

AGROFERT

MAGAZÍN

NEJEN PRO ZAMĚSTNANCE
KONCERNU AGROFERT
ZIMA 2018

**10
13**

Vedle Penamu
chceme budovat
silnou značku
Odkolek

5

Naše podniky
zabodovaly
v soutěži
Zemědělec
roku

44

Tři oceněné
čuťovky
z Mlékárny
Hlinsko



*Sledujte nás
na LinkedInu, Facebooku
a Instagramu*

26-30



KOSTELECKÉ UZENINY

ŘEZNICKÝ KALENDÁŘ 2019

LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN	KVĚTEN	ČERVEN
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



POSTŘEHY ZE ZÁKULISÍ

„Sedni si tady vedle toho chlapečka, za chvíli půjdeme na řadu,“ ukázala jsem synovi jediné prázdné místo v čekárně dětského lékaře, když jsem nesla bundy k věšákům. „To není kluk, je to holka,“ zahájila konverzaci paní, která seděla vedle dítěte, a když jsem se jí omluvila, že jsem to díky krátkým vlasům nepoznala, pokračovala: „Jdeme jen na kontrolu a doufám, že už bude všechno v pořádku, protože se mým kolegům v práci nelíbí, když s ní zůstávám doma. Navíc nestihnu ani nakoupit žádné dárky a připravit se na Vánoce. Nemůžu ji ale nechat doma samotnou.“ Během dalších pěti minut, než začala doktorka ordinovat, mi vylíčila svůj osud matky samoživitelky a nespočet překážek, které musí každý den zdlouhat, protože kolem sebe nemá nikoho, kdo by jí pohlídal dítě, pomohl s domácností, a hlavně nikoho, kdo by její situaci chápal. Tehdy jsem si vzpomněla na více než dvě stovky dopisů dětí, o něž se stará jen jeden z rodičů a kteří poslali do Nadace AGROFERT svá vánoční přání. Zaměstnanecká sbírka „Pomáháme Ježíškovi“ měla najednou mnohem konkrétnější podobu a větší smysl. Velký smysl má i pomoc těmto lidem. Uvnitř magazínu se dozvíte, jaké příběhy rodičů samoživitelů a jejich dětí zaujaly naše kolegy a proč se rozhodli sbírku podpořit. Ústředním tématem zimního vydání jsou tentokrát sociální sítě – pro někoho naprostá nezbytnost, bez které by si život nedovedl představit, pro jiného zbytečnost nebo velká neznámá. Specialistů na online marketingu a šéfů digitálních médií jsme se proto ptali, jaké jsou trendy ve světě sociálních sítí, které z nich jsou jim nejbližší nebo čím si získávají pozornost fanoušků na profilech, o které se starají. Malým sociologickým testem bylo focení obálky s Instagramovým rámem o rozměrech metr dvacet krát metr dvacet. Tuhle nepřehlédnutelnou rekvizitu s logem sociální sítě, která je považovaná za nejoblíbenější sociální síť dětí a teenagerů, jsme na focení v ateliéru Mafty nesli dobrých 200 metrů pražskou ulicí. Pozornost teenagerů jsme upoutali hned. Buď se jen usmívali, nebo svým kamarádům ve skupince hlásili: „Jé, dívej – jde Instagram.“ Několik milých úsměvů nám ale věnovali i kolemjdoucí, kterým už dávno není „náct“ a z jejich reakcí bylo vidět, že jim tahle síť pro „mladé“ rozhodně není cizí. Ráda bych ještě upozornila na novinku – rubriku s názvem Duel, ve které budeme představovat dvojice kolegů s podobnými pracovními nebo životními zkušenostmi. Tahle rubrika by vás měla seznámit s jejich aktuálními projekty, přinášet dva pohledy na jednu věc a především bavít.

Za celou redakci Vám přejí krásné, pohodové Vánoce a úspěšný rok 2019.

Mirka Žirovnická
šéfredaktorka



4

Agrofert je letos třetí nejúspěšnější českou firmou



10-13

Vedle Penamu chceme budovat silnou značku Odkolek



16

Investujeme, abychom byli blíží našim zákazníkům

Rozhovor s generálním ředitelem ZZN Polabí Romanem Kubíčkem



32-33

Chtěli jsme dělat něco, co tady není

Rozhovor s Petrem Cikánem ze společnosti Acomware nejen o největší e-mailingové konferenci v Čechách

34-36

Naše farmy patří mezi evropskou špičku

Rozhovor s Petrem Coufalem, ředitelem SPV Pelhřimov a celé skupiny firem zabývajících se chovem prasat



37

Opravdová šunka pro skvělý toast



AGROFERT JE LETOS TŘETÍ NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ ČESKOU FIRMOU

Agrofert se v soutěži Českých 100 nejlepších umístil mezi vítěznou trojkou nejúspěšnějších českých firem, první místo obhájila Škoda, na druhé příčce skončila skupina ČEZ. Výkonný ředitel Agrofertu Josef Mráz přebíral toto významné ocenění 30. listopadu 2018 na slavnostním galavečeru ve Španělském sále Pražského hradu. Ocenění každoročně uděluje panevropská společnost pro kulturu, vzdělání a vědeckou spolupráci COMENIUS. Výběr nejúspěšnějších českých podniků probíhá na základě hlasování přibližně 25 000 písemně oslovených zástupců z oblasti ekonomiky a politiky.

KONCERN AGROFERT SE DOHODL NA AKVIZICÍCH V OBLASTI MÉDIÍ A VÝROBY POTRAVIN

Koncern Agrofert neustále hledá nové příležitosti pro rozvoj vlastního podnikání. Zejména v oblastech, kde již má dostatek zkušeností. Není proto divu, že se v říjnu ohlášené akvizice týkají mediální branže a pekárství. Transakce nyní čeká schvalovací proces ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. První ohlášenou akvizicí bylo převzetí vydavatelství aktivit Bauer Media Group v České republice a na Slovensku společností ze skupiny Mafra. Portfolio vydavatelství Bauer v České republice a na Slovensku zahrnuje časopisy pro ženy, programové časopisy, časopisy o životním stylu, bulvární časopisy a rovněž i časopisy v dalších segmentech, jako jsou například křížovky a motoristické časopisy. „Skupina Mafra je dle našeho názoru ideálním vlastníkem našich titulů vydávaných v České republice a na Slovensku, které jsou známé svou čtenářskou oblibou,“ řekl Jörg Hausendorf, člen představenstva Bauer Media Group. „Jsem přesvědčený, že skupina Mafra bude za podpory našich zaměstnanců dále

rozvíjet vydavatelské aktivity v obou zemích.“ Předmětem transakce nebyly aktivity skupiny Bauer Media Group na rádiovém trhu na Slovensku (Rádio Expres), ani aktivity společnosti Net-Brokers Holding v obou zemích. Druhá akvizice se týká společnosti Penam, jež pod svá křídla nově převezme pekárské aktivity společnosti United Bakeries, která provozuje 13 pekáren umístěných v různých částech České republiky a dodává své pekárské výrobky řadě obchodních řetězců a dalších zákazníků. „Jsme rádi, že jsme dosáhli dohody o spojení United Bakeries s naší společností. Dle našeho názoru je to nutný krok k zachování dlouholeté tradice české pekárské výroby v prostředí velmi náročného a konkurenčního trhu. Doufáme, že tímto krokem budeme schopni zajistit dlouhodobou perspektivu obou společností a zároveň uspokojit stále rostoucí požadavky našich odběratelů,“ řekl Jaroslav Kurčík, předseda představenstva Penamu. Transakci nyní ještě čeká schvalovací proces ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. ■



Vážené kolegyně, vážení kolegové,
jsem rád, že jste si v hektickém předvánočním čase našli chvíli na Agrofert magazín. Čas letí jako splašení koně a všichni máme po celý rok plně ruce práce, a tak mi dovoluňte, abych vám všem poděkoval za to, že jen díky vám je koncert Agrofert jedním z největších tuzemských firemních subjektů. Každoročně si v závěru roku říkám, jaké to mám štěstí, že mohu sdílet jednu firmu s dalšími více než 33 tisíci lidmi.

Celý koncern mi připomíná živý organismus. A ten by nemohl fungovat bez každého jednotlivého článku, tedy ani bez vás.

Díky, jsem na vás hrdý!

Vyhodnocení letošního roku si vzal na starost kolega Josef Mráz, výkonný ředitel Agrofertu. Nebudu zabíhat do detailů, ale jsem moc rád, že se našim jednotlivým divizím podnikání daří, a to i přes mnohá komplikovaná podmínky – příkladem mohou být zemědělci, kteří letos čelili extrémním suchům. Koncern se v roce 2018 také rozrostl, a tak mi dovoluňte, abych oficiálně přivítal nové kolegy z časopisů dříve spadajících pod vydavatelství Bauer Media.

Ale vrátím se k tomuto číslu Agrofert magazínu. Jako vždy je plně novinek a příběhů z jednotlivých firem. Můžete se těšit na rozhovory s Jaroslavem Kurčíkem ze společnosti Penam, která se brzy rozšíří o pekárské aktivity United Bakeries, dále s ředitelem ZZN Polabí Romanem Kubíčkem či s Petrem Coufalem z SPV Pelhřimov. Seznámíte se také s našimi aktivitami na sociálních sítích, dozvíte se o ocenění kolegů v rámci soutěže Zemědělec roku 2018, představíme vám naše potravinářské produkty, které získaly ocenění Chuťovka roku, nebo se dočtete o aktivitách kolegů ze společnosti Acomware, jež se zabývá (pro mě trochu tajemným) digitálním marketingem. To vše dohromady ilustruje, jak je Agrofert pestrý a plný nejrůznějších příběhů – stejně jako toto zimní vydání magazínu.

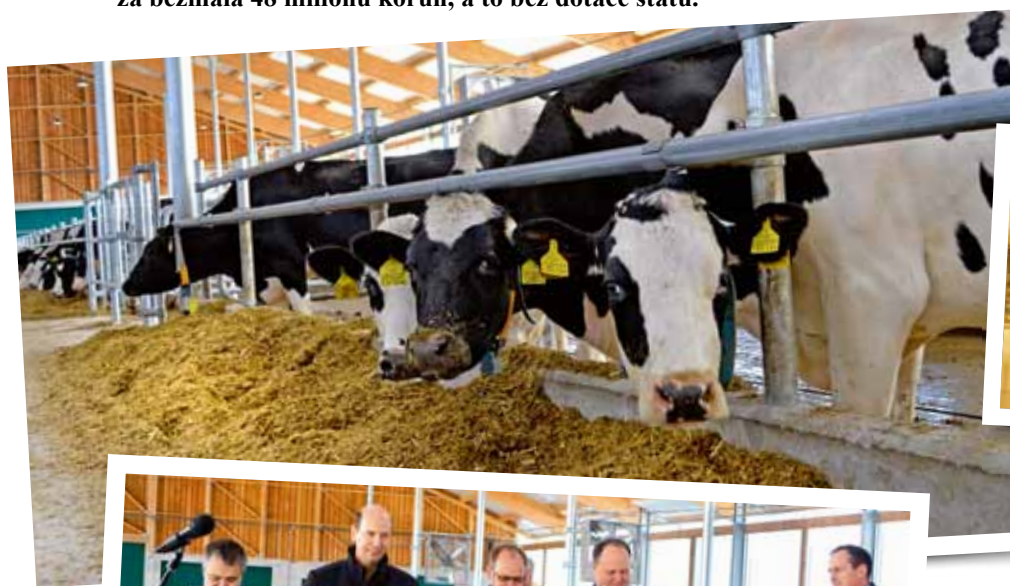
Věřím, že si z témat opět vyberete.

Milé kolegyně a kolegové, dovoluňte mi, abych vám popřál příjemné čtení, krásné Vánoce a především úspěšný vstup do nového roku 2019.

Váš Zbyněk Průša

MODERNIZACE V AGRO JEVIŠOVICE VYŠŠÍ PRODUKTIVITA, NIŽŠÍ NÁKLADY

V době, kdy mnohé české podniky stáda skotu redukuje nebo úplně ruší, jde firma Agro Jevišovice „proti proudu“. Předposlední říjnový den byla v Jevišovicích slavnostně otevřena nová stáj a dojírna spolu s nezbytnými komunikacemi za bezmála 48 miliónů korun, a to bez dotace státu.



Modernizace stájí a dojíren je rozdělena na tři etapy. První z nich byla dokončena už v roce 2015 a jednalo se o výstavbu hnojišť a kejdového hospodářství spolu s rekonstrukcí produkční stáje pro 210 dojníc. Druhá etapa zahrnovala rekonstrukci a rozšíření rybinové dojírny (2x12) na paralelní dojírnu od Farmtecu (2x22), výstavbu nové stáje pro 404 produkčních dojníc a vybudování přístřešku s výběhem pro 80 stojných krav. Výstavbou nového kravína v Jevišovicích se zvýšila kapacita střediska, kde nyní může být ustájeno 1100 kusů dojníc. Díky nové investici se také podařilo soustředit veškeré dojnice do jednoho střediska a jedné dojírny namísto původních dvou, zvýšit produktivitu práce a dosáhnout celkové úspory nákladů. Zároveň se očekává nárůst užitkovosti, protože dojnice ze střediska Hevlín se stěhují do stáje s výrazně lepším welfare. Středisko Hevlín bude sloužit pro odchov mladého dobytka. Plánovaná třetí etapa modernizace počítá s výstavbou skladovacích kapacit pro objemná krmiva. ■

NAŠE PODNIKY ZABODOVALY V SOUTĚŽI ZEMĚDĚLEC ROKU



Slavnostní vyhlášení již 17. ročníku soutěže Zemědělec roku se uskutečnilo pod záštitou ministra zemědělství 27. listopadu v Betlémské kapli v Praze. Těší nás, že se v rámci této prestižní soutěže neztratily ani podniky koncernu Agrofert.

Ocenění Zemědělec roku v kraji získaly hned dvě společnosti – ZD Křečhoř ve Středočeském kraji a zemědělská společnost Podchřibí Ježov v Jihomoravském kraji. Soutěž je otevřená pro všechny právně-organizační typy zemědělských podniků a farem. Hodnocení a pořadí v soutěži se stanovují na základě výpočtu indexu finančního zdraví, který umožňuje průkazně porovnat výsledky hospodaření podniku s daňovou evidencí i účetnictvím.

Vyhlašovatelem soutěže je týdeník Zemědělec z odborného vydavatelství Profi Press, odborným garantem Ústav zemědělské ekonomiky a informací. Spolupořadatelé akce jsou Ministerstvo zemědělství, Agrární komora ČR, Zemědělský svaz České republiky, Českomoravský svaz zemědělských podnikatelů a Společnost mladých agrárníků České republiky.



BILANCE ROKU 2018 A PODĚKOVÁNÍ

Konec roku se nezadržitelně blíží a s ním i hodnocení nejvýznamnějších událostí uplynulých měsíců a plánování akcí a událostí na rok příští. Současně je ale také milou příležitostí poděkovat všem kolegům a partnerům koncernu Agrofert za jejich usilovnou práci a podporu v letošním roce.

Nejprve krátce k faktorům ovlivňujícím letošní hospodářský výsledek. Celkové nekonsolidované tržby očekáváme mírně nižší než vloni. Největší podíl na nich bude mít už tradičně chemický sektor, následovaný potravinářským a zemědělským sektorem. Mezi faktory, které nejvíce ovlivní hospodářský výsledek v roce 2018, patří zejména růst cen surovin, a to především zemního plynu v chemické divizi a zemědělských komodit, u nichž bych zmínil především obilí, jehož sklizeň byla velmi negativně ovlivněna extrémním suchem. V této souvislosti nelze opomenout ani lesnickou divizi, v níž patřilo k nejvíce zasaženým komoditám dřevo, jehož těžbu letos ovlivnila kůrovcová kalamita. Cestu, jak této obtížné situaci čelit, se nám podařilo najít ve strategické spolupráci s partnerem působícím ve zpracovatelském průmyslu. Dále k těmto faktorům patří také nárůst osobních nákladů a vyšší odpisy reflektující vysokou investiční aktivitu v posledních letech.

V ROCE 2018 KULMINOVALA FÁZE RŮSTU A INVESTIC

Na konci letošního roku proběhly dvě významné akvizice, díky nimž jsme rozšířili naše aktivity v mediálním a pekárenském odvětví. První bylo převzetí vydavatelských aktivit Bauer Media Group v České republice a na Slovensku společně se skupinou Mafra, které bylo ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže definitivně potvrzeno 1. prosince 2018. Na rok 2019 již plánujeme integraci této společnosti do skupiny Mafra. Druhá akvizice se týká společnosti Penam, jež má pod svá křídla nově převzít pekárenské aktivity společnosti United Bakeries, která provozuje 13 pekáren umístěných v různých částech České republiky a dodává své pekárenské výrobky řadě obchodních řetězců a dalších zákazníků. Tuto transakci nyní ještě čeká schvalovací proces ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Uzavření akvizičního procesu se očekává na jaře roku 2019.

CHEMICKÉ SPOLEČNOSTI NAVYŠOVALY KAPACITY A ZAMĚŘOVALY SE NA INVESTICE DO EKOLOGIE

Co se týče oblasti našich investičních aktivit, shrnul bych nejdříve nejvýznamnější dokončené i probíhající investice v chemické divizi koncernu. Ve slovenské společnosti Duslo byla za účasti premiéra Slovenské republiky Petera Pellegriniho slavnostně otevřena nová výrobní čpavku a investovalo se zde i do výstavby nového zásobníku na hnojivo DAM. Ve Fatře letos probíhaly investice do nové válcovny, v níž se plánuje bezodpadová výroba podlahovin, a již nyní se zde uvádí do zkušebního provozu některé technologické celky.

Společnost Ethanol Energy investovala do zefektivnění výroby a snížení energetické náročnosti - na jaře rozjela výrobu páry na dvou moderních kotlích a momentálně dokončuje investici zaměřenou na snížení energetické náročnosti výroby biolihu. Přerovská Precheza se letos zaměřila na investice do navýšení výrobní kapacity titanové běloby, Deza rekonstruovala a modernizovala čističky odpadních vod a Synthesii se díky investičním aktivitám podařilo zvýšit kapacity výroby vojenské nitrocelulózy.

V INVESTICÍCH NEZŮSTALA POZADU ANI CELÁ ŘADA POTRAVINÁŘSKÝCH FIREM

V pekárenském odvětví dokončila německá společnost Agrofert Deutschland výstavbu nové velkopekárny ve Wittenbergu, Penam modernizoval své pekárny v Rosicích a na Zelené louce. V letošním roce investovali i naši výrobci masa a uzenin. Kostelecké uzeniny investovaly do nové masné výroby a expedice a Vodňanská drůbež zahájila výstavbu nové porážky ve Vodňanech. Z dalších potravinářských společností bych ještě zmínil zahájení výstavby nové lisovny v maďarské společnosti NT Kft. zabývající se výrobou slunečnicových olejů, investice do ošetření mléka UHT záhřevem v Mlékárně Hlinsko a nový chladiřský sklad společnosti AGF Food Logistics v Modřicích.

ZEMĚDĚLSKÉ FIRMY MODERNIZOVY CHOVY A SVÁ STŘEDISKA

V zemědělském odvětví dokončila společnost Schrom Farms výstavbu nové farmy Ostravská, chovy prasat se rekonstruovaly ve střediscích Milotice, Libichov, Nemilkov, Libřice a Skuhrov a nové moderní dojírny letos slavnostně otevřela společnost AGRO Jevišovice. Řada investic se letos uskutečnila také ve společnosti ZZN Polabí, kde se modernizovaly areály v Kolíně a v Chotětově, společnost Cerea vybudovala novou halu na zemědělskou techniku v Havlíčkově Brodě a investovala do nových sušiček. Pro rekonstrukci řepkového sila v Benešově se rozhodla společnost ZZN Pelhřimov. Lesnická společnost Wotan letos vybudovala novou kotelnu v Solnici. Investice na nákup zemědělské půdy očekáváme letos v Čechách mírně přes 300 mil. Kč a na Slovensku kolem 30 mil. Kč.

JAKÉ AKCE SE CHYSTÁME PODPOROVAT V ROCE 2019

Jelikož jsme dlouhodobým partnerem Martina Šonky a jeho akrobatického létání ohromně nás potěšil jeho letošní fenomenální úspěch – jako první Čech se stal mistrem světa letecké série Red Bull Air Race, za což mu tímto ještě jednou gratulujeme. Jsme také

TOP 5 OCENĚNÍ ROKU 2018

1

Soutěž
Českých 100 nejlepších
zařadila v letošním roce
Agrofert na 3. místo
(posun z loňského 6. místa)

2

V soutěži Czech Top 100 se letos
Agrofert v kategorii Nejvýznamnější
firma umístil také na 3. místě

3

Letošní ročník soutěže
Zemědělec roku ocenil dvě naše
zemědělské společnosti –
ZD Křečhoř a Podchřibí Ježov

4

Penam získal prestižní ceny
od Potravinářské komory ČR
hned za dva výrobky
(Himalájský chléb a Večerní chlebič).
Spolu se společností Mlékárna Hlinsko
bodoval se svými výrobky
v soutěžích Česká a Dětská chuťovka

5

Fatra se umístila na druhé příčce
v soutěži Inovační firma
Zlínského kraje

moc rádi, že jsme jeho mistrovské akrobatické létání mohli ukázat návštěvníkům Agrofert rodinného dne. V tradici pořádání rodinných dnů pro naše zaměstnance i veřejnost budeme pokračovat i v příštím roce a rádi bychom i na dalším ročníku znovu představili dnes již mistra světa v akrobatickém létání Martina Šonku.

Rok 2019 se bude nadále nést ve znamení sportovních aktivit a podpory zdraví našich zaměstnanců a jejich rodin. Těšit se proto můžete na další ročníky populárních běžeckých závodů Agrofert Run a cyklistických závodů Kolo pro život. Akce, kterou naopak opouštíme, je naše podpora ostravského festivalu Colours of Ostrava.

NAŠI KOMUNIKAČNÍ PLATFORMU BUDEME NADÁLE ROZVÍJET I V PŘÍŠTÍM ROCE

V letošním roce jsme v oblasti komunikace se zaměstnanci začali vedle tištěného čtvrtletníku Agrofert magazín pravidelně zasílat také krátké zprávy o dění v našich firmách formou elektronických newsletterů a rozšířili naše PR aktivity o pravidelné příspěvky na sociální síti Instagram. O našich firemních aktivitách se můžete dočíst také v dalším vydání CSR zprávy, která se opět zaměřuje na nejvýznamnější aktivity v oblastech společenské odpovědnosti našich firem.

V druhé polovině příštího roku plánujeme spuštění komplexnější komunikační platformy s nabídkou mnohem širšího spektra informací. Více ale zatím prozrazovat nebudu.

Pozadu nezůstávají ani naše komunikační aktivity směrem k veřejnosti. Všechny nás velmi mrzí současná společenská atmosféra, která se v poslední době vyhroutil. Nejsme tak otrlí, abychom si nevšimli silících mediálních útoků na naše společnosti, a proto se jim snažíme prostřednictvím naší PR divize čelit a jednotlivé dezinformace objasňovat na webových stránkách Agrofertu v sekci Na pravou míru. Uvádění negativních a hojně medializovaných kauz na pravou míru bohužel nějakou dobu trvá. Nedávno se pravda potvrdila v případě údajné manipulace zakázek při dodávkách pneumatik pro státní podnik Česká pošta. Od počátku jsme tvrdili, že se ani naše společnost Agrofert jako právnická osoba, ani žádný její zaměstnanec, trestného činu nedopustili. Projevila se nezávislost výkonu soudní moci a obě osoby byly soudem zproštěny viny. V krátké době jde už o druhý případ, kde se potvrdilo, že jsme se ničeho nezákonného nedopustili. Před dvěma měsíci policie také odložila kauzu korunových dluhopisů Agrofertu, v níž se ukázalo, že šlo o účelové trestní oznámení, které se nezakládalo na pravdě.

PŘECHÁZÍME Z FÁZE RŮSTU DO FÁZE STABILIZACE

V posledních měsících se díky nepříznivému tržnímu vývoji, který jsem popsal v úvodu, snažíme v celém koncernu nastavit stabilizaci. Musíme si uvědomit, že v těchto situacích je nutné hledat úspory a provádět opatření, která sice nejsou populární, nicméně jsou nutná. Rozhodně bych nechtěl končit pesimistickým tónem – věříme, že se naše společnosti co nejdříve vrátí ke standardní výkonnosti a nepředpokládáme, že by nastavená úsporná opatření měla pokračovat i v následujících letech.

Děkuji všem našim více než 33 tisícům zaměstnanců za jejich práci v letošním roce a přeji příjemné prožití nadcházejících vánočních svátků a hodně štěstí a úspěchů v novém roce 2019. ■

CHOVATELSKÝ DEN VE VILÉMOVĚ PO OSMADVACÁTÉ



Letošní ročník Chovatelského dne se pyšnil číslicí 28 a na oblíbené akci přivítal přibližně tisícovku návštěvníků a obdivovatelů krásy koní. Jako každoročně, tak i letos, se na organizaci této akce spolupodíleli zástupci našich dceřiných společností Cerea, ZS Vilémov a organizací Dobrovolná společnost chovatelů koní Havlíčkův Brod a Jezdecký spolek Havlíčkův Brod. Všechny přítomné pozdravil generální ředitel společnosti Cerea Ing. František Turek společně s ředitelem pořadající prvovýroby Ing. Janem Urbanem a úvodního slova se ujal i výkonný ředitel společnosti Agrofert Ing. Josef Mráz. Ten na této akci ocenil, že se stává oblíbenou nejen pro obdivovatele koní, ale také pro rodiny s dětmi a poděkoval všem pořadatelům za úsilí, které při organizaci akce vynaložili. Poté byla návštěvníkům představena téměř šedesátka koní přihlášených do přehlídky. Zajímavé bylo například netradiční trojspěřezí kladrubských běloušů a poníci, kteří byli svou velikostí menší než velká plemena psů. V pravé poledne vyjel tradiční průvod kočárů a jezdců na koních do ulic městyse Vilémova za doprovodu hudební skupiny Dejmy. Odpolední program probíhal na třech kolbištích, na kterých se vystřídaly vozatajské parkury, ukázky westernového ježdění nebo skokové soutěže či manipulace s kládou. Kdo vydržel téměř do konce programu, mohl vyhrát některou z hodnotných cen při losování tomboly. Pro děti byl připraven skákací hrad a velmi oblíbená dětská farma, letos s pohádkovým královstvím. ■

AGROFERT PŘEDSTAVIL NA PODZIMNÍM ZEMĚDĚLCI SEMÍNKOVÝ KVÍZ

Podzimní Zemědělec probíhal spolu s celostátní výstavou hospodářských zvířat Náš chov v prvním říjnovém týdnu. Převážně zemědělské a potravinářské firmy vystavovaly v Lysé nad Labem své výrobky, hospodářská zvířata a zemědělskou techniku. Agrofert se tentokrát vydal na výstaviště prezentovat nejen své zemědělské společnosti a jejich produkci, ale také nabídku volných pracovních míst a nečekaný zájem vzbudil interaktivní semínkový kvíz.

TRITICALE, PŠENICE, OVES NEBO LNĚNÉ ČI KONOPNÉ SEMÍNKO?

Troufnete si říct, že byste rozeznali všechna semínka obilnin a luštěnin, která rostou na našich polích? Ať už je vaše odpověď jakákoliv, na Podzimním Zemědělci si své znalosti ověřovali všichni návštěvníci, kteří procházeli kolem HR Pointu koncernu Agrofert. Podle našich kolegů personalistů se úspěšnost pohybovala na zhruba 60%, ale sto procentní byla naopak pozornost o prezentované zemědělské společnosti, kterou soutěž vzbudila. Podzimní zemědělec nezapomínal ani na milovníky dobrého jídla, pro které byl připraven Gastrofestival. Obdivovatelé hospodářských zvířat mohli zase po celou dobu výstavy sledovat šampionáty skotu.



CHARITATIVNÍ AUKCE KALENDÁŘE PIRELLI 2019 NA IDNES.CZ

Pod záštitou Nadace AGROFERT se 19. prosince 2018 od 9:00 hodin na portálu iDNES.cz uskutečnil tradiční, již osmnáctá charitativní aukce prestižního kalendáře Pirelli. Prostředky získané v aukci budou i letos věnovány na pomoc při léčbě pacientů Masarykova onkologického ústavu v Brně. Díky aukcím kalendáře Pirelli na iDNES.cz se dosud pro nemocné podařilo vybrat už téměř čtyři miliony korun.

Sběratelsky cenný kalendář Pirelli, jehož první vydání spatřilo světlo světa v roce 1964 a jedná se tak již o 46. edici, se tiskne vždy v omezeném množství a není určen k prodeji. Jeden výtisk věnuje každý rok stejnojmenná italská firma do veřejné internetové aukce i v České republice, a to exkluzivně právě zpravodajskému portálu iDNES.cz.

Kalendář Pirelli pro rok 2019, který nese podtitul „Snění“, přinese intimní pohled do snů a ambicí očima fotografa Alberta Watsona. Supermodelka Gigi Hadid, herečka a modelka Laetitia Casta, baletní hvězda Misty Copeland a herečka Julia Garner v něm zosobňují čtyři různé cíle a osudové cesty za jejich naplněním. Každý ze čtyř souborů fotografií bude silným příběhem a kromě čtyř krásných žen do nich fotograf pozval i tři muže.



TRADIČNÍ „MAFRA TERASY“ NA PODZIM SPOJILY OBCHOD A VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI

Ani letos nemohla v kalendáři akcí chybět série obchodně-společenských setkání pořádaných mediální skupinou Mafra s názvem Mafra terasy. Ty se za dobu své existence staly prestižní událostí, kde se k neformální diskuzi s úspěchem setkávají obchodní partneři jak pro sekci tisku a magazínů, tak pro svět online i regionální zastoupení.

A kromě obchodních setkání je tu také tradiční podzimní Mafra terasa Ona DNES. Tu letošní navštívily více než dvě desítky jedinečných žen z řad manažerek, podnikatelek, sportovkyň, moderátorek, novinářek i spisovatelek, které s redakcemi spolupracují a ve svém oboru si vydobily uznání. Dámy uvítal Štěpán Košík, předseda představenstva společnosti Mafra, který spolu s Michalem Hanákem, členem představenstva společnosti Mafra, zastupoval mužský element v jinak ryze dámské společnosti a setkání tak příjemně oživil. Poté si slovo opět vzala žena, ředitelka Corporate Affairs společnosti Mafra Miloslava Nováková, a vyjádřila potěšení z hojné účasti na letošním již třetím ročníku.

Ženské osazenstvo mediální skupiny Mafra na setkání reprezentovaly mimo jiné šéfredaktorka zpravodajského portálu iDNES.cz Naděžda Petrová a vedoucí redaktorka regionální redakce deníku Mladá fronta DNES Ivana Faryová. Za koncern Agrofert se zúčastnila například členka představenstva a finanční ředitelka Petra Procházková. Za Nadaci AGROFERT opět přijala pozvání ředitelka Nadace Zuzana Tornikidis. Dalšími hosty byly mimo jiné olympijská vítězka v běhu na lyžích a podnikatelka Kateřina Neumannová, televizní moderátorka Iveta Toušlová, obezitoložka Dita Pichlerová, filmová producentka a manažerka Míla Řádová, podnikatelka a spisovatelka Lucie Nachtigallová, ředitelka marketingu Národního divadla Helena Vonková, šéfredaktorka měsíčníku Čechoaustralan Barbara Semenov či módní návrhářky Taťána Kovaříková a Beata Rajská.

I přes množství obchodních a pracovních témat k debatě se všechna setkání nesla v uvolněné atmosféře a čas zbyl i na ta osobní. Ročník 2018 je úspěšně za námi a z reakcí hostů je jasné, že už dnes se můžeme společně těšit na Mafra terasy 2019. ■





VEDLE PENAMU CHCEME BUDOVAT SILNOU ZNAČKU ODKOLEK

Člen představenstva Agrofertu Jaroslav Kurčík patří ke služebně nejstarším manažerům v našem koncernu. Pekárny a mlýny Penam řídí od roku 2004, kdy přišel ze společnosti Odkolek. V rozhovoru jsme si povídali o situaci v českém pekárenství, o nedávné akvizici společnosti United Bakeries, o spotřebitelských trendech v oblasti pečiva a také o plánech našich pekařů do budoucna.

Je o vás známo, že jste svůj dosavadní profesní život zasvětil pekařině...

Ano, moje pekařské začátky sahají do roku 1995, kdy jsem po krátkém angažmá v bankovníctví nastoupil do společnosti Odkolek. Tam jsem prošel mnoho pracovních pozic, od vedoucího finančního oddělení až po ředitele pekárenské divize. A de facto od roku 1995 až do současnosti jsem pekařině věrný. K mému příchodu do Agrofertu se váže jedna úsměvná historka. Když jsem v roce 2004 nastoupil jako generální ředitel Penamu, šéf právní divize Agrofertu, když mě viděl popr-

„DNES UŽ HOLKY PÉCT NECHTĚJÍ, ANEBU TO NEUMÍ. JE PRO NĚ JEDNODUŠŠÍ SI BUCHTY KOUPIŤ.“

vě, říkal: „Tohle dítě nám bude řídit Penam?“ Bylo mi 35 let, vypadal jsem dost mladě a měl jsem ještě černé vlasy. (*Usmívá se, vyťahuje ze skříně staré vydání Agrofert magazínu a ukazuje dobovou fotografii*).

Jaký byl Penam tehdy, když jste do něj přišel, a jaký je dnes?

Když jsem nastupoval, Penam byl pekárenská dvojka s obratem asi 2,2 miliardy korun. Všechny pekárny byly na Moravě, ale Agrofert kupoval Penam s ambicí vybudovat společnost, která jednak zapadne do vertikály, a jednak bude také schopná zpracovat obilí, kterým tehdy zemědělci Agrofertu platili, a dokáže ho proměnit na peníze. Dostal jsem tehdy od pana Babiše úkol – napište mi, co chcete se společností Penam udělat a kde byste rád firmu viděl za pět let. Měl jsem na to tři měsíce. Namaloval jsem dva plány – jeden byl restrukturalizační a druhý rozvojový, tedy co udělám s pekárnami na Moravě a kam chci růst do budoucna.

A jaká je realita dneška?

Když se podívám na Penam dnes, je pekárenskou jedničkou, a to ještě mluvím o době před akvizicí společnosti United Bakeries. Obrat se dostal na 3,6 miliardy v Čechách a obrat celé skupiny Penam dělá 7 miliard. Rozšířili jsme se do Čech, kde Penam dříve historicky nebyl, a také do dalších zemí, na Slovensko a do Maďarska. A v každé zemi jsme pekárenskou jedničkou.

Je něco, co se naopak nepovedlo?

Všechno, co jsem udělal, jsem dělal podle nejlepšího vědomí a svědomí a nejlíp, jak jsem uměl. Žádný manažer vám asi neřekne, že se něco stoprocentně povedlo. Možná

jsme mohli některé kroky dělat s menší dynamikou a větším rozmyslem. A něco naopak rychleji. Můžeme třeba diskutovat o tom, jestli byl správný vstup Penamu na Slovensko a do Maďarska. Nedaří se nám tam totiž tak, jako se nám daří v Čechách, ale i tak si myslím, že šlo o správné rozhodnutí.

Čím to je, že se Penamu v zahraničí tolik nedaří?

Pekárenský byznys není o velkých maržích a velkých ziscích. V Čechách máme tržní podíl cca 16 %, na Slovensku asi 20. Trh stále ještě není tolik zkoncentrován jako v ostatních odvětvích a v každé zemi je přebytek výrobních kapacit, protože nastal obrovský rozvoj mraženého pečiva, které dnes zabírá asi 25 % celkového prodeje pečiva. Ale proti tomu se neredukují výrobní kapacity v čerstvém pečivu. Mnoho pekáren žije z podstaty, nastává u nich generační výměna a majitelé nemají následovníky.

Dotknul jste se mraženého pečiva. Jak je spolupráce mezi Penamem a firmou Profrost, která vyrábí mražené pečivo a taktéž patří do koncernu Agrofert?

Profrost je našim velkým zákazníkem v odběru mouk, ale obchodně se nepotkáváme a ani obchodně nekooperujeme. Profrost patří pod kolegyni Simonu Sokolovou, která přišla s myšlenkou Profrostu a která ho vybudovala. Obchodně existujeme vedle sebe, ale nekonkurujeme si, protože jde o jiný segment pečiva.

Říkal jste, že jste přišel do Agrofertu z firmy Odkolek. Nyní po akvizici United Bakeries se do této firmy po letech v podstatě vrátíte...

Ano, smáli jsme se s kolegy tomu, že se vrátím ke svému původnímu zaměstnavateli. Když vezmu 14 let pekařiny v Agrofertu a před tím 10 let pekařiny v Odkolku, tak de facto 24 let pracuju v jedné firmě, což je na dnešní poměry velmi neobvyklé. (*Směje se*)

Máte už promyšlené první kroky, které chcete v United Bakeries podniknout?

Určitě. My tu společnost nekupujeme, abychom ji zničili. Někteří lidé si myslí, že chceme ovládnout trh a zničit svého největšího konkurenta. To není pravda. Chceme, aby obě společnosti fungovaly vedle sebe. Kupujeme společnost, která má jiné rozmístění pekáren než my, to znamená, že tyto pekárny dobře zapadnou do portfolia pekáren Penamu. Mají velmi silnou značku Odkolek, kterou chceme dále rozvíjet a budovat. Chceme pod ni připravit lepší portfolio výrobků a lepší marketingovou komunikaci. Penam

se profiluje jako mladá a moderní značka, ale Odkolek může více sázet na tradici. Co je zajímavé, United Bakeries vyrábí i mražené pečivo, ale jiný typ, než vyrábí Profrost, takže i mražené pečivo bychom chtěli dále rozvíjet.

Chystáte třeba změny ve výrobě, aby si Penam s Odkolkem navzájem nekonkurovaly?

Na vstup do United Bakeries se samozřejmě připravujeme. Vytvořili jsme v rámci Penamu asi 10 pracovních skupin a chystáme první kroky. Nejprve ale musíme zanalyzovat situaci ve firmě, podívat se na pekárny a na data. Pak teprve uvidíme co dál. Určitě budeme hledat nákladové synergie, například v oblasti nákupu, služeb nebo logistiky. Může jít i o oblast výroby, vyřízení linek, ale dnes je opravdu předčasné o tom hovořit. Určitě to ale nebude jednoduché, protože firma není v dobrém ekonomickém stavu, je podinvestovaná a čeká nás hodně práce. Chceme hledat synergie tam, kde to má smysl, ale určitě opatrně a tak, aby se to nedotklo ani koncových zákazníků, ani našich obchodních partnerů. Nezapomínejme ale, že akvizici ještě musí schválit Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

Co říkáte na hlasy kritiků, že už si po akvizici nekoupíte rohlík, který by nebyl z Agrofertu?

To není pravda. Pořád si koupíte rohlík, který není z Agrofertu. Tržby všech pekáren v ČR, které produkují čerstvé pečivo, jsou asi 22 mld. korun. K tomu si ještě připočtete mražené pečivo, které tvoří jen v obchodech 15 až 25 % prodávávaného pečiva. Kromě Penamu a United Bakeries je na trhu dalších

„CHCEME, ABY ZNAČKY PENAM A ODKOLEK FUNGOVALY VEDLE SEBE.“

700 klasických pekáren, z toho 70 průmyslových střední velikosti. Na trhu je však evidováno 2500 subjektů podnikajících v pekárenství.

Dokáží se všichni uživit?

Co dnes nejvíc trápí české pekaře?

Trápí je dlouhodobě podhodnocená cena pekařiny. Rohlík má dlouhodobě problém v tom, že jde o výrobek číslo jedna ve spotřebním koši. Obchodní řetězce ho dnes používají jako konkurenční boj. Říkají: „My klidně na tom rohlíku nic nevyděláme, ale podle něj se měří, jestli jsme jako řetězec levní, nebo ne. A když budeme levní, tak



přilákáme zákazníka a on si kromě rohlíku koupí spoustu dalšího zboží. Když budeme mít drahý rohlík, tak zákazník nepřijde a my přijdeme o tržbu.“ Myslím, že by cena pečiva měla být výš, než je. Zdražení rohlíku o korunu by pro většinu lidí neznamenalo zásadní zvýšení ceny celého nákupu. Další věc je obecná neúcta lidí k levnému zboží. Něko-

„ROHLÍK JE ČESKOSLOVENSKÝ FENOMÉN. NIKDE JINDE NA SVĚTĚ NENÍ.“

likrát se stalo, že když bylo pečivo v akci, tak s ním lidé krmili slepice, protože bylo levnější než obilí. Když jsem u zvířat, tak dnes je krmivo pro psy a kočky dražší než jídlo pro lidi. Rohlík dnes stojí 1,90 Kč a jeden kilogram tvoří celkem 23 rohlíků, což je dohromady ani ne 45 korun. Když si vezmete desetakilový pytel granulí, tak stojí běžně i tisíce korun. Psa krmíte za sto korun, a sebe ani ne za půlku. Druhá věc, která nás trápí, je nedostatek kvalifikovaných lidí. Když nabízáte práci za nižší plat, než je průměrný, dále třísměnný provoz, soboty, neděle, tak to není moc velké lákadlo. Nezaměstnanost je nízká a lidi na trhu nejsou.

Jak se tohle všechno odráží na hospodářském výsledku Penamu?

Mívali jsme v Penamu výsledek kolem 150 milionů korun, ale letos budeme rádi, když dosáhneme úrovně mezi 50 a 70 miliony, tedy nejhorší výsledek, co já pamatuji. Je to způsobeno tím, že máme tři roky po sobě navýšené mzdové náklady o 10 %, což představuje navýšené mzdové náklady 65 milionů korun. Do toho skokový nárůst ceny pšenice, máku a energií. Když proti tomu nemůžete zvýšit ceny pekárenských výrobků, tak profit zákonitě klesá. Samozřejmě musíme připočítat i rozjezd nové toustové linky, který nás také něco stál.

Jak se nové lince daří? Otevírala se letos. Běží vše podle očekávání?

Pekaři to neradi slyší, ale tousty jsou velký trend a mají značný potenciál růstu. Rozhodli jsme se pro investici proto, že v nich vidíme trend. V ČR se zatím spotřebuje čtyřikrát méně toustů na hlavu než v Německu. Například moje dcera nejí klasický chléb a jí jenom toustový chléb. Zajímavé také je, že i když se ve většině svých výrobků potkáváme převážně jen s českou konkurencí, toust je naopak evropský boj. Tousty k nám vozí Italové, Poláci, Němci... Ale jsme to my, kdo vyrábí nejlepší toustový chléb,

který je prodáváný v ČR. Ne, že bych chtěl chválit náš produkt, ale potvrzují to rostoucí prodejní čísla i reakce zákazníků.

Říkáte, že tousty jsou trend. Jak se vůbec proměnilo české pekárnictví v posledních letech? Co dnes zákazníci chtějí?

Třeba i ve srovnání s dobou minulého režimu?

Směju se, když dnes „rádoby odborníci“ na pečivo říkají, že jediný správný je kváskový chléb, který fungoval už za socialismu a byl lepší, než je chléb dnes. Kolegové pamětníci říkají – ano, tehdy existovalo pět druhů chleba, vyráběli jsme ho ve čtvrtek ráno na pátek, takže jsme prodávali jeden den starý chléb, který se často skladoval v nehygienických podmínkách. A k tomu se vyráběly jen rohlíky a housky. Moc druhů pečiva nebylo. Když se půjdete podívat do obchodu dnes, tak nabídka chlebů je úplně jiná, než byla před lety. Podstatné je, že dnes si čerstvý chléb koupíte po celou prodejní

„VOZÍME ČERSTVÉ PEČIVO DO OBCHODŮ I ČTYŘIKRÁT DENNĚ.“

„VYRÁBÍME CHLEBY BEZ ĚČEK
A BEZ KONZERVANTŮ.“

dobu. Pekaři se naučili zavážet čerstvé pečivo třikrát nebo dokonce i čtyřikrát denně. Často se pečou i odpoledne, aby bylo pečivo stále čerstvé. Zákazníci si na to zvykli a preferují dnes menší gramáže a měkké chleby. Za minulého režimu měl chleba větší gramáž, víc se propékal, měl tvrdší kůrku a déle vydržel čerstvý. Ne, že bychom ho dnes neuměli vyrobit, ale lidé dnes chtějí každý den čerstvý chleba, ne týden skladovat chleba zabalený v utěrce.

Zákazníci tedy preferují menší gramáž? Proč?

Ano. Dřív byl bochník kilo a půl, dnes je to 1200 gramů, ale jsou už pekárny, které přecházejí k hmotnosti 1000 gramů, nebo dokonce ještě menší. Menší gramáže souvisí s tím, že se mění struktura domácností. Je daleko víc lidí singles nebo dvoučlenných domácností. Také pozorujeme, že jiný typ chleba jí v domácnosti žena a jiný typ muž, takže si kupují dva různé druhy chleba. Také dochází k rozvoji baleného pečiva. Dnes se pečou speciální chleby určené pro krájení. Někteří zákazníci preferují jen pohodlně sáhnout do sáčku pro již nakrájené plátky.

Pozorujete také příklon zákazníků ke zdravému životnímu stylu?

U nás to asi nejvíc potvrzuje výrobek Večerní chlebiček. Byl to nápad našeho šéfa marketingu Martina Dolského a jeho týmu. Je v něm nižší podíl sacharidů a velký podíl bílkovin, což je ideální chleba pro večerní konzumaci. Dnes je z něj obrovský fenomén. Prodáváme ho stovky tisíc kusů. Vedle něj jsou to samozřejmě i různé vícezrné chleby. Důležitou změnu jsme letos udělali u chlebů, které už vyrábíme bez „ěček“. Totéž jsme provedli i u toustů, které máme taktéž bez ěček a bez konzervantů.

Jak se daří klasickému rohlíku?

V jednom rozhovoru jste před časem prohlásil, že rohlík je československý fenomén, který nikde jinde na světě nenajdeme.

Když někomu řeknu, kolik vyrobíme ročně rohlíků, tak lidi jsou v šoku. Penam vyrobí ročně 660 milionů rohlíků. I když je velký rozvoj mraženého pečiva, tak rohlík si pořád drží svoji pozici. Když se podíváte v obchodě na maminku s dítětem, dítě jí rohlík ještě dřív, než přijdou ke kase. Dělal



K mému příchodu do Agrofertu se váže jedna úsměvná historka. Když jsem v roce 2004 nastoupil jako generální ředitel Penamu, šéf právní divize Agrofertu, když mě viděl poprvé, říkal: „Tohle dítě nám bude řídit Penam?“ Bylo mi 35 let, vypadal jsem dost mladě a měl jsem ještě černé vlasy.

to moje děti a určitě to budou dělat i jejich děti. Rohlík je opravdu český a slovenský fenomén, který nikde jinde na světě není. A myslím, že tady bude ještě desítky let, protože rohlík se zatím nepodařilo vyrobit v mraženém stavu.

Co sladké pečivo? Jaké jsou trendy?

Jsme konzervativní národ. Nejvíce prodáváme klasický makový závin, tvarohový závin a klasické makové a tvarohové buchtý. Samozřejmě se je snažíme vylepšovat – lepší těsto, lepší náplň, lepší svinutí a podobně. Češi jsou těmto výrobkům věrní a jejich prodej trvale roste. Moje máma každou neděli pekla buchtý. Dnes holky péct nechtějí, anebo to neumí. Je pro ně jednodušší si buchtý a záviny koupit, a to ve velmi dobré kvalitě.

Můžete prozradit, jaké novinky v sortimentu Penamu chystáte?

Nevím, jestli to můžu prozradit, ale asi ano. Chystáme se uvést na trh toasties, což jsou malé housky à la McDonalds, říká se jim anglický muffin. Začínají být velkým hitem. Budeme je brát z „našeho“ německého Liekeny a myslíme si, že můžou být dobrým doplňkem na trhu. Jen musíme naučit spotřebitele, že je nutné toasties tepelně opra-

covat, aby chutnaly tak, jak mají.

Vaše chleby také letos posbíraly mnoho prestižních ocenění...

Každoročně bývají v Pardubicích Dny chleba, což je největší svátek pekařů. Vyhlašuje se tam soutěž Chléb roku, a to ve třech různých kategoriích: Chléb konzumní, řemeslný a chléb bez hranic. Každoročně získáváme přinejmenším ocenění „chléb vynikající kvality“ a několikrát jsme vyhráli i první cenu „chléb roku“. Třeba letos s naším Chalupářským chlebem jsme jen o dvě desetiny bodu skončili druhí. Ukazuje to, že naše výrobky jsou dlouhodobě a stabilně kvalitní. Třeba Himalájský chléb posbíral všechna ocenění, která mohl. Od chleba roku, přes Českou chuťovku až třeba po nejlepší inovativní výrobek.

Jak to vypadá, když jdete na nákup? Rozhlížíte se v obchodě po pečivu?

Sledujete výrobky konkurence?

Ano. Smějou se mi, protože když přijdu k regálu, porovnávám chleby a dávám je dopředu, aby bylo vidět naše logo. Chci, aby to dobře vypadalo, a mám velkou radost, když večer vidím, že naše výrobky jsou vyprodané, a výrobky konkurence zůstávají v regálu. ■



KOUZELNÝ ŠTĚDRÝ VEČER SI ZASLOUŽÍ VŠECHNY DĚTI

V první polovině prosince vrcholil na centrále Agrofertu další ročník vánoční sbírky „Pomáháme Ježíškovi“. Charitativní zaměstnanecká sbírka je letos zaměřena nejen na děti samoživitelů, ale i na handicapované děti a na děti rodičů, kteří se sami s handicapem potýkají. Na úvodní fotografii vidíte, jak to u nás během balení a přípravy na distribuci vypadalo. Kolegyně z Nadace AGROFERT se usmívají, ale stojí za nimi velký kus práce. Velký dík patří především všem zaměstnancům koncernu Agrofert, kteří se do letošního ročníku zapojili a společně dali dohromady úžasných 550 dárků. V následující anketě jsme se ptali, koho naši kolegové buď samostatně, nebo v týmu ve vánoční sbírce podpořili, čím je dětské příběhy zaujaly a co by obdarovaným dětem popřáli do nového roku.



ING. KAMILA ČERVENÁKOVÁ
vedoucí střediska ČSO Vlkůš
ve společnosti Oseva

Do vánoční sbírky se zapojují pravidelně a vždy, když pročítám příběhy dětí, je mi smutno. Mnoho z nich si pod stromeček přeje tak obyčejné věci, které jiným dětem připadají jako naprostá samozřejmost. Letos podpořím rodinu, jenž byla představena krátkým sdělením... Žije se svými dvěma sourozenci a tatínkem.

Maminka je opustila. Jako žena a matka nechápu, ale ani neodsuzuji. Věřím, že Ondrovi, Tomáškovi i Bětušce dárek, ke kterému jsem přibalila i malé „překvapení“, udělám radost. A přání do nového roku? Nejen těmto dětem, ale všem, přejí hodně lásky, radosti a úsměvů na tváři.



PETRA BOUDOVÁ
personální manažerka
ve společnosti Papei

„Když jsem tento rok otevírala seznam dětí s jejich vánočními přáními, dávala jsem si předsevzetí, že ty smutné příběhy číst nebudu. Nemohu je změnit, a jako matky, se mne velmi dotýkají. Prostě... najdu nezadaný dárek, provedu rezervaci a zahřeje mne pocit, že jsem součástí něčí radosti... Jenže, jak jsem tak listovala seznamem, který byl díky laskavosti agrofertních kolegů již téměř zadaný, tak jsem se přistihla, že jsem se do nich opět začetla. Je těžké si vybrat, koho podpořit, protože kouzelný Štědrý večer si zaslouží všechny děti... Nakonec jsem se rozhodla poslat dárek dle vlastního výběru devítiletému Ondrovi, který si přál čistě základní praktické věci a myslím, že nějaká „zbytečnost“ může jeho sváteční večer rozzářit. No a pak sedmnáctiletého Martina, který je o něco málo mladší než můj syn. Zaujala mne jeho skromnost a ráda bych ho alespoň trochu potěšila v situaci, ve které se nachází... Oběma klukům přejí hlavně hodně lásky, která je motorem života. Martinovi a jeho mamince držím palce, aby svoji těžkou situaci zvládli a všechno dobře dopadlo...“



JOSEF ŠABL

vedoucí týmu programátorů
ve skupině Mafra

Nad dlouhým seznamem se nikdy nemůžu rozhodnout, a tak si číslo obdarovaného dítěte vybírám vždy náhodně. Tentokrát padl los na malou Amálku, která si přála brusle a vzdělávací elektronickou Albi knížku. Oba dárky nám přišly moc hezké, ale protože elektronickou tužku známe a víme, jak se dětem líbí a jak je užitečná, rozhodli jsme se pro ni. Amálka z ní nevyroste jako z bruslí, naopak může Ježíšek příště přinést další díl, třeba angličtinu.



KATEŘINA PROFTOVÁ, IVA LICKOVÁ A JITKA RAMEŠOVÁ z Lovochemie

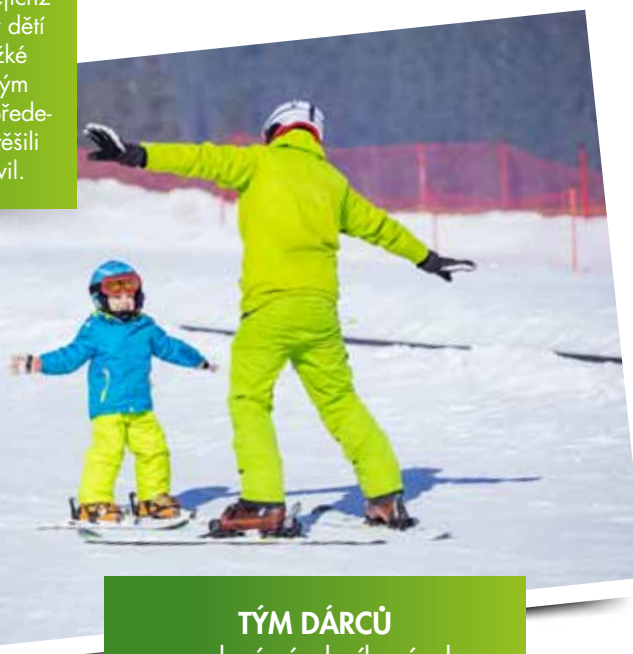
Stejně jako v předchozích letech podělíme i tentokrát dvě dětičky, jejichž výběr je zcela náhodný. Osudy dětí jsou si velmi podobné a je těžké vybrat. Dětičkám i jejich blízkým přejeme, aby neztráceli víru a především aby byli všichni zdraví a těšili se ze společně strávených chvil.

TÝM DÁRCŮ Z VODŇANSKÉ DRŮBEŽE

Děti, které jsme se rozhodli obdarovat, nás upoutaly svou chutí do života, velikou bojovností a nezdolnou odvahou. Zdravotní handicap, finanční situace a neúplné rodiny jsou všední problémy, se kterými se tyto odvážné děti musí potýkat. Žádné z nich se ale navzdory jejich krutému osudu nenechaly připravit o úsměv na tváři. Koupí vánočního dárku bychom chtěli vnést kapku štěstí do jejich životů, a vyjádřit tak respekt jim i všem, co se snaží pomoci. Do nového roku dětem přejeme mnoho zdraví, štěstí, lásky, radosti a také mnoho sil v překonávání těžkých životních překážek.

TÝM DÁRCŮ z Kosteleckých uzenin

Většinou vybíráme děti s nějakým zdravotním postižením. Chtěli bychom touto cestou ulehčit rodinám v jejich nelehké situaci a vždy svým dárkem dětem splnit jejich přání. Z osobní zkušenosti některých našich kolegů víme, že starost o handicapované dítě je pro celou rodinu velmi náročná a každá pomoc zvenčí může pro, někdy neúplnou rodinu, znamenat velkou pomoc. A Vánoce jsou tady hlavně pro děti a pro radost v jejich očích, když vidí pod stromečkem dárek, který si ze srdce přály.



TÝM DÁRCŮ z vedení výrobního úseku v Lovochemii

S kolegy jsme vybrali finanční příspěvek na lyžařský kurz pro dva chlapce, kterým jsme chtěli umožnit pro ně nevhodný a těžko dostupný zážitek. Chlapcům přejeme především hodně zdraví, optimismu a pozitivních zážitků v roce 2019 a samozřejmě i radost z pobytu na horách.



„INVESTUJEME, ABYCHOM BYLI BLÍŽ NAŠIM ZÁKAZNÍKŮM“

Na letošním dni otevřených dveří představilo ZZN Polabí zmodernizované středisko v Chotětově s nově postavenou halou na hnojiva. S generálním ředitelem ZZN Polabí, Romanem Kubíčkem, jsme si povídali jak o budování nových skladovacích prostor a zmodernizovaných servisních dílnách, tak o vystavovaných historických fotografiích zemědělského areálu firmy z dob našich pradědečků. Řeč přišla i na to, co dnešní zemědělce trápí a s čím si naopak poradí mnohem lépe a rychleji.

Generální ředitel
Roman Kubíček



Na dnu otevřených dveří se na pódiu objevili všichni, kteří se zasloužili o modernizaci Chotětova.



Středisko Chotětov s novou halou.



V ZZN Polabí je na dnech otevřených dveří každý rok výstava historických firemních fotografií – mají duši a výborně ilustrují dřívější podmínky zemědělců.



Historickou zemědělskou techniku nebo různé zemědělské nástroje mají někteří zaměstnanci ZZN Polabí doma a rádi se s nimi pochlubí.

Brány areálu firmy otevíráte pravidelně již několik let. Kde a proč se nápad pořádat akce tohoto typu zrodil?

Původně jsme pořádali odborné polní dny pro zemědělskou veřejnost přímo na polích našich prvovýrob. Postupně ale těchto polních dnů po celé republice přibývalo, a tak jsme se rozhodli ukazovat i naše střediska. Ne každý ví, jak naše střediska a obilní sila vypadají, jak fungují a jak je modernizujeme. Kromě toho naše areály nabízí lepší zázemí pro pořádání těchto akcí ve dnech, kdy počasí není příznivé a pro nás je to ideální příležitost pro důkladný úklid ve všech koutech areálu.

Pro koho se vlastně tyto akce pořádají?

Den otevřených dveří organizujeme zejména pro naše obchodní partnery, zemědělce. Chceme, aby se na chvíli zastavili, přišli si s námi popovídat o společných problémech a podívali se, co je u nás nového a jak se naše areály postupně mění. Zveme ale i všechny naše současné i bývalé kolegy a kolegyně s jejich rodinami a místní širokou veřejnost. ZZN Polabí je velká společnost s mnoha středisky, a proto jsme rádi, že se naši zaměst-

nanci mohou na těchto akcích potkat osobně a jejich rodinní příslušníci mohou na vlastní oči vidět, kde jejich blízcí pracují a jak vypadá práce v našich areálech. Mezi pozvanými nechybí ani studenti zemědělských a základních škol, se kterými spolupracujeme.

Na veřejných akcích bývá důležitým bodem programu catering. Jaké bylo letošní menu?

Zakládáme si na tom, aby jednotlivé suroviny byly vždy české, vysoké kvality a ideálně od regionálních dodavatelů. Letos si u nás návštěvníci mohli pochutnat na tradičních jídlech, jako je hovězí guláš, vepřové řízky, domácí škvarková pomazánka a na grilovaných kuřatech. Nikdy nesmí chybět ovoce a zelenina od místních pěstitelů.

„DÍKY NOVÝM INVESTICÍM JSME ODSTRANILI NESMYSLNÉ PŘEJÍZDĚNÍ Z RŮZNÝCH ČÁSTÍ REGIONU A ZRYCHLILI PŘÍJEM ZBOŽÍ.“

K vidění byla výstava historických firemních fotografií a historických zemědělských nástrojů. Koho tohle úžasné propojení přítomnosti s minulostí napadlo a jak se tak unikátní sbírku podařilo sehnat?

Každý rok se snažíme vystavovat historické fotografie, protože ty mají podle nás duši a lze na nich výborně ilustrovat tehdejší podmínky zemědělců. A pro dokreslení dobové atmosféry jsme tentokrát v prostorách starého hrád'ového skladu rozmístili historické předměty. Na našich dnech otevřených dveří ale historie nikdy nechybí a vždy se snažíme přijít s něčím zajímavým. V minulosti jsme prezentovali výstavu historických traktorů, zemědělské techniky, historickou sklizeň obilí, ukázky řemesel, bez kterých se zemědělci dříve neobešli, jako jsou například práce kovářů, sedlářů nebo košíkářů, ukázky selské jízdy nebo vozatajství, což jsou mistři opratí, nebo ukázky potahů a povozů. Návštěvníci si můžou všechno i vyzkoušet.

Na vašich unikátních akcích je vidět, že se zemědělství za posledních 30 let neuvěřitelným způsobem posunulo a zmodernizovalo. Můžete uvést několik příkladů,



V minulosti se v ZZN Polabí prezentovaly také ukázky řemesel, bez kterých se zemědělci dříve neobešli a návštěvníci si je mohli vyzkoušet.



Velkým tahákem Dne otevřených dveří měl být letos let balonem s logem výrobce zemědělské techniky New Holland, který nevyšel vzhledem k nepříznivému počasí. Plánujete nabídnout obdobné zážitky na některé z dalších akcí?

Tahák v podobě balónu jsme připravovali s našim partnerem z Agrotecu. Máte pravdu, že počasí nepřálo, ale doufáme, že na některém z příštích dnů otevřených dveří budeme moct znovu tuto atrakci nabídnout. Pokaždé chceme nabídnout něco jedinečného - například pohled na okolní krajinu z nejvyššího patra našeho sila, let letadlem nebo atraktivní ukázkou moderní techniky s vyhlídkou z vysokozdvíhací plošiny. Naši návštěvníci se mají určitě na co těšit a věříme, že si každý přijde na své.

jak a v čem ušetřila lidem moderní technika práci?

Jako první mě napadá práce dnešních traktorů a kombajnů. Naši dědečkové a předchůdci jezdili na strojích bez kabin v zimě i v létě a byli nuceni být ve všech povětrnostních podmínkách na poli. Jejich stroje byly méně výkonné a záběry strojů menší než dnes. V zemědělství tehdy pracovalo více lidí, aby veškerou práci byli schopni udělat včas. Během posledních 30 let vzrostly výkony strojů z původních 80 koní na dnešních 620 a tím se i zvyšovaly pracovní záběry. Pozadu nezůstalo ani vybavení a komfort pro obsluhu strojů, kde se dnes může pohodlí traktoru srovnávat s pohodlím osobního automobilu. Tudíž co dříve dělalo 5 lidí, zvládá dnes jeden člověk.

Letu balonem počasí nepřálo, ale doufáme, že na některém z příštích dnů otevřených dveří budeme moct tuto atrakci znovu ukázat.

Zmiňoval jste i kombajny.**Jak se zvýšil jejich výkon?**

Před třiceti lety byl denní výkon sklízecí mlátičky maximálně 12 – 15 hektarů, dnes zvládají 60 hektarů. Nato navazuje doprava obilí od kombajnu ke skladům. Dříve bylo možné odvést maximálně 9 tun obilí na jednom voze, dnešní průměrný odvoz je 25 – 30 tun. Tomu všemu musíme přizpůsobovat i naše nákupní střediska - hlavně váhy, příjmové koše a rychlost naskladnění.

V Chotětově se podařilo navýšit skladovací kapacitu hnojiv o 8000 tun.**Co dalšího se zefektivňovalo v celém subholdingu ZZN Polabí?**

Za posledních deset let jsme navýšili celko-

tici můžeme sobě i zákazníkům poskytovat co nejvyšší standard. V dílně je k dispozici například mostový jeřáb, nově vybavená výdejna olejů a maziv, centrální odsávání výfukových zplodin...

Investovat nebo šetřit bývá velké dilema. Co vás přimělo přiklonit se k první možnosti?

Už při mém nástupu do ZZN Polabí mi pan Babiš mimo jiného doporučil, abychom se nebáli investovat, stavěli nové haly, sila a byli tak blíže našim zákazníkům. S takovou myšlenkou se plně ztotožňuji, a proto stavíme nová, moderní sila a skladové kapacity tam, kde jsou potřeba. Postupně také zavíráme ty areály, které jsou už zastaralé

tem v Čechách. Výpadek v množství obilovin je proto značný – mluvíme o 25 – 30 % úrody. Například výnos pšenice v našich prvovýrobách je v této lokalitě průměrně okolo 8 tun/ha, letos hlavně z důvodu sucha v průměru jen 5,5 tun/ha. Ještě větší propad je u kukuřice, kde je výnos pouze na polovině běžných let. Takové věci nejdu předpovídat, a proto byli naše nákupní střediska a zaměstnanci připraveni na nákup komodit stejně jako v minulých letech. Vzhledem ke všem těmto vlivům musím letošní rok hodnotit jako nepříznivý a vzhlížet k dalším, snad příznivějším letům, abychom ztrátu z letoška zachránili.

Co dalšího kromě sucha vás dnes trápí?

Letošní sucho určitě zamávalo i s cenami



Nová servisní dílna. Původní autodílny byly postavené v 70. letech, a proto jsme je museli nejen rozšířit, ale i vybavit moderními technologiemi.



Automobily na akci zcela zdarma zapůjčil Veteran car Valovice. Zaměstnanci střediska Chotětov, pánové Martin Valák a Radek Vlk, kteří jsou zároveň členy tohoto veteránského klubu, oslovili ostatní členy, kteří ochotně a bez nároků na jakýkoliv honorář poskytli své vozy na den otevřených dveří.

vou skladovací kapacitu u hnojiv o 20 000 tun, ale přesto nám sklady nestačí. Stávající skladovací kapacity nepokrývají poptávku našich obchodních partnerů. Stavba haly na hnojiva v Chotětově byl jedinečný projekt. Nikde v Čechách se podobná hala nestavěla, a proto jsme najeli stovky kilometrů, věnovali hodiny jednání a vyhodnocovali desítky možných variant. Výstavbou haly však investice do tohoto skladu nekončí. Plánujeme halu dovybavit moderní naskladňovací technologií s využitím drážní dopravy. Chceme využít veškerý potenciál haly a především omezit nákladní zatížení v obci.

V Chotětově jste modernizovali i autodílny. V čem ty původní už nevyhovovaly?

Reagovali jsme na čím dál větší poptávku po servisu zemědělské techniky. Naše původní autodílny byly postavené v 70. letech, a proto jsme je museli nejen rozšířit, ale i vybavit moderními technologiemi. Díky této inves-

„NA DNECH OTEVŘENÝCH DVEŘÍCH CHCEME VŽDYCKY NABÍDNOUT NĚCO JEDINEČNÉHO – POHLED NA OKOLNÍ KRAJINU Z NEJVVYŠŠÍHO PATRA NAŠEHO SILA, LET LETADLEM NEBO UKÁZKU MODERNÍ TECHNIKY S VYHLÍDKOU Z VYSOKOZDVIŽNÉ PLOŠINY.“

a ztratily svoji funkčnost. Na trhu jsme díky tomu konkurenceschopnější, odstranili jsme nesmyslné přejíždění z různých částí regionu a zrychlili příjem zboží.

Letošní rok nebyl obecně vzhledem k suchu pro zemědělce příznivý.**Jak se dařilo vaší firmě?**

ZZN Polabí a její prvovýroby působí a hospodaří ve Středočeském kraji, který patřil k nejvíce suchem zasaženým zemědělským oblas-

zemědělských komodit...

To ano, vývoj cen zemědělských komodit je v posledních letech jako na houpačce. Představy o cenách mají prvotní producenti a koncoví zpracovatelé značně odlišné a výkupy přesto musí uspokojit obě strany. Aktuálně nás tíží i rozšiřující se nová zástavba v blízkosti našich polí a skladů. Lidé si stěžují na hluk, zápach a množství prachu. To nás velmi mrzí, ale přestože se snažíme tyto hodnoty co nejvíce snižovat, zemědělství bez toho dělat nelze. Snad je naší dostatečnou omluvou, že vyrábíme a zajišťujeme potraviny pro všechny. A stejně jako ve všech odvětvích nás také trápí nedostatek kvalitní pracovní síly. Působíme v regionu, kde máme silnou konkurenci v automobilovém průmyslu. I přesto se nám ještě daří vytvořit kvalitní tým zkušených lidí, kteří vytvářejí tu správnou duši firmy. Vážím si práce svých kolegů a zaměstnanců, kteří se i přes nepříznivé okolnosti snaží svým úsilím rozvíjet firmu. ■

VE SLOVINSKU SE PÍCNINÁM DAŘÍ

Slovinsko je malou a nenápadnou zemí, která se nachází v samém srdci Evropy. Milovníkům turistiky nabízí skutečně vše. Od překrásných hor, křišťálových jezer, obrovských jeskynních komplexů, moře, termálních léčivých pramenů až po malebná města a vesničky s pohodovými obyvateli. Je první zemí na světě, která byla prohlášena za zelenou destinaci na základě Green Destinations Criteria. Hlavní město Ljubljana dokonce získala v roce 2016 ocenění Evropské zelené město.

Není divu, že se v této stále zelené zemi daří výrobě pícniářských strojů. Pouze deset minut od sebe se nachází výrobní závody SIP Strojna Industrija v Šempeteru a Tehnos v Žalci, se kterými dlouhodobě spolupracujeme a obě značky máme tu čest v ČR zastupovat.

ÚČAŠŤ AGROTEC SLOVENSKO NA VÝSTAVĚ AUTOSALÓN AUTOSHOW NITRA 2018



Spoločnosť Agrotec Slovensko sa po druhý krát zúčastnila automobilovej udalosti roka na Slovensku, ktorá sa uskutočnila v dňoch 11. – 14. 10. 2018. Na expozícii 800 m² sme pre návštevníkov pripravili skutočnú automobilovú lahôdku. Vo vnútornej expozícii Jeep sme zaujali hlavne novinkami. Predstavili sme tu celkom nový Renegade a Wrangler. Úplne nový Jeep Cherokee tu bol v rámci Slovenska odprezentovaný prvý krát na takej veľkej a významnej akcii. Na vonkajších priestoroch sme pripravili prehliadku nielen modelov Jeep, ale aj súčasných modelov našich ďalších značiek Iveco a Fiat Professional. Tie tu figurovali od najväčších po najmenšie rozmery – od Iveco Stralis až po Fiat Doblo. Počas štyroch slnečných dní navštívilo túto 25. medzinárodnú výstavu takmer 160 000 záujemcov a nadšencov.

VE VÝROBNÍM ZÁVODĚ, V PIVOVARU I NA VINICI

V polovině října 2018 oba závody navštívili zástupci z řad prvovýrob pod vedením společnosti Navos. Celkem 25 účastníků akce si prohlédlo obě továrny, kde byli vřele přijati majiteli a manažery obou společností. Po celou dobu pobytu ve Slovinsku bylo o celou skupinu dobře postaráno a o zážitky nebyla nouze. Starobylé lázeňské městečko Dobrna, městečko Žalec s unikátní pivní fontánou, místní pivovar Laško či klenot v podobě vinařství Zlati Grič, které je i přes svou historii jedním z nejmodernějších vinařství v zemi, zpříjemnily celé skupině několikadenní pobyt. ■

PODZIMNÍ HR TOUR AGROFERTU

Letošní náborové turné uzavřeli personalisté z celého koncernu Agrofert na dvou moravských zastávkách. První z nich byl listopadový veletrh pracovních příležitostí Job Challenge, druhou ostravský ProJob. Na obou veletrzích hostil HR tým návštěvníky šálkem čerstvé kávy a malým dezertem od našich pekařů z Penamu.

Veletrh Job Challenge je tradiční podzimní akcí, na kterou se do Brna sjíždějí personalisté z různých oborů z celé České republiky. Stejně jako v předešlých letech na ní proto ani letos v listopadu nechyběl HR point Agrofertu. „Společně s kolegy ze segmentu zemědělství a lesnictví jsme se v rámci kariérního dne na brněnském výstavišti snažili rozmluvit procházející návštěvníky a zjistit, jaké jsou jejich představy uplatnění po dokončení studia na vysoké škole. Letos pohodovou atmosféru diskuzí s uchazeči umocňoval šálek voňavé kávy připravený našim baristou“, vysvětluje personalistka Agrofertu Petra Adámková.



STUDENTI SOUTĚŽILI O ZAJÍMAVÉ CENY VĚNOVANÉ AGROFERTEM A AGROTECEM

Studenti, kteří stánek Agrofertu v průběhu veletrhu navštívili, se nejvíce zajímali o stáže, práci ve firmách koncernu Agrofert a vedení jejich diplomových prací odborníkem z praxe. A kromě toho měli možnost soutěžit. Vyvrcholením brněnského veletrhu Job Challenge byla totiž soutěž s množstvím zajímavých cen od partnerů veletrhu. Agrofert věnoval do losování vítězů chytré hodinky Garmin, Agrotec dárkový voucher na víkendovou výjízdku Škodou Fabia. Podzimní veletržní tour uzavřel studentský veletrh ProJob na ostravském výstavišti Černá louka. ■



V OSEVĚ SE UČILI, JAK POSKYTNOUT PRVNÍ POMOC

Se zásadami první pomoci se seznámili zaměstnanci společnosti Oseva v průběhu bezplatného školení, které jim firma zorganizovala v rámci firemních benefitů. Zúčastnilo se ho 65 pracovníků, kteří se učili rozpoznat stav bezprostředně ohrožující život a obeznámili se se základními pokyny pro poskytnutí nezbytné lékařské péče před příjezdem zdravotníka.



„Nevěděly jsme, že zapadlý jazyk se nemá vytahovat, že stačí pouze dostatečný a správný záklon hlavy,“ uvedly překvapeně zaměstnankyně účetního oddělení s odkazem na tento hodně medializovaný mýtus.

Všichni účastníci školení si prakticky nacvičili postup při masáži srdce, naučili se provádět zotavovací polohu a názorně si společně s lektorem předvedli, jak zacházet s člověkem, u kterého je podezření na poranění páteře.

„Zarazilo mě, že resuscitaci lze provádět pouze stlačováním hrudníku, bez umělého dýchání,“ poznamenala jedna ze zaměstnankyň obchodního úseku.

Lektor však také připomněl, že na prvním místě je zdraví naše. Vysvětlil proto zásady bezpečného ošetřování, například nasazování gumových rukavic v případě, že neznáme zdravotní stav postiženého. Záchrana lidského života je nepsanou prioritou nás všech a znát alespoň základy první pomoci by mělo být naší povinností!

Důkazem toho, že školení bylo velmi užitečné, jsou pozitivní ohlasy našich zaměstnanců. „Nyní jsem si více jistý, že bych dokázal pomoci člověku ve stavu ohrožení života,“ uvedl jeden z pracovníků technického úseku. ■

KRIMI KAUZY

Divize interní bezpečnosti

PALISÁDA

Za pouhé dva a půl měsíce, kdy byl ve funkci vedoucího skladu, stačil zaměstnanec společnosti Wotan Forest zpronevřit 144 503 Kč, které utržil za prodej frézovaných dřevěných kůlů, tzv. palisád. Za tuto částku lze pořídit palisád tolik, že by se jimi dala obehnat menší středověká tvrz.



TOUR DE LOVOCHEMIE

Během dvou dnů zmizela z kolárny zaměstnanců Lovochemie, Lovosice, dvě horská kola v celkové hodnotě 27 490 Kč. Provedeným šetřením bezpečnostního specialisty ve spolupráci s Policií České republiky bylo zjištěno, že tyto krádeže byly dílem profíka, který kola kradl na zakázku.



JUNIOR

Při kontrole zaměstnanec firmy Vodňanská drůbež bylo nejdříve zjištěno, že má na dně batohu ve špičce oblečení ukrytý balíček 100 kusů gumových ochranných rukavic. Ale to hlavní přišlo následně – tento „šikula“ si totiž na cestu z práce přilepil na každou nohu jeden salám Junior. Ještě že nezaměstnáváme stonožky...





ING. JANA SEMANČIKOVÁ
finanční ředitelka
Agropodniku Trnava

Vždycky Vás bavila čísla, nebo jste měla pro studium ekonomické fakulty jiné důvody?

Už od základnej školy som milovala matematiku, ktorá sa neskôr doplnila aj o záľubu v ekonómii a účtovníctvo. Nakoľko som na Technickej univerzite v Košiciach vyštudovala Ekonomickú fakultu s odborom Financie, bankovníctvo a investovanie, tak najobľúbenejšou oblasťou pre mňa vždy boli a sú - financie a burzovníctvo, z ktorých som vypracovávala aj moju diplomovú prácu - vtedy ešte netušiac, že sa tzv. „futures“ cenám komodít budem skutočne venovať aj v profesnom živote.

Kde jste získala své dnešní profesní zkušenosti?

Svoje skúsenosti som začala naberať hneď po univerzite, keď sa mi naskytna možnosť pracovať 5 rokov na poste hlavnej ekonómky v stredne veľkom podniku zaoberajúcom sa rastlinnou, živočíšnou a pridruženou výrobou. Na tejto pozícii som získala nielen komplexný „ekonomický“ pohľad na podnik, jeho fungovanie a potreby, ale taktiež som úspešne uviedla do praxe nejuden projekt spolufinancovaný z EÚ fondov týkajúci sa rastlinnej a živočíšnej výroby, ale aj diverzifikácie v poľnohospodárstve. Nemenej dôležitou skúsenosťou bolo aj 4-ročné pôsobenie v controllingu spoločnosti, v ktorej teraz pôsobím. Takto som

v podstate cez poznanie všetkých procesov a hĺbkovú analýzu čísel načrela do srdca fungovania firmy a tým je obchod, dokázala sa naň pozrieť z rôzneho uhla pohľadu, nielen finančného.

Jaký by podle Vás měl být úspěšný šéf? Empatický a slušný psycholog nebo spíš tvrdý a nekompromisní manažer?

Myslím, že by to mala byť „zdravá“ stredná cesta, tzn. byť aj empatickou, vypočúť si všetky názory a učiť sa z nich, ale zároveň byť aj nekompromisný manažer a pod vplyvom emócie sa nenechať ovplyvniť názormi iných natoľko, že sa stratím na ceste k cieľu a nedosiahnem cieľ, ktorý som si po dôkladnej úvahe a analýze potrieb podniku stanovila a v ktorý verím, že pomôže v konečnom dôsledku všetkým – spoločnosti i zamestnancom pracujúcim v nej. V mnohom mi pomáha pohľad na veci „zhora“, akoby očami vlastníka podniku. Veľkou inšpiráciou mi je podľa môjho názoru „najsociálnejší kapitalista“ – Tomáš Baťa.

Co je v práci finanční ředitelky zemědělské společnosti nejdůležitější?

Byť zorientovaná nielen vo finančnej, či ekonomickej oblasti, ale zároveň mať obraz o trhu a jeho vývoji, mať obraz o fungovaní procesov od naskladnenia tovaru na silách až po fakturáciu tovarov a služieb a zároveň mať obraz o cenových hladinách obchodovaných tovarov a možných rizikách vyplývajúcich z ich prudkých cenových výkyvov, s ktorými sa v poslednej dobe často stretávame a ktorým je treba sa vyhýbať vhodnou obchodnou politikou a dobrým risk-managmentom.

Jaké části obchodních aktivit Agropodniku Trnava se v letošním roce vedlo nejlépe?

Treba na úvod povedať, že sa jedná o jeden z najťažších rokov Agropodniku a.s. Trnava, kde veľký vplyv zohralo suché počasie, čo sa dramaticky odrazilo na našich tržbách za služby sušenia a čistenia. Ale aj v tejto nie najľahšej dobe možno povedať, že sa spoločnosti darí udržať si pozíciu na trhu vo všetkých segmentoch, najlepšie sa však darí obchodu s hnojivami, kde zaznamenávame neustále výborné výsledky aj napriek veľkému konkurenčnému boju.

Plánuje Vaše společnost v příštích letech nějaké investice nebo modernizace?

Určite áno, investície sú predpokladom trvalo udržateľného rozvoja, predovšetkým v IT oblasti, kde technika vie výrazne uľahčiť ľudskú prácu a to ruka v ruke so zberom informácií, ktoré vieme následne analyzovať a vyhodnocovať ďalšiu stratégiu firmy. Samozrejme je nutné investovať aj do zhodnotenia hmotného majetku, od ktorého závisí predmet podnikania spoločnosti.

Jak se mi daří vybalancovat pracovní a rodinný život

Nie je to jednoduché, ale ja to vnímam ako výzvu a keď človek chce, tak sa všetko dá, hlavne, ak si vie prácu dobre naplánovať.

Jak si představuji ideální dovolenou

Jednoznačne po boku môjho manžela a poznávaním nových kultúr, krajín, umenia a hlavne degustáciou dobrého jedla

Jakou hudbu si ráda použím v autě

Celkovo milujem 50., 60. roky a „top“ je Frank Sinatra. Rovnako obľubujem aj staré talianske piesne a to i vplyvom môjho manžela Taliana. Veľmi rada si však vypočujem aj odbornú diskusiu vo verejno-právnom médiu, ak je téma zaujímavá.

Jakým životním krédem se řídím

Mám len 2 jednoduché kréda: Úsmev nestojí nič, ale dá a vyrieši veľa! Nehľadám dôvody, prečo sa to nedá, ale hľadám cestu, ako sa to dá.



BC. ŠTĚPÁNKA ŠINDELÁŘOVÁ
personální manažerka
Ethanol Energy

Co vás přivedlo k personalistice?

Na začátku bylo bakalářské studium zaměřené na personální management, díky kterému jsem získala velký přehled o tom, co personalistika obnáší a přináší. Všechno jsem ale znala jen v teoretické rovině, a proto jsem se začala personalistice věnovat nejdříve v personální agentuře a potom jako HR Trainee. Právě tyto dvě pracovní zkušenosti mě přesvědčily, že jsem se vydala správným směrem.

Co vás na personalistice baví?

Možná to bude znít jako klišé, ale nejvíc mě baví, že je to práce s lidmi. Měla jsem možnost vyzkoušet si různé personální činnosti a vím, že bych se nechtěla věnovat pouze jedné, když je tam od každého kousek. Právě tak je to fajn a to mě baví. Líbí se mi, když personalista může být partnerem jak managementu, tak zároveň zaměstnancům během celého pracovního života ve firmě. Vyhovuje mi i už zmiňovaná pestrost této práce – rutinní administrativní úkony se v ní prolínají s kreativitou a osobním kontaktem s lidmi. Když je práce s lidmi hodně náročná, je fajn sednout si k „papírům“ a odpovídat si. Samozřejmě jako každá práce přináší řadu problémů a nepříjemných situací, které je nutné vyřešit. Na druhou stranu přináší i nové výzvy, a když máte k sobě skvělou kolegyni jako já, tak Vás ta práce prostě baví.

Jaké dovednosti jsou pro HR manažera nejdůležitější?

Za nejdůležitější měkké dovednosti HR manažera považuji komunikativnost, schopnost kritického myšlení, schopnost nadhledu a empatie, otevřenost a vstřícnost. HR manažer by měl také dokázat řešit problémy. Mluvíme-li o tzv. tvrdých dovednostech, měl by se dobře orientovat v zákoníku práce, v jednotlivých oblastech personálních činností a mít všeobecný přehled o společnosti. V dnešní době je zároveň žádoucí se neustále vzdělávat a pracovat na sobě.

Chystáte jako nová HR manažerka ve firmě nějaké změny? Na jaké problémy se budete v nejbližší době zaměřovat?

První změnou jak pro zaměstnance tak i pro mě byl můj nástup do společnosti. Od prvního dne se pomalými krůčky snažím do společnosti vnášet změny. V nejbližší době se chci zaměřit na zautomatizování vybraných personálních procesů ve společnosti, které nám ulehčí a zrychlí rutinní administrativní práci. Dále se chci zaměřit na aktualizaci a revizi interních dokumentů spjatých s personalistikou. Dalšími tématy, na která se chci zaměřit, jsou analýza motivace zaměstnanců a benefitního programu ve společnosti. Budu pevně doufat, že z této analýzy bude možné nachystat změny, které zaměstnanci uvítají. ■

Jak se mi daří vybalancovat pracovní a rodinný život

Vnímám jako veliké plus to, že pracuji a žiji na stejném místě. Díky tomu mám více prostoru na přitele, rodinu, přátele i na své koníčky.

Jak si představuji ideální dovolenou

Představa ideální dovolené je dovolená s přítelem, s rodinou nebo s lidmi, které mám ráda. Ideálně v kombinaci s dobrým jídlem a pitím. Lokalita není podstatná, ale kdyby to bylo u moře, tak se nebráním

Jakou hudbu, si ráda pouštím v autě

V autě většinou přepínám na různé stanice podle toho, co hraji, ale nejraději mám rock. Možná tím někoho překvapím, ale můj nejoblíbenější kapelou je česká rocková skupina Harlej.

Jakým životním krédem se řídím:

Nemám žádné životní krédo, ale snažím se chovat k lidem tak, jak chci, aby se chovali oni ke mně.

PAPUČOVÝ DEN V PREOLU



Preoláci nejsou žádné bačkory a 8. října 2018 přišli do práce v papučích. Podpořili tak celorepublikovou kampaň pro mobilní hospice DOMA, která odstartovala právě Papučovým dnem. Jejím cílem bylo upozornit na to, že umírat doma je možné a že existují služby, které nabízejí doprovod. Mobilní hospice provázejí nevléčitelně nemocného člověka v závěru jeho života. Přinášejí do domácnosti odbornou zdravotní péči, informace a podporu. Pomáhají rodině zvládnout péči o jejich blízkého tak, aby mohli poslední chvíle jeho života strávit společně doma. Bohužel se o nich moc nemluví. Kampaň DOMA informuje a ukazuje, že DOMA to jde. Představuje možnosti péče o svého blízkého a snaží se vrátit umírání domů – tam kde to má člověk rád a cítí se bezpečně. Smyslem Papučového dne tak bylo zaplnit média a sociální sítě fotkami těch, kteří si své DOMAcí papučky vezmou i do práce, a podpořit tak poselství mobilních hospiců. PREOLáci ho pojali s humorem jím vlastním. Házeli pantoflem, vybírali „nejcoolovější“ bačkoru a napekli papučové koláče. Dali tak najevo podporu nejen celé kampani DOMA, ale i Hospici sv. Štěpána v Litoměřicích, který je jedním z pořadatelů.

DUEL DVOU NAŠICH KOLEGŮ ZE STEJNÉ „BRANŽE“

Čeho si jako personální ředitel na lidech všímám při první schůzce.

Samozřejmě první dojem, jaký na vás váš protějšek na jednání udělá, je vždy velmi důležitý. Faktorů, kterých si jako personalisté všímáme, je mnoho. Pokud se ale ptáte na ty klíčové, tak bych jmenoval celkovou upravenost, oční kontakt během hovoru, gesta a schopnost vyjadřování.

Jak by na takovém pohovoru můj kolega obstál

Každý, kdo Dana zná, tak ví, že by obstál na výbornou ☺

Jakou vlastnost bych si s Danem Rubešem vyměnil

Na Danovi obdivuji zejména jeho neutuchající energii.

Na čem jsme spolupracovali poprvé

Vzhledem k tomu, že to za několik málo měsíců bude již 9 let, co jsme spolu začali spolupracovat, si už na první společný projekt bohužel opravdu nevzpomínám. Ale pravděpodobně to bylo něco v souvislosti s personálními náhradami členů TOP managementu, což v dobách krátce po mém nástupu do Kosteckých uzenin bylo v této společnosti asi největší téma.

Jaká personální práce mě těší

Asi nejzajímavější personální prací je pro mne výběr zaměstnanců na méně tradiční pracovní pozice. Máte možnost setkat se s řadou zajímavých lidí a následně je pro vás velkou odměnou, když se výběr podaří a vidíte novou kolegyni nebo nového kolegu, jak zapadá do týmu a stává se součástí kolektivu.

Co mi jako personálnímu řediteli bere energii

Energii nám všem v současnosti bere zejména aktuální stav trhu práce a obrovský nedostatek českých lidí a s tím související „boj“ s agenturami a různými zprostředkovateli pracovní síly, zejména na dělnických pozicích. Myslím si, že jsme aktuální situaci začali řešit poměrně brzy a i díky tomu se nám podařilo přivést z Mongolska nejdříve 22 pracovníků do Kostecké a dnes už jich máme kolem 50 ve dvou provozech.

Jak se mi podařilo začlenit do týmu mongolské pracovníky

Zpočátku byla k lidem ze zahraničí pochopitelně nedůvěra, a to zejména v souvislosti s jazykovou bariérou, která u těchto lidí je. V Kostecké nám s tím obrovským způsobem pomohla naše zaměstnankyně, paní Munguntsetseg Sobotková, která u nás již roky pracuje a nově příchozím se nad rámec svých pracovních povinností věnovala. Opravdu jsme jí za tuto pomoc velmi vděční a jsem rád, že jí mohu i tímto způsobem poděkovat.

Nejtěžší chvíle personálního ředitele

Hledání odpovědi na žádost „Dodejte nám lidi...“

Kde všude se v příštích 10–15 letech uplatní umělá inteligence

V potravinářských provozech její budoucnost bohužel opravdu nevidím.

Proč bych si práci s Danem Rubešem (ne)vyměnil

Proč bych si ji nevyměnil, mne asi napadá hned, obávám se, že zvládnout tu šíři témat a oblastí, co Dan zvládá řídit, je schopný jen on ☺

Oba rádi jezdíte na kole. Kdo je lepší?

Rozhodně Dan, přece jen jak se říká, co se v mládí naučíš... Takže jeho juniorská cyklistická průprava se pozná. Já už jsem dnes snad lepší jen z kopce dolů, a to zejména díky své váhové kategorii ☺



ZDENĚK LIDMILA

Personální ředitel Kosteckých uzenin

Čeho si jako personální ředitelé na lidech všimají, jak se optikou této profese vzájemně hodnotí, jaké společné projekty mají za sebou nebo proč by si svou práci spolu (ne) vyměnili

DANIEL RUBEŠ
Personální ředitel Agrofertu

Čeho si jako personální ředitel na lidech všimám při první schůzce

Úkolem personalisty je snažit se poznat podstatu daného uchazeče a vybrat co nejlépe. Je to jako s loupáním cibule, postupně loupete jednotlivé slupky, až se proloupete na cibulku a mnohdy vás to potěší, že je pěkná zdravá, jindy překvapí, že je shnilá... A čeho si všimám já? Je to každý detail, detaily dělají celek, třeba to, jak daný uchazeč vchází do místnosti a pozdraví. Pozdrav „dobrý den“ lze říci na tisíc způsobů, je to o sebejistotě, energii, komunikativnosti, empatii a třeba i pokoře.

Jak by na takovém pohovoru obstál můj kolega

Zděnek by obstál... kdysi před lety jsem u jeho výběru byl. Byla to dobrá volba.

Jakou vlastnost bych si se Zdeňkem Lidmilou vyměnil

Rozvahu a klid, s jakým dokáže řešit i velmi komplikované personální problémy.

Na čem jsme spolupracovali poprvé

Jéé, tak to už si opravdu nepamatuji, je to mnoho let a témat spolupráce bylo také mnoho. Mohu ale zmínit poslední velký projekt, který je velmi úspěšný. Jedná se o dovoz pracovníků z Mongolska.

Můj největší zážitek z návštěvy Mongolska

Překvapila mě trpělivost, s jakou čekali mongolští kandidáti na svou příležitost vyjet pracovat do České republiky. Dnes celá administrativní procedura zabere zhruba 3 měsíce. Když jsme v Mongolsku dělali první nábor, byly čekací doby na pohovory na zastupitelském úřadě minimálně 12 měsíců a výsledek byl stejně nejistý, ani tím se nedali odradit. Když jsme se s nimi poprvé setkali a vedli pohovor, byli všichni velice vstřícní a motivovaní odjet pracovat do Čech. Obecně lze říci, že se jedná o klidný, pracovitý a hrdý národ. To byl můj největší zážitek, lidé.

Jaká personální práce mě těší

Baví mě hledat nové cesty a ty potom implementovat nejenom na centrále, ale i ve skupině. Z těch nejzajímavějších projektů, které změnily a posunuly naše koncernové HR, bych zmínil implementaci nového HR systému Target, který zjednodušuje a podporuje personální procesy, jako jsou docházka, úkolové mzdy, prémiový systém, cestovní příkazy a mnoho dalších. Dále oblast interní komunikace, kde jsme v letošním roce začali vydávat koncernový newsletter a připravujeme koncernový intranet nebo i netradiční způsoby nábory pracovníků nejenom na tuzemském pracovním trhu, na školách a v zahraničí.

Nejtěžší chvílky personálního ředitele

Myslím, že sem patří ukončování pracovních poměrů z důvodů restrukturalizace, to musíte v zájmu celku rozhodnout o osudech jednotlivců.

Proč bych si práci se Zdeňkem Lidmilou (ne)vyměnil

Zděňka jsem kdysi zmínil jako svou personální náhradu... On mě s tím poslal do háje, vlastně nevím proč... No a já bych s ním neměnil, protože kdybych měl v areálu firemní prodejny uzenin, byl bych za chvíli jak koule. Taková štangle Křemešnicku a k tomu křupavý rohlíček... tomu se těžko odolává ☺

Oba rádi jezdíte na kole. Kdo je lepší?

Rozhodně já...☺ Zdeněk jezdí na kole jen tu jejich brněnskou Tour de Bier. ■

SLEDUJTE NÁS NA LINKEDINU, FACEBOOKU A INSTAGRAMU



Říká se, že kdo dnes není na sociálních sítích, jako by nežil. Ať už s tímto tvrzením souhlasíte, nebo ne, pro firmy je komunikace na tzv. „sockách“ výborný způsob, jak na sebe upozornit a na jednom místě oslovit velké množství uživatelů. Centrála Agrofertu proto již několik let využívá ke komunikaci profesní síť LinkedIn, ke komunikaci nadačních aktivit Facebook a nově vstoupila na Instagram. Jak na těchto sítích komunikuje Fatra, Penam, Agrotec a skupina Óčko, jsme se mimo jiné ptali šéfů jejich digitálních médií.

„INSTAGRAM VNÍMÁM I JAKO INSPIRACI, DENÍK NEBO POHLED DO MINULOSTI,“

říká specialistka na online marketing ve Fatře

Barbora Hlávková

Zaštiťuje celé webové portfolio Fatry včetně nových produktových webových stránek pro zákazníky. Stojí za letošní novinkou – stránkou kampaně „Jsme s vámi když...“, která ukazuje výrobky Fatry v životě nás všech a v každodenních situacích. Jejím úkolem je i dohled nad správou všech těchto webů a PPC kampaně na Google ads a Skliku. Pravidelně se podílí na online kampaních napříč mediálními domy, díky čemuž se můžete o výrobcích Fatry pravidelně dozvídat například v sekci bydlení na idnes.cz. A aby toho nebylo málo, letos se jí ve spolupráci s dalšími kolegy podařilo zahájit zasílání čtvrtletních newsletterů pro zákazníky. Další novinky chystá na příští rok v e-shopu Fatry.

Jaká sociální síť je moje „srdcovka“

Osobně je mi nejbližší Instagram, protože ho mám jako televizi nebo knihu ☺ Díky dnešním Instastories máte neustále přehled o tom, co dělají vaši přátelé a rodina. Instagram vnímám také jako inspiraci, deník nebo pohled do minulosti. Je to sociální síť, na které se



LINKEDIN

LINKEDIN JE PŘEDEVŠÍM PROFESIONÁLNÍ SÍŤ, KTERÁ SE SNAŽÍ MÍT PŘIDANOU HODNOTU PRO KARIÉRU ČI BYZNYS A TUTO SKUTEČNOST BY MĚL ODRÁŽET I OBSAH, KTERÝ ZDE SDÍLÍME. ROZHODNĚ TU NEJSOU NA MÍSTĚ VTIPNÉ GIFY, ROZTOMILÁ VIDEA KOŤÁTEK NEBO POLITICKÉ NÁZORY. PŘÍSPĚVKY A ČLÁNKY BY MĚLY MÍT NAOPAK PŘIDANOU HODNOTU PRO CÍLOVOU SKUPINU – BUDOUCÍ ZAMĚŠTNANCE, ZÁKAZNÍKY NEBO CELÝ PROFESNÍ OBOR. MĚLY BY PROTO OBSAHOVAT TIPY ČI RADY A INSPIROVAT. LIDÉ, KTERÍ ZDE SVÉ PŘÍSPĚVKY ZVEŘEJŇUJÍ, BY SE ALE PŘESTO NEMĚLI BÁT ZAPOJIT TROCHU HUMORU, SNAŽIT SE VZBUDIT EMOCE A REAKCE PUBLIKA, VYBÍZET K DISKUZÍ A NA ODPOVĚDI PRAVIDELNĚ REAGOVAT.

mohu rychle vracet k fotografiím, jež se poji k různým vzpomínkám. Zajímavý je pro mě také LinkedIn, kde se řeší serióznější problematika a probírají se na něm různá profesní témata.

Čím si sociální síť Fatry získávají další followery

Nejvíce nám fungují soutěže. Například na Facebooku nám letos proběhly dvě, které byly velmi úspěšné. V jedné z nich jsme se uživatelů zeptali, jakou podlahu by si přáli mít doma. Uživatel si díky soutěži prohlédl naše webové stránky, vyhledal si dekor podlahy, který se mu líbí, a ještě jej s komentářem vložil pod příspěvek. Orientačně se zapojilo 300 soutěžících. Po týdnu byla soutěž ukončena a následně jsme vylosovali tři výherce, kterým jsme věnovali sadu nafukovacích hraček. Publikum na sociálních sítích oslovujeme také pomocí sponzorovaných příspěvků, které se zobrazují širšímu počtu uživatelů. Pokud se někomu příspěvek líbí a ještě není fanouškem naší stránky, tak jej pozveme, ať se fanouškem stane. Na LinkedInu a Instagramu získáváme fanoušky organicky, pouze přidáváním obsahu.

Co hýbe dnešním online světem

Technologie na internetu se neustále vyvíjejí, a velmi časté jsou proto aktualizace ze strany Facebooku a Googlu. V mediálním světě je to určitě programatická reklama, která umožňuje konkrétní zaměření na publikum napříč celým internetem a použitím různých formátů. Obsahově to je a bude formát videa, který by měl být do pár let hlavním obsahem na internetu. Nicméně jsou to také sociální sítě, na kterých trávíme nezanedbatelné množství času. Na nich se stále častěji setkáváme s tzv. chatboty, které si firmy nastavují pro automatizovanou komunikaci se zákazníky. První polovinu roku jsme si také všichni online marketéři lámali hlavu se zákonem GDPR.



„MÍT NA SOCIÁLNÍ SÍTI STOVKY TISÍC FOLLOWERŮ JE K NIČEMU, KDYŽ VÁM NIKDO NELAJKNE POST,“

říká **Radek Szirti**, Head of digital media ve skupině Óčko

Ve skupině Óčko se stará o kompletní portfolio digitálních médií. Jeho rukopis naleznete například na silných facebookových a instagramových profilech, které komunikují s fanoušky Óčka. V loňském roce se pod jeho taktovkou přenesla velká vánoční kampaň Óčka z televizní obrazovky na sociální média. Pod hashtagem #tocenim v ní fanouškové mohli vyhrát zážitky se zpěváky, youtubery nebo moderátory. Stejně úspěšný byl i rebranding televizní stanice Óčko STAR zaměřující se na hity od 80., 90. let a milénia.

Čím získávám další followery

Hlavně organicky, a to díky unikátnímu kvalitnímu obsahu, který přesně odpovídá poptávce naší cílové skupiny (hudba, zábava, fashion). Pomáhají nám také interaktivní nástroje jako např. přebírání instastories na jeden den známými osobnostmi, které pro nás točí celý svůj den na naše „storíčka“, nebo Insta Call rozhovory. Pro nás ale neplatí „čím víc followerů, tím lépe“, mnohem důležitější je engagement (pozn. uživatelské reakce na příspěvek). Na co vám je například 620 tisíc followerů na Facebooku, když vám nikdo nelajkne post? Musím ale říct, že v tomto směru se nám velmi daří.

Co mě při vytváření nových příspěvků inspiruje

Obyčejná lidská empatie. Snažím se vcítit do toho, co lidé chtějí vědět a co je baví. Základem je jednoduše a srozumitelně jim to naservírovat. Z formátů jsou to 360° příspěvky, hlasovačky a videa.

Jaké sociální sítě jsou mi osobně nejbližší

Z profesního hlediska určitě LinkedIn. Je to nástroj, který umožňuje ukázat lidem, kteří drží marketingové budgety, že je efektivní inzertně oslovit mladou cílovou skupinu přes online kanály Óčko TV. Pro soukromé účely mě baví Instagram, je hodně interaktivní.

Co hýbe dnešním online světem

Je to určitě augmented reality (*pozn.: rozšířená realita*), která bude v následujících letech hodně hýbat naším běžným životem – myslím tím například fenomén PokemonGO nebo Google Glass. Co rychle bublá na povrch, je i tzv. VOICE, neboli ulehčení běžných lidských prací pomocí hlasu. Co je podle mě naopak děsivá budoucnost, která nás ovládá už nyní, je algoritmus sociálních sítí. Naprogramovaný je tak, aby podvědomě a nevědomě vzbudil nákupní chování uživatele.



INSTAGRAM

INSTAGRAM JE APLIKACE ZAMĚŘENÁ NA SDÍLENÍ FOTEK ČI VIDEÍ A STÁVÁ SE KAŽDÝM DNEM POPULÁRNĚJŠÍ. NABÍZÍ MOŽNOST SLEDOVÁNÍ PŘÁTEL, ZNÁMÝCH OSOBNOSTÍ, CESTOVATELSKÝCH PROFILŮ, BLOGGERŮ, E-SHOPŮ, RESTAURACÍ NEBO FIREMNÍCH PROFILŮ. FIRMÁM DÁVÁ PŘÍLEŽITOST UKÁZAT SVOU ZNAČKU MEZI LIDMI, VYBUDOVAT SI ZÁKLADNU FANOUŠKŮ A KOMUNIKOVAT S NIMI. A KOMUNIKOVAT PŘEDEVŠÍM S MLADŠÍMI GENERACEMI, U KTERÝCH SE FACEBOOK NETĚŠÍ PŘÍLIŠ VELKÉ OBLIBĚ. PŘEDEVŠÍM DÍKY INSTAGRAMU SE DO POVĚDOMÍ ŠIROKÉ VEŘEJNOSTI DOSTALO DALŠÍ ANGLICKÉ SLOVÍČKO – HASHTAG. HASHTAGY NALEZNETE I NA FACEBOOKU A TWITTERU A OZNAČUJÍ SE JIMI KLÍČOVÁ SLOVA, PO JEJICHŽ PROKLIKNUTÍ SE ZOBRAZUJÍ PŘÍSPĚVKY, KTERÉ JSOU OZNAČENY STEJNÝM HASHTAGEM.

„SNAŽÍM SE POCHOPIT KAŽDÉHO KONKRÉTNÍHO FA- NOUŠKA A VYTVÁŘET POUTAVÝ A PŘITOM REÁLNÝ OBSAH,“

říká specialistka na online marketing
v Penamu **Nikol Štejdřová**

V Penamu se stará o facebookové stránky společnosti a stránky určené milovníkům toastů a toastování. Přestože je ve firmě jen krátce, stihla založit nový instagramový profil Penamu. Ten má prozatím jen do stovky sledovatelů, ale reakce na příspěvky jsou už i tak dost líbivé. A to prozatím bez placené propagace. Na příští rok chystá velký redesign Facebooku. Spravované sociální sítě chce neustále posouvat dopředu a prezentovat obsah, který se bude lidem líbit a budou se na něj těšit.

Jaká sociální síť je moje „srdcovka“

Určitě Instagram. Baví mě na něm hned několik věcí. Na Instagramu můžete zaujmout na první pohled, a proto je základem sjednocený, originální a poutavý obsah. Lidé mají rádi hezké věci, a když k tomu doplníte správný příběh, první základna fanoušků je na světě. Pak už je to o poznávání lidí, kteří vás sledují. Musíte pozorovat i je, jak reagují, co postují, koho sledují... jednoduše se vcítit do svých sledovatelů. A přitom je nesmíte přestat nudit. Člověk nesmí usnout na vavřínech. Tato síť je strašně odlišná od Facebooku, myslím si však, že je daleko zajímavější a hravější. Mám ráda nenásilnou, ale efektivní reklamu a to mi Instagram umožňuje.

Co mě inspiruje při vytváření příspěvků

Samozřejmě to je inspirace na jiných profilech. Mám výhodu, že mám kolem sebe hodně lidí, kteří jsou kreativní. Do nápadů a realizace se zapojuje celý marketingový tým Penamu, což velmi pomáhá s tvorbou obsahu. V neposlední řadě hodně čerpám z rodiny. Přítel a děti mají dost odlišné názory na to, co je dobré a co zase ne, a já nasávám neuvěřitelným způsobem reálné informace ze strany sledovatelů na sociálních sítích. Všeobecně to znamená stále všechno sledovat a inspirace se dá najít absolutně všude.

Čím získávám další fanoušky

Snažím se pochopit každého konkrétního fanouška a vytvářet reálný a poutavý obsah,

který by měl být trochu i ze života firmy. Naším sledujícím bych chtěla ukázat, že i lidé v Penamu jsou stejní jako oni a každá práce má to své zasloužené a vydřené. Zaměstnanci u nás odvádí skvělou práci, vážíme si jich, a proto ten produkt, který jim prošel rukama, prostě musí ochutnat ☺... Raději si dám práci s tvorbou obsahu, budu zkoušet, využívat nejnovějších trendů a využívat načerpané inspirace. Když do toho člověk vloží práci a energii, je to znát, i fanoušci to cítí a umí to ocenit. Určitě nechci nakoupit followery a předvádět sice tisíce sledovatelů, aby závěrem toho byl „mrtvý“ profil.

Co hýbe dnešním online světem

Noooo, tady si myslím, že se to mění každou vteřinu. Hodně velký vliv mají na online svět stále celebrity, bloggerky a samozřejmě jsou to i youtubeři. A je to jen díky tomu, že nechávají nakouknout do svého soukromí, umí na to jít chytře a vtípně a to má u nás stále velkou váhu. Hodně lidí si přeje žít život jiných a nějak podvědomě se tomu i přizpůsobují.



„TRENDY SE V ONLINE SVĚTĚ RYCHLE MĚNÍ A DŮLEŽITÉ JE NEZASPAT DOBU,“

říká marketingový specialista Agrotecu
Marek Musil

Má na starosti rozvoj digitálních projektů v celé skupině Agrotec. K jeho hlavním úkolům patří například databázový systém pro zobrazení skladových vozidel na firemních webech i weby samotné. Věnuje se také komunikaci na sociálních sítích, nastavování

koncepte digitálního marketingu a jejímu přenášení na ostatní marketingové specialisty v týmu. Velkou pozornost vzbudila letos na sociálních sítích jeho podzimní fotosoutěž – na Facebooku dosáhla téměř 500 000 impresí. Úspěšné jsou i jeho příspěvky prezentující zemědělskou techniku v akci a ty, které rozněčívají diskusi o strojích dodávaných Agrotecem.

Které sociální sítě jsou mi nejbližší

To se různí dle informací, které chci doručit. Na personální marketing je asi nejlepší LinkedIn a třeba prodej se dělá lépe na Facebooku než na více brandovém Instagramu. Osobně mám nejbližší k Facebooku, což je ale dáno i tím, že mu věnuji největší úsilí a máme na něm například od obsluh zemědělských strojů nejlepší odezvu.

Jak se mi daří rozšiřovat okruh sledujících

Snažím se hledat témata, která naše fanoušky a potenciální zákazníky zajímají. Chci tvořit obsah, který je buď baví, předává know-how, nebo inspiruje. Sociální sítě nemají být primárně o získání co největšího množství fanoušků, ale o nalezení správných lidí a udržení pravidelného kontaktu s nimi.

Co mě při práci inspiruje

Nejsem příznivcem dělání marketingu tzv. od stolu. Největší inspirací jsou přímo zákazníci a rozhovory s nimi, při kterých se dozvím, jaká témata je zajímají. Dalším výrazným pomocníkem je zpětná vazba přímo z příspěvků, jelikož je dostupná v podstatě ihned. Dle mého názoru se člověk při plánování obsahu pro sociální sítě nesmí bát s příjemci obsahu mluvit a rozhodně se nesmí bát zkoušet nové věci.

Co hýbe dnešním online světem

Dnešním online světem zejména u mladší generace jednoznačně hýbou mobilní zařízení, přičemž v letošním roce asi nejrychleji roste množství i aktivita uživatelů Instagramu. Trendy se ale mění a pozornost lidí je vrtkavá, takže je podstatné nezaspát dobu. Přesto je výhodou, že důležitost sdělení a obsahu zůstává, jen se mění doručovací médium. ■



FACEBOOK

PROZATÍM NEJVĚTŠÍ SOCIÁLNÍ SÍŤ NA SVĚTĚ. OBSAHOVĚ SE NA FACEBOOKU MŮŽE OBJEVIT OPRAVDU COKOLIV – UŽIVATELÉ SE TADY MOHOU POCHLUBIT I S TOU NEJVŠEDNĚJŠÍ UDÁLOSTÍ, KTERÁ JE POTĚŠILA, ŘÍCI NĚCO O SVĚM KONÍČKU, NEBO UKÁZAT COKOLIV, CO JE ZAUJALO. JINÉ JE TO U FACEBOOKOVÝCH FIREMNÍCH STRÁNEK. NA ROZDÍL OD BĚŽNÉHO UŽIVATELSKÉHO ÚČTU NEZÍSKÁVÁJÍ FIREMNÍ STRÁNKY NOVÉ PŘÁTELE, ALE FANOUŠKY A FUNGUJÍ JAKO KLASICKÝ REKLAMNÍ KANÁL. NOVÉ FANOUŠKY FACEBOOKOVÝCH FIREMNÍCH STRÁNEK LZE ZÍSKÁVAT POMOCÍ RŮZNÝCH SOUTĚŽÍ, VIRÁLNÍHO OBSAHU ČI APLIKACÍ.

ZNAČKA PENAM BODOVALA V SOUTĚŽI „ČESKÁ CHUŤOVKA 2018“

V soutěži „Česká chuťovka 2018“ značka Penam uspěla hned se šesti výrobky. Výsledky byly vyhlášeny tradičně v Senátu České republiky za přítomnosti desítek zástupců výrobců kvalitních českých potravin. Česká chuťovka 2018 udělila cenu těmto Penam výrobkům: Jesenícký chléb, Chléb Quinoa, Beránek perníkový s polevou světlou, Sladké vánoční cukroví s máslem. Komise soutěže „Dětská chuťovka 2018“ pak ocenila tyto výrobky: Špička s náplní jablečnou 100 g, Špička s náplní jahodovou 100 g. Penam po roce potvrdil svou pozici lídra trhu a potvrdil kvalitu svých výrobků, která je u něj na prvním místě. „Díky pořadu v České televizi jsme mohli vidět, jak zodpovědně děti vybírají vítězné výrobky a jsme moc rádi, že si vybraly hned dva ze tří našich výrobků přihlášených do soutěže,“ říká Martin Dolský, manažer marketingu společnosti Penam.



V NITRE PADOL ĎALŠÍ REKORD! ZAHRYZNITE SA DO CHLEBOVEJ MAPY SLOVENSKA!

Naši pekári to opäť dokázali! Už po štvrtýkrát si dali pekári záväzok osláviť ich najväčší sviatok – Svetový deň chleba, ktorý pripadá na 16.10. vytvorením rekordu. V duchu „Tvoríme príbeh pečiva“ sa oproti minulým rokom do prípravy rekordu zapojili všetky naše mlyny a pekárske prevádzky spoločnosti Penam Slovakia. Zrnká obilia pricestovali z mlyna Trnava, Ivanka pri Nitre a Trebišov a svoje sily spojili a majstrovstvo pekárov dokázali pekári z piatich pekární v Bratislave, Nitre, Žiline, Lučenci a Prešove. Rekordné puzzle v tvare mapy Slovenska upiekli pekári pod vedením manažérov prevádzok z cesta najobľúbenejšieho klasického konzumného chleba a každú časť mapy ozdobili charakteristickým chlebkom z regiónu, kde pekárne sídlia. Na príprave rekordu pracoval tím dovedna 200 hodín. Pekári naň použili 216,4 kg múky, 4,2 kg soli, 2,8 kg droždia a 152,3 litrov vody. Cesto vo forme kyslo 70 minút a jednotlivé časti puzzle sa do chrumkava upiekli v peci za 90 minút. Ručne tvarované názvy miest, kde sídlia pekárne a mlyny Penam, ktoré boli doslova majstrovským dielom, pomohla pripraviť pani Remžová z oddelenia objednávok a mapu krásne ozdobili a naaranžovali kolegyně z oddelenia technológie Ing. Ostrožlíková a Ing. Bukovčanová. Upiecť také veľké puzzle časti vôbec nebola jednoduchá záležitosť a vyžadovala si dôslednú prípravu a skúšky výpeku chleba „nanečisto“. Nakoniec sa však snaha našich pekárov vyplatila a podarilo sa časti spojiť a tak vytvoriť mapu Slovenska o dĺžke 704 cm a šírke 335 cm. Svojou účasťou oslavy chleba nás poctil i Milan Lapšanský, generálny riaditeľ sekcie potravinárstva a obchodu MPRV SR. Slávnostného merania obrovskej mapy sa zúčastnili okrem zástupcov médií aj pán Igor Svitok, zástupca Slovenských rekordov, ktorý potvrdil vytvorenie ustanovujúceho rekordu a odovzdal manažérom pekárskych prevádzok a pánovi Živickému certifikát „Najväčšie puzzle realizované z chleba“.



PENAM MÁ DVĚ CENY ZA INOVACE

Dvě prestižní ceny za inovativní výrobky získala letos od Potravinářské komory ČR společnost Penam. Uspěla v konkurenci desítek výrobků a odnesla si tato ocenění: V kategorii „Za kvalitu a bezpečnost“ vyhrál Himalájský chléb. V kategorii „Reformulace roku“ vyhrál Večerní chlebič. Ten má právo používat i prestižní logo. „V letošním roce byl počet výrobků ucházejících se o ocenění dvojnásobný ve srovnání s předcházejícími ročníky. Výrobci přihlásili velmi zajímavé produkty, je vidět, že jejich zájem o inovace roste a že zejména roste jejich zájem se se svými výrobky pochlubit. Hodnotící komise měla letos velmi těžké rozhodování. Těší nás, že je soutěž mezi výrobci stále populární a že výrobci pochopili, jaké možnosti přináší,“ uvedl ředitel pro programování a strategii Potravinářské komory ČR Ing. Miroslav Koberna, CSc., který certifikáty oceněným společnostem slavnostně předal u příležitosti konání Žofinského fóra v říjnu 2018. ■

„CHTĚLI JSME DĚLAT NĚCO, CO TADY NENÍ“,

říká o největší e-mailingové konferenci v Čechách
Emailing 2020 **Petr Cikán**
ze společnosti Acomware.

Acomware pomáhá firmám vyniknout v digitálním světě. A daří se mu to. V loňském roce pokořil hranici obrátu 190 milionů korun a stále roste. S Petrem Cikánem, Head of E-mail Marketing & Technology jsme si povídali o nejúspěšnějších projektech, čím dál dokonalejší umělé inteligenci a dalších online trendech nejen v e-mailingu.



Co vlastně znamená název společnosti Acomware?

V anglickém slovníku tohle slovo nenajdete. Je ale třeba říct, že na začátku fungovaly internetové vyhledávače jinak. Byly řazeny dle abecedy. Zakladatelé Acomware chtěli být na prvních pozicích a tak jednoduše propojili písmeno A s mezinárodní internetovou koncovkou com a anglickým slovem „ware“, které v překladu do češtiny znamená zboží nebo výrobky. Acomware z počátku vyrostl především díky spolupráci s e-shopy a zboží bylo a je základem online podnikání, proto v názvu nesmělo chybět.

Kterým úspěšným e-shopům jste pomáhali s rozjezdem?

Na startovní čáře onlinu byli v roce 2000 především prodejci mobilních telefonů, elektrických spotřebičů, hraček, knih nebo audio a video nosičů. Od samého začátku proto spolupracujeme s Tescomou, Conradem nebo Feedem, což je dnes jeden z největších e-shopů se zbožím pro děti. Projekty zaměřené nejen na výkonnostní kampaně realizujeme například pro společnosti Tchibo, Decathlon nebo Air Bank.

Online svět se mění velmi rychle.

Která odvětví se pouští do podnikání přes internet tzv. ve druhé vlně?

Jsou to především firmy zaměřené na „food“ a „fashion“, ty před zhruba pěti lety v online světě vůbec nebyly a v posledních letech zažívají jejich digitální prodej ohromný boom. Dnes už ale například i velcí retailoví hráči typu Lidl nebo Ikea vidí, že se bez onlinu neobejdou a v podstatě všichni prodejci mají svoji online strategii, protože tahle forma prodeje či budování značky pro ně může být do budoucna stěžejní.

Acomware je především konzultační společnost. V jakých oblastech rady poskytujete?

Máme tým konzultantů, kteří klientům radí, jak se v digitálním světě orientovat a jak uspět. Připravujeme marketingové analýzy a firmám navrhujeme, co zlepšit a jakým směrem by se do budoucna měly ubírat. Věnujeme se i komunikačním strategiím od tvorby značky, definování cílových skupin a návrhům práce s nimi, až po tvorbu komu-

nikačních plánů. Kromě konzultací a e-mail marketingu nabízíme i kreativní služby nebo kompletní výkonnostní marketing včetně sociálních sítí.

Nedávno jste pořádali největší e-mailingovou konferenci v Čechách.

Jak se vám podařilo získat tolik světově uznávaných řečníků?

Je za tím rok práce především našeho kolegy Martina Halamy, který je velmi aktivní v rámci odborné komunity a má vybudované kontakty na mezinárodní úrovni. Velkým zdrojem inspirace pro nás dlouhodobě je i Twitter a zahraniční konference, kterých se pravidelně účastníme. Nejtěžší ale bylo zajistit kvalitní spikry pro první ročník, kdy jsme konferenci rozjížděli a nemohli jsme se opírat o prestiž, kterou dnes konference má. Letošní třetí ročník byl z hlediska shánění spikrů snazší, jelikož Emailing 2020 má už vybudované jméno a skvělou pověst, spikři se nám hlásí i sami, to je pro nás jakožto organizátory skvělá odměna.

databázích, jako například přizpůsobení obsahu handicapovaným lidem. To je pro nás sice zajímavé, ale vzhledem k nesrovnatelně menší velikosti trhu se u nás tyto věci realizovat nedají. V Americe mají navíc oproti ČR výrazně větší zastoupení Apple zařízení, na kterých lze realizovat celou řadu pokročilých funkcí. Všechny tyto trendy je ale dobré sledovat, protože k nám většinou za několik let dorazí. Navíc hosté, které zveme z Ameriky, bývají z Prahy nadšení. Většinou tu stráví minimálně týden a chtějí přijet znovu.

Díky umělé inteligenci jsme schopni výrazně efektivněji zpracovávat zákaznická data, a jak jsem zmínil v předešlé odpovědi, je schopná i predikovat a vyhodnocovat, co adresáty zajímá. Bez ní se dnes cílený obsah na internetu neobejde. Není ale ještě zdaleka neomylná a z reakcí lidí se proto neustále učí a zdokonaluje. Velkým problémem v této oblasti je také to, že lidé často nereagují tak, jak se zcela logicky rozhodne stroj. Velkým úkolem pro umělou inteligenci je řešení etických otázek.



Letos na pódiu převažovali zahraniční řečníci. Byl to záměr?

Rozhodně ano. Chtěli jsme do Čech pozvat řečníky, kteří tady ještě nikdy nevystupovali a přitom patří v e-mailingu ke špičkám. V předešlých letech jsme si ověřili, že jazyková bariéra není pro návštěvníky z online světa nijak zásadní a těm, kteří mají zájem, což je zhruba třicet procent, nabízíme simultánní překlad. Konference Emailing 2020 je určena pro návštěvníky, kteří nemají čas jezdit na přednášky do Londýna, ale chtějí se dozvědět o novinkách a trendech. Proto jsme se rozhodli, že jim tyhle lidi přivezeme do Prahy. Naše konference je dnes srovnatelná s těmi, které se pořádají v Británii. Do budoucna bychom rádi zacílili na sousední země a pozvali do Prahy i lidi z Polska nebo Německa.

Jak moc se dnes liší situace například v americkém a českém e-mailingu?

Věci, které se řeší v Americe na milionových

„KONFERENCE EMAILING 2020 JE URČENA PRO NÁVŠTĚVNÍKY, KTERÍ NEMAJÍ ČAS JEZDIT NA PŘEDNÁŠKY DO LONDÝNA, ALE CHTĚJÍ SE DOZVĚDĚT O NOVINKÁCH A TRENDĚCH.“

Na letošní konferenci se hodně mluvilo o personalizaci e-mailů. O co vlastně jde?

Jde o určitou formu „one-to-one“ komunikace, která odpovídá požadavkům adresáta. Sleduje se chování lidí na internetu a jejich reakce, kterým se přizpůsobuje obsah. Na e-shopech je dnes takhle forma komunikace poměrně známá, zákazník dostává nabídky, o které se na svém počítači zajímá a které odpovídají tématům, které vyhledává.

Personalizace e-mailů souvisí se stále častěji používanou umělou inteligencí. Do jaké míry dnes roboti řídí online komunikaci?

Kde všude dnes můžeme komunikovat s roboty, kterým se v online komunikaci říká chatboti?

Firmy je čím dál častěji používají u odpovědi na standardní a neustále se opakující otázky. Pokud se ale v komunikaci dostanou do úzkých a nevědí si s odpovědi rady, automaticky se komunikace překlápí na člověka. Nejčastěji je dnes využívají banky nebo pojišťovny.

Je skvělé, že Acomware přináší prostřednictvím konferencí nové příležitosti pro vzdělávání. Jaký byznysový projekt Acomware byste zmínil na závěr jako mimořádně úspěšný?

Pro HUDYsport jsme například nedávno připravili e-mailovou kampaň budoucnosti. Obsah newsletterů jsme přizpůsobili nejen konkrétním zájmům zákazníků, ale také předpovědi počasí. Kampaň ocenila porota WebTop100 prvním místem v kategorii „E-mailingová kampaň“. ■

„NAŠE FARMY PATŘÍ MEZI EVROPSKOU ŠPIČKU“

řídí ředitel SPV Pelhřimov a celé skupiny firem zabývajících se chovem prasat **Petr Coufal**

V rozhovoru se dozvíte, jak firmy kontrolují spotřebu antibiotik u hospodářských zvířat, kdy si budeme moci jako zákazníci ověřit, z jaké farmy pochází maso, které si v obchodech kupujeme, a jak se lidé na těchto farmách o zvířata starají nebo proč je důležité farmy repopulovat.

Mezi šéfy zemědělských firem jsou většinou lidé, kteří od dětství vyrůstali na farmě. Máte jako šéf skupiny firem, které se v Agrofertu věnují chovu prasat, podobnou zkušenost?

Na farmě jsem sice nevyrostal, ale jelikož jsem studoval ekonomii na České zemědělské univerzitě, mám k zemědělství blízko. Když mě před čtyřmi lety oslovili přes LinkedIn headhuntem z Agrofertu, hledali někoho, kdo je především ekonom a ne zkušený zootechnik. Nabídka šéfovat firmě SPV Pelhřimov a poté dohlížet i na chov prasat v celé skupině Agrofert, byla a je stále velká výzva. V předešlých firmách jsem vždy pracoval jako ekonom, měl jsem bohaté zkušenosti s jejich řízením, a proto jsem chtěl zkusit něco nového. Souhlasil jsem, že budu firmy nejdříve poznávat od základu a vyzkouším si všechny důležité práce.

Co přesně to pro vás znamenalo?

Na tři měsíce jsem zmizel v útrobách skupiny PRASE (pozn.: skupina tří zemědělských společností zabývajících se chovem prasat, které se aktuálně starají o celkem 30 farem. Ty se kromě Olomouckého a Severomoravského kraje rozprostírají po celé České republice) a zjišťoval jsem, jak chovy prasat fungují. Procházel jsem jednotlivé farmy, poznával lidi, učil jsem se, jak se například prasata inseminují, jak probíhají porody nebo jak se kastrují selata. Seznamoval jsem se v podstatě s jejich celým životním cyklem. Spolupracoval jsem i při fúzi SPV Pelhřimov a Jave Pork. Poté jsem se stal ředitelem fúzované společnosti SPV Pelhřimov, kterou tvoří chovy na Moravě a na Vysočině, a od března 2017 jsem byl pověřen řízením celé skupiny chovu prasat v Agrofertu.

Jak často jste dnes jako ředitel několika farem v kontaktu se zvířaty?

Teď už míň, je to zhruba jednou za čtrnáct dní. Pořád se ale snažím najít si čas a povídat si s lidmi na farmách. Chci vědět, jaké problémy právě řeší a co je trápí, abych jim mohl pomoci. Podle zpětných vazeb si myslím, že to funguje. U nás to není tak, že by si lidé jen při příchodu do práce píplí kartu, odpracovali svoji směnu a my se o ně nezajímali. Jsme spíš jedna velká rodina. Jelikož mám nyní dvojí roli a kromě řízení SPV Pelhřimov se starám i o celou skupinu PRASE, musím se věnovat například i spolupráci se Svazem chovatelů prasat nebo přednášet pro studenty na středních a vysokých zemědělských školách. Na přednáškách je s kolegy seznamujeme především s našim trainee programem PigCamp (*Roční tréninkový kurz pro absolventy středních a vysokých zemědělských



ABYCHOM UDRŽELI ZDRAVÍ ZVÍŘAT NA VYSOKÉ ÚROVNI, MUSÍME NEUSTÁLE DODRŽOVAT PŘÍSNÁ PRAVIDLA BIOSEKURITY.

škol, na kterém si praktikanti osvojují všechny práce v chovech prasat.)

Jaký je o něj mezi studenty zájem?

Každý rok k nám nastupuje zhruba 5 až 7 studentů. Snažíme se z nich vychovávat zootechniky a zároveň zabraňovat tomu, že bychom na tyto pozice neměli žádné personální náhrady jako je tomu v jiných podobně zaměřených firmách. Díky PigCampu máme také ve firmách nižší věkový průměr a v tom jsme ve srovnání s ostatními zemědělskými společnostmi jedineční.

Uspokojí dnes kapacita všech farem skupiny PRASE poptávku zákazníků nebo se ji chystáte navyšovat či naopak redukovat?

Ani jedno, ani druhé. V plánu máme spíše optimalizaci. Každý rok se u nás narodí přes půl milionu selat, z odchovaných prasat odchází 93 % prasat na porážku do Kosteleckých uzenin a zbytek jde většinou na export. Kromě toho dodáváme zhruba 19 000 selat do maďarského výkrmu Agrofertu a dalších 30 000 selat prodáváme dánským farmářům v České republice.

Jakých výsledků dosahují vaše farmy?

Naše reprodukční farmy se řadí mezi nejlepší u nás. V České republice aktuálně odchová jedna prasnice 28 selat za rok, na našich farmách se daří odchovat více než 34 selat. Nejlepší farma Lipec dosahuje dokonce vý-

sledků, které jsou srovnatelné s nejlepšími dánskými farmami. (pozn.: Dánsko patří mezi největší a nejlepší chovatele na světě.)

Nedávno proběhla na jedné z Vašich farem repopulace. Proč jste se k tak náročnému kroku rozhodli? (pozn.: V průběhu repopulace putují nejdříve všechna zvířata na jatka, poté se farma důkladně vyčistí, zrenovuje a následně jsou do ní navážena nová selátka.)

Každá farma má svůj životní cyklus, který může trvat 10, 20 nebo i 30 let. I když jsou naše farmy uzavřené, což znamená, že si na nich odchováváme vlastní prasničky a nevozíme na ně prasničky z cizích chovů, po letech se v nich začínají objevovat různé nemoci. To se týká obecně všech farem v České republice. Některé z těchto nemocí mohou ale i po vyléčení zůstat na farmě a dále se to řeší např. vakcinací. Občas se objeví i nemoc, se kterou se dá bojovat hůře a musí se přistoupit k repopulaci. To byl případ i naší farmy Plevnice, která fungovala bez přerušování od začátku 80. let a nikdy se nerepopulovala. Na farmě byla prokázána jedna ze závažnějších nemocí prasat PRRS (pozn.: Reprodukční a respirační syndrom prasat), jejíž léčba je ekonomicky velmi náročná a vyžaduje velké množství léků.

Dnes navíc jak laická tak odborná veřejnost kritizuje nadužívání antibiotik...

To máte pravdu. Odborná veřejnost se na to dívá ve vztahu k rezistencím vůči antibiotikům. Jejich největší objem se dnes celosvětově spotřebovává ne u lidí, ale v chovech hospodářských zvířat, zvláště u prasat, takže je určitě správná cesta zaměřit se na jejich



snižování. Česká republika našťstí patří v tomto směru k těm lepším a má dokonce lepší výsledky než například Německo. Bohužel ne všechny státy světa dnes jdou touto cestou.

Jak se vůbec spotřeba antibiotik a léků v chovech po celém světě monitoruje?

Aktuálně se sleduje spotřeba antibiotik u všech chovaných hospodářských zvířat. Naše společnosti, jako jediné v České republice, dobrovolně sledují spotřebu těchto léků u jednotlivých kategorií zvířat a používají dánský model, kterému se říká „systém žlutých karet“. Díky němu víme, na jaké úrovni jsme, a porovnáváme se se spotřebou antibiotik v Dánsku, které patří mezi státy s jejich nejnižší spotřebou v Evropě.

Jsou tyto informace dostupné i zákazníkům, kteří si v obchodech maso kupují?

Během jednoho roku bychom rádi představili systém dohledatelnosti. Spotřebitel si bude moct dohledat, z jaké farmy maso pochází a jaká je na této farmě úroveň spotřeby antibiotik. Chceme tím našim zákazníkům ukázat, že je naše maso zdravé a z českých chovů.

BĚHEM JEDNOHO ROKU
BYCHOM RÁDI PŘEDSTAVILI
SYSTÉM DOHLEDATELNOSTI.
CHCEME TÍM NAŠIM ZÁKAZNÍKŮM
UKÁZAT, ŽE JE NAŠE MASO
ZDRAVÉ A Z ČESKÝCH CHOVŮ.

Jak jste už zmiňoval, výskyt velké spotřeby léků byl i jedním z důvodů repopulace vaší farmy Plevnice.

Jak dlouho byla tahle farma bez zvířat a procházela modernizací?

Farmu jsme vyskladňovali a čistili postupně. Nejdříve se přestaly zapouštět prasnice, takže poslední selata se na „staré“ farmě narodila na konci dubna, do půlky července byla v předvýkrmu, což ale byla zároveň doba, kdy jsme začali čistit první část uvolněných stájí. Čištění farmy bylo kompletní a týkalo se každého kousku budov a technologií, všechno se čistilo několikrát a několikrát se i dezinfikovalo.

Co dělali v době repopulace lidé, kteří se do té doby starali o chovaná zvířata?

Práce bylo hodně. Nejdříve přišli o svou do-

savadní práci lidé v inseminační části farmy, poté lidi z poroden a následně z předvýkrmu. Všichni se začali postupně zapojovat do očisty farmy a na určitou dobu se proměnili z chovatelů zvířat na myče, malíře a opraváře. Opravovali jsme podlahy, okna, přestavovali hygienickou smyčku pro zaměstnance (šatny, sprchy), seřizovali ventilaci a krmný systém a čistili kejdrové vany a kanály.

V repopulovaných chovech začínáte z pohledu virů a bakterií takzvaně od nuly. Budou mít teď vaši veterináři méně práce?

Určitě ne. Změní se jen systém práce, a to z léčení nemoci na farmě na prevenci a monitoring zdraví. Abychom udrželi zdraví zvířat na vysoké úrovni, musíme neustále dodržovat přísná pravidla biosekurity, kterých je celá řada. Kdokoliv například chce, kromě našich zaměstnanců, navštívit naše reprodukční farmy, nesmí být 48 hodin před touto návštěvou v kontaktu s prasaty. Pro výkrmy platí pravidlo 24 hodin. Na farmách máme dále dvojité oplocení, dezinfekční rámy pro vozidla a hygienické smyčky, kterými musí každý návštěvník projít. V praxi to znamená, že si tito lidé musí svléknout veškeré své oblečení, ve kterém přišli, včetně šperků nebo hodinek a nesmí si brát na farmu mobilní telefon. Poté se musí osprchovat, umýt si vlasy a jít do šatny, kde se obléknou do čistého farmního oblečení a obuvi. Dalším z pravidel je zákaz konzumace výrobků z vepřového masa na našich farmách. Důvodem je obava ze zavlečení viru afrického moru prasat, který se nyní šíří po světě.

Má se veřejnost afrického moru prasat obávat?

Obavy jsou oprávněné jen na straně chovatelů. Jde o nemoc, která je pro lidi neškodná. Pokud ale dojde k zavlečení této nákazy do chovu domácích prasat, musí být tento chov zlikvidován. Jedinou obranou je pro chovatele důsledné dodržování výše zmíněné biosekurity.

Jak se nemoc projevuje?

Prasata přestanou přijímat potravu, mají vysokou horečku a velmi rychle hynou. Aktuálně bojují s touto nákazou například v Rusku, Pobaltských státech, Polsku, Rumunsku, Ukrajině, Maďarsku a nově i v Belgii. Navíc se nyní nekontrolovaně šíří na území Číny. Do České republiky byla tato nákaza zavlečena loni v červnu a došlo k rozšíření pouze do populace divokých prasat na Zlínsku. Zatím to ale vypadá, že Česká republika je jedinou zemí, kde se podařilo dostat pod kontrolu šíření této nákazy. ■



KMOTROVA VÁNOČNÍ NADÍLKA

Naše společnost Kmotr – Masna Kroměříž i v letošním roce připravila pro své zákazníky nejen tradiční trvanlivé salámy, ale také speciální dárková balení s fermentovanými výrobky. Které by rozhodně neměly pod vánočním stromečkem chybět! Koše plné trvanlivých delikates, a to od salámů až po klobásky, mnohdy doplněné vínem, potěší jistě každého milovníka netradičních chutí. Dárková kolekce Kmotrových salámů v elegantním černo-zlatém provedení bude ideálním dárkem nejen pro gurmány.

Krásným a nevšedním dárkem může být také elegantní dárkové balení Party klobásek, které zdobí moto Carpe diem – „užijte dne“. Jemně pikantní klobásky s vysokým obsahem masa zpříjemní sváteční chvíle v kruhu rodiny či přátel. Záleží pouze na vás, s kým si tyto trvanlivé klobásky vychutnáte. Nejvíce Vám však budou chutnat spolu s vašimi blízkými.

Prostě si... užijte dne! Nebojte! Nezapomněli jsme ani na tradiční mikulášskou nadílku. Takže pokud jste byli celý rok hodní, jistě si zasloužíte chutnou odměnu třeba ve formě Mikulášského mixu. Pro vás ostatní máme Pekelný mix od samotného Lucifera. Na výběr máte také z mnoha našich dalších výrobků, které jsou k dostání nejen u našich obchodních partnerů, ale také na eshopu www.kmotr.cz. Přejeme Vám chutné a pohodové vánoční svátky s KMOTREM. ■

OPRAVDOVÁ ŠUNKA PRO SKVĚLÝ TOUST

Příprava domácích svačin má stále smysl a vyplatí se do ní investovat váš čas. Naším cílem je vrátit zpět na výsluní kvalitní šunku do toustů. Proto jsme vyvinuli naši novou Toust šunku tak, aby nebyla suchá a aby její chuť byla výrazná, ale pořád jemná v souznění s toustovým chlebem. V čem je naše nová šunka vlastně výjimečná? Obsah masa 80 % zaručuje její vyváženou šťavnatost v křupavém toustovém chlebu. Má speciální tloušťku plátek 2 mm, aby se neztratila její chuť v toustu. Je skvěle dochucená, tak aby souzněla s toustovým chlebem a sýrem. Přinášíme vám tip na svačinku, který určitě oceníte jak vy, tak i vaše ratolesti.

ZAPEČENÉ TOUSTY

Do Toust chleba máslového od Penamu vložte Toust šunku z Kostelce, plátek sýra a plátky rajčat popř. zeleného listového salátu. Tousty poté zapečte v toustovači. Když do toustu přidáte i kečup, nemůžete udělat chybu.





MIKROWEBY FATRA

CÍLENÉ INFORMACE PRO ZÁKAZNÍKY

Fatra se rozhodla rozšířit stávající počet webových stránek o dalších 7, které nabízejí návštěvníkům relevantní a detailnější informace o jednotlivých segmentech. Předchozích 5 mikrowebů tak posílilo dalších 7, které zachovávají stejný vizuální styl. Uživatelsky přívětivější prostředí ocení zejména

zákazníci segmentů Granulát, Paropropustné fólie a lamináty, Biaxiálně orientované fólie, regranulace, extruze, vstřikování a PVC obaly. Fatra tak reagovala na podněty ze strany zákazníků týkající se zlepšení uživatelského prostředí a poskytnutí podstatných informací v co nejrychlejší formě.



„JSME S VÁMI, KDYŽ...“ MÁ SVÁ VIDEA

Více přiblížit koncovému zákazníkovi, co vše Fatra vyrábí a kde se může s jejími výrobky setkat, je cílem nových mikrovideí. Poukazují na životní situace, kdy jsou lidem výrobky Fatry nablízku, aniž by si toho byli vědomi. Když žijete naplno a jdete s partnerkou hrát tenis na antukový kurt nebo když vaše dítě začíná objevovat svět, to vše je obsaženo v nových mikrovideích, která více přibližují výrobní portfolio společnosti Fatra. Videá jsou použita pro internetovou reklamu a umístěna i na kanál Youtube, na němž mají v tuto chvíli dohromady přes 173 tisíc zhlédnutí.



MEZINÁRODNÍ VELETRHY FLOORINGSHOW A FACHPACK HOSTILY FATRU



Fatra se letos poprvé účastnila veletrhu Flooringshow, který se koná na britských ostrovech. Fatra Napajedla ve spolupráci s firmou Fatra UK představila ve Velké Británii kolekce LINO, RS-click a Thermofix včetně nové řady ART. Společně s dalšími 190 vystavovateli převážně z Evropy a Číny předvedla kvalitní produkty s vkusným designem, díky kterým stánek navštívili investoři, aplikátoři, distributoři a architekti z celé Evropy, jmenovitě pak z Anglie, Německa, Rakouska a Francie. Celkem na veletrh zavítalo přes 3500 návštěvníků z celého světa. The Flooringshow patří mezi největší podlahářské akce ve Velké Británii. Veletrh FachPack je s Fatrou spojován již přes 3 roky a jedná se o největší mezinárodní akci týkající se obalových technologií. V německém Norimberku se jí zúčastnilo více než 1600 vystavovatelů z celého světa a navštívilo ji více než 45 tisíc lidí. Mohli si prohlédnout BO PET fólie a profily, které Fatra vyrábí ve svých provozovnách Chropyně a Napajedla. Hlavním tahákem byly nové metalizované fólie a dále vzory šedé a hnědé barvy. Komfort pro schůzky se zákazníky zajistil stánek s celkovou plochou 32 m². Více než 70 jednání vyústilo v posílení stávajících a navázání nových obchodních vztahů.

PRVNÍ TECHNICKÁ KONFERENCE AGROFERTU

Většina firem si už dávno zvykla na nespočet nejrůznějších finančních auditů a kontrol, technické audity takovou tradici zdaleka nemají. Technická obec není zvyklá, že by jí někdo chodil kontrolovat a díval se jí pod prsty. Jak je tedy možné, že technický audit ve Fatře získal v Agrofertu před třemi lety tak pozitivní ohlas a nastartoval velký zájem o tento typ auditu i v řadě zemědělských a potravinářských společností? V čem jsou technické audity pro firmy přínosné? Proč se jim finančně vyplatí a jaké know-how díky němu získají? Ptali jsme se ředitele Úseku interního auditu Agrofertu Karla Vabrouška.

Příběh dnešního úspěchu vašich technických auditů začal ve Fatře.

V čem se tehdy vedení firmy zalíbilo?

Do Fatry jsme se před čtyřmi lety vydali na hloubkový audit a při té příležitosti jsme se podívali na technickou dokumentaci k technickým zařízením. Zpočátku byla vůči naší aktivitě nedůvěra, protože technická obec není zvyklá, že by někdo chodil a díval se jí pod prsty. S odstupem času převládl názor, že náš technický audit měl svůj přínos. Vznikla díky němu řada doporučení na zlepšení. Na naší první technické konferenci, kterou jsme pořádali koncem října v Agrofertu, vystoupil i hlavní mechanik Fatry, Petr Gahura, který všechny přítomné seznámil s tím, jak po našem auditu řeší elektronizaci a digitalizaci technické dokumentace. Fatra je dnes z tohoto pohledu v mnoha oblastech best practice ve skupině.

Váš technický audit se líbil i v Deze...

A nejen tam. Nový typ auditu jsme představili i v některých potravinářských a země-



Zleva: ředitel Inspekčního orgánu Mostecká montážní Ing. Martin Šturma, ředitel interního auditu Agrofertu Ing. Karel Vabroušek a výkonný ředitel Agrofertu Ing. Josef Mráz.

dělských společnostech a postupně vznikla myšlenka, že když už nabíráme know-how k technické dokumentaci k vyhrazeným a nevyhrazeným technickým zařízením ze dvou chemických společností, co kdybychom se zaměřili na zemědělské podniky a ověřili, jaká je u nich situace, a případně vytvořili

vzor technické dokumentace, který by mohly sdílet i prvovýroby v daném subholdingu.

V zemědělském prostředí jste nenarazili na názor, že technická dokumentace má vysokou kvalitu a není třeba ji zlepšovat?

V ZZN Polabí, kde jsme v létě dokončili

první fázi našeho technického auditu, tuto aktivitu vítali, protože sami chtěli svoji dokumentaci prověřit a dostat od nás doporučení na její vylepšení. Na tomto projektu jsme začali pracovat už v roce 2017 a po půl roce vznikla výstupní projektová zpráva, ve které jsme navrhli, co se má a musí udělat, jaké předpisy neodpovídají aktuální legislativě a jaké chybí. Ve spolupráci s vedením ZZN Polabí a jeho techniky jsme poté vytvořili vzorovou technickou dokumentaci sila, která je nyní připravena pro roll-out v jednotlivých provozyvábách.

Čím vším se tahle vzorová dokumentace zabývá?

Jde o kompletní soubor technických dokumentů především v podobě provozních předpisů. Ve vzorové dokumentaci pro silo je například nově vypracovaný provozní bezpečnostní předpis na sušárnu nebo bezpečnostní předpis pro elektrická zařízení,

schopni odpovídat na většinu běžných dotazů z různých společností koncernu. Legislativu pro svá technická zařízení řeší všude. Pozváni byli nakonec kromě zemědělců také zástupci všech chemických závodů a potravinářských podniků a přihlásilo se nám celkem 125 lidí.

Co všechno se tedy nakonec na technické konferenci řešilo?

Kromě legislativy, pravidel a norem pro jednotlivá technická zařízení jsme prezentovali návrh organizační struktury osob zodpovědných a garantů, abychom zabezpečili optimální správu této technické dokumentace. Personálně-organizační struktura je důležitým bodem celého projektu a je klíčová k tomu, aby celý systém fungoval.

Většina firem se momentálně potýká s nedostatkem personálu. Jaké byly odezvy na vaše návrhy propracovanější personálně-organizační struktury?

Pokud v rámci auditu nebo projektu navštívíme jakoukoliv firmu, narážíme na nedostatek kvalifikovaných techniků. Je ale pravda, že sestavení organizační struktury je na celém projektu nejsložitější. Všem říkáme, že ničemu nepomůže lamentování, že nemáme lidi. Ve Fatře například neměli osobu zodpovědnou za zdvihací zařízení, proto jsme v rámci auditu společně vytypovali vhodného člověka. Firma ho zařadila do školícího programu zaměřeného na rozšiřování kvalifikace, tento člověk si tak ve Fatře zvýšil svoji kvalifikaci na úroveň revizního technika zdvihacího zařízení a stal se osobou zodpovědnou za toto zařízení. Dnes je schopný kontrolovat i práci externích revizních techniků. Jsou-li revizní zprávy bez chyb, založí je a digitalizuje. To je jeden z mnoha cílů, kterého by se měla snažit v rámci digitalizace technické dokumentace po technickém auditu dosáhnout každá firma.

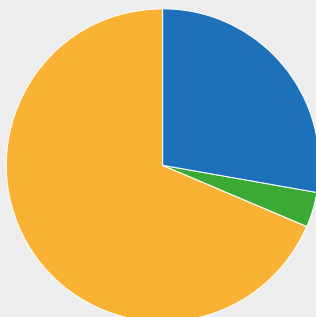
Pokuste se na závěr shrnout největší přínosy vašich technických auditů...

Je to především transfer know-how a odborná podpora pro jednotlivé společnosti. Při současném vytížení lidí ve firmách je velmi náročné nastudovat rozsáhlou legislativu a vyhotovit technické dokumenty, jejichž hodnota se pohybuje v řádu několika set tisíc



Jaké byly největší přínosy technické konference Agrofertu?

Odpovědi více než stovky účastníků technické konference garantované Inspekčním orgánem Mostecká montážní



27,8% Získal jsem nové informace k problematice technické dokumentace a k organizaci zodpovědných osob a garantů za tuto dokumentaci.

3,8% Obsah konference můj obzor nerozšířil, akce pro mne nebyla přínosná.

68,4% Konferenci považuji za důležitý krok do budoucna v podpoře technické obce a problematiky bezpečného provozu technických zařízení ze strany centrály Agrofertu.



kterých je na sílech celá řada a patří k těm vůbec nejdůležitějším. Aktualizovaly se ale i další předpisy. Když jsme měli celý balík dokumentace hotový, rozhodli jsme se uspořádat konferenci, ve které jsme chtěli technickou obec seznámit s tímto projektem, ukázat, jak vzorová technická dokumentace vypadá a jak ji lze využít i v dalších zemědělských podnicích. To byl původní záměr naší první technické konference.

Jenže se vaše aktivity rozkřikly ve skupině a vy jste se rozhodli pojmut technickou konferenci ještě komplexněji...

Přesně tak. Po konzultacích s vedením výboru údržby koncernu Agrofert, konkrétně Romanem Hyhlíkem, nám připadalo efektivnější pojmut konferenci tak, abychom byli

korun. Vzor technické dokumentace, kterou jsme na technické konferenci prezentovali, znamená určitou formu finanční a odborné podpory ze strany centrály. Pokud bude v budoucnu docházet k jakýmkoliv legislativním změnám, bude díky tomuto projektu možné informovat celou technickou obec, informovat o legislativních změnách a dosáhnout tak harmonizace technické dokumentace. ■

NOVÁ ŠKODA FABIA

7 DŮVODŮ PROČ SI JI POŘÍDIT

Čtyři roky po uvedení třetí generace na trh prošla ŠKODA FABIA modernizací, která přinesla nové designové prvky a technické novinky.

Poprvé FABIA nabízí LED přední světlomety, LED zadní skupinové svítílny a osmnáctipalcová kola z lehké slitiny dostupná pro karosářskou verzi hatchback. Designéři dali nový ráz sdruženému panelu přístrojů a přidali do nabídky nové materiály sedadel zajišťující svěží vzhled a pohodlí interiéru. Rozšířena byla i nabídka asistenčních systémů a prvků Simply Clever. Portfolio motorů zahrnuje tři agregáty, jejichž výkonové spektrum sahá od 55 kW (75 k) do 81 kW (110 k). Motor 1,0 MPI o výkonu 44 kW (60 k) naběhne v průběhu roku. Oba motory TSI jsou nově vybaveny filtrem pevných částic.

DESIGN

Design úspěšného modelu charakterizuje výraznější před a zád; nabídka kol z lehké slitiny nově zahrnuje i osmnáctipalcová kola, která jsou k dispozici pro karosářskou verzi hatchback. Díky atraktivnímu ColourConceptu si mohou zákazníci individuálně přizpůsobit barevné provedení vozu volbou černého, bílého nebo stříbrného provedení střechy, A sloupků, vnějších zpětných zrcátek a kol z lehké slitiny.



INFOTAINMENT

Infotainment systém Amundsen nabízí prostřednictvím balíčku služeb Infotainment Online funkce konektivity, dále Wi-Fi hotspot a díky ŠKODA Media Command 2.0 propojení až se dvěma tablety na palubě. V nabídce je i infotainment systém Swing Plus s 6,5" barevným displejem.



LED TECHNOLOGIE

Na českém trhu mají všechny vozy ŠKODA FABIA ve standardní výbavě LED světla pro denní svícení. LED přední světlomety a LED zadní skupinové svítílny jsou součástí standardní výbavy pro výbavový stupeň Style a pro model ŠKODA FABIA MONTE CARLO.

INTERIÉR

Palubní desce vévodí přepracovaný sružený panel s novým vzhledem kruhových přístrojů a displejů, které jsou nyní lépe čitelné. Celkový dojem umocňují nové dekorační prvky a kvalitnější materiály. V závislosti na výbavovém stupni mají sedadla dvoubarevné vzory potahových látek nebo mohou být potažena kombinací mikrovlákna (Suedia) a látky. Kontrastní švy dodávají interiéru výjimečný vzhled.



4



5

POHONNÉ JEDNOTKY

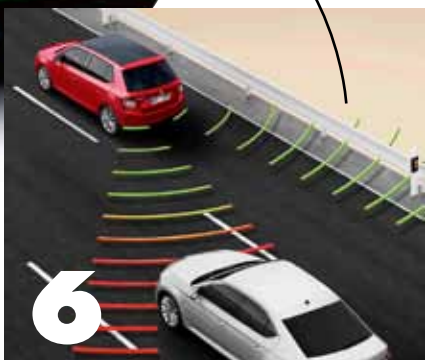
Portfolio motorů zahrnuje tři agregáty, jejichž výkonové spektrum sahá od 55 kW (75 k) do 81 kW (110 k). Motor 1,0 MPI o výkonu 44 kW (60 k) naběhne v průběhu roku. Oba motory TSI jsou nově vybaveny filtrem pevných částic.



7

KOMFORTNÍ PRVKY

Díky nové komfortní funkci lze dlouhým stisknutím ovládacího tlačítka ve výplni dveří automaticky zavírat a otevírat každé elektricky ovládané okno. Tuto funkci mají všechna elektricky ovládaná okna. Kromě toho lze také otevřít a zavřít všechna elektricky ovládaná okna najednou podržením tlačítka zamknutí nebo odemknutí vozu na klíči s dálkovým ovládním. Nové osvětlení odkládací schránky ve středové konzoli je součástí standardní výbavy vybaveného stupně Style a varianty MONTE CARLO. ŠKODA FABIA nabízí mnoho prvků Simply Clever. Nové jsou dva USB konektory pro cestující na zadních sedadlech nebo odnímatelná LED svítidla v zavazadlovém prostoru modelu ŠKODA FABIA COMBI.



6

ASISTENČNÍ SYSTÉMY

Již tak rozsáhlá škála prvků aktivní a pasivní bezpečnosti se rozrostla o nové asistenční systémy, které pomáhají řidiči při změně jízdního pruhu, vyjždění z parkovacího místa a přepínání mezi dálkovými a potkávacími světly. Tyto systémy byly donedávna běžně výsadou vozů vyšších tříd.

VÝHODNÁ
NABÍDKA PRO
ZAMĚSTNANCE
AGROFERTU

ŠKODA FABIA
NOVÝ VŮZ
PRO KAŽDÉHO
ZAMĚSTNANCE

Pokud už delší dobu přemýšlíte o tom, jak a čím jezdit do práce, nyní je ten správný okamžik pro nákup nového vozu. Krásná, svěží a praktická ŠKODA Fabia je vhodným vozem do každé rodiny. Při nákupu nového vozu je každý zaměstnanec je zvýhodněn 13% slevou. Přečtěte si sedm důvodů, proč si koupit právě novou ŠKODA Fabia a zavolejte nám.

Kontaktujte naše prodejce
v Hustopečích.



Alžběta Filová
Prodejce
filova@agrotec.cz
+420 724 137 974



Nikola Ryzá
Prodejce
nikola.ryza@agrotec.cz
+ 420 727 875 287

TŘI OCENĚNÉ „CHUŤOVKY“ Z MLÉKÁRNY HLINSKO

V září 2018 se Mlékárna Hlinsko zúčastnila 10. jubilejního ročníku soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2018 a Dětská chuťovka 2018. Ceny byly slavnostně předány 11. října v Hlavním sále Senátu Parlamentu ČR.

Mlékárna Hlinsko převzala hned tři ocenění. V kategorii Česká chuťovka jsme získali ceny pro výrobky Jesenka a Pikao a velice nás potěšilo, že i po více než 50 letech, co jsou tyto výrobky na trhu, se stále těší velké oblibě a jsou symbolem kvalitních potravinářských produktů. V kategorii Dětská chuťovka porotu přesvědčil vanilkový Kravík s novou recepturou. V této kategorii posuzují výrobky nejen odborníci z hodnotitelské komise České chuťovky, ale i dětská porota složená z členů Dětské tiskové agentury, žáků Základní školy Londýnská. Soutěž se uskutečnila pod záštitou předsedy Senátu Parlamentu České republiky Milana Štěcha a ministra zemědělství Miroslava Tomana. Do soutěže mohou být přihlášeny pouze produkty od českého výrobce a vyrobené v ČR. Hlavním hodnoceným kritériem je nejen chuť, ale také vzhled, vůně a konzistence výrobku. Doufáme, že naše výrobky budou i nadále úspěšné nejen v soutěžích před odbornou porotou, ale že je ocení i naši zákazníci.



SALKO SKOŘICE VÁM ZPŘÍJEMNÍ ZIMU

Po úspěchu limitované edice Salko vaječný likér, Salko vlašský ořech a Salko káva z roku 2017 přichází Mlékárna Hlinsko s novou příchutí v limitované edici Salko skořice. Obsahuje pravou skořici a využití má nejen při pečení. Inspirovat se můžete receptem na zapékané skořicové müsli.



SKOŘICOVÉ MÜSLI

Ingredience

500 g ovesných vloček,
1 ks Salko skořice, dle chuti přidat
rozinky, čokoládu, ovoce, kokos.

Postup

Všechny ingredience smíchat
dohromady, rovnoměrně rozprostřít
na plech vyložený pečicím papírem,
za občasného míchání péct
30 minut při teplotě 200 °C.



PIKNIK A PIKAO MLSÁNÍ, KTERÉ NE[O]MRZÍ

Piknik a Pikao přichází na trh
v novém balení. Tradiční balení
samozřejmě zůstává.

OSLAVTE S OLMOU 100 LET ČESKOSLOVENSKA!

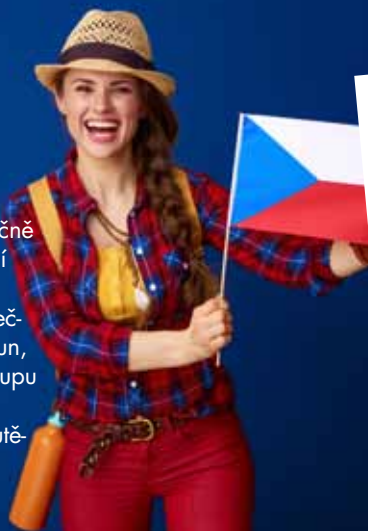
PREMIÉRA JOGURTU S LIPOVÝM KVĚTEM

Sté výročí vzniku Československa si připomněla a oslavila i Olma. Mimo jiné připravila limitovanou edici svých dvou vlajkových výrobků, kterými jsou Olma mléko s obsahem 1,5 % tuku a bílý jogurt Klasik. Do slavnostního výročního obalu oblékla také smetanový jogurt Florian, kterému při této příležitosti dodala netradiční příchuť, když jeho smetanovou chuť doplnila lipovým květem a medem. Zákazníci tak mohli ochutnat první lipový jogurt na našem trhu. Zvláštná kombinace příchutí spojuje vše dobré, co plodí naše země – mléko, smetanu, med a lipový květ.



SPOJENÍ DVOU ČESKÝCH FIREM S DLOUHOLETOU TRADICÍ

Atraktivní soutěž o 100 cestovních voucherů připravila k 100. výročí vzniku Československa Olma společně s další českou společností – cestovní kanceláří Čedok. Každý týden se v ní soutěží o 11 voucherů od společnosti Čedok v hodnotě 10 000 korun, které mohou zákazníci využít k nákupu pobytů v České republice a na Slovensku. Celkově jsou do této soutěže věnovány vouchery v hodnotě 1 000 000 korun.



V JOGURTU KLASIK SE V DOBĚ OSLAV 100. VÝROČÍ UKRÝVALA SEMÍNKA LÍPY

Český národní symbol využila Olma v unikátním projektu, jehož cílem bylo vysázet 300 000 stromů lípy srdčité. Pokud si zákazníci ve vybraných prodejnách zakoupili bílý jogurt Klasik s netradičním přibalem, našli v něm semena tohoto českého národního stromu. Dále bylo už jen na nich, zda lípu vysadí při rodinné oslavě, rodinném výročí nebo jen proto, že chtějí přispět k tomu, aby byla Česká republika zelenější. Postup, jak lípu zasadit, si mohli přečíst na webových stránkách Olmy. ■



SVAČINKU Z OLMY SI UŽIJETE I VE VLACÍCH

V letošním roce Olma navázala spolupráci s další českou firmou, železniční společností RegioJet. Ve vybraných vlakových soupravách z Olomouce do Prahy a z Prahy do Olomouce zpřijemnilly cestujícím jízdu hostesky Olmy, které rozdávaly lahodnou svačinku v podobě jogurtů nebo drinků. Akce byla velmi úspěšná, a proto se ve vybraných vlacích Regiojet můžete na jogurtové občerstvení těšit i v příštím roce.

„PŘI FOCENÍ VNÍMÁM ATMOSFÉRU A SNAŽÍM SE NEPROPÁSNOUT JEDINEČNÝ OKAMŽIK“

říká marketingový specialista
z Agrotecu **Marek Musil**

V Agrotecu má na starost strategii a rozvoj digitálního marketingu a komunikaci na sociálních sítích. Jelikož vystudoval automatizaci a informatiku na Mendelově univerzitě, velmi dobře ví, jak funguje počítač i jak ho naučit nové věci. Jako úspěšného fotografa ho ale také zajímá, jak fungují lidé a jak důležité jsou v komunikaci emoce. Jak to dělá, že jeho fotky přesně zachycují náladu? Co si myslí o snímcích na Instagramu a kde bere neustále nové nápady na své marketingové projekty?

Právě jsme se vrátili z fotoateliéru, kde vás jako zkušeného fotografa fotil někdo jiný. Jaké to bylo být modelem? Mnohem složitější než fotografe. Za foťákem přesně vím, co mám dělat, a radím foceným lidem, jak se uvolnit a jak se tvářit. Jakmile se ale role prohodí, je po hrdinovi.

Za foťákem to znáte líp.

Jak se podle vás pozná dobrý fotograf?

Těžko říct obecně, ale z mého subjektivního pohledu je dobrý fotograf vždy připravený zachycovat ty správné momenty. Kolikrát mě například jako hosta na svatbě překvapilo, že se stalo něco mimořádného, ale fotograf chytal lelký a ten okamžik mu utekl.

Přítom to je právě to, po čem prahnou sociální sítě...

To je právě otázka. Na sociálních sítích chceme vypadat co nejlépe, ale neúspěšnější fotky jsou zpravidla ty plné emocí. Příkladem může být moment, kdy maminka přeje dceři k sňatku a brečí u toho. Nevypadá při tom



Na podobné okamžiky musí být člověk prostě připravený, protože správný okamžik může trvat klidně i jen jednu sekundu. Se srnkou jsme si poblíž San Franciska vyměnili pohledy a hned poté se vydali každý svou cestou.

sice dobře, ale na fotce je zachycený okamžik, kterého si budou obě vážit, až si fotky budou prohlížet a na svatbu vzpomínat. Silné emotivní snímky mají sice na sociálních sítích větší šanci být úspěšné, ale přístupů může být více – skvělý potenciál mají i věci zábavné a inspirující. Chápu ale i fotografy, kteří fotí jen na první pohled líbivé fotky. Je to otázka nabídky a poptávky, protože například na firemních fotografiích chtějí lidé vypadat dobře a nějaké emoce jdou bokem.

Jaké je vaše know-how na fotku, která dokáže zachytit náladu?

To kdybych věděl. Při focení se především snažím vnímat atmosféru a nepropásnout jedinečný okamžik. U San Franciska se mi kdysi podařilo vyfotit srnku, která se na mě zhruba na sekundu podívala. Byl jsem připraven na správném místě ve správnou chvíli a nezklamala mě technika. Díky tomu se mi podařilo udělat fotku, které si moc vážím. Potom je ale potřeba si sednout co nejdříve k počítači, abych si ještě pamatoval, jak jsem



I ze svatby mohou vzniknout mimořádné fotky. Jen je potřeba být ve správný moment na správném místě a mít vizi výsledku.

všechno v daném místě vnímal, a fotku do-
tvořit do takové podoby, aby přesně vystiho-
vala daný moment a můj prožitek. Často až
doma fotce vdechnu atmosféru a přenesu do
ní náladu, která panovala při focení. Každá
fotka sice může být neutrální, ale důležitější
jsou naše prožitky. Ty se snažím prostřed-
nictvím tónování barev do fotky promítnout,

protože pro mě je realitou právě prožitek na daném místě.

Já jsem se zase setkala s lidmi, kterým barevně upravené fotky připadají jako útěk z reality.

Stejnou vizitku má i Instagram....

Sociální sítě fungují obecně trochu jako filtr, nesdílí se na nich útrapy života. Komunikace na nich není nastavená tak, že se život ukazuje v plné barvě. Není sice na škodu občas přiznat, že se něco nepovedlo, ale lidé se na Instagramu většinou snaží sdílet hezčí okamžiky ze svého života – zážitky z dovolené nebo že si něco nového koupili a obecně, když jsou šťastní. Pokud bych se na to díval naivně a nevěděl si, že každý má své

líbit), protože obsah se skládá tak dlouho, jak dlouho to uživatel vydrží. Není tady žádná brzda, která by řekla: „Už dost, chlapče, tady jsou příspěvky ze včerejška. Můžeš jít v klidu spát, protože ti nic neuteklo.“

Na Instagramu i na Facebooku jsou oblíbené soutěže. Vy jste nedávno organizoval podzimní fotosoutěž Agrotecu, která se zaměřovala na zemědělskou techniku. Překvapil vás něčím její průběh?

Asi jen tím, že i když jsme soutěž vyhlásili v odvětví zemědělské techniky, se kterou

V Agrotecu se při své práci dostanu i k focení mimo běžná témata. Tuhle úspěšnou fotku jsem pořídil při průjezdu Jana Kopeckého na letošní AGROTEC PETRONAS rally.



Focení může mít i jinou výhodu – donutí vás na nějakém místě zůstat, ačkoli to již znamená vystoupit mimo svou komfortní zónu. Právě takové momenty pak mohou být nejmagičtější a vykoupijí případné útrapy, které získání snímku doprovázely.

problémy a někdy je nahoře a jindy dole, tak bych si při prohlížení Instagramu mohl říct, že se všichni mají lépe než já a nemusí řešit žádné problémy.

A není to především pro mladé lidi nebezpečné?

Každý fanoušek sociálních sítí by si měl uvědomit, že se k němu dostává jen filtrovaná realita a že se tak může ocitnout v sociální bublině. Je to nejlepší a zároveň nejhorší vlastnost Facebooku a Instagramu – podsouvá mi věci, o kterých si myslí, že na ně budu reagovat, a myslí si to proto, že má o mně ohromné množství dat a dokáže, možná i lépe než já sám, odhadnout, co se mi líbí. Nechce mi servírovat věci, na které nebudu reagovat, v čemž spočívá určité nebezpečí vytváření jednostranných a černobílých názorů i přijímání různých ideologií. Další riziko Instagramu může spočívat v nekonečném „feedu“ (pozn.: výběrem toho, co by se mi mohlo

pracují převážně muži, na prvním i druhém místě se umístily fotografie od slečen. Celkově tato soutěž zaznamenala téměř 500 000 impresí (pozn. redakce: počet zobrazení příspěvku) a zúčastnilo se jí 162 soutěžících, kterým se podařilo dohromady nasbírat 5454 lajků. Z tohoto pohledu se jedná o úspěch, ačkoli v tomto případě je výhra v podobných soutěžích do jisté míry ovlivněna i schopností účastníků mobilizovat své přátele k aktivitě a k dávání lajků.

Proč se dnes na sociálních sítích tolik soutěží?

Protože lidé rádi soutěží. Když k tomu přidáte fakt, že naprostá většina populace v soutěžích nikdy nic nevyhrála, začne ochota lidí účastnit se podobných akcí dávat smysl. Při plánování soutěže by se měl klást důraz na spojení tématu soutěže a odměny. V ideálním případě nás to nemusí stát moc peněz, může to ale mít velkou hodnotu pro účastníky. Třeba v případě podzimní soutěže šlo o zájezd do výrobního závodu Case IH v rakouském St. Valentinu. Takovou cenou se nám podařilo vyfiltrovat soutěžící, kteří se o zemědělskou techniku skutečně zajímají, nebo mají ve svém okolí alespoň někoho kdo se v zemědělství pohybuje.

Potěšily vás reakce těch, kteří se do soutěže přihlásili?

Jedna z výherkyň zájezd komentovala slovy, že se jí splnil sen. A pokud můžete někomu takhle jednoduše splnit sen, je hloupost to neudělat. Tematická výhra má i jiné výhody. Není totiž nic horšího než natáhnout na stránku lidi, kteří jen chtějí vyhrát něco ne-souvisejícího s námi, ale jinak je témata na našich stránkách vůbec nezajímají. Pokud účastníci soutěže po jejím ukončení nebudou další obsah lajkovat a sdílet, příspěvky na stránce umřou a celá soutěž bude spíše kontraproduktivní.

Na Facebook dáváte příspěvky z odvětví zemědělské techniky i odvětví automotive. Kterým se vede líp?

Lepší výchozí situaci máme u zemědělské techniky, jelikož jako importéři můžeme zveřejňovat novinky v této oblasti jako první. Jsme to my, kdo je primárním zdrojem informací o značkách, přináší nejhezčí fotky, největší přidanou hodnotu a může se s lidmi bavit o technice, se kterou jsou každý den v kontaktu. Co se týče odvětví automotive, Agrotec není importérem vozidel, ale jedním z dealerů. Nemůžeme proto zveřejňovat unikátní informace, které by lidé jinde neviděli, či představovat nové modely. K tomu mají značky Škoda nebo Kia na svých sociálních sítích velmi silnou komunikaci.

V Agrotecu vymyslíte obsahové strategie sociálních sítí, ale i například firemních eventů, což vyžaduje mít neustále po ruce nové nápady. Jdou k vám takové myšlenky samy?

Kreativní věci mě napadají spíš mimo práci, třeba na kole, při běhání nebo klidně i při umývání nádobí, kdy má mozek volný prostor. V práci musím vyřizovat spoustu telefonátů a není to nejlepší místo pro přemýšlení. Kreativní myšlenka ke mně většinou nepřijde sama od sebe při sezení za stolem, ale většinou nečekaně, a proto je nejlepší si nápady hned zapisovat a vést si takový „idea book“ neboli knížku nápadů. Myšlenek se najde nakonec spousta, i scénářů a videí, ale chybí spíš ruce, které by je zrealizovaly.

A co další kreativní koníčky?

Bude vám focení do budoucna stačit?

Tu a tam se zkusím postavit před kameru. Video je výborný nástroj pro storytelling, je na něm možné střídat náladu, hrát si s emocemi diváků a přenášet atmosféru mnohem lépe než prostřednictvím fotek. Je to ale stejné jako psaní románu. Tužku a papír má každý, ale samotná technika nestačí – všechno začíná i končí kvalitním obsahem. ■



VÁNOČNÍ ZLATÉ KUŘE A VODŇANSKÁ KACHNA LETOS JINAK

Čas Vánoc a rodinných setkání se nezadržitelně blíží. Pomalu, ale jistě se z kuchyně line vůně domácího cukroví, cinkají zvonečky a chrastí dárečky. S rodinou a přáteli se setkáváme v rodinném kruhu a ochutnáváme ověřené tradiční rodinné dobroty. A protože základem všeho dobrého jsou kvalitní suroviny, vyzkoušejte o letošních vánočních svátcích Zlaté kuře nebo Vodňanskou kachnu. Pro milovníky sladkostí máme tip na úžasné perníčky.

ZLATÉ KUŘE MARINOVANÉ V BYLINKÁCH S CITRONEM A KAPAROVOU MAJONÉZOU

INGREDIENCE (4 PORCE) 1x Zlaté kuře, 1x velký citron (na šťávu a strouhanou kůru), 1x polévková lžičce olivového oleje s česnekem, 2x polévková lžičce rostlinného oleje na pečení, čerstvé bylinky jemně pokrájené po třech stoncích (meduňka, saturejka, tymián, rozmarýn), čerstvě mletý pepř, mořská sůl

INGREDIENCE NA MAJONÉZU 3x polévková lžičce majonézy, 3x polévková lžičce zakysané smetany, 1x polévková lžičce kaparů, 1x šalotka, petržel, kávová lžička vinného octa, mletý pepř, sůl

POSTUP PŘÍPRAVY:

Zlaté kuře rozdělíme na dvě poloviny, propíchneme na několika místech špejlí. V misce si připravíme marinádu z citronové šťávy, česnekového oleje a z poloviny jemně nakrájených bylinek, opepříme, osolíme a vše důkladně promícháme. Maso potřeme připravenou marinádou a uložíme do chladu na několik hodin. Marinované kuřecí půlky necháme okapat a restujeme na pánvi nebo grilu při teplotě 180 – 220 °C, zhruba 30 minut. Maso přendáme do pekáče a dopékáme v troubě, za občasných obracení, cca 20 minut. Během restování i pečení potřeme zbylou marinádou. Hotové kuře před podáváním přelijeme kaparovou majonézou, posypeme zbylými pokrájenými čerstvými bylinkami a citronovou kůrou. Doporučujeme podávat s opékanými brambory.

POSTUP NA KAPAROVOU MAJONÉZU:

Kapary a petrželku nakrájíme, vložíme do misky a přidáme jemně pokrájenou šalotku, majonézu a zakysanou smetanu. Dochutíme vinným octem, čerstvě mletým pepřem a solí. Vše nakonec promícháme. Solíme dle potřeby, kapary bývají slané.



PEČENÉ KUŘE PLNĚNÉ KUSKUSEM

INGREDIENCE (8 OSOB) 2 kuřata každé cca 1,3 kg značky Vodňanské kuře, 4 cibule, 120 g drůbežích jater, 100 g kuskusu, 40 g pražených dýňových semínek, olivový olej, 1 lžičce másla, šalvěj, petrželku, sůl a pepř

POSTUP:

Kuře omyjeme, osušíme a uvnitř osolíme. Drůbeží játra nakrájíme na malé kousky a cibulku nasekáme najemno. Na oleji krátce osmahneme cibuli, přidáme játra a restujeme. Po té směs vyndáme do mísy, osolíme, opepříme, přidáme nasekané bylinky, dýňové semínka a nakonec vmícháme kuskus, který si připravíme dle návodu na obalu. Směsí naplníme kuře a provázek utáhneme nohy kolem biskupa, aby nám směs nevypadávala. Kuře osolíme na povrchu, lehce pokapeme olivovým olejem a pečeme při teplotě 180 °C asi 70 – 80 minut do krásné zlaté barvy. Během pečení přidáváme podle potřeby horkou vodu a lžící přeléváme kuře vypečenou šťávou, abychom získali křupavou kůrku. Ke konci pečení přidáme kousek másla. Podáváme s listovým nebo zeleninovým salátem.



PEČENÁ KACHNA NA POMERANČÍCH, RÝŽE TŘÍ BAREV

INGREDIENCE (4 PORCE) 1x středně velká kachna cca 1500 g, 100 g mrkve nakrájené na plátky, 1x středně velká cibule, 2x polévková lžičce změkklého másla, 3x lžičce třtinového cukru, 2x lžičce červeného vinného octa, 20 ml portského vína možno madeiry, 10 ml pomerančového likéru grand marniére, 400 ml kachního vývaru, 2x stonek tymiánu nebo šalvěje, 4x středně velké pomeranče včetně blanširované pokrácené kůry na slabé nudličky z jednoho pomeranče, 1x polévková lžičce citrónové šťávy, čerstvě mletý pepř, sůl

POSTUP Kachnu očistíme, omyjeme a osušíme. Naporcujeme na čtyři díly. Kůži na stehnech a prsou propícháme špejlí. Dochutíme čerstvě mletým pepřem a osolíme. Vložíme do nízké pečicí nádoby. Přidáme mrkev, cibuli a snítku tymiánu. Pečeme pozvolna při teplotě 180 °C více jak 1 hodinu dozlatova. Průběžně kachnu otáčíme a sbíráme přebytečný tuk. Maso by mělo být středně propečené, ne vysušené. Do výpeku z kachny nalijeme kachní vývar a odvaříme. Přidáme vinný ocet, třtinový cukr a vaříme tak dlouho, dokud základ nezíská hnědou barvu. Během vaření přidáme část pomerančové kůry a šťávu zalijeme portským vínem. Omáčku krátce svaříme na potřebné množství. Nakonec dochutíme citrónovou šťávou a vmícháme metličkou kousek změkklého másla. Pomeranče nakrájíme na 1 cm silné plátky, které vyskládáme do nízké máslem vymazané pečicí nádoby. Zastříkne je pomerančovým likérem a přidáme naporcovanou kachnu. Přelijeme omáčkou, kterou přecedíme přes jemné sítko. Takto připravenou kachnu necháme ve vyhřáté troubě na 180 °C několik minut probublat. Na závěr odstraníme přebytečný tuk a kachní maso doplníme měsíčkem pomeranče s kouskem kůry a větvičkou tymiánu. Kachna na pomerančích patří mezi nejznámější francouzské speciality. Dnes se spíš využívá k pečení kachní prso. Omáčka se vaří zvlášť z kachních trupů a ořezu. Můžete si uvařit například velice oblíbené kachní prso na malinové, fíkové, meruňkové omáčce, stačí pouze zaměnit pomeranče a přidržet se receptu jako na kachní prso s višňovou omáčkou.



UPEČTE SI S NÁMI PERNÍČKY, KTERÉ JSOU IHNED MĚKKÉ!

INGREDIENCE 400 g hladké mouky, 140 g cukru moučka, 50 g Zlaté Hané, 2 vejce, 2 lžičce dobrého tekutého medu, 1 lžička jedlé sody, 1 lžička perníkového koření, 1 žloutek na potřetí po upečení bílková poleva na ozdobení

POSTUP Smíchejte všechny suché přísady v misce, přidejte ostatní ingredience a ručně zpracujte na měkké těsto. Hotové těsto je měkké a poddajné asi jako pružná plastelína. Zabalte ho do mikrotentové fólie a nechte přes noc odležet v lednici. Troubu předehřejte na 160°C a plechy na pečení (budete potřebovat alespoň dva) vyložte pečícím papírem. V malé misce rozmíchejte žloutek s jednou lžící vody. Odleželé těsto vyválejte na pomoučněném vále na tloušťku asi 0,5 cm, vykrájejte tvary a skládejte je na plech. Pečte 8–10 minut a ihned po vytažení potřete horké kousky na horní straně rozšlehaným žloutkem, aby dostaly pěkný lesk. Nechte je vychladnout na mřížce a teprve pak zdobte polevou.



MILUJI LÉTÁNÍ, I KDYŽ LETÍM JEN ROVNĚ, ŘÍKÁ MISTR SVĚTA



Návštěvníci letošního Agrofert rodinného dne v září ještě nevěděli, že úžasné akrobatické kousky před jejich zraky předvádí letošní mistr světa Red Bull Air Race. Až do 18. listopadu to netušil ani Martin Šonka, který se i při tomto vystoupení připravoval na poslední kolo závodů nejlepších akrobatických pilotů světa v americkém Dallasu. Co všechno mu k tomuto úžasnému výsledku pomohlo, jak se udržuje v perfektní kondici nebo jaké jsou jeho plány na příští sezonu, se dočtěte v následujícím rozhovoru.

Na řadě fotek pořízených krátce po vašem vítězství v Dallasu dáváte najevo velkou radost. Co všechno pro vás titul mistra světa znamená s odstupem času? Je to určitě splněný sen, za kterým je spousta tvrdé práce nejen mé, ale celého týmu. Stále ještě to přichází a teprve postupně si uvědomujeme, čeho jsme dosáhli. Popsat ty emoce hned po finálovém letu, který rozhodl, to by bylo velmi těžké, ne-li nemožné. Ještě jsem ani nestihl všechny pořádně vstřebat. Získat titul mistra světa, to je po nešťastném začátku, kdy jsme dostali v prvních dvou závodech technické diskvalifikace, opravdu pohádka.

Zkuste si ten den vybavit ještě jednou. Byl něčím výjimečný? Tušil jste už na startu, že by vám letos štěstí mohlo přát více než v loňském roce?
Ta zkušenost z loňska, kdy jsme posledním finálovým letem boj o titul prohráli, nám le-

tos určitě pomohla. Celý den se mi podařilo zůstat klidný a naprosto soustředěný. Tým pracoval skvěle, letadlo bylo připravené. I když pak Matt Hall ve finále zaletěl velmi rychlý čas, věděl jsem, že mám ještě kde zrychlit, a věřil jsem, že mohu vyhrát. To se nakonec povedlo a je z toho největší úspěch v mé sportovní kariéře. Ty chvílky poté, co jsem dostal výsledky do vysílačky, na ty nikdy nezapomenu...

Co k úžasnému výsledku nakonec nejméně pomohlo?

Je to práce celého týmu. Máme za sebou několik sezon a máme zkušenosti, které nám v nejtěžších chvílích hodně pomohly. K dispozici jsem měl skvěle připravené letadlo, kromě prvních dvou závodů všechno fungovalo a mohl jsem se soustředit jen na létání. Ani po nepříjemném vstupu do sezony jsme nepřestali věřit, že by se to mohlo povést. A nesmím zapomenout ani na fanoušky, kteří nás ani v těžkých chvílích nezatracovali a fandili nám. Je to opravdu obrovská podpora a energie, jsme rádi, že jsme se jim mohli takto odvděčit.

Piloti se musí udržovat ve výborné fyzické i psychické kondici a přitom řadu hodin prosedí v kabině letadla. Kolik času se sobě v tomto směru věnujete vy?

Během roku je to velmi náročné, protože kromě air race létám ještě akrobacii, takže především přes léto sedím v letadle téměř neustále. I to je ale trénink, který potom pomáhá. Navíc právě akrobacie je velmi náročná, takže když vystoupíte z letadla, jste opravdu fyzicky i mentálně unavení. Mimo letadlo se snažím běhat a správně posilovat, protože ne-

smím nabírat váhu. Je důležité si ve správný čas také odpočinout. V zimě rád lyžuji, mám rád hlavně běžky. Na ty se teď hodně těším ☺

Jaké jsou vaše plány na příští rok? Jde tak vysoko nastavenou laťku ještě něčím překonat?

Určitě ano! Věřím, že to může být začátek naší další cesty. Bude to velmi náročné, protože obhájit je vždy těžší než vyhrát poprvé. Každý se chce na šampiony vytáhnout a to neplatí jen o našem krásném sportu. Musíme být proto připraveni dvakrát lépe než dosud. K tomu vede jen pokračování v tvrdé práci a zkušenosti, které nám mohou pomoci. Bude to boj, ale věřím, že můžeme uspět!

Letos jste své akrobatické umění ukázal i našim kolegům na Agrofert rodinném dni. Jaký je takový let ve srovnání se soutěží Red Bull Air Race? Nechybí vám adrenalin?

Miluju létání, i když letím jen rovně ☺! Ten výhled ze shora je prostě nádherný a vždycky stojí za to. Když letím akrobacii na leteckém dni před fanoušky, nechci je zklamat, nechci udělat chybu, aby si pak neřekli, co to tam ten Šonka vyvádí. Takže je to také adrenalin a odpovědnost a obojího mám zvláště během sezony dost ☺

Uvidíme vás i na příštím ročníku?

Vše záleží jen na tom, jak se podaří sladit nabitý kalendář Red Bull Air Race s podobnými vystoupeními. Zatím nemáme oficiální kalendář závodů, takže nedokážu nic slíbit. Rád se ale kdykoliv, když to jen trochu půjde, ukážu českým fanouškům a udělám jim radost! ■

Agrofert magazín: vydává AGROFERT, a.s., Pyšelská 2327/2, 149 00 Praha 4, www.agrofert.cz. Registrační číslo udělené Ministerstvem kultury ČR: MK ČR E 17074. Obsah čísla připravila redakční rada ve složení: Mirka Žirovnická, Daniel Rubeš, Karel Hanzelka, Radek Košál a Ondřej Sečka ve spolupráci s vydavatelstvím MAFRA, a. s., které zajišťuje grafické zpracování, tisk a distribuci. Foto titulní strana: Kateřina Rottová, další použité fotografie: archiv, shutterstock.com. Vaše ohlasy, náměty či připomínky zasílejte na adresu: redakce@agrofert.cz. Loga, produkty a značky uvedené v této publikaci jsou chráněny obchodními značkami.



At' už v životě plánujete cokoli, užijte si

Z JÁDRA DOBRÝ CHLÉB QUINOA



OCENĚNÍ VYNIKAJÍCÍ CHLÉB BEZ HRANIC 2018
ZÍSKAL CHLÉB QUINOA Z PEKÁRNY OLOMOUC
V SOUTĚŽI CHLÉB ROKU POŘADANÉ SVAZEM PEKAŘŮ A CUKRÁŘŮ V ČR

WWW.PENAM.CZ



DĚTEM

Olmíci

JOGURTOVÍ!



MARŠMELOUN!
=)



NOVINKA!

WWW.OLMICI.CZ