země živitelka.

Více než čtyři pětiny podnikatelských subjektů v zemědělství využívají moderní technologie či nástroje. Nejčastěji jde o GPS, chytré stroje třeba na digitální dojení, měření ploch přes satelit, monitoring a sběr nejrůznějších dat, meteorologie, záznamy osevního postupu, chytré senzory (internet věcí a zvířat, on-line měření), samořiditelné traktory, drony a roboty apod. Pro digitální zemědělství se rovněž používá název přesné zemědělství, což je spojeno hlavně s použitím různých metod

navigace pro řízení strojů anebo například sázení a sklizení zemědělských plodin.

Konkrétními příklady využití moderních technologií v praxi, které respondenti uváděli, jsou například řízení provozu drůbežárny přes počítač, výroba krmných směsí, sušení obilí a jeho skladování, dálkové řízení klimatu v halách, automatické řízení spotřeby v bioplynové stanici aj. Oproti požadavkům průmyslové výroby jsou v zemědělství kladeny většinou menší nároky na přesnost měření a regulace, což se pozitivně promítá do pořizovacích nákladů.

Částky investované do modernizace strojů u čtvrtiny firem přesahují 5 milionů korun. Modernizace strojů a vybavení však nemusí mít přímou souvislost

s digitalizací. Pouze 15% podnikatelských subjektů investuje do automatizace produkce. U živnostníků investovala pouhá 3% z nich a investovaná částka nepřesáhla 100 000 korun.

Předpokladem automatizace produkce je určitý počítačový standard a podrobná znalost a dokumentace procesů včetně obchodního modelu. To vyžaduje převážně nezávislé technologické poradenství, na které OSVČ nejsou schopni nebo ochotni vynaložit finanční prostředky.

Čtyřicet procent podnikatelských subjektů investuje do oblasti snižování fyzické námahy. U desetin firem tyto částky přesahují 2 miliony korun. Částky investované do snížení fyzické námahy u 40% živnostníků nepřesahují 50 000 korun. Investice v oblasti snižování fyzické námahy nemusejí, ale mohou mít souvislost s digitalizací a také s kontrolou kvality produktů. Dalším důležitým faktorem zde může být rovněž bezpečnost práce a ochrana životního prostředí.

Za hlavní přínos zavádění moderních technologií je považována náhrada pracovních sil v zemědělství. Živnostníci daleko více než firmy jako nejdůležitější vnímají snížení fyzické námahy a nárůst objemu produkce. ■

ZDROJ: AMSP ČR
FOTO: SHUTTERSTOCK

FIRMY CHTĚJÍ INOVOVAT PODPORU HLEDAJÍ U BANK

INOVAČE A VÝZKUM PŘEDSTAVUJÍ V SOUČASNOSTI PRIMÁRNÍ CÍL INVESTIC JIŽ PRO ČTVRTINU NAŠICH FIREM. KLÍČOVOU ROLI PŘI TOM HRAJE DOSTUPNOST FINANCOVÁNÍ. VĚTŠINA PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ (82 %) UVÁDÍ, ŽE POTENCIÁLNÍM FINANČNÍM PARTNEREM JSOU PRO NĚ BANKY. ZVÝHODNĚNÉ PRODUKTY BANK K FINANCOVÁNÍ INOVACÍ BY RÁDO VYUŽILO 40 % Z NICH. VYPLÝVÁ TO Z PRŮZKUMU NA TÉMA ROLE BANKY PŘI IMPLEMENTACI INOVACÍ, KTERÝ PRO AMSP ČR VYPRACOVALA AGENTURA IPSOS.

„Abychom se vyrovnali inovačním lídrům, je třeba naše prostředí velmi zjednodušit, zavést snadné nástroje podpory, a hlavně odstranit bariéry v podobě posuzování daňových odpočtů i inovací samotných jednotlivými institucemi různě. V tom se AMSP ČR výrazně angažuje a dílčí pozitiva se podařilo prosadit,“ uvádí místopředsdkyně představenstva AMSP ČR Pavla Břečková.

Mezi oblasti, do kterých firmy investují, patří zejména technologie, stroje, zařízení a vybavení, investice do výroby, IT a digitalizace, marketing a propagace, udržení a stabilizace.

Pro třetinu firem je aktuální téma robotizace a automatizace a zhruba polovina respondentů uvádí, že pro ně brzy

aktuální bude. Oproti tomu 44 % firem uvedlo, že pro ně digitalizace nikdy aktuální nebude. V této oblasti je patrný zásadní rozdíl mezi malou a střední firmou. Střední firmy vzhledem k rozsahu své výroby již byly nuceny zavádět technologie na bázi 4.0, a to zejména kvůli zvyšování efektivity výroby a dramatickému nedostatku lidského kapitálu. Roli může hrát i napojení na korporátní hráče, kteří na digitalizaci procesů svých dodavatelů tlačí dlouhodobě. Většina firem si je vědoma změn v technologickém prostředí a vědí, že bez nějaké formy digitalizace patrně nepřežijí.

„Překvapivá je odpověď oněch 44 % firem, které se nedomnívají, že by se jejich technologické změny v budoucnu jakkoli dotkly. Důvodem může být specifčnost oboru podnikání, ale spíše si

jen nedokázaly spojit obor s pojmem digitalizace. I proto má letošní osvětový projekt asociace nazvaný Rok digitálního podnikání 2019 obrovský význam,“ doplňuje Pavla Břečková.

Strategickým zdrojem financování jsou pro inovátory banky. Celkem 40 % firem by využilo zvýhodněných produktů bank, které by jim umožnily investovat do inovací. Vše nasvědčuje tomu, že podíl firem, které by měly zájem čerpat úvěr kvůli investicím do inovací, bude postupně růst. Zcela jistě je budou zájmat zvýhodněné produkty, ale hlavní těžiště bude spočívat v kultivaci a zvyšující se vyspělosti celého inovačně-investičního prostředí. ■

ZDROJ: AMSP ČR

NEMŮŽETE SEHNAT ŘEMESLNÍKA? ZKUSTE SE OBRÁTIT NA CECHY

Podle generální ředitelky AMSP ČR Evy Svobodové není nutné hledat spolehlivé řemeslníky jen na internetu: „V malých městech funguje ústní doporučení, ve velkých internet. Spotřebitelé ale vůbec nevyužívají toho, že existují odborné řemeslné cechy, které sdružují lidi vyučené v oboru a které mohou doporučit své členy.“

Lze tedy kontaktovat přímo cech a popat řemeslníka. Většina cechů je na to připravena. Právě ony totiž sdružují řemeslníky, mají nejlepší přehled a informace a mohou poradit. Řemesla u nás nemají dobrý výhled do budoucna.

Podle analýzy řemeslných oborů AMSP ČR stále klesají počty absolventů většiny stavebních profesí, mladé lidi řemeslo nezajímá a rodiče si také představují, že jejich děti nebudou pracovat rukama. Jedinou výjimkou jsou kominíci. Zatímco v roce 2005 byli na vyměření a ze školy ten rok vyšli jen čtyři noví, loni jich přibýlo 111, rok předtím dokonce 119. „Přítom šikovný řemeslník si může vydělat slušné peníze a ještě si své klienty vybírat,“ uzavírá Eva Svobodová. ■

ZDROJ: AMSP ČR
FOTO: SHUTTERSTOCK



Hermann Simon:

I V PROCESU GLOBALIZACE JE ROLE MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM KLÍČOVÁ BÝVAJÍ LEPŠÍMI INOVÁTORY NEŽ TY VELKÉ

SNAD NIKDO U NAŠICH ZÁPADNÍCH SOUSEDŮ NEVÍ O MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNICÍCH TOLIK JAKO HERMANN SIMON. JEDEN Z NEJVĚTŠÍCH ODBORNÍKŮ NA POLI MANAGEMENTU, PROFESOR EKONOMIE, ZAKLADATEL A ČESTNÝ PREZIDENT GLOBÁLNÍ PORADENSKÉ SPOLEČNOSTI SIMON-KUCHER & PARTNERS STÁLE PŘEDNÁŠÍ PO CELÉM SVĚTĚ. PŘESTO SI O PRÁZDNINÁCH NAŠEL ČAS NA TRADE NEWS. NA ROZDÍL OD POSLEDNÍHO ROZHOVORU PRO NÁŠ ČASOPIS, VĚNOVANÉHO HLAVNĚ SROVNÁNÍ ČESKÉ A NĚMECKÉ EKONOMIKY, JSME SE TENTOKRÁT ZAMĚŘILI NA POSTUPUJÍCÍ GLOBALIZACI A DIGITALIZACI A S TÍM SPOJENOU NUTNOST NEUSTÁLE INOVOVAT. CHTĚLI JSME OD NĚJ ZÍSKAT PRO NAŠE FIRMY RADY, KTERÉ BY JIM POMOHLY BODOVAT NA STÁLE NÁROČNĚJŠÍM PODNIKATELSKÉM HRŠTI.

Takže, pane profesore, jak na to?

Samozřejmě s využitím všeho, co globalizace nabízí! Není pochyb o tom, že nadále roste, jak dokládá skutečnost, že jen za posledních deset let se objem světového obchodu na hlavu více než zdvojnásobil. Zajímavé je, když se podíváme na ukazatel objemu exportu na hlavu v posledních deseti letech. Zde je na prvním místě Německo (a to neříkám z patriotických důvodů!), ale hned na druhém a třetím místě jsou Finsko a Korea, tedy daleko menší státy a ekonomiky. Na seznamu největších firem na světě Fortune Global 500 mají přitom Německo, Korea a Finsko jen 32, 16, resp. pouze jednu firmu. Lze tedy předpokládat, že většinu jejich silných exportérů tvoří malé a střední podniky, tzv. skrytí šampioni. To potvrzuje klíčovou roli malých a středních podniků v procesu globalizace. Dalším krokem by ovšem měla být globalizace i na úrovni ekonomických ekosystémů a dodavatelských řetězců, což je oblast, kde musejí malé a střední firmy také hrát ústřední roli. Ekosystémy se nesmíjí omezovat už jen na národní, případně kontinentální sítě, ale měly by obsáhnout celý svět.

GLOBALIZACI NIC NEZASTAVÍ

Ohrožují to nějak probíhající globální obchodní války, do velké míry vyvolané protekcionistickou politikou (nejen) prezidenta Trumpa?

Ono to nebude tak žhavé. Hodně lidí se ptá, jestli Trump dokáže globalizaci zastavit nebo aspoň pozdržet. Ale realita je taková, že globalizace pokračuje a bude pokračovat, navzdory Donaldu Trumpovi. O tom nemůže být pochyb.

A co inovace a inovativnost? Jak vidíte životaschopnost malých a středních firem v tomto směru?

Míra inovací se dá měřit například počtem patentů na hlavu. Zde v součtu za posledních deset let vítězí opět Německo před Finskem a Korea je na šestém místě, těsně za Spojenými státy. A znovu se tu ukazuje důležitost skrytých šampionů, kteří mají dvakrát vyšší poměr výzkumu a vývoje na příjmech firmy, pětikrát více patentů na zaměstnance a v neposlední řadě také třikrát vyšší míru integrace potřeb zákazníků do technologií firem. To jsou všechno

skvělá čísla dokazující, že ty menší firmy, které pravidelně inovují, se rozhodně o svou budoucnost bát nemusejí. Pro skryté šampiony byla inovativnost vždy zásadním faktorem jejich úspěchu a v klíčových ukazatelích inovativnosti si vedou lépe než velké společnosti. Teď je důležité, aby se malé a střední podniky nebály více spolupracovat s inovačními start-upy, aby je integrovaly a aby samy aktivně rozvíjely nové ekosystémy firem orientovaných na inovace. V tomhle mohou využít své nesporné výhody spočívající ve vyšší flexibilitě a akceschopnosti oproti velkým korporacím.

INOVIJ, NEBO ZEMŘÍ

Můžete jmenovat konkrétní příklady taktů úspěšných firem, které vás zaujaly?

Například společnost Kärcher, světový lídr v oblasti vysokotlakých čističů, dokáže na svých nejnovějších výrobních linkách vyrobit za 24 hodin 40 tisíc různých variant výrobku. Dále můžu jmenovat třeba Mackevision, což je globální lídr v oblasti počítačové animace, a CGI, který se podílel na výrobě seriálu Hra



Prof. Hermann Simon je zakladatelem a čestným prezidentem globální poradenské společnosti Simon-Kucher & Partners, světového lídra v oboru cenového poradenství s 1500 zaměstnanci na 39 pobočkách. Je profesorem ekonomie a autorem řady teoretických konceptů, které během své poradenské kariéry úspěšně přenášá do praxe. Je členem Thinkers50, seznamu 50 nejvlivnějších myslitelů na poli managementu na světě, a od roku 2005 je každý rok hodnocen jako nejvýznamnější myslitel v oblasti managementu v německy mluvících zemích. Magazín Cícero ho zařadil mezi nejvýznamnější intelektuály na světě. Je autorem více než 35 knih, které vyšly v 27 jazycích. U nás zatím vyšly jeho knihy Jak na krizi: 33 okamžitých opatření pro vaši firmu a Skrytí šampioni 21. století. Je také členem redakčních rad mnoha prestižních periodik a za svou kariéru přednášel na univerzitách jako Harvard Business School, Stanford University, London Business School, INSEAD, Keio University v Tokiu či MIT v Bostonu. Jsme hrdí na to, že spolupracuje i s magazínem TRADE NEWS.

mají díky svým zkušenostem pracovníci společností, jež se na tyto procesy specializují. To vše jsou ideální podmínky pro skryté šampiony, kteří tradičně působí na specializovaných trzích s hlubokým know-how, kde s velkým úspěchem rozšiřují své odborné znalosti o digitalizaci. Mnozí z nich jsou lídry v digitalizaci ve výrobě a díky tomu byli schopni inovovat a výrazně urychlit dodávku, zkrátit reakční dobu a podobně.

Jmenujte pro inspiraci příklady nejlepších praxí v oblasti digitalizace u německých firem.

Například stavební firma Knauf díky plně digitalizovanému dodavatelskému řetězci zkrátila dobu reakce na neplánované výpadky stavebních materiálů na stavbách ze tří na jednu hodinu, což je revoluční. Trumpf, světový lídr v oblasti kovoobráběcích laserových strojů, potřeboval kdysi čtyři dny na výrobu dílů na zakázku. Dnes uspěje za čtyři hodiny. Dokonce si k tomuto účelu vyvinul vlastní zákaznickou on-line platformu, aby digitalizoval celý výrobní řetězec z různých strojů a systémů. Zákazníci do něj dodávají digitální soubor a celý výrobní proces a následná logistika jsou zpracovávány digitálně. To je z mého pohledu naprostá extratřída.

U většiny malých a středních podniků, a zejména u těch výrobních, takto digitalizované procesy vedou k enormnímu zvýšení efektivity, ale laická veřejnost si jich sotva všimne. Odehrávají se spíš na pozadí, ve výsledku z nich však profitují všichni.

FUNGUJTE V RÁMCI MEZINÁRODNÍHO EKOSYSTÉMU

Na co by se české firmy měly zaměřit, aby jim v rámci Průmyslu 4.0 neujel vlak?

Významným faktorem úspěchu pro malé a střední podniky v Průmyslu 4.0 je existence vhodného ekosystému firem v daném průmyslovém odvětví nebo geografické oblasti. Dobrým příkladem je firma MK Technology, která je napojená na SpaceX, blízkého spolupracovníka Tesly, na niž jsou dále navázáni mnozí němečtí dodavatelé. Časté jsou i případy velmi úzkého propojení jednotlivých firem v rámci ekosystémů, ►►

o trůny, překladatelskou firmu DeepL, která se stala světovým lídrem ve strojových překladech a vývoji umělé inteligence v mnoha jazycích, nebo Rosen (kontrola a údržba plynovodů a ropovodů). Zajímavostí je také, že téměř polovina všech registrovaných patentů v oblasti autonomního řízení v posledních deseti letech pochází z Německa.

Zmínil jste spolupráci malých a středních firem s inovačními start-upy. Jak by to mělo fungovat?

Menší a střední firmy by mohly být jakými mentory start-upů. Například německá firma Würth Electronic, která sídlí v Berlíně, spolupracuje se sedmi start-upy, a tím využívá extrémně kvalitního know-how k vylepšení svých produktů a zvýšení objemu prodeje. Podobný inovační cluster existuje třeba kolem Bielefeldu ve východním Vestfálsku, kde několik velkých rodinných firem (např. Miele nebo Dr. Oetker) spolupracuje s osmnácti regionálními start-upy.

JAK VPLOUT DO DIGITÁLNÍHO MOŘE

Jaké jsou z vašeho pohledu vyhlídky a šance malých a středních podniků stát se lídry v digitalizaci?

Řídl bych se tím, co nedávno prohlásil ředitel německé pobočky Accenture Jürgen Morath. Že dnešní firmy by měly generovat minimálně 5% svých příjmů na základě digitálních ekosystémů. Pokud jde o digitalizaci ve spotřebitelském sektoru, tam je to výhradně doména amerických a čínských firem; to vidíme všichni každý den na značkách, které kupujeme, a v obchodech, kde tyto značky nakupujeme.

V B2B sektoru je však situace zcela odlišná. Digitální trhy pro průmyslové procesy se svou velikostí maximálně jedné miliardy eur nejsou pro americké a čínské internetové giganty zajímavé. S obratem přes 200 miliard eur nemá pro Apple žádný smysl, aby se staral o trh ve výši 500 milionů eur. B2B průmyslové procesy jsou navíc mnohem složitější než spotřebitelské procesy, a často se jedná o velmi specifická odvětví. V továrně s propracovanou vnitropodnikovou logistikou musí být každý prvek během několika vteřin na správném místě, zatímco v Amazonu není problém, když dodávka přijde o hodinu nebo dokonce o den později.

B2B procesy také vyžadují velmi hluboké know-how, které čerství absolventi vysokých škol postrádají a které je na trhu jen těžko dostupné, ale zato je

► jako je tomu v technologii extrémní ultrafialové litografie, kde spolupracují firmy Trumpf Laser, Zeiss SMT, ASML či Intel. Takže moje doporučení je připojit se k již existujícímu ekosystému nebo založit ekosystém nový – a neomezovat se jen na český nebo slovenský trh, ale hledat spolupráci s firmami a institucemi ve vašem odvětví nebo příbuzných odvětvích po celém světě.

Dříve se těmto ekosystémům říkalo clustery.

Ano, jedním takovým je už dlouho cluster v oblasti zdravotnických technologií, který čítá více než 450 firem v okolí města Tuttlingen. Jsou na něj dále navázány místní univerzita aplikovaných věd, technické školy, ale i právnické či marketingové agentury. Mnoho skrytých šampionů pravidelně spolupracuje s univerzitami a výzkumnými institucemi. Z dalších německých ekosystémů můžeme jmenovat např. DFKI (Německé centrum výzkumu umělé inteligence) v oblasti Saarbrückenu a Kaiserslauternu na západě Německa s 1000 zaměstnanci, Fraunhoferovu společnost pro aplikovaný výzkum s 80 pobočkami po celém Německu a celkem 25 tisíci vědci a inženýry nebo technické univerzity v Cáchách, Karlsruhe, Mnichově či Berlíně.

A co rizika?

Digitalizace samozřejmě postupuje velmi rychle, což může některé konzervativnější zákazníky odrazovat. Týká se to spíše poskytovatelů služeb než výrobních firem – tím že digitální služby jsou sice levnější a v lecčems spolehlivější, ale mohou mít negativní dopad na loajalitu zákazníků. Jde o odvětví od vzdálené správy, elektronických převodů, rezervací ubytování až po zákaznický servis nebo investiční poradenství.

Nese přesun od osobních služeb ke službám digitálním s sebou nutně i vyšší kvalitu?

Umělá inteligence je dnes již velmi pokročilá a neustále se zlepšuje. Výhodou nesporně je, že automatický systém může nakonec poskytnout kvalitnější a příjemnější službu než špatně vyškolení nebo neochotní zaměstnanci. Ale vytváření a dlouhodobé udržování zákaznické loajalita, což je třeba pro malé a střední podniky ještě daleko

důležitější než pro velké firmy, je třeba budovat osobními kontakty a mezilidskou interakcí, o tom jsem stále přesvědčen.

Může nebo má digitalizaci a inovace nějak více podpořit stát?

Jak dokládá i příklad prezidenta Trumpa, politici neustále zkoušejí nejrůznějšími intervencemi ovlivňovat ekonomiku, například právě pomocí iniciativ, jež mají za cíl vytvářet nová průmyslová odvětví, clustery a národní šampiony, které pak dostávají štědré subvence ze státního rozpočtu. To se v současné době připravuje i v Německu, ale já to nepovažuji za dobrou cestu. Stát by měl pouze zajistit optimální podmínky, ale ne intervenovat do volné hospodářské soutěže. Mnoho ředitelů skrytých šampionů mi víckrát potvrdilo, že svou pozici na trhu si vydobyli nikoli díky státní pomoci, ale díky lepším produktům a službám a tím, že dokázali vydržet na konkurenci.

V jaké kondici se vůbec nachází německá ekonomika a jakou jí předpovídáte budoucnost? Jak je na tom s digitalizací?

Stále platí, že se Německo může výrazně opřít o svůj export, za který jsou z více než 70% odpovědné tamní malé a střední firmy. Když se podíváme na ukazatel objemu exportu na hlavu v posledních deseti letech, je na prvním místě a má dvakrát více exportu na hlavu než další velké evropské ekonomiky.

S digitalizací to ale v Německu taková sláva není – zvláště oproti Británii, Nizozemsku nebo skandinávským zemím. Má dobrý institucionální a akademický ekosystém, tedy jsou výborné předpoklady pro digitalizaci, ale slabými stránkami jsou nízká rychlost provádění, malá dostupnost rizikového kapitálu a i horší schopnost expanze.

Přijde mi, že v digitalizaci zejména v oblasti B2C evropské firmy celkově zaspaly dobu a snad s výjimkou Skype či Spotify táhnou globální digitální spotřební trhy hlavně americké a čínské firmy. Ale i když Německo není Silicon Valley, najde se i u nás několik firem s hodnotou přes jednu miliardu eur a mnohé z nich jsou aktivní i na českém trhu: například Flixbus, About You, Zalando, Motel One nebo Trivago.

Jsou tedy evropské menší výrobní podniky dobře připraveny na budoucnost?

Myslím si, že jsou velmi dobře připraveny, a jsem v tomto ohledu optimista. Vždyť jak říká profesor Jürgen Schmidhuber z Technické univerzity v Mnichově, lídrem v robotice, umělé inteligenci a strojovém učení je Evropa a většina výzkumu v těchto oblastech vzniká tady. A je to právě kombinace robotiky a strojového učení, co ve velmi blízké budoucnosti bude měnit charakter výroby a svět práce. Síla německého i českého know-how leží v průmyslu, průmyslové výrobě a v souvisejících procesech. Pokud se naše malé a střední firmy budou dále zaměřovat na inovace a digitalizaci v těchto oblastech, budou nadále globálními lídry, i v době Průmyslu 4.0.

Nedávno po vás pojmenovali univerzitu v Číně. Do této země také často jezdíte. Jak pohlížete na roli Číny v současném světě? Máme se jí v Evropě bát?

V Německu se v uplynulých čtyřech letech uskutečnilo asi 200 akvizic čínskými společnostmi. To samozřejmě vyvolává strach. Ten je však neopodstatněný. Na druhé straně totiž v Číně působí kolem 8500 německých firem, které tam provozují více než 2000 výrobních závodů. Jen ve městě Tchaj-cchang, které je součástí šanghajské aglomerace, působí 304 německých firem, zatímco v Německu je pouze jedna čínská továrna. Čínská strategie je postavená na internacionalizaci zejména prostřednictvím akvizic. Vzpomeňte si, že stejné obavy vyvolával před pár desítkami let vzestup Japonska. Faktem je, že z Číny máme obrovský prospěch – například skupina VW je lídrem na čínském automobilovém trhu, z čehož profituje i Škoda a stovky dalších navázaných firem v jejím dodavatelském řetězci.

Na Čínu je zkrátka potřeba se dívat realisticky: je už téměř deset let zdaleka největším světovým exportérem a jedním z hlavních symbolů síly globalizace a důležitosti volného trhu. Z obchodního hlediska je myslím každý zastánce principů volného trhu velmi potřebný. ■

*ZA ROZHOVOR DĚKUJÍ DANIEL LIBERTIN A JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV HERMANNA SIMONA A SHUTTERSTOCK*

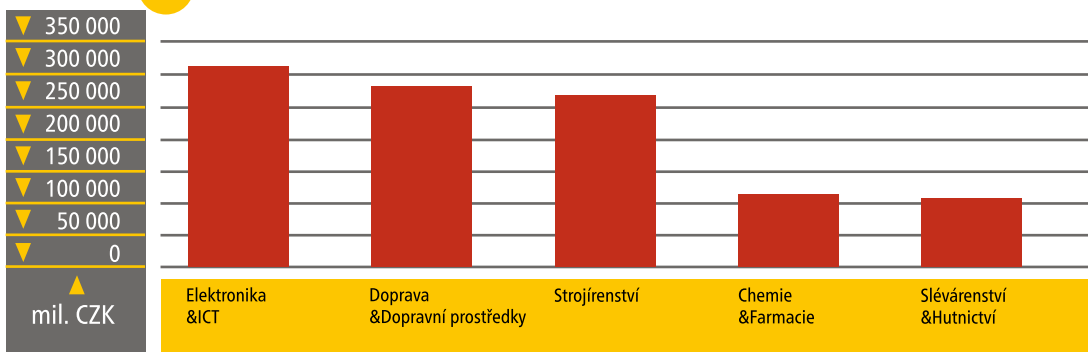
Německo, Francie, Itálie, Španělsko

perspektivy ekonomika
příležitosti srovnání
trendy



top! obory českého exportu podle CzechTrade

TOP! obory českého vývozu do Německa

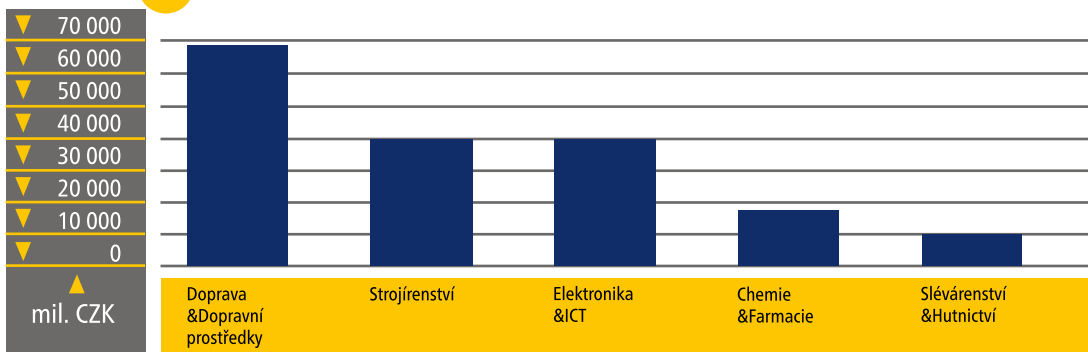


Zdroj dat: ČSÚ a výpočty CzechTrade. Zpracovalo oddělení Centrum informačních služeb CzechTrade

Německo je dlouhodobě největší a nejvýznamnější obchodní partner České republiky.

Jeho podíl v roce 2018 na vývozu ČR byl 32,4 %. Hodnota vyvezeného zboží činila 1,4 bilionu korun a meziroční růst se pohybuje okolo 3 %. Mezi vyváženými položkami mají největší zastoupení části a příslušenství motorových vozidel, osobní automobily, telefonní přístroje, stroje na automatické zpracování dat, sedadla, izolované dráty, elektrická zařízení sloužící k vypínání, spínání nebo k ochraně elektrických obvodů, elektrické osvětlovací přístroje a čerpadla.

TOP! obory českého vývozu do Francie



Zdroj dat: ČSÚ a výpočty CzechTrade. Zpracovalo oddělení Centrum informačních služeb CzechTrade

V roce 2018 se Francie v žebříčku našich exportních partnerů umístila na 4. pozici.

V roce 2018 se do Francie vyvezlo zboží v hodnotě téměř 224 miliard korun, což představuje 3,3% růst oproti roku 2017. Mezi nejvíce vyvážené položky patří osobní automobily, součásti a příslušenství motorových vozidel, stroje pro automatické zpracování dat, monitory a projektoři, motorová vozidla pro dopravu deseti a více osob, tříkolky, koloběžky, kočárky pro panenky, panenky, puzzle a ostatní hračky, osvětlovací nebo signální elektrické přístroje a části a součásti kluzáků, rogal, balonů a vzduchodolů.

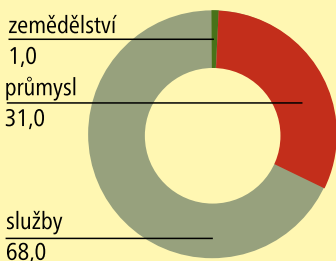
VŠECHNY ÚDAJE JSOU ZA ROK 2018

Struktura hospodářství

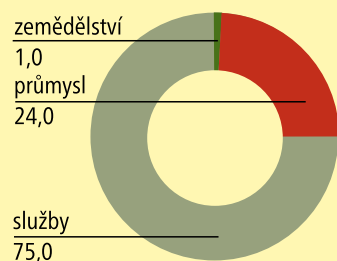
Zdroje dat: Wikipedia, CIA

Německo

podíl na HDP (v%)

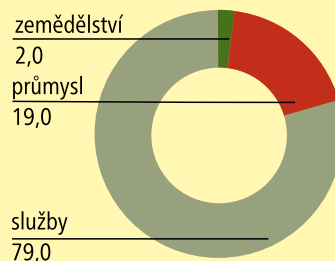


podíl na zaměstnanosti (v%)

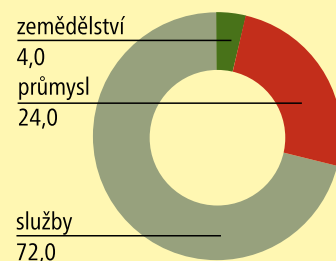


Francie

podíl na HDP (v%)



podíl na zaměstnanosti (v%)



příležitosti

pro české firmy **ve Španělsku**



smart cities

Španělsko patří mezi evropské lídry tohoto konceptu. Platforma „Plan de Ciudades Inteligentes“ sdružuje více než 80 měst, která aktivně zavádějí smart technologie. Není tedy divu, že 10 španělských měst je mezi 120 smart cities světa. V budoucnosti se plánují investice s cílem snížit rozdíly v aplikaci smart technologií mezi centry měst a periferiemi; rozvoj sítě 5G; rozvoj e-mobility s cílem dosáhnout 115 tisíc elektrovozů v roce 2020 a investice do výstavby dobíjecích míst.

subdodávky pro energetiku a dopravu

V rámci plánu na reindustrializaci členských zemí EU Španělsko čerpalo od roku 2016 dotace v celkové výši 3,42 mld. eur (nejvíce po Itálii), přitom přes 40 % z částky putovalo do rozvoje malých a středních podniků na modernizaci a rozšíření jejich výrobních kapacit. Na trhu také působí mnoho významných firem z oblasti dopravy (CAF, Talgo) a energetiky (Iberdrola, Siemens Gamesa, Endesa, Naturgy), které často volí české firmy jako subdodavatele pro své projekty.

nanotechnologie a pokročilé materiály

Česká republika patří ke špičce v rozvoji a aplikaci nanotechnologií a pokročilých materiálů, které se dají použít napříč sektory, a to například při výrobě dopravních prostředků (auta, letadla, vlaky), ve smart buildings nebo v textilním průmyslu. Tyto sektory jsou ve Španělsku velmi silné a jsou zastoupeny mnoha firmami s mezinárodní působností.

turismus a hotelnictví

Jen v prvním čtvrtletí tohoto roku Španělsko navštívilo 22,5 milionu turistů, což činí meziroční nárůst o 4,4 %. Dochází tak k dalšímu budování hotelových středisek, modernizaci těch stávajících a také k větší personalizaci služeb. Zájem je nejen o designové a technické vybavení pro hotely a restaurace, ale také se počítá s postupnou digitální transformací turistických služeb, jako jsou například různé aplikace usnadňující dopravu a orientaci v destinaci, 3D mapy, hodnocení turistických míst a podobně.

zdravotnická technika

Španělé patří mezi obyvatele s nejdélsí průměrnou délkou života. Tím se však postupně zvyšují náklady na léčbu chronických nemocí. Posilují proto snahy o preventivní roli medicíny a roste zájem o zdravotnické pomůcky zvyšující kvalitu života ve vyšším věku, jejichž dovoz meziročně stoupá.

bio a dietní potraviny

Meziroční spotřeba bio a dietních potravin roste o více než 40 % a je podpořena rozsáhlou distribuční sítí se specializovanými bio řetězci (například Herbolario Navarro má 46 bio supermarketů po celém Španělsku) a maloobchodníky. V průběhu posledních dvou let dochází k intenzivnímu začleňování bio produktů i do nabídky standardních supermarketů.

Zpracovala Bc. Petra Jindrová, ředitelka zahraniční kanceláře CzechTrade v Madridu

Foto: Shutterstock

Německo:

ZNÁME DOBRĚ SVÉHO BLÍZKÉHO PARTNERA? ČEŠI TAM INVESTUJÍ VÍC NEŽ ČÍŇANÉ

ČASTO SE V POSLEDNÍ DOBĚ HOVOŘÍ O ZPOMALOVÁNÍ TŘETÍ NEJSILNĚJŠÍ EKONOMIKY SVĚTA A NEJVĚTŠÍHO A NEJDŮLEŽITĚJŠÍHO TRHU EVROPSKÉ UNIE. SKEPTICI DOKONCE VARUJÍ PŘED BLÍŽÍCÍ SE KRIZÍ. PODLE NEJAKTUÁLNĚJŠÍ PREDIKCE SPOLKOVÉHO MINISTERSTVA HOSPODÁŘSTVÍ MÁ NĚMECKÁ EKONOMIKA LETOS VYRŮST O PŮL PROCENTA A PODLE MNICHOVSKÉHO INSTITUTU IFO Z POLOVINY ČERVNA O 0,6 %, COŽ PŘEDSTAVUJE DESET LET SOUVISLÉHO RŮSTU. NA ROK 2020 PAK ODBORNÍCI ODHADUJÍ 1,5PROCENTNÍ RŮST. MYSLÍTE, ŽE TO JE PERSPEKTIVA KRIZE?

Zákonitě nás čeká zpomalení, které postihne jednotlivé obory v různém čase a míře a některé české firmy ho již začínají pociťovat. Ale nezapomínejme, že německý trh je pro nás nejbližší, bonitní, dlouhodobě stabilní, založený na nových technologiích a inovacích. Přičemž o německé výrobky je ve světě stále velký zájem.

NĚMCI A ČEŠI SE NAVZÁJEM POTŘEBUJÍ

Vzájemná provázanost našich ekonomik je velmi silná. Pro Českou republiku se v průběhu posledních třiceti let stalo Německo jednoznačně obchodním partnerem číslo jedna, kam míří téměř jedna třetina našeho exportu. Pevné propojení však panuje i obráceně. Naše země patří do první desítky nejvýznamnějších obchodních partnerů Německa a v dovozu zaujala sedmé místo.

Náš nepřímý export formou subdodávek závisí na tom, kam vyváží Německo, které je branou pro mnoho tuzemských firem na globální trhy. Při takovém rozsahu se český reexport přes Německo nedá kvantifikovat. Získat přesné údaje je velmi složité a u statistických dat se vždy jedná pouze o odhady. Podle nich lze přibližně dvacet procent českého exportu do Německa označit jako reexport. Musíme však rozlišovat mezi reexportem a nepřímým exportem.

Reexport je zjednodušeně řečeno „pře prodej“ bez zpracování, zatímco nepřímý export je nákup českého výrobku, jeho zpracování (úprava, kompletace apod.) a prodej zákazníkům do třetích zemí. Podle těchto kritérií se nepřímý export odhaduje až na čtyřicet procent celkového exportu do Německa. Nejvyšší podíl na nepřímém vývozu a reexportu přes Německo mají odvětví zaměřená na výrobu

motorových vozidel, elektrických i neelektrických strojů a zařízení.

ČEŠI KUPUJÍ NĚMECKÉ FIRMY

V posledním desetiletí přestává být Česká republika pouhým obchodním partnerem, zemí, v níž velké západoevropské společnosti nakupují prosperující firmy. Některé české společnosti se těší tak dobré kapitálové kondici, že uskutečňují akvizice i v nejvyspělejších zemích EU, včetně Německa. V prestižním deníku Die Welt vyšel nedávno článek, v němž se uvádí, že podle Německé spolkové banky se čeští investoři z pohledu přímého kapitálu zařadili před Čínu, Polsko a řadu dalších států. Přispěla k tomu i nová pravidla, jež zavedla vláda kancléřky Angely Merkelové a jejichž cílem je chránit firmy před akvizicemi ze strany zahraničních podniků mimo Evropskou unii.



Düsseldorfské panoráma s řekou Rýn

K nejvýznamnějším patří například investice Agrofert Holding do dusíkárný Stickstoffwerke Piesteritz a investice společnosti EP Energy z Energetického a průmyslového holdingu Daniela Křetínského do hnědouhelných dolů společnosti Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft. Koncem září 2016 byl ukončen prodej hnědouhelné divize společnosti Vattenfall Energetickému a průmyslovému holdingu a vznikla nová společnost LEAG se sídlem v braniborské Chotěbuzi. EPH se tak stal největším regionálním zaměstnavatelem v Braniborsku.

Mezi dalšími můžeme jmenovat rozsáhlé investice skupiny Penta do německé firmy Gehring Technologies (výrobce honovacích strojů) a Gimborn Holding (maloobchod a výroba krmiv a pomůcek pro drobné domácí zvířectvo). Před šesti lety odkoupil Agrofert Holding od italského koncernu Barilla největší německý pekárenský koncern Lieken. V roce 2015 získala skupina ČEZ podíly v bavorské high-tech firmě Sonnenbatterie, technologické firmě na fotovoltaiku v Sasku, rok poté ve firmě Tado a předloni převzala firmu Elevation.

Zahraniční akvizice se však netýkají jen několika jmenovaných silných hráčů, ale i středně velkých společností a jejich počet roste i mezi rodinnými firmami (např. GZ Media, Fenix Group, Vafo

a další). Podle barometru poradenské společnosti Ernst & Young uskutečnili předloni čeští investoři 59 přeshraničních nákupů a za první pololetí loňského roku to bylo již 31 zahraničních akvizic. Až na výjimky šlo o celé podniky.

POD NĚMECKOU ZNAČKOU TO JDE SNÁZ

Hlavní motivací českých investorů při zakládání německých poboček je snaha dostat se blíž k německým a potažmo dalším západoevropským zákazníkům.

Současný globální trh je natolik otevřený a nepřehledný, že člověk často neví, komu vlastně ta která společnost patří. Pokud má firma věrohodnou a doložitelnou historii odběratelsko-dodavatelských vztahů, Němci příliš neřeší, kdo je jejím majitelem.

Předností českých firem je navíc to, že jsou již dobře etablovány v regionu střední a východní Evropy a mohou dodavatelský řetězec ještě zefektivnit. Byznys dnes stojí na kvalitním marketingu a schopnosti prodat a pod ▶▶



Německo je průkopníkem v oblasti Průmyslu 4.0



Berlín je megapole mnoha tváří. Na snímku moderní architektura Sony Centra na Postupimském náměstí

►► německou značkou se na západoevropském teritoriu obchoduje snáz. Čím dál víc českých firem jde cestou zakládání německých poboček, a to v B2C i B2B, protože s německým mluvčím, německou zákaznickou linkou a německým označením působí na místní zákazníky důvěryhodněji.

Ani menší, kapitálově slabší podniky však nemusí házet flintu do žita a mohou si třeba založit virtuální kancelář bez právní subjektivity, marketingově vyhlížející jako německá firma. Za 300 až 500 eur měsíčně získají německou adresu s kanceláří obvykle v nějaké kancelářské budově a německé telefonní číslo, které mohou uvádět na svých webových stránkách a vizitkách, mohou si najmout německy mluvícího pracovníka, jenž se do telefonu bude představovat jménem jejich společnosti, a budou tak působit jako německý subjekt. Český podnikatel sice touto formou nezíská právní subjektivitu, ale marketingově se může prezentovat jako německá firma.

KE KONEČNÝM ZÁKAZNÍKŮM PROŠLAPANOU CESTIČKOU

Inovativní velmoc je vůči technologickým novinkám obezřetná. V době

start-upů to zní trochu jako protimluv, ale v této podnikatelské filozofii se skrývá hluboký smysl, historická zkušenost a německá mentalita.

Napadlo vás někdy, která globální technologická společnost je německá? Žádná. Amazon, Facebook, Google, Huawei, Alibaba jsou americké nebo čínské. Průmyslová velmoc se světovými značkami, jako jsou třeba Bosch, Siemens, Miele, a řadou automobilů, z nichž některé řeší, jak přežijí současnou technologickou revoluci, je zdrženlivá vůči inovacím nedostačtěně ověřeným na trhu. Narazíte na to u Němců i v jejich každodenním životě. Zatímco Češi drží již několik let primát například ve využívání bezkontaktních karet, v Německu se díky konzervativnějšímu přístupu bank i klientů tyto platby teprve rozjíždějí. Nebo e-shop s potravinami a hotovými jídly. V Česku se projekty Kosik.cz, Rohlik.cz nebo Damejido.cz a další rozjely poměrně velmi rychle a jsou nejen mezi mladšími zákazníky populární, německé varianty se nacházejí teprve v plenkách.

Německé firmy, které dlouhodobě spolupracují s českými partnery, oceňují smysl Čechů pro improvizaci a zálibu v technologických novinkách a snaží se je v kooperaci využít. Přes uvedené

peripetie jsou německé výrobky synonymem inovací, spolehlivosti a kvality. Čím to je? Němci jsou konzervativní a chtějí si nové věci vyzkoušet, zda skutečně fungují. Když zjistí, že fungují, udělají vše pro to, aby v nich byli nejlepší na světě. Jejich perfektní marketing a obchod pak zajistí cestu produktů s vysokou přidanou hodnotou k solventním zákazníkům.

STÁLE DŮLEŽITĚJŠÍ PARTNEŘI

Za posledních třicet let ušel český průmysl, zejména malé a střední podniky, které často začínaly od nuly, velký kus cesty, rozptýlil nedůvěru a vybudoval si prestižní pozici i na náročném německém trhu. V současné době se již opírá o sofistikovanou výzkumnou, vývojovou a výrobní základnu, jejíž potenciál využívají i německé společnosti. Kromě produkce jsou ceněny také služby, poptávané zejména v oblasti IT a vývoje softwaru.

Düsseldorfská zahraniční kancelář je s velkým předstihem nejvytíženějším a nejvýkonnějším zastoupením pro exportní agentury CzechTrade. Ročně poskytne služby 230 až 250 průmyslovým a obchodním společnostem. Nabízí konkrétní asistenční služby při

vstupu na trh, pomáhá vyhledat a oslovit obchodní partnery nebo organizuje společné expozice českých firem na veletrzích s mezinárodním dosahem v Německu.

Na stránkách TRADE NEWS už jsme obšírně informovali o stále vyhledávanějších dodavatelských fórech, tzv. Sourcing Days. Jedná se o již tradiční setkání českých dodavatelů s nákupčími německých řetězců a velkých firem. Letos na podzim proběhnou dvě významná dodavatelská fóra. Jedno se týká největšího provozovatele německé plynárenské soustavy Open Grid Europe a druhé německé společnosti Volocopter, vyvíjející elektricky poháněné helikoptéry s technologií používanou v dronech.

V srpnu se objevily v médiích informace, které zatím Spolkové ministerstvo financí nepotvrdilo, a sice že Německo zvažuje ustoupit od své politiky vyrovnaného rozpočtu a použije nové půjčky k financování nákladného programu ochrany klimatu.

Z našeho pohledu bude v brzké době v souvislosti se změnou energetické koncepce a odklonem od jádra a uhlí přibývat nových příležitostí pro tuzemské firmy a vědeckovýzkumné instituce. Očekávají se masivní investice do výstavby přenosové (asi 3600 km) a distribuční (190 tisíc km) sítě, investice do nových energetických technologií pro solární, vodní a další nekonvenční elektrárny nebo do energetické úspornosti budov. Naše firmy mají co nabídnout a neměly by si tuto šanci nechat uletět. ■

TEXT: ADAM JAREŠ

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV CZECHTRADE



Mgr. Adam Jareš je ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade v Düsseldorfu a regionálního centra pro Střední Evropu a Pobaltí



V Düsseldorfu sídlí také zahraniční zastoupení agentury CzechTrade

ČÍM SE NENECHAT ZASKOČIT V NĚMECKU PODLE ADAMA JAREŠE

- 1 Německý zákazník je konzervativnější než český a očekává nejen kvalitu produktu, ale i velkou péči. Zákaznický servis, ať už formou telekomunikace nebo prostřednictvím chatbota, považuje za samozřejmost. Pro německého zákazníka je důvěryhodnost prodávajícího důležitější než cena.
- 2 Nedejte se odradit náročným „papírováním“. Němci jsou velmi systematictí a důslední. Čechy někdy překvapí menší měrou flexibility. Vyšší míra byrokracie platí ve většině odvětvích, od energetiky až po potravinářství. Dodávky do maloobchodních řetězců jsou podmíněny certifikátem IFS.
- 3 Nečekejte, že se domluvíte anglicky. Jednání s menšími firmami probíhají zpravidla v němčině, alespoň v první kontaktní fázi.
- 4 Nezanedbávejte komunikaci po telefonu, Němci milují telefonování, a nejlépe v jejich mateřštině. Proto se nedivte, když rozešlete desítky nabídek e-mailem a nepřijde vám žádná odpověď.
- 5 K obchodním sporům dochází zřídka a jen u krátkodobých partnerů. V takové situaci je výhodnější soudit se v Německu, kde pracují soudy většinou mnohem rychleji než v ČR. Někdy dokonce stačí, když česká firma vyvolá smírné řízení. Kontaktujte příslušnou průmyslovou a obchodní komoru, protože německé společnosti jsou, na rozdíl od Česka, jejími členy povinně.



Robotické centrum ve společnosti Audacio

ROBOTICKÉ CENTRUM JAKO CESTA K VYŠŠÍ PŘIDANÉ HODNOTĚ

TO, ŽE JSME NĚKDY Z HLEDISKA PRŮMYSLU NAZÝVÁNI NĚMECKOU PROVINCÍÍ, NENÍ JEN HOŘKOSLADKÁ NADSÁZKA, ALE DO ZNAČNÉ MÍRY REALITA. NAVÍC PROVINCÍÍ, DO KTERÉ TRADIČNĚ NESMĚŘUJÍ ZAKÁZKY S VYŠŠÍ PŘIDANOU HODNOTOU, JDE SPIŠ O VÝJIMKY. Z NAŠÍ STROJÍRENSKÉ ZKUŠENOSTI SE VÝROBA S PŘIDANOU HODNOTOU Z NĚMECKA DO ČESKA ZADÁVÁ ZPRAVIDLA JEN V PŘÍPADĚ VELKÉ OBTÍŽNOSTI A SLOŽITOSTI, PŘI NUTNOSTI VYSOKÉ INVESTICE LIDSKÉHO KAPITÁLU, NEBO JDE-LI O ZAKÁZKY NA DÍLY, S NIMIŽ SI U NAŠICH ZÁPADNÍCH SOUSEDŮ PŘÍLIŠ NEVĚDÍ RADY A NECHTĚJÍ SE ŘEŠENÍM ZABÝVAT. ETABLOVAT SE V TĚTO OBLASTI JE TAK JEDNA Z CEST, JAK DOSÁHNOUT NA ZAKÁZKY S VYŠŠÍ PŘIDANOU HODNOTOU, ALE JE TŘEBA SI PŘIZNAT, ŽE STOJÍ EXTRÉMNÍ ÚSILÍ.

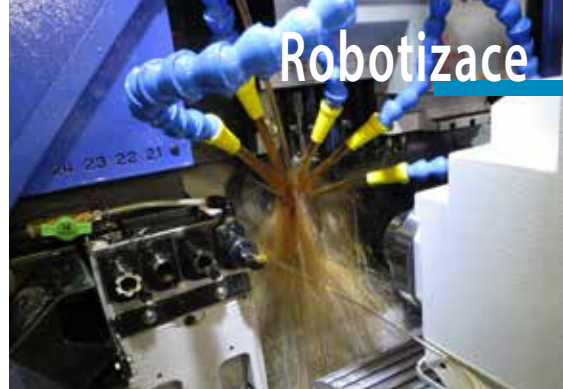
V době současného rekordního nárůstu mzdových nákladů okořeněných vysokými odvody nám podnikům vládní a odborové špičky moudře káží zvýšit přidanou hodnotu. Pravdu mají, ale jak to udělat, nejlépe do příštího týdne, nevědí.

Řešení je komplexnější. Je jím zejména podpora robotizace, zainteresování co největšího počtu firem, posunutí výroby malých a středních firem blíže

k fázi finálního produktu. Rizikem ohrožujícím robotizaci a digitalizaci je však to, že rostoucí náklady na mzdy již nyní odčerpávají volné zdroje určené právě na automatizaci výroby. Bez ní se však produktivita nezvedne.

Dalším řešením je získat lukrativnější zakázky na složitější produkty. Vhodné je také mířit do stabilnějších a perspektivních oborů, které se budou v budoucnu rozvíjet. Otočit kormidlo

tohoto velkého ekonomického plavidla však není otázkou pár týdnů. A také by firmám pomohlo, kdyby se stát rychle zaangažoval, tedy aby nově vykolíkoval hřiště, stanovil jednoduchá pravidla a nechal firmy dělat svou práci. Chce-li oním kormidlem pootočit rychleji, měl by efektivně podpořit právě automatizaci v co největším počtu současných malých a středních firem. Ty totiž zůstanou základním kamenem naší ekonomiky, na kterém lze dál stavět.



Audacio a.s.

Strojírenská exportně orientovaná jihomoravská firma působí v oblasti přesného strojírenství (automotive, letecký průmysl), stavebních prvků a nanotechnologií. Soustředí se na vysoce specializovanou výrobu dílů a sestav, kterou má primárně v průmyslovém areálu u Kyjova, a investuje do vývoje nových produktů, technických řešení i celých zařízení. Je certifikována v režimu ISO, IATF. Velikostně se řadí do segmentu středních firem a obsluhuje přibližně dvacítka trhů.

NÁMI VYVINUTÉ ROBOTICKÉ CENTRUM JE SVĚTOVÁ TECHNOLOGICKÁ ŠPIČKA

Audacio je také z velké části vázané na Německo. A přes něj pak „po přidání hodnoty“ naše výrobky proudí do celého světa. Signály o nutnosti automatizace jsme však zachytili již před několika lety, a tak máme v našem výrobním týmu i několik robotů. Na vývoji našeho univerzálního robotického centra jsme se dokonce sami podíleli, protože jde parametricky skutečně o světovou technologickou špičku, neboť má vysokou míru flexibility ve smyslu rychlé výměny výroby. A zejména je schopné díly jak vyrábět, tak i kontrolovat. Mimo obor to může znít banálně, ale dábel je skrytý v detailu. O genezi vývoje tohoto centra se ráda podělím, protože pro nás je a bude spolu s pílí a odbornou kreativitou právě tou cestou k vyšší přidané hodnotě.

LEKCE PRVNÍ: SÉRIOVÁ VÝROBA TRYSEK MĚŘENÝCH V MIKROMETRECH

Velkou lekcí pro Audacio byl projekt trysky, který jsme vyvíjeli pro významného německého zákazníka dva roky. Jde o vysoce specializovaný díl, kde se přesnost výroby pohybuje na hranici obrobitelnosti. Když jsme tento problém technologicky zvládli, narazili jsme na hranu stoprocentní kontrolovatelnosti dílu. Jedná se o velmi malé díly s tolerancí válcovitosti v jednotkách mikrometrů (přesně 3 tisícinny milimetru). Takto přesnou výrobu sice lze

změřit v laboratorních podmínkách, ale nelze efektivně měřit fyzicky u sérií o stovkách tisíc kusů. Bylo proto nutné vyvinout vlastní měřicí zařízení na stoprocentní kontrolu těchto dílů. Vybudovat špičkové kontrolně-měřicí pracoviště se podařilo zejména díky aktuálnímu rozvoji digitálních technologií, zpracování obrazu s možnostmi vysokého rozlišení. Máme tak nyní v robotickém centru zabudované superpřesné kamery, které dokáží díl nasnímat, vyhodnotit a vytrítit v řádech sekund. To je věc, která by před pěti lety ještě vůbec nebyla možná.

LEKCE DRUHÁ: VYBUDOVÁNÍ SUPERČISTÉHO PRACOVIŠTĚ

Další lekce však následovala záhy. Stroj na kontrolu s nejnovějšími digitálními technologiemi totiž detekoval i obyčejné prachové částice pouhým okem neviditelné jako vadu dílu. Jinými slovy přesná kamera vyhodnotila díl s prachovou částičkou jako vadný, který dál v procesu nesmí pokračovat. Vývoj robotického centra tak pokračoval vybudováním odděleného čistého pracoviště s minimální prašností, kde filtrujeme vzduch. Celé zařízení je nyní opravdovou technologickou špičkou v oboru a funguje velice efektivně.

PŘESVĚDČILI JSME NĚMECKÉ NEVĚŘÍCÍ TOMÁŠE

Pravdou je, že německý zákazník příliš nevěřil, že v Česku budeme schopni tvrdé požadavky zvládnout a takto komplexní problém vyřešit s vlastními odbornými zdroji, vlastním vývojem a vlastní kreativitou. Už druhým rokem patrně i proto Audacio celoevropsky vyhodnotil jako dodavatele roku. Co je však ještě důležitější: je to důkaz, že české firmy stále neztratily pouto s industriální tradicí a mají potenciál zvládnout i složité produkty s jasnou přidanou hodnotou.

Každá podobná zkušenost firmu vždycky posune dál a je dobré nabyté dovednosti zúročit. Naší cestou, kterou jsme již nastoupili, je posunout se částečně od automobilového průmyslu do průmyslu leteckého a vesmírného. Ten je rozvojově velmi perspektivní, ale také obtížnější ve smyslu použití

složitých materiálů, technologických postupů a kontrolních procesů. Ano, má vysokou přidanou hodnotu, ale je také třeba počítat s vysokými nároky.

V BUDOUCNU ROZHODNE FLEXIBILITA A RYCHLOST

Obecně lze říct, že právě flexibilita a možnost rychlého přestavění výroby se patrně v blízké budoucnosti stane trendem. Životní cykly výrobních projektů se nesmírně zkracují, v IT může jít i o půl roku, ve strojařině jsme byli zvyklí na projekty trvající 3–5 let, nyní se pohybujeme v horizontu 1–2 roky. To je opravdu velice krátká doba s ohledem na investice do dražších přesných výrob. Na pracovním trhu se tak zvyšuje poptávka po schopných technících – nejlépe strojních programátorech. Ty v současnosti malé a střední firmy zpravidla outsourcují, ale tlak na potřebu vlastních programátorů se již zvyšuje i u nich. Důvodem je právě krátká reakční doba, která může být pro menší firmy značnou konkurenční výhodou. Disponovat univerzálními linkami s kontrolními stanovišti, které je možné rychle přestavět na jiný typ výroby, je podle mne do budoucna cesta zejména pro malé a střední firmy. ■

TEXT: PAVLA BŘEČKOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI AUDACIO



Ing. Pavla Břečková, Ph.D. Vystudovala ekonomii na VUT v Brně a na doktorátu pracovala na univerzitách v Anglii a Dánsku. Působí v oblasti přesného

strojírenství a nanotechnologií. Specializuje se na oblast zahraničního obchodu a strategie v exportně zaměřené společnosti Audacio. Přednáší na Vysoké škole finanční a správní a je místopředsedkyní představenstva AMSP ČR. Zastupuje ČR v nadaci Eurofound, jež je poradní agencí Evropské komise se sídlem v Dublinu

ČEŠI I NĚMCI ZAČÍNÁJÍ INVESTOVAT CHYTŘE

INVESTICE DO VÝROBY PŘEVAŽUJÍ, TLAK NA INOVACE JE ALE SILNÝ

NĚMECKY HOVOŘÍCÍ ZEMĚ PATŘÍ MEZI NEJVÝZNAMNĚJŠÍ OBCHODNÍ PARTNERY ČESKÉ REPUBLIKY. Z POHLEDU PŘÍMÝCH ZAHRA NIČNÍCH INVESTIC JE NĚMECKO STÁLE NEJDŮLEŽITĚJŠÍM INVESTOREM. JIŽ V SOUČASNÉ DOBĚ SE AGENTUŘE CZECHINVEST DAŘÍ PODPOROVAT PROJEKTY, KTERÉ LZE POVAŽOVAT ZA CHYTŘÉ INVESTICE.

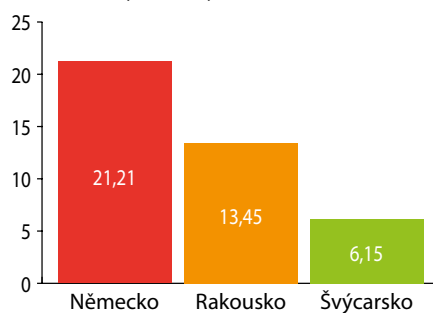
Podle České národní banky dosáhly přímé zahraniční investice z Německa mezi lety 1993 až 2017 více než 20 miliard eur, a tvoří tak 16 procent z celkového objemu investic v ČR. V případě Rakouska činí přímé zahraniční investice téměř 14 miliard eur, to je 10 procent z celkového objemu. Švýcarsko

si v této statistice také nevede špatně. Výše přímých investic činí více než 6 miliard eur, což je necelých 5 procent. Agentura na podporu podnikání a investic CzechInvest pomohla za stejné období dojednat 369 německých, 64 rakouských a 71 švýcarských projektů.

NOVÁ STRATEGIE

V souvislosti s hospodářským růstem posledních let a technologickými inovacemi česká vláda v letošním roce představila Inovační strategii České republiky 2019–2030. Strategie je pojata komplexně a zahrnuje několik kapitol.

Přímé zahraniční investice do ČR 1993–2017 (mld. eur)



Zdroj: Česká národní banka, 2018

Jednou z nich je i podpora tzv. chytrých investic, která si klade za cíl intenzivněji se zaměřit na projekty s vyšší přidanou hodnotou. Jedná se zejména o výzkumné a vývojové aktivity a projekty, které zajistí tvorbu kvalifikovaných pracovních míst. Konkrétní kroky na podporu chytrých investic se momentálně připravují. Jako příklad je možné uvést novelu zákona o investičních pobídkách.

VYČKÁVACÍ TAKTIKA

Zpomalování ekonomického růstu, blížící se brexit a hrozba globální války má na investory samozřejmě vliv, zejména tedy na investory z Německa. Tyto skutečnosti ovlivňují jejich rozhodování, a proto v současné době volí spíše vyčkávací taktiku a připravují se na možné hrozby. Česká republika je stále vnímána jako atraktivní investiční region, struktura projektů se ale postupně mění. Stále převažují investice do výroby ve zpracovatelském průmyslu, zejména v automobilovém sektoru. V případě výroby se ale více investuje do automatizace a digitalizace, protože tlak na inovace je značný.

VÝZKUM A VÝVOJ UŽ ZAPUSTILY KOŘENY

Nová inovační strategie podpoří transformaci projektů, které cílí na Českou republiku. Agentura CzechInvest tyto změny eviduje postupně již teď. Výrazné množství německých investorů, kteří jsou v českém průmyslu aktivní delší dobu, už nyní investuje do výzkumných a vývojových center.

V roce 2018 zahájila společnost Robert Bosch rozšíření svého vývojového centra v Českých Budějovicích, kde má vzniknout 120 kvalifikovaných

pracovních míst. Další významnou společností, která otevřela nové výzkumné a vývojové centrum, byl v roce 2017 Siemens. Stovka nových, vysoce kvalifikovaných zaměstnanců se v Ostravě zabývá vývojem elektromotorů a generátorů. Dalším příkladem může být společnost ZF Engineering, která letos oznámila rozšíření vývoje o aplikační centrum v Plzni.

MLADÉ TECHNOLOGIE

Investiční projekty s vyšší přidanou hodnotou se netýkají pouze velkých společností. I malé podniky a start-upy se věnují stále více projektům s vyšší přidanou hodnotou. Mezi takové případy je možné zařadit například švýcarskou společnost ZetJet Technologies, která vyrábí elektrické pohonné jednotky pro tzv. pseudosatelity létající ve vysokých výškách. Vyvíjí speciální technologii, která by měla výrazně snížit spotřebu paliva a elektrické energie nutné k pohonu letounu.

Prosadily se v Německu

Pixelmate je česká společnost specializující se na tvorbu a vývoj webových a mobilních aplikací, tvorbu e-shopů a jiné digitální produkty. V současné době má její tým přes 45 členů a mezi významné klienty firmy patří Česká televize, Národní muzeum, Samsung, Bosch a mnoho dalších. Díky mezinárodním klientům se v roce 2017 rozhodla, že založí pobočku v hlavním městě Německa, Berlíně.

Ackee je česká technologická firma, která se zabývá vývojem aplikací. V ČR působí od roku 2012 a rozrostla se na padesátičlenný tým. V roce 2017 expandovala do Německa a založila pobočku v Berlíně. O rok později oznámila, že vyvíjí aplikaci pro Německý spolkový sněm. Německým občanům pomáhá získat jednoduše a přehledně informace o parlamentu, jeho členech a pomocí jejích aplikací je možné sledovat i on-line přenos zasedání. Ackee se nezaměřuje pouze na veřejné instituce, ale také na německý průmysl.

V průzkumech Česko-německé obchodní a průmyslové komory obsazovala v posledních letech Česká republika první místo jako investičně nejatraktivnější region střední a východní Evropy, letos skončila na druhém místě.

O České republice, zemi se silným leteckým sektorem s dlouholetou tradicí, uvažovala firma jako o vhodném místě pro další vývoj technologie již od roku 2017. Našla zde silného partnera, a to České vysoké učení technické, které jí dokáže jako jedině v Evropě efektivně pomoci. V roce 2018 pak vstoupila do kosmického inkubátoru ESA BIC Prague.

ČESKÁ EXPANZE DO NĚMECKA

Ekonomický růst České republiky v posledních letech přispěl k expanzím českých společností do zahraničí. Mnoho jich dospělo do fáze, že začínají investovat i v německy mluvících zemích. Většina pro svoji zahraniční expanzi volí na prvním místě Německo. Důvodem je kulturní a geografická blízkost, silný německý průmysl a také fakt, že jde o největší trh v Evropské unii. Mezi takové firmy patří i společnosti Ackee a Pixelmate. V obou konkrétních případech se jedná o české technologické firmy, které se zabývají inovacemi a digitalizací.

Jejich příběh je velmi podobný. Díky rostoucímu počtu zahraničních klientů se musely rozrůst a investovat do zahraničí. Jejich hlavní sídlo ovšem stále zůstává v České republice, kde se odehrává i hlavní vývoj a další rozvoj společnosti. Cílem inovační strategie i agentury CzechInvest je podpora přesně takových firem. Na nové technologické trendy a projekty s vyšší přidanou hodnotou Česká republika připravena je. ■

TEXT: BARBORA RAČAN JEŽKOVÁ

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV CZECHINVESTU



Barbora Račan Ježková je zahraniční zástupkyně agentury CzechInvest v Německu

Nové technologie v Altranu

V hořickém Altranu neustále posilují, i co se moderních technologií týká. V oblasti prototypů je jedním z největších přírůstků nedávno pořízený CNC stroj, díky němuž lze stavět větší nástroje, obrábět větší přípravy a sestavy než dřív a obrábět také odlitky. Ve zkušebně pak v poslední době přibýly např. technologie v oblasti EMC testování, konkrétně EMS (rušení po vedení) a ESD (elektrostatický výboj) testery nebo SoSi komora pro simulace vlivu slunečního záření při zkouškách velkých plastových komponent.

Přečtěte si podrobnou reportáž o instalaci obráběcího centra Trimill v dílnách Altranu:



Radek Bulíček:

EXPERTIZU Z AUTOMOTIVE APLIKUJEME I DO JINÝCH STROJÍRENSKÝCH OBORŮ

HOŘICKÁ SPOLEČNOST ALTRAN CZ, DŘÍVE SWELL, JE V POVĚDOMÍ ODBORNÉ VEŘEJNOSTI SPJATA PŘEVÁŽNĚ S AUTOMOBILOVÝM PRŮMYSEM. TO OBNÁŠÍ VÝVOJ, PROTOTYPY A TESTOVÁNÍ. DÍKY POSTUPNÉMU RŮSTU VŠAK DNES CÍLÍ I NA ŘADU DALŠÍCH ODVĚTVÍ. CO TO VŠECHNO PŘINÁŠÍ, NA TO JSME SE ZEPTALI ŠÉFA PROTOTYPOVÉ DÍLNY RADKA BULÍČKA.

Ing. Radek Bulíček
Vystudoval VUT v Brně, obor aplikovaná mechanika. Po škole začal ve společnosti Swell jako CAD konstruktér na vývojových projektech pro automobilky v ČR i v zahraničí, následně mnoho let vedl útvar vývojové konstrukce. Pohyboval se i v oblasti vývoje a výroby speciálních kontejnerů a nástavb na nákladní a hasičské vozy. Aktuálně působí ve společnosti Altran CZ na pozici vedoucího útvaru Prototyping a jako zástupce výkonného ředitele pro produkci. Kontakt: cz.prototyping@altran.com



Co nabízí například vaše prototypová dílna?

Altran se prototypům věnuje už téměř dvacet let a po celou tu dobu jsme nejvíc propojeni s vývojem osobních automobilů. Toho nyní využíváme a rozšiřujeme naši expertizu i na další dopravní prostředky. Zaměřujeme se především na plechové strukturální díly karoserií a obráběné celky.

Můžete přiblížit stavbu prototypových dílů?

Jako vstup dostaneme od zákazníka tvary dílu, který máme vyrobit. Do procesu zapojujeme široké spektrum specialistů, od konstruktérů přes výpočtaře

po výrobní profese. Navrhne lisovací nástroje, které musíme také vyrobit. To děláme hlavně na CNC obráběcích strojích. Následuje odladění nástroje pod lisem, tak abychom vyráběli díly, které svou kvalitou odpovídají zadání.

Co se děje dál?

Pokračuje se například svařováním sestav, kontrolou, měřením a zpracováním měřících protokolů. V samotném závěru dostává zákazník díly nebo sestavy, které montuje do svého prototypového automobilu.

Které díly to bývají?

Díl, který máme hodně rádi a jímž se často zabýváme, je nosič palubní desky. Tedy jakási centrální tyč s řadou různých držáků, na nichž jsou uchycené komponenty jako airbagy, rádio nebo sloupek volantu. Pro nás je tento díl zajímavý tím, že se jedná o poměrně komplikovanou svařovanou sestavu – zapojíme do něj prakticky všechny technologie a druhy práce, které v prototypové výrobě máme.

Nedávno jsme pracovali například na testování prototypů bočních dveří: nejmenovanému zákazníkovi jsme dodávali sestavu dveří z plechových a 3D vytištěných dílů a dalších nakupovaných komponentů jako závěsů zámků a skel. Takto sestavené dveře pak procházely řadou zkoušek v naší zkušebně, od cyklických testů až po únavové zkoušky v různých klimatických podmínkách.

Prozradte nám, co je vaší přidanou hodnotou, trumfem?

Altran ve světě

Společnost Altran je globální špičkou ve službách technického poradenství, výzkumu a vývoje. Pro řešení transformačních a inovačních potřeb nabízí klientům projektové služby bezkonkurenční hodnoty. Altran pracuje v součinnosti s klienty od počáteční koncepce průmyslového záměru po vývoj výrobků a služeb pro budoucnost.

Už více než 30 let společnost odborně působí v leteckém a automobilovém průmyslu, v oborech vojenské výroby, energetiky, financí, biologie, v železniční dopravě a telekomunikacích. Záběr rozšířil i na polovodičovou techniku, digitalizaci a konstrukční inovaci. Spojení Altranu s Aricentem vygenerovalo v roce 2018 tržby ve výši 2,9 miliardy eur, na nichž se podílelo cca 47 tisíc zaměstnanců ve více než 30 zemích světa.

Komplexnost služeb a to, že finální výstup dokážeme dodat velmi rychle. Od chvíle, kdy dostaneme od zákazníka data, bývá svařená sestava hotová většinou za tři až šest týdnů. To obnáší vývoj a výrobu nástrojů, zajištění materiálu a realizaci finálního produktu. Dosahujeme toho díky obrovským zkušenostem a sešranému týmu lidí. Jednotlivé úkony musí následovat bez přestávek a výkyvů po sobě, nemůžeme si dovolit větší prodlevy. Využíváme plánovací systém, který nám říká, jak si která zakázka stojí, kolik času zbývá na dodání a jestli termín stíháme.

Co dalšího vyrábíte?

Specifickým produktem jsou zkušební přípravky, které umožňují uchytit testované díly tak, aby bylo možno realizovat požadované zkoušky. Využíváme symbiózu se zkušebnou i se specialisty na konstrukci testovacích přípravků. Ve finále dodáváme buď do naší zkušební laboratoře, nebo přímo zákazníkům na míru navržené a odladěné přípravky. Ty musejí projít výpočtovým ověřením, aby při samotných zkouškách nedocházelo k negativnímu ovlivňování výsledků přípravkem. Opět tu jde o čas, na dodávku přípravků se klasicky dost spěchá, ale díky zkušenostem a souhře všech zúčastněných termíny dodávek stíháme.

Dřívější Swell se nedávno stal součástí velké světové značky Altran. Co se z vašeho pohledu změnilo?

Příchod Altranu velice výrazně rozšířil spektrum zákazníků, na něž můžeme cílit, a umožnil investice do technologií, které jsme už zavedli nebo aktuálně zavádíme. Výsledkem toho je, že



Altran CZ

Altran CZ dodává vývojové služby pro automobilový průmysl na českém i evropském trhu. Zabývá se zejména vývojem dílů a sestav, především v oblasti karoserie, exteriéru a interiéru vozu, dále speciálními zkouškami komponentů a stavbou prototypů karosářských struktur, obráběním designových maket nebo vývojem a stavbou speciálních přípravků.

zákazníkům nabízíme nové typy služeb: od CNC obrábění velkých obrobků až po nové typy velice specifických zkoušek.

Ještě k automobilovému průmyslu, kdo jsou vaši největší zákazníci?

Už od počátků firmy byla velkým klientem mladoboleslavská Škoda, portfolio se postupně – i díky Altranu – rozšířilo nejen na Volkswagen nebo Renault, ale i na dlouhou řadu výrobců komponentů.

Ale pracujete i pro zákazníky z jiných oblastí než automotive, je to tak?

Ano, vedle osobních aut se věnujeme i dalším segmentům, jako jsou nákladní vozy, autobusy, železniční doprava nebo letectví. To jsou nyní obory, kde vidíme největší potenciál dalšího uplatnění naší odbornosti a zkušeností. ■

ZDROJ: ALTRAN
FOTO: ARCHIV ALTRANU

digitální transformace výroby

DIGITÁLNÍ PROCESY

Usnadní měřit a porovnávat efektivitu výroby mezi stroji, výrobními místy, časem a lidmi.

Dokáží předvídat prostoje způsobené mezerami v dodavatelském systému nebo předvídat mechanické výpadky a zabránit jim... a mohou mnohem víc.

ZAČÁTEK

Sběr a analýza dat si umí posvítit na slepá místa ve výrobě. Umožní nám získat znalosti o dříve neznámých faktorech a odpovědi na otázky, které před tím neexistovaly.

AUTOMATICKÉ NASTAVENÍ STROJŮ

Stroj komunikuje se strojem. Tady už to bude fungovat samo, efektivně, bezporuchově.

Digitální transformaci lze udělat téměř ve všech provozech a není vždy nutné měnit zařízení a nákladně investovat. Je nutné mít informace a touhu po změně.

T A
Č R



STARFOS
FULLTEXTOVÝ VÝKLEPÁVAC
PROJEKT VAVI V ČR

Příklady podpořených projektů TA ČR

TH02010964
TA04010600

Vývoj technických prostředků pro rychlou změnu sortimentu na stroji pro přípravu výroby průmyslových třídících sít
Vývoj progresivní technologie silového broušení dynamicky namáhaných součástí pro energetiku a letecký průmysl
z těžkoobrobitelných super slitin s ohledem na integritu povrchu

Doprovážíme firmy na cestě k inovacím Nejen ve strojařině

STROJÍRENSTVÍ JE BEZESPORU STĚŽEJNÍ A ZÁROVEŇ TRADIČNÍ ODVĚTVÍ ČESKÉHO PRŮMYSLU. V DOBĚ MEZI SVĚTOVÝMI VÁLKAMI PATŘILO TEHDEJŠÍ ČESKOSLOVENSKO MEZI DESET NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH STROJÍRENSKÝCH ZEMÍ SVĚTA. A CO DNES?

Strojařina stále patří k našim velkým trumfům, ale světového renomé první republiky nedosahujeme. Zásadní podíl zaujímá tradiční výroba dopravních prostředků, zejména aut, která s aktuálně kladnou bilancí zahraničního obchodu ve výši téměř půl bilionu korun tvoří nezastupitelnou část HDP. Toto odvětví je však značně cyklické a volatilní, proto je nutná co největší diverzifikace jak značek a kategorií, tak odběratelů a zákazníků.

Vedle aut se u nás tradičně vyrábí snad všechny druhy dopravních prostředků, od vlaků přes soupravy metra, tramvaje, trolejbusy a autobusy, lodě říční a námořní dopravy až po letadla. Další kategorií s dlouhodobě kladným saldem zahraničního obchodu jsou také stroje a zařízení, což je velmi dobrá zpráva zejména z pohledu technické úrovně a globální konkurenceschopnosti.

INOVACE VEDOU I K ÚSPORÁM

Podíl strojírenství na úvěrovém portfoliu Komerční banky je dlouhodobě významný a stabilní. Máme tu čest být partnerem stovkám firem s více než 22% tržním podílem. U malých a středních podniků činí náš podíl až 50%, u velkých dokonce přes 55%!

Strojní výroba je typicky inovační odvětví. Naše banka už pomohla uvést v život mnoho projektů, jimiž naši strojaři potvrdili, že se v době nových technologií neztrácejí, mají skvělé nápady i tah na branku a dokáží se dostat na špici světového pelotonu. Z každého takového úspěchu se radujeme s nimi.

Snažíme se jim při tom také poradit, kde hledat rezervy. Financovali jsme desítky projektů snižujících energetickou náročnost výrobního procesu, na zateplení budov nebo využití odpadního tepla. Strojírenské firmy nejvíc žádají o dotace na obměny výrobních technologií za nové, efektivnější a úspornější. S námi mají méně starostí, protože za ně celý proces vyřídíme, včetně napsání žádosti o dotaci, a jsme jim i v průběhu realizace projektu dál k dispozici.

PRŮVODCE DIGITÁLNÍ PROMĚNOU

Další kapitolou je digitální proměna firem. Klíčové je samozřejmě rozhodnutí vlastníka, znalost současných procesů, osekání nadbytečných činností a co nejplynulejší přechod na digitální platformu. Podporou zde mohou být dotace na informační systém firmy, jeho upgrade či zcela nový nákup. I na toto se vztahují dotace nebo záruka EuroInovace, která pomáhá získat zajištění od EIB v případě financování. Také tady přichází ke slovu náš KB EU Point, který patří mezi nejaktivnější zpracovatele žádostí v oblasti Průmyslu 4.0.

Tomáš Baťa říkal: „Snažte se dělat věci nejlépe na světě a svět si vyšlape cestičku k vašim dveřím.“ Souhlasím s ním. České firmy jsou navíc dostatečně kreativní a flexibilní, aby obstály i ve světě 21. století. Naše banka jim může pomoci udržet tempo i směr. ■

TEXT: DAVID FORMÁNEK

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV KB



David Formánek je členem představenstva Komerční banky zodpovědným za korporátní a investiční bankovníctví

Gorazd B. Stokin:

CHCEME OBSTÁT V KONKURENCI MEZINÁRODNÍCH VÝZKUMNÝCH CENTER A DAŘÍ SE NÁM TO

„ZA NÁŠ HLAVNÍ ÚKOL POVAŽUJI KOMERCIALIZACI VÝSLEDKŮ NAŠEHO VÝZKUMU. DŮLEŽITÉ JE, ABY PŘINÁŠEL KONKRÉTNÍ VÝSLEDKY, Z NICHŽ BUDOU TĚŽIT VŠICHNI,“ ZDŮRAŽŇUJE BĚHEM NAŠEHO ROZHOVORU ŘEDITEL MEZINÁRODNÍHO CENTRA KLINICKÉHO VÝZKUMU FAKULTNÍ NEMOCNICE U SV. ANNY V BRNĚ (FNUSA-ICRC) GORAZD B. STOKIN.



Dr. Gorazd B. Stokin, MD, MSc., Ph.D., vystudoval Lékařskou fakultu v Terstu v Itálii a získal doktorát v oblasti neurovědy z Kalifornské univerzity v San Diegu, kde rovněž absolvoval základní neurologickou praxi. Dále působil na britské Univerzitě v Cambridge a v Univerzitním lékařském centru ve slovinské metropoli, Lublani. Specializuje se na behaviorální a kognitivní neurologii, ve svém výzkumu se zaměřuje na prvotní události, které vedou k rozvoji Alzheimerovy choroby. Působí v několika výborech a panelech, které se zabývají výzkumem v oblasti demence. V roce 2016 se stal členem Americké neurologické akademie. Od května 2013 vede Mezinárodní centrum klinického výzkumu Fakultní nemocnice u sv. Anny v Brně, kde také založil výzkumný program Translační neurovědy a stárnutí

Narodil jste se ve Slovinsku, studoval v USA. Co vás přivedlo do České republiky?

To byla dlouhá cesta. Narodil jsem se ještě v Jugoslávii, pak jsme se odstěhovali do Keni, medicínu jsem vystudoval v Itálii a do USA jsem se dostal přes stáž ve Francii. Pak jsem se vrátil do Lublaně, a když jsem začal cítit, že je čas na změnu, přijal jsem nabídku účasti ve výběrovém řízení na šéfa FNUSA-ICRC. Byl to dobrý nápad, možnost být u budování centra klinického výzkumu se nenaskytne každý den. Jde o zajištění vzdělávání, financí, potřeb kolegů výzkumníků... Samozřejmě s co nejnižšími náklady. Trochu něco jiného než samotný výzkum, ale když jste u toho takto od začátku, tak to opravdu stojí za to a nijak svého rozhodnutí nelituji.

S jakou vizí jste do centra výzkumu přišel?

Ta vize je jasná, vybudovat mezinárodní konkurenceschopnou instituci zaměřenou na translační výzkum realizovaný in-house, která by se mohla poměřovat s podobnými centry ve světě. Podporovat transparentnost výzkumu, správně ho hodnotit, najímat ty pravé lidi... Prostě dělat vše podle standardů běžných ve vyspělých zemích.

Daří se vám to?

Myslím, že daří, když jsem sem přišel, tak zkratku FNUSA-ICRC neznal skoro nikdo. Dnes už jsme zavedenou institucí, členy mezinárodních aliancí, centrum excelence, rozrůstá se počet výzkumných týmů a hlavně – výsledky výzkumu se snažíme komercializovat. To je velmi důležité, náš výzkum musí přinášet konkrétní výsledky v takové podobě, aby z toho mohli těžit všichni.

RŮZNORODOST NÁS OBOHACUJE**Jaké přínosy má velký podíl zahraničních pracovníků? Na co jste nejvíce pyšní?**

Pokud se podíváme na jakoukoli významnou výzkumnou instituci ve světě, všechny mají vysoký podíl zahraničních pracovníků. Důvod je jasný: aby byl váš výzkum skutečně inovativní a konkurenceschopný, potřebujete výzkumníky, kteří studovali na různých školách, měli odlišné přístupy k výuce, mají za sebou různorodé stáže a podobně. Pak to mohou používat a rozvíjet dále, to je jediný způsob, jak ve vědě dosáhnout excelentních výsledků. Jsem hrdý na to, že jsme dokázali toto prostředí vytvořit. Že můžou čeští výzkumníci poznat, jaké je to pracovat v mezinárodním centru a v mezinárodním prostředí, bez toho, aby museli cestovat přes půl světa. Že máme zázemí pro to, aby v Brně mohli růst také zahraniční výzkumníci. A také jsem hrdý na to, že až se zahraniční kolegové vrátí domů, budou to vlastně ambasadoři, kteří budou šířit povědomí o Brně a České republice ve svých zemích.

Zdůrazňujete význam komercializace. Jak se vám daří rozvíjet spolupráci s komerčními firmami? Jaké projekty se vám podařilo uskutečnit?

To by bylo na samostatný rozhovor. S průmyslem spolupracujeme velmi

intenzivně, realizujeme například klinická hodnocení nových léčiv a zdravotnických přístrojů. Jako jediní v ČR spolupracujeme s největším zprostředkovatelem klinických studií na světě – americkou firmou IQVIA. Díky tomu mohou brněnští pacienti získat přístup k léčivům nebo léčebným metodám, které ještě nejsou běžně dostupné, ale teprve se testují.

Realizujeme ale také jiný smluvní výzkum pro zákazníky z firemního sektoru, a to jak pro malé a střední české firmy jako například BioVendor, Cardion nebo Contipro, tak pro nadnárodní korporace jako Honeywell, ResMed, nebo Saegeling Medizintechnik. Máme několik společných grantů s průmyslovými partnery, například s brněnským start-upem Enantis. S pražskou společností M & I s.r.o. máme společný americký patent na novou diagnostickou technologii.

Díky spolupráci s průmyslovými partnery jsme získali prostředky v řádu desítek milionů korun. Nabídnout můžeme zkušenosti výzkumníků a špičkové přístrojové zázemí, i proto spolupracujeme s firmami jako GE Healthcare, Philips a dalšími. Máme také zájem o výměnu zkušeností a know-how s průmyslovými partnery a snažíme se organizovat výměnné pobyty našich výzkumníků ve firmách a odborníků z firemního sektoru u nás.

Co byste vyzdvihl z mezinárodní spolupráce?

Kromě již zmíněného bych asi vyzdvihl naši spolupráci s věhlasnou Mayo Clinic, která trvá již téměř deset let. Dosud díky ní vzniklo téměř 200 společných článků v odborných časopisech, nová diagnostická metoda a zařízení chráněná společným patentem obou institucí u Amerického patentového úřadu. Snažíme se o globální spolupráci, naše strategie je být prvkem

v síti akademických institucí na celém světě. Kromě Mayo Clinic spolupracujeme například s Yaleovou univerzitou, Karolinska Institutet ve Švédsku, Oxfordskou univerzitou anebo Korejským ústavem pro výzkum mozku.

Na letošním MSV se ČR prezentuje jako Czech Republic: The Country For The Future. Podle nové strategie se má stát evropským lídrem ve vědě a inovacích. Myslíte si, že je to reálné?

Určitě je to možné, jen je to běh na dlouhou trať. Když to přirovnám k našemu centru, pak je nejdříve potřeba vybudovat solidní zázemí, podpořit na této úrovni tuzemský výzkum a hlavně rozvíjet zahraniční spolupráci a spolupráci s průmyslem. A to nejen s nadnárodními giganty, ale hlavně s malými a středními firmami, které mohou být často cennější než velké korporace. O všech výhodách plynoucích ze vzájemné spolupráce je potřeba informovat, ukazovat úspěšné příklady, tak aby se zapojovaly další a další instituce.

Nám to trvalo bezmála osm let, ale výsledky ukazují, že jdeme dobrou cestou. Když nás v březnu navštívil americký velvyslanec, řekl, že to, o čem mluvil premiér ve Washingtonu, když představoval strategii Czech Republic: The Country For The Future, viděl nyní on ve FNUSA-ICRC v praxi. To nás samozřejmě potěšilo, potvrdilo se, že jdeme správným směrem. Rádi bychom například v blízké budoucnosti založili pro komercializaci výsledků výzkumu nové firmy – start-upy, které by dále rozvíjely nápady našich vědců, jež by jinak možná zůstaly nerealizovány. Za nás mohu říct, že tuto strategii podporujeme, je to správný krok kupředu. ■

TEXT: JIŘÍ ERLEBACH

FOTO: ARCHIV FNUSA-ICRC



Mezinárodní centrum klinického výzkumu, které bylo založeno v roce 2011, je nedílnou součástí Fakultní nemocnice u sv. Anny v Brně (FNUSA), jedné z tradičních fakultních nemocnic v České republice a bývalého pracoviště Gregora Johanna Mendela, zakladatele genetiky.

Přestože je FNUSA-ICRC poměrně mladé výzkumné centrum, od svého vzniku se vypracovalo na centrum excelence v mnoha odvětvích klinického, translačního a základního výzkumu.

V současnosti zaměstnává více než 450 zaměstnanců z celkem 18 zemí světa, 19 % výzkumníků pochází ze zahraničí.





Czech
Republic
**The Country
For The Future**

Inovační strategie České republiky 2019–2030

Naším cílem je vytvářet prostředí, které bude stimulovat české firmy v rozvíjení jejich inovačního potenciálu a s ním spojených kompetencí, konkurenceschopnosti a schopnosti prosadit se na zahraničních trzích. Tím chceme zvyšovat jejich přidanou hodnotu a ekonomický zisk a podněcovat jejich globální ambice. Klíčové je vytvoření osy mezi stěžejními oblastmi, kterými jsou:

- **Výzkum**
- **Inovace**
- **Investice**
- **Infrastruktura**
- **Internacionalizace**

Karel Havlíček
Ministr průmyslu a obchodu



Česká národní expoziční

The Country
For The Future



7.-11. 10. 2019

Výstaviště Brno

Mezinárodní strojírenský veletrh

Pavilon Z

Karel Havlíček:

NEBOJME SE BÝT SKVĚLÍ NAŠE ZEMĚ NA TO MÁ

S KARLEM HAVLÍČKEM JSME SI POVÍDALI PÁR DNŮ PŘED JEHO ODLETEM DO NEW YORKU A BOSTONU. ZHRUBA PO PŮL ROCE SE TAK DO SPOJENÝCH STÁTŮ VRACÍ JAKO ČLEN OFICIÁLNÍ STÁTNÍ DELEGACE VEDENÉ PREMIÉREM ANDREJEM BABIŠEM. TENTOKRÁT V ROLI VICEPREMIÉRA PRO HOSPODÁŘSTVÍ A MINISTRA PRŮMYSLU A OBCHODU. PODLE SVÝCH SLOV VŠAK SE STEJNÝM ÚKOLEM: PREZENTOVAT NAŠI ZEMI JAKO CZECH REPUBLIC: THE COUNTRY FOR THE FUTURE. S EKONOMIKOU ZALOŽENOU NA ŠPIČKOVÉM VÝZKUMU, POKROČILÝCH TECHNOLOGIÍCH, CHYTRÝCH LIDECH A INOVATIVNÍCH FIRMÁCH, KTERÁ ZÍSKÁVÁ V ZAHRANIČÍ RESPEKT.



Doc. Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA,
vicepremiér pro hospodářství a ministr
průmyslu a obchodu

V březnu váš program zahrnoval kromě oficiální návštěvy Bílého domu také víc než dvě desítky setkání se špičkovými americkými firmami a prestižními univerzitami. Co vás čeká tentokrát?

Navštívíme Valné shromáždění OSN. A jinak jsme náš program opět napřehovali víc než dvacítkou jednání zaměřených na byznys a vědu. Za ten půlrok už jsme ale o kousek dál. Když jsme v březnu poprvé na setkání s velkými americkými společnostmi řekli hodně sebevědomě, že je konec levných investic v České republice a že investiční pobídky dostane u nás nově jen ten, kdo bude financovat výzkum a inovace a kdo u nás bude díky tomu tvořit hodnotu, koukali na nás jak zjara. Ale když jsme jim vysvětlili, k čemu míříme, na čem stavíme, co chceme dokázat a co nabízíme, tak to v čase přijali. A dnes jsou to právě americké firmy, které nás nesmírně berou a mají velký zájem o investování u nás. Netrápí je cena pracovní síly, ale využívají našeho excelentního výzkumného zázemí. Za všechny mohu jmenovat například IBM, Cisco, GE, Thermo Fischer nebo AT&T.

Českou republiku pod novým brandem „prodáváme“ všude, kam jako vláda jedeme. Většinou to u našich protějšků vyvolává překvapení, protože na podobnou prezentaci nebyli z naší strany

zvyklí. Ale zároveň pozitivní reakce. Svět nám po dlouhé době začíná fandit.

ŠKOLA BYZNYSU NA UNIVERZITÁCH

Inovační strategie, na jejíž koncepci jste se jako místopředseda vládní Rady pro výzkum a inovace významně podílel, byla oficiálně vyhlášena v únoru. Co už se povedlo?

Kompletně jsme změnilí systém financování a hodnocení vědy, prosadili jsme nový režim odpočtů na výzkum, nový zákon o investičních pobídkách, který podporuje pouze investice do inovací, platí nový režim pro příchod vědců a vývojářů ze třetích zemí – vše rychleji a bez administrace, zavedli jsme úplně nové programy v hodnotě 16 miliard korun pro start-upy a inovativní firmy, od září je v pilotní verzi předmět technika na ZŠ, rozjíždíme zahraniční spolupráci s nejlepšími institucemi na světě, během dvou měsíců jsme úspěšně rozjeli dvě výzvy na pokrytí vysokorychlostního internetu do všech bílých míst, představujeme 5G strategii. Výrazně jsme pokročili i ve strategické specializaci ČR v oblasti umělé inteligence, která se stala nosným tématem vlády. Strategii řídíme na denní bázi a vše, co jsme řekli, jsme dodrželi.

Například osm miliard na osm let pro start-upy je opravdu dost peněz, ale jdou na správnou věc: vychovat novou generaci mladých inovátorů, kteří se nebudou bát podnikat. Jak si to v praxi představujete?

Zahajujeme tour po republice, kde vysvětlujeme, co nám jde, a začínáme motivovat schopné mladochy k podnikatelské a vědecké aktivitě. Podporujeme start-upy ve třech oblastech. První jsou jakési univerzální huby – v každém krajském městě chceme mít takový hub, aby v něm tyto mladé firmy měly zázemí. Další oblastí jsou specificky odvětvově zaměřené inkubátory – například na letecký a kosmický průmysl.

Z mého pohledu asi největší práce nás čeká ve třetí oblasti, a to jsou univerzitní inkubátory. Většina univerzit už podobný inkubátor vytvořila, ale nebývají systematicky řízeny. Většinou jim chybí někdo zkušený, kdo je koučuje, řídí, motivuje, zve tam firmy, zprostředkovává jim vazbu na zajímavé investory. Mojí představou je, že by to měla být jakási

paralelní škola byznysu na dané univerzitě... Není to jen otázka peněz, ale je potřeba najít vhodný model a schopné nadšence, kteří se tomu budou věnovat. Naší ambicí by mělo být, aby tyto inkubátory měly mezinárodní charakter.

OD INOVAČNÍ K NÁRODNÍ HOSPODÁŘSKÉ STRATEGII

Nově vypsané programy zahrnují nej-různější oblasti, od vzdělání, umělé inteligence, podpory vědy a výzkumu, ale třeba i zavádění 5G. Kládejte na něco osobně větší důraz?

Jsem rád, že se nám podařilo zkoncentrovat řízení vědy, výzkumu a inovací nejen pod jednu střechu, ale že se to vzájemně doplňuje. Že jdeme za výsledky a všechny ty programy, které nyní vypisujeme, a projekty, které realizujeme, se vzájemně doplňují. Protože těžko říct, co je důležitější. Jestli chytrá infrastruktura nebo příprava jízdního řádu na zavádění umělé inteligence anebo budování zázemí pro start-upy. Všechno jsou to velice důležité věci, které jsou s inovační strategií spojené. Líbí se mi, že si v tomto směru nehraje každý rezort na svém písečku, ale že pracujeme jako tým a naše činnosti koordinujeme, jsou provázané, navazují na sebe, tedy i výsledný efekt je přirozeně daleko větší.

Do vědy a výzkumu půjde příští rok včetně evropských peněz přibližně 48 miliard korun, ještě o miliardu víc než letos, kdy už byl rozpočet rekordní. To je jasný důkaz, že má tato oblast vládní priority. Jaké jsou reakce ze strany vědecké sféry? A jak budete kontrolovat efektivitu vynaložených prostředků?

Ano, dostávají nejvíc peněz v historii a myslím, že jsou spokojeni. A jde nám samozřejmě o řízení kvality výzkumu. Jinak než dřív hodnotíme jeho výsledky, dáváme tomu jiné parametry i s ohledem na přínos pro odvětví, pro společnost. A hlavně se nebojíme škálovat. To je něco, co v České republice neexistovalo. S tím je spjata řada očekávání, ale i obav, protože ne všichni jsou z toho nadšení, zejména ti, co se ocitají na spodních příčkách. Ale to je to, co musíme v naší společnosti také změnit. Musíme si zvyknout na to, že budeme říkat nahlas, kdo je dobrý, méně dobrý a podprůměrný. A nesmíme se bát je dávat do žebříčku a následně je také podle toho hodnotit.

NEBÁT SE VYSTOUPIT Z ŘADY

Je i toto záměr inovační strategie? Chceme změnit nastavení myšlení našich lidí? To pravidlo v naší české kotlině, že „úspěch se neodpouští“, takže moc nevyčuhuj a radši říkej, že se máš špatně, ať ti ostatní nezávidí?

Ano, jde nám i o posun v myšlení. Ale strategie sama o sobě je nástrojem. Nástrojem k tomu, abychom se posunuli dál. Také proto se stala základem pro novou Národní hospodářskou strategii 2030. V ní chceme ukázat, k čemu míříme v oblasti hospodářství v horizontu deseti let, jaká bude struktura průmyslu, energetiky... Na to chceme napasovat vzdělávací systém, potřeby pracovního trhu, bude to provázáno s investičním plánem, podporou podnikání, jde nám o to určit trendy jednotlivých oborů, ať už tradičních nebo spojených s novými technologiemi. Tím, že to zakládáme na inovační strategii, říkáme, že naše ekonomika bude založená na znalostech a přidané hodnotě. Důležité je, aby aktivity všech rezortů mířily stejným směrem, vzájemně se doplňovaly a podporovaly. V takové podobě tu národní hospodářský plán ještě nebyl. Chceme ho představit už na konci tohoto roku.

Jednou z prvních mezinárodních veletržních akcí, kde budete prakticky prezentovat nový národní brand Czech Republic: The Country For The Future, je letošní MSV v Brně. V jaké podobě?

Poprvé se na něm státní organizace představí pohromadě v rámci jedné národní expozice v pavilonu Z, kterou jsme nazvali Country For The Future. Dali jsme dohromady 13 státních organizací, které měly v minulosti své vlastní stánky různě rozházené po výstavišti. Vedle našeho ministerstva se tam bude prezentovat Ministerstvo zahraničních věcí, Ministerstvo obrany, budou tam vládní agentury, státní banky... Myslím, že tato forma prezentace České republiky zanechá v návštěvnících větší dojem, pro firmy to bude přehlednější a navíc společnou expozicí samozřejmě ušetříme nemalou částku ze státního rozpočtu. ■

S KARLEM HAVLÍČKEM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: JAN BRANČ



Elektromontážní dílna Komfi

Jana Slováková:

DIGITALIZACE OBRÁTILA POLYGRAFII VZHŮRU NOHAMA

VYTOUŽENÁ META, NEBO ORWELL? „PŘED ČASEM JSME ZALOŽILI POBOČKU V CHICAGU VE SPOJENÝCH STÁTECH, ABYCHOM ZVÝŠILI DOSTUPNOST TECHNICKÉ PODPORY UŽIVATELŮM NAŠICH STROJŮ A ZEJMÉNA MĚLI MOŽNOST NASÁVAT TRENDY, JIMIŽ SE POLYGRAFIE UBÍRÁ. KDYŽ TOTIŽ CHCEME ZŮSTAT JAKO EXPORTÉŘI KONKURENCESCHOPNÍ I NA VYSPĚLÝCH ZAHRANIČNÍCH TRŽÍCH, MUSÍME SE PŘIZPŮSOBOVAT NÁROČNÝM POŽADAVKŮM ZÁKAZNÍKŮ A IMPLEMENTOVAT JE DO NAŠICH STROJŮ. NEJVĚŠÍ NÁROKY TAK PŘIPADAJÍ NA SOFTWAREVOU VYBAVENOST, KDY JE UŽ BĚŽNÉ, ŽE STROJE MUSÍ PŘEMÝŠLET ZA VÁS,“ ŘÍKÁ OBCHODNÍ A MARKETINGOVÁ ŘEDITELKA RODINNÉ SPOLEČNOSTI KOMFI JANA SLOVÁKOVÁ.

„V posledních letech se dá konkurovat jen vývojovými inovacemi, a proto je na nich postavena celá naše firemní filozofie. Během spolupráce s americkou firmou vyvíjející software pro uživatelskou podporu pro naše stroje jsme měli možnost nahlédnout blíže do jejího portfolia. Přestože víme, že automatizace a digitalizace vládne dnešnímu světu, to, co jsme s kolegou viděli během prezentace plně automatizovaného provozu v jedné z tiskáren v USA, nás dost zaskočilo,“ dodává Jana Slováková. Špičková technika umožňuje uplatnit se prakticky každému, kdo má zájem pracovat u digitalizované výrobní linky. Software zajišťuje, aby vše probíhalo s minimálními

časovými ztrátami, s co nejjednodušší přípravou, s téměř nulovou chybovostí a za tomu odpovídající mzdu.

Jak to vypadá v praxi? „Obsluze je připevněna na ukazovák jedné ruky čtečka čárových kódů a na druhou ruku mobilní telefon se softwarem. Ten navádí operátora linky na jednotlivé úkony včetně možnosti spuštění videomanuálu, jak kterou činnost provést, a zároveň přes čtečku pracovníci nedovolí učinit žádný nesprávný pracovní úkon – od zakládání navoleného papíru nebo lamina až po finalizaci produktu. Dojde-li přece jen k chybě, je příslušný pracovník podle míry zavinění

a důsledků pro firmu penalizován,“ vysvětluje manažerka.

ZVONÍ ZKUŠENÝM FACHMANŮM HRANA?

V dodavatelském řetězci se tak nezadržitelně početně zužuje a významem posiluje komunita výzkumníků a vývojářů, zatímco skupina pracovníků-uživatelů technologií se rozšiřuje a marginalizuje. Problém s nedostatkem technicky vzdělaných odborníků se však stále zvětšuje.

„Naše firma proto dlouhodobě spolupracuje s regionálními školami, podporuje různé smysluplné projekty z oblasti



Jana Slovákova, obchodní a marketingová ředitelka rodinné firmy Komfi

po menších laminovacích strojích, tj. z formátu B2 na formát B3, v němž většina digitálních tiskových strojů tiskne. V poslední době se zákazníci začínají vracet k formátu B2. Za změnou jejich preferencí se ale neskrývá nostalgie po tradičních tiskových technologiích, ale snaha o vyšší produktivitu, již lze dosáhnout také zpracováním B3 archů na šířku," vysvětluje Jana Slovákova aktuální preference zákazníků. Od zadání dat k vytištění například knihy nás dnes odděluje jen několik hodin. Veřejnost přitom netuší, co všechno se za tímto „technologickým zázrakem“ skrývá. „Abychom udrželi co nejnižší náklady na finální produkt, musí být naše zařízení co nejnadhodněji ovladatelná a maximálně autonomně provozovatelná, úsporná v čase i na přípravu zakázky. Doby, kdy v tiskárnách obsluhovali stroje technicky zdatní odborníci, kteří jim rozuměli od A do Z a v případě potřeby si dovedli poradit i sami, jsou dávno pryč.“

KOMFI spol. s r. o.

Lanškrounskou společnost založil v roce 1992 Ing. Karel Matějček. V polovině 90. let se orientovala na vývoj a výrobu vlastních jednoúčelových strojů zejména pro elektrotechnický průmysl a od roku 1998 vyrábí sériově stroje pro polygrafický průmysl. Vyvíjí linky využívající technologii digitálního tisku pro další aplikace v dokončujícím zpracování tiskovin. Za sedmadvacet let se rodinná společnost, zaměstnávající kolem 200 lidí, stala předním světovým výrobcem laminovacích, lakovacích a polygrafických strojů, který exportuje na trhy celého světa. Dcera zakladatele Jana Slovákova působí ve firmě jako obchodní a marketingová ředitelka.

technických dovedností, ale také posiluje konkurenční výhody rodinné společnosti oproti velkým a finančně silnějším firmám. A nejsou to jen formy volnočasového využití, jako je zvýhodněná domácí a zahraniční rekreace pro zaměstnance nebo pořádání zábavních akcí pro děti a rodiče, ale také prostor pro inovační aktivity pracovníků a obyčejné mezilidské vztahy," vypočítává spoluzakladatelka společnosti. Někteří pracovníci se k nim totiž po zkušenosti z korporátů vracejí.

VPÁD DIGITALIZACE

Příběh rodinné firmy Komfi, jejíž první stroje se rodily na rýsovacím prkně jejího zakladatele v lanškrounském paneláku, ilustruje vývoj polygrafického průmyslu od jednodušších strojů k plně automatizovaným procesům. Tak velký skok kupředu iniciovali zejména výrobci digitálních tiskáren s připojením k internetu a on-line platformám.

„Do našeho produktového portfolia se nový trend promítá ve dvou ohledech. První je minimalizace počtu pracovníků, kdy jeden operátor ovládá čtyři i více výrobních linek. „Inteligentní“ stroj důsledně sleduje výrobní proces a dokáže eliminovat případné chyby obsluhy. Druhým je výběr vhodného stroje pro konkrétního zákazníka. Ještě nedávno se v souvislosti s rostoucím zájmem o digitálně tištěné materiály zvyšovala poptávka

V NĚMECKU BODUJE AUTOMATIZACE

Zhruba od začátku tohoto tisíciletí, kdy lanškrounské Komfi začalo se systematickým budováním své dealerské sítě, se jeho výrobky úspěšně etablovaly zejména v západních a severních státech Evropské unie, v USA a Japonsku.

„V Německu, které patří k tradičním polygrafickým trhům, se nové trendy projevují o něco dříve než v dalších západoevropských zemích a Skandinávii, i když rozdíl nejsou nijak markantní. O nákupu dražšího zařízení tu všude rozhoduje nákladná pracovní síla, jež se promítá i do finální ceny produktu. Na těchto trzích budujeme s novou generací laminátorů řady Amiga, které se hodí zejména do digitálních provozů

a copy center. Jsou vybaveny chytrými funkcemi a možností opčního vybavení, takže je dokáže obsluhovat i nezaškolený personál. V Německu, Francii a Švýcarsku vnímáme větší tlak na automatizaci výrobních procesů než u jihoevropských členů EU, například Itálie a Španělska. Naopak menší zájem o sofistikovanější zařízení pozorujeme ve východní Evropě, kde je zatím pracovní síla natolik levná, že automatizace nehraje tak důležitou roli jako v technologicky silnějších ekonomikách a zákazníci při výběru technologie volí spíše zařízení s nižší pořizovací cenou," charakterizuje cílová obchodní teritoria společnosti Jana Slovákova. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV KOMFI

Montáž laminovacích strojů





DIGITALIZACE MĚNÍ TVÁŘ PRŮMYSLU I OBCHODU KAŽDÉ RÁNO SE MODLÍM, ABY SE NĚMECKU DAŘILO

OD KONCE LOŇSKÉHO ROKU ROSTE POČET FIREM, KTERÉ UVÁDĚJÍ, ŽE SLÁBNE ZAHRANIČNÍ POPTÁVKA PO JEJICH ZBOŽÍ. UKAZUJE TO PRAVIDELNÉ ŠETŘENÍ, KTERÉ SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČR POŘÁDÁ SPOLEČNĚ S ČESKOU NÁRODNÍ BANKOU MEZI VÍCE NEŽ 150 PRŮMYSLOVÝMI FIRMAMI. OCHLAZENÍ PŘÍCHÁZÍ MIMO JINÉ Z NĚMECKA. TAMNÍ PRŮMYSLOVÁ VÝROBA SE DRŽÍ POD ÚROVNÍ ROKU 2018 A NĚMECKÉ FIRMY HLÁSÍ OD ZAČÁTKU ROKU POKLES ZAKÁZEK. KAŽDÉ RÁNO SE MODLÍM, ABY SE NĚMECKU DAŘILO. ČESKÁ A NĚMECKÁ EKONOMIKA JSOU OBCHODNĚ A VLASTNICKY PROVÁZANÉ, A DOPADY VÝVOJE V NĚMECKU TAK POCÍTÍME I U NÁS. NAŠE EKONOMIKA ALE ZATÍM ROSTE STÁLE RYCHLEJI NEŽ NĚMECKÁ.

Na domácím trhu se firmy zatím mohly opřít o rostoucí spotřebu domácností, ale také o chuť firem investovat do nových strojů, zařízení nebo rozšiřování výroby. Přesto se podle šetření SP ČR letos mírně snižuje podíl podniků, které hodnotí domácí poptávku pozitivně. K podobným výsledkům dospěly také průzkumy ostatních institucí. Zpomalení růstu průmyslové výroby v nadcházejících měsících signalizuje jak index nákupních manažerů PMI pro ČR, tak i indikátory důvěry, jež sestavuje Český statistický úřad.

INVESTICE DO DIGITALIZACE FIRMÁM POMŮŽE

S očekávaným zpomalením růstu se snadněji vyrovnají společnosti, které už

začaly investovat do své digitální transformace. Přinese jim to nejen zlepšení vnitřních procesů, což se projeví úsporou nákladů a zvýšením produktivity práce. Ale také se před nimi otevrou nové možnosti, jak se zapojit do nových dodavatelských řetězců nebo jak nabídnout svým zákazníkům nové služby, které zvednou přidanou hodnotu jejich produktů. Za ně si pak budou moci účtovat vyšší ceny s lepšími maržemi než dnes.

Firmy musí dokončit svou digitální restrukturalizaci. To mimo jiné znamená optimálně využívat nejnovější výrobní technologie, jako jsou aditivní výroba, robotická pracoviště vybavená nástroji citlivými na dotek a strojovým viděním nebo průběžné automatické sledování kvality

produkce. Navíc je nutné začít používat algoritmy umělé inteligence založené například na strojovém učení a modelování veškerých vnitrofiremních procesů. Na to je důležité připravit také stávající, ale i budoucí zaměstnance. Proto je nutné modernizovat vzdělávání a rozvíjet v něm principy umělé inteligence nebo internetu věcí.

Trend digitalizace a využívání umělé inteligence ve světě je jednoznačný. Počet patentů udělených pro technologie využívající umělou inteligenci se za posledních deset let ve světě zvýšil na pětinašobek, jak uvádí pravidelná zpráva Světové obchodní organizace (WTO) za rok 2018. Stejně strmě roste také počet vědeckých publikací z oblasti umělé inteligence.



Jaroslav Hanák je prezidentem Svazu průmyslu a dopravy ČR

České firmy si v rámci EU vedou v integraci digitálních technologií poměrně dobře. Podle hodnocení Evropské komise DESI jsou v EU na 12. místě a v míře a úspěšnosti integrace těchto technologií se umístily nad průměrem EU. Malé a střední podniky jsou na evropské špičce v prodeji přes internet. Celkově však Evropě trochu ujíždí vlak, hlavní hráči v digitální oblasti rostou v USA a v Asii.

STÁT V DIGITALIZACI ZAOSTÁVÁ

K firmám by se konečně měla přidat také vláda. Ta už přijala řadu strategií a plánů v oblasti digitalizace, na jejichž tvorbě spolupracoval také Svaz průmyslu a dopravy ČR. Nyní musí začít do jednotlivých opatření investovat, aby nezůstalo jen u plánů. Situace se pomalu zlepšuje, nicméně na výsledcích to ještě není vidět. V pravidelném hodnocení digitální připravenosti DESI, které sestavuje Evropská komise, jsme až na 18. místě z 28 členských států. Navíc v posledních třech letech se Česká republika v žebříčku propadala.

V oblasti digitálních veřejných služeb je Česko v Evropské unii až na 20. místě. Navzdory zlepšením ještě v žádném ze sledovaných ukazatelů nedosahuje průměru EU. S komplexní digitalizací státu vláda počítá až kolem roku 2024. Z pěti hodnocených ukazatelů, které sleduje

žebříček DESI, je česká úroveň digitalizace veřejných služeb nejhorší.

NOVÉ TECHNOLOGIE MĚNÍ SVĚTOVÝ OBCHOD

Digitální technologie už mění mezinárodní obchod. Vzhledem k tomu, že český průmysl je silně orientovaný na export, dotknou se tyto změny i tuzemských firem. V prvé řadě to usnadní zahraniční obchod díky snižování nákladů na logistiku či administrativu a díky zrychlení dodávek koncovým zákazníkům. Do roku 2030 jen kvůli tomuto efektu naroste objem světového obchodu podle odhadů WTO o 31 až 34 procent.

Digitalizace také vytváří nové příležitosti v prodeji služeb do zahraničí. Ať už jde o služby v oblasti telekomunikací, informačních technologií nebo nových typů služeb, které budou navázány na fyzický výrobek. Podíl služeb na světovém obchodu se do roku 2030 zvedne z nyníšších 21 na 25 procent, uvádí WTO.

Významným trendem, který se může v budoucnu dotknout také českého průmyslu, je nástup 3D tisku. Při stávajícím tempu firemních investic do pořízování 3D tiskáren a technologie aditivní výroby by se mohla v roce 2060 tímto způsobem vyrábět až polovina průmyslového zboží. Pokud se tempo investic do 3D tisku zdvojnásobí, posune se tento okamžik už na rok 2040. Protože takto vytvářené produkty se budou vyrábět blízko místa spotřeby, může 3D tisk výrazně snížit potřebu jejich dovozu ze zahraničí, a tím také objem mezinárodního obchodu. WTO odhaduje, že by mohlo jít o pokles v řádu desítek procent. Nejvíce už nyní do 3D tisku a souvisejících služeb investují výrobci strojů, letadel, automobilů, zdravotnických zařízení a elektroniky.

EXPORT LETOS DÁL ROSTE

Českým exportérům se zatím daří. Po loňském rekordním roce rostl vývoz i na začátku letošního roku. Export v národním pojetí za leden až květen byl meziročně o 5,6 procenta vyšší než loni. Částečně je to dáno tím, že skoro 90 procent vývozu směřuje do vnitřního trhu Evropské unie. Většina českých firem tak nemusí bezprostředně zápasit s rostoucím obchodním protekcionismem ve světě. Zprostředkovaně se ale ochrannářství může projevit v úbytku zakázek

od evropských odběratelů, kteří vyvážejí mimo Evropskou unii.

Obchodní spory mezi USA a Čínou, USA a Evropskou unií, Japonskem a Jižní Koreou, hrozba tvrdého brexitu, sankce proti Rusku či Íránu ohrožují světový hospodářský růst. Evropská komise spočítala, že loni se rozrostly bariéry obchodu mimo EU na rekordních 425 ochrannářských opatření v 59 státech. Evropské firmy kvůli nim přicházejí každý rok o miliardy eur. V době, kdy hospodářský růst v Evropě i v Česku slábně, je to pro tuzemské firmy další potenciální riziko, s nímž se budou muset vyrovnat.

Je proto třeba ocenit společnou obchodní politiku EU, která se snaží podporovat obchod založený na pravidlech a principech WTO a rozšiřuje okruh zemí, s nimiž má EU dohody o volném obchodu. Je to jedna z neúčinnějších společných politik a silný nástroj podpory zájmů EU v zahraničí a přináší hmatatelné výsledky. Exportní podporu potřebují firmy také od českých politiků, kteří by měli tuzemským výrobcům otevírat dveře v jihovýchodní Asii, zemích SNS, v subsaharské Africe a Jižní Americe. I tím jim mohou pomoci, aby si udrželi v příštích letech vysokou výkonnost. ■

TEXT: JAROSLAV HANÁK
FOTO: ARCHIV SP ČR



Investice do digitální transformace firmám pomohou vyrovnat se s nadcházejícím zpomalením ekonomického růstu. Částečně vyřeší také potíže spojené s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků

Francii máme co nabídnout A ONA O TO STOJÍ

O TOM, ŽE JE FRANCIE PRO ČESKÉ VÝROBCE A POSKYTOVATELE SLUŽEB VELMI ZAJÍMAVÝ A PERSPEKTIVNÍ TRH, NEMŮŽE BÝT SPORU. VŽDYŤ JEN CO DO OBJEMU HDP JE ŠESTOU NEJVĚTŠÍ EKONOMIKOU NA SVĚTĚ, ŽIJE V NÍ 65 MILIONŮ OBYVATEL, TEDY POTENCIÁLNÍCH SPOTŘEBITELŮ, A PŘEDSTAVUJE PĚTINU HDP EUROZÓNY. NAVÍC PATŘÍ MEZI NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ ZEMĚ SVĚTA: KAŽDOROČNĚ TAM ZAVÍTÁ PŘES 90 MILIONŮ ZAHRANIČNÍCH TURISTŮ. A TO JE DALŠÍ POTENCIÁLNÍ TRH PŘEDEVŠÍM SE SPOTŘEBNÍM ZBOŽÍM A SLUŽBAMI.

Právě služby tvoří v současné době zhruba tři čtvrtiny z celkového HDP země, která je jinak globálním lídrem v automobilovém, leteckém a železničním průmyslu, kosmetice a luxusních výrobcích. Minimálně v prvních třech kategoriích existuje samozřejmě průnik s dodavatelskými možnostmi českých firem, které zde mají díky své kvalitě velmi dobré jméno.

Francie je čistým importérem výrobků a služeb. To znamená, že v posledních deseti letech více dováží, než vyváží, deficit se každoročně pohybuje na úrovni 70 miliard eur.

V současnosti zaváděná vládní opatření především ve fiskální politice, která mají za cíl snížit daňové zatížení firem, a reforma trhu práce by měly do budoucna zajistit podnikům – tedy potenciálním odběratelům – větší flexibilitu

v rozhodovacích procesech a alokaci finančních prostředků například do outsourcingu. To samo o sobě představuje pro české firmy další velkou příležitost.

BODUJEME TECHNICKÝM VZDĚLÁNÍM A FLEXIBILITOU

Hlavními položkami českého vývozu do Francie jsou dopravní prostředky, strojní zařízení a strojírenské subdodávky. Velkou výhodou českých firem jsou kvalitní technicky vzdělaní zaměstnanci a flexibilita v dodávkách. Především ve strojírenství Francie ztrácí své výrobní kapacity, což je další šance pro české podniky.

Velmi perspektivní je automobilový průmysl, ve kterém se díky zkušenostem a certifikacím čím dál tím více uplatňují čeští dodavatelé dílů. Významnými obory s velkým potenciálem jsou

letecký, energetický, chemický průmysl a biotechnologie.

Naopak značně složité je prosadit ve Francii vlastní značku potravin anebo textilního zboží. Francouzi jsou tradičně velmi hrdí na své národní značky. Zde českým firmám doporučuji proniknout na trh v roli subdodavatele či dodávát pro již zavedené značky obchodních řetězců.

PŘÍSNÁ LEGISLATIVA A TVRDÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

Země galského kohouta je standardním evropským trhem, který se v oblasti výměny zboží a služeb řídí evropskou legislativou, a při vstupu na trh tedy neexistují žádná výrazná omezení či rizika. Nicméně z praxe mohou potvrdit, že znalost francouzštiny je nespornou



V supermoderní obchodní čtvrti Paříže La Défense mají sídlo desítky francouzských firem i největší koncerny světa

výhodou. Oproti některým jiným evropským státům je používání angličtiny na nižší úrovni a je potřeba s tímto faktem počítat.

Každá firma by si také měla při rozhodování o exportu do Francie v rámci svých možností či za pomoci zastoupení CzechTrade nejdříve zmapovat trh z hlediska saturace, konkurenčních či komplementárních výrobků a služeb a počtu potenciálních obchodních partnerů, aby se tak vyhnula vysokým akvizičním nákladům.

Pokud například česká firma exportuje výrobky či služby, které jsou spojené s montáží na místě, je nutné skutečně dobře znát místní legislativu spojenou s vysíláním zahraničních pracovníků. Vyhne se tak případným komplikacím a sankcím ze strany francouzských úřadů například při nedodržení mzdových a bezpečnostních podmínek, při pojištění apod. a také riziku poškození dobrého jména společnosti.

Zároveň je třeba vždy podrobně prostudovat obchodní podmínky uzavíraných smluv, a to zejména v oblasti plateb a reklamací, které mohou skrývat penalizace pro dodavatele v případě pozdních dodávek či právě reklamací. Především u větších společností musíte

počítat s malou flexibilitou při vyjednávání změn smluvních podmínek a naopak u menších firem je dobré zjistit si předem jejich bonitu. Vymáhání pohledávek právní cestou je ve Francii poměrně drahá záležitost a soudní výlohy nese žalující strana.

POČÍTEJTE S ČASOVÝMI PRODLEVAMI

Při jednání velmi záleží na velikosti, struktuře a rozhodovacích procesech francouzského obchodního partnera. U větších firem očekávejte menší flexibilitu způsobenou hierarchickým stylem řízení, proto je nezbytné jednat se skutečným „decision makerem“. Ze strany těchto větších firem lze také počítat s určitou časovou prodlevou v reakcích. Naopak u menších subjektů je dobré navázat bezprostřední komunikaci přímo s majitelem či ředitelem.

Během akvizičního procesu doporučuji vždy osobní prezentaci v sídle klienta nebo ho pozvat do výroby v České republice – opět ideálně s francouzsky hovořícím zástupcem. Neméně důležité je také načasování jakékoli obchodní komunikace. Francouzi jsou zvyklí téměř dvě hodiny denně od 12 do 14 hodin trávit na obědě, což musíte brát v potaz. Během srpna probíhají celofiremní

dovolené, takže ve většině případů budete na reakci čekat až do jejich skončení.

JAK JE TO S KONKURENČNÍM PROSTŘEDÍM?

Francie je samozřejmě saturovaný trh, ale vždy záleží na konkrétním produktu či službě. Pokud se budeme bavit o tradičních francouzských výrobcích, jako jsou například potraviny, oděvy nebo další spotřební zboží, je pochopitelně nutné počítat s velkou konkurencí a vyššími náklady na vlastní propagaci či podporu distribučního partnera.

Naopak menší konkurence panuje v oblasti technických produktů, například strojírenských subdodávek, metalurgických produktů, montáží různých sestav, dodávek dílů do leteckého, automobilového nebo energetického průmyslu. Zde se českým výrobkům daří především díky technickému know-how, velmi kvalitnímu zpracování a bezproblémovému plnění dodacích termínů.

VELETRHY JSOU V KURZU

Účast na specializovaných veletrzích podpořená aktivní oslovovací a zvací kampaní je velmi vhodným nástrojem podpory prodeje. I když je dnes mnoho údajů dostupných i na internetu, veletrhy jsou pro francouzské spotřebitele a firmy nadále velmi oblíbenou formou prezentace a vyhledávání obchodních příležitostí. Téměř každý myslitelný obor má ve Francii svůj specializovaný veletrh.

Naše pařížská kancelář CzechTrade tradičně organizuje na francouzských veletrzích společně stánky českých exportérů pod hlavičkou České republiky. Výhodou takovéto účasti je bezesporu úspora času a nákladů při přípravě a především naše intenzivní pomoc se zvaním a oslovováním potenciálních zákazníků, sjednávání konkrétních obchodních schůzek, asistence a tlumočení při samotné akci a následný follow-up u konkrétních optávek. ■

TEXT: VITĚZSLAV BLAŽEK

FOTO: SHUTTERSTOCK

VITĚZSLAV BLAŽEK JE ŘEDITELEM ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE PAŘÍŽ A REGIONÁLNÍHO CENTRA SEVEROZÁPADNÍ EVROPA

Vítězslav Blažek:

S FRANCIÍ MÁME MNOHO SPOLEČNÉHO

S BREXITEM JEJÍ DŮLEŽITOST VZROSTE

VÍTĚZSLAV BLAŽEK ŘÍDÍ ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘ CZECHTRADE V PAŘÍŽI TEPRVE ROK. PŘEDTÍM REPREZENTOVAL TUTO VLÁDNÍ AGENTURU NĚKOLIK LET VE SKANDINÁVIÍ. „STOCKHOLM A PAŘÍŽ JSOU DVA ROZDÍLNÉ SVĚTY, ALE OBA JE MÁM RÁD, VE FRANCII JSME SI S RODINOU ZVYKLI RYCHLE,“ KONSTATUJE.



Ing. Vítězslav Blažek
je ředitelem zahraniční
kanceláře CzechTrade Paříž
a regionálního centra
Severozápadní Evropa

S čím jste se po tolika letech strávených na Severu nejdéle vyrovnával?

Pro mě to bylo jednodušší v tom, že jsem ve Francii předtím studoval – ve městě Amiens kousek od Paříže – i pracoval a odmalička jsem vyrůstal ve frankofonním prostředí, jelikož můj dědeček byl profesorem francouzštiny. Ale i když jsem se vracel do důvěrně známého prostředí, byl to pro mě zpočátku obrovský šok. Jednak je tu znát odlišná mentalita od anglosaského, severského přístupu, kdy nic není problém a všechno lze vyřešit podáním ruky a domluvou,

kde jednání s úřady zvládnete elektronicky ve dvou klicích myši. Naproti tomu ve Francii vás překvapí ohromná byrokracie na osobní i byznysové úrovni.

Takže převládaly spíše negativní pocity?

Ale to vůbec ne! Naopak si myslím, že nám Středoevropanům jsou životní podmínky ve Francii bližší, žije se tu příjemněji. Francouzská společnost je otevřenější, lépe se nám vychází s lidmi. Na severu jsou obrovští individualisté.

Lidé tam mají svoji kariéru, svoji rodinu a velmi omezený okruh přátel od kolébky až do stáří.

V této souvislosti dávám k dobru typickou situaci v činžovním domě ve městě. Než vyjde Švéd ven z bytu, nejprve se podívá kukátkem na chodbu, aby nemusel potkat souseda. Ve Francii je to naopak: lidé se mnohem víc druží, zdraví a řekl bych, že se na sebe i víc usmívají. To souvisí i s klimatickými podmínkami – na severu žijete půl roku de facto skoro ve tmě, a to na lidi působí.

A co životní podmínky ve velkoměstě?

Tady podle mé zkušenosti víc boduje Sever, jsou tam trochu pohodlnější podmínky pro rodinný život. Například se všude bez problémů dostanete s dětským kočárkem, vše je lépe organizované. Ale Paříž má zase spoustu zeleně a například ve čtvrti, kde bydlíme, jsou krásné velké parky, což je příjemné. Žije se tu skvěle, ale pokud sem jedete na jednání, je potřeba připravit se na to, že se tu každý den přesouvá tam a zpátky deset milionů lidí. A to se musí někde projevit. Průměrný Pařížan například stráví 300 hodin ročně v dopravních zácpách. Proto doporučuji všem, kdo mají obchodní či soukromou cestu do Paříže, na auto zcela zapomenout a používat hromadnou dopravu, která je tu velmi dobrá.



Pařížané stráví v průměru 300 hodin ročně v dopravních zácpách

Co obchodní mentalita?

Největší rozdíl je v tom, že ve Skandinávii vám partneři na rovinu řeknou ano, nebo ne, zatímco Francie se více blíží jižním státům. Obchodní jednání jsou trochu víc show, je v tom víc emocí, důležitější je i osobní chemie. Francouzi také bývají v práci méně organizovaní než třeba Seveřané, takže rozhodnutí se někdy dělají na úplně poslední chvíli, kdy to jde.

OBCHOD SE PŘESOUVÁ Z BRITÁNIE DO FRANCIE

Kdybych byl představitelem české exportující firmy, jak byste mě přesvědčil, že bych měl vyvážet i do Francie, když už mám dobře rozvinutý obchod v Německu a Británii?

Už pro diverzifikaci a rozložení rizika, snížení závislosti na Německu. Hlavní argument ale je, že česká a francouzská ekonomika jsou si velmi podobné strukturou. Obě jsou zaměřené na výrobu, na strojírenství, mají podobný energetický mix, a existuje tu tedy spousta synergií ve vzájemném obchodu, včetně možností subdodávek českých výrobců. Pomůžu si příkladem největšího výrobce kolejových vozidel v Česku Škoda Transportation a největšího výrobce ve Francii Alstom. České firmy, které už jsou certifikované pro dodávky pro Škodu Transportation, můžou dodávat i pro Alstom. Stejně je to třeba v leteckém průmyslu, kde české firmy mají velkou tradici, know-how a potřebné certifikace. Ve Francii je letecký průmysl také velmi silný a jsou tam firmy jako Airbus nebo Safran, které na místě provádějí už jen montáže, takže výrobci různých dílů nebo sestav mají možnost pro ně dodávat. Další věc je, že s probíhajícím brexitem se postupně z Británie přesouvá

mnoho výrobních kapacit i investic nejčastěji právě do Francie, a tím důležitost Francie dále poroste.

Francie je rozlehlá země s více než 65 miliony obyvatel. Dá se v jejím rámci hovořit o regionálních specifikách?

Určité kulturní rozdíly mezi severem a jihem ve Francii fungují. Severní regiony typu Bretaně nebo Normandie jsou trochu bližší středoevropské mentalitě. Oblast kolem Lyonu je hodně průmyslová, má blízko k Alpám a ke Švýcarsku a tam je mentalita taky více podobná. Naopak vzdálenější a odlišnější jsou jižní a jihozápadní regiony jako Provence nebo Akvitánie. Na této ose existují i určité rozdíly v přístupu k byznysu nebo v dochvilnosti. Ale obecně vzato byla Francie vždy příkladem etatistického řízení státu, kde je patrný velmi silný vliv centrální moci sídlící v Paříži.

Větší rozdíly tak možná spočívají ve struktuře ekonomiky. Sever a východ Francie jsou více průmyslové, vedle zmíněných regionů jsou to třeba i Alsasko nebo Lotrinsko. Je to vlastně takový pás od Lyonu podél německých hranic kolem Rýna až k belgickým hranicím, kde byl dříve významný těžební průmysl a dodnes je tam silný ocelářský průmysl. Naproti tomu střed, západ a jih Francie jsou méně industrializované.

NAUČTE SE FRANCOUZSKY

O Francouzích se také traduje, že nejsou příliš ochotní komunikovat v angličtině. Platí to?

Pokud chcete ve Francii uspět, bez francouzštiny se neobejdete. Ve větších nadnárodních společnostech sice

lidé anglicky mluví, ale mezi malými a středními firmami je to slabší. Navíc i v těch velkých korporátech je většinou velmi hierarchická firemní kultura, takže pokud se chcete dostat třeba k manažerovi nákupu, většinou je potřeba nejprve komunikovat s recepcí, asistentkami a na těchto úrovních se anglicky nemluví. Takže suma sumárum: ve firmách je nutné se francouzsky aspoň uvést, a pak když se dostanete k někomu na manažerské pozici, je možné, že ten už anglicky bude umět. Nebo ještě jinak: když už máte uzavřenou smlouvu a řešíte denní obchodní korespondenci, výměny výkresů nebo technické specifikace, to už v angličtině taky nějak jde. Ale samotná akvizice, proces získávání zákazníků, tam je francouzština nutnost, včetně toho, že budete mít připravené veškeré materiály, včetně webu a produktových brožur, ve francouzštině.

Zajímavostí je, že i z těchto důvodů ve Francii výrazně posílila výuka angličtiny ve školách, takže mladí lidé by teoreticky měli umět anglicky dobře, ale z nějakého důvodu moc mluvit nechtějí.

BYROKRACIÍ SE NENECHTE ZASKOČIT

Zmínil jste komplikovanou byrokracii. Je to s administrativní náročností ve Francii opravdu tak špatné?

Uvedu příklad. Když si chcete založit obyčejný účet v bance nebo pronajmout byt, musíte si připravit složku dokumentů včetně svého životopisu, oficiálního potvrzení o příjmech od zaměstnavatele a daňových přiznání, dokladů o adrese apod. Pokud jste navíc ►►

►► cizinec ze zemí mimo EU, musíte žádat o povolení k pobytu, což je administrativně velmi náročná záležitost vyžadující hodinová čekání na úřadech.

Co se týče obchodu, platí, že čím větší korporace, tím složitější byrokracie, ale tak to je vesměs všude ve světě. Určitým specifickým ale je, že obchodní smlouvy ve Francii obsahují více podmínek ve prospěch francouzské firmy, zejména pokud je česká firma dodavatel. Nemáte prakticky žádnou možnost vyjednat si změnu těchto podmínek, je třeba to akceptovat i s tímto rizikem. Častěji se také využívá penále, zvláště u větších firem. A v neposlední řadě jsou ve Francii zvykem delší doby splatnosti, klidně 60 nebo 90 dnů. Poměrně často se nám pak stává, že se na nás české firmy obracejí s tím, abychom jim pomohli inkasovat jejich pohledávky vůči francouzským firmám.

Jak Francouzi obecně vnímají Českou republiku?

Pro většinovou společnost je to tak, že Česko leží v pásu zemí na východ od Německa, a tím to končí. A většinou si pamatují spíš Československo. Tomu se ale nedá moc divit. Francie je z určitého pohledu stále globální velmoc nebo minimálně transkontinentální. Má pořád obrovský vliv ve svých bývalých koloniích, ekonomicky je velmi silně propojena se severní Afrikou a tam logicky směřuje pozornost lidí víc než na východ Evropy.

Ale odborníci z firem o nás samozřejmě vědí víc. Znájí Kunderu, Muchu, Havla. Nicméně bych řekl, že víc sledují Polsko, které je větší, nebo Rumunsko, které je jejich tradičním partnerem, nejen obchodním.

Situace se ovšem postupně zlepšuje. CzechInvest a české instituce ve Francii například nedávno přišly s iniciativou Czech Emploi, která francouzské pracovníky láká do Česka jako do zemí, kde je velký počet volných pracovních míst a vysoká kvalita života. Iniciativa

vzbudila obrovský zájem médií a pomohla výrazně zvýšit povědomí o Česku a zlepšit vnímání naší země u obyčejných Francouzů. Pro spoustu lidí to byl šok – jsou zvyklí na polské instalatéry ve Francii, ale že by Francouzi jezdili za prací do Česka, to si neuměli představit.

Čím bychom se my Češi mohli u Francouzů inspirovat?

Měli bychom si od nich vzít jejich akčnost, to, že jsou schopni dosáhnout svých cílů, třeba i za cenu stávkování. Zároveň mnohem víc debatují o věcech a debaty jsou tu někdy velmi vyhrcoané, ale padne názor každé strany. Myslím si, že u nás kultura debatování a sdílení názorů ještě tolik není, a proto je tohle z mého pohledu to hlavní, co bychom se od Francouzů měli naučit. Pravdou totiž je, že navzdory všemu jde demokracie ve Francii opravdu zespoda, od lidí. ■

S VÍTĚZSLAVEM BLÁŽKEM HOVORIL DANIEL LIBERTIN
FOTO: ARCHIV CZECHTRADE A SHUTTERSTOCK

inzerce



VY INVESTUJETE,
MY PLATÍME

www.sgef.cz ◀

- Řešení na míru pro každý investiční záměr ■
- Doplňkové služby spojené s dotačními programy ■
- Pojištění s rozšířeným krytím rizik ■
- Rozumíme světu peněz i podnikání malých a středních firem ■
- Opíráme se o silné zázemí mezinárodní skupiny KB ■

LÉK NA NEDOSTATEK ZAMĚSTNANCŮ? ZAHRANIČNÍ TALENTI

CZECHINVEST POMÁHÁ TUZEMSKÝM FIRMÁM SEHNAT KVALIFIKOVANOU PRACOVNÍ SÍLU V ZAHRANIČÍ

PRACOVNÍ TRH V ČESKÉ REPUBLICĚ SE POTÝKÁ S NEDOSTATKEM ZAMĚSTNANCŮ, KTERÝ TRÁPÍ FIRMY NAPŘÍČ VŠEMI SEKTORY. VEDLE INVESTIC SE PROTO AGENTURA CZECHINVEST VĚNUJE NĚKOLIKA PROJEKTŮM POD PRACOVNÍM NÁZVEM TALENT ATTRACTION, JEJICHŽ CÍLEM JE PODPOROVAT PŘÍLIV ZAHRANIČNÍCH TALENTŮ Z NĚKOLIKA VYBRANÝCH LOKALIT DO TUZEMSKA. AKTIVITY POMÁHAJÍ FIRMÁM ZEJMÉNA V SEKTORU PODNIKOVÝCH SLUŽEB, KTERÉ OBSAZUJÍ PŘEVÁŽNĚ POZICE VYŽADUJÍCÍ JAZYKOVOU VYBAVENOST.

Projekty se soustředí na dvě hlavní činnosti. Jednou z nich jsou webové stránky dostupné v jazykové verzi dané země a obsahující informace o České republice společně s výběrem aktuálních pracovních nabídek z portálů jobs.cz, czechresearchjobs.net a evropské databáze EURES. Druhou je prezentace Česka při zahraničních roadshow do vybraných měst, kde čeští zástupci osobně konzultují pracovní nabídky se zájemci a zodpovídají dotazy k životu v České republice.

MLADÍ FRANCOUZI MAJÍ O PRÁCI V ČESKU ZÁJEM

Pilotním projektem byl v roce 2017 Czech Your Talent, který se zaměřil nejprve na pracovníky z Berlína a později z Londýna. Na ten navázal v roce 2018 Czech Employi, společný projekt Francouzského institutu v Praze (IFP) a CzechInvestu. Zástupci obou institucí se osobně vydali do francouzských měst Rennes, Lille, Angers, Dijon, Nantes či Paříž. „V zemi, kde je mezi mladými lidmi vysoká míra nezaměstnanosti, měla prezentace dostupných pozic v nadnárodních společnostech v České republice,

společně s nízkými životními náklady a bezpečností, úspěch. V Česku již přes tuto iniciativu pracují první Francouzi a letos navštívíme další francouzská města,“ říká vedoucí oddělení AfterCare agentury CzechInvest Klára Černá.



Talent Attraction agentury CzechInvest nabízí příležitosti zahraničním talentům



Českou republiku jako vhodnou destinaci pro práci prezentoval CzechInvest letos na jaře na veletrhu Forum Expat v Paříži

HLEDÁNÍ TALENTŮ VE ŠPANĚLSKU, ITÁLII I JINDE

Na Czech Employi plánuje CzechInvest ve spolupráci se španělskou ambasádou navázat projektem Trabajar en Chequia ve Španělsku, kde je míra nezaměstnanosti rovněž vysoká. „Doufáme, že španělská obdoba projektu přinese podobný úspěch jako Czech Employi. V budoucnosti bychom myšlenku chtěli rozšířit i do jiných zemí, například do Itálie, Rumunska či Nizozemska,“ dodává Klára Černá. ■

TEXT: KRISTÝNA TUREČKOVÁ
FOTO: ARCHIV CZECHINVESTU



Kristýna Turečková je specialistou komunikace agentury CzechInvest

Tomáš Klíma:

STARÁME SE O BEZPEČNOST A KOMFORT NAŠICH KLIENTŮ

PŘESTOŽE SPOLEČNOST 2N TELEKOMUNIKACE VYRÁBÍ LUXUSNÍ PRODUKTY S VYŠŠÍ PŘIDANOU HODNOTOU A ZA VYŠŠÍ CENY, POPTÁVKA PO NICH ROSTE ZEJMÉNA V USA, KAM SMĚŘUJE NEJVĚŠTÍ ČÁST JEJICH EXPORTU. ZAJÍMAVÝMI TRHY VŠAK JSOU TAKÉ ITÁLIE, NĚMECKO, VELKÁ BRITÁNIE A NIZOZEMSKO. „ITALOVÉ OCEŇUJÍ KOMFORT, KOMPLEXNOST A KOMPATIBILITU NAŠICH ŘEŠENÍ. NĚMCI ZASE PATŘÍ MEZI SOLVENTNÍ ZÁKAZNÍKY A LÍBÍ SE JIM DESIGN NAŠICH PRODUKTŮ. BRITOVÉ, U NICHŽ ZATÍM VYSOKÉ PRODEJE POKRAČUJÍ, BYLI VŽDY VELMI OTEVŘENÍ OBCHODU A NIZOZEMCI MAJÍ SLABOST PRO TECHNOLOGICKÉ NOVINKY,“ PŘIBLIŽUJE HLAVNÍ RYSY ZAHRANIČNÍCH ZÁKAZNÍKŮ TOMÁŠ KLÍMA, OBCHODNÍ ŘEDITEL TÉTO FIRMY, JEJÍŽ VÝROBKY SMĚŘUJÍ Z DEVADESÁTI PĚTI PROCENT DO CELÉHO SVĚTA.



Tomáš Klíma, obchodní ředitel společnosti 2N Telekomunikace

„V naší obchodní strategii se zaměřujeme na dvě hlavní oblasti: komerční budovy a rezidenční bydlení. Cílovým skupinám odpovídá i naše vývojová a prodejní strategie. S vyšší přidanou hodnotou sortimentu samozřejmě souvisí i vyšší cenová hladina,“ pokračuje

Tomáš Klíma. „Lidé stále častěji žádají řešení, jež jim prostřednictvím chytrého telefonu umožňují nejen ovládat komunikaci, kontrolu, vstup do domu a pohyb příchozích, ale třeba i topení, klimatizaci, žaluzie, výtahy a další zařízení.“

VYROSTLI JSME NA MOBILNÍCH OPERÁTORECH

Společnost založili v roce 1991 tři spolužáci z vysoké školy. V dobách, kdy komunikační technologie byly ve srovnání se současnou úrovní oboru v plenkách, vstoupili na tuzemský trh s telefonními ústřednami a GSM bránami, jež firmu živily po celá devadesátá léta.

V roce 2002 se na prudkém růstu obratu a zisku projevily několikaletý vývoj v oblasti propojení pevných a mobilních telefonních sítí. „Chodili jsme do firem a ukazovali jim, jak by mohly prostřednictvím naší výkonné GSM brány uspořít náklady na volání do různých mobilních sítí. Záhy začali náš produkt prodávat také sami mobilní operátoři v rámci svého balíčku společně se SIM kartou. Bylo to pro ně výhodné, protože tak získávali víc zákazníků. Největší obraty přinesl rok 2007 ve Španělsku, kde jsme spolupracovali se všemi třemi operátory,“ vzpomíná manažer na období, kdy se kooperace firmy s mobilními operátory nacházela na vrcholu.

Jenže v roce 2010 přišli operátoři na trh s tarify s voláním do všech sítí za stejnou cenu. Naštěstí se na pozadí každodenní podnikatelské reality postupně rodily



Interkomy 2N lze ovládat hned několika způsoby: pomocí čipu, otiskem prstu nebo přes aplikaci v chytrém telefonu

nové technologie. V roce 2008 firma dokončila vývoj a uvedla na trh první IP interkom na světě 2N® Helios IP Vario, který se úspěšně prodává dodnes.

„Propad prodeje GSM bran přišel tak rychle a byl tak výrazný, že ho rozjždějí se odbyt interkomů zpočátku nestačil vyrovnat. To se nejcitelněji projevilo na hospodářských výsledcích v letech 2012 a 2013. Poté se karta obrátila. Záhy se prodej dveřních komunikátorů začal meziročně zvyšovat o 60 až 70 procent a v současné době se růst ustálil zhruba na padesáti procentech. Loni náš obrat poprvé překročil hranici miliardy korun,“ spokojeně konstatuje Tomáš Klíma. V loňském roce firma také představila novou verzi vlnkové lodi, když v interkomu jako první na světě použila technologii LTE – 2N® LTE Interkom Verso. Letos uvedla na trh několik odpovídacích jednotek, kde je větší tržní potenciál.

SAMOSTATNOU ZNAČKOU I PO AKVIZICI

„Největší výhodou našich IP a LTE interkomů a odpovídacích jednotek je jejich schopnost fungovat s využitím technologie SIP kompatibilně s produkty různých značek. Na otevřené protokoly našich řešení slyší zejména integrátoři, protože jim tak umožňujeme pružně reagovat na přání klientů,“ vysvětluje manažer úspěšnost 2N výrobků. Integrátoři mohou jednoduše propojit

2N interkomy s telefonními ústřednami, kamerovými a přístupovými systémy.

V roce 2016 koupil českého výrobce telekomunikační techniky za 1,4 miliardy korun přední světový výrobce na poli bezpečnostních kamer, švédská společnost Axis Communications, jejímž většinovým vlastníkem se stal rok předtím japonský gigant Canon. V historii 2N Telekomunikace se otevřela nová kapitola.

„V rámci korporace Axis jsme zůstali samostatnou značkou. Jsme dobře etablováni na světových trzích a stojíme na podobné obchodní strategii jako náš nový vlastník. Prodáváme přes dvouúrovňový distribuční model, což znamená, že jako výrobce dodáváme výhradně distributorům, kteří zboží přeprodávají systémovým integrátorům. Výhodou tohoto modelu je důkladná znalost podnikatelského prostředí a subjektů v cílové destinaci, jimiž disponují lokální distributoři. Tím nejpodstatnějším je držení lokálního skladu a hlavně zajištění finanční a obchodní podpory právě integrátorům. Naše marketingové zázemí tvoří tým pracovníků v pražské centrále, kteří se specializují na sociální sítě, on-line komunikaci, organizování účastí na veletrzích a výstavách.

Zpočátku jsme při našich exportních aktivitách hodně spolupracovali se zástupci státní agentury CzechTrade.

Postupně se nám podařilo vytvořit dobře fungující síť vlastních pracovníků, a tak už CzechTrade využíváme jen nárazově jako podporu při řešení některých aktuálních problémů na zahraničních trzích nebo se jejím prostřednictvím občas prezentujeme ve společné české expozici. Svým sortimentem však býváme vzdáleni zaměření dalších vystavovatelů, a proto dáváme většinou přednost vlastním stánkům, jako tomu bylo například na nedávné výstavě ve Spojených arabských emirátech,“ objasňuje obchodní ředitel, proč společnost preferuje vlastní cestu.

A v čem podle něj švédský vlastník nejvíc ovlivnil 2N? Švédové uvažují v dlouhodobém horizontu a k němu vztahují všechna opatření, zatímco obchodní strategie 2N Telekomunikace léta fungovala převážně v ročních cyklech. Právě v tomto ohledu se přístup českého subjektu v posledních letech změnil a přináší to ovoce.

UČINIT SVĚT BEZPEČNĚJŠÍM

S tímto krédem Axisu jdou ruku v ruce zejména některé obchodní aktivity 2N v USA. V souladu s programem federální vlády tam řada škol nechává instalovat účinná zabezpečovací zařízení. Během letošního léta se tak v mnoha z nich stanou interkomy společnosti 2N důležitou součástí systému ochrany před stále častějšími útoky střelců. Tato sofistikovaná zařízení charakterizuje komfort, ►►



2N Telekomunikace a.s.

Přední evropská firma zabývající se vývojem a výrobou produktů z oblasti fyzické bezpečnosti. Podle zprávy IHS z roku 2016 je největším světovým výrobcem IP interkomů a významným inovátorem v oblasti IP přístupových systémů, IP audia a IP výtahových komunikátorů. Zaměřuje se především na komerční a korporátní sektor a rezidenční bydlení. Byla založena v roce 1991 v České republice a sídlí v Praze. Nyní má kolem 320 zaměstnanců a vlastní pobočky v USA a Itálii, disponuje rovněž širokou distribuční sítí po celém světě. V roce 2016 se společnost 2N Telekomunikace stala součástí švédské globální skupiny Axis Group.



Pražské sídlo společnosti 2N Telekomunikace

snadná ovladatelnost, mezinárodně oceňovaný design, ale také odolnost a robustnost. Podobné vlastnosti vykazují i interkomy, které 2N dodává pro průmyslové provozy. Můžeme se s nimi setkat mimo jiné v bytovém komplexu Sacre Coeur na pražském Smíchově, kde jsou použité všechny typy klíčových

produktů – interkomy IP Verso ve vstupech do domu, odpovídací jednotky v bytech nebo čtečky. To vše je napojené na centrální recepci. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV 2N TELEKOMUNIKACE

inzerce

Trade Finance Conference Prague 2019

30. 9. – 1. 10. 2019

Grandior Hotel Prague, Na Florenci 29, Praha 1

financování zahraničního obchodu, s důrazem na dokumentární akreditivy, bankovní záruky a další služby trade finance

Hlavním tématem bude právo a praxe akreditivní a záruční praxe v Bangladéši a v Číně. Nicméně konference pokryje i mnoho dalších aktuálních témat, jako například poslední vývoj v oblasti digitalizace trade finance, revize souvisejících pravidel ICC nebo novou revizi Incoterms 2020.

Více informací: www.icc-cr.cz

Naše kvalitní kamna našla svůj domov i v Německu.
Josef Hanuš, HS Flamingo

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také *malým a středním firmám*, aby i ony mohly v cizině uspět.

- Poradenské a informační služby
- Individuální služby
- Obchodní příležitosti
- Exportní vzdělávání

ČESKÁ
KAMNA
ZAHŘEJÍ



David Formánek:

VE VZTAHU S FIREMNÍM KLIENTEM NÁS STROJE NENAHRADÍ

POVEDOU NOVÉ TECHNOLOGIE K VĚTŠÍ ŽIVOTNÍ SPOKOJENOSTI A ŠTĚSTÍ? STANOU SE TI, KTEŘÍ UŽ NEBUDOU MUSET PRACOVAT A ANI PRO NĚ PRÁCE NEBUDE, ŠŤASTNÝMI V OBKLOPENÍ VIRTUÁLNÍ REALITOU? POKUD SE TĚMITO OTÁZKAMI NEBUDOU DŮSLEDNĚ ZABÝVAT VĚDCI A POLITICI, BRZY JE NASTOLÍ SPOLEČNOST SAMA. | O TOM JSME SI POVÍDALI V PŘEDVEČER NEJVĚTŠÍHO STROJÍRENSKÉHO SVÁTKU S DAVIDEM FORMÁNKEM, ŠÉFEM KORPORÁTNÍHO A INVESTIČNÍHO BANKOVNICTVÍ KOMERČNÍ BANKY.



David Formánek vystudoval zahraniční obchod na pražské Vysoké škole ekonomické. Po studiích pracoval v Deutsche Bank, nejprve na pobočce v Hannoveru a poté stál při zrodu její pražské pobočky. Od roku 2001 působil pět let jako ředitel pražské obchodní divize Komerční banky, pak přešel do úseku lidských zdrojů, kde se vypracoval na pozici výkonného ředitele. Později byl generálním ředitelem Modré pyramidy stavební spořitelny. Už více než rok je členem představenstva KB zodpovědným za korporátní a investiční bankovníctví

BANKA JAKO IT FIRMA?

Letošní Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně rezonuje s ambiciózní strategií Czech Republic: The Country For The Future. V centru pozornosti je robotizace a digitalizace. Jak podle vás bude vypadat finanční sektor za deset let? A jak se na to už nyní připravujete?

Myslím, že se bude vyvíjet dvoukolejně. Jedna větev bankovníctví, a to ta pro občany, povede po on-line cestě. Bude ovlivněna technologiemi natolik, že se stane jakýmsi on-line podnikáním. Uvedu příklad: ráno přijdete do realitky a odpoledne odejdete s klíči od vysněného bytu. Na jednom místě digitálně zařídíte vše, od výběru místa, bytu, kupní smlouvy, vybavení, pojištění až po hypotéku.

Budete tou realitkou, nebo budete jen poskytovat finanční služby jako součást tohoto konceptu?

Jestli banka bude realitka, nebo realitka bude banka, to řekne čas – a regulátor. Ale vážně: důležité pro nás nyní je, že se musíme zamýšlet nad tím, jak poskytovat lidem čím dál víc komplexní služby. Technologie toho budou součástí, integrace a digitalizace nahradí část lidské práce, digitální kanály pobočky, propojení informací a systémů umožní vznik uživatelsky příjemných aplikací. Stát může využít naše precizní data a vysoké bezpečnostní standardy například u projektu jednotné digitální identity občanů,



Korporátní bankovníctví KB v číslech

Od roku 2003 Komerční banka profinancovala přes 5200 projektů v objemu 54 miliard korun. Ve všech regionech jsou její specialisté schopni poskytnout servis spojený s vyhledáním vhodné dotace, zpracováním žádosti o dotaci a navržením financování včetně využití zvýhodněných úvěrových a záručních programů. Těchto zvýhodněných úvěrů ve spolupráci s evropskými finančními institucemi poskytla banka přes 800.

kdy si zažádáte o občanku nebo změnu tarifů odběru energií z domova velmi podobně, jako dnes zadáváte a verifikujete platby v mobilní bance. Vyvíjí se to všechno rychle. Před patnácti lety jsme si nedovedli ani představit, že budeme mít banku ve svém mobilu, a dnes si neumíme představit, že by tomu tak nebylo – a chceme čím dál víc.

KORPORÁTNÍ BANKOVNICTVÍ BUDE I DÁL VONĚT ČLOVĚČINOU

A co ta druhá větev, tedy korporátní bankovníctví? Tady si nemyslím, že hned tak dojde k podobnému převratu. Nebo se mýlím?

Nemýlíte, tady nás technologie hned tak nepohltí. Míra sofistikovanosti služeb je tu vysoká a tak to zůstane, i když bezpapírový svět bude daleko větší než nyní. I tady se stane standardem on-line prodej, komunikace, procesování, statistiky, ukládání dokumentů, milá připomenutí některých povinností a zejména předvídání přání klientů. Ovšem samotný obchodní model bude stále založený na lidském kontaktu, poradenství, expertize, a to ideálně v blízkosti sídel firem. V tomto případě technologie člověka nahradit podle mě nemohou. Šéf firmy se nebude svěřovat stroji se svými problémy a řešit s ním, jak z nich ven. Od bankovního poradce očekává mimo jiné také životní moudrost, empatii, případně velkou míru kreativity.

Stane se tedy v budoucnu právě korporátní bankovníctví jakousi oázou, v níž se budou moci uplatnit bankéři z masa a kostí, kteří se pro svou práci

prostě narodili? A jak by měl vlastně vypadat takový ideální bankéř?

To je hezká otázka. Měl by to být kreativce, inovátor, proaktivní, entuziastický člověk, měl by umět inspirovat a zároveň být velice erudovaný, protože řada firem se na nás obrací o radu. Ale měl by být také důkladný, trpělivý, umět pracovat s rizikem a umět ho ohodnotit, mít analytické i syntetické schopnosti. Tady vidíte, že nám technologie mohou pomoci se k tomuto ideálu dostat, ale že by nás nahradily, toho se podle mne bát nemusíme.

Ale ještě bych se rád vrátil k první části vaší otázky. Pro nás bankéře je kontakt s firmami opravdu jakousi oázou a obchodní úspěchy firem, k nimž jim pomůžeme, naším hnacím motorem a vnitřním naplněním. Ovšem obecně pro nás ani cesta korporátního bankovníctví nebude lemována růžemi. Zároveň je totiž jisté, že budeme muset čelit neustále sílící regulaci, jako jsou mezinárodní sankce, GDPR, PSD2, klesajícím poplatkovým výnosům a stále náročnějším zákazníkům požadujícím bezpečný, rychlý, nepřetržitý a bezplatný servis.

LIDÉ JAKO PŘIDANÁ HODNOTA

Když už hovoříme o týmu vašich odborníků, je to jedna z velkých přidaných hodnot vaší banky. O tom jsme už na stránkách TRADE NEWS diskutovali. Povedlo se vám tuto hodnotu ještě posílit?

Ano, klademe důraz na přenášení inspirace z oblastí velkých nadnárodních společností také regionálně působícím lokálním klientům. Letos jsme velmi posílili tým specialistů investičního

bankovníctví. I na základě průzkumu AMSP ČR jsme si uvědomili důležitost vysvětlování principů fungování úrokového a měnového zajištění. Vzhledem k volatilitě finančních trhů si každý obchodník musí sám zvážit, zda částečně eliminovat alespoň některá rizika bankovními nástroji. Společnosti, které uzavřou úrokové zajištění u svých úvěrů, se chrání proti růstu úrokových sazeb a mohou přesně kalkulovat náklady spojené s obsluhou úvěru – úrokové platby. Podniky zajišťující budoucí platby a výdaje v měně, kterou potřebují, mají rovněž jasně nastavený plán bez zásadních překvapení. Stále se setkáváme s tím, že v řadě firem o těchto možnostech mnoho nevědí a jejich majitelé jsou příjemně překvapeni, že tak mohou alespoň některá rizika ošetřit.

BÝT O KROK PŘED OSTATNÍMI JE VÝZVA

Jakou dobrou zprávu pro firemní klientelu ještě máte?

Jako jediní v Česku jsme uzavřeli s Evropskou investiční bankou smlouvu o dalším poskytování úvěru EuroEnergy s 80% zárukou a úrokovým zvýhodněním až 0,4% p. a. Věřím, že to je pro firmy dobrá zpráva, neboť se naučily tento úvěr využívat; dosud už jsme financovali sedmdesát projektů. Nový úvěr je připraven pro financování energeticky úsporných projektů ve výši od 1 do 125 milionů korun. Celkový ►►

►► objem alokovaných prostředků činí do srpna 2020 padesát milionů eur (cca 1,3 miliardy korun).

S jakým úspěchem se setkal váš projekt M&A Point související se stále aktuálnějším tématem prodeje či nákupu společností a jejich nástupnictví? Psali jsme, že ho v létě spustíte.

Zájem o něj nás až překvapil. Za první měsíc provozu jsme zaznamenali tisíce návštěv na webových stránkách tohoto projektu (www.kb.cz/cs/firmy-a-institute/m-a-point – pozn. red.) a proběhly už také desítky navazujících osobních jednání našich specialistů s majiteli firem. Vidíte, tento projekt je zrovna ukázkou, jak mohou technologie naši práci posunout. Podnikatelé oceňují, že jsme jim schopni nejen podat elektronicky rychlou předběžnou informaci o orientační hodnotě jejich firmy, ale v navazujícím jednání vše precizovat, případně jim pomoci najít kupce a uskutečnit prodej.

Psali jsme nejednou o firmách, jimž pomohli posílit byznys vaši lidé v KB EU Pointu. Chystáte v tomto směru něco nového?

Založili jsme dceřinou společnost KB SmartSolutions s cílem zaměřit se na spolupráci s fintechy a finančními

start-upy a také poskytovat nové služby a nová řešení pro naše klienty. Pod touto hlavičkou budeme dále rozšiřovat nabídku služeb útvaru KB EU Point tak, abychom klientovi mohli kromě žádosti o dotaci dodat i všechny potřebné přílohy, například energetický audit nebo zajištění procedury výběru dodavatele. Tyto služby dnes banky samy nabízet nemohou.

MALÉ A STŘEDNÍ FIRMY JAKO PÁTEŘ NAŠÍ EKONOMIKY

Jak vnímáte současnou roli malých a středních podniků v ekonomice Česka? A máte nějaké nové produkty přímo pro ně?

Jsem hrdý, že můžeme poskytovat bankovní služby 38 procentům malých a středních podniků u nás. Je to velké číslo a neméně velký závazek. Jejich podíl na přidané hodnotě ČR totiž tvoří 56%. Jde o zásadního zaměstnavatele, plátce daní. Je to porovnatelné s Evropou, nicméně většina společností u nás je spíše menších, vzniklých v okolí velkých firem jako jejich dodavatelé. Jsem vždy znovu a znovu plný obdivu, když hovořím s majiteli firem, kteří měli nápad, riskovali, hodně dělali a dnes vystavují na odiv nádherné výrobky

a služby, jež pozvedávají úroveň života nejen v naší zemi.

Speciálně pro MSP jsme významně zrychlili proces schvalování jak úvěrů, tak limitů na finančním trhu. Padesát milionů korun schválíme v řádu dnů a připravujeme zdvojnásobení této částky, a to právě nyní.

Jak byste v této souvislosti zhodnotil spolupráci s AMSP ČR?

Naši dlouholeté spolupráce s asociací si velmi vážíme. Pomáhá nám uvědomit si potřeby malých a středních podniků, ověřit si naše hypotézy a představit třeba i touto formou naše novinky.

Jako banka máte velice detailní přehled o stavu naší ekonomiky. Co si myslíte, že bychom měli v budoucnu posílit?

Využiji širšího rámce vaší otázky. Myslím, že bychom měli posílit hrdost na naši zemi, protože nám ji v Evropě závidí. Žijeme zde totiž v komfortu bezpečí a svobody. Často to slyším od našich francouzských kolegů z mateřské společnosti Sociétés Générales. Mnoho z nich si u nás na penzi vytváří zázemí. ■

S DAVIDEM FORMÁNKEM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV KB A SHUTTERSTOCK



Slovo ekonoma

Naše firmy znovu prokazují svou flexibilitu

Německý průmysl se již více než rok nachází v recesi, německá ekonomika jako celek do ní s velkou pravděpodobností spadla na jaře letošního roku. Vzhledem k silné vazbě české ekonomiky na Německo a vezmeme-li v úvahu obecně silnou exportní závislost, není současné prostředí eskalujících obchodních válek a pokračujících nejistot kolem brexitu pro naše hospodářství zrovna příznivé.

Naši producenti ale opět prokazují svou flexibilitu a schopnost poměrně rychle se adaptovat. Zpomalování hospodářského růstu zatím není nijak dramatické. Zatímco loňský růst české ekonomiky činil 2,9%, výkonnost v první polovině letošního roku zatím potvrzuje náš letošní celoroční výhled ve výši 2,7%.

Německá recese se ale projevit musí, pro příští rok tak předpokládáme růst nižší, pořád ale o slušných 2,1%. Opírat se bude mocí o stále robustní domácí poptávku, která udrží inflaci v horní části tolerančního pásma ČNB, když předpokládáme její průměrnou hodnotu 2,7% po letošních očekávaných 2,6%.

Centrální banka tak bude ekonomiku podporovat stabilitou úrokových sazeb. Jejich změnu letos ani příští rok nečekáme. V případě méně nepříznivého vývoje bude jako měnový stimul působit oslabující kurz koruny.

JAN VEJMĚLEK,
HLAVNÍ EKONOM KOMERČNÍ BANKY

KB POMÁHÁ PŘI GENERAČNÍ OBMĚNĚ FIREM



TÉMA NÁSTUPNICTVÍ A GENERAČNÍ VÝMĚNY JE V SOUČASNÉ DOBĚ VE FIRMÁCH AKTUÁLNÍ A ŽIVÉ. KOMERČNÍ BANKA POSKYTUJE PODPORU MAJITELŮM VE VŠECH FÁZÍCH ROZHODOVACÍHO PROCESU PŘI PRODEJI, ALE I NÁKUPU SPOLEČNOSTI.

V poslední dekádě je u malých a středních firem hlavním motivem jejich prodeje jednoznačně generační výměna. Naše zkušenosti potvrzují, že je důvodem prodeje u více než 60% z nich. Typickým příkladem je společnost založená v 90. letech, která za svou historii dosáhla zajímavé velikosti i postavení na trhu. Majitel nenašel vhodného následovníka, a proto dost často volí cestu prodeje. Většinou však nemá kapacitu věnovat podstatnou část svého času prodejnímu procesu a současně dále řídit společnost. Transakce tohoto typu má svá specifika, a jelikož velká část majitelů prodává svou společnost jen jednou za život, je vhodné svěřit se do rukou kvalifikovanému poradci.

DIGITÁLNĚ JEDNODUŠE

KB disponuje týmem zkušených odborníků specializujících se na transakční servis při prodeji a nákupech společností (tzv. M&A, z anglického Mergers and Acquisitions), který provede klienta celým procesem. V minulosti se klienti museli obrátit na naše M&A specialisty osobně. To se nyní změnilo – v digitální době jsme v KB šli klientům vstříc a spustili nové internetové stránky KB M&A Point, které slouží prodávajícím i kupujícím k získání prvotních informací a současně jako vstupní brána pro spolupráci v oblasti M&A poradenství.

KB nabízí klientům zájem silných profesionálních týmů, které dokáží pomoci v každé fázi náročného procesu prodeje, ale i nákupní transakce, bez ohledu na to, zda jde o menší a střední firmy nebo o velké korporace.



Každého majitele totiž zajímá, jak si jeho firma stojí a za kolik by ji mohl zhruba prodat. První a důležitou část těchto stránek proto tvoří on-line kalkulátor umožňující rychlé stanovení orientační hodnoty společnosti. Nástroj je volně dostupný komukoliv a jeho použití je velice jednoduché a intuitivní.

NEJSTE NA TO SAMI

Stanovení hodnoty společnosti neboli ocenění je však jen jedním ze střípků celého procesu. Tým KB Corporate Finance, který stojí za stránkami M&A Point, standardně pomáhá klientům v procesu celé prodeje, ale i nákupní transakce. Ten zahrnuje mnoho časově náročných a specifických činností, od výběru potenciálních kupujících po sběr a přípravu velkého množství materiálů. Samostatnou kapitolou je finální vyjednávání o podmínkách prodeje a smluvní dokumentaci. K tomu je výhodné mít na své straně odborníka, který přinese vlastní znalosti a zkušenosti. Prodej nebo nákup společnosti

totiž doprovází řada rizik, která je potřeba správně ošetřit.

KB je zároveň ze své podstaty významnou financující bankou akvizic firem. Ročně takto úspěšně financuje desítky nákupů společností všech možných oborů a velikostí. Vlastníci nicméně svoji společnost nutně nemusí prodávat, jednou z cest, jak ji uchovat pro další generace, je její vložení do tzv. svěřenského fondu. KB je připravena asistovat i při této změně vlastnictví společnosti. Prostřednictvím dalších týmů poskytuje majitelům také navazující služby při vypořádání transakce a správě nabytých prostředků. ■

TEXT: HANNA ZIKMUNDOVÁ
FOTO: ARCHIV KB A SHUTTERSTOCK



Hanna Zikmundová,
Head of Corporate Finance,
KB

Itálie je na dosah ruky!

ALE POZOR NA ODLIŠNOU MENTALITU

NAVZDORY TOMU, ŽE V POSLEDNÍCH LETECH ITÁLIE NEVYKAZUJE VELKÝ EKONOMICKÝ RŮST, JE STÁLE TŘETÍ NEJVĚTŠÍ EKONOMIKOU EUROZÓNY, OSMOU NEJVĚTŠÍ EKONOMIKOU NA SVĚTĚ A TRHEM SE 62 MILIONY POTENCIÁLNÍCH KLIENTŮ S VELKOU KUPNÍ SILOU, KTEŘÍ JSOU PRO ČESKÉ FIRMY Z GEOGRAFICKÉHO HLEDISKA „NA DOSAH RUKY“. VŽDYŤ DO ČESKÉ REPUBLIKY JE TO PRO OBYVATELE MĚSTA UDINE NA SEVERU ITÁLIE STEJNĚ DALEKO JAKO DO HLAVNÍHO MĚSTA ŘÍMA!



Milán je obchodním srdcem Itálie

Není tedy divu, že prakticky od vstupu České republiky do EU vzájemná obchodní bilance mezi našimi zeměmi neustále roste a v posledním roce dosáhla úrovně 13 miliard eur při pozitivním saldu pro ČR. Přes veškerou geografickou blízkost a členství v bezcelní unii však musíme vnímat některé zákonitosti obchodování v Itálii, které se velmi liší od českého prostředí. I když převážná část severní Itálie během své historie patřila k zemím bývalého Rakouska-Uherska, mentalita místních obyvatel je velmi odlišná od té středoevropské.

VZÁJEMNÁ SYMPATIE JE KLÍČOVÁ

Například obchodní jednání a následná komunikace jsou často z našeho pohledu poměrně zdoluhavé. Totéž platí i při setkání s veřejnou správou. Bohužel italská administrativa nemá nejlepší pověst a vykazuje menší míru flexibility i při řešení z našeho pohledu základních úkonů. Obdobné chování lze očekávat i u lokálních bank. Navíc není vždy jasná kompetence úřadů a dalších organizací například při vyřizování místních certifikací, které mohou být nezbytné pro uplatnění produktů, což se nám ostatně potvrdilo v poslední době v oblasti energetiky či potravinářství.

Při osobních jednáních mnohdy více než ve středoevropském prostoru rozhoduje emoční stránka a vzájemná sympatie mezi vyjednávajícími. V obecné rovině platí, že před samotnou dohodou se oba partneři musejí lépe poznat, takže se očekává více vzájemných návštěv na obou stranách pro upevnění vztahů.

Čím více míříme na jih Apeninského poloostrova, tím se tato obchodní zvyklost umocňuje. Zároveň úměrně klesá i znalost angličtiny. Itálie se společně s Francií pohybují na posledních příčkách ve znalosti angličtiny v rámci hodnocení EU.

Není tedy od věci vzít si s sebou na jednání tlumočníka a dopředu si připravit podkladové materiály v italštině. Menší jazyková znalost vychází z faktu, že páteř italské ekonomiky se skládá primárně z firem do devíti zaměstnanců, které spravují své aktivity pouze ve svém regionu, případně v regionech sousedních.

ZAVEDENÝ SYSTÉM OBCHODNÍCH AGENTŮ

Pokud se malá společnost rozhodne rozšířit své aktivity na celou Itálii, je velice oblíbeným prodejním kanálem síť obchodních agentů, kteří slouží jako prodloužená ruka mateřských firem při propagaci a prodeji produktů. Těch je v celé Itálii přes 230 tisíc a zastupují většinou více firem z daného segmentu. Dalším modelem, který často aplikují české společnosti při expanzi na italský trh, je nalezení více lokálních partnerů, kteří spravují vybrané regiony od severu k jihu. Nabízí se také možnost otevření místní pobočky, jako to v minulosti učinily firmy Tescoma nebo Linet.

Italský trh je přesycený a vysoce konkurenční. Navíc zde existuje silná diferenciace regionů, a co funguje v jednom regionu, nemusí platit v druhém a naopak. Zásadní rozdíl můžeme spatřovat ve velké nerovnováze mezi severem a jihem země. To potvrzuje fakt, že severní regiony se podílejí na importu zboží z téměř 70%. I proto kancelář CzechTrade sídlí v Miláně, obchodním srdci Itálie. Podle statistiky devět z deseti produktů směřuje z ČR právě do severní Itálie, z níž se pak v některých případech i reexportují do oblastí severní Afriky a Blízkého východu, s nimiž mají italské firmy historicky hluboké obchodní vazby.

Do Itálie nejčastěji importují české firmy napojené na automotive. Tato země nicméně nabízí řadu příležitostí napříč odvětvími. V poslední době se nám daří

pomáhat českým firmám ze segmentu krmiv a potřeb pro domácí mazlíčky a firmám se specifickými produkty v potravinářství. Již tradičně se prosazují stavební společnosti, ale i podniky se sofistikovanými produkty ze strojírenství, letectví a energetiky. Velký potenciál se nabízí i ve vodohospodářství, kde je místní infrastruktura zastaralá a vláda plánuje investovat do restrukturalizace vodovodních sítí i s ohledem na stupňující se problémy se suchem.

ŠANCE PRO CHYTRÉ TECHNOLOGIE

V současné době je zásadním tématem pro italské společnosti napříč všemi sektory optimalizace nákladů a automatizace výroby. Jenom za poslední rok italské firmy investovaly 13 miliard eur do modernizace výroby. V roce 2018 bylo v Itálii nainstalováno přes 9200 nových robotických výrobních jednotek, což meziročně znamená nárůst ve výši 11,5% oproti předešlému roku. Pokud se podíváme na růst v celosvětovém měřítku, kdy dosahuje pouhého 1%, a v Evropě 7%, je italský případ o to pozoruhodnější. Pozitivní trend a výraznější zrychlení jsou patrné zejména v posledních dvou letech. Právě v těchto letech vláda spustila „Národní podnikatelský plán 4.0“ na podporu italských společností při čtvrté průmyslové revoluci.

V Itálii se obecně probouzí zájem o chytré technologie pro řízení firem. České technologické společnosti z oblasti smart tech je mohou nabídnout italským partnerům, kteří hledají řešení poskytující řadu finančních a časových úspor v inteligentním řízení nejen pro firmy. Ideálně je mohou představit na některém z oborových veletrhů, které jsou sice v Itálii ve srovnání s jinými zeměmi relativně dražší, ale pokud mají čeští exportéři opravdový zájem o vstup na italský trh, právě zde mohou aplikovat již výše zmíněné pravidlo o nutnosti osobního setkání. Odpadá tím počáteční problém s dlouhou a neefektivní komunikací, a proto se tato investice může vyplatit. ■

TEXT: MAREK ATANASČEV

FOTO: SHUTTERSTOCK

MGR. MAREK ATANASČEV JE ŘEDITELM ZAHRAŇIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE V MILÁNĚ

Marek Atanasčev:

PŘI JEDNÁNÍ S ITALY JE POTŘEBA TROCHU ZVOLNIT, ABY SE NEVYDĚSILI

S ŘEDITelem ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE O ŽIVOTĚ V ITALII A O ITALSKÉM TRHU.



Mgr. Marek Atanasčev
je ředitelem zahraniční
kanceláře CzechTrade v Miláně

Proč je kancelář CzechTrade v Miláně, když je hlavním městem Itálie Řím? Jaké to má výhody a jaké nevýhody?

V Itálii se obchod a průmysl soustřeďují spíše v severních regionech. Jejich centrem je Milán, což je důvod, proč CzechTrade sídlí právě tam, a z toho plynou i všechny obchodní výhody. Naproti tomu Řím je primárně administrativní centrum, kde sídlí hlavně ministerstva a jiné instituce státní správy. Nevýhodou tedy je, že když musíte zajistit nějakou certifikaci, typicky třeba od ministerstva zdravotnictví, ministerstva zemědělství a jiných, telefonicky nebo e-mailem to v některých případech nevyřešíte a pak je potřeba do Říma zajet osobně. Totéž se týká i shánění obchodních partnerů pro české firmy na jihu Itálie – bez osobního styku je velmi obtížné navázat obchodní vztah.

Jak se v Miláně žije? Jací jsou Italové jako sousedé?

Největší přidanou hodnotou Italů je to, že jsou lidsky velmi příjemní. Pro mladé lidi Milán představuje skvělé místo. Jinak je zdejší život mnohem organizovanější než třeba v Římě, ale pořád je to na naše poměry dost zmatek. Například v dopravě, dostat se někam autem je očištec. Navíc je Milán i v kontextu západní Evropy velmi drahé město, od nájmu přes služby až po volný čas; obecně si troufám říct, že za český plat v Česku si můžete v průměru dovolit víc než za průměrný italský plat v Itálii.



Italové milují dobré jídlo a pít. Četná obchodní setkání probíhají při něm

Nemluvě o tom, že třeba i zdravotnictví je placené, ne vždy dostanete odpovídající služby.

ITALOVÉ SI UMÍ UŽÍVAT ŽIVOTA

V čem se ještě tamní způsob života liší od toho českého nebo obecně středoevropského?

V denním rytmu a vnímání času. Všechno začíná později, ale zároveň později i končí. Jsou tam delší pauzy na oběd s následnou siestou, což ale souvisí s velmi horkým klimatem. Není ale pravda, jak se říká v Čechách, že by se Italové nějak ulejšovali, naopak, standardně tu lidé odcházejí z práce až po osmé hodině večer.

Celkově bych řekl, že si Italové umějí víc užít života, méně se stresují, méně nadávají, méně si stěžují. Ale i tohle se začíná měnit, hlavně vlivem ekonomické krize vidí hodně Italů budoucnost celkem pesimisticky. Dobré taky je, že Italové mají větší pochopení pro lidské chyby. Například když nedodržíte termín, není to katastrofa a pomalu konec obchodního vztahu. Ale právě to je třeba nejčastější třecí plochou mezi českými a italskými firmami.

Jak to ovlivňuje průběh obchodního jednání?

Jednak je to zmíněný volnější přístup k termínům, a to včetně třeba termínů pohledávek. Další častou odlišností je zdlouhavost obchodních jednání.

Standardně to probíhá tak, že jdeme na první schůzku, něco se tam domluví a česká firma pomalu už ten samý den podle domluvy pošle to, co má. Zatímco ta italská čeká týden, dva... nikam nespěchají.

S Italy jsou obchodní jednání velmi lidská, příjemná, ale trvá to. A na to si musíte zvyknout. Byl jsem několikrát u jednání, kde šla česká strana až příliš rychle k věci, chtěla řešit konkrétní čísla spojená s dodávkami a italské straně to nebylo příjemné. Jednak proto, že potřebuje více času a lépe vás poznat, a jednak proto, že takový je prostě v Itálii styl jednání. Zkrátka potřebujeme trochu zvolnit.

Další komplikací je prázdninový provoz – od července do půlky září, a zejména v průběhu celého srpna, je Itálie prakticky zastavená a cokoli řešit je problémem. Nikdo neodpovídá, všichni jsou na dovolené. Totéž platí i kolem Vánoc a Velikonoc. Z lidského hlediska je to ohromně příjemné – všichni očekávají, že jste na dovolené, a nikdo vás nebude nahánět v době vašeho volna. V Česku je to někdy opačný extrém. Firmy vám volají pomalu na Štědrý den. A to je další obrovský rozdíl.

ŠATY DĚLAJÍ ČLOVĚKA

Mezi Čechy samozřejmě o Italech koluje řada stereotypů. Dalším z nich je vnímání Italů jako manekýnů. Je tomu skutečně tak? Pokud ano, může mít

úprava zevnějšku dopad na úspěch obchodního jednání? Nebo například design výrobku na jeho vyšší prodejnost?

Protože Milán je hlavní město módy, najdeme tam modelek a modelů opravdu hodně. Pokud jde o Itálii jako celek, rozhodně nepovažují Italy za posedlé zevnějškem. Ano, mají rádi hezké a kvalitní věci, což se projevuje jak v oblečení, tak i třeba v designu produktů, bez ohledu na odvětví. A v obchodním styku je váš zevnějšek pro Italy samozřejmě velmi důležitý, už protože je to první dojem. Mimochodem také Italové mají přísloví ve smyslu našeho „šaty dělají člověka“. A můžu vám říct, že i já jsem za dobu, kdy jsem v Itálii, značně obměnil šatník.

Zároveň mám tu zkušenost, že oblečení hraje velkou roli ve velkých městech typu Milána, ale když vyjedete dál za hranice Lombardie, už to tak podstatné není. Rozdíly existují také napříč sektory: například IT versus potravinářství, strojírenství nebo textilní průmysl. Na zevnějšek klade podle mých zkušeností větší důraz starší generace, zatímco mladí Italové už formální oblečení tolik neřeší.

NEPODCEŇUJTE KVALITU PROPAGAČNÍCH MATERIÁLŮ

Jak Italové vnímají Českou republiku a potažmo české výrobky?

U starší generace stále přetrvává povědomí o Československu. Mladší lidé většinou znají Prahu, ale už třeba pochybují, jestli leží v České republice. ►►

►► Obecně pro Italy cokoli, co leží na sever od Vídně, je maličko mimo jejich rozlišovací schopnost. Na druhou stranu mnoho Italů sleduje Moto GP, a znají tak třeba Brno díky tamní Velké ceně. Ti vzdělanější zase vědí o roku 1968, Pražském jaru nebo jiných událostech z české historie. Takže záchytné body v myslích existují. Dalším z nich je třeba české pivo a Pavel Nedvěd.

Co se týče produktů, v Itálii stále přetrvává dojem, že jsme zemí východního bloku. To znamená, že se očekává nízká cena i při vysoké kvalitě, s kterou Italové v případě českých výrobků počítají.

Co bychom si my Češi mohli od Italů vzít dobrého a co by se naopak mohli Italové přiučit od Čechů?

Českým firmám zdůrazňuji, že Italové umějí daleko lépe prodávat svoje produkty, umějí lépe pracovat s propagačními materiály. Italové jsou v tomto ohledu více sebevědomí. Často vidím, že Češi nabízejí lepší produkt s lepšími technickými parametry než italské firmy, ale Italové to umějí hezky prezentovat, vizuálně dobře podat, jsou výřečnější... Tohle je rozhodně něco, co bychom se od nich měli naučit. Navíc Italové obecně kladou větší důraz na design než na technické parametry.

Jedna věc, kterou bych rozhodně doporučil – v propagačních materiálech, na webových stránkách i jinde je potřeba všechno směřovat k prodeji produktu. České firmy jsou často velmi popisné, mluví o tom, jak firma nebo produkt vznikly, ale to vlastně nikoho v první fázi moc nezajímá. Toto můžete Italům povědět na osobních schůzkách – a že jich bude dost! Ale v propagačních materiálech a na webu buďte struční a jděte přímo k věci.

ITÁLIE NENÍ HOMOGENNÍ CELEK

Existují v rámci Itálie opravdu tak velké rozdíly mezi severem a jihem?

Ano, myslím, že to pěkně ilustruje má vlastní zkušenost. Začal jsem se učit italsky už v patnácti letech a ještě během studií jsem strávil nějakou dobu právě na italském jihu. Když jsem před několika roky poprvé dorazil do Milána, byl jsem v šoku. Za prvé z toho, že tam věci fungují výrazně lépe! Pak z toho,



Milán s 1,6 milionu obyvatel je druhé největší italské město a hlavní město regionu Lombardie

že město je daleko víc evropské než italské, z rozdílu v mentalitě. Některé severní regiony sousedí s Rakouskem a Švýcarskem a kulturně k nim mají mnohem blíž než k jihu Itálie. Tam je mentalita vlastně středoevropská. Čím dál na jih jdete, tím víc je z toho ta opravdová Itálie, o které kolují různé stereotypy, vtipy a podobně.

To se promítá mimo jiné do vnímání času. Vždycky zmiňuji, že na jihu Itálie je čas komoditou, kterou mají všichni. Na jihu je zkrátka všechno založené na osobních vazbách. Další faktor představuje klima. Loni v létě byla v Česku velká vedra a sucho, kdy snad dva měsíce nezapršelo – a teď si představte, že tohle se na jihu Itálie děje každý rok a netrvá to jen dva měsíce. Všem, kteří se tomu posmívají, proto říkám: „Zkuste fungovat na sto procent v tomto počasí bez klimatizace.“ Ono to opravdu moc nejde a má to pak velký dopad na chod dne a právě i vnímání času.

Spousta Čechů vnímá Itálii jako homogenní celek a to je velká chyba. Je tam 21 různých krajů, přes 100 provincií, z nichž většina v minulosti fungovala jako nezávislé mikrostáty, které procházely odlišným historickým vývojem, různými vlivy, a tyto rozdíly přetrvávají. A tím spíš na ose sever-jih. Je opravdu něco jiného jednat s člověkem od rakouských hranic, který mluví víc německy než italsky, než když potkáte někoho z jihu, kde se mluví těžkými dialekty spíš než spisovnou italsčinou. Milán je pak taková mozaika, kde se všechny


tyto vlivy potkávají, jelikož se tam stěhují za práci lidé ze všech koutů země.

A jak je to v Itálii s angličtinou? Že na jihu nebudou mluvit anglicky, víceméně očekáváte, ale co jinde?

Ano, tam často ani v hotelích nikdo anglicky neumí. Překvapilo mě ale, že ani na severu, a to dokonce ani v Miláně na obchodních veletrzích, angličtina zdaleka není pravidlem. Spíš je to tak padesát na padesát, že italský byznysmeni budou něco umět. Dá se říci, že ve městech, v Miláně, Benátkách, Turíně, ještě jakžtakž, ale jakmile jste někde mimo města, anglicky se prakticky nedomluvíte.

V byznysu záleží hodně na odvětví. V IT a moderních technologiích je znalost angličtiny samozřejmě větší. Pak se to odvíjí i od věku. Mladší generace Italů už anglicky umí výrazně lépe. Je to hodně tím, že Itálie nedávno prošla ekonomickými krizemi a mladí Italové byli nuceni odcházet do zahraničí za prací, i proto, aby si pak našli lepší práci doma v Itálii. Ale u starší generace je angličtina opravdu spíš raritou, což je extrémní rozdíl od západoevropských zemí. A právě tato generace je často ve vedení firem, takže se musíte připravit na to, že se s nimi anglicky nedomluvíte. Nezbyvá, než abyste se italsky naučili, nebo měli na místě partnera, který vám s jednáními pomůže. ■

S MARKEM ATANASČEVEM SI POVÍDAL DANIEL LIBERTIN
FOTO: ARCHIV CZECHTRADE A SHUTTERSTOCK




Bereme to
na sebe
i v rizikovějších
zemích

SPOLEHLIVÝ PARTNER ČESKÉHO EXPORTU

Pojišťujeme tržně nepojistitelná politická
a komerční rizika spojená s exportem z Česka

POJIŠŤUJEME:

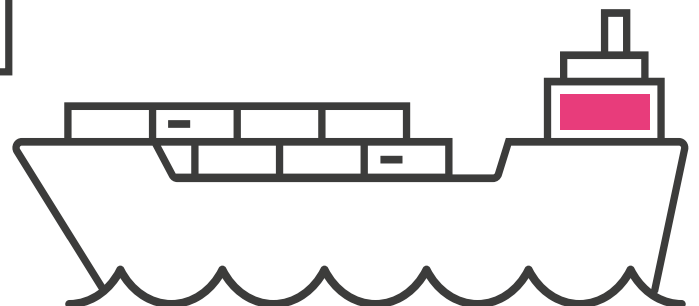
- faktury se splatností do 2 let i delší
- faktury odkoupené bankou se splatností do 2 let i delší
 - banky financující vývoz
- akreditivy i odkupy pohledávek z akreditivu
 - předexportní úvěry
 - investice v zahraničí
- bankovní úvěry na investice v zahraničí
 - odstoupení zákazníka od smlouvy
 - bankovní záruky



Na **MSV v Brně**
nás najdete na
České národní
expozici
v **pavilonu Z**

info@egap.cz

Podporujeme **malé
a střední podniky** a zakázky
již od **100 tisíc Kč**





OBRÁBĚCÍ STROJE ZE ZLÍNA SI ZÍSKALY VE SVĚTĚ DŮVĚRU SÁZKA NA TRADICI A POTENCIÁL PŘINÁŠÍ OVOCE

„KDYŽ JSME SE ROZHODOVALI, ZDA ZPS KOUPIME, MĚLI JSME ZA SEBOU UŽ DESET LET POMĚRNĚ ÚZKÉ SPOLUPRÁCE, ZNALI JSME JEHO PROSTŘEDÍ I POTENCIÁL,“ KONSTATUJE GENERÁLNÍ ŘEDITEL FIRMY TAJMAC-ZPS MICHELE TAJARIOL. „ŠLO O RODINNÉ ROZHODNUTÍ A MY JSME VĚDĚLI, ŽE BUĎTO USPĚJEME, NEBO PŘIJDEME O KLÍČOVÉHO DODAVATELE.“ MILÁNSKÝ TAJMAC-MTM MĚL S TEHDEJŠÍM ZPS DLOUHOLETÉ AKTIVNÍ OBCHODNÍ VZTAHY, NAKUPOVAL OD ZLÍNSKÉHO VÝROBCE OBRÁBĚCÍ STROJE A PODÍLEL SE NA JEJICH VÝVOJI.



Michele Tajariol stojí v čele zlínské strojírenské firmy TAJMAC-ZPS. Původem Miláňan žije na Moravě už devatenáct let a nedá na Českou republiku dopustit

Italská rodina vnímala tehdy Českou republiku jako teritorium s dobrou polohou a tradicí. „Věřili jsme, že se Česko bude ekonomicky rozvíjet a bude zajímavým partnerem i do budoucna, což se potvrdilo,“ doplňuje ředitel.

BAŤOVSKÝ DUCH SÁM O SOBĚ ÚSPĚCH NEZARUČÍ

Dnes prodává firma „české stroje ze Zlína“ do celého světa, samotné ZPS však mělo vybudováno své jméno především ve východní části Evropy, směrem na západ už tak známé nebylo. Skvěle však zafungovala synergie, protože nový majitel znalosti západních trhů měl a dokázal garantovat kvalitu. Nejdůležitější trhy jsou dnes Německo a Itálie, mimo Evropu míří stroje TAJMAC-ZPS do Spojených států, Číny, Indie a Ruska.

„Italská firma TAJMAC-MTM není výrobní společností, proto ani v době koupě nijak výrazně do výroby nezasahovala. Ta byla dobře zorganizovaná, zlínská firma měla své know-how. Přínosem jejího nového majitele byly především bohaté obchodní zkušenosti.

V 90. letech, kdy se české podniky většinou teprve učily, jak a kde prodávat, TAJMAC-ZPS čerpal ze zkušeností svého nového majitele,“ vysvětluje Michele Tajariol.

Podnikání ve Zlíně je ovlivněno duchem baťovské doby. Nejinak je tomu u TAJMAC-ZPS. Na samém počátku jeho historie, v roce 1903, jej jako strojnickou dílnu založila firma Baťa. „Je dobře, že stále existuje povědomí o úspěchu, který zde Baťa slavil, avšak minulost již není tím, co by dokázalo prodat produkt a zajistit úspěch,“ dodává ředitel. „Lidé z regionu někdy očekávají, že se úspěch bude automaticky opakovat. Je to však podobné, jako když fanoušci klubu AC Milán, který byl před patnácti lety na špici a dosahoval vynikajících výsledků, nedokážou tuto minulost transformovat do dnešní reality. Je potřeba stále přemýšlet, jak se zlepšovat.“

Firma už stihla projít pozitivními i náročnějšími lety. V období krize 2008 se ukázalo, že má svoji specifickou mentalitu, která jí pomohla přežít. Podařilo se provést transformaci. Nebylo to jednoduché a bez bolesti, ale dokázala nastoupit cestu, která je dnes bývalému ZPS hodně vzdálená.

INOVACE A ZASE INOVACE

Michele Tajariol žije v Čechách už devatenáct let. Do Zlína přišel ve svých pětadvaceti, dnes zde má svou rodinu

a na zdejší život nedá dopustit. „Zlín není metropole jako Milán, způsob života je tu klidnější a zdravější. Česká republika kromě toho, že je čistá a dobře zorganizovaná, je také bezpečná. Jediné, na co si dodnes nemohu zvyknout, je to, že se každý den začíná pracovat mnohem dříve než v Itálii,“ dodává s úsměvem.

A jak si firma udržuje konkurenceschopnost? „V našem oboru se samozřejmě neobejdeme bez inovací, utkáme se s konkurenty z velmi inovativních zemí, jako je Tchaj-wan nebo Čína. Abychom dokázali obstát, musíme neustále hledat nová řešení, přestože obráběcí stroje jsou poměrně konzervativním produktem,“ dozvídáme se od šéfa zlínské firmy. Koneckonců právě hledání řešení i tam, kde ho jiní nevidí, je podle něj charakteristickým rysem italských manažerů. Zatímco nám prý může italský způsob jednání připomínat vyjednávání a přesvědčování na tržišti, rozhodně to není styl, který by postrádal profesionalitu, je pouze více flexibilní a kreativní.

ZLÍN JAKO PŘIDANÁ HODNOTA

Za velkou přidanou hodnotu a konkurenční výhodu považuje Michele Tajariol především fakt, že se obráběcí stroje vyrábí z velké části přímo ve Zlíně. „Zákazníkům můžeme přímo v našem areálu ukázat, jak jejich stroj vzniká, a tak důvěra v produkt je výrazně vyšší, ▶▶

► než když se dívají pouze na hotový výrobek v showroomu.“ To je také filozofie, s níž italská rodina do Zlína vstupovala, udržuje ji a věří v ni. Jít tímto směrem však představuje řadu investic, každoročně majitelé investují zpět do firmy 10% ročního obrátu. A nebojí se ani těch s dlouhou dobou návratnosti. Obnovili například technologii slévárny.

„Rád spolupracuji se silnými bankami, které mají likviditu a dokážou klientům nabídnout různá řešení,“ rozvíjí téma financování Michele Tajariol. „Taková je Komerční banka, se kterou úspěšně spolupracujeme. Je to velmi aktivní banka, která i přes svoji velikost zůstává stále flexibilní. Oceňujeme to, že má tendenci nás poznat, zjistit, jací jsme, jakých dosahujeme výsledků a co potřebujeme. Důležitá je pro nás také role regionálního manažera a lidí, kteří nám pomáhají a jimž my důvěřujeme. To, co nám nabídnou, se pak většinou také realizuje, což řada jiných bank nedokáže. Všechny tyto aspekty hodnotíme velmi pozitivně,“ pochvaluje si šéf zlínské firmy partnerství s Komerční bankou.

MSV JE PRO NÁS DŮLEŽITÝ

Na letošním Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně představí TAJMAC-ZPS novinky především z produktové řady obráběcích center. „Věříme, že veletrh bude přínosem, přestože od jara došlo k ochlazení na trzích v Evropě

i ve světě. Očekáváme, že od podzimu se poptávka ožíví a začne se zvedat. Brněnský MSV ukazuje atmosféru v regionu, což je pro nás důležité, přestože nemá tak velký dopad jako veletrhy v Hannoveru nebo v Miláně,“ hodnotí plusy MSV Michele Tajariol.

O významu účasti své firmy na největším tuzemském veletrhu nepochybuje. Využívá této příležitosti především pro osobní setkání se zákazníky, kteří pozvání na stánek vnímají také jako určitou formu poděkování za spolupráci. „Snažíme se, aby se cítili na našem stánku dobře a užili si, že jsme italská firma – klademe tedy důraz na dobré jídlo i atmosféru. A těm, kteří zatím našimi zákazníky nejsou, chceme ukázat, jak by se mohli cítit, až jimi budou.“

A co tolik omílaný nedostatek technicky vzdělaných pracovníků? „TAJMAC-ZPS spolupracuje téměř se všemi technickými univerzitami v Čechách, spíše však na konkrétních projektech, které studentům zadává. Tím, že ve Zlíně chybí pro nás důležité technické obory, například konstrukce strojů, technologie strojírenské výroby, je těžké studenty přilákat k dlouhodobější spolupráci a setrvání ve firmě. Potřebovali bychom, aby byl Zlín pro mladé lidi atraktivnější,“ posteskl si ředitel na závěr. ■

TEXT: VLASTA PISKAČOVÁ

FOTO: VLASTA PISKAČOVÁ A ARCHIV TAJMAC-ZPS



Sídlo společnosti ve Zlíně-Malenovicích

TAJMAC-ZPS, a.s.

V roce 2000 TAJMAC-MTM komplexně převzal ZPS, a.s., a vznikla tak společnost TAJMAC-ZPS, a.s., se sídlem ve Zlíně-Malenovicích. Je největším výrobcem obráběcích strojů v České republice a řadí se k nejvýznamnějším výrobním podnikům v zemi. Výrobní program firmy v sobě zahrnuje především vysoce výkonná obráběcí centra, dlouhotočné a vícevřetenové automaty. Tyto stroje nacházejí uplatnění v nejnáročnějších průmyslových odvětvích na všech světových trzích a získaly velmi dobrou pověst pro svoje špičkové technické parametry, přesnost a spolehlivost.

S esencí firmy se můžete seznámit na letošním MSV v Brně. Najdete ji v pavilonu P na stánku 40.

Ing. Petra Sanitřáková,
manažerka pro korporátní klientelu KB, Jižní Morava



„Velice nás těší spolupráce se společností TAJMAC-ZPS, zvláště proto, že se jedná o firmu s dlouhou tradicí, která reprezentuje italský temperament a českou zručnost. Snažíme se jí poskytovat co nejkvalitnější servis v oblasti platebního styku, internetového bankovníctví, financování a trade finance. Vážíme si zejména toho, že nás společnost vnímá jako silného partnera, na kterého se může kdykoliv spolehnout. Dobře si uvědomujeme, že pouze vysoký standard služeb, kvalitní zájem a spolehlivost mohou sloužit jako základ pro vybudování velmi dobrého partnerství. Těšíme se na další její zajímavé inovativní projekty, které rádi podpoříme.“



Montáž dlouhotočných automatů MANURHIN K'MX



JAK SE DNES MÁTE?

S KULTURNÍMI ODLIŠNOSTMI MEZI LIDMI Z RŮZNÝCH ZEMÍ ČI SVĚTADÍLŮ JE TO V BYZNYSU JAKO S HRANÍM NA HUDEBNÍ NÁSTROJ. KDYŽ NA NĚJ HRAJE VIRTUOS, LINE SE NÁDHERNÁ HUDBA. ALE BĚDA, POKUD SE JEJ CHOPÍ NĚKDO, KDO NEMÁ PRO JEHO JEMNOSTI A FINESY TYKADLA.

Stejně jako hudební nástroj se dá tato disciplína zvládnout jedině usilovným tréninkem. Každý den je střípkem v kaleidoskopu takového tréninku a zážitky to jsou někdy věru zajímavé. Pokusím se vás s několika z nich seznámit. Posbíral jsem je během pětadvaceti let práce ve vrcholovém managementu v soukromém byznysu na celém světě a vybírám pro vás samozřejmě pouze ty nejblyžší kousky.

Vnímání času. Snad nejněuvěřitelnější fenomén na tomto poli. V Německu meeting plánovaný na osmou ranní začíná v osm ráno. Přesně. V pařížské Opeře dvacet minut sem, dvacet minut tam. V Americe čas na úrovni atomu, stlačen drtivou rychlostí a efektivitou diskuze na minimum a hrozící pořádným výbuchem. V Japonsku součástí osobnosti a úrovně zdvořilosti. A v Čechách? Srovnání se světem mi nevyznívá příliš povzbudivě. Jednou se mi jeden manažer například snažil vážně vysvětlit, že jednání nemůže začít dřív, než přijde on, protože on je tady šéf. Bůh ochraňuj nejen anglickou královnu, ale i český byznys, jestli je tohle opravdu jeho kulturní specifikum.

Obchodní večere a stolování. Rozznávám dva okruhy lidí: jedni jedí a pijí, aby žili, ti druzí žijí, aby jedli a pili. Následky nepochopení této prosté pravdy mohou být při obchodní večeři brutální. Zvláště s partnery z Asie. Doporučuji každé vaše jídlo s pořádně ventilovaným nadšením minimálně třikrát vyfotit chytrým telefonem.

Formální zdvořilost. Kouzelná slovíčka „prosím“ a „děkuji“ se v anglosaské či japonské kultuře vyskytují s frekvencí, která je schopná průměrného českého podnikatele zdrtit. Ale pozor. Vše zdaleka není tak, jak se to na první pohled může zdát. Výrazu „formální“ je třeba věnovat stejnou pozornost jako výrazu „zdvořilost“. Po nočním letu a přistání na londýnském letišti Heathrow mě šíleně bolela hlava. „Jak se dnes máte?“ zeptal se mě můj obchodní partner. „Mám hlavu jako střep,“ odpověděl jsem. „Překrásné!“ široce se usmál Angličan. „Určitě budeme mít úspěšný den!“ Hlava mě začala bolet o poznání více.

Vážnost a žertování. Že některá témata jsou v určitých kulturách tabu, je všeobecně známo. Nic naplat. Při představení indickému podnikateli se dotýčný dvakrát ujistil o mé americké pozici a pak se zeptal, jestli je dobře zaplacená, a pokračoval pětiminutovou litaníí o politice prezidenta Trumpa. Blesklo mi hlavou známé pořekadlo: když se Američan usměje, svět se zachvěje, a přinutil jsem se usmát. Co taky jiného, že?

Systemizace života a byznysu. Když jsem poprvé v newyorském metru přistoupil k mamutímu automatu, abych si koupil jízdenku, otrásl jsem se. Mašina vypadala skoro stejně jako automat na bublinkovou vodu v Petrohradě, který jsem se v roce 1985 marně pokoušel asi 45 minut donutit vydat mi nápoj. Když dva dělají totéž, není to vždycky totéž. V Americe přistupujete ke všemu

s jednoduchou základní premisou, že věci fungují. Jako Čech poznamenaný dobou komunistické totality jsem s tím měl zpočátku docela nervy. Ale na lepší variantu si člověk zvykne poměrně rychle. Jak rád bych si na ni zvykl i v Čechách! Navíc všechny systémy v Americe, Japonsku, Singapuru (abych dokázal, že se nejedná o žádnou výjimku) jsou nádherně přátelské ke svým uživatelům. V Americe se jízdní pruh na dálnici kvůli opravám uzavře večer, přes noc se pracuje a ráno se normálně jezdí bez jakékoli uzavírky po kusu opravené dálnice. Úřední hodiny končí v 17.00, vy přijdete za pět minut pět a úředník s vámi vaši záležitost za půl hodiny dokončí. Český sen?

Orientace na zákazníka. Nikde neplatí, že „zákazník má vždycky pravdu“ tak jako v Americe. Nemusím vás mít rád nebo s vámi souhlasit, ale můžu s vámi udělat dobrý byznys. Ale v jedné věci jsou na tom Češi absolutně nejlepší: český zákazník odcházející z místnosti jako poslední za sebou zhasne. Američané zásadně nezhasínají. ■

TEXT: MIRO HOŠEK

FOTO: SHUTTERSTOCK A MAREK JENŠÍK



Miroslav Hošek stojí od roku 2006 v čele americké potravinářské firmy AFP. Pravidelně publikuje v českých médiích a své názory prezentuje na www.tristiri.cz



3D skenery využívají například i muzea

Michal Vyplašil:

ITALOVÉ NEJSOU VŮČI ČESKÝM VÝROBKŮM PŘEDPOJATÍ

SPOLEČNOST **ABBAS** VSTOUPILA NA ITALSKÝ TRH V ROCE 2013 A OD ROKU 2016 NA NĚM ZAČALA VYUŽÍVAT ASISTENCE AGENTURY **CZECHTRADE**. OD TÉ DOBY SI TAM VYBUDOVALA POMĚRNĚ HUSTOU SÍŤ KONTAKTŮ A PŘÁTELSKÝCH OSOBNÍCH VAZEB. „JEJÍ OBCHODNÍ MANAŽER PRO REGION **EMEA** A **LATINSKÁ AMERIKA** **MICHAL VYPLAŠIL** JE VELMI AKTIVNÍ A DAŘÍ SE MU ZÚROČIT OBECNĚ VSTRÍCNÝ VZTAH ITALŮ K ČESKÝM VÝROBKŮM,“ CHVÁLÍ **MICHALA VYPLAŠILA** Z BRNĚNSKÉHO **ABBASU** VEDOUcí ZAHRAŇIČNÍ KANCELÁŘE **CZECHTRADE** V MILÁNĚ **MAREK ATANASČEV**.



ABBAS zastupuje na českém a zahraničních trzích mezi jinými také výrobce 3D skenerů, společnosti **Artec 3D** a **RangeVision**. Ruční skenery od **Artec** směřují na české a slovenské teritorium, produkty **RangeVision** nacházejí své zákazníky především v ostatních zemích EU a Latinské Ameriky a brněnská společnost je prodává a servisuje od roku 2013. **RangeVision** dodává na trh tři typy 3D skenerů, z nich dva v kompletní sestavě a jeden pracovníci **ABBASu** před prodejem osazují

kamerami a projektory dováženými z Německa.

„Aniž bych pro to měl jednoduché vysvětlení, stala se v posledních dvou letech naším nejsilnějším trhem pro 3D skenery Itálie, jejíž prognóza růstu HDP se pohybuje jen kolem 0,3%,“ konstatuje **Michal Vyplašil**. „Velmi účinně nám tam asistovala zahraniční kancelář **CzechTrade** v Miláně, s jejímž vedoucím **Markem Atanasčevem** se znám ještě z České republiky. Dnes však máme

na Apeninském poloostrově zkušeného distributora s mnohaletou praxí a bohatými kontakty," pokračuje manažer.

USNOUT NA VAVŘÍNECH SE NEMUSÍ VYPLATIT

Mezi další úspěšná exportní teritoria ABBASu v sortimentu 3D skenerů patří Maďarsko, Argentina a Polsko, na něž tlačí z dalších pozic SAE, Finsko, Nizozemsko, Německo a další. Slibně se rozvíjí rovněž Španělsko. Samotná distribuce probíhá přes nasmlouvané firmy, v každé zemi jeden až dva subjekty v distribučním řetězci.

Postupně se mění i vztah s německými partnery, kteří jsou pověstní silnou afinitou k vlastním značkám. „Ještě před pár lety bylo nemyslitelné, že by němečtí partneři sedli do auta a přijeli za svým protějškem z České republiky. Teď už se to stává. Dobře zavedeného distributora jsem podědil po svém předchůdci ve Finsku, daří se nám v Maďarsku a Rumunsku, kde jsou naši partneři velmi vstřícní a aktivní. Naproti tomu na Francii jsme si vylámali zuby a nizozemští obchodníci poněkud hřeší na svou dosavadní dobrou pověst. Nežřidka slyším, že jsme dobří technici a vývojáři, ale neumíme se tak efektivně prosazovat a vyjednávat jako obchodníci ze západoevropských zemí. Snažím se v tomto ohledu přidat i já," upozorňuje na přetrvávající rozdíly v přístupu distributorů ze starých a nových členských států EU Michal Vyplášil.

ABBAS a.s.

Brněnská společnost, která oslaví v příštím roce čtvrt století od svého založení, dodává průmyslové kamery a kamerové systémy, elektrické zabezpečovací a požární systémy, kompletní sortiment pro perimetrickou ochranu, ozvučovací a evakuační systémy, přístroje pro strojové vidění, poskytuje služby související s měřením, testováním a certifikací a systémovou integrací. Je úspěšným exportérem. V roce 2014 zřídila samostatné oddělení výzkumu a vývoje. Od roku 2015 se firemní vývojáři zaměřují především na vývoj a inovaci zabezpečovacího systému Dominus3, který ABBAS uvedl v základní verzi na trh loni. Firma se sídlem v Brně a s pobočkami v Praze a Ostravě zaměstnává kolem 50 pracovníků a dosahuje obrátu cca 150 milionů korun.

3D skenery však představují pouze jednu „nohu“ produktového portfolia brněnské společnosti, založené v roce 1995 na bázi distribuce zabezpečovací a telekomunikační techniky.

„V posledních třech letech se vývojové oddělení naší firmy, v níž pracuje kolem deseti výzkumníků, zabývá novou, sofistikovanější verzí vlastního bezpečnostního systému, s jejímž uvedením do prodeje se počítá letos na podzim. Přitom naše bezpečnostní technologie se pyšní vysokou technickou kvalitou a spolehlivou a rychlou konzultační podporou," uvádí manažer.

Přes vysoké náklady je ABBAS již léta přítomen na specializovaných veletrzích v Německu, například na veletrhu FORMNEXT, kde nachází řadu kontaktů na globální trhy. Firma získala respekt také na veletrhu FIMAQH v Buenos Aires, jenž je jedním z nejvýznamnějších technických veletrhů v Jižní Americe.

Mezi její zatím poslední úspěchy na zahraničních trzích patří druhá účast na veletrhu INTERSEC 2019 v Dubaji, určenému odborníkům z oblasti security z celého světa, na němž vzbudil velký zájem systém Dominus3, jehož předností je možnost propojení s integračními nadstavbami a inteligentním řízením technologií budov. Společnosti se ve spolupráci se zástupci agentury CzechTrade podařilo získat distributora pro Spojené arabské emiráty pro 3D skenery značky RangeVision. ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV ABBASU

inzerce

POSTARÁME SE O NÁKUPY DO VAŠÍ FIRMY.

- ✓ Čerstvé pečivo a ovoce na jednání, ale i drogerie a kancelářské potřeby.
- ✓ Nákup vám doručíme už od 7. hodiny ráno.
- ✓ Možnost expresního doručení už do 120 minut.
- ✓ Platit můžete na fakturu.

Více na www.rohlik.cz/dokanclu

Právě teď
150 Kč
na váš první nákup
(při nákupu nad
1 000 Kč)

rohlik
.CZ

NEJSTE NA TO SAMI



MASOPUST PO ITALSKU

Chcete být na chvíli někým jiným? Skryjte se za masku a užívejte veselí a tance. A pokud chcete být u něčeho opravdu velkého, navštivte Benátky a jejich slavný zimní karneval.

Slaví se tu od třináctého století a možná i dřív. Kdy přesně? V zimě. Termín je pohyblivý a stejně jako u našeho masopustu začíná deset dnů před Popeleční středou a je posledním veselím před velikonočním půstem. Odtud pochází i jeho název – karneval je italsky carnevale, tedy carne (maso) a vale (pryč). Na rozdíl od naší tradice však trvá tři týdny. Jak jinak by se do nevelkého města mohly vejít až tři miliony návštěvníků, které si tuto velkolepou podívanou nenechají ujít? A mnozí z nich jsou nejen diváky, ale i herci. Stejně jako obyvatelé Benátek. S nadsázkou se říká, že mnozí, hlavně ti s méně čistým svědomím, by se rádi za nehybnou tvář skrývali po celý rok. Ale používání masek bylo v historii dovoleno jen v zimních měsících. A občas Vatikánem zakázáno úplně. Dlouholetou tradici populárního karnevalu si dovolil přerušit až císař Napoleon v roce 1797. Jako správný diktátor se obával výtržnictví či jiných rebelských skutků. Novodobá historie benátského festivalu je vlastně krátká – o jeho znovuobnovení bylo rozhodnuto překvapivě až v roce 1979.

Nejkrásnější je podle mne karneval po ránu, nejlépe na mořském břehu.

Město a moře se noří z šedobílé mlhy a v popředí pózují krásné masky všech barev. Jak přibývá dne, ulice se zahušťují. Městem korzují lidé v úžasných nákladných a rafinovaných maskách právě tak jako turisté, kteří si na ulici koupí škrabošku a s radostí si ji nasadí. Je příjemné, že všechny krásné masky jsou ochotny postát, nechat se obdivovat a vyfotografovat. Nevím, zda se u toho usmívají. Maska je nehybná a neodhalí nic ze skutečného pocitu svého nositele. Koukají jen oči, které se neprozradí.

Centrem dění je známé náměstí svatého Marka, na kterém karneval vrcholí vyhlášením nejkrásnější masky roku. Maškarní plesy a bujaré zábavy končí až nad ránem. Běžný turista toulající se

celý den Benátkami však končí v hotelu či v autobuse vracějícím se třeba i z jednodenní výpravy za kouzelným a barevným snem. I tak to stojí za to. ■

TEXT A FOTO: EVA STANOVSKÁ



Eva Stanovská má dvě velké lásky – fotografování a cestování. Je mimo jiné členkou České federace fotografického umění, autorkou několika fotografických knih i výstav





Španělsku se daří!

A ZÁJEM O NĚJ ROSTE

NÁŠ VZÁJEMNÝ OBCHOD SE ŠPANĚLSKEM V POSLEDNÍCH LETECH UTĚŠENĚ ROSTE. ZEMI SE EKONOMICKY DAŘÍ, A PROTO STOUPÁ I ZÁJEM NAŠICH OBCHODNÍKŮ, VÝVOZCŮ A INVESTORŮ, KTEŘÍ TUTO ZEMI ZNOVU OBJEVUJÍ A ZJIŠTUJÍ, ŽE NABÍZÍ VELMI ZAJÍMAVÝ POTENCIÁL.



nem, který patří mezi hospodářsky nejrozvinutější a má strukturu průmyslu velmi podobnou ČR, se tradičně věnuje také MSV Brno, kde bude kromě BasqueTrade zastoupeno nejméně šest vystavovatelů, včetně Klastru mobility a logistiky (www.mlcluster.com).

Ve dnech 30. a 31. října 2019 se pak uskuteční v Bilbao projekt ekonomické diplomacie zaměřený na technologie a příležitosti v sektoru smart cities. Hlavním cílem akce bude výměna zkušeností a navázání kontaktů mezi českými a španělskými firmami, institucemi, městy a kraji v oblasti rozvoje technologií a chytrých řešení pro města, zejména v městské dopravě, energetice a zavádění moderních informačních a komunikačních technologií. Akci organizuje Velvyslanectví ČR v Madridu ve spolupráci s madridským zastoupením agentury CzechTrade a Českým centrem. Baskickým partnerem je vládní agentura BasqueTrade. Další informace najdete na stránkách Velvyslanectví ČR v Madridu a madridské zahraniční kanceláře CzechTrade.

Na konec listopadu plánujeme přijmout návštěvu oficiální delegace z Baskicka za účasti náměstka pro průmysl z odboru ekonomického rozvoje a infrastruktury autonomní vlády regionu Baskicko Javierera Zarraonandia Zuloaga. Ten má na starosti oblast inovací, technologií, internacionalizace, průmyslové politiky, energetiky, informačních a znalostních společností, prvovýroby, potravinářství, rozvoje venkova a lesních oblastí, zemědělského výzkumu, silniční a železniční sítě a dopravy a letišť. Členkou delegace bude i generální ředitelka baskické agentury pro internacionalizaci Basque Trade & Investment – BTI Maria Ainhoa Ondarzal Izaguirre.

Věříme, že se naše vzájemné obchodní aktivity se Španělskem budou dále rozvíjet. ■

TEXT: KAREL ZDĚNOVEC

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV MPO



Ing. Karel Zdenovec je pracovníkem odboru zahraničně ekonomických politik I, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Španělsko není jen krásná turistická země s kouzelným pobřežím u Středozemního moře a trochu divočejším u Atlantiku, v létě velmi horkým klimatem a velkou vášní pro koridu či fotbal. Je sice poznamenána poslední krizí, ale o to rychleji se zotavuje. Je přívětivá k moderním technologiím a trendům, snaží se modernizovat svůj funkční průmysl a stoupá zde poptávka v tradičních i nových oborech. To všechno znamená nové možnosti. Ač na první pohled vzdálenější než většina zemí EU, přesto je jedním z nejdůležitějších trhů pro naše exportéry, dokonce devátým největším. Loni náš vývoz hravě překonal hranici 5 miliard eur a celkový obrat překročil 8 miliard eur.

Příležitostí v zemi, se kterou slavíme sto let vzájemných diplomatických vztahů, najdeme řadu, od automobilového průmyslu a jeho komponent, zpracovatelského, zejména potravinářského (např. výrobní linky, ale též alternativní, dietní, bezlepkové, zdravé a bio potraviny) přes chemický průmysl, zdravotnictví, ICT a strojírenství. Růst životní úrovně se odráží v sílící vnitřní poptávce. Velmi zajímavá je proto oblast služeb a perspektivní jsou logistické služby a centra, pohostinství, zábavní průmysl, volnočasové aktivity, sport a zdraví (preventivní medicína, městské fitness parky, wellness centra). V energetice skýtá možnosti velký boom v oblasti větrných a solárních elektráren, největší rozvoj však čeká biomasu a biopaliva, kdy například v oblasti biomasy se ve Španělsku realizuje mnoho projektů týkajících se využití reziduí vzniklých zpracováním olivového oleje, rýže, mandlí apod.

MOBILITA A VĚDA V 21. STOLETÍ

Španělský strategický plán pro infrastrukturu počítá s významnými investicemi do železnic. Část je určena

na modernizaci železničních stanic a stávajících železničních tratí a do telekomunikační sítě založené na optických vláknech. Kromě železnic se počítá se zkvalitňováním infrastruktury silnic, kde se Španělé chtějí zaměřit zejména na zlepšení a zvýšení bezpečnosti dálnic. V letecké infrastruktuře půjde nejvíce investic do terminálů a na bezpečnost a navigaci. Rozvoj ICT ve Španělsku vyvolává nárůst poptávky po nových produktech a centrech těchto služeb. Zvláštní pozornost státu i široké veřejnosti je věnována péči o životní prostředí. Vítána je spolupráce zejména v oblasti analytiky vody, půdy a odpadů, v geofyzice a geotechnologiích či konzultačních službách.

Dalšímu rozvoji spolupráce se snaží věnovat jak velvyslanectví ve spolupráci s kanceláří agentury CzechTrade v Madridu, tak rovněž naše ministerstvo. I díky této spolupráci proběhla v červnu 2019 velmi úspěšná pracovní cesta náměstka ministra průmyslu a obchodu Vladimíra Bärtla do Madridu. Jednal mimo jiné o podpoře pro umístění Centre of Excellence pro umělou inteligenci v ČR a v této souvislosti tlumočil nabídku spolupráce v dané oblasti pro španělské firmy, vědce a další subjekty. Svým partnerům také objasnil české pozice v otázkách vnitřního trhu EU. Důležitou součástí byla diskuze o podpoře kvalitních a dlouhodobých investic do výroby či služeb s vysokou přidanou hodnotou v obou zemích a na půdě české ambasády v Madridu proběhlo též setkání se zástupci deseti oceněných španělských investorů v ČR. Podobným akcím, spojeným s podnikatelskou misí, by se MPO rádo věnovalo i v budoucnu.

BASKICKO NA VÝSLUNÍ

V nejbližším období bude v našem společném hledáčku mimo jiné Baskicko. Spolupráci s tímto autonomním regio-

VE ŠPANĚLSKU JSME „MALÝM NĚMECKEM“

ŠPANĚLSKO JE SE SVÝMI TĚMĚŘ 47 MILIONY OBYVATEL PÁTÝM NEJVĚTŠÍM TRHEM EVROPSKÉ UNIE, SMĚLE UPEVNŮJÍCÍM SVOU POZICI MEZI HLAVNÍMI EVROPSKÝMI EKONOMIKAMI. STRATEGICKÁ POLOHA, HISTORICKÁ PROVÁZANOST S MIMOEVOLEPSKÝMI TRHY, PROBÍHAJÍCÍ INVESTICE V MNOHA SEKTORECH I ZVÝŠUJÍCÍ SE KUPNÍ SÍLA OBYVATEL Z NĚJ DĚLAJÍ DESTINACI, KTEROU BY ČESKÉ FIRMY NEMĚLY PŘEHLÍŽET.

Barcelonský mrakodrap Torre Glòries (dříve Torre Agbar), jeden ze symbolů katalánské metropole



V posledních letech místní ekonomika stabilně roste, a stává se tak jednou z nejdynamičtějších mezi ostatními západoevropskými členy Evropské unie. Také makroekonomické ukazatele, ať se jedná o inflaci či nezaměstnanost, se podařilo v posledních deseti letech dostat na přijatelnou úroveň. Španělsko úspěšně splnilo své závazky vůči EU a v blízké době by mělo opustit režim procedury nadměrného deficitu, který byl ve Španělsku zaveden v roce 2009.

ŠPANĚLÉ OBJEVUJÍ ČESKOU KVALITU

I přes geografickou vzdálenost patří Španělské království k důležitým obchodním partnerům České republiky. Od našeho vstupu do EU kontinuálně roste obchodní výměna mezi oběma zeměmi, a co je důležité – s pozitivním saldem na straně českých exportérů. To je důkazem rostoucího povědomí Španělů o kvalitě českých produktů.

Přesto není dobré přehlížet očekávání španělských partnerů, jelikož obě strany jsou stále zatíženy řadou stereotypů. Španělé radí Česko spíše do regionu východní Evropy, mnohdy podceňují tuzemskou ekonomickou úroveň a s tím se pojí časté očekávání nižších cen. Paradoxně nás, hlavně na severu Španělska, kde je struktura tamní ekonomiky nejvíce podobná té naší a povědomí o České republice silnější, nazývají „malým Německem“ a české firmy jsou preferovanými subdodavateli projektů s mezinárodním přesahem.

Zajímá vás španělský trh?

Na čtvrtý kvartál roku 2019 připravujeme pro české exportéry hned několik podnikatelských misí. Jedna z prvních říjnových akcí se zaměřuje na představení českých dodavatelů designového a technického vybavení pro luxusní hotely a restaurace. Mezi účastníky najdeme zvučná jména jako Preciosa Lighting, USSPA, Retigo, RGT a Créer. Akce na konci října představí české společnosti z oblasti smart cities v Bilbau. Zúčastní se jí firmy jako Mycroft Mind, EV Expert nebo HE3DA (viz také informace na předchozích stránkách – pozn. red.).



Pohled na průmyslovou část Bilbaa, hlavního města Baskicka

Provázanost obou ekonomik dokazují také realizované investice. Podle poslední analýzy fDi Markets investovaly španělské firmy do Česka v letech 2003 až 2019 více než 238 miliard eur, a vytvořily tím u nás statisíce pracovních míst. Španělské společnosti jsou v ČR neaktivnější ve zpracovatelském průmyslu, následuje retail, stavebnictví a ICT. I míra investičních aktivit českých subjektů ve Španělsku postupně roste, a to hlavně v reálním sektoru, automobilovém průmyslu a logistice.

KUDY NA LATINSKO-AMERICKÉ TRHY?

Španělsko je vhodným partnerem pro obchodování nejen s Evropskou unií, ale také s celým Středomořím, severní Afrikou a zejména s Latinskou Amerikou. Proto nepřekvapí, že v porovnání se zbylými členy Evropské unie má se zeměmi Latinské Ameriky nejvíce smluv o zamezení dvojímu zdanění a ochraně investic. Ačkoliv se jedná o vysoce decentralizovaný trh,

charakteristický velkými rozdíly v legislativě, kultuře, vkusu a obchodních zvyklostech, jehož komplikovanost může být v očích českých firem umocněna jazykovou bariérou, není se čeho obávat a zvýšené úsilí při vstupu na trh bude dozajista oceněno dlouhotrvajícím partnerstvím a stabilními obchodními vztahy.

V první fázi expanze je však dobré mít po boku důvěryhodného partnera s individuálním přístupem, který české firmy dokáže provést všemi nástrahami, usnadnit jim různé administrativní procesy, poradit na základě znalosti trhu a překonat jazykovou bariéru. A takové komplexní služby nabízí agentura CzechTrade a její zahraniční kancelář v Madridu. Je schopna zajistit další kvalifikované služby, od analýz španělského trhu, vyhledávání ověřených kontaktů až po představení konkrétní firmy a organizaci obchodních jednání. ■

TEXT: PETRA JINDROVÁ

FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV CZECHTRADE



Plaza de España je jedno z největších a nejznámějších náměstí v Barceloně



Bc. Petra Jindrová je ředitelka zahraniční kanceláře CzechTrade v Madridu



ČERVENOBÍLÝ SVÁTEK V PAMPLONĚ

Už v letadle mířícím do Pamplony na severozápadě Španělska se objevili cestující, převážně pánové, celí v bílém s červenou šerpou okolo pasu a malým červeným šátkem na krku. Co to je? Bude karneval? Hned na letišti jsme jako pozornost dostali stejný červený šátek s obrázkem svatého Fermína, jemuž jsou zdejší červencové slavnosti zasvěceny. Na oslavu tohoto umučeného světce (proto barva krve) se v rámci této fiesty konaly a stále konají býčí zápasy.

Býčí zápasy můžete ve Španělsku vidět všude možně, ale čím se liší ty pamplonské? Proslaveným během ulic Estafeta, při němž stovky mužů, ba i žen vybíhají spolu s býky na trasu mezi stájemi a arénou. Typická ruská ruleta. Pro většinu účastníků velká zábava, ale několik odvážlivců obvykle valící se býci doslova převálcují a ti končí se zraněním. Asi nemám správnou temperamentní španělskou krev, abych pochopila, co ctížádostivce nutí překročit dřevěné zátarasy na ulici a dostat se mezi běžící monstra. Celá atrakce trvá pouze několik minut, býci letí ulicemi opravdu rychle.

Nikdo si nedovolí riskantní podnik kvůli bezpečnosti zakázat. Tradice je tradice. A tak se organizátoři jen snaží udělat pro bezpečnost maximum.

Přenosné zátarasy vyrostou a ihned po běhu zase mizí a jsou uloženy na další den. V pohotovosti je spousta zdravotníků, sanitky, policisté.

Fiesta trvá týden a má neskutečnou atmosféru. Červenobílé moře se valí ulicemi, jásá, tančí, popíjí výborné španělské víno, raduje se. Městem procházejí nejrůznější kapely, hrají a zpívají. Rychle jsme vytáhli z kufru bílé oblečení, přidali červené doplňky a hurá mezi ostatní. Dny jsou si podobné, a přesto stále pestré. V osm

ráno běh s býky, pak si jdou všichni lehnout, jen ulicemi projíždějí čisticí vozy likvidující neskutečné množství odpadků z předchozího dne. Po poledni je všechno připraveno k novému náporu jásajících návštěvníků. Navečer korida, v noci víno, muzika, soutěž o nejkrásnější ohňostroj. Atmosféra je nakažlivá. Zapomenout na vše a bavit se. I to je asi někdy potřeba udělat. Proto se sem lidé stále vrací. ■

TEXT A FOTO: EVA STANOVSKÁ





ČESKÁ BANKA PRO ČESKÝ EXPORT

- Státní specializovaná bankovní instituce, součást systému státní podpory exportu a ekonomické diplomacie.
- Financuje český export, pomáhá budovat povědomí o České republice v zahraničí, posiluje konkurenceschopnost českých firem.
- Zaměřuje se na teritoria s velkým potenciálem, na těžko dostupné, ale rychle rostoucí trhy. Napomáhá diversifikaci českého exportu.
- Umožňuje financování exportu všech typů výrobků, služeb a technologických celků. Poskytuje českým firmám know-how o zahraničních trzích.
- Individuálně přistupuje k potřebám exportérů a nabízí široké portfolio finančních produktů. Dokáže vyhovět potřebám malých firem.
- Pomáhá českým firmám od roku 1995.

PRODUKTY

PŘEDEXPORTNÍ ÚVĚR

- Předexportní úvěr na vývoj
- Úvěr na financování výroby pro export

TRADE FINANCE

- Odkup pohledávek s regresem
- Odkup pohledávek bez regresu s pojištěním
- Bankovní záruky
- Dokumentární platby

DODAVATELSKÝ/ODBĚRATELSKÝ ÚVĚR

- Vývozní dodavatelský úvěr
- Vývozní odběratelský úvěr

ÚVĚR NA INVESTICE

- Úvěr na investice v zahraničí
- Vývozní odběratelský úvěr

Exportní příležitosti pro moderní energetiku

Česká národní expozice The Country For The Future, Pavilon Z, 8. 10. 2019 od 14:00

Postupná dekarbonizace světové ekonomiky přináší obří investice do výstavby nových, čistých zdrojů energie, a tedy příležitosti pro české výrobce moderních energetických technologií. Seminář představí exportérům konkrétní trhy, na které se vyplatí zaměřit. Poradí, jak na zahraničním trhu uspět i jak získat potřebné financování. Všechny tyto a další potřebné informace získají posluchači na místě i v unikátní brožuře Zapojení moderní energie.

- 14:00 Úvodní slovo ministra průmyslu a obchodu**
Doc. Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA
- 14:15 Zapojení moderní energie**
(představení publikace o příležitostech pro moderní energetiku na vybraných světových trzích)
Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel agentury CzechTrade,
Ing. Jaroslav Výborný, MBA, předseda představenstva a generální ředitel České exportní banky
- 14:20 Dekarbonizace jako příležitost pro české exportéry**
Ing. Martin Sedlák, programový ředitel Svazu moderní energetiky
- 14:35 Exportní příležitosti v moderní energetice, představení nejzajímavějších trhů**
Ing. Jiří Jílek, ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Santiago de Chile
a regionálního centra Latinská Amerika
- 14:50 Možnosti financování vývozu pro moderní energetiku**
Ing. Zuzana Šejtková, vedoucí oddělení akvizic České exportní banky
- 15:00–15:30 Networking a konzultace**

Pro účast na semináři je nutná registrace na www.ceb.cz/registrace

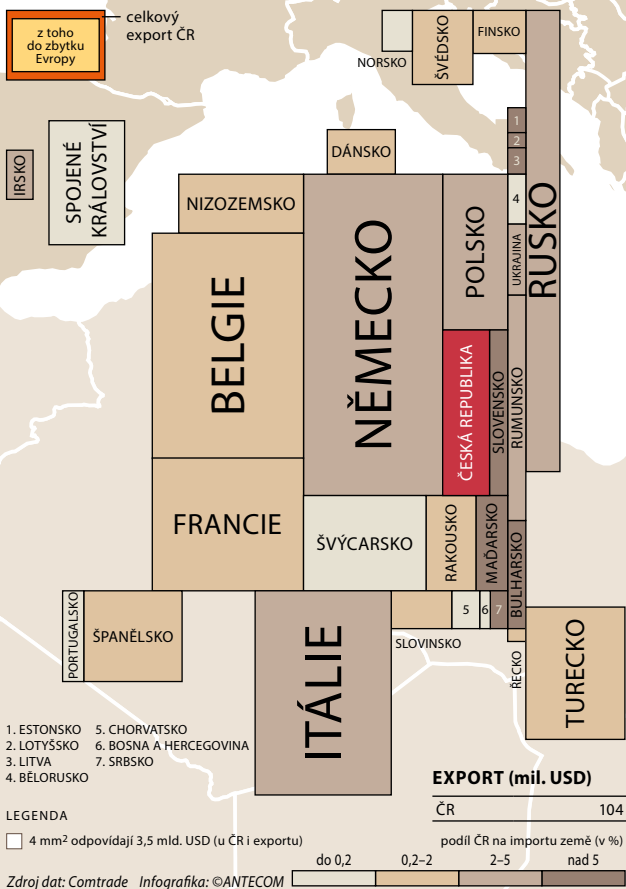


EVROPA

V OBRAZU ANAMORFNÍCH MAP

Po Oceánii je Evropa druhým nejmenším světadílem a po Asii druhým nejhustěji osídleným. Počtem obyvatel se řadí na třetí místo, když každý desátý obyvatel planety je Evropanem. Na celosvětovém HDP se starý kontinent podílí téměř čtvrtinou. Ve dvacítce nejbohatších zemí planety se 15 nachází v Evropě. Na druhé straně je Evropa hospodářsky nejpomaleji rostoucím světadílem, přičemž tempa přírůstku HDP jsou pomalejší v EU než mimo ni a vůbec nejnižší v eurozóně. Svědčí to o tom, že z vysokého základu je růst obtížnější. Strojírenství bylo vždy vlajkovou lodí Evropy, a tak se obchodu se dvěma komoditami věnujeme detailněji.

IMPORT SOUSTRUHŮ PRO OBRÁBĚNÍ KOVŮ



IMPORT HNACÍCH NÁPRAV S DIFERENCIÁLEM



IMPORT (mil. USD)

NĚMECKO	685
BELGIE	521
ITÁLIE	425
FRANCIE	307
RUSKO	240
TURECKO	201
ŠVÝCARSKO	179
POLSKO	155
SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	144
ŠPANĚLSKO	136
ČR	119

IMPORT (mil. USD)

NIZOZEMSKO	112
RAKOUSKO	73
ŠVÉDSKO	69
RUMUNSKO	63
DÁNSKO	46
SLOVENSKO	46
MAĎARSKO	45
SLOVINSKO	35
FINSKO	35
BULHARSKO	30
PORTUGALSKO	29
UKRAJINA	20

IMPORT (mil. USD)

IRSKO	20
NORSKO	19
CHORVATSKO	16
BĚLORUSKO	14
SRBSKO	10
LITVA	7
ESTONSKO	7
BOSNA A HERCEGOVINA	6
LOTYŠSKO	4
ŘECKO	4

IMPORT (mil. USD)

NĚMECKO	2 721
RAKOUSKO	919
ČR	871
NIZOZEMSKO	860
FRANCIE	849
BELGIE	809
ŠPANĚLSKO	733
SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	703
SLOVENSKO	657
POLSKO	645
TURECKO	606

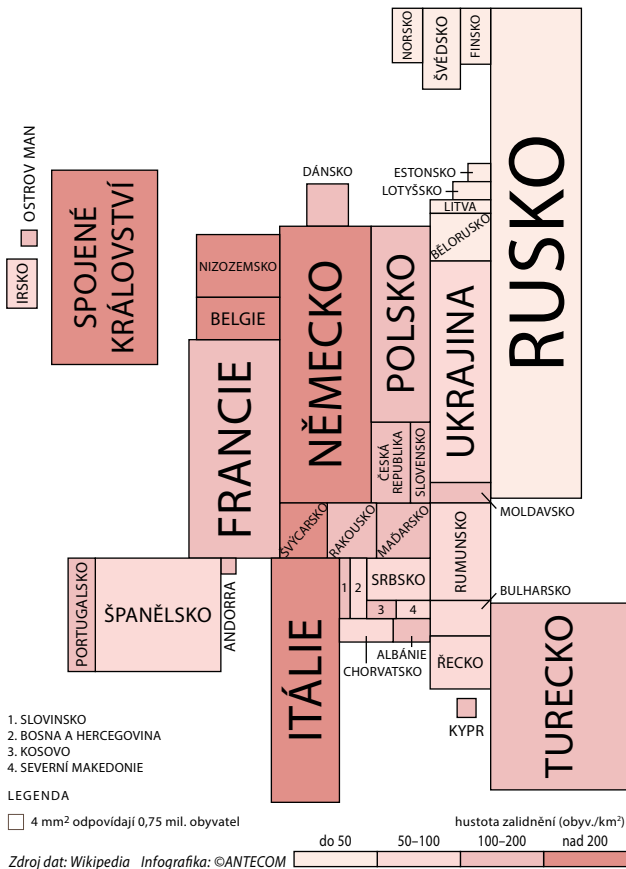
IMPORT (mil. USD)

RUSKO	516
ŠVÉDSKO	468
ITÁLIE	367
FINSKO	306
MAĎARSKO	234
RUMUNSKO	190
PORTUGALSKO	114
UKRAJINA	39
SLOVINSKO	35
BĚLORUSKO	31
ŠVÝCARSKO	22
NORSKO	18

IMPORT (mil. USD)

LITVA	17
DÁNSKO	16
LOTYŠSKO	12
ŘECKO	12
ESTONSKO	11
SEVERNÍ MAKEDONIE	11
BULHARSKO	10

POČET OBYVATEL



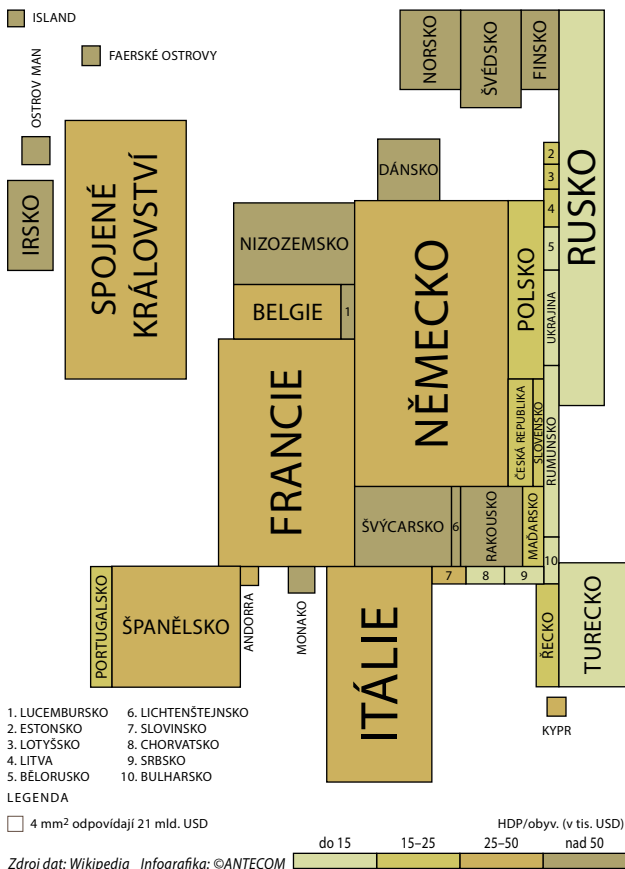
POČET OBYVATEL (mil.)

RUSKO	145,9
NĚMECKO	83,5
TURECKO	83,4
SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	67,5
FRANCIE	65,1
ITÁLIE	60,6
ŠPANĚLSKO	46,7
UKRAJINA	44,0
POLSKO	37,9
RUMUNSKO	19,4
NIZOZEMSKO	17,1
BELGIE	11,5
ČESKÁ REPUBLIKA	10,7
ŘECKO	10,5
PORTUGALSKO	10,2
ŠVÉDSKO	10,0
MAĎARSKO	9,7
BĚLORUSKO	9,5
RAKOUSKO	9,0
SRBSKO	8,8

POČET OBYVATEL (mil.)

ŠVÝCARSKO	8,6
BULHARSKO	7,0
DÁNSKO	5,8
FINSKO	5,5
SLOVENSKO	5,5
NORSKO	5,4
IRSKO	4,9
CHORVATSKO	4,1
MOLDAVSKO	4,0
BOSNA A HERCEGOVINA	3,3
ALBÁNIE	2,9
LITVA	2,8
SEVERNÍ MAKEDONIE	2,1
SLOVINSKO	2,1
LOTYŠSKO	1,9
KOSOVO	1,8
ESTONSKO	1,3
KYPR	1,2
OSTROV MAN	0,8
ANDORRA	0,8

HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT



HDP (mld. USD)

NĚMECKO	4 026
SPOJENÉ KRÁLOVSTVÍ	2 870
FRANCIE	2 845
ITÁLIE	2 077
RUSKO	1 648
ŠPANĚLSKO	1 430
NIZOZEMSKO	906
TURECKO	776
ŠVÝCARSKO	713
POLSKO	584
ŠVÉDSKO	542
BELGIE	538
RAKOUSKO	457
NORSKO	442
IRSKO	376
DÁNSKO	352
FINSKO	277
ČESKÁ REPUBLIKA	245
RUMUNSKO	238
PORTUGALSKO	237

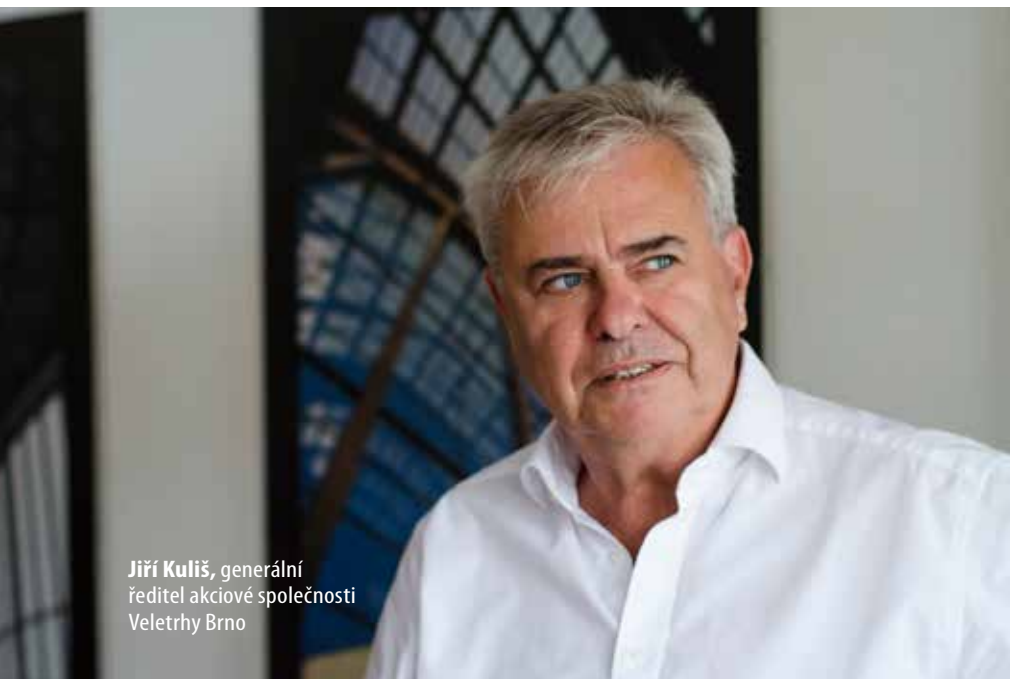
HDP (mld. USD)

ŘECKO	214
MAĎARSKO	154
UKRAJINA	132
SLOVENSKO	107
OSTROV MAN	71
LUCEMBURSKO	70
BULHARSKO	65
MONAKO	64
SRBSKO	63
LICHTENŠTEJNSKO	63
CHORVATSKO	61
BĚLORUSKO	60
SLOVINSKO	54
LITVA	53
LOTYŠSKO	34
KYPR	33
ANDORRA	31
ESTONSKO	30
FAERSKÉ OSTROVY	30
ISLAND	25

DIGITÁLNÍ TOVÁRNA NA MSV V BRNĚ

VYDEJTE SE PO DIGITÁLNÍ STEZCE

„LETOS BUDE HLAVNÍM TÉMATEM DIGITÁLNÍ TOVÁRNA, BYŤ VE ZNAKU MSV JSOU STÁLE OZUBENÁ KOLEČKA,“ SDĚLIL NÁM HNED V ÚVODU NAŠÍ NÁVŠTĚVY JIŘÍ KULIŠ, GENERÁLNÍ ŘEDITEL AKCIOVÉ SPOLEČNOSTI VELETRHY BRNO. DIGITALIZACE PRŮMYSLU SE NA MEZINÁRODNÍM STROJÍRENSKÉM VELETRHU OBJEVÍ POPRVÉ V UCELENÉ FORMĚ. NÁVŠTĚVNÍCI TAK BUDOU MÍT MOŽNOST POCHOPIŤ PRINCIPY POKROČILÉ DIGITALIZACE VÝROBY A POZNAT JEDNOTLIVÉ VÝROBKY, NÁSTROJE A ŘEŠENÍ.



Jiří Kuliš, generální ředitel akciové společnosti Veletrhy Brno

Ještě vloni to byla vaše vize, letos hoďte o jejím uskutečňování.

V Hannoveru jsme viděli, že se digitalizaci v průmyslu věnuje polovina veletrhu! Rozsáhlé expozice zde měly firmy jako Amazon, Microsoft, Oracle, které nabízejí softwarová řešení. Vidíte, Amazon neprodává už jen knihy a všechno možné, ale i cloudová řešení

pro průmysl. Další velkou skupinou jsou telekomunikační operátoři jako T-Mobile a O2, kteří nabízejí nejružnější cloudová řešení pro podniky. Na veletrhu figuroval dokonce i Google. Chtěli bychom, aby se tito hráči objevili v Brně. Chceme tak posilovat roli digitalizace. Cílem je, aby se na výstaviště v nové podobě vrátil „průmyslový Invex“.

Co je digitální továrna? V jaké formě se toto téma návštěvníkům veletrhu představí a které firmy je budou prezentovat?

Digitální továrna se definuje jako kyberfyzikální ekosystém. Je vám to jasné, že? Mně tedy moc ne! (smích) Stejně tak to je dost nesrozumitelné pro širší i odbornou veřejnost. Málokdo si umí představit, co se pod tímto termínem skrývá. Právě proto chystáme speciální výstavu Digitální továrna 2.0, která přiblíží možnosti digitalizace průmyslových procesů. Digitalizaci se věnuje řada vystavovatelů a samozřejmě její lídři jako Siemens, Bosch, ABB. Proto připravíme „digitální stezku“, která návštěvníka provede veletrhem tak, aby navštívil firmy, které mají k digitalizaci co říct.

ČESKO JAKO PARTNERSKÁ ZEMĚ

A jak je to letos s partnerskou zemí MSV?

Německé firmy přišly s Průmyslem 4.0 a některé jsou skutečnými lídry oboru digitalizace. Proto naším původním záměrem bylo představit Německo v expozici Německo – digitální továrna. Bylo by to opět po deseti letech, kdy tato země byla oficiálním partnerem MSV. Překvapila nás však odpověď

německého ministerstva hospodářství, v níž nám oznámili, že je proti pravidlům Evropské komise poskytovat státní finanční podporu na veletrhy v sousedních zemích. Pak by asi naše MPO nemělo podporovat účasti českých firem na veletrzích v Německu, když je to v rozporu s pravidly EU? Nakonec však vznikl projekt Digitální Česko a vládní strategie Česká republika – země pro budoucnost a našli jsme i partnery, kteří připravují speciální expozici Digitální továrna 2.0.

Dá se tedy říct, že letos bude Česká republika pro MSV „partnerskou zemí“?

Přesně tak. A konečně, proč nezdůraznit potenciál České republiky a nepoukázat na věci, které zde existují v oblasti high-tech, digitalizace či start-upů? Proč neukázat, že Česko má ambici a potenciál být lídrem v oblasti digitálu a umělé inteligence, byť má dosud image montovny zahraničních firem? Cílem musí být zvýšit přidanou hodnotu včetně malých a středních firem, a tím bohatství země a nás všech. Prezentace České republiky a vládní strategie pro budoucnost na MSV do sebe velmi dobře zapadají jako ta ozubená kolečka. Takže jsem rád, že jsme nakonec nahradili německou digitální továrnu českou.

NOVÝ PAVILON PRO DIGITALIZACI

Víte již nyní o nějakém taháku, který některá česká firma bude prezentovat?

Elektrotechnická asociace ČR představí svůj ryze český projekt Notarius, který je prvním průmyslovým blockchainem v Evropě! Blockchain k průmyslové digitalizaci patří, je to technologie pro bezpečnou správu a distribuci dat, která navazuje na vývoj digitálního podpisu a datových schránek. Víc se mne neptejte. Na stole mám knihu Dona Tapscotta Blockchain Revolution, kterou teprve čtu.

Kdo další se v expozici digitální továrny objeví?

Interaktivní výstava Digitální továrna 2.0 bude umístěna v pavilonu A1 společně s již tradiční expozicí 3D tisku. Na přípravě expozice spolupracujeme s firmou 33A+, která se v oblasti

průmyslové digitalizace pohybuje. Věřím, že zde najdeme Microsoft, ABB, Škodou Auto a další. Zatím se to úspěšně „nabaluje“.

Průmysl 4.0 či automatizace již hesly MSV byly.

Ano. Ale jak to laicky chápou, digitalizace je přece jen něco víc než robotizace a automatizace. Je to sběr a využívání dat v průmyslových procesech. Namísto loga AUTOMATIZACE proto uvidíte na vizuálech veletrhu nově DIGITAL FACTORY. Máme v plánu postavit nový pavilon D, který doplní velmi poptávané haly V a F a který by měl sloužit novému oboru MSV – digitalizaci.

ČESKO MÁ AMBICI
I POTENCIÁL BÝT
LÍDREM V DIGITALIZACI
PRŮMYSLU, NIKOLIV
POUZE MONTOVNOU
ZAHRANIČNÍCH FIREM.

PŘÍŠTÍ PARTNERSKÁ ZEMĚ ITÁLIE NEBO RUSKO

Máte už v hledáčku partnerské země pro další ročník? A můžete je prozradit?

Pro příští ročníky máme jako kandidáty Rusko a Itálii. Itálie se často prezentuje jako země dobrého jídla, moře a památek, ale technologie má stejně dobré jako Německo. Měl jsem možnost se potkat s italskou delegací vedenou náměstkem ministra zahraničí a prezidentem italské agentury na podporu obchodu ICE a oni si uvědomují, že by se měli více prezentovat ve střední Evropě než v Číně. Italské firmy mají k digitálnímu průmyslu, automatizaci a robotům také co říct a jsou skvělé ve strojírenství. Itálie je na MSV tradičně jedním z největších vystavovatelů. A stále koketují s myšlenkou zopakovat po pěti letech partnerství s Čínou, o čemž se s čínskými partnery intenzivně už rok bavím.

Jaké trendy přineslo uplynulých dvanáct měsíců ve veletržnictví? A jak se projeví na MSV?

Z technického pohledu je zřetelný vývoj k dražším a náročnějším expozicím. Když jsem letos viděl některé expozice v Hannoveru, připadalo mi, že jejich stavba mnohdy přesahuje lidské možnosti. I u nás expozice vyrůstají do výšky, jsou na velmi dobré úrovni, nesmírně kvalitní a poměrně drahé. Firmy jsou ochotny investovat do tohoto druhu prezentace velké prostředky, jejich stánky jsou někdy až uměleckými díly. Dříve jsme měli výšková omezení, teď už vyrůstají stánky i do výšky šesti a více metrů. Každá expozice má pak ještě zavěšené límce a nad stánky se zavěšují také obrovské LED obrazovky. Je to náročné, ale efektní.

MARKETING NAŽIVO

Jak se budou veletrhy vyvíjet v dalších letech? Budou je firmy vnímat jako důležitou součást svých aktivit?

Veletřhy je „marketing naživo“ (live marketing). Pokud se firmy neúčastní veletrhu, stejně dělají různé vlastní firemní akce, show pro zákazníky, workshopy a další. Takže live marketing bude potřeba i do budoucna, protože mezi sebou stále obchodují lidé a ne počítače.

Veletřhy je do velké míry obrazem daného trhu a ekonomické situace. Na nejvyspělejších světových trzích veletrhy velice dobře prosperují, ať už vezmeme USA, Japonsko, Čínu, Německo, Francii nebo Velkou Británii. Internet není přímý konkurent, protože to je digitální marketing, který má obrovský dosah, ale osobní kontakt bude vždycky základem.

Máte rozpracovány nějaké novinky, které by v budoucnu přitáhly pozornost?

Víme, že ve světě existuje řada platform, kde se prezentují lidé s nápady a kam přiletí investiční andělé. Chtěli bychom vytvořit obdobnou platformu zaměřenou na průmysl a jeho digitalizaci. MSV se jeví pro něco takového jako ideální prostředí. Je to však zatím koncept, který musí ještě uzrát. ■

S JIŘÍM KULIŠEM HOVOŘILA VLASTA PISKAČOVÁ
FOTO: VLASTA PISKAČOVÁ

Josef Saska:

INOVACE STROJNÍHO VYBAVENÍ JE NEKONEČNÝ PROCES

LOMNICE NAD POPELKOU, MĚSTEČKO LEŽÍCÍ NA POMEZÍ ČESKÉHO RÁJE A KRKONOŠ, JEHOŽ OKOLÍ JE PROTKÁNO SÍTÍ TURISTICKÝCH A CYKLISTICKÝCH TRAS I LYŽAŘSKÝCH TERÉNŮ, V SOBĚ UKRÝVÁ TAKÉ ŘADU HISTORICKÝCH ZAJÍMAVOSTÍ. JEDNOU Z NICH JE TRADICE TEXTILNÍ VÝROBY, KTERÁ ZDE V MINULOSTI BYLA SILNĚ ZAKOŘENĚNA. „TKALCOVSKÝ STAV BYL TEHDY V KAŽDÉ CHALUPĚ. DNES TU VĚTŠINOU ZBYLY JEN POLOROZPADLÉ BUDOVY TOVÁREN PODÉL ŘEKY JIZERY,“ VÍTÁ NÁS JOSEF SASKA, JEDNATEL SPOLEČNOSTI TM ELITEX, KTERÁ V SOUČASNÉ DOBĚ INOVUJE SVÉ STROJNÍ VYBAVENÍ ZA VYUŽITÍ PROGRAMU EXPANZE OD ČMZRB.

Firma TM Elitex navázala na tradici výroby textilních strojů, která sahá do první poloviny 19. století. V minulém režimu byla většina jejich výrobců začleněna do koncernu textilního strojírenství Elitex Liberec, který zaměstnával více než 25 tisíc lidí. Mimo řady státních podniků Elitex v Čechách do něho patřily i dva podniky na Slovensku.

Josef Saska přišel do Elitexu v Lomnici nad Popelkou v roce 1972 jako absolvent jičínské průmyslovky. Strojařina ho už tehdy chytla a zůstala jeho koníčkem na celý život. S firmou pak prošel na nejrůznějších pozicích mnohá období až do doby, kdy ji v roce 1997 převzali s kolegy do vlastnictví. Dnes jsou s Milanem

Novotným, který do ní nastoupil v roce 1990 v roli ekonoma a pomohl jí zdárně projít privatizací, jedinými majiteli společnosti.

PŘEORIENTOVAT SE DALO FUŠKU

„Veškerý export tehdy směřoval prostřednictvím Strojimportu do zemí RVHP, a to především do Sovětského svazu. Po roce 1989 jsme však spoustu z nich ztratili a na západní trhy jsme neměli. Na světové výstavě textilních strojů v Hannoveru jsme zřetelně viděli, jak nám ujel vlak,“ ohlíží se Josef Saska. „Elitex jsme si v názvu naší firmy ponechali, protože v té době to byla zajímavá



značka, která měla ve světě textilních strojů zvuk.“ Postupem času však její původní věhlas upadal, jak se některé firmy bývalého koncernu dostávaly do insolvence.

Aby uspěla, začala se lomnická společnost postupně orientovat na zakázkovou výrobu. Dnes je vybavena a dimenzována pro menší série produktů od 50 do 500 kusů. Vyrábí se zde jak jednotlivé díly, tak nejrůznější sestavy. Největší objemy směřují k výrobcům dřevozpracujících strojů do Německa, pár procent tvoří zakázky pro české firmy. Kromě špičkového strojního parku se firma může pochlubit vlastním technologickým vývojem.



Josef Saska (vpravo)
a Milan Novotný,
majitelé společnosti
TM Elitex



O programu Expanze

Program Expanze nabízí malým a středním podnikatelům bezúročné úvěry na realizaci investičních projektů. To znamená jednak na pořízení nových strojů, zařízení a technologií různého druhu, jednak na získání či rekonstrukci nemovitosti, např. na výstavbu výrobní haly, sídla společnosti, skladovacích prostor apod. Samozřejmě ho lze využít i na nákup dlouhodobého nehmotného majetku.

Bezúročné úvěry poskytuje ČMZRB do výše 45 % způsobilých výdajů a v rozmezí 1 až 45 milionů korun. Minimálně 20 % financování musí zajistit komerční banka či leasingová společnost. Na tuto část úvěru ČMZRB poskytuje finanční příspěvek na úhradu úroků až do výše 2 mil. korun. Úvěry mají až 7letou dobu splatnosti (u nemovitosti až 10letou) včetně odkladu splátek jistiny až na 3,5 roku.

Pokud podnikatel realizuje projekt, který spadá do tzv. zvláštních podporovaných aktivit – projekty zaměřené na zavedení či rozvoj vysokorychlostního internetu nové generace (NGA), materiálové a energetické využití odpadů, efektivní využívání vody v průmyslu, těžbu a zpracování kalamitního dřeva poškozeného kůrovcem nebo zřizování a provoz podnikatelských center, je zvýhodnění ještě větší. Rozmezí poskytovaného úvěru od ČMZRB je rozšířeno na 650 tisíc až 60 mil. korun, doba splatnosti prodloužena na 10 let včetně možnosti odkladu splátek jistiny až na 4 roky. Finanční příspěvek na úhradu úroků u úvěru od spolufinancující komerční banky či leasingové společnosti je navýšen na 4 mil. korun.

Protože je program Expanze financován ze strukturálních fondů EU v rámci OP PIK, může být využit na projekty, které jsou realizované kdekoli na území ČR vyjma hlavního města Prahy.

MODERNÍ VÝROBNÍ ZÁZEMÍ JE ZÁKLADEM ÚSPĚCHU

„V roce 1997, kdy jsme firmu od Fondu národního majetku převzali, byla vybavena především klasickými stroji a několika staršími typy CNC strojů. Vše jsme museli posunout na jinou úroveň, jinak bychom neměli šanci ustát tempo vývoje a uspět na trhu cenami a kvalitou. Provádíme CNC frézování, soustružení a broušení, přičemž dokážeme velmi efektivně pracovat s opakujícími se sériemi. Naším cílem je výrobu stále zrychlovat a zvyšovat produktivitu. Zároveň hledáme sortiment, který je vhodný pro naše technologické vybavení,“ vysvětluje podnikatel.

V roce 2015 pořídili špičkové CNC obráběcí centrum s dvanácti paletami. Na jedné paletě může být speciální upínací přípravek i několik let, během nichž se podle potřeby na něm opakovaně obrábí určený sortiment dílů, čímž odpadá jinak neustále složitě přeseřizování. To se velmi osvědčilo, a tak se majitelé firmy letos rozhodli zakoupit druhé centrum. Bude se v podstatě lišit pouze otevřeným systémem, který umožní v budoucnu připojit stroje další, a vytvořit tak výrobní linku. Dvorním dodavatelem je pro ně řadu let firma DMG Mori, od které koupili už dvacítku strojů.

JAK NA FINANCOVÁNÍ? OSVĚDČILA SE ČMZRB

„Samozřejmě jsme dlouho přemýšleli, jak novou investici zafinancujeme. Zvažovali jsme různé způsoby, ale jako nejvýhodnější jsme vyhodnotili spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou (ČMZRB), s níž už jsme úspěšně spolupracovali v minulosti. Ta

nám v rámci programu EXPANZE poskytla bezúročný úvěr na koupi obráběcího centra a rekonstrukci výrobní haly, který začneme splácet až za tři roky. Splácet jej budeme zhruba sedm let, a pokud splníme všechny podmínky, přispěje nám ČMZRB také na úroky, které platíme České spořitelně v rámci dalšího úvěru,“ vysvětluje spolumajitel firmy a ekonom Milan Novotný, za jakých podmínek si mohli strojařský bonbonek pořídit.

„Jednání s ČMZRB bylo navíc velmi rychlé. Odsouhlasili jsme si podmínky a do dvou měsíců od oficiálního podání žádosti bylo vše vyřízeno. Mnohem delší je dodací lhůta stroje. Ta trvá půl roku, stroj putuje do Lomnice až z Japonska a pak budou mít specialisté z dodavatelé firmy ještě měsíc na jeho montáž a seřízení,“ doplňuje ho Josef Saska. A co nový stroj umožní? Kromě navýšení kapacity výroby také o hodně zvýší úroveň produktivity, především tím, že „převzeme“ výrobu některých dílů, které se dosud vyráběly na vertikálních strojích s jednou paletou. Majitelé firmy vychvalují jednotlivé parametry stroje, především však jeho přesnost a možnost použití speciálních nástrojů díky vysokým otáčkám.

„Zatímco u jednopaletového stroje je využití fondu pracovní doby 30 procent, při dvou paletách je to dvakrát víc, tento dvanáctipaletový dosahuje 97procentního využití. Stroj je navíc schopen pracovat nějakou dobu i bezobslužně. Pokud jsou nachystány palety, může být v provozu i přes noc,“ vypočítává přednosti nové technologie ekonom. ■

TEXT: VLASTA PISKAČOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI TM ELITEX

Jaroslav Besperát:

DÍKY INVENCI ROSTEME PŘEMÝŠLÍM, JAK NÁM I DO BUDOUCNA VYTVOŘIT PROSTOR

ČPP MÁ PŘÍVLASTEK PODNIKATELSKÁ VE SVÉM NÁZVU PRÁVEM. PŘESTOŽE JE UNIVERZÁLNÍ POJIŠŤOVNOU, PRÁVĚ V POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ A PODNIKATELSKÝCH RIZIK ZAZNAMENÁVÁ NEJVĚTŠÍ NÁRŮST. A TAKÉ VAVŘÍNY. LETOS JI PRÁVĚ ZA TUTO OBLAST ODBORNÁ POROTA OCENILA ZLATEM V ANKETĚ POJIŠŤOVNA ROKU A ZÁROVEŇ ZÍSKALA STŘÍBRO V SOUTĚŽI ZLATÁ KORUNA. „ŘEKL BYCH, ŽE POSLEDNÍCH PĚT LET SKLÍZÍME OVOCE ZE STROMU, O KTERÝ VÍCE NEŽ DESETELETÍ DEN CO DEN PEČUJEME. V POJIŠŤOVNICTVÍ JE TOTIŽ KROMĚ INVENCE POTŘEBNÁ KONTINUITA A BEZCHYBNÁ PRÁCE TÝMU,“ ZAČÍNÁME ROZHOVOR S GENERÁLNÍM ŘEDITELEM ČESKÉ PODNIKATELSKÉ POJIŠŤOVNY JAROSLAVEM BESPERÁTEM.

Jaroslav Besperát
Předseda představenstva České podnikatelské pojišťovny (ČPP) a její generální ředitel, dvojnásobný držitel titulu Pojišťovák roku a Manažer roku v odvětví bankovníctví, pojišťovnictví a poradenství. Za jeho působení v ČPP vzrostl obrát firmy až pětinasobně a v roce 2018 předpis pojistného dosáhl 9,5 mld. korun

Pojišťovna roku je anketa vyhlašovaná Asociací českých pojišťovacích makléřů. Co na vás vedle samotných produktů nejvíc oceňují? Vždyť vás už popáté také vyhlásili jako nejprestižnější pojišťovnu.

Kvalitu komunikace, rychlost likvidace, stabilitu. To, že máme k dispozici síť spolupracovníků po celé republice, a můžeme tak garantovat osobní přístup, jsme flexibilní. Víte, v pojišťovnictví to je pořád hodně o lidech. Musí být nejen erudovaní, ale také empatičtí, získat si klientovu důvěru tím, že mu dobře poradí, a udržet si ji.

Doba se mění rychlostí blesku. Co byste klientům právě dnes poradil ze všeho nejvíc?

Máte pravdu, situace se mění každým okamžikem. Před vámi tu se mnou seděl majitel mnoha firem s celkovým obrátem kolem půl miliardy. Přišel s jedním konkrétním problémem a já při rozhovoru s ním zjistil, že nemá ošetřenu spoustu dalších rizik, protože se jeho podnikání v mezích rozrostlo. Sám byl překvapený, protože žil v domněnku, že je jinak skvěle pojištěný. Pod vlivem tohoto čerstvého zážitku bych všem podnikatelům

ČPP

ČPP patří mezi deset největších pojišťoven v ČR. Svým klientům poskytuje komplexní služby v oblasti životního a neživotního pojištění. S téměř 1,3 milionu pojištěných vozidel je trojkou na trhu v povinném ručení a čtvrtou největší neživotní pojišťovnou. Spravuje téměř 2 miliony pojistných smluv a její služby využívá více než 1,2 milionu klientů. ČPP je součástí jedné z největších evropských pojišťovacích skupin Vienna Insurance Group.

doporučil minimálně jednou ročně zrevidovat všechny pojistné smlouvy. Sejit se se svým makléřem nebo pracovníkem své pojišťovny a probrat s ním všechna možná rizika. Co bylo před pěti lety ideální pojištění, může být dnes naprosto nevyhovující.

V PODNIKATELSKÉM POJIŠTĚNÍ ROSTEME NEJVÍC

Počet vámi pojištěných firem roste. Z čeho máte největší radost?

Ano, podle České asociace pojišťoven jsme nejrychleji rostoucí pojišťovna na českém pojistném trhu a nejvíce rosteme právě v podnikatelském pojištění. Z toho mám obrovskou radost. Meziročně zaznamenáváme patnáctiprocentní nárůst, a to nejen u velkých firem, ale stále víc také u středních a menších podniků, tam je to dokonce růst o třicet procent. Letos na jaře jsme pro ně spustili nový produkt s názvem KOMPLEX, který kryje majetek v hodnotě až 100 milionů korun a nabízí ještě daleko širší krytí. Trefili jsme se přesně do jejich očekávání. Podařilo se nám tím předběhnout konkurenci a brzy se to projeví i v číslech.

Co firmy dnes nejvíce poptávají?

Obecně je to hodné pojištění odpovědnosti. Nabízíme jim ho ve formě balíčků, které jsou sestaveny z několika druhů pojištění tak, aby ošetřily co nejvíce případných rizik podle typu podnikatelské činnosti. A hlavně pamatujeme také na nejmenší podnikatele a živnostníky.

NEUSNOUT NA VAVŘÍNECH

Pro ně máte nějaký speciální produkt?

Ano, jedná se o pojištění SIMPLEX. Je to jednoduché a spolehlivé řešení. K rychlému vyhotovení nabídky a kalkulace nám stačí pouze identifikační číslo, roční příjem, druh provozované činnosti, hodnota pojišťovaného majetku a místo, kde se nachází. Tento produkt zahrnuje i krytí takových rizik, která na trhu nejsou úplně běžná, jako je například pojištění registrační pokladny (EET). V rámci pojištění odpovědnosti pojistíme třeba i pochybení při provádění objednané práce. Jsem přesvědčený, že tento produkt zahrnuje nejširší výčet rizik, která si aktuálně může živnostník na trhu vůbec sjednat.

Dá se říct, v čem nejčastěji menší firmy dělají v pojištění chybu?

Když pominu to, že některé ještě pojištění vůbec nemají, a budete se divit,

Podzimní novinka ČPP

NEON – pojištění pro každý životní zkrat

Nové životní pojištění Neon je nabízeno ve třech variantách – Neon Risk, Neon Life a Neon Invest a oproti minulosti přichází se spoustou vylepšení. Jmenujme například zrušení čekací doby u připojištění invalidity. Druhou zásadní věcí je garance takzvaných oceňovacích tabulek, a to po celou dobu trvání pojištění. Zjednodušeně jde o tabulky, ze kterých se klientům v případě úrazů určuje odškodnění. Dříve bylo možné tyto částky v průběhu trvání pojištění měnit, nově to již není možné.

Nové varianty pojištění budou více pamatovat na raná stadia onkologických chorob a zejména více podporovat prevenci. Mezi další výhody patří zvýšení pojistného krytí vrozených vad u dětí, lze sjednat připojištění asistované re-produkce atd.

není jich úplně málo, největší chybou je, že pojištění neodpovídá jejich potřebám. Jako příklad mohu uvést situaci, kdy v rámci pojištění majetku neřeší pojištění strojů nebo pojištění přerušení provozu. A právě tato pojištění jim mohou výrazně pomoci v případě vzniku nějaké nečekané události. Samostatnou kapitolou je pak pojištění odpovědnosti.

O tom jsme si povídali před rokem. Konstatoval jste, že firmy pojištění odpovědnosti podceňují, požadují limity mezi jedním až pěti miliony korun, což je nedostatečné. Tehdy jste i pro ty nejmenší podnikatele doporučil limit několiknásobně vyšší, přibližně dvacet milionů. Předpokládám, že šla tato hranice mezitím nahoru, je to tak?

Ano, rozhodně bych nyní doporučil limit ještě vyšší. Soudní praxe dnes přiznává stále vyšší náhrady škod, a to nejen ve zdravotnictví. A ještě jeden trend bych v této souvislosti zmínil. Dnes si i menší firmy stále častěji k pojištění odpovědnosti sjednávají také pojištění přerušení provozu. Dříve to byla záležitost pouze velkých podnikatelských subjektů.

INVENCE A STABILNÍ TÝM, TO JE TO, OČ TU BĚŽÍ

Jaké trendy v pojišťovnictví vás ještě provázejí?

Samozřejmě se měníme s příchodem nových technologií, digitalizujeme interní procesy, naši agendu. A také v rámci globalizace musíme reagovat na neustále se zpřísňující regulační pravidla. Nebude trvat dlouho a budeme podléhat podobným regulacím jako banky. To všechno s sebou nese jakousi unifikaci. Takže jako šéf pojišťovny přesvědčený o tom, že náš úspěch spočívá v odlišnosti od ostatních, musím přemýšlet, jak vytvořit pro naši kreativitu prostor. Stále zůstane mým cílem, aby ČPP minimálně dvakrát ročně přišla s něčím novým, zajímavým, co lidi chytne a bude reagovat na jejich potřeby. V budoucnu se chceme stále odlišovat právě nápady a stabilní sítí spolehlivých poradců. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV ČPP

1984 NA STEROIDECH: SVĚT SE (Z)MĚNÍ LÍBIT SE NÁM TO ASI NEBUDE

ŽIVOT SE V ROCE 2054 BUDE V MNOHÉM PODOBAT TEMNÉ VIZI, KTEROU NABÍZEJÍ FILMY JAKO BLADE RUNNER. CHUDÁ VĚTŠINA BUDE STÁLE ČASTĚJI UTÍKAT ZA ŠTĚSTÍM DO VIRTUÁLNÍ REALITY, ZATÍMCO ULTRABOHATÍ BUDOU MÍT TAKŘKA NEOMEZENÉ MOŽNOSTI. TO VŠE V DŮSLEDKU ENVIRONMENTÁLNÍ DEGRADACE, MIGRACE, ROSTOUCÍHO VLIVU AUTORITÁŘSKÝCH MOCNOSTÍ A DALŠÍCH MEGATRENDŮ, KTERÉ JE MOŽNÉ SLEDOVAT UŽ DNES, SHODLI SE V RÁMCI DISKUZE POŘÁDANÉ PLATFORMOU ALTER EKO HLAVNÍ EKONOM ČSOB MARTIN KUPKA A AUTOR SCI-FI ONDŘEJ NEFF.



Martin Kupka,
hlavní ekonom ČSOB



Ondřej Neff,
spisovatel science fiction a novinář

Kupka: Pětatřicet let po roce 1984, který je mnohými spojován se stejnojmennou novelou George Orwella, se stále častěji diskutuje o tom, nakolik se svět blíží – a přiblíží – jeho dystopické vizi. Ta byla přitom čtenářům prvně předložena pětatřicet let před dobou, do níž je děj knihy zasazen. Pohrajme si tedy s tímto motivem a zamysleme se nad tím, jak bude

svět vypadat za dalších pětatřicet let. Na co se můžeme těšit v roce 2054?

Neff: Co se změní nejvíc, budou lidé. V roce 2054 budou tahouny společnosti lidé, kteří se narodili v letech 2010 až 2020 – to budou ti, kteří už něco vědí, něco dokázali, vědí, co chtějí a tak dále. Podívejme se přitom na to, v čem vyrůstají: moje generace vyrůstala

v poválečné bídě, a přeci jen tak pocítila tíhu života; to, že bez práce nejsou koláče, což nám pořád opakovali a já tomu dodnes poštilem věřím. Tihle lidé ne, narodili se do blahobytu, míru, svobody, volnosti cestovat, mají velké možnosti uplatnit svoje schopnosti. Myslí si tak, že to je naprosto přirozené, a neuvědomují si, že je to zázrak, který tu nikdy nebyl, a může se stát, že už nikdy nebude. Nicméně tato generace je takovýmto způsobem strukturována. Neříkám, že je to špatně, ale prostě to tak je.

Kupka: Nejen společnost přitom bude formovat probíhající technologická (r)evoluce, v jejímž důsledku se už dnes mění osvědčené a úspěšné obchodní modely a obecněji vzorce chování. Co myslíte, že bude hrát v tomto smyslu prim a jak to změní naše životy?

Neff: Ono to souvisí s předchozí odpovědí. Zmíněná osobnostní predispozice totiž bude mít politické důsledky pro organizaci celé společnosti. Co se pak přímo technických věcí týče, je jasné, že bude pokračovat computerizace, kde očekávám dva významné trendy. Zaprvé půjde o hlasové ovládání a komunikaci nikoliv prostřednictvím klávesnice a myši, ale dialogu s přístrojem.



To bude mít obrovské důsledky a vedlejší efekty, které si dnes nedovedeme ani představit. Druhým významným trendem pak bude rozšířená realita, to znamená průnik pseudoreality vygenerované počítačem s realitou, ve které člověk žije. A tyhle dvě věci zásadním způsobem změní existenci člověka ve světě.

JAK UCHOVAT ENERGIÍ – TO JE OTÁZKA

Kupka: Často diskutovaným tématem je také zdroj energie, která bude pohánět nejen všechny technologické vychytávky, ale třeba také robustní růst rozvíjejících se zemí. Pokud totiž Čína, Indie a spol. přijmou konzumní kulturu Západu a my nenajdeme náhradu za fosilní paliva, nemusí to naše planeta ustát, varuje část expertů. Vidíte to podobně?

Neff: Dnes jsme ve fázi třeštění okolo elektromobility, ale neuvědomujeme si otrocké zatížení chemií. V každém elektromobilu jsou dva metráky chemie, která je drahá, ekologicky zhoubná a nebezpečná, protože když začne hořet a vybuchne, je to téměř neuhasitelné. Paradoxně vás dnes nepustí do letadla s powerbankou, a přitom tihle snílci, kteří bohužel ovládají i páky moci, chtějí nahnat miliony elektromobilů, potenciálních bomb, do ulic. Toto, obávám se, skončí velkým fiaskem.

Jinou věcí je – a zde navážu na Nassima Taleba a jeho knihu Černá labuť – co by se stalo, kdyby se objevilo fyzikální uchování energie: rychlé, ekologicky bezpečné, čisté a kapacitně rozumné. Já nevím, jestli je něco podobného fyzikálně možné. Nicméně pokud je, pak to změni svět. Kdyby bylo možné uchování energie na fyzikálním principu, budu mít – a nejen já – okamžitě na střeše solární panely. Pochopitelně, nejsem blázen, abych kupoval energii, která vznikne spalováním uhlí, když můžu mít vše potřebné a čisté doma.

MIGRACE JE A BUDE FENOMÉN

Kupka: Vraťme se tedy k degradaci životního prostředí: teplota stoupá a ze světa mizí mnohé rostlinné a živočišné druhy. Tyto změny společně s demografií podle všeho vyvolají migrační pohyby, které budou mnohem větší, než v důsledku jakých před nedávnem málem zkolabovala Evropa. Jak tuto hrozbu, nebo přinejmenším výzvu, vnímáte?

Neff: Je naprostá iluze myslet si, že se migraci dá nějak zabránit. V okamžiku, kdy stojí letenka do Vietnamu či Barmy 10 tisíc korun, je prostě svět dostupný a malý a lidé migrovat budou. Přitom když se v roce 2015 najednou daly masy lidí do pohybu – propadly iluzi, že někde je nějaké Německo, kde dostanou vilu,

za peníze tam budou hrát fotbal a budou se mít báječně, bylo to šilené. Když už byli v Budapešti na nádraží a táhli na Německo, Merkelová pochopitelně nemohla říct, ať se na hranici pošle armáda s kulomety a lidé se postřílí, jako to dělá Netanyahu na hranici Gazy. Šlo ale zabránit tomu, aby se tito lidé v takovém počtu do Evropy dostali. Něco podobného dnes, zdá se, nehrozí. Nicméně opakuji, migrace je a bude fenomén.

Kupka: Jinými slovy, migraci je třeba přijmout jako realitu a tak s ní také pracovat.

Neff: Přesně tak. Je to v podstatě totéž jako se zmíněným oteplováním, naše civilizace to bude muset akceptovat. Když začne pršet, tak se vás dešť také neptá, jestli se vám to líbí, nebo ne. Prostě zmoknete, nebo si vezmete deštník, nebo se obléknete, nebo někam zalezete, ale s deštěm jako takovým nic neuděláte. Migrace je prostě faktor, který bude výrazně určovat podobu světa za pětáctilet let. Já tomu říkám vrstevnatá společnost a takovou vizuální představu mám z filmu Ridleyho Scotta Blade Runner. Jak Orwell vytvořil vizi, která se teď realizuje v Číně, tak tohle je vize světa, který čeká nás.

Kupka: Co to znamená pro nás v Evropě? Nakolik náš svět změní migrace a další přímo i nepřímo související megatrendy, z nichž většinu můžeme sledovat už dnes?

►► **Neff:** Vzniknou tu megalopolis – některé z nich už existují – kam se migranti budou stěhovat. Příkladem může být Harlem v New Yorku, což bývala nejbohatší čtvrt města založená movitými Nizozemci. Dnes je obydlený chudinou, která se tam nahrnula a bohaté vytlačila. Takhle to bude vypadat i zde a Evropa bude muset nějak tyto lidi uživit, udržet v klidu, aby nezačali občanskou válku. V tom pomohou technologie, protože vygenerují umělé životy, které budou tito lidé žít, budou chodit s virtuálními brýlemi a budou šťastní. Bude to svět, z něhož by se nám zvedl žaludek, kdybychom ho teď viděli, ale lidé, kteří do toho rostou a v tomto světě zestárnou, budou říkat, že je to normální, že to takhle bylo vždycky.

NEZLOBTE – A BUDETE MÍT VÝHODY

Kupka: **Jak se – možná i proto – změní práce? Kdysi jsem měl takovou hrozivou vizi, že se svět a lidé rozdělí na ty, kteří budou vzdělaní, budou**

disponovat sociálními kontakty a vytvoří horní, produktivní vrstvu; střední třída se nám scvrkne; a potom tu bude masa novodobých otroků, kteří budou v práci vykonávat pohyby à la Charlie Chaplin a pak, v době volna, si zalezou někam do kóje, nasadí si brýle a budou mít virtuální dovolenou, nebudou už přitom ani schopni se rozmnožovat. Vy tedy čekáte něco podobného?

Neff: Myslím, že jste to popsal poměrně přesně. Já bych k tomu jen dodal, že to à la Charlie Chaplin téměř neexistuje. Dnes je pásová výroba do značné míry robotizovaná a lidé fungují jako kontroloři linek. A do takové pozice jen tak někoho nepostavíte, to musí být všechno kvalifikovaní lidé. Někteří experti přitom tvrdí, že s rozvojem computerizace pracovní místa přibudou. Já tomu moc nevěřím, mně přijde, že to je trochu jako letadlo a že tam budou limity a potřeba práce nebude. S tím pak souvisejí takové ty sociálně-ekonomické vize se zaručenou mzdou, která by lidem de facto poskytovala nějaký standard, tedy to, že

se nají, obléknou, budou mít kde bydlet a tak dále.

Kupka: **Čehož se dočkají, pokud nebudou zlobit...**

Neff: To je ta čínská verze: pětkrát přejdete na červenou a o své výhody přijdete. To pak připomíná Orwella, se kterým jsme začali, tedy premisu, že existuje dohled a moc reaguje na chování odměnou nebo trestem. To je zřejmě ten asijský přístup a strašné je, že to, zdá se, funguje. Podle mě ale jenom tam, tady by to asi moc neklapalo. ■

TEXT: ALTER EKO

FOTO: ARCHIV M. KUPKY A O. NEFFA A SHUTTERSTOCK

Rozhovor čerpá z cyklu Svět v roce 2054, který od června do září nabízí dvanáct vizí, jak bude vypadat svět zítřka, a společně s tím i recepty na to, jak v něm obstát. Zkrácené rozhovory jsou dostupné na webových stránkách altereko.info/podcasty, kompletní verze pak v příštím roce nabídne v knižní podobě nakladatelství 65. pole.

inzerce

61. MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

7.–11.10.2019
BRNO

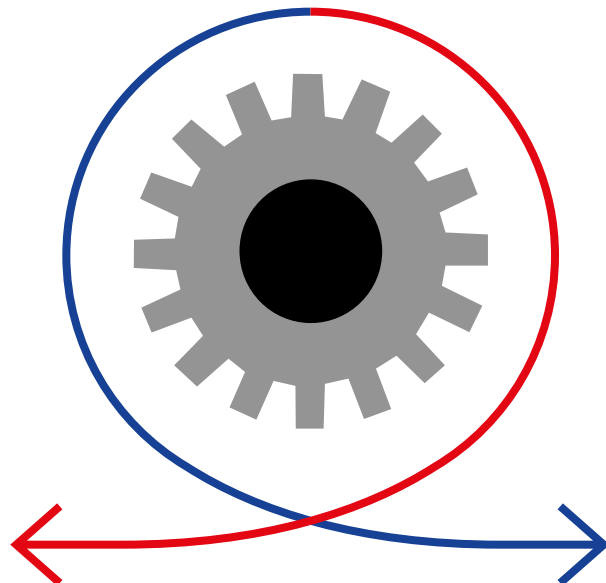


Czech Republic
The Country
For The Future

DIGITAL
FACTORY



MSV 2019



2019

Kostelec

Malá země, velká výzva:
Revoluce práce je tu. (Ne)bojte se!

8.-9. listopadu

Nový zámek, Kostelec nad Orlicí

2. ročník „českého Davosu“ opět nabídne dva dny inspirativních diskuzí i praktických tipů, jak obstát v abnormálu zítřka. Tentokrát se přední domácí experti zaměří na výzvy a příležitosti spojené se vzděláváním a trhem práce v 21. století.

David Navrátil (Česká spořitelna)
Milena Jabůrková (Svaz průmyslu a dopravy)
Pavel Kysilka (6D)
Ondřej Šteffl (Scio)
Ladislav Kučera (HAYS)
Michal Musil (Gymnázium Jana Palacha)
Dalibor Kačmář (Microsoft)
Tomáš Sedláček (ekonom a filozof)
a další...

Průběžně doplňované podrobnosti o akci
a možnost registrace na www.altereko.info

Partneři:



Mediální partneři:



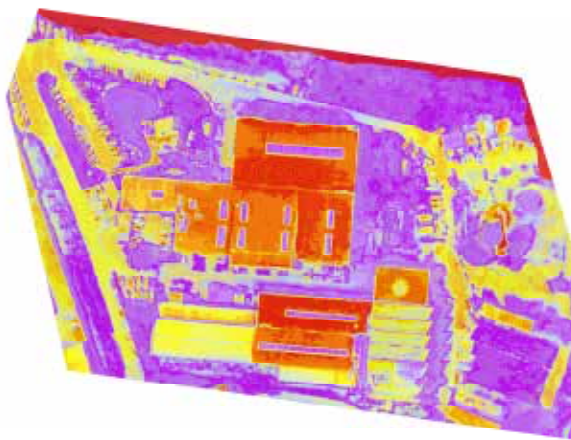
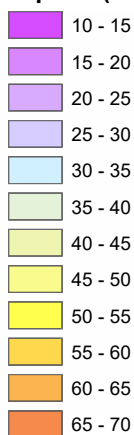


První zelená hala LIKO-Vo měla nedávno premiéru v areálu společnosti LIKO-S

ZELENÉ STŘECHY A FASÁDY ANEB JAK DOSTAT DO BETONOVÝCH MĚST VÍCE ZELENĚ

ZELENÉ STŘECHY A FASÁDY JSOU MODERNÍMI STAVEBNÍMI PRVKY, KTERÉ MAJÍ JAKO KAŽDÁ NOVÁ VĚC ŘADU PŘÍZNIVCŮ, ALE TAKÉ ODPŮRCŮ. MEZI PŘÍZNIVCE PATŘÍ VŠICHNI TI, KTEŘÍ VNÍMAJÍ PŘÍNOS V ESTETICKÉM PŮSOBNÍ TĚCHTO ŘEŠENÍ A CHTĚJÍ JIMI PODTRHNOUT VÝJIMEČNOST STAVBY. NEVÍDÁME JE ZATÍM NA BUDOVÁCH PŘÍLIŠ ČASTO, AVŠAK ZAČÍNÁJÍ UDÁVAT TREND. VELCÍ DEVELOPEŘI TOTIŽ HLEDÁJÍ DODAVATELE, KTERÝ JE SCHOPEN POMOCI JIM PŘIVÉST DO MĚST VÍCE ZELENĚ.

Teplota (°C)



Zelené stavby chladí běžně své okolí o 10 °C. Teplota povrchu zelených střech a fasád je však oproti konvenčním střechám/fasádám výrazně nižší (i o 40 °C)

KRÁSA A FUNKČNOST JAKO JEDEN CELEK

Zaměřme se na další výhody vegetačních stavebních prvků, a dejme tak řadu protiargumentů všem dosavadním skeptikům. Zelené střechy a fasády jsou totiž nejen krásné, ale zejména funkční.

V rámci energetické náročnosti staveb se vždy řešilo hlavně jejich zateplení. Každý, kdo se zabýval stavbou rodinného či bytového domu, přemýšlel, zda pro jeho zaizolování sáhnout po polystyrenu, vatě, nebo v lepším případě stříkané pěně. Na trhu hledal ta nejlépe utěsněná okna, která v ideálním případě disponovala trojskly, aby z budovy neunikl ani joule tepla. Zkrátka veškerá opatření směřovala k tomu, aby se dům co nejvíce podobal termosce, kterou co nejrychleji vytopíte a potom ze svého nitra teplo co nejmaleji ztrácí.

Málokdo z nás už si ale uvědomil, že svět kolem nás se mění a s tím i požadavky na parametry lidských sídel. Zima, která kdysi bývala v mírném klimatickém pásmu hrozbou, už se prakticky vytratila. Teploty pohybující se dlouhodobě pod nulou jsou minulostí, snad s výjimkou horských oblastí republiky.

Podstatně víc než nízké teplotní extrémy v počasí nás v současnosti trápí dlouhotrvající horka. Od dubna až do září se pravidelně a již několik let vyskytují dny, kdy teplota přesahuje 28 °C. S tím souvisí i zhoršený teplotní komfort v interiéru budov, které se za těchto podmínek přehřívají.

BUDOVY POTŘEBUJEME ÚČINNĚ A EFEKTIVNĚ CHLADIT

Řešení se nabízí v podobě aktivních systémů chlazení, které však mají značnou

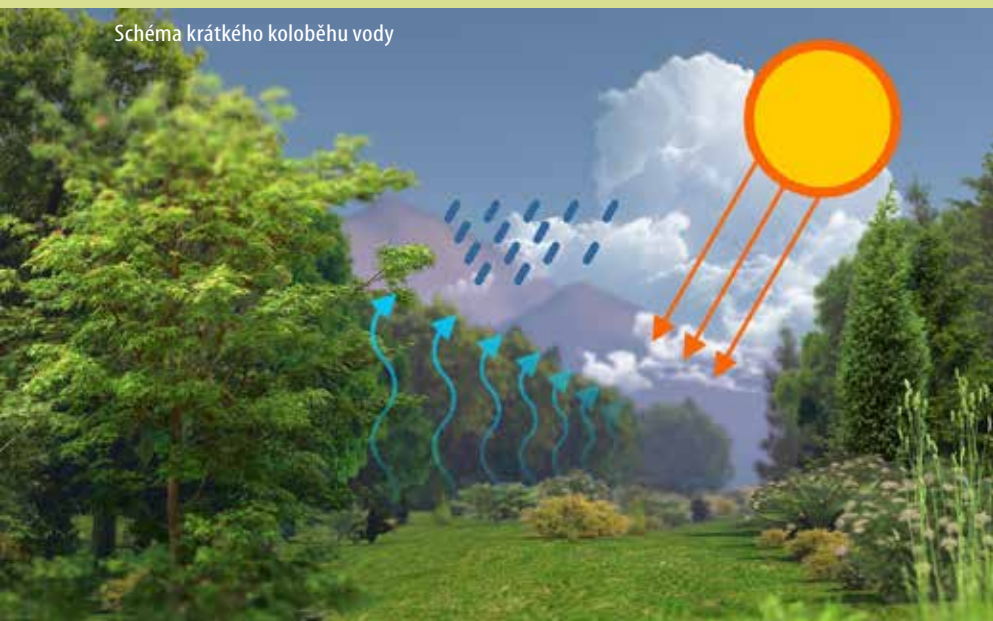
spotřebu energie, jejich provoz je neekonomický a do exteriéru emitují další teplo.

Vychází najevo, že tím nejdokonalejším řešením opět disponuje příroda. Na Zemi funguje jako chladič voda. Voda, která se na zemském povrchu nachází v podobě kapaliny, je díky dodání tepelné energie ze Slunce snadno přeměnitelná v plyn (vodní páru) a ta za určitých podmínek stoupá vzhůru do atmosféry, kde tvoří oblaka. Tak je tepelná energie, která v opačném případě zahřívá povrch a atmosféru, odváděna do vyšších vrstev troposféry. Voda se díky transpiraci rostlin nachází na povrchu jejich listů v podobě mikrokapiček a dochází zde k odparu. Z toho důvodu je v lese vždy chladněji než třeba v centru měst, kde zeleň chybí.



Stěny LIKO-Vo pokrývají nejrůznější druhy rostlin

Schéma krátkého koloběhu vody



Tutéž funkci samozřejmě vykazují rostliny v případě zelených střech a fasád. Díky tomu tyto stavební vegetační prvky velmi účinně brání přehřívání stavby. Jakmile je vegetace dostatečně nasycena vodou, její teplota automaticky klesá. Touto cestou je také zabráněno prostupu tepla do interiéru stavby.

Ještě pochybujete, zda mají zelené stavby v dnešní době opodstatnění? ■

TEXT: ROSTISLAV DVOŘÁK

FOTO: ARCHIV LIKO-SU

ROSTISLAV DVOŘÁK JE PRODUKTOVÝM MANAŽEREM

SPOLEČNOSTI LIKO-S

LEASING – FINANCOVÁNÍ, KTERÉ JDE S DOBOU

ÚVĚR, NEBO LEASING? DO BANKY, NEBO JINAM? JAK POJISTIT CO NEJVÝHODNĚJI? OTÁZKY, KTERÉ PROVÁZEJÍ KAŽDÝ INVESTIČNÍ ZÁMĚR A NA KTERÉ PŘITOM NENÍ JEDNOZNAČNÁ ODPOVĚĎ. MNOHDY MŮŽE BÝT I PŘEKVAPIVÁ. NAPŘÍKLAD ÚVĚR S DOTAČNÍ PODPOROU POSKYTUJÍ NEJEN BANKY, ALE TAKÉ LEASINGOVÉ SPOLEČNOSTI. HOVOŘÍME SE ZDEŇKEM KEJVALEM, ŘEDITELEM PRO STRATEGII A MARKETING SOCIÉTÉ GÉNÉRALE EQUIPMENT FINANCE (SGEF), KTERÁ PATŘÍ MEZI PŘEDNÍ FINANČNÍ SPOLEČNOSTI V ČESKÉ REPUBLICE A NA SLOVENSKU.



Zdeněk Kejval,
ředitel pro strategii a marketing SGEF

Jaká je tedy vaše odpověď na otázky v úvodu?

Odpověď skutečně není jednoznačná, vždy záleží na podnikatelském záměru, preferenci klienta, dostupnosti dotace.

Naším posláním je pro klienta navrhnout řešení, které nejvíce odpovídá jeho specifickým potřebám.

Pojištění financovaných předmětů lze uzavřít individuálně nebo přes poskytovatele financování. Co klientům doporučujete?

Především to, že nestačí mít pojištění, důležité je mít kvalitní pojištění, jak se nám potvrdilo už na spoustě pojistných událostí. Jeho sjednání přes leasingovou společnost může být výhodnější než přímo u pojišťovny. Leasingová společnost může díky svému portfoliu a zkušenosti sjednat pojištění s větším rozsahem pojistných rizik a za zajímavější ceny, než jaké by klienti získali jako individuální zákazníci. Další výhodou spojení pojištění s leasingem či úvěrem představuje omezení administrativy a nadstandardní servis při řešení pojistných událostí. V neposlední řadě cena pojištění je ve většině případů pevná po celou dobu financování.

Komerční banka je váš vlastník i významný obchodní partner. Jak funguje vaše spolupráce?

Komerční banka stejně jako my je součástí finanční skupiny Société Générale. Společně chceme nabízet to nejlepší řešení a nezáleží na tom, zda od KB nebo SGEFu. Klienti tak získají financování šité na míru každému záměru rychle a jednoduše, ať už se obrátí na banku nebo

na nás. Pro společné klienty s bankou platí také výrazně nižší administrativa pro schvalování obchodů a rozhodnutí získají v řádu dní. To hodně oceňují malé a střední firmy, kde polovinu nových obchodů děláme právě v součinnosti s Komerční bankou.

Díky kooperaci s českými i evropskými bankami poskytujete zvýhodněné úvěry. Na co všechno lze získat dotace?

Programy, do kterých jsme zapojeni, jsou zaměřeny na podporu technologií

Proč se vyplatí pojištění SGEF

- Zajišťují i taková rizika, která se běžně nepojišťují.
- Po celou dobu financování zaručí fixní sazbu pojištění.
- Pojistný makléř, se kterým spolupracuje, pomůže s vyřízením pojistných událostí.
- U žádného rizika nestanovuje limit pojistného plnění, limitem je vždy jen pojistná cena, a to i v případě krádeže, povodně či záplavy.
- Pojistné zahrnuje do splátek financování.

Proč se rozhodnout pro SGEF

- Poskytne vám financování šité na míru vašemu podnikání a vaší situaci (možnost i 100% financování).
- Nabídku připraví do 24 hodin, rozhodnutí získáte do 48 hodin po dodání všech podkladů.
- Při žádosti o financování vyplníte pouze stručný dotazník a přidáte výkazy za uzavřené účetní období.
- Jste-li klientem Komerční banky, schválení je možné i bez finančních výkazů.
- Náklady na financování v korunách i eurech snižují atraktivní úrokové sazby, případně dotační programy.
- Smluvní dokumentace je jednoduchá a stručná.
- Spolupracuje s dodavateli napříč trhy a odvětvími.
- Rozumí nejenom světu peněz, ale i podnikání.
- Orientuje se na trhu kusové a malosériové výroby.



s příznivým vlivem na životní prostředí, zaměstnanost, infrastrukturu měst a obcí, rozvoj podnikání či energetické úspory. Program Climate Action od Evropské investiční banky snižuje náklady na pořízení průmyslových strojů a zařízení, železničních vozů, lokomotiv a autobusů. Spolu s ČMZRB podpoříme malé a střední podniky v jejich rozvoji a dalším rozvoji, při rozšiřování výrobních zařízení nabídneme dotace od Rozvojové banky Rady Evropy. Naším speciálním produktem pro zemědělce je Agroúvěr, který je kombinovatelný hned s několika dotačními programy – PGRLF, Programem rozvoje venkova a Úsporami energie.

Jaké daňové a legislativní změny mají na vaše klienty největší dopad?

Nový účetní standard IFRS má dopad pouze na nadnárodní společnosti. Ve spolupráci s dodavateli jim umíme nabídnout finanční produkty s platbou za využívání, díky kterým se nemusí vzdát výhod mimobilančního řešení.

Od ledna 2020 vstoupí v platnost novela zákona o DPH, která mění způsob platby daně z přidané hodnoty u finančního leasingu. Nyní klient hradí daň s každou leasingovou splátkou, a je-li plátcem DPH, pak na stejném principu také nárokuje odpočet. Od příštího roku bude leasingová společnost odvádět DPH z celého objemu plateb ihned po aktivaci smlouvy a klientům vznikne nárok na daňový odpočet

SG Equipment Finance

Pomáhá na svět podnikatelským projektům už více než dvacet let. V Česku i na Slovensku patří k nejvýznamnějším poskytovatelům nebankovního financování firemních investic.

Nabízí:

- finanční leasing,
- operativní leasing,
- úvěry,
- komplexní pojištění financovaných předmětů.

Specializuje se na:

- dopravní techniku (tahače, návěsy, nákladní automobily, autobusy a speciální vozidla),
- stroje a zařízení (obráběcí stroje, CNC stroje, tvářecí stroje, vysekávací automaty, řezací stroje, ohýbačky),
- zemědělskou a lesní techniku (traktory, kombajny, sklízecí mlátičky, závěsy a příslušenství, jako např. harvestory a vyvážecí soupravy),
- stavební techniku (nakladače, bagry, rypadla, jeřáby, domíchávače),
- moderní technologie (hardware, software, kancelářská technika),
- leteckou techniku (business jety, turbovrtulová letadla a vrtulníky).

SGEF jako dceřiná společnost Komerční banky je členem skupiny Sociétés Générale. V loňském roce poskytla českým firmám financování v objemu 9,6 miliardy korun a v žebříčku ČLFA obhájila 18% tržní podíl a pozici dvojky na trhu. Úspěšně rozšiřuje své služby pro malé a střední firmy s ročním obrátem do 60 milionů korun, u nichž zaznamenala nárůst o 37% na tři miliardy korun.

ve stejném objemu ihned na začátku leasingu. Jak klient DPH uhradí, záleží na jeho dohodě s leasingovou společností. Do úvahy přichází více možností. Tato změna se bude týkat všech smluv na finanční leasing, které budou spuštěny, to znamená s dodáním financovaného předmětu, po 1. 1. 2020. Změna se

nedotkne běžících smluv, které i nadále zůstanou v současném režimu. ■

PŘIPRAVILA: KAMILA NOSKOVÁ
FOTO: ARCHIV SGEF



ČTVRTSTOLETÍ REGÁLŮ PROMAN HARDWARE, KTERÝ NEZANIKNE

„PŘESTOŽE DOBA VŠECHNO PROMĚŇUJE DO ELEKTRONICKÉ PODOBY A MNOHO VĚCÍ ZVLÁDNE MODERNÍ SOFTWARE, REGÁLY JSOU VLASTNĚ HARDWARE, KTERÝ BUDE VŽDYCKY POTŘEBA,“ ŘÍKÁ JEDNATEL A SPOLUZAKLADATEL CHRUDIMSKÉHO PROMANU PAVEL NEKUT. SPOLEČNOST LETOS SLAVÍ ČTVRTSTOLETÍ SVÉ EXISTENCE.



Pavel Nekut, jednatel společnosti Proman

O ZAHRANIČNÍM ÚSPĚCHU JSME NA STARTU ANI NESNILI

Když firma v roce 1994 začínala, mysleli si majitelé, že její aktivity nepřesáhnou hranice regionu. Poměrně brzy však přišla zakázka pro Škodovku a další zajímavé a velké případy. „To nás přimělo přehodnotit naše původní představy a zamyslet se nad tím, jak a kam dál,“ vzpomíná Pavel Nekut.

Rok nato už se Proman představil na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně a přes počáteční rozpaky skončila tato mise velmi úspěšně. Firma navázala dobrý kontakt s dodavatelem vysokozdvizných vozíků a další zakázky na sebe nenechaly dlouho čekat. Brzy

se objevily mezi jejími zákazníky firmy zvučných jmen.

PŘES SLOVENSKO NA VÝCHODNÍ TRHY

První zahraniční pobočka vznikla v roce 1997 na Slovensku, a to hlavně z důvodu usnadnění celních procesů. „Začátek nebyl jednoduchý, veletrh v Nitře málem skončil jako propadák, nakonec však proběhlo setkání, z něhož vzešla první zakázka,“ říká majitel. Slovenská pobočka se pak rozběhla v podobném duchu jako Proman v Čechách a postupně se posunula dál za hranice. V roce 1999 ji následovala pobočka v Polsku, poté v Rumunsku, Chorvatsku a Bulharsku, o něco později také v Maďarsku.

„Nejraději vzpomínám právě na začátky působení na Slovensku, které pro nás najednou bylo zahraničí. Stejně tak se mi líbilo začínat v Chorvatsku, kam jsem do té doby jezdil na dovolené. Příjemné byly i úspěchy ve vzdálenějších zemích, například v Albánii, kde jsme v roce 2008 pomáhali budovat velké distribuční centrum. V té době u nás o této zemi nikdo moc nevěděl,“ připojuje osobní postřehy Pavel Nekut.

ZE ČTYŘ NA BEZMÁLA STOVKU ZAMĚSTNANCŮ

Na počátku firmy stáli čtyři lidé, dnes má Proman téměř 50 zaměstnanců v České republice, patnáct na Slovensku a ve větších pobočkách okolo dvanácti, přičemž v menších pracují dva až tři lidé.

Společnost však není limitována pouze svými pobočkami. V některých zemích, jako je například Srbsko, Slovinsko nebo Německo, působí její kanceláře. „Ve skutečnosti dodáváme své produkty do celé Evropy. Využíváme toho, že je trh otevřený, a tak můžeme obchodovat směrem na východ i na západ,“ doplňuje jednatel, který se nebojí ani vzdálenějších trhů.

NENÍ REGÁL JAKO REGÁL

Základem sortimentu jsou paletové regály, firma však dodává také regály policové a konzolové. K nim patří příslušenství, jako jsou podvozky nebo plošiny do pater.

„Začali jsme dodávkami paletových regálů, které jsme nakupovali od německého dodavatele, časem jsme však zahájili výrobu dalších komponent i u nás. Vytvořili jsme konkurenceschopnou a variabilní stavebnici, která dokáže komplexně pokrývat požadavky našich zákazníků, ať už jsou z jakéhokoli oboru podnikání. Každý má samozřejmě, co se týče uskladnění produktů, svá specifika a trochu odlišné požadavky.“

Zatímco regály samotné se za uplynulých pětadvacet let příliš nezměnily, předprojektová příprava a styl projektování doznaly zásadních posunů. Všechno se kreslí na počítači, moderní softwary umožňují jak statické výpočty, tak také lepší a rychlejší plánování. A pokud se vyspělá technika propojí s nasbíranými zkušenostmi, dostává zákazník řešení důkladně promyšlené a na míru

svým potřebám. Zkušení obchodníci mnohdy najdou pro zadavatele řešení, které je oproti jeho původní představě dokonce levnější a jednodušší.

S přibývajícím zakázkami se postupně ukázalo, že zákazníci budou potřebovat také servis. Proman ho dokázal nabídnout a zajišťuje jak veškeré opravy regálů, úpravy jejich kapacity a rozměrů, tak také každoroční bezpečnostní prohlídky, které vyplývají ze zákona.

V NĚMECKU KONKURUJEME NEJEN CENOU

Úspěchy na českém trhu a v mnoha východních zemích přivedly Proman postupně směrem na západ, a to hlavně do Německa, kde firma úspěšně zrealizovala už řadu zakázek a její značka se na zdejším trhu úspěšně etablovala.

Na přelomu loňského a letošního roku například dokončil Proman v německém Butzbachu velké distribuční centrum. Vybavení haly o půdorysu 300 x 100 metrů je určeno ke skladování topenářské techniky. V hlavní části objektu jsou umístěny jedenáct metrů vysoké paletové regály s kapacitou zhruba 35 tisíc paletových míst a policové regály na speciální plošině o rozměru 97 x 17 metrů. Plošina vytváří mezipatro, a uvolňuje tak prostor pro manipulaci se zbožím. Kapacita policových regálů je 15–20 tisíc drobnějších položek. Pro skladování dlouhých předmětů slouží stejně vysoké konzolové regály s přibližně dvěma a půl tisíci konzolami.

„Nejvíce času jsme strávili předprojektovou přípravou. Řešili jsme, jak a kde bude zboží uloženo, hledali jsme optimální tok materiálu skladem. Dva a půl měsíce trvala také technická příprava. Ta v sobě zahrnuje výběr sloupů a nosníků, jejich dimenzování a souhrn položek pro dodávku.“

Realizace celého skladu trvala stejně tak dva a půl měsíce. Trochu se pozdržela čekáním na dokončení stavebních příprav, nicméně vše se podařilo skloubit a projekt dokončit. Jsem rád, že jsme v Německu získali a realizovali tuto velkou komplexní zakázku, a obstáli tak před konkurencí z celé Evropy. Prosadili jsme se nejen cenou, ale také díky tomu, že už máme vybudované jméno a řadu referencí. Zákazník věděl, co a v jakých termínech dokážeme,“



konstatuje s hrdostí jednatel. Na letošním Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně bude firma Proman nejen slavit se svými zákazníky významné výročí, ale na stánku 012 v pavilonu A2 představí zcela novou ucelenou řadu produktů. „Obsahuje víc prvků, a tedy umožňuje víc kombinací. Zákazník tak od nás dostane pro stejné zatížení pracovnější regál, který bude kvalitnější a zároveň lehčí a levnější. Přijďte se přesvědčit na vlastní oči,“ zve zájemce na stánek firmy Pavel Nekut. ■

TEXT: VLASTA PISKAČOVÁ
FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI PROMAN

Proman s.r.o.

Česká firma se sídlem v Chrudimi letos slaví 25 let od svého založení. Je dodavatelem komplexních řešení skladů, od návrhu až po realizaci a servis. Její regálové systémy nacházejí uplatnění ve velkoskladech, ve všech odvětvích průmyslu, v bankovním sektoru, správních organizacích i u drobných podnikatelů. Firma postupně založila pobočky také na Slovensku, v Polsku, Chorvatsku, Bulharsku, Rumunsku a rovněž v Maďarsku. Spolupracuje také s partnerskými firmami v Srbsku, Bosně a Hercegovině, Albánii, Německu a Rakousku. Má zhruba stovku zaměstnanců a své aktivity provozuje ve více než dvaceti zemích.

Lucie Spáčilová:

ABY SE FIRMĚ VEDLO DOBŘE, MUSÍ VEDENÍ SE SVÝMI LIDMI KOMUNIKOVAT

LIDÉ JSOU DNES NEJEN V ČESKÝCH FIRMÁCH TĚMATEM ČÍSLO JEDNA. NÍZKÁ NEZAMĚSTNANOST NA JEDNU STRANU PŘINESLA VÍC ZÁJMU O ZAMĚSTNANCE, NA DRUHOU STRANU S NÍ PŘIŠLI DO PODNIKŮ ČASTO I NEKVALITNÍ JEDINCI. CO NA TO ŘÍKÁ LUCIE SPÁČILOVÁ, EXPERTKA NA BUDOVÁNÍ PRODUKTIVNÍCH TÝMŮ, KTERÁ SE SE SVÝMI LIDMI ZE SPOLEČNOSTI PERFORMIA SNAŽÍ VNÁŠET DO OBLASTI PERSONALISTIKY ZDRAVÝ ROZUM?



Lucie Spáčilová
je zakladatelkou
a majitelkou
společnosti Performia
Česká republika

Když jsme spolu připravovaly rozhovor pro TRADE NEWS před dvěma lety, označila jste rok 2017 za „rok boje o kvalitní lidi“. Jak se podle vás od té doby změnila situace a co je dnes hlavním problémem českých firem, co se týče zaměstnanců?

Situace se moc nezměnila. Většina firem vnímá, že najít kvalitního člověka není snadné. Během dvou let spousta z nich začala lákat kandidáty na ty nejlepší benefity, nejzajímavější platební podmínky a vůbec cokoli, čím budou krok před konkurencí. To se často nelíbí stávajícím zaměstnancům, kteří očekávají přinejmenším dorovnání všech těchto lepších podmínek. V opačném případě vyhodí odchodem, čímž se zaměstnavatelé dostávají do pastí.

Čím se vyznačují firmy, z nichž lidé odcházejí? Jaké nejčastější chyby dělají?

Jsou to často firmy, kde se dlouhodobě zanedbávala práce s lidmi. Nejde o to, že by bylo nutné je nějak speciálně opečovávat, spíš tu celkově pokulhávala komunikace ze strany vedení, dlouhodobě byly přehlíženy některé klíčové požadavky a nejlepší lidé byli lehce (někdy i těžce) ignorováni. Odliv lidí také způsobovaly „hloupé“ hry zaměstnavatelů, kteří se předháněli v navyšování platů a bonusů, jen aby přilákali kandidáty. Dnes už ale lidé pomalu procitají

a vidí, že ne vše, co je v inzerátech nebo na billboardech prezentováno, doopravdy za svou práci také dostanou.

A jak byste popsala ty neúspěšnější klienty? Co dělají jinak než ostatní?

Když si je vybavím, vidím vždycky velmi uvědomělého majitele, ředitele a nejvyšší vedení. Jsou to nadřízení, kteří upřímně chápou, že lidé nejsou stroje ani komodita, otevřeně komunikují se svými stávajícími zaměstnanci, sdělují jim, kam se firma ubírá, a podle svých možností podporují hlavně ty, kteří jí nejméně pomáhají. To se jim dlouhodobě vyplácí, i když to není vždycky ta nejsnazší cesta. Jakékoli úskočné manévry, nedodržování slova, ignorace a podobně oslabují důvěru a lidé začínají uvažovat o tom, že jinde jim bude třeba lépe. Není to ale určitě jen o tomto.

České firmy, a zejména ty výrobní, nezřídka řeší nedostatek zaměstnanců přijímáním lidí ze zahraničí. Jaké s tím máte vy, potažmo vaši klienti, zkušenosti a co by měla podle vás firma dělat, aby třeba nemusela čerpat z „externích zdrojů“?

Téměř ve všech případech slyším, že by zaměstnavatelé raději brali české zaměstnance spíš než ty ze zahraničí. Vnímají jejich odlišnou kulturu,

nevelkou loajalitu a často také nespolehlivost. Bohužel neskutečný tlak na zvýšení nebo posílení výroby způsobuje, že se rozhodnou brát kohokoli i s rizikem následných nemalých problémů.

Tady je každá rada drahá, protože to souvisí s oborem, možnostmi zaškolení a dokonce lokalitou, kde firma působí. Poradit něco univerzálního, co by měli udělat nebo neudělat teď a co jim obratem tuto situaci vyřeší, je opravdu nemožné. Ale víme, že aby se situace ještě nezhoršila a případně měli větší šanci ve chvíli, kdy se dostaví recese a pracovní trh se trochu uvolní, je nezbytné dostatečně komunikovat se svými lidmi, věnovat svou pozornost těm nejlepšími a na druhé straně netolerovat neetické nebo destruktivní chování pracovníků, kteří mají pocit, že si teď mohou všechno dovolit. Jednoduše konkrétními akcemi demonstrovat, jaký postoj má firma vůči svým pracovníkům. Tak na palubě zůstane víc těch schopných, kteří budou mít větší chuť přivést další, a ti neschopní (nebo schopní všeho) firmu opustí a vyčistí prostor pro nové, lepší.

Mezi více než šesti stovkami vašich aktivních klientů je velká část technických a výrobních firem. Proč si myslíte, že právě pro ně je důležité budovat produktivní týmy? A co je podle vás aktuálně jejich největším problémem?

Produktivní týmy jsou rozhodně důležité nejen ve výrobních nebo technických firmách. Spíš bych řekla, že tyto firmy k tomu ze své podstaty jasně tíhnou. V nich jde prostě o kvalitu v čase a tečka. Není tam nic, co byste „okecali“, zákazníka zajímá jen výsledný produkt a jeho kvalita a dodávka v požadovaném čase. Jde doslova o přežití dané firmy, a tak bez tlaku na produktivitu u jednotlivých týmů nebo přímo konkrétních zaměstnanců vedení velmi riskuje.

Nejčastější problémy jsou v udržení kvalifikovaného personálu a také v nalezání hotových odborníků, kteří by měli všechnu potřebnou kvalifikaci a zároveň by zapadli do firemní kultury a byli po stránce už zmiňované produktivity nadstandardní. To je opravdová výzva.

Jak by měla vypadat spolupráce personálního oddělení a managementu?



Personální oddělení už dávno není jen o „papírech“ a úřednické práci. Dnes musí ve firmě pracovat velmi systematicky, být v intenzivní komunikaci s vedením. Nejen proto, aby společně včas reagovali na potřeby firmy, ale také proto, aby spolupůsobili na zaměstnanecký trh a na své zaměstnance, které si chtějí udržet.

Ve spoustě firem je na personální oddělení kladena obrovská zodpovědnost, ale nemá dostatečné kompetence a nástroje k tomu, aby očekávání ustálo. Pak se snadno omezí na jediné řešení, a to zvyšování nástupních platů, což nevyhovuje managementu a ani to nefunguje. Management a personální oddělení musí spoluvytvářet strategii udržení lidí a nábory nových, jen tak to bude fungovat.

Jakým směrem se dnes ubírá česká personalistika?

Mnoho českých firem už pochopilo, že potřebují posílit své postavení a jméno zaměstnavatele. Ale také jim při tom často chybí trpělivost. Měnit hledisko nebo názor lidí není stejné jako „vyladit“ nějaký nefungující stroj. Je to o tom nejprve věci měnit u sebe, pak o nich komunikovat a pak teprve pocítit, že se obecné mínění začíná měnit k lepšímu. Zároveň se dnes mnohem víc pracuje a do budoucna se určitě ještě pracovat bude na vnitrofiremní komunikaci, na schopnostech vedoucích pracovníků, ať už jsou na jakékoli úrovni, a také na prezentaci firmy jako zaměstnavatele. A to je dobře.

A kam se ubíráte vy? Jaká je vaše vize?

Už patnáct let vnášíme do oblasti HR a personalistiky jednoduchost a zdravý

rozum. Věříme, že každá v základě dobrá firma může vyrůst a mít úspěšný tým podle svých představ. V Performii nejsme romantici, jsme praktici. Důraz klademe na produktivitu a otevřenost, nepoužíváme cizí výrazy, abychom se prezentovali jako ti nejchytřejší, a porozumění a schopnost opravdu věci použít jsou pro nás klíčové.

Těším se na to, až se nám podaří zjednodušit proces najímání zaměstnanců a zvýšit jeho úspěšnost ve většině firem v České republice. To vše bez nutnosti vyšších nákladů nebo kompromisů ze strany zaměstnavatelů. Naše ambice jsou velké, ale pohání nás úspěchy našich zákazníků.

Jste profesionály v oblasti HR a budování produktivních týmů, a tak se může zdát, že vy jste určitě v najímání nikdy neudělali chybu. Je to tak? Je váš tým dokonalý?

Nikdo a nikdo není dokonalé. Ale můžu říct, že když se v mysli zaměřím na svůj tým, usmívám se. Jsem si vědoma, že v něm mám lidi, kteří jsou na svých místech a dlouhodobě přispívají k nemalým cílům Performie. Jsem na ně hrdá.

Když se podívám do minulosti, rozhodně nemohu říct, že byla bezchybná. Nejvíce chyb bylo spojeno s kompromisy, které jsem při najímání nebo práci s týmem udělala. Na druhé straně to jen upevnilo mé přesvědčení, že když se nějaká funkční technologie nepoužívá přesně, koledujete si o průšvih. A tyto zkušenosti jsou cenné! ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: SHUTTERSTOCK A ARCHIV PERFORMIA

SPRÁVNÍ RADA NA PIEDESTALU CHYSTANÉ ZMĚNY MONISTICKÉHO SYSTÉMU AKCIOVÝCH SPOLEČNOSTÍ

ZHRUBA PŘED DVĚMA LETY (TRADE NEWS 2/2017) JSME SE V TÉTO RUBRICE VĚNOVALI DÍLČÍ NOVELE ZÁKONA O OBCHODNÍCH KORPORACÍCH (ZOK), KTERÁ PŘINESLA NÁVRAT ZASTUPOVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ V DOZORČÍCH RADÁCH AKCIOVÝCH SPOLEČNOSTÍ. V TÉTO SOUVISLOSTI JSME ROVNĚŽ ZMÍNILI CHYSTANOU VELKOU NOVELIZACI ZOK PŘIPRAVENOU MINISTERSTVEM SPRÁVEDLNOSTI. TATO VELKÁ NOVELA JE V DOBĚ PŘÍPRAVY TOHOTO ČLÁNKU PROJEDNÁVÁNA POSLANECKOU SNĚMOVNOU VE DRUHÉM ČTENÍ A TÝKÁ SE ROVNĚŽ ÚPRAVY MONISTICKÉHO SYSTÉMU AKCIOVÝCH SPOLEČNOSTÍ.



SYSTÉMY VNITŘNÍ STRUKTURY AKCIOVÉ SPOLEČNOSTI

ZOK přinesl s účinností od 1. 1. 2014 možnost volby, zda systém vnitřní struktury společnosti bude dualistický, nebo monistický.

V dualistickém systému se povinně zřizuje představenstvo a dozorčí rada. Tento systém byl v dřívější právní úpravě obsažen v obchodním zákoníku jediný možný, a uskutečněná rekodifikace tudíž v tomto ohledu nepřinesla nic nového. Označení tohoto systému vychází

jednoduše z počtu volených orgánů společnosti, kdy jeden orgán je statutární (představenstvo) a druhý má funkci kontrolní (dozorčí rada).

Monistický systém (jak opět jeho název napovídá) by tedy měl mít volený orgán pouze jediný (monos = jeden). Podle stávající úpravy ZOK tak tomu však není, neboť se v něm rovněž povinně zřizují volené orgány dva, a to správní rada a statutární ředitel. Kde je tedy monismus, když se z hlediska počtu volených orgánů tento systém od dualistického neliší? Navíc zákonná úprava působnosti správní rady a statutárního ředitele je v některých ohledech

značně nejasná. Pochybnosti vznikají i v tom, zda je správní rada statutárním orgánem, nebo zda je jím statutární ředitel, kterému z těchto orgánů náleží obchodní vedení, kdo je kompetentní ke svolání valné hromady aj. Nejasnosti rovněž působí zákonná ustanovení odkazující na představenstvo a dozorčí radu, z nichž nelze jednoznačně určit, která úprava dualistického systému se má aplikovat i na systém monistický a na jaké orgány. Komplikace z hlediska vymezení kompetencí působí i stávající vymezení pravomoci předsedy správní rady, jehož úprava by mohla navozovat dojem, že se jedná o další orgán společnosti.

Celkovou nedokonalost a rozpornost stávající úpravy monistického systému má odstranit novela projednávaná Poslaneckou sněmovnou.

SPRÁVNÍ RADA JAKO JEDINÝ ORGÁN SPOLEČNOSTI

Klíčovou změnou, kterou má z výše uvedených důvodů novela ZOK přinést, je zrušení statutárního ředitele a zakotvení správní rady jako jediného voleného orgánu společnosti. Tímto by vnitřní struktura monistického systému konečně odpovídala jeho podstatě a názvu. Správní rada má být tedy napříště jediným voleným orgánem společnosti, který má kumulovat řídicí i kontrolní pravomoci. Správní radě má tak příslušet jak obchodní vedení společnosti (jež

v dualistickém systému vykonává představenstvo), tak dohled nad činností společnosti (v dualistickém systému vykonávaný dozorčí radou). Správní rada má zajišťovat řádné vedení účetnictví, předkládat valné hromadě ke schválení řádnou, mimořádnou, konsolidovanou, případně mezitímní účetní závěrku a v souladu se stanovami také návrh na rozdělení zisku nebo jiných vlastních zdrojů nebo úhradu ztráty. V souladu s ustálenou judikaturou i předchozí úpravou obsaženou v obchodním zákoníku (ve vztahu k představenstvu) má prostřednictvím novely dojít k zákoněmu zakotvení pravomoci valné hromady udělovat správní radě strategické a koncepční pokyny, pokud jsou v souladu s právními předpisy a stanovami. Je však vyloučeno, aby kdokoli uděloval správní radě pokyny týkající se obchodního vedení nebo dohledu nad činností společnosti.

POČET ČLENŮ SPRÁVNÍ RADY

Podle současné právní úpravy má správní rada 3 členy, neurčí-li stanovy jinak. Nyní je tedy možné (odchylným ujednáním obsaženým ve stanovách) založit akciovou společnost se správní radou mající být jen jediného člena.

Podle důvodové zprávy k novele ZOK vzhledem ke specifické povaze správní rady, jež v sobě kumuluje řídicí i kontrolní pravomoci, není platná právní úprava vhodná. Novela proto počítá s tím, že by správní rada měla minimálně 3 členy (úpravou ve stanovách by bylo možné počet členů pouze zvýšit). Pokud by délka funkčního období členů správní rady nebyla určena ve stanovách nebo smlouvě o výkonu funkce, bylo by jejich funkční období tříleté (v tomto ohledu je stejná koncepce navrhována i u představenstva, ohledně něhož v případě absence délky funkčního období ve stanovách či smlouvě o výkonu funkce činí podle platné právní úpravy funkční období pouze 1 rok).

Důvodová zpráva současně připouští, že shora uvedený požadavek na minimální počet členů správní rady by se jevil jako nepřiměřeně přísný v případech, kdy má společnost pouze jediného akcionáře. Pro tyto případy je proto navrhována výjimka umožňující ujednáním ve stanovách určit i nižší počet členů (tj. i jediného).

Správní rada má být tedy napříště jediným voleným orgánem společnosti, který má kumulovat řídicí i kontrolní pravomoci.

VOLBA ČLENŮ SPRÁVNÍ RADY

Důležité novinky přináší navrhovaná úprava i ve vztahu k volbě členů správní rady. Správní rada má být (i nadále) volena valnou hromadou. Novela však předpokládá možnost, aby stanovy určily, že právo jmenovat jednoho či více členů správní rady a takto jmenovaného člena odvolat je spojeno s akcií. Novela má tedy výslovně umožnit vydání zvláštního druhu akcie, s níž bude spojeno právo jmenovat (i odvolat) jednoho či více členů správní rady. Počet takto jmenovaných členů však nesmí být větší než počet členů správní rady volených valnou hromadou.

Ohledně jmenování a odvolání člena správní rady akcionářem je navrhována písemná forma s úředně ověřeným podpisem s tím, že akcionář by měl při výkonu práva povinnost doložit společenosti oprávnění toto právo vykonat (př. odkazem na seznam akcionářů, výpisem z evidence zaknihovaných cenných papírů).

Pro případ pasivity akcionáře, tzn. pokud by akcionář člena správní rady nejmenoval (a to ve lhůtě 1 měsíce ode dne, kdy tak mohl učinit), se navrhuje zakotvit právo správní rady kooptovat náhradního člena do doby, než akcionář toto právo vykoná, aby nedošlo k ochromení činnosti správní rady.

Valná hromada má mít právo člena správní rady jmenovaného akcionářem odvolat pouze v případě, dojde-li k zániku příslušného (zvláštního) druhu akcií nebo je-li pro to dán závažný důvod, zejména porušil-li člen správní rady závažně nebo opakovaně své povinnosti.

Novela předpokládá možnost shora uvedeným způsobem jmenovat a odvolávat rovněž členy představenstva a dozorčí rady (v akciové společnosti s dualistickým systémem), jakož i jednatele a členy dozorčí rady ve společnostech s ručením omezeným (v nichž se má

tedy připustit možnost úpravy podílu, s nímž by předmětné právo společníka bylo spojeno).

Změnami vyplývajícími z novely mají být rovněž odstraněny pochybnosti týkající se tzv. kodeterminace (tj. volby některých členů orgánu zaměstnanci), kdy ohledně správní rady nemá být zaměstnanecká participace aplikovatelná, resp. přípustná.

PŘEDSEDA SPRÁVNÍ RADY

Novela má zrušit stávající speciální ustanovení o předsedovi správní rady. Podle důvodové zprávy současné znění působí problémy při vymezení kompetencí orgánů společnosti a je rovněž způsobilé vyvolat mylný dojem o existenci dalšího povinně zřizovaného orgánu. Úprava předsedy správní rady má nadále podléhat pouze obecnému ustanovení o předsedovi kolektivního orgánu (§ 44 odst. 3 ZOK), v důsledku čehož by mělo být rovněž postaveno na jisto, že předseda správní rady může být (určil-li tak stanovy) volen valnou hromadou (a nikoli správní radou) nebo určen jiným způsobem.

PŘECHODNÉ USTANOVENÍ

Účinnost novely ZOK je navrhována k 1. 1. 2020. Důvodová zpráva uvádí, že na stávající akciové společnosti by měl být minimalizován dopad nového požadavku na tříčlennou správní radu prostřednictvím přechodného ustanovení, podle něhož těmto společnostem (nebude-li se jednat o společnosti s jediným akcionářem) vznikne povinnost k rozšíření správní rady až v den konání volby nových členů správní rady nebo při první změně počtu členů správní rady ve stanovách. ■

TEXT: PETR KVAPIL

FOTO: MAREK JENŠÍK A SHUTTERSTOCK



Mgr. Petr Kvapil je advokátem a partnerem advokátní kanceláře KVAPIL & ŠULC sídlící v Praze

TĚSNĚNÍ

PLOCHÉ A V METRÁŽI



Vyžádejte si nový ucelený katalog speciálně zaměřený na ploché těsnicí materiály a pryžové a silikonové profily v metráži. Součástí katalogu je také představení výrobních metod, kterými pro vás těsnění připravujeme na míru.

Katalog si můžete vyžádat na **zákaznické lince 518 399 588** nebo **gumex@gumex.cz**. Rádi vám jej bezplatně zašleme!

376 stran, profily v měřítku 1:1



„Když jsem v roce 1994 založil v moravské Strážnici naši firmu, ani ve snu mě nenapadlo, že o čtvrt století později budeme předním dodavatelem pryžových a plastových výrobků. Naše služby poskytujeme na nejvyšší možné technické úrovni, abychom našim odběratelům umožnili bezproblémově používat nebo vyrábět svá zařízení. Poctivost, systém i neustálý vývoj jsou naše základní hodnoty.“

Vyzkoušejte nás! Jan Sedláček - zakladatel firmy

GUMEX

www.gumex.cz
pružné partnerství

Šéfredaktorka

PhDr. Jana Jenšíková

Redakce

PhDr. Věra Vortelová
Ing. Mgr. Daniel Libertin
Roman Chlupatý, M.A.
Ing. Vlasta Piskačová
PhDr. Jozef Gáfrík, CSc.

Grafická úprava

Ing. Valeria Ashhab

Korektury

PhDr. Milena Gillová

Produkce

Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis

Ing. Tereza Gulánová

Právní servis

Advokátní kancelář Kvapil & Šulc

Foto

Isifa Image Service
www.profilepictures.cz

Distribuce

V.R.V. s.r.o.

Tisk

Akontext 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 jakém-
liv formě či jakýmkoliv způsobem bez
písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz

TECH EDU

Věda, technika a vzdělávání zblízka.

8000 výtisků do škol, firem a institucí



VIDITELNÝ NÁSKOK PRO VÁŠ ZAHRANIČNÍ OBCHOD

kb.cz 800 521 521

Pomůžeme vám zrealizovat podnikatelské aktivity na zahraničních trzích. Nabízíme zkušený tým expertů a zázemí silné mezinárodní skupiny Sociétés Générale.



**BUDOUCNOST
JSTE VY**



KB