

AGROFERT

MAGAZÍN

NEJEN PRO ZAMĚSTNANCE
KONCERNU AGROFERT
PODZIM 2017



6-9

Investujeme, protože chceme být nejlepší
Rozhovor s členkou představenstva Agrofertu Simonou Sokolovou

24

Daruj krev, daruj život

34

Tradiční řeznictví v novém kabátě

*Tymůštlíme věci,
které na trhu chybí*

8-12

nejúspěšnější marketéři roku 2016 –
Martin Dolský a Martina Bauerová



Když příroda kouzlí a pekař umí



s nízkým
obsahem cukru

bez
droždí

zdroj
bílkovin



Facebook Fit den



DARUJTE KREV, DARUJTE ŽIVOT

Když jsem byla zhruba v šesti letech poprvé na odběru krve, omdlela jsem, a byla jsem přesvědčená, že na další odběry mě už nikdo nedostane. Nikdo se mě ale na můj názor neptal, a tak jsem si jednoduše musela zvyknout. Pokud mě dnes takhle dříve krajně obávaná návštěva čeká, nejásám, ale sestřičkám už žíly ochotně ukazují. Další zlom nastal před pár lety, když jsem byla na pohotovostním oddělení jedné nemocnice svědkem transfuze krve dívce, která byla v kritickém stavu. V takových chvílích začne člověk o krvi přemýšlet trochu jinak. Už není v popředí myšlenka na to, že dávat krev není komfortní, ale je to hlavně konkrétní člověk, který ji potřebuje a kterému může trocha nepohodlí jiného zachránit život. Podle posledních informací chybí v České republice zhruba sto tisíc dárců krve a jejich dlouhodobý nedostatek potvrzuje v rozhovoru pro Agrofert magazín také přednostka Pracoviště preventivní kardiologie v pražském Ikemu Věra Adámková. Mimo jiného si velmi váží spolupráce Ikemu s Agrofertem v oblasti dárcovství krevních destiček a děkuje prvním přihlášeným dárcům, kteří se na odběr krevních destiček vypravili. Nejsou jediní. V polovině července se do Ústřední vojenské nemocnice ve Střešovicích vydali darovat krev také zaměstnanci mediální skupiny Mafra.

Další poděkování patří zaměstnancům Vodňanské drůbeže, kteří už čtvrtým rokem pomáhají jako dobrovolníci Chelčickému domovu sv. Linharta a kromě toho si zpravidla před Vánocemi od jeho klientů s tělesným nebo duševním onemocněním kupují výrobky z jejich terapeutické dílny.

Jelikož Agrofert magazín vychází jen čtyřikrát za rok a není v jeho silách informovat o všech aktivitách koncernu Agrofert, rozhodli jsme se pořídit mu digitálního pomocníka ve formě newsletteru. První číslo můžete očekávat už během října a budeme moc rádi, pokud nás budete na adrese redakce@agrofert.cz informovat o nejrůznějších akcích ve vašich společnostech a posílat tipy na své kolegy se zajímavými koníčky a aktivitami.

Jménem celé redakce
vám přeji krásný podzim.

Mirka Žirovnická
šéfredaktorka



6-9

Investujeme, protože chceme být nejlepší

Rozhovor s členkou představenstva Agrofertu Simonou Sokolovou



36-37

Společnosti Agro Jevišovice se daří



42

Podzimní kampaň Mlékárny Hlinsko



12-13

Díky FriendlyVoxu si dnes nevidomí snadno přečtou noviny nebo vyhledají vlakové spojení

Rozhovor s Vladimírem Jarešem, autorem počítačového programu FriendlyVox pro zrakově postižené



16-17

Zaměstnanci by měli být v dobré psychické i fyzické kondici

Rozhovor s personální ředitelkou Dusla Silvií Karásikovou



45

Z českého festivalu Sportáček se stává mezinárodní platforma Wannado

AGROFERT VYDAL ZPRÁVU O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI

Jde již o třetí publikaci, která shrnuje aktivity v oblasti CSR ve 40 společnostech koncernu Agrofert za rok 2016. Čtenáři tak získávají přehled o certifikacích podniků a jejich produktech, o ekologizačních aktivitách společností, o třídění odpadů nebo o speciálních vzdělávacích programech společností. V příští zprávě o společenské odpovědnosti bude počet zahrnutých subjektů dále rozšířen. Zpráva o společenské odpovědnosti koncernu Agrofert za rok 2016 je volně ke stažení na internetových stránkách www.agrofert.cz v sekci „Ke stažení – Brožury“.



Vážené kolegyně, vážení kolegové,

vítám Vás nad stránkami podzimního vydání Agrofert magazínu. Ocitli jsme se v době, která není pro naši firmu vůbec jednoduchá.

Při pohledu do jakýchkoli médií je víc než jasně, že volby do Poslanecké sněmovny jsou za dveřmi. Bohužel leckdo používá útoky na nás jako prostředek politického boje. Skoro bych až řekl, že jsme se stali jeho rukojmím. Vypadá to, jako by snad v naší zemi nebyla důležitější témata než události v Agrofertu.

Co je možná ještě více smutné, je fakt, že média jsou plná takzvaných „fake news“, tedy falešných zpráv. Stokrát opakovaná lež se stává pravdou a obrana proti tomu je těžká.

Přitom jsme vždy byli úspěšnou, stabilní a férovou firmou a nemáme se za co stydět.

Například se v médiích objevila nepravdivá informace, že pracovníkům ve Vodňanské drůbeží platíme minimální mzdu, přitom zde průměrná mzda (bez manažerských pozic) převyšuje o třináct set korun průměrnou mzdu v celém Jihočeském kraji. Nebo tolik diskutovaná farma v Jevišovicích, jejíž bývalý majitel s námi vede „válku“ přes média, a přitom farma se pod vedením Agrofertu stala vzorovým příkladem fungující zemědělské firmy. Reportáž z Jevišovic najdete v tomto vydání. Ve výčtu bych mohl pokračovat dál.

Náštestí je i řada témat, která mě naplňují optimismem. Například to, že jsme vydali zdařilou zprávu o společenské odpovědnosti, že masivně investujeme do nových technologií, nebo informace, že firma Penam a projekt PMU Pražské řeznictví obdržely profesní ocenění za marketing. Jsem rád, že i přes výše uvedené jsme firma stále živá, plná zajímavých témat, lidí a projektů. Díky Vám za to a prosím vydržte ve své práci a úsilí.

Vážené kolegyně, vážení kolegové. Za necelý měsíc půjdeme k volebním urnám a budeme rozhodovat, jakým směrem se bude naše země ubírat během následujících čtyř let. Přeji Vám, abyste při výběru volebního lístku měli šťastnou ruku. A i bez ohledu na volby Vám přeji pohodové podzimní dny.

Váš Zbyněk Průša
předseda představenstva

FATRA ZAHAJUJE REALIZACI PROJEKTU NOVÁ VÁLCOVNA

Napajedelský podnik Fatra spouští v těchto dnech největší investiční akci své novodobé historie. Investice ve výši 1,4 miliardy korun se týká projektu Nová válcovna. Ten je zaměřen na modernizaci dvou klíčových segmentů – výroby podlahových krytin a hydroizolačních fólií.

Projekt Nová válcovna bude dokončen v závěru roku 2019 a zahrnuje nejen nákup moderních technologií, ale i velké stavební a infrastrukturní úpravy v areálu podniku. Společnost Fatra si od této významné akce slibuje především posílení svého postavení na trhu v oblasti prodeje podlahových krytin LINO FATRA, THERMOFIX, FATRA-

CLICK a RS-CLICK a hydroizolačních fólií FATRAFOL. Postupným vytížením kapacit by v cílovém roce mělo vzniknout více než 100 nových pracovních míst. Úhrada celého investičního projektu není podpořena žádnou přímou dotací. Společnost Fatra na tuto akci získala investiční pobídku, kterou však bude možné čerpat jedině v případě budoucích zvýšených zisků, jež z tohoto projektu vzniknou, a to formou možné slevy na dani z příjmu až do výše 343 milionů Kč. Slevu na dani lze využít v období do 10 let od spuštění výroby. ■



PODAŘILO SE NÁM OBNOVIT STUDIJNÍ OBOR ŘEZNÍK-UZENÁŘ

O jejich práci je na trhu velký zájem, lidé jejich výrobky milují, zaměstnavatelé je dobře odměňují, ale přesto je jich nedostatek. Řeč je o absolventech učňovských oborů a konkrétně o řeznících-uzenářích. Situace se naštěstí trochu mění k lepšímu. Díky úspěšným kampaním Kosteckých uzenin a Vodňanské drůbeže se budou v letošním školním roce v regionech těchto firem řeznické obory obnovovat.

Situace v učňovském školství je dlouhodobě nepříznivá a nevyhnula se ani oboru řezník-uzenář. V uplynulých letech se pro nedostatek zájemců o řeznický obor nepodařilo nově ročníky v mnoha regionech České republiky otevřít a leckde bylo jejich studium i zrušeno. S touto negativní situací se potýká řada výrobců a zpracovatelů masa a výjimkou nejsou ani firmy Kostecké uzeniny a Vodňanská drůbež. „V Táboře došlo na tři roky k výpadku učebního oboru řezník-uzenář. Naštěstí se nám díky velké kampani v letošním roce podařilo učební obor obnovit a od září k nám nastupuje 6 nových studentů do prvního ročníku,“ komentuje situaci personální ředitel Kosteckých uzenin Zdeněk Lidmila. Dodává, že společnost spolupracuje také s učilištěm v Třešti, kde se spolupráci navzdory obecně malému zájmu o řeznické obory dlouhodobě daří a do prvních ročníků každoročně nastupuje kolem osmi žáků. S podporou tohoto učňovského oboru mají

řadu zkušeností i ve Vodňanské drůbeži. „Podle našich informací mají dnes o práci řezníka zájem především mladí lidé z vesnic a menších městeček, protože mají řemeslo v rodině,“ říká personální ředitelka Vodňanské drůbeže Milada Bejvlová. Společnost spolupracuje se Středním odborným učilištěm služeb ve Vodňanech a místním žákům učebních oborů kuchař a kuchař-číšník už několik let umožňuje praktické vyučování na svých pracovištích ve Vodňanech. „V nadcházejícím školním roce se nám na tomto učilišti podařilo otevřít nový studijní obor řezník-uzenář. Jeho žáci budou vykonávat odbornou praxi v našich provozovnách masné výroby a zpracování kuřecího masa pod vedením zkušeného instruktora z řad našich zaměstnanců,“ potvrzuje nedávný úspěch společnosti personální ředitelka. Společnost se snaží žáky motivovat v mnoha směrech a připravila pro ně široký stipendijní program s mnoha výhodami. „Nabízíme

například prospěchové stipendium, žákům zajišťujeme učebnice, bezplatné obědy po dobu výuky i praxe a hradíme jim náklady na internátní ubytování a jízdné do místa výuky i praxe,“ vyjmenovává nabízené výhody Milada Bejvlová.

Oba personální ředitelé si uvědomují, že získat a udržet zájem dnešních mladých lidí o učňovské obory je běh na dlouhou trať a způsobů, jak toho dosáhnout, je hned několik. „Z mého pohledu se ani tak nejedná o zvýšení zájmu dětí o učební obory, ale o razantní redukci soukromých gymnázií a všemožných středních a vysokých soukromých škol. Děti je mnohem méně než před 20 lety, a přitom škol máme několikanásobně více, což nedává smysl. Podstatné je uvědomit si, že řemeslníci dnes bez jakýchkoliv problémů seženou po vyučení uplatnění, a to za výrazně zajímavějších podmínek než nedostudovaný vysokoškolák,“ upozorňuje Zdeněk Lidmila. Podle jeho kolegyně Milady Bejvlové je důležité potenciálním zájemcům ukázat, že „řeznické řemeslo“ dnes už není jen namáhavou ruční prací, i když i tu se musí žák během studia naučit, ale že žáci budou ve svém oboru pracovat i s moderními stroji a zařízeními. A pokud se řemeslu úspěšně vyučí, budou mít zajištěnou dobrou a trvalou práci. ■

A portrait of PhDr. Simona Sokolová, a woman with short blonde hair, wearing a white textured long-sleeved top and a grey skirt, standing in a modern office setting.

INVESTUJEME, PROTOŽE CHCEME BÝT NEJLEPŠÍ

PhDr. **Simona Sokolová** (53) je členkou představenstva Agrofertu. Zodpovídá v koncernu za chovy zvířat, výrobu jak bílého, tak červeného masa, řídí mlékárnu Olma, pekárnu Profrost, prodejny Procházka (PMU), Animalco a AGF Food Logistics. Má pověst neúprosné krizové manažerky, která dokáže vyvést z problémů každou firmu. V roce 2013 byla vyhlášena nejúspěšnější ženou českého byznysu. Dvě společnosti z jejího portfolia letos slaví významná jubilea – Kostelecké uzeniny 100 let od založení a Olma 50. Nejen o tom jsme si povídali v rozhovoru, který vznikl víceméně bez přípravy: „Paní ředitelko, neměla byste někdy čas na rozhovor do Agrofert magazínu?“ „Teď mám hodinu volno mezi schůzkami, přijďte hned!“

Olma letos slaví padesátiny. Co to pro vás osobně znamená?

...že už jsem tam 9 let.

Pan Babiš často říká, že kdyby majetkově nevstoupil do Olmy, dnes by už neexistovala. Souhlasíte?

Myslím, že je to pravda. Víte, poprvé v životě jsem viděla skákat telefon, když jsem nastupovala do Olmy. Celý život si to datum budu pamatovat – 18. prosince 2008. Na valné hromadě tehdejší pan generální ředitel říkal, že hospodářský výsledek bude kladná nula. Vzápětí se ale ukázalo, že je minus 200 milionů. A kde nic není, ani smrt nebere. Volám panu Babišovi, že je průšvih. Křičel na mě, jak je možné, že ty peníze tam nejsou. Já jsem na něj zase křičela, ať na mě neřve, že já za to nemůžu. Tenkrát telefon opravdu skákal. (směje se a zamyslí se) Přiznám se, že jsem se v byznysu málokdy setkala s hrubostí, ale tenkrát jsem opravdu od dodavatelů slyšela velmi nevkusná a nevhodná slova, kdy už jim zaplatíme. Bylo to hrozně těžké období, ale zvládli jsme to.

Vy jste tehdy musela hodně lidí propustit...

Ano, aby Olma přežila, museli jsme z původních 500 zaměstnanců asi 60 lidí skutečně propustit. Důvod byl ten, že Olma nebyla efektivní. Dávat někomu výpověď určitě není příjemná věc. Jestli si někdo myslí, že je to jednoduché, tak bych mu to jednou v životě přála. Dávala jsem je osobně. Na jedné straně byl pocit, že někomu ubližujete, na druhé byla potřeba efektivity ve firmě. Aby firma mohla fungovat, musíte někdy udělat i těžké kroky. A tohle byl ten nejtěžší.

V čem byly chyby předchozího vedení? Proč firma neprosperovala?

Olma byla předtím vlastněna zemědělci. Jsem přesvědčena, že model, kdy farmáři vlastní mlékárnu, nemůže v tržní ekonomice fungovat, protože se navzájem bijí jejich zájmy. Mlékárna potřebuje co nejlevnější vstupy, a zemědělec potřebuje dostat co nejlepší cenu mléka.

Jaké byly vaše první kroky? Kam jste Olmu nasměrovala?

Musíte se zamyslet, jak fabrika funguje a kam by měla jít. A to mi trvalo tři měsíce. Měli špatně nastavené nejen vstupní ceny mléka, ale i obalů, kelímků, ovocných složek do jogurtů a podobně. Zkrátka tam nebylo nic v pořádku. Když jsem přišla, podařilo se mi zhruba o 30 % snížit ceny vstupů. Udělala jsem taky úplně brutální rozhodnutí. Všichni ředitelé mlékáren se poměřují podle toho, kolik jednotlivé mlékárny zpracují mléka. Řekla



Florian je dnes nejprodávanější jogurt v České republice a Olma je dominantním prodejcem jogurtů.

jsem: „Ne, tohle já nehraju, tuhle hru!“ Raději méně a efektivně zpracovat a mít správně nastavený výrobní program. Olma před tím dělala úplně všechno – komoditní UHT mléko, máslo, sušené mléko. Pro mě ale byly důležité jogurty. Florian

byl vlajkovou lodí. Řekla jsem, že z Olmy uděláme kelímkovou firmu. A Olma je dnes skutečně kelímková firma. Florian je dnes nejprodávanější jogurt v České republice a Olma je dominantním prodejcem jogurtů. Víte, my jsme nikdy nezměnili recepturu, ani v nejtěžších dobách. Vždycky jsem říkala: „Přes to vlak nejede!“ Nic jsme neošidili. Naproti tomu jsme totálně odstříhli UHT mléko a prodali jsme výrobní linky. Když jsme pak koupili i Mlékárnu Hlinsko, výrobní program jsme si rozdělili, abychom si nekonkurovali. Oni všechno komoditní – mléko, máslo, sušené mléko, my – nekomoditní jogurty a pomazánkové máslo, což je zase kelímek. Do kelímku je dnes možné dát úplně všechno. Kromě tvrdého syra.

Jak se daří pomazánkovému máslu? Máte ho v sortimentu poměrně krátce...

Velmi dobře. Už si našlo svoji cestu a jsme na hraně výrobní kapacity. Totéž i sýr Olmín. Máme na něj jenom pozitivní reakce. Čtu všechny e-maily od našich zákazníků, kladné i záporné, abych věděla, co si myslí. Na Olmín nebyl jediný negativní ohlas.

Co v Olmě plánujete dál?

Víte, já už Olmou žiju mnohem míň, než jsem žila dříve. Vnímám ji jako velmi stabilizovanou fabriku, která má jasný cíl. Olma bude každý rok investovat 150 milionů. Tak to prostě bude. Jiná cesta není.

Říkáváte s úsměvem, že investice před panem Babišem tajíte...

„OLMA BUDE
KAŽDÝ ROK
INVESTOVAT
150 MILIONŮ.“

Říkala jsem mu, že mu nic říkat nebudu, protože on to zase všude řekne. On odpověděl, že paní Sokolovou netřeba řídit, protože se řídí sama. (směje se) Teď, když už ve firmě není, je to o to těžší, ale můžu říct, že Olma už nikdy nebude spát. Na

každý rok máme připravené nové věci, nové výrobní linky, nové výrobní programy, ale samozřejmě je nemohu prozrazovat. Do roku 2022 víme přesně, co budeme dělat. Říkám kolegům, že je to málo, že potřebujeme vidět ještě dál. Moje hlava je však spíše zatížena otázkami ostatních potravinářských firem.

Prozradte, jak to všechno zvládáte? V jednom rozhovoru jste řikala, že třikrát týdně nespíte doma

To, že nespím doma, snášim stále hůř a hůř, protože už taky nejsem za zelena utržená, takže se většinou vracím domů až pozdě večer. Abych všechno zvládala, rozhodla jsem se nedávno, že od září už nebudu generálním ředitelem Olmy. Zůstala jsem už jen předsedou představenstva a generálním ředitelem se stal pan kolega Krystián. Už nebylo možné, abych každý den podepisovala všechny faktury. Takže budu koukat víc shora. Jsem vděčná, že můžu řídit takhle velkou skupinu firem. Neuvěříte, jak jsou firmy všechny stejné a jak mají stejné problémy. A když stojíte nad nimi, máte nadhled, vidíte souvislosti a můžete udělat rozhodnutí, které byste jenom v jedné firmě nikdy nezvládnul. To je to, co mě baví a proč to zvládám.

A přesto si říkám – zvládat v jednom člověku řídit jednu z největších mlékáren, největší masokombinát, největšího výrobce drůbeže v Čechách a na Slovensku...

A ještě chovy. (směje se) Úžasné je, jak to má logiku a všechno do sebe zapadá. Dá se

to zvládnout, není to nic těžkého. Přiznám se, že už bych nemohla řídit jen jednu firmu, to je strašná nuda. Můj mozek vstřebává nějaký problém, a pak už nesnáším rutinu. Musím se posunout dál a zase se něco nového naučit. Teď se třeba učím prasata. Baví mě dozvídat se nové věci.

Berete to jako výzvu, že zvládnete postavit na nohy firmu, které se nedaří?

Ne, tak to neberu, na ego netrpím. Pro mě je důležité poznání nového a úžasný kolektiv, kterému můžu pomoci, poradit. Například ve Vodňanech máme skvělého generálního ředitele, kolegu Milana Říhu. Před mým příchodem ale firma měla špatný poměr prodeje mražených a chlazených výrobků. Většinu musíte prodat chlazených, což dříve nebylo a oni to neviděli. Změnili jsme to a všechno funguje.

Byla nějaká firma, kde bylo všechno špatně, kde se absolutně nedařilo?

Jeden čas už jsem byla zoufalá z PMU. Pořád to nešlo.

Pořád jsem říkala – pojďme jinou cestou, pojďme dělat teplé pulty. Je to ale jenom o tom, jak rychle dokážete lidem ukázat jinou cestu, diskutovat o ní a přesvědčit je o ní. Neříkám, že mám vždycky pravdu, ale diskuse je velmi důležitá. Ten druhý možnost ví o své branži víc než já, ale já do toho vnesu jiný pohled. A pravda se rodí v diskusi. Když někdo diskutovat nechce, má svoje klapky přes oči a drží si je, pak je to moc těžké. Ale chlapi v PMU to zvládli a jsem na ně pyšná. Domluvili jsme se nakonec, otočili jsme a jdeme novým směrem. Máme Pražská řeznictví, budujeme je, budujeme teplý pult, úžasně.

„PŘIZNÁM SE, ŽE UŽ BYCH NEMOHLA ŘÍDIT JEN JEDNU FIRMU, TO JE STRAŠNÁ NUDA.“

Chce se vám mluvit o politice?

Jo, chce. Je to hnusné a bolí to. Chodím do práce, která mě baví, snažím se něco řešit a motivovat lidi a pak jedete autem a před vámi má člověk na

autě nálepku „Babišovy výrobky nejím!“ Ale proč? Uvědomuje si ten člověk, že někteří lidé v našich podnicích možná pana Babiše ani v životě neviděli? Že ti lidé se snaží dobře dělat svoji práci, a on říká, že jsou darebáci? To mě bolí! Mě to bolí za ty lidi. Co oni mají společného s tím, že se pan Babiš rozhodl jít do politiky? Nic! Neříkám, že se nám vždycky všechno povede, ale proč někdo shazuje jejich práci?! Pan Kalousek měl volební video, kde říkal, že párky z Kostelce nejí. Proč to dělá?! Tak ať se postaví před ty řezníky a řekne jim, že dělají, slušně řečeno, nekvalitní výrobky! Pak si ho budu vážit.

Občas se skutečně ve výrobě něco nepovede. Zažili jste třeba ulomenou injekční jehlu v salámu.

Někdy si připadám jako policajt. Jednoduchý příklad z Olmy: Jogurtový kelímek má na obalu napsanu příchut' jahodovou a víčko na

něm je třeba meruňkové. Jaký vlastně ten jogurt je? No, až otevřeš víčko, zjistíš. (směje se) Někdy troubelín dal do mašiny špatná víčka. Dokonce zjistíme, kdo to byl. Umíme výrobu dosledovat až do konce. Tak mu řeknu: „Pepíku, co jste to tam dal?“ A co mu mám udělat? Useknout ruku nebo hlavu?! Nebo konkurence třeba měla myš ve výrobku. Po fabrikách ale taková zvířátka opravdu nepobíhají. Může jít o mstu zaměstnance, kterému jste třeba něco vytknul. Tohle všechno se může stát a my to neumíme ohlídat.

Jak zvládají vaše firmy nedostatek lidí na trhu práce?

Všechny fabriky jsou na tom úplně stejně. Je to velmi těžké. Potravinářství je složité a marže jsou nízké. Bojujeme na všech frontách o to, za kolik prodáme. O platy možná ani nejde, ale lidé říkají, že nechťejí chodit na noční a pracovat o víkendech. Chtějí mít klid, chtějí si užít život, chápu to. My jim třeba i přidáváme, ale oni říkají: „Ne, my nechceme, nám to stačí. My chceme mít o víkendu volno.“ A jak to chcete udělat, když mléko chodí každý den a řetězce chtějí dodávky každý den? Všichni jsme zákazníci a chceme jít do obchodu v sobotu a v neděli a koupit si čerstvé zboží. A my musíme dodat. To je hlavní problém.

Hodně diskutované je v poslední době zaměstnávání cizinců...

Musíme, jiná volba není, pokud máme čtyřprocentní nezaměstnanost. Osobně nejsem zastáncem agenturních prací, raději volím zaměstnávání cizinců na pracovní povolení vydané do konkrétní firmy, to je správná cesta. Na druhou stranu mám dojem, že všechno je přepálené a v blízké době musí trh zkolabovat. My vyrobíme, ale pak to musíme vyexportovat. Ale pak musí přijet kamion, který třeba nepřijede, protože dopravce nemá řidiče. Taková je situace. Já mám vyrobeno, musím



V Kostelci budeme mít supermoderní technologie na krájení a balení šunek a salámů.

dodat, třeba i pod sankcí, když nedodám, ale on to tam nemá kdo odvézt. A tohle řešíme každý den.

Takže podle vás přijde krize?

Vždycky přijde krize. V životě je to vždycky nahoru a dolů. Ekonomiku táhne segment automotive, ale každý obor má svoje sinusoidy. Automobilky také zaměstnávají cizince, ale platí jim úplně jiné peníze. My takové peníze nikdy nedokážeme dát, protože marže v potravinářství jsou podstatně nižší.

V poslední době jsou média plná informací o rostoucí ceně másla. Proč je máslo tak drahé?

Proč? Protože není mléčný tuk. Velmi jednoduchá věc – nabídka, poptávka. Když něco na trhu není, tak to stojí hodně peněz. Vloni byla mléčná krize. Nejdřív byly ceny mléka vysoké, proto všichni zemědělci chtěli prodávat. Pak se zjistilo, že najednou je mléka hrozně moc, tak cena začala padat dolů. Posléze EU vymyslela, že dá zemědělcům peníze, když nebudou dojit. Dramaticky nám spadlo množství nadojeného mléka. A málokdo ví, že krávy jsou severská zvířata, mají rády zimu a slunko nemají rády. Proto v létě, když jsou vedra, přestanou dojit. To jsou všechno příčiny, ale predikovat další vývoj cen je v tuto chvíli obtížné. Věřím, že na Vánoce by to nemuselo být tak dramatické, jak se píše v novinách. Lidi mají máslo v mrazáku a budou z něj dělat cukroví.

Jakou máte ve svých firmách vizi pro budoucnost?

Mám úplně jasno v tom, kde fabriky mají být. Mají to být fabriky s absolutně nejlepším technologickým vybavením. Fabriky, které budou lídry na trhu, budou dělat to nejlepší na nejlepších technologiích a budou umět garantovat český původ. Můžu podložit fakty: Rozšiřujeme chovy prasat, stavíme supermoderní bourárnu v Planě, abychom stačili to, co vyprodukujeme, porazit a rozbourat. Dále dramaticky investujeme do krájecích center v Kostelci, kde budeme mít supermoderní technologie na krájení a balení šunek a salámů. V bílém masě je linie naprosto jednoduchá a jasná: Super chovy, rozšiřujeme rozmnožovací chovy, vajíčka pak putují do rozšířené líhny, která bude mít dvojnásobnou kapacitu 80 milionů vylíhnutých kuřátek, a odtud budou kuřata pokračovat do nových Vodňan. Po Novém roce se ve Vodňanech začne stavět nejmodernější porážka, jakou můžete mít. S moderním omračováním. Kvalita masa pak bude vý-

„PO NOVÉM ROCE SE VE VODŇANECH ZAČNE STAVĚT NEJMODERNĚJŠÍ PORÁŽKA, JAKOU MŮŽETE MÍT.“



Na sýr Olmín nebyl od našich zákazníků jediný negativní ohlas.

razně lepší, protože porážená kuřata nebudou ve stresu. Za starou fabrikou máme pozemek, kde ji postavíme. Do dvou let jsme hotoví. Moc se těším, protože právě to posouvá fabriky do jiného levelu.

Pojďme se ještě zastavit u Kostelce...

(Zasměje se ještě před položením otázky). A víte co? Mám tam ty lidi strašně ráda, ani nevíte jak. A nejen je. Všecky svoje mám ráda. Pánbůh mi za všechna příkoří nadělil dobré lidi.

Jak se vám do Kostelce šlo?

Špatně, ale to se obecně ví. Když z vás média dělají „Babišova kata v sukni“, pak je to složité. Lidi mají strach a nevědí, co s nimi bude. Nejlepší by bylo zeptat se přímo Kosteleckých, jak to mají s paní Sokolovou, ale já o nich mohu říct jen to nejlepší. Jsme úžasná parta, která dokáže vymyslet cokoli na světě. Vždy je vyzývám, aby vymysleli to nejlepší, co může být: „Z čeho to zaplatíme, to už je moje starost, vy to máte vymyslet! A máte se se mnou radit, kam půjdeme ve své vizi.“

Co je příkladem toho nejlepšího, co lze vymyslet?

Zrovna nedávno jsme na jednom jednání představovali nejluxusnější balení masa, jaké dnes můžete mít. Kupujeme hromadu mašin, které nás posouvají dál v balení. Vždy jsme měli výbornou surovinu díky našim úžasným farmářům, ale neměli jsme způsob balení. Byli jsme takoví komunističtí, staří, ujel nám vlak. Úspěšná je i řada Convenience, což jsou výrobky, které si doma dopečete. Chystáme řadu sekaných s náplní. Jdeme cestou, kterou Kostelec nikdy nešel. Jdeme cestou moderního stylu pro mladé domácnosti – kup si kvalitně

připravený výrobek, který si doma jenom dopečete. O bourárně už jsem mluvila. Ta je pro Kostelec stěžejní, bez ní se nepohneme. Na ni bude navazovat sklad. Umíme prasata porazit, ale nedokážeme je rozbourat. Kostelec dlouhé roky stagnoval. Kvůli tomu, že se mu nedařilo, neměl ani odvahu investovat. Ale teď to valíme na všech frontách. Stejně jako v Olmě budeme investovat 150 milionů ročně. Ne proto, že bychom chtěli utrácet, ale proto, že chceme být nejlepší.

Co především bylo nastaveno špatně, když jste do Kostelce přišla?

Chlapi na mě ze začátku koukali, co bude. Vždycky si mysleli, že Kostelec je párková firma. Já jim říkám: „Ne, nic takového! Co je vaše rodinné stříbro? Vaše rodinné stříbro se jmenuje české maso, to nemá nikdo v této zemi.“ Porážíme jenom svá vlastní prasata z českých chovů. I ze zahraničí se k nám jezdí dívat, jak to umíme. Kostelec musí být špičkový v masech, musí umět dodávat super masa. Podle mě cesta pro budoucnost není ta, že budete mít „milion“ uzenin, ale pár vybraných velice kvalitních párků a klobás, a budou se více prodávat kvalitní polotovary, které si doma doděláte. A polotovar má vždycky základ v masě. Uzeniny umí udělat každý. Konkurence ale kupuje jak čerstvé, tak zmražené maso ze zahraničí a pak z nich dělá uzeniny. My nic takového neděláme. Kostelec je dělá z čerstvého, domácího. To je úžasné!

Z vašeho povídání je patrné, že Kostelec má pro vás osobně velký význam...

Ke Kostelci mám hodně zvláštní vztah, řekla bych, že až téměř mateřský. Protože do Kostelce si každý kopne, a já mám úplně brutální potřebu ho chránit. Jsou tam fakt úžasní lidé. Ta práce je opravdu těžká a mě strašně bolí to ubližování. A moc všem, nejen Kosteleckým, děkuju za to, že je mám. ■



„ZNEVÝHODNĚNÝM DĚTEM NEJVÍCE CHYBÍ NĚKDO, KDO BY JE VYSLECHNUL,“

říká ředitel organizace Letní dům **Jan Bárta**.

Letní dům organizuje pro sociálně znevýhodněné děti zajímavé volnočasové aktivity, seznamuje je s věcmi, kterým se neměly příležitost v dětských domovech naučit, snaží se zlepšovat prostředí v jejich biologických rodinách i být oporou rodinám pěstounským. Aktuálně spustil kampaň s názvem Vypěstuj si prezidenta, s jejíž pomocí se snaží hledat lidi, kterým není osud znevýhodněných dětí lhostejný.

Pracujete i s dětmi, které si prošly jistě velmi silným traumatem ztráty rodiny. V České republice je stále aktuální téma odebrání dětí z rodiny. Kdy by se podle vás měla dát biologickým rodičům ještě šance a kdy už ne? Jak vnímáte současnou praxi?

Zdá se, že na tuto otázku nelze odpovědět jednoznačně. Na základě našich zkušeností je velmi důležité navázání dobrých vztahů s pracovníky OSPOD (Pozn.: Orgány sociálně-právní ochrany dětí). Navzdory vytíženosti těchto pracovníků a v některých případech jejich vysoké fluktuaci musím říci, že se daří řešit to nejpálčivější, totiž traumatizující

způsob odebrání dítěte do ústavní péče. Prioritou i v takovýchto velmi složitých a často velmi bolestivých případech je a musí být dítě. Je potěšitelné, že se na nás v této záležitosti obrací pracovníci OSPOD stále častěji. Nu a my společnými silami a s vědomím rodiče nastalou situaci řešíme. Letní dům plní roli toho, kdo je nablízku radou a často i praktickou pomocí a spolu s ostatními zúčastněnými stranami situaci řeší. A co se týče odpovědi na otázku, kdy dát biologickým rodičům šanci a kdy už ne, mám za to, že bychom měli vždy hledět především na potřeby dítěte. Ať se děje cokoliv, dítě je na prvním místě. Pokud je, i když jen malá, naděje na to, že se situa-

Téměř dva roky jste ředitelem organizace Letní dům. Co si pod tímto velmi poetickým názvem máme představit?

Letní dům profesionálně podporuje sociálně znevýhodněné děti a mladé lidi s ohledem na jejich aktuální situaci a potřeby. Jako zásadní vnímáme jejich životní příběh, sebezpečí, hledání vnitřní jistoty a zdroje, z nichž mohou čerpat tak, aby mohli pevně stát na vlastních nohou. Letní dům pomáhá letos už dvacátým rokem a máme radost, že se práce, kterou začali v Letním domě manželé Lucie a Jiří Kokrdovi organizováním arteterapeutických pobytů dětí z dětských domovů, zdárně rozvíjí.



ce zlepšit, děláme vše pro to, aby dítě mohlo u rodičů zůstat. Rodinu mu zkrátka nic nenahradí. Jsem vděčný za zkušenost ze spolupráce Letního domu s pěti dětskými domovy a myslím, že se v pohledu na základní potřeby dětí a jejich naléhavost nijak nelíšíme.

Pokud už k odebrání dítěte z rodiny dojde, co by se mělo podle vašeho názoru dít s dítětem či sourozeneckou skupinou dále?

To, co vnímám jako jistý handicap naší ústavní péče, je, že dítěti není nablízku někdo, kdo by s ním jeho traumatizující zážitky řešil. Někdo, kdo by jej doprovázel a naslouchal mu. To nemůže zajistit vychovatel. Ten má spoustu jiných a nezbytných starostí. Prostě zatím není zajištěno to, aby s dítětem někdo o jeho traumatu, o jeho negativních prožitcích hovořil a dlouhodobě jej doprovázel. Jsou dětské domovy, kde se snaží takovou péči zajistit, a jsem rád, že i Letní dům se díky svým dárčům může na takové práci nezbytně pro dítě podílet a zlepšovat a posilovat v něm vědomí vlastní hodnoty

Lidé (tzv. široká veřejnost) jsou velmi často ochotni přispívat na děti s viditelným fyzickým postižením. Jakmile se ale jedná o děti ohrožené sociálním prostředím, ve kterém vyrůstají, jejich ochota se rychle vytrácí. Nemáte ten pocit?

Souhlasím s vámi. Většinová společnost se soucitliví nad dětmi, které nemají fungující rodinu, zpravidla v čase adventu, těsně před Vánocemi. Z vlastní zkušenosti vím, že v některých dětských domovech se o Vánocích dveře, jimiž vstupují i velmi bohatí dárce, „netrhnou“. Pak ale přijde všední čas a jako by se na podporu dětí v ústavní péči zapomnělo. Vánoční dárky jsou sice hezká věc, ale nedokáží zajistit to nejpodstatnější, zdravý rozvoj dítěte, jež je odkázáno na ústavní péči. Takovému dítěti často chybí někdo, kdo by ho vyslechnul, kdo by mu pomohl orientovat se ve spletnosti života dospělých, kdo by sdílel jeho strachy a pomohl mu zbavit se pocitu viny za situaci, v níž se nachází. Někdo, komu by mohlo říci to, co se přece říká jen tátovi a mámě. Takhle naléhavá potřeba dětí z dětských domovů se představuje potenciálním dárčům velmi nesnadně. Roli důvěrníka, toho, kdo dítě „doprovází“, musí dělat skutečně zkušený odborník. Takový profesionál něco stojí. A tak zatímco darovaný plyšový medvídek je dobře vidět a dárce si jím tak trochu i kompenzuje svůj vlastní pocit viny, terapeut dělá „jen“ svou práci... Prostě je mi líto, že naše společnost ne vždy vnímá priority v pomáhání. Je to samosebou i vina nás pracovníků, kteří se zabýváme podporou dětí v nesnadných poměrech. Neumíme toto téma



„prodat“ tak, aby se z toho stal bestseller pro většinovou společnost. A tak jsem vděčný za tento rozhovor a jsem si jist, že se mezi jeho čtenáři najdou lidé, kteří pochopí smysl naší práce a že ji podpoří. V současnosti jsme spustili kampaň s názvem Vypěstuj si prezidenta, kterou bychom rádi vyzvali lidi, jimž leží na srdci osud velmi znevýhodněných dětí, aby nikoliv nějakým velkým, ale především pravidelným darem podpořili dlouhodobou péči a doprovázení dětí v dětských domovech. Jsem rád, že už se pár takových podporovatelů našlo. Nicméně, právě zde vnímám, bohužel, naše limity. Neumíme prodat své „zboží“.

Nadace AGROFERT vás podpořila v rámci svých grantů, je také vašim tradičním partnerem při akci Řeka přání. Jaká je její myšlenka?

Účastníci této benefiční akce pořádané letos již potřetí 23. listopadu na Kampě si mohou koupit lampion a pustit ho s napsaným přáním dítěte po Vltavě. Řeknu vám, že je to nejen pro děti půvabná akce. Druhá půle listopadu už jasně předznamenává zimu, ale řeka se svítícími lampiony znamená úžasný zážitek. Pouštění lampionů je doprovázeno kulturními akcemi pro děti i dospělé. Nadace AGROFERT měla loni na náplavce svůj



Co děláte proto, aby si lidé uvědomili, jak důležitá je práce s takto ohroženými dětmi?

Vždy v květnu pořádáme dobročinný bazar na náměstí Míru v Praze. Výtěžek z prodeje využíváme na podporu činnosti Letního domu. Jde však také o PR akci. O naší činnosti se dozví široký okruh potenciálních dárců. Jak už jsem zmínil, Letní dům spustil kampaň s názvem Vypěstuj si prezidenta – <http://www.vypestujsiprezidenta.cz/>. Jedná se o jednoduchou výzvu k pravidelné a dlouhodobé podpoře doprovázení dětí z dětských domovů a z rodin sociálně ohrožených a nezajištěných. Dost nám v této chvíli na tomto projektu záleží. Nicméně, mnoho peněz se nám v rámci této kampaně zatím získat nepodařilo. ☹

vlastní stan se šlapadlem a bylo tam opravdu živo!

Plánujete ve spolupráci s Nadací AGROFERT ještě nějaké další aktivity?

Ano, 28. listopadu se uskuteční konference Na hraně, jež je určena lidem z oborů, tedy sociálním pracovníkům, kteří se věnují dětem, pracovníkům OSPOD i těm, kterým leží na srdci starost o rozvoj dětí, na něž se příliš často nevzpomíná, děti bez přirozeného zázemí domova. Konference bude doprovázena workshopy, kde se chceme věnovat pro odborníky živému tématu a tím je zvládnutí procesu transformace z ústavní péče rodinného typu. ■

„DÍKY FRIENDLYVOXU SI DNES NEVIDOMÍ SNADNO PŘEČTOU NOVINY NEBO VYHLEDAJÍ VLAKOVÉ SPOJENÍ,“

říká IT specialista **Vladimír Jareš**, který stojí za počítačovým programem FriendlyVox pro zrakově postižené.

Následkem předčasného porodu zůstal jeho syn nevidomý. Dnes je z něho výborný muzikant, který vystudoval Pražskou konzervatoř a inspiraci pro svá hudební vystoupení hledá například na YouTube. Vladimír Jareš si díky této osobní zkušenosti uvědomil, jak složitá je pro zrakově postižené lidi orientace na počítači a především na internetu, bez kterého se už dnes málokdo obejde. Spolu se svými kolegy proto vymyslel počítačový program FriendlyVox a vymyslel ho tak, aby se ho nebáli ani lidé, kteří s počítačem nikdy moc nepracovali. Program nabízí svým klientům zdarma i díky spolupráci s Nadací AGROFERT.

Váš syn se narodil jako nevidomý. Byl to hlavní impulz k vytvoření počítačového programu FriendlyVox?

Synovi je dnes 36 let, a jelikož se první ozvučené počítače objevily už v devadesátých letech, pracovat s nimi umí více než dvacet let. Všechny ozvučovací programy jsou ale poměrně složité, navíc byly určeny hlavně pro prostředí Windows a s ozvučováním internetu mají často problémy. Náš program FriendlyVox je ve srovnání s nimi uživatelsky mnohem jednodušší a mnohem snadnější je díky němu i orientace na internetu. Můj syn je z FriendlyVoxu nadšený, protože jako hudebník není zrovna technický typ. FriendlyVox jsem ale nedělal kvůli svému synovi, chtěl jsem především zužitkovat svoji zkušenost, že ne každý zrakově postižený člověk má ve svém okolí IT odborníka, a přesto by měl mít možnost s počítačem pracovat.

Na jaké problémy jste u klasicky ozvučených počítačů pro nevidomé narážel?

Když za mnou kdysi syn chodil, že na počítači něčemu nerozumí, nebývalo snadné mu pomoci. Přestože jsem výpočetní techniku vystudoval a celý život pracuji v tomto oboru, bylo pro mě časově náročné se v těchto speciálních programech zorientovat. Měkrát jsem si uvědomil, jak složité to musí být pro lidi se zrakovou poruchou, když se navíc nemají na koho obrátit.

V čem je tedy FriendlyVox ve srovnání s jinými programy pro nevidomé jiný?

FriendlyVox ozvučuje nejčastěji používané internetové stránky, přičemž počítá s tím, že uživatel nemá k dispozici obrazovku ani myš. Díky tomu jej mohou uživatelé ovládat pomocí malého počtu snadno přístupných kláves. Komfortní je pro ně také to, že díky nápovědě si nemusí pamatovat jednotlivé povely, jako to vyžadují jiné ozvučené počítačové programy pro nevidomé. Další velkou výhodou FriendlyVoxu je fakt, že jej průběžně aktualizujeme podle toho, jak se mění prostředí internetu či jednotlivé aplikace. Náš program je navíc možné nainstalovat na jakýkoliv běžný počítač, na kterém spolu s nevidomým může pracovat i zbytek rodiny, aniž by se tím narušily jiné funkce počítače.

Jaké internetové aplikace jsou nevidomým díky vašemu programu přístupné?

Díky spolupráci s Mafrou poskytujeme nevidomým každý den ozvučenou verzi novin MF DNES a Lidových novin. Ozvučený máme třeba také e-mail, YouTube, Google včetně Google překladače, běžné televizní kanály kromě televize Nova nebo jízdní řády. Ty patří mezi nevidomými k nejoblíbenějším



Vydat se do banky, vyžaduje-li to u některých dokonce i přítomnost průvodce, bývá mnohem složitější, než si dovedeme představit. V České republice dnes využívá služeb internetového bankovníctví 60 % lidí, mezi zrakově postiženými jsou jich ale jen malé jednotky procent. Není to proto, že by nechtěli, ale je to pro ně velmi složité a vzhledem k jejich zodpovědnosti k penězům u nich panují určité obavy.

Jak daleko jste v realizaci tohoto projektu?

Pro banky jsou zrakově postižení klienti momentálně okrajovou záležitostí a většina jich proto svoje aplikace pro tyto klienty nijak neupravuje. Ozvučení internetového bankovníctví řešíme nejen s bankami, ale i s Vládním výborem pro zdravotně postižené občany, Národní radou zdravotně postižených a zástupci zrakově postižených. Jedná se rozsáhlý projekt, pro který není jednoduché zajistit financování, nicméně věřím, že už v příštím roce bychom mohli mít pilotní verzi. Do budoucna bychom pak chtěli zvýšit počet zrakově postižených klientů, kteří ovládají svůj účet přes internet, z dnešních stovek na desetitisíce. ■

aplikacím, protože překvapivě velký počet zrakově postižených lidí využívá vlaková spojení. Populární jsou i zábavné aplikace jako například pexeso a řada dalších. Témat do budoucna je mnoho, rádi bychom ozvučili třeba hlavní funkce Facebooku.

Jak se mohou zrakově postižení o vašem programu dozvědět?

Kromě toho, že si jej sami či s pomocí najdou na internetu, mají zrakově postižení lidé možnost seznámit se s naším programem třeba ve veřejných knihovnách, do kterých ho instalujeme v rámci projektu „FriendlyVox pro knihovny“. Jejich personál poté školíme tak, aby mohl zrakově postižené návštěvníky informovat o tom, jak program funguje. Pokud dnes někdo z nevidomých do knihoven zavítá, může si v nich přečíst noviny nebo vyhledat informace ve Wikipedii. Knihovny jsou tak díky našemu programu schopné nabízet ozvučené služby a přispívat k naplňování Národního plánu podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením. Pokud vím, tak je to jeden z mála praktických výsledků dosažených v této oblasti, paradoxně do této chvíle bez jakékoliv podpory ze strany státu.

Jaká je u nás podle vašich zkušeností počítačová gramotnost zrakově postižených lidí?

V České republice je v různém stupni zrakového postižení 100 tisíc lidí. Jejich počítačová gramotnost je pochopitelně vzhledem k různému stupni zdravotního postižení, vzdělání a věku na různé úrovni. Nejsložitější situace

je u lidí, kteří přišli o zrak v pozdějším věku například díky pokročilé cukrovce či rozvoji jiného onemocnění. Tito lidé dnes tvoří většinu zrakově postižených a naučit se obsluhovat počítač bez zrakového vjemu je pro ně velmi náročné. Pro tyto lidi, kteří navíc byli většinou zvyklí internet běžně používat, je FriendlyVox často jedinou možností, jak si udržet přístup k internetu i po ztrátě zraku.

Jaké další internetové aplikace by zrakově postižení podle vás ocenili?

Velmi praktické by pro ně určitě bylo jednoduše a bezpečně přístupné internetové bankovníctví, a právě v tomto směru bychom rádi naše zkušenosti s FriendlyVoxem v nejbližší době využili. Internetové bankovníctví má pro zrakově postižené i další výhody, protože jim například snižuje náklady na jejich mobilitu.



Propagační video, díky němuž se přesvědčíte, že FriendlyVox je pro uživatele přátelský, naleznete na facebooku.

„NA PODZIM SE BUDEME VĚNOVAT TANCI A BYLINKÁM,“

říká account manažerka Mafrý **Eliška Šilerová**, spoluzakladatelka neziskové organizace Sdílný generací, která předává dovednosti seniorů těm, kteří se je chtějí naučit.

Naši dědečkové si uměli sami postavit dům a naše babičky zase pro své děti dokázaly uplést a ušít všechno, co bylo potřeba, a ještě přitom vykouzlit nezapomenutelné koláče podle tajného rodinného receptu. Dnes se z našeho života ruční práce pomalu vytrácí a na staré a generacemi osvědčené dovednosti se zapomíná. Parta mladých lidí si proto řekla, proč se od starších generací nepoučit, a založila neziskovou organizaci Sdílný generací, která pravidelně pořádá workshopy vedené seniory a má za sebou i organizaci prvního ročníku Mezigeneračního festivalu Sdílení. Jak tahle originální myšlenka vznikla? Jak se jí podařilo realizovat a o jaké dovednosti našich babiček a dědečků mají mladí lidé největší zájem?

Sdílný jsou jedinou organizací v České republice, jež organizuje workshopy, ve kterých lektorují pouze seniři. Koho to napadlo?

Byla to trochu náhoda. Nápad se totiž zrodil při jednom setkání s přáteli v hospodě, kdy jsme si zrovna povídali o tom, co všechno bychom potřebovali v našich bytech opravit nebo zrenovovat, ale neumíme to. Všichni jsme se shodli na tom, že například nedokážeme obložit dlaždičkami koupelnu nebo opravit žaluzie, a přitom jsou to věci, které naše babičky a naši dědečkové zvládali bez problémů. Dříve to zkrátka patřilo ke koloritu doby, že si každý dokázal postavit vlastní chalupu a ovládal několik řemesel. A tahle šikovnost se především ve velkých městech hodně vytrácí.

Měli jste nějakou inspiraci u vašich vlastních dědečků a babiček?

Ano, vyprávěla jsem o svém dědovi, který má velkou dílnu a dokáže spravit i vyrobit nejrůznější věci. Kamarády to zaujalo a postupně se tak dostali k tomu, že seniři umějí spoustu věcí, ale nemají je komu předat nebo mají pocit, že dnešní mladí lidé o to vůbec ne-

stojí. Domluvili jsme se proto, že vyzkoušíme kurz, ve kterém se nějaký šikovný senior podělí s mladými lidmi o to, co celý život dělal. Oslovili jsme naše kamarády a zájem o náš první workshop byl obrovský.

Čeho se týkal a kdo ho lektoroval?

Nakonec jsme pro první workshop vybrali vaření, protože bylo mnohem jednodušší zajistit prostory, ve kterých by se dalo vařit, než místo a pomůcky pro techničtější řemeslné dovednosti. Na lektorování jsme se domluvili s bývalým šéfkuchařem známé pražské restaurace, panem Jiřím Eichnerem. Ukazoval nám různé, dnes už zapomenuté postupy přípravy staročeských jídel. Podle jeho receptů jsme si všichni vyzkoušeli jídla sami uvařit a potom i sníst. ☺

Jaký staročeský recept se vám líbil nejvíc?

Dvakrát jsme pro mimořádně velký zájem opakovali kurz, ve kterém pan Eichner připravoval králíka cibuláře. Všem moc chutnal a každý si chtěl alespoň kousek odnést domů, aby ho ochutnal i zbytek rodiny. Sama jsem ho později taky vyzkoušela a měl úspěch.

Jak těžké bylo najít seniory, kteří by se chtěli ujmout lektorování?

Zpočátku jsme se spojili s Nadací Charty 77 a její ředitelkou paní Boženou Jirků. Ta nám zajistila setkání se seniorskými spolky fungujícími v rámci organizace SenSen, na kterých jsme získali zajímavé kontakty. Sehnat lekto- ra v této věkové skupině totiž není jednoduché. Nakonec jsme našli pět stálých lektorů a další občasně lektory, kteří mají zájem s námi spolupracovat. Jsou mezi nimi i lidé, kteří rozumějí včelařství, bylinkám, a spolupracujeme se seniorkou, která vyučuje břišní tance.

Sháníte momentálně další lektory, nebo už máte plno?

Zájem o další lektory určitě máme a jsme otevření každému novému nápadu. S budoucími lektory se na workshopy připravujeme, jsme tam pro ně jako opora a všemožně se snaží-



me, aby si to maximálně užili. Takže se určitě nemají čeho bát. Navíc od 1. října se staneme součástí nového Komunitního centra na Žižkově a otevírá se nám tím více možností pro produkčně náročnější workshopy.

Jaké novinky jste v nově otevřeném centru připravili?

Na podzim plánujeme plení šál, rukavic a šití na stroji a rádi bychom se víc věnovali tanečním kurzům a výrobkům z bylinek, o které je velký zájem. Na Vánoce se opět chystáme péct cukroví. Sledujte nás na Facebooku nebo na našich webových stránkách. Budeme moc rádi, když se někdo odhodlá přijít, protože rozhodně neodejde s prázdnou a naučí se spoustu zajímavých věcí.

Na konci loňského roku jste od Nadace AGROFERT přebírala cenu Pomáháme srdcem. Jak vaše organizace Sdílný generací využila finanční odměnu?

Nadace AGROFERT nám hodně ulevila. Do té doby jsme byli rádi, že vstupné na kurzy pokryje naše náklady. Teď máme konečně i peníze na vybavení nově otevřeného centra. ■



Ing. Miroslava Plánková

Ředitelka marketingu
Mediální skupina Mafra

Děti: Dcera Berenika

Zájmy: Rodina, přátelé, cestování, koučink, četba, dobré jídlo, sport

Životní moto: Svě sny chci prožít, ne život prosnit.

Proč jste se rozhodla pro práci v Mafře?

Oblast médií pro mne reprezentuje atraktivní profesionální prostředí, které umožňuje dívat se na svět z určitého nadhledu. Líbí se mi jeho všestrannost, vyžaduje komplexní vnímání a je velmi rychlé. Dopady rozhodnutí lze vidět nebo změnit prakticky ihned. Mediální skupina Mafra má ve svém portfoliu unikátní kombinaci silných tištěných a digitálních médií včetně TV a rádií, což pro mě představuje možnost využít různorodých marketingových přístupů a zároveň osobních zkušeností. Navíc jsem se zde setkala s inspirativními lidmi po odborné i lidské stránce, kteří pro svou práci dýchají. A uzejte, to už stojí za to. ☺

Přicházíte se zkušenostmi z firem Unilever, Akzo Nobel a Tchibo, Mafra je ale vaší první zkušeností z mediálního prostředí. Vidíte nějaké odlišnosti?

Osobně vnímám marketing jen jako jeden – vždy záleží na konkrétním produktu a cílové skupině. Naštěstí jsem měla vždy příležitost pracovat se zajímavými značkami, se kterými jsem se mohla osobně ztotožnit. V rámci mediální skupiny se navíc jedná o značky lokální. To je pro mne jako „marketéra“ velká motivace a odměna zároveň.

Co všechno obnáší pozice marketingové ředitelky ve skupině Mafra?

Mezi odpovědnosti marketingové ředitelky mediální skupiny Mafra patří především návrh komplexní marketingové strategie pro celé portfolio, včetně její úspěšné realizace.

Na co se chcete zaměřit v příštím roce?

Co se týče mých cílů pro rok 2018, zmíním pouze dva klíčové: a to minimalizaci dopadu klesajícího (celotřížního) trendu v prodeji tištěných titulů. Aktuálně nás potěšily poslední „výsledky čtenosti“, podle kterých čtenost Lidových novin a týdeníku 5plus2 naopak roste. Neméně důležité je pro mne stabilizovat marketingový tým a umožnit další rozvoj talentovaným kolegům. ■

Ing. Štěpán Čížek Ph.D.

Ředitel
Agrodružstvo Kačice

Děti: Syn Štěpán

Zájmy: Rodina, sport, cestování, četba

Životní moto: Neříkej, že to nejde, raději řekni, že to zatím neumíš.

Jak dlouho se pohybuje v zemědělském sektoru?

Je to už 12 let. K zemědělství jsem se dostal při postgraduálním studiu na VŠCHT Praha, když jsem nastoupil na brigádu do zemědělského družstva na Berounsku. Ze začátku jsem měl na starosti ochranu rostlin, později i hnojiva. Po ukončení postgraduálního studia mi v tomto družstvu nabídli místo hlavního agronoma. Družstvo obhospodařovalo 7 800 ha půdy, z čehož bylo 6 500 ha orné půdy.

Od loňského roku působíte v Agrodružstvu Kačice, které spadá pod mateřskou společnost AgroZZN. Čemu se firma věnuje?

AGD Kačice se zabývá zemědělskou prvovýrobou a hospodaří na výměře 3 256 ha zemědělské půdy, z čehož je 3 150 ha půdy orné. Činnost družstva je rozdělena na rostlinnou a živočišnou produkci. V rostlinné výrobě se věnujeme pěstování klasických polních plodin, jakými jsou např. řepka, pšenice, ječmen, vojtěška nebo kukuřice. Kukuřici a vojtěšku pěstujeme ale pouze pro potřeby živočišné výroby, která se zaměřuje na chov krav s tržní produkcí mléka a výkrm býků. Chov krav je rozdělen do dvou středisek. Středisko Kačice chová červenostrakaté krávy a středisko Družec holštýnské krávy.

Jaká je dnes situace v produkci mléka?

V loňském roce se za litr mléka platilo méně než 6 Kč, což byla cena hluboko pod výrobními náklady. V současné době ale ceny mléka stoupají a pohybují se kolem 8 Kč za litr, což je pro zachování chovu krav podstatné. O důvodech stoupajících cen mléka bych nerad spekuloval, ale zřejmě má vliv situace na světových trzích, vývoj sankcí vůči Rusku i další pokles stavů krav s tržní produkcí mléka, k němuž došlo v loňském roce. Pro chovatele je podle mého názoru především důležité, aby cena mléka byla stabilní a pohybovala se nad 8 Kč za litr. Její stabilita umožní další rozvoj a modernizaci živočišné výroby.

Jak to vypadá s cenou hovězího masa?

Ta je poměrně stabilní a zásadní cenové výkyvy zatím nic nenaznačuje.



Chystáte letos investice do modernizace firmy?

Velké investice do modernizace firmy jsme provedli již loni na podzim. Pro zrychlení a zefektivnění polních prací jsme koupili pásový traktor CASE IH Quadtrac 620, diskový podmiatač Amazone Catros o záběru 12 m, pro hloubkové zpracování půdy pak stroj SIMBA SL 700 se systémem výsevu řepky a polním válcem Aqueel. Poslední loňskou investicí pak byl univerzální sečí stroj o záběru 8 m. V letošním roce se zaměřujeme především na živočišnou výrobu. V Kravině Kačice v současné době probíhá modernizace rozvodů vody, výměna a zvýšení počtu napájecích žlabů. Koupili jsme rovněž nakladač CASE IH Farmlift 525 s vykusovačem siláže a nový vozík na mléko pro krmení telat. Rádi bychom dále rozvíjeli chov krav s tržní produkcí mléka. ■



„ZAMĚŠTNANCI BY MĚLI BÝT V DOBRÉ PSYCHICKÉ I FYZICKÉ KONDICI,“

říká personální ředitelka Dusla **Silvia Karásiková**.

Vedení Dusla přišlo zhruba před rokem s originálním nápadem – rozhodlo se zřídit denní stacionář pro seniory, který by měl sloužit především zaměstnancům z tzv. sendvičové generace. Ti se kromě zaměstnání starají o své děti, eventuálně vnoučata, a současně pečují i o své rodiče. Projekt zaujal Evropskou agenturu pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci, která Duslo zařadila mezi 16 oceněných firem v kampani Healthy Workplaces for All Ages v rámci Evropské unie. Jak se Duslo věnuje péči o zdraví zaměstnanců všech věkových kategorií a díky čemu si zasloužilo letošní druhé místo v soutěži Zdravá firma roku 2016?

Péče o zdraví zaměstnanců je v Duslu na velmi vysoké úrovni. Co vás přivedlo k myšlence zaměřit se na tuto oblast?

Jsmo chemická společnost a práce v tomto průmyslovém odvětví přináší mnoho rizikových situací, kterým musíme umět předcházet. Prostředí chemické továrny je pro zaměstnance psychicky i fyzicky poměrně náročné, a proto jsme se rozhodli, že se budeme věnovat nejen ochraně jejich zdraví při práci, ale i jejich psychické a fyzické pohodě.

Jaké konkrétní aktivity zaměstnancům nabízíte?

V areálu společnosti provozujeme vlastní zdravotnické zařízení, kde našim zaměstnancům nabízí své služby široké spektrum odborníků od krčních, ušních, kožních, očních, interních specialistů, chirurga, ortopeda až po neurologa, stomatology nebo fyzioterapeuty a ambulanci všeobecného lékaře. Každý rok se také snažíme připravovat nová zdravotní vyšetření nebo nové projekty na ochranu zdraví zaměstnanců. A také se je snažíme rozvíjet: organizujeme bowlingovou ligu, fotbalový turnaj, podporujeme naše kolegy běžce. Nabízíme i služby psychologa a pro vybrané skupiny děláme tréninky zvyšování odolnosti vůči stresu.

Čím jste své kolegy překvapili v loňském roce?

Očkováním proti klíšťové encefalitidě. Také jsme ve spolupráci s Občanským sdružením Monika otevřeli zařízení s denním pobytem pro seniory, aby naši zaměstnanci měli o starost méně se svými rodinnými příslušníky ve vyšším věku, o které se starají. Stačí je ráno doprovodit do centra, kde je pro ně připravený celodenní program, lékařský dohled a samozřejmě i strava, a po práci si je zase vyzvednout. Chtěli jsme, aby naši zaměstnanci byli v dobré psychické kondici a měli dobrý pocit z toho, že je dobře postaráno i o jejich rodiče nebo jiné příbuzné vyžadující nepřetržitou péči. Zájem o tuto službu projevil už 30 seniorů.

Kde jste se k tak originálnímu nápadu inspirovali?

Je to náš vlastní nápad. Na myšlenku nás přivedly články společnosti Slovaft a SKW Piesteritz, které provozují mateřské školky pro zaměstnance. Řekli jsme si, že bychom měli více využít volné prostory našeho zdravotního centra. Jelikož ale většinu našich zaměstnanců tvoří lidé ve věku nad 40 let, vydali jsme se jiným směrem. Vzpomněli jsme si na meetingy s našimi zaměstnanci, na kterých si nám lidé stěžovali, že mají velké problémy s umístěním svých dlouhodobě nemocných příbuzných v pečovatelských centrech. U mateřské

školy je navíc mnohem přísnější legislativa a nutný větší venkovní prostor, než můžeme zajistit. Postupně jsme se tedy shodli na tom, že projekt denního stacionáře pro seniory bude nejvhodnější, a to i vzhledem k dostupné lékařské péči.

Mohli letos nějak nabídku zdravotních služeb Dusla ovlivnit vaši zaměstnanci?

Zaměstnancům posíláme pravidelně dotazníky a setkáváme se s nimi. Pokud projeví zájem o něco nového, snažíme se jim požadovanou službu zabezpečit. Koncem minulého roku se k nám například dostal požadavek na služby dentálního hygienisty a od letošního května ho už máme v nabídce.

O které služby je momentálně největší zájem?

Odpověď není tak jednoduchá, zájem se hodně liší podle věku našich zaměstnanců. Starší pracovníci využívají nejčastěji služby stomatologů a mimo jiné mají zájem o nejrůznější zubní náhrady. Mladším ročníkům se v našem zdravotním centru líbí například nabídka rehabilitačního bazénu s teplejší vodou, do kterého rádi chodí se svými malými dětmi. Sportovněji zaměřeni kolegové mohou využívat velký plavecký bazén, který provozuje odběratel našich energií, sdružení Aquasport, a do něhož mají volný vstup. Zájem je také o nadstandardní výkony kožního lékaře.

Přispíváte zaměstnancům na tyto služby, nebo je hlavním benefitem fakt, že mají veškerou zdravotní i rehabilitační péči tak blízko?

Každý rok mohou na zdravotní služby našeho centra vyčerpat částku až do výše 80 eur a je jen na nich, jestli si zvolí hrazené služby stomatologů, masérů, fyzioterapeutů nebo jiných specialistů. Na regeneraci našich zaměstnanců poskytujeme jednou za pololetí dalších 30 eur a tuto částku mohou využít kdekoliv, i v našem centru zdravotní péče.

Čím podle vás Duslo nejvíce zaujalo evropskou porotu v soutěži Zdravé pracoviště pro všechny bez rozdílu věku?

Určitě je to velmi malý počet úrazů na provoz, ve kterém se pracuje s tak velkým množstvím nebezpečných látek. Stav bezpečnosti práce a vybavení moderními ochrannými pomůckami byl proto hodnocen velmi vysoko. Jako jeden z mála podniků na Slovensku jsme si ponechali provoz polikliniky a snažíme se v ní udržet lékaře všech nejnavštěvovanějších specializací, aby naši zaměstnanci nemuseli za lékařem dojíždět a mohli si k němu dojít i během pracovní doby. Nejvíce se ale porotě nejspíš líbila naše myšlenka denního stacionáře pro seniory.



V přihlašováním konceptu zmiňujete prevenci poruch pohybového aparátu především u starších zaměstnanců. Jakým způsobem se jim snažíte předcházet?

Na intranetu nabízíme zaměstnancům různé edukativní programy, ve kterých jim například vysvětlujeme, jak by měli správně sedět u počítače, a připojujeme k nim různá lékařská doporučení. Kromě toho pořádáme pravidelně přednášky lékařů, kteří zaměstnancům vysvětlují, na co by si měli dávat pozor. Nedávno jsme se také dohodli s fyzioterapeutkou, která naše zaměstnance přímo na pracovišti učila, jak by měli správně držet tělo a jaké cvičky by měli pravidelně provádět v kancelářích a doma, odborně se tomu říká cvičení metodikou SM systém. Jako podzimní novinku jsme

si pro naše kolegy připravili nabídku cvičení – AquaGym a Rehabwalking.

Nabízíte zaměstnancům také preventivní vyšetření zaměřené na civilizační choroby?

Ano. Nedávno jsme pro zájemce organizovali preventivní vyšetření proti rakovině tlustého střeva, která patří na Slovensku k nejčastějším onemocněním. Do budoucna zjišťujeme nabídku testů potravinové intolerance a očkování proti hepatitidě.

Letos jste získali také 2. místo v soutěži zdravotní pojišťovny UNION Zdravá firma roku 2016. Co vám toto umístění kromě image zodpovědného zaměstnavatele přineslo?

Je to velmi dobrá sebereflexe a prostor pro výměnu informací a zkušeností. Díky této soutěži jsme měli možnost porovnat se s ostatními podniky a zjistit, kde jsou v oblasti prevence a zdravého životního stylu naše slabší místa a kde se můžeme do budoucna zlepšovat. A když uspějete před takovou firmou, jako je Volkswagen Slovakia, která nemá tak nebezpečný provoz a nemá průměrný věk zaměstnanců nad 46 let, tak si řeknete: Neděláme to špatně.

Zařadila jste některé ze zdravotních prospěšných aktivit firmy do svého každodenního programu?

Stala jsem se dárce krve, abych byla dobrým příkladem pro své kolegy. Přihlásila jsem se na školení metod cvičení s názvem „SM systém“, které ulevují od bolestí páteře v bederní, hrudní i krční oblasti. Sportu se bohužel nevěnuji pravidelně, ale pokud mám čas, ráda si jdu zaběhat nebo se věnuji turistice. ■

DUSLO SE STARÁ O ZDRAVÍ SVÝCH ZAMĚSTNANCŮ

Společnost byla letos oceněna spolu s dalšími 15 evropskými firmami v kampani Zdravá pracoviště pro všechny věkové kategorie

Obsadila 2. místo ve slovenské soutěži Zdravá firma roku 2016

V areálu firmy provozuje vlastní zdravotnické zařízení, které slouží potřebám zaměstnanců

Firma zřídila denní stacionář pro seniory – především pro zaměstnance tzv. sendvičové generace



VYMÝŠLÍME VĚCI, KTERÉ NA TRHU CHYBÍ,

tvrdí shodně nejúspěšnější marketéři roku 2016 –
Martin Dolský z Penamu a **Martina Bauerová** z Papei.

Oba jsou špičkami v odvětví marketingu velkých a úspěšných společností. Jejich kampaně a produkty se líbí nejen odborníkům, ale především zákazníkům, pro které slovy Marty Bauerové oba dělají všechno, co jim na očích vidí. A to především v designově úžasně vymyšlených prodejnách Pražského řeznictví, které letos otevírá už třetí pobočku. Marketingovému týmu Martina Dolského se zase díky novým řadám pečiva podařilo najít něco, co jiní pekaři na trhu nenabízeli, a dostat značku Penamu do povědomí mladších lidí. Na příští rok chystají pro své zákazníky nejlepší tousty v Evropě.

Na letošním vyhlášení soutěže Marketér roku jste se sešli u jednoho stolu. Kdy jste se potkali poprvé?

Martina Bauerová: Naše první setkání proběhlo před několika lety. Nastupovala jsem tehdy do agentury Comunica, kde mi řekli, že se stanu šéfkou oddělení, které bude mít na starosti kromě jiných klientů komunikaci Agrofertu. To obnášelo především komunikaci firem Penam, Kostelecké uzeniny, Maso Planá, Krahulík, Kmotr, Vysočina Hodice a Vodňanská drůbež. Tehdy to pro mě byla velká zkouška, ale i dar, za který vděčím svému tehdejšímu šéfovi.

Martin Dolský: Vzpomínám si na to setkání, bylo to před šesti lety, a jelikož jsem tehdy v Penamu působil jako produktový manažer, byla moje spolupráce s Martinou mnohem užší než dnes. Ona tehdy v Penamu komunikovala i s mými kolegy – produktovými manažerkami a především s marketingovou ředitelkou. Navzájem se ale i přes změnu našich pracovních pozic vídáme s větší či menší intenzitou celých šest let.

Z Martiny se mezitím stala marketingová ředitelka Papei a Pražského řeznictví a vy řídíte marketing Penamu. Při jakých příležitostech se dnes setkáváte?

Martina Bauerová: Často si voláme, když potřebujeme jeden od druhého poradit. Já Martinovi pomáhám například s PR a on mně zase s podporou prodeje nebo řešením ochutnávek.

Martin Dolský: Naším poměrně pravidelným místem setkání je KFC na Černém Mostě. Nad kávou plánujeme, co bychom mohli společně podniknout.

Martina Bauerová: Momentálně pracujeme na novém projektu Rohlíkárný, který je už krátce před dokončením. Jde v podstatě o tzv. designový foodtruck zaměřený na mladší generaci, který by měl na různých našich eventech a gastro akcích nabízet rohlíky plněné různými pomazánkami, sýrem, masem, zeleninou či vege sortimentem.

Máte podobných originálních nápadů rozjetých víc?

Martina Bauerová: Zrovna nedávno jsme mluvili o tom, že Penam vyrábí speciální mouky „Z jiného těsta“ a Papei má novinku s názvem Bílkoun, která je vhodná pro různé redukční diety a díky vysokému obsahu proteinů i pro sportovce a všechny, kteří se zajímají o zdravé stravování. Ráda bych tyto dva produkty propojila a uspořádala setkání pro novináře a novinářky na téma „promlseyte se k postavě snů“, na němž bude mimo jiného možné ochutnat nejruznější sladké dezerty a poté je v podobě úžasných receptů předsta-

vit v našich předních časopisech nebo na sociálních sítích.

Není pochyb o tom, že si rozumíte lidsky i pracovní. Čím to podle vás je? Čeho si na tom druhém nejvíc vážíte?

Martin Dolský: Mně se u Martiny líbí její ohromná energie, protože jde do všeho na sto procent. Ona dělá věci nad rámec svých povinností, práce ji baví, je přátelská a ráda lidem pomáhá. A to i přesto, že dělat dnes marketing pro potravinářské firmy Agrofertu není vůbec jednoduché.

Co řeknete na oplátku o Martinovi?

Martina Bauerová: Je mnohem analytičtější a organizovanější než já, protože já jsem nepolapitelný bohém. Tím pádem se skvěle doplňujeme. Na celém marketingu Penamu se mi líbí, že má odvahu jít do nových věcí a inovovat. Na Martinovi potom hlavně to, že mu hodně záleží na lidech, které má kolem sebe.

Soutěž Marketér roku oceňuje projekty, které jsou inovativní a výjimečné.

Za co konkrétně byly oceněny ty vaše?

Martina Bauerová: Projekt Pražského řeznictví byl oceněn nejen za inovativní přístup v marketingu, výborně designově vymyšlené prodejny a PR komunikaci, ale především za skvělé produkty a servis, které tyto prodejny zákazníkům nabízejí.

Martin Dolský: Nás porotci soutěže oslovili sami, protože si změn v Penamu všimli a líbily se jim. Ocenili především změnu Penamu, která sice vycházela zevnitř společnosti, ale výrazně se projevila navenek. Změnila se naše firemní kultura i koncepce obchodu. Tato změna umožnila, aby nově vzniklé řady produktů byly na trhu úspěšné. Jako příklad mohu uvést např. Večerní chlebič, Sporty chlebě, řadu chlebě Z jádra dobrý a řadu sladkého pečiva Ze srdce sladké.

Proč byly interní změny tak zásadní?

Martin Dolský: Penam je dnes opravdu velká společnost a mohla by být kvůli tomu těžkopádná, pomalá a nesrozumitelná. Díky našemu šéfovi, panu Kurčíkovi, který vymyslel a spustil projekt „hravé firmy“, se věci posunuly úplně jiným směrem a Penam je dnes energická společnost s ambicí být pekařem první volby. Původně třeba interně převládaly obavy, že tyto novinkové výrobky pro naši výrobu nejsou vhodné a ani trh je nebude chtít. To se ale nepotvrdilo a trh je přijal velmi dobře.

„INTUICE A CIT JSOU PRO MARKETING HODNĚ DŮLEŽITÉ. ZKOUŠET NĚCO NOVÉHO A TROCHU RISKOVAT – TO JSOU VĚCI, KTERÉ VÁS V ŽÁDNÉ ŠKOLE NENAUCÍ, A PŘITOM JEN DÍKY NIM MŮŽETE NAJÍT NOVOU CESTU,“ ŘÍKÁ MARTIN DOLSKÝ.

Jaké argumenty jste předložil svým kolegům, aby se novinek nebáli?

Martin Dolský: Mým hlavním cílem bylo značku Penam a některé její subbrandy omladit a dostat ji do povědomí mladších lidí. Dříve jsme byli pekaři pro všechny a naše portfolio mělo spíše plochou strukturu. Proto jsme chtěli na trh uvést nové ucelené řady pečiva. S tzv. „funkčním pe-

čivem“ se nám podařilo zaujmout nastupující generaci zákazníků a oslovit pro spolupráci například blogery, kteří se o nás předtím nezajímali. Novinkám z řady Fit den jsem velmi věřil. Měly v sobě něco, co jiní pekaři na trhu nenabízeli.

Bylo těžké v dnešní konkurenci na trhu s čerstvým masem prosadit projekt Pražského řeznictví, které nabízí prémiovou kvalitu masa v krásném prostředí?

Martina Bauerová: Určitě ano, protože na trhu s masem je konkurence obrovská. Zmínila bych například „coolovát“ řeznictví Naše maso nebo Real Meat Society, která nabízejí exkluzivní produkty, kdy zákazník často platí jen za brand či nadstavbu něčeho, co tak reálně není. Masa, která tato řeznictví nabízejí, jsou cenově nesmírně předimenzovaná, ale svoje zákazníky si našla. Našimi konkurenty jsou ale i supermarkety. Český zákazník nemá obecně rád změny a je cenově velmi senzitivní. Vydali jsme se proto na cestu, na které se snažíme zákazníky získat prostřednictvím kvalitní komunikace a skvělého servisu, který je udrží a přivede další. Bez pěkného marketingu a PR by zákazníci neměli důvod přejít na druhou stranu ulice k nám a dozvědět se, jakou přidanou hodnotu jim nabízíme. O tom, že tahle cesta funguje, svědčí úspěšný prodej a expanze poboček Pražského řeznictví, třebaže se musíme na počátku otevření každé nové prodejny potýkat i s negativní odezvou. I z tohoto důvodu si vážím toho, že firmy Agrofertu v takhle složitě době získávají ocenění.

Co je pro vás ve vaší práci nejnáročnější?

Martina Bauerová: Za mě je to jednoznačně krizová komunikace, což je jednoduše řečeno boj s větrnými mlýny. Zprávy vydávané naší firmou bývají často ze strany novinářů překrucovány, a proto si v těchto situacích připadám jako fackovací panák, který se nemá možnost bránit. Navíc díky sociálním sítím se dnes mají možnost všichni vyjadřovat ke všemu a některé komentáře bývají doslova nená-



„MYSLÍM SI, ŽE PRO ŘADU OBORŮ JE MNOHEM DŮLEŽITĚJŠÍ NEŽ STUDIUM TO, CO JE ČLOVĚK DANÉ PRÁCI OCHOTNÝ DÁT, A JEHO NADŠENÍ,“ ŘÍKÁ MARTINA BAUEROVÁ.

vistné a plné vulgarismů. Vzdát se ale nechci a nechci ani bojovat za pomoci podobných zbraní. Raději jako reakci na jednu negativní zprávu zveřejním čtyři pozitivní.

Martin Dolský: Tyhle neobjektivní odezvy také znám a o to víc si vážím lidí, kteří se nás na sociálních sítích zastávají a jsou při nás. Sociální sítě jsou pro nás moc důležité z hlediska zpětné vazby a přímého kontaktu se zákazníky. S mnohými z nich si píšeme, což nás těší, ale zároveň je to i aktivita, které se musíme věnovat 24 hodin denně.

Jak velkou roli hrají dnes v marketingu sociální sítě? Je pravda, že se během několika málo let staly nejsilnějšími marketingovými nástroji?

Martin Dolský: Je to jen jeden z kanálů, ale určitě ne nejdůležitější. Důležité je dobře namixovat správný počet různých komunikačních kanálů. Nebýt dnes na sociálních sítích je ale podle mě chyba. Ta zpětná vazba je skutečně nenahraditelná.

Martina Bauerová: Papei i Pražské řeznictví se také snaží vytvořit určitý komunikační koláč, který se skládá například z ochutnávек v místě prodeje, spolupráce s řetězci, PR komunikace a komunikace na sociálních sítích. Ne každý zákazník, i když je mladý, používá aktivně sociální sítě. S každým je nutné mluvit jinak, a proto je důležité si nejdříve uvědomit, kdo je zákazník. S některými zákazníky mluvíme prostřednictvím televize, billboardů, newsletteru a s jinými například prostřednictvím sociálních sítí.

Někteří lidé o marketingu říkají, že je to spousta složitých slov pro jednoduché věci. Souhlasíte s tím, nebo byste se bez odborné teorie neobešli?

Martin Dolský: Intuice a cit jsou pro marketing hodně důležité. Zkoušet něco nového a trochu riskovat – to jsou věci, které vás v žádné škole nenaučí, a přitom jen díky nim můžete najít novou cestu. Přesto je ale nutné, aby měl člověk alespoň základní marketingo-

vé vzdělání nebo zkušenost v daném oboru, aby jeho chyba a pokusy při hledání nových cest nebylo příliš. Já jsem měl kliku, že jsem v Penamu potkal dva super lidi – profíka na marketing Evu Čičmičovou a našeho ředitele Jaroslava Kurčeka, který nám věří a podporuje naši chuť dělat věci jinak.

Martina Bauerová: Myslím si, že pro řadu oborů je mnohem důležitější než studium to, co je člověk dané práci ochotný dát, a jeho nadšení. Marketing jsem na škole nikdy nestudovala, na začátku mě to stálo řadu pokusů a omylů, čas strávený nad různými odbornými knížkami a nikomu bych nepřála přečíst si moji první tiskovou zprávu. První tři až čtyři roky jsem na sobě hodně dřela a jsem vděčná lidem, kteří mi dali příležitost.

Které z marketingových pouček patří podle vás k tzv. „must know“?

Martin Dolský: Vědět, co je to brief, a dokázat věci správně zadávat agenturám. Pokud zadání není správně definované, musí se agentury složitě trefovat do toho, co máme v hlavě, a to je pak zbytečně drahé a časově náročné.

Martina Bauerová: Podle mě jsou pro úspěch v marketingu hodně důležité dobré kontakty, a to ať už s novináři nebo odborníky, kteří jsou schopni správně poradit.

Jaké novinky chystají vaše firmy na druhou polovinu roku?

Martina Bauerová: Budeme otevírat nové pobočky. Málokdo si dokáže představit, kolik práce za každým otevřením nové prodejny je, jak náročné je vymyslet celý koncept, aby v dané lokalitě fungoval. Každá pražská část je jiná, má jinou atmosféru a vyžaduje jiný styl komunikace. S dalším nově otevřeným obchodem je komunikace náročnější a bohužel přibývá i negativních reakcí, třebaže v těchto lokalitách renovujeme staré a zchátralé budovy a přetváříme je na příjemné řeznické prodejny s prvorepublikovou atmosférou, ve kterých dokáže milý prodáváč zákazníkům poradit a naučit je s masem pracovat.

Martin Dolský: Příští rok bude pro Penam rokem toustů, protože právě dokončujeme úplně novou část pekárny zaměřenou na výrobu toustových chlebů. Díky tomu jsme plně v procesu analýz, testování a nápadů, jak by měl vypadat nejlepší toust v Evropě. Rozjeli jsme se kvůli tomu do mnoha států, ochutnali přes 81 druhů výrobků, nasbírali jsme neuvěřitelné množství dat a naučili se ochutnávat jako profici. Budeme tím žít ještě do konce roku a jedno můžu slíbit, zákazníci se skutečně můžou těšit na nejlepší tousty v Evropě. ☺ Vedle toho uvádíme na trh mnoho novinek a soustředíme se na redesign celé značky Penam. Těch věcí je hodně a brzy uvidíte zcela nový Penam. ■

TATRA PRO SPORT

Mlékárna Hlinsko, která prodává své výrobky pod značkou Tatra, má dlouholetou tradici a zakládá si na vysoké kvalitě a jakosti svých výrobků. Kromě investování do systémů řízení jakosti či do nejmodernějších technologií pro výrobu investuje společnost i do dalších věcí. Jednou z nich jsou sportovci a sportovní kluby. „Každý rok se snažíme nějakým způsobem pomoci našim místním a regionálním sportovním klubům. Na úspěchy sportovců v Hlinsku můžeme být pyšní. Velké úspěchy zaznamenal jak hokejový, tak fotbalový klub v Hlinsku, které každoročně podporujeme.“



Ski klub Hlinsko

HLINSKO – MALÝ KUS RÁJE PRO LYŽAŘE

Dlouhou tradici má v Hlinsku lyžařský klub, který společnost dlouhodobě podporuje. Ski klub Hlinsko se mimo provozování ski areálu, který leží co by kamenem dohodil od hlavního vchodu mlékárny, velice intenzivně věnuje lyžařskému oddílu, ve kterém se snaží vychovat i z těch nejmenších dětí nadějně profesionální lyžaře, a lyžařské školy, kde zkušení instruktoři naučí lyžovat opravdu každého bez ohledu na věk. Tato práce je časově a finančně velmi náročná, a tak se Mlékárna Hlinsko a ostatní sponzoři snaží klubu pomáhat. „Finanční prostředky od naší společnosti jdou například na pořízení pracovních bund pro vlekaře, nakupují se výukové potřeby do lyžařské školy, dodáváme výrobky jako ceny do závodů, které se v Hlinsku pořádají, a podporujeme mnoho dalších věcí spojených s provozem Ski areálu a lyžařského oddílu.“ Do Hlinska přes zimu míří stovky lyžařů nejen z Pardubického kraje, ale i ze vzdálenějších částí republiky.

V PRÁCI SEŘIZOVAČ, V OSOBNÍM ŽIVOTĚ KARATISTA

Michala Kyncla znají jeho spolupracovníci v mlékárně jako dobrého seřizovače, nicméně spousta lidí ho zná jako velmi úspěšného sportovce. Bojová umění jsou jeho velkou vášní, která ho v roce 2015 dovedla až k titulu mistra světa, kdy jako člen kumite teamu veteránů

porazil se svými spoluobojovníky ve finále ve Slovinsku italský tým.

Michala jako svého zaměstnance samozřejmě v jeho sportovním snažení Mlékárna Hlinsko plně podporuje. „Michalu Kynclovi přispíváme na sportovní semináře či na účasti ve vrcholných soutěžích, které jsou většinou mimo naši republiku, a tudíž je pro jednotlivce velice nákladné se na ně dostat.“

Díky tomu bude mít Michal příležitost reprezentovat tento rok Českou republiku na mezinárodním šampionátu karate v Polsku a na mistrovství světa v Itálii.



Martin Zvolánek, reprezentant ČR na paralympiádě v Riu v roce 2016.

KDYŽ HANDICAP NENÍ PŘEKÁŽKOU

Handicapovaní sportovci a jejich úspěchy bohužel nejsou veřejnosti představováni tolik, jak by si bezpochyby zasloužili. Před nějakou dobou společnost začala dlouhodobě podporovat Martina Zvolánka, sympatického muže na vozíku, jenž i přes svůj handicap na sport nezanevřel a je velmi úspěšný ve stolním tenise a v atletice, ve které dokonce reprezentoval Českou republiku na paralympiádě v Riu v roce 2016.

Handicapovaní sportovci, ať jsou více či méně úspěšní, se neobejdou bez vlastních finančních zdrojů a především bez sponzorů. V tomto případě proto nebylo o čem přemýšlet a společnost věří, že Martin bude moci i díky jejím finančním příspěvkům dělat to, co ho baví.

„Nejenom Martin Zvolánek, ale i ostatní handicapovaní sportovci a lidé mají náš největší obdiv. Za tu drinu a odhodlání něčeho i přes překážky dosáhnout.“ ■



Michal Kyncl, seřizovač a karatista.



„NA NÁSLEDKY KOUŘENÍ ZEMŘELO VE 20. STOLETÍ VÍCE LIDÍ NEŽ V OBOU SVĚTOVÝCH VÁLKÁCH DOHROMADY,“

upozorňuje na škodlivý vliv cigaret přednostka Pracoviště preventivní kardiologie v pražském IKEMu prof. MUDr. **Věra Adámková**, CSc.

Povídaly jsme si nejen o tom, jak by měli lidé pečovat o své zdraví, ale také o spolupráci IKEMu s našimi zaměstnanci, kteří se rozhodli darovat krevní destičky, nebo o tom, proč je důležité učit děti jíst ryby.

Jakým způsobem spolupracuje IKEM s Agrofertem?

Už delší dobu u nás probíhají preventivní zdravotní prohlídky pro definovanou skupinu zaměstnanců. Novinkou je ale naše spolupráce v oblasti dárcovství krevních destiček. Zaměstnanci Agrofertu nám toto dárcovství sami nabídli, což velmi oceňujeme.

Mnoho lidí se odběru krevních destiček bojí a je přesvědčených, že je díky časové náročnosti pro lidské tělo náročnější než klasický odběr krve. Je to pravda, nebo to jsou spíše jen obavy z neznámého?

Odběr krevních destiček se provádí prostřednictvím speciálního přístroje (separátoru) a je pravda, že zabere více času, protože trvá 60–90 minut. Nedá se ale říct, že by byl pro lidské tělo náročnější než klasický odběr krve. Je to spíše naopak – lidem se krev po separaci krevních destiček do těla vrací, takže její úbytek není tak vysoký jako při tradičním odběru.

Jací pacienti potřebují pouze krevní destičky?

Jedná se o pacienty s poruchou tvorby krevních destiček a s problémy spojenými s nadměrnou krvácivostí a potom o pacienty v těžkých stavech – například o lidi po transplantacích nebo při selhání životně důležitých orgánů. Pokud bychom těmto pacientům, kteří potřebují pouze krevní destičky, dodali plnou krev, zatížili bychom jejich krevní oběh a spíše bychom jim ublížili.

Lidé, kteří se rozhodli darovat krevní destičky, se do IKEMu dostávají v předem určené době podle aktuálních potřeb nemocnice. Je to proto, že se jejich krevní derivát přímo předává pacientům?

Přímo ne, ale podle předpisů je skladování krevních destiček časově velmi omezené a dárcovství musí proběhnout v co nejkratší době.

V jaké zdravotní kondici musí být dárci?

Musí splnit požadavky laboratorních výsledků a nesmějí brát řadu léků nebo v minulosti prodělat závažnější zánětlivá onemocnění jako například žloutenku. Nesmějí mít také různé metabolické poruchy, být diabetici nebo trpět nemocemi, které vyžadují léčbu prostřednictvím kortikoidů. Člověk, který se rozhodl pro dárcovství, musí mít i sám dostatečné množství krve.

Požadavky na zdravotní stav dárce jsou přísné. Existuje nějaká věková hranice, ve které je extrémně těžké je splnit?

Velké množství dnešních civilizačních nemocí má určitý genetický podklad, který ale nemusí být natolik závažný, aby se projevil v nižším

věku. Jedná se například o poruchy metabolismu cukru (diabetes), metabolismu tuků, šedý oční zákal nebo snížení funkce ledvin. Výskyt těchto chorob jednoznačně přibývá s věkem a je velmi častý po padesátém až šedesátém roce života.

VELMI RIZIKOVÝM FAKTOREM PRO NAŠE ZDRAVÍ JE KOUŘENÍ A ZÁVAŽNÁ JE I JEHO PASIVNÍ FORMA.

Do jaké míry se lze před těmito nemocemi chránit zdravým životním stylem?

Pokud necháme stranou homozygotní formy nemocí (*pozn.: člověk má od otce i matky pro danou nemoc špatný gen*), před kterými se nelze příliš bránit zdravým životním stylem a které se většinou objevují už v nižším věku nebo v dětství, můžeme v oblasti prevence udělat hodně. U lidí, kteří se o sebe starají, nepřejíždají se, snaží se hýbat a přijímají malé množství alkoholu nebo vůbec žádný alkohol, vidíme, že civilizační nemoci nastupují později.

Lze nějak předcházet největšímu stracháku dnešní doby – nádorovému bujení?

Jednotlivé nádory se liší typově i svým uložením a odlišná je i jejich léčba. Českou republiku dnes nejvíce trápí nádory tlustého střeva. U jejich genetického výzkumu sice nedošlo k velkému skoku dopředu, ale celosvětově se jako prevence doporučuje dostatečný příjem vlákniny především ze zeleniny. Například v Bavorsku ale lidé pravděpodobně nepřijímají velké množství zeleniny a jejich BMI také není ideální, přesto se u nich tyto nádory vyskytují méně často než u nás. Jedná se o oblast, ve které ještě řada věcí nebyla vysvětlena. Co však můžeme jako obranu proti zhoubnému bujení udělat, je udržovat optimální tělesnou hmotnost, protože obezita je rizikovým faktorem u mnoha nádorů. Také bychom se měli hýbat, protože fyzická aktivita se ukazuje jako pozitivní prevence, a snažit se zařadit do jídelníčku co nejvíce vlákniny, antioxidantů a vitamínů. Celosvětově proběhla řada průzkumů, ve kterých se lidem podávaly různé vitamíny a antioxidanty ve formě tablet, ale jejich prospěšnost se bohužel nepotvrdila. Například u léčby kardiovaskulárních chorob jsme si od těchto prostředků slibovali hodně, ale zkrátka nefungovaly. Optimální je pestrá a hodnotná strava plná přirozených vitamínů a antioxidantů.

Farmaceuticky vyrobené vitamíny tedy příliš nefungují...

Ano, nicméně platí, že vitamíny jsou důležité pro život. Pokud bychom překročili povolenou denní dávku u některých vitamínů, může to mít pro nás až fatální následky. Opakovaně to bylo popsáno například u lovců za polárním kruhem, kteří kvůli tomu, aby přežili, snědli játra ledního medvěda a následkem předáv-

kování vitamínem D zemřeli. Vitamíny rozpustné ve vodě tělo zase vylučuje, takže zvyšování jejich příjmu také nijak nefunguje.

Velmi propagovaným potravinovým doplňkem jsou dnes omega-3 mastné kyseliny.

Jaký je jejich potvrzený vliv na zdraví člověka?

Tyto kyseliny byly testovány opakovaně a jejich pozitivní vliv na kardiovaskulární aparát byl jednoznačně prokázán. Příznivě působí také na krev, hodnotu tuků nebo membrány buněk. Na druhé straně se ale objevily i práce, které ukázaly, že vyšší příjem omega-3 mastných kyselin vedl k rozvoji onkologických onemocnění. Všechno, co zkonzumujeme, v našem těle určitým způsobem pracuje. Řada potravinových doplňků, které jsou na trhu, je pro naše zdraví prospěšná, ale ačkoliv jsou třeba na rostlinné nebo přírodní bázi, fungují jen v doporučených dávkách a jejich vyšší příjem nám může i ublížit.

Co říkáte tzv. zeleným potravinám, jako je mladý ječmen nebo chlorela, u kterých výrobci deklarují pozitivní vliv na zdraví?

To je v současné době spíše módní vlna, protože jejich pozitivní dopady na zdraví člověka prokázány nebyly. Buď se těmto studiím zatím vůbec nepodrobily, nebo nemají výsledky, které byly zveřejněny.

Často se také spekuluje o kávě a o tom, do jaké míry je pro naše zdraví škodlivá. Doporučujete nepřekračovat určitý počet šálků kávy denně?

Vliv černé kávy je neustále přetřásán. Existují studie, které ukazují jasně pozitivní vliv na lidské zdraví, ale i takové, které ukázaly, že zvýšená konzumace kávy, zejména spojená s kofeínem, vedla k rozvoji osteoporózy. Káva působí v rozumné míře povzbudivě, a proto nic nenamítáme proti 2 šálkům denně. U lidí s onemocněním zažívacího systému nebo s vysokým krevním tlakem, který není dobře kompenzován, je třeba opatrnosti.

Pracujete na oddělení preventivní kardiologie, jak se máme podle vás co nejlépe starat o srdce a cévy?

Naše Pracoviště preventivní kardiologie se zabývá jak primární, tak sekundární prevencí a zaměřuje se především na onemocnění srdce a cév, metabolické komplikace diabetes mellitus typu 2, poruchy metabolismu tuků, na kouření a obezitu. Pro nemoci oběhového

aparátu stále platí, že preventivní opatření jsou velmi důležitá, což znamená nekouřit, věnovat svůj čas přiměřenému aerobnímu pohybu a mít ve svém jídelníčku pestrou stravu s dostatkem vlákniny. Člověk by měl každý den konzumovat 30 g vlákniny.

Upozornila byste na nějaké kardiovaskulární onemocnění, které lidé většinou přehlížejí, protože nebolí, ale přitom je nebezpečné?

Bohužel se dlouhodobě ukazuje, že i poměrně značné procento infarktů myokardu probíhá bez příznaků a to, že srdce není zdravé, lidé zjišťují až při manifestaci komplikací. Například lidé s vysokým krevním tlakem si mnohdy pochvalují, že jim není zima a dobře se jim pracuje. Komplikace, které vysoký krevní tlak způsobuje, jsou ale velmi nebezpečné a patří k nim např. cévní příhoda mozková nebo srdeční příhoda, poškození očí, ledvin a podobně.

Jaké sportovní aktivity jsou nejvhodnější, když potřebujeme vylepšit kondici a zhubnout?

Pro většinovou populaci jsou vhodné aerobní sporty – především chůze a jízda na kole. Tyto sportovní aktivity by ale měly trvat minimálně 30 minut. Člověk pro své zdraví a kondičku udělá hodně, když každý den ujde zhruba 2,5 kilometru.

Na co bychom ještě neměli zapomenout, pokud chceme dodržovat zdravý životní styl?

Velmi rizikovým faktorem pro naše zdraví je už zmíněné kouření a závažná je i jeho pasivní forma. Na následky kouření během 20. století zemřelo více lidí než v obou světových válkách dohromady.

Na jakých preventivních programech vaše pracoviště momentálně pracuje?

Před několika lety jsme ve spolupráci s FROV Jihočeské univerzity analyzovali vliv konzumace kapra se zvýšeným obsahem omega-3 mastných kyselin na hodnoty tuků nemocných po provedení by-passu (*poznámka: chirurgické řešení ischemické choroby srdeční*) a zjistili jsme, že vyšší konzumace těchto kyselin má při dlouhodobém podávání velmi pozitivní dopad. A jelikož prevence má největší význam v době, kdy ještě žádné choroby nemáme, plánujeme nyní se stejnou fakultou projekt podávání rybích výrobků dětem předškolního a mladšího školního věku. Doufáme, že se nám podaří zjistit, kde se dělá chyba v přístupu dětí k rybám a rybím výrobkům. ■

ČLOVĚK PRO SVÉ ZDRAVÍ A KONDIČKU UDĚLÁ HODNĚ, KDYŽ KAŽDÝ DEN UJDE ZHRUBA 2,5 KILOMETRU.

DARUJ KREV, DARUJ ŽIVOT



Kampaň, kterou Agrofert odstartoval před pouhými třemi měsíci, začíná plnit svůj hlavní cíl. Nalezla první dárce krevních destiček určených například pro lidi po transplantacích nebo osoby trpící selháním životně důležitých orgánů. Naši kolegové ze čtyř různých oddělení centrály Agrofert se během léta vypravili do IKEMu na vstupní vyšetření a odběr vzorku krve. Většina z nich momentálně čeká na telefon, který je vyzve k odběru pro konkrétního nemocného a tím mu bez nadsázky zachrání život. První dárce, který své krevní destičky daroval třileté holčičce po transplantaci jater, se o své zážitky podělil v následujícím interview.

„DAROVÁNÍ KRVE URČITĚ SMYSL MÁ,“

potvrzuje IT specialista Agrofertu a zároveň náš první dárce krevních destiček **Petr Musílek**.

Proč jste se rozhodl pro dárcovství krevních destiček?

Uvažoval jsem o tom dlouho, jen jsem byl líný někam zajít. Když se v Agrofertu objevila výzva pro potenciální dárce a všechno bylo zajištěné, neváhal jsem. Přišlo mi to zkrátka jako dobrý nápad.

Máte ve svém okolí někoho blízkého, komu darovaná krev zachránila život?

Ano, například můj tchán je po několika operacích, při kterých mu prováděli by-pass. Předpokládám, že u takových zákroků je potřeba dost krve. Pak ještě moje sestřenice – té dělali transplantaci kostní dřeně. To je sice něco jiného, ale princip darování je stejný. Takže smysl to určitě má.

Jak vy osobně snášíte odběr krve?

Nemám s tím problém. Ani jako dítěti mi to nevadilo. Dokonce jsem i pozoroval celý proces, takže žádné závratě se nekonaly. ☺

Tentokrát se odběr týkal krevních destiček. Bylo to v něčem jiné?

Trochu ano, protože celý odběr trvá delší dobu. Pokud se odebírali destičky pro dospělého člověka, zabere to zhruba hodinu. Mně odebírali

destičky pro malé dítě, takže samotný proces trval asi jen 38 minut. Každopádně před každým odběrem se musí vyplnit dotazník a podstoupit malé vyšetření (kontrola tlaku, dýchání, atp., zkrátka jako u praktické lékařky). Při plánování návštěvy je potřeba počítat s tím, že to dohromady zabere třeba i jednu a půl hodiny.

Jaké dojmy ve vás zanechaly návštěvy IKEMu?

Obě probíhaly naprosto v pohodě. Paní doktorka i sestřičky byly velmi milé a staraly se o mě jako o vlastního. ☺ Při první návštěvě mi sestřička odebrala jen vzorky krve a podstoupil jsem již zmíněné vyšetření. Při druhé návštěvě jsem měl stejně dobrý pocit a po odběru ještě lepší. Dárců je prý málo, takže jsou rádi za každého nového. Pokud má někdo pocit, že by chtěl udělat něco dobrého, tak tohle ho určitě uspokojí... ☺ ■



MAFRA DAROVALA KREFFFFFF

V polovině července nás oslovila Ústřední vojenská nemocnice Střešovice s prosbou o mimořádný odběr krve od dárců z naší společnosti. Na základě této urgentní prosby se nám podařilo zorganizovat záchrannou akci přímo v prostorách AMC a zajistit tak krev od celkem 17 dárců. Jednalo se o mimořádnou akci, která navázala na první úspěšný odběr z března letošního roku. Povedlo se nám získat 30 dárců z řad zaměstnanců naší společnosti. Na základě pozitivních ohlasů jak ze strany ÚVN, tak ze strany našich zaměstnanců plánujeme do konce roku ještě jednu společnou odběrovou akci.



Lidé využívající služeb domova spolu s dobrovolníky z Vodňanské drůbeže, kteří se podíleli na přípravě benefice.



V letošním roce zpestřila benefiční koncert stínohra na téma „Tak jde život...“

BENEFIČNÍ VEČER NA ZÁMKU KRATOCHVÍLE

Stínohra na téma „Tak jde život...“ oživila v srpnu již III. ročník benefičního večera ve prospěch Chelčického domova sv. Linharta. Na přípravě akce včetně vytvoření poutavého scénáře se podíleli zaměstnanci Vodňanské drůbeže, kteří domovu pomáhají jako dobrovolníci už čtvrtým rokem.

mení horkého léta, hudby, mlhy, rosy a byl na něm promítán film „Letní bouřka“, ve kterém účinkovali ve všech rolích klienti domova. Pro II. ročník s názvem Ve jménu Fantazie bylo připraveno divadelní představení „Narnie aneb Tajemství staré skříně“. Letošní III. ročník přichystal pro návštěvníky benefičního večera, kterých rok od roku přibývá (letos jich přišlo více než 200), další originální představení, tentokrát stínohru na téma „Tak jde život...“. Autorkou a režisérkou byla, stejně jako v předcházejících dvou

Chelčický domov sv. Linharta poskytuje sociální služby na Vodňansku od roku 2010. Jeho cílem je vytvořit zázemí a podmínky pro kvalitnější život uživatelům jeho služeb, tedy lidem od 16 let s mentálním, tělesným a kombinovaným postižením a duševním onemocněním. V současné době provozuje v objektu zrekonstruované fary v Chelčicích (v těsné blízkosti Vodňan) ambulantní služby, k nimž patří sociálně terapeutické dílny a terénní pečovatelská služba. Nově jsou registrovány služby sociální rehabilitace a sociálně aktivizační služby. V terapeutické dílně mohou klienti využívat keramickou a textilní dílnu, kde v rámci individuálních i skupinových terapií vytvářejí jedinečná umělecká díla. Někteří malují také krásné obrazy. Ve spolupráci s místními galeriemi a dalšími podporovateli jsou pořádány prodejní vernisáže, na nichž si může veřejnost výrobky z dílen zakoupit.

SPOLUPRÁCE ZAČALA ASISTENCÍ LIDEM SE ZDRAVOTNÍM POSTIŽENÍM

Společnost Vodňanská drůbež spolupracuje s Chelčickým domovem sv. Linharta od roku 2014. Nejprve formou dobrovolnictví jednotlivých zaměstnanců, kteří pomáhali při asistenci lidem se zdravotním postižením nebo při úpravách přírodní zahrady nebo vnitřních prostor domova. Další podobou spolupráce se stal tradiční předvánoční prodej výrobků ze sociálně terapeutické dílny. Protože však podpory pro dobrou věc není nikdy dost, zrodil se v roce 2015 další nápad, a to uspořádat



O hudební část se postarali studenti plzeňské konzervatoře pod vedením Anny Bejvlové. Zpěvu se ujala Milanka Markovičová.

benefiční večer ve prospěch Chelčického domova sv. Linharta. Jeho první část je tradičně věnována vystoupení uživatelů domova, druhá koncertu vážné hudby a na závěr je pro všechny účastníky připraveno občerstvení. Prostory pro benefiční večer poskytuje od I. ročníku nezištně Státní zámek Kratochvíle. Na přípravě akce každoročně spolupracují zaměstnanci Chelčického domova sv. Linharta se zaměstnanci Vodňanské drůbeže, a to již od prvotní přípravy a psaní scénáře.

NÁVŠTĚVNÍKŮ ROK OD ROKU PŘIBÝVÁ

I. ročník benefičního večera se nesl ve zna-

ročnicích, ředitelka domova Klára Kavanová Mušková. Hudební části večera připravují a vystupují v nich studenti plzeňské konzervatoře pod vedením Anny Bejvlové, která na této škole studuje hru na klavír. V letošním roce zazněl cyklus klavírních skladeb Jaro od J. Suka v podání Anny Bejvlové a písně od A. Dvořáka, P. I. Čajkovského, V. Belliniho a R. Schumannova v podání Milanky Markovičové za klavírního doprovodu Anny Bejvlové. Výtěžek letošní benefice ve prospěch Chelčického domova sv. Linharta činil 21 000 Kč (v roce 2015 10 000 Kč a v roce 2016 15 000 Kč). ■

„NOVÁČKY ZAŠKOLUJEME POSTUPNĚ. NENÍ MOŽNÉ HODIT JE DO VODY A ŘÍCT JIM, TAK PLAV,“

vysvětluje jednatel společnosti Arbo Klatovy **Karel Koudelka**.

Dnešní zemědělská technika dokáže neuvěřitelné věci a je blízko doba, kdy v některých podmínkách dokáže dokonce pole sama zorat, osít a novou úrodu sklídit. Její obsluha a servis jsou ale mnohem složitější než dříve. Servisní technici se musí v sofistikovaných strojích perfektně vyznat a ve všech ohledech jim rozumět. V dnešní době by jim neměla chybět ani znalost angličtiny, protože právě ta je „úředním jazykem“ ve světě technických novinek. Firma Arbo Klatovy proto hledá specialisty už na školách. Jak je během studia podporuje, co musí noví kolegové umět nebo jak vypadá oblíbená školní soutěž v jízdě zručnosti, se dozvíte přímo od jednatele této společnosti.

Se zemědělskými školami spolupracujete dlouhodobě. Máte nějakou partnerskou školu?

Klíčovou školou je pro nás Střední odborné učiliště v Sušici, díky němuž máme alespoň částečně zajištěný dostatek opravářů zemědělských strojů. Jen pro zajímavost – v našem servisním oddělení zaměstnáváme 19 servisních mechaniků, z nichž jedenáct absolvovalo právě SOU v Sušici.

Jak se vám daří vybírat ke spolupráci žáky?

Obvykle nejdříve požádáme učitele, aby nám v prvním ročníku vytypovali studenty, kteří mají o danou profesi skutečný zájem, kteří se na práci opraváře zemědělských strojů hodí a nemají to vzhledem k jejich bydlišti do naší firmy daleko. Z řady chlapců, kteří obor „opravář zemědělských strojů“ studují, opraváři nakonec nikdy nebudou. Vzhledem k tomu, že během studia získají řidičský průkaz pro řízení nákladního auta zdarma, většina jich končí

jako řidiči, případně jako obsluha různých strojů nebo zařízení. Kluků se zájmem o techniku a její servis je bohužel minimum, většina z nich bydlí na vesnicích, kde už jako malí přišli se zemědělskou technikou do kontaktu. Z jednoho ročníku, ve kterém bývá zhruba 50 chlapců, se pro práci opraváře rozhodne třeba jen pět.

Jak tedy pracujete s těmi, o kterých se od učitelů dozvíte, že zájem o techniku mají?

Setkáváme se s nimi a jejich rodiči a vysvětlujeme jim, jaké pracovní příležitosti u nás mají po ukončení studia. Těm, kterým se práce u nás líbí, nabízíme prospěchová stipendia ve výši od 1 400 Kč do 2 300 Kč podle dosaženého prospěchu, pokud se smluvně zaváží k tomu, že u nás budou pracovat stejnou dobu,

po jakou je budeme při studiu sponzorovat. Většinou se jim práce u nás zalíbí a zůstávají natrvalo.

Mohou si u vás práci vyzkoušet i během povinné praxe?

**TĚM, KTERÝM
SE PRÁCE U NÁS LÍBÍ,
NABÍZÍME STIPENDIA
OD 1 400
DO 2 300 KČ.**

Ano, to je další část naší spolupráce se školou. Během jejich praxe se jim u nás věnují dva zaměstnanci. A pokud mají zájem, což většinou mají, mohou si naši praktikanti u nás přivydělat i během letních prázdnin.

Jsou učňové ze školy dostatečně připraveni?

Mají spíše jen základy, protože díky tomu, že školám chybí vybavení nejmodernějšími zemědělskými stroji, je jejich technické vzdělávání limitované. V tomhle směru ale škole pomáháme a zajišťujeme pro ni např. exkurze do výrobních závodů. Pro nás je nejdůležitější, aby naši noví kolegové měli chuť učit se nové věci.

Vaše partnerská škola nedávno pořádala celostátní finále jízdy zručnosti, které jste spolu s Agrotecem sponzorovali. Jak jste pomáhali?

Byli jsme jedním ze sponzorů a spoluorganizátorů. Záštitu nad touto akcí převzal Agrotec, který na celostátní kolo zapůjčil traktor New Holland T4.75 a věnoval část cen. Naše firma zase v Janovicích nad Úhlavou postavila v areálu bývalých kasáren zkušební dráhu a zajistila pořadatelskou službu. Závod shodou okolností vyhrál student naší partnerské školy Václav Straka, což nás moc potěšilo. Projel si trať s 13 překážkami si spolu s 23 žáky zemědělských škol a učilišť vyzkoušel i ministr zemědělství Marian Jurečka. Pokud by byl jedním z přihlášených účastníků, skončil by v popředí na druhém místě. V zapůjčeném traktoru přitom nikdo ze soutěžících neměl možnost před soutěží sedět a dráhu si vyzkoušet.

Je pravda, že se dnešní traktory svým vybavením dají srovnat s nejluxusnějšími značkami aut?



Myslí se tím především vysoký komfort kabiny traktoru, v níž se řidič musí cítit dobře po celou pracovní dobu, tj. 8 a více hodin. Veškeré vybavení dnes odpovídá nejpřísnějším ergonomickým pravidlům, odpružená kabina včetně sedadla, volant nebo loketní opěrka musí být pro řidiče co nejkomfortnější. Dnes je také možné zvolit režim, při němž traktorista stroj pouze kontroluje, a někteří výrobci traktorů se už snaží vyvíjet autonomní modely – bez obsluhy. Díky tomu, že vývoj jde rychle dopředu a stroje jsou čím dál složitější, musí servisní pracovníci umět takové stroje výborně ovládat a rozumět jim po všech možných stránkách. Důležitá je i alespoň částečná znalost technické angličtiny, protože se musí dokázat orientovat v servisních manuálech a on-line přístupech na portál výrobce strojů New Holland.

Začátky musí být krušné.

Jakým způsobem servisní techniky ve firmě zaškolujete?

Učit se musí postupně, protože není možné hodit je do vody a říct jim „tak plav“. Nejdříve je učíme opravovat ty nejjednodušší stroje, jako jsou např. obrabeče nebo shrnovače, které nemají žádnou elektroniku nebo hydrauliku, a postupně je seznamujeme se složitějšími stroji. Někdo se svým posunem zastaví třeba u traktorů, ti šikovnější opravují ještě složitější techniku a ti nejlepší servisují kombajny nebo sklizecí mlátičky, což jsou velmi sofistikované stroje. Nejzkušenější technik se zpravidla stává předávacím technikem a učí naše zákazníky, jak s technikou pracovat. Proškolení je přitom velmi důležité, protože způsob jízdy, který obsluha stroje zvolí, ovlivňuje spotřebu pohonných hmot i celkovou výkonnost stroje. Pokud je obsluha stroje dobře proškolená, je schopná vhodně zvolenou jízdou ušetřit firmě statisíce. ■



Vítězem letošní soutěže v jízdě zručnosti se stal Václav Straka ze SOU Sušice.

JÍZDA ZRUČNOSTI

Pro soutěžící je připravena náročná trať s 13 překážkami a traktor New Holland s pětitunovým přívěsem.

Závodníci musí projet 2 pravouhlými zatáčkami, slalomem, osmičkou, úvozem, zastavit na přesnost, přejet přes 3 úzké lávky, přesně zastavit a zacouvat se soupravou do omezeného prostoru garáže.

Hodnotí se čas jízdy a přesnost.

ZAMĚŠTNANCI NEROSTOU NA STROMECH

A obzvlášť ne ti dobří! V Agrotecu nám je to jasné, a proto v rámci personálního oddělení máme také marketingového specialistu na HR aktivity. Za rok práce se nám podařilo stabilizovat personální procesy v náboru zaměstnanců a mimo jiné také stav zaměstnanců na určitých odděleních a pobočkách. Neustále nás ale trápí nedostatek mechaniků ve všech oborech našeho podnikání. I nyní jsme schopni přijmout až 20 mechaniků/diagnostiků takzvaně ze dne na den. Aby se situace obrátila k lepšímu, plánujeme hned několik aktivit, které bychom vám chtěli představit.

1 Od 1. 9. 2018 otevíráme novou třídu oboru **Mechanik/diagnostik stavební a zemědělské techniky**. Z Integrované střední školy automobilní v Křižíkové ulici v Brně, se kterou jsme v prvopočátku spolupracovali pouze v rámci odborných praxí, se stal důležitý partner. Rozhodnutí, jak nejlépe nový obor uchopit a nastavit, předcházelo období setkání a meetingů, kde jsme se dohodli na společné propagaci oboru, která odstartovala 9. 9. 2017 na oslavách 60. výročí školy. Domluvili jsme také zajímavé podmínky pro studenty. Studijní program Agrotec Group je k budoucím studentům velmi štedrý a kromě finanční podpory, kterou ocení hlavně rodiče, nabízíme také spoustu zážitků na společných akcích, jež budeme pro studenty organizovat.

2 Na síti spustíme náborovou mini videosérii, kterou bude následovat hudební videoklip, jímž chceme zaujmout hlavně mladou generaci. Kampaní, kterou spustíme na Facebooku na podzim, budeme cílit na tři důležité skupiny – studenty ZŠ k náboru pro nový obor otevřený v Brně, dále studenty SŠ, které chceme nalákat na praxe v našich servisech, a v neposlední řadě na již vystudované mechaniky, kteří uvažují o změně oboru nebo zaměstnavatele jako takového. Z videoklipu vycházejí také veškeré propagační materiály, aby byla zachována jednotka konceptu a veřejnost si nás dobře zapamatovala.



Setkání Agrotec trainees vedlo k vytvoření ideálního trainee programu podle představ samotných studentů. Koncepti sami sestavili, odprezentovali a prodiskutovali s našimi manažery.

Záběry na videoklip se snímaly z opravdu zajímavých míst.



3 Náborové kampani mechaniků jsme dali nový vizuál a nazvali ji **CHLAPI, CO S TÍM?** Je pro nás osobní záležitostí, protože fotografie, které v kampani používáme, nafotily přímo naše kolegyně z Agrotecu. Upozorňujeme v ní na to, že málokterá žena si poradí s opravami ať už stavebních a zemědělských strojů, nebo osobních a nákladních aut. Vizuály používáme tam, kde je potřeba se personální inzercí odlišit a zaujmout.

4 Velké naděje vkládáme také do trainee programu, který máme nastavený nejen pro vysokoškoláky jako spousta konkurenčních firem, ale také pro studenty středních škol. Každý student, jenž bude do trainee programu přijat, bude pracovat po boku zkušeného mentora, který jej povede. S trainees jsme začali pořádat také společná setkání a pro jejich velký úspěch v této aktivitě hodláme pokračovat. Na meetingu mimo jiné vzešly od trainees návrhy, jak by si oni představovali ideální trainee program. Jelikož svým lidem v Agrotecu nasloucháme, zařadili jsme připomínky trainees do nově vzniklé koncepce projektu.

To jsou momentálně čtyři pilíře, které doplňují další střípky naší práce. A protože pro nás nejsou podstatná slova, co jsou jen napsaná, ale činy, jdeme opět pracovat, abychom si lidi v Agrotecu udrželi a získali ty chybějící. ■



EXKURZE NA ČZU

AKCE ORGANIZOVANÁ AGROFERTEM JE DOSLOVA NAPĚCHOVANÁ ZAJÍMAVÝMI INFORMACEMI,

shodují se učitelé ze středních zemědělských škol, kteří se před začátkem léta zúčastnili se svými studenty exkurze na České zemědělské univerzitě v Praze.

Jak se vám exkurze líbila?

Ludmila Kábelová (Střední škola zemědělská a Vyšší odborná škola Chrudim):

Z pohledu vyučujících byla exkurze velmi přínosná. V minulých letech jsme se snažili sami zajistit si pro žáky obdobné návštěvy na univerzitě také. Ale tato exkurze byla výborně připravená. Příjemné bylo přijetí v posluchárně i přístup všech osob na jednotlivých pracovištích. Pro žáky mělo velký smysl, že viděli, jak vypadá takový vzdělávací komplex a dozvěděli se zajímavé informace ke studiu.

Vlastimil Dluhoš (Střední škola zemědělská a Vyšší odborná škola Opava):

Za nás je hodnocení také pozitivní. Studenti i pedagogové měli možnost poznat prestižní firmy, které působí v oblasti zemědělského podnikání. Nejprve navštívili Agrofert, kde jim byla firma stručně představena a poté si mohli udělat představu o možném uplatnění v koncernu po absolvování školy. Pokud budou po střední škole pokračovat ve studiu na vysoké škole, nabízejí se jim další možnosti spolupráce a profesionálního růstu ve firmách pod vedením Agrofertu.

Jaká byla reakce studentů?

Ludmila Kábelová: Všichni byli s exkurzí velmi spokojeni. Hodně je zaujaly školní stáje a skleníky. Některým se moc líbilo, že mohli ochutnat jahody přímo ze záhonu. Všichni byli v komplexu školy poprvé a ocenili, že neplatili dopravu ani prohlídky a dostali zdarma oběd a drobné občerstvení.

Vlastimil Dluhoš: Žákům se líbil profesionální přístup při organizační akci a to, že jim byli po celou dobu k dispozici zaměstnanci Agrofertu i Navosu, hodnotili velice pozitivně.

Co vám na akci chybělo?

Ludmila Kábelová: Exkurze se zúčastnili žáci třídy, kde převažují chlapani, a proto někteří očekávali prohlídku mechanizační fakulty nebo ukázky mechanizace. Ocenili ale, když jim při prezentaci polních pokusů přednášející ochotně ukázal mechanizaci pro práci na malých parcelách.

Vlastimil Dluhoš: Tato akce je potvrzením toho, že svět praxe a svět akademické půdy musí jít spolu ruku v ruce. Samozřejmě ukázala, že obdobné akce budou i napříště součástí personální práce. ■

KRIMI KAUZY

Krádež kabelů



Na stavbě nového provozu v Lovochemii zmizely dodavatelské firmě z násilně otevřeného kontejneru měděné kabely v hodnotě nejméně 46 000 Kč. Bezpečnostní specialista poté zjistil, že vloupání provedl zaměstnanec další externí firmy, který kabely odvezl mimo objekt závodu ve služební dodávce, a aby se vyhnul kontrole na vrátnici, odřezal zámky z nepoužívané boční brány. Případ byl předán k řešení Policii ČR.

Vypečený pekař



V jednom z moravských provozů firmy Penam se opakovaně ztrácelo větší množství pečiva. Provedeným šetřením bylo zjištěno, že firemní šofér rozvážel zboží nejen oficiálním odběratelům, ale i svým vlastním „zákazníkům“.

Pod rukou tak rozprodal cca 150 chlebů, 800 rohlíků a 300 kusů dalšího drobného pečiva.

Dva čuníci jdou...



Jestli se vám zdá, že oproti známé písničce jeden čuník chybí, tak se nemylíte. Zaměstnanec firmy Animo Žatec opravdu ukradl jen dvě desetikilová selata, ale aby se mu s nimi kráčelo vesele, vzal si pro jistotu i víc než metrák krmných směsí a balík slámy na podestýlku...

Divize interní bezpečnosti AGF

„DÁVÁM JEDNOZNAČNĚ PŘEDNOST KVALITNÍM VÝROBKŮM, KTERÉ JSOU ZDRAVOTNĚ NEZÁVADNÉ,“

říká talentovaná autorka nové generace dětských nafukovacích hraček Fatry **Veronika Vašátková**.

Díky její schopnosti vidět svět dětskýma očima vzniklo například indiánské teepee nebo malá nafukovací zvířátka ve tvaru žabky, ráčka, delfína a mořské hvězdičky. Její designově vyladěná kolekce nafukovacích kruhů pro děti s námořnickými motivy se stala „cool“ doplňkem jak na rodinné dovolené u moře, tak na letní party. Pracovní den této mladé a úspěšné designérky je přitom ještě barevnější – jako technoložka dohlíží na to, aby ve výrobě všechno klapalo, a občas se stává i koučem studentů uměleckých škol.



Během své dosavadní kariéry jste už stihla vytvořit řadu úspěšných a produktově odlišných kolekcí. Jaké výrobky patří k vašim prvním?

Na škole jsem hodně pracovala s 3D programy a 3D vizualizací. První nápady se týkaly porcelánu a skla a byla mezi nimi například i lázeňská pítka. Pocházím totiž ze Zlína, a jelikož je nedaleko lázeňské městečko Luhačovice, rozhodla jsem se jako svou studentskou práci navrhnout něco originálnějšího než klasická lázeňská pítka, něco, co by se tradiční nabídkou vymykalo.

Je možné si vaše originální pítka někde koupit?

Bohužel ne. Během mých studií sice proběhlo v Luhačovicích několik výstav, na nichž se prezentovala i moje pítka, ale do masovější výroby se nakonec nedostala. Několik kousků mi zůstalo jako dárky pro moje blízké a kamarády.

Dalším vašim neotřelým a velmi praktickým nápadem jsou oboustranné vázy, do nichž lze dát z jedné strany jednotlivé květiny a z druhé strany celé kytice. Ani ty nezbudily zájem výrobců?

Vázy, o kterých mluvíte, patřily také k mým studentským návrhům. Jako studentka jsem ale měla jiné priority než oslovování potenciálních obchodních partnerů, takže i tyto vázy zůstaly pouze v limitované kolekci.



Vázy, do nichž lze dát z jedné strany jednotlivé květiny a z druhé strany celé kytice, patřily k Verončiným studentským návrhům.

Jak jste se od porcelánu dostala až k nafukovacím hračkám do Fatry?

Byla to souhra náhod. S Fatrou jsem na návrzích hraček a ubrusovin začala spolupracovat už na škole. Naše vzájemná spolupráce se osvědčila, takže typický problém absolventů, kteří řeší, kam jít po škole, jsem řešit nemusela. Měla jsem jasno, kde bych chtěla pracovat.

Čemu všemu se dnes ve Fatře věnujete?

Jsem zaměstnaná jako technolog a designér. Kromě realizace vlastních nápadů se věnuji i zakázkové výrobě pro různé firmy. Moje práce je velmi různorodá – buď vymyslím nový produkt od samého začátku, nebo se zaměřuji na technologickou produkci sériové výroby, aby v ní všechno klapalo.

Poslední novinkou, kterou jste navrhovala, je kolekce nafukovacích kruhů s námořnickými motivy. Inspirovala jste se na dovolené u moře?

S návrhy letních kolekcí se obvykle začíná v zimním období a například tyhle kruhy jsem navrhovala krátce po Vánocích. Pro mě ale není tak velký problém odpoutat se od počasí a rozvinout nápady, které nosím delší

dobu v hlavě, v podstatě kdykoliv a kdekoliv. Kolekce je spojená se současnými trendy, které se objevují na oblečení a různých dekorativních předmětech a jsou velmi oblíbené, protože navozují letní atmosféru. Konkrétní přímořskou zemi jsem při jejich navrhování v hlavě neměla.

Jaké kolekce nafukovacích hraček jsou nejprodávanější?

Obchodníci by to věděli lépe než já, ale právě tato kolekce nafukovacích kruhů úspěšná je, protože je využitelná i jako dekorace na různých letních firemních akcích. Ve vedení přesto pořád zůstávají nafukovací hračky od Libuše Niklové, které mají nádherný nadčasový design.

A co vámi navržené indiánské teepee? Jak si je děti, respektive zákazníci oblíbili?

Tenhle výrobek ještě není na trhu moc dlouho, takže je těžké hodnotit, jak se prosadí. Každé dítě ale miluje bunkry a touží si vytvářet vlastní domeček, ve kterém si vyhraje dlouhé hodiny.

Cenově teepee nepatří k levnějším hračkám. Máte při navrhování nových hraček na paměti i jejich cenovou dostupnost?

U každého návrhu se snažím, aby cena výsledného produktu nebyla příliš vysoká, třebaže hračkám z Číny cenově konkurovat nemůžeme. Pokud bych ale měla mluvit za sebe, z pohledu zákazníka dávám jednoznačně přednost kvalitním výrobkům, které jsou zdravotně nezávadné. A tyhle podmínky naše hračky z Fatry splňují.

Jak často předkládáte svému šéfovi nové nápady?

V tomhle směru mám velkou výhodu, protože mám v termínech předkládání nových návrhů volnou ruku. Nemusím se stresovat a nutně přicházet s něčím novým. Velkou část výroby vytěžují reklamní produkty a to, že přijdu s něčím novým, je sice vítané, ale realizuje se až v případě, kdy se prokáže, že nový produkt dává smysl.

Kdo tedy rozhodne, zda váš návrh zamíří do výroby, nebo skončí v šuplíku?

Návrhy předkládám výběrové komisi, která se skládá z lidí z obchodního, výrobního a marketingového oddělení, spolu s cenovými náklady a celou koncepcí nového výrobku. Společně se potom dohodneme, zda se bude návrh například ještě upravovat, nebo zda se do jeho výroby pustíme.

Nedávno jste spolupracovala s Michaelou Čapkovou na její oceněné



Představit si nový výrobek ve 3D modelu je pro Veroniku hračka.



Kolekce nafukovacích kruhů je velmi úspěšná, protože je využitelná i jako dekorace na různých letních firemních akcích.



RETROHRÁTKY

Výstava Retrohrátky, která se uskutečnila v Kulturním institutu ve Zlíně v měsících červenec a srpen, představila designově zajímavé hry a hračky, které si pamatujeme z dětství. Fatra výstavu zpestřila svými nafukovacími hračkami a historickými kousky, jako jsou například zvířátka s varhánkovým trupem, verneovky a jiná nafukovadla. Kolekci Fatry na výstavě prezentovala Veronika Vašátková.

módní kolekci pláštěnek z technických fólií. V čem jste jí přesně pomáhala?

Probíraly jsme spolu technologický postup a byla jsem jejím poradcem v tom, jak navrhnuté střihy pláštěnek upravit tak, aby je bylo možné svařovat. Po kreativní stránce jsem jí do ničeho nezasahovala.

I vy jste se musela tyhle věci po škole učit. Jak obtížné je naučit se správně svařovat plasty?

Nejtěžší je zvyknout si na to, že plochy, které se k sobě svařují, se najednou naplní vzduchem a vytvoří 3D prostor a zcela nový objekt. Na začátku pro mě bylo nejtěžší představit si ploché tvary v prostoru. Jsem tu už více než dva roky a pořád se učím nové věci. I díky tomu mě ale moje práce pořád baví.

Jaké nápady se vám momentálně honí hlavou?

Jelikož jsem se na škole věnovala produktovému designu, ráda bych navrhla dekorační věci z fólií do interiéru. Víc prozrazovat nebudu, všechno je zatím na samém začátku. ■

MEZINÁRODNÍ ÚSPĚCH PLÁŠTĚNEK Z TECHNICKÝCH FÓLIÍ FATRY

Jejich autorkou je mladá módní návrhářka **Michaela Čapková**

Technické fólie z Fatry zaujaly Michaelu Čapkovou v jednom z pražských obchodů, když se marně snažila objevit vhodný materiál pro svoji bakalářskou práci. Našla v nich inspiraci k vytvoření kreativních pláštěnek a u jejich výrobce místo, kde budou vznikat. Fatra jí navíc nabídla celou kolekci sponzorovat. Pláštěnky slavily nedávno úspěch na festivalu módy a designu Fashionclash v nizozemském Maastrichtu a na londýnském Fashion Week. Momentálně jsou nominovány na Národní cenu za studentský design.

Kdy si u vás rodiče poprvé všimli, že máte výtvarný talent?

Odmalička jsem byla hodně tvořivá. Ráda jsem kreslila, pořád něco vymýšlela a šila například oblečení pro panenky a později pro sebe. Ve 13 letech jsem se ale myšlenkou studovat uměleckou školu začala zabývat vážněji a navštěvovala jsem přípravný kurz sochařiny a kresby. Rozhodla jsem se pro Střední umělecko-průmyslovou školu v Uherském Hradišti, potom pro bakalářské studium na UTB ve Zlíně a nyní pokračuji v magisterském oboru na UMPRUM v Praze, a to v ateliéru Design oděvu a obuvi, který vede Liběna Rochová.

Neodrazovalo vás při výběru školy, že je na českém trhu málo módních ateliérů a tím pádem i málo práce pro mladé designéry?

Možností sice není hodně, ale jsou. Českou stálíci v dámské módě je značka Pietro Filipi, která se ubírá kreativnějším směrem a svoje kolekce pravidelně představuje na Fashion



Week. V pánské módě je u nás úspěšný módní dům Blažek. Po škole bych proto ráda pracovala rok nebo dva v nějakém módním ateliéru, ale potom bych se už chtěla vydat vlastní cestou a založit si studio s autorskou tvorbou. Při vymýšlení nových kousků bych se nechtěla tolik přizpůsobovat momentálním trendům na trhu.

Co bude podle vás při zakládání vlastního ateliéru nejdůležitější?

Hodně důležité jsou finanční prostředky, ale třeba i personál. Abych měla dostatek času na kreativní tvorbu, budu určitě potřebovat schopnou asistentku, která by za mě řešila nejručnější produkční věci od vyřizování telefonátů, e-mailů, objednávek až po shánění látek.

Ve své bakalářské práci „Pláštěnky z technických fólií“ jste poprvé zvolila materiál, který se v módním průmyslu nepoužívá. Co vás k tomu vedlo?

Jedenáct let jsem dělala jen nositelné kolekce, ve kterých se často objevují pláště a kabá-

ty. Poslední z nich má název „Hoodiemons“ a je inspirovaná rapujícími buddhistickými mnichy z Japonska. Bakalářská práce, kterou jsem věnovala pláštěnkám z technických fólií, byla vlastně poslední šance, jak se víc uvolnit a víc experimentovat. Sáhla jsem po netradičních materiálech a vzhledem k tomu, že pocházím ze Zlína, napadla mě spolupráce přímo s jejich výrobcem, který sídlí v Napajedlech.

V čem všem vám Fatra pomáhala?

Lidé ve Fatře byli skvělí. Rozhodli se plně sponzorovat použité materiály i celou kolekci.

Kolik času vám zabrala realizace vašich návrhů v továrně?

Ze školy jsem měla připravené jednotlivé střihy celé kolekce a s nimi jsem se vypravila do Fatry. Během osmi dnů byla celá kolekce pláštěnek hotová. Hodně mi pomáhala hlavní technoložka a designérka Veronika Vašátková, se kterou jsem konzultovala různé technické detaily.

Na kom jste si jednotlivé modely zkoušela?

Na Veronice. © Pláštěnky jsou ale unisexové a hodně volné, takže se nemusely moc zkoušet. Navíc jsem měla ze školy připravené střihy, které byly odzkoušené na ateliérové modelce. Jelikož jsem byla limitovaná časem, musela jsem věřit, že všechno vyjde v podstatě na „první dobrou“.

Jakou módu bychom našli ve vašem šatníku?

Nosím hodně uniformní oblečení, minimalistické střihy a z barev dávám přednost šedé, béžové nebo černé. Tím, že hodně řeším oděvy pracovní a sleduju, co lidé nosí, sama se oblékám co nejjednodušeji.

Řídíte se tím i u své vlastní značky, kterou jste začala tvořit už na střední škole?

V podstatě ano. Z minimalistického oblečení jsem se ale trochu posunula k oblečení, které má humorný podtext. Co se týče barevnosti, pracuji ve svých kolekcích s barvami, které sama ráda nosím. V každé nové kolekci představím zhruba dvacet kusů a jednotlivé modely potom upravuji podle přání svých zákaznic. Někdo třeba přijde s tím, že se mu líbí můj kabát, ale potřeboval by ho v jiné barvě nebo přizpůsobit jeho střih své postavě.

Kde se podle vás lidé oblékají nejlépe?

Jelikož mám ráda minimalistické a jednoduché oblečení, líbí se mi módní styl v severní Evropě – ve Švédsku, Dánsku nebo v Holandsku. Tam mají lidé zvláštní šmrnc, nebojí se experimentovat a sází na svoji individualitu. ■



BRNO REVIVAL

BYL VE ZNAMENÍ RYCHLÝCH AUT A MOTOREK

Závodníště brněnského výstaviště zažilo po 50 letech velkou podívanou – proháněly se tu totiž historické motocykly, formule a auta. Akce Brno Revival Mezi pavilony, která se konala o víkend 15. a 16. července, představila automobilové veterány a unikáty. Firma Agrotec tu předvedla svoje vozy Fiat a Kia a návštěvníci se také mohli zastavit u stánku a zasoutěžit si ve virtuální realitě.



přenášely závody. Promotruck mohou firmy využívat pro svoji propagaci a kontakt s veřejností. Tvoří ho kompaktní celek s možností audio- a videozáznamu, přímého přenosu a střihu.

Zatímco se na imponantním velkém černém Promotrucku promítaly závody z nedaleké trati, u stánku s virtuální realitou už se tvořila fronta zájemců, kteří přišli hrát o jízdu s generálním ředitelem Agrotec Group Martinem Radou. Mezi soutěžícími byli jak malí, tak velcí nadšenci, kteří se po nasazení speciálních velkých brýlí ocitli ve virtuální realitě. Úkol se sice zdál snadný – najít v místnosti tři chybějící součástky k automobilu a nasadit je zpátky, nakonec ho ale někteří dokončili jen po radách hostesek. Jeden ze dvou vítězů Michael Zaplatil dokázal virtuální auto spravit za úctyhodných 71 vteřin. Tím si vysloužil jízdu s generálním ředitelem ve voze Alfa Romeo. „Byla to nevšední jízda, opravdový



zážitek. Určitě bych se chtěl tímto autem projet alespoň ještě jednou,“ pochvaloval si výhru Michael. Jako ostatní motonadšenci byl s celou akcí Brno Revival spokojený. „Ze všech modelů jsem byl uchvácený, akce se velmi vydařila. Ani jsem nedoufal, že bych v soutěži mohl vyhrát, ale podařilo se,“ znamenal na závěr Zaplatil. ■

Areál brněnského výstaviště se přes víkend přeměnil v závodní trať. Naposledy se tak stalo v roce 1967, tedy přesně před padesáti lety. Trať Brno Revival vedla po původní dráze, které se slangově podle jejího tvaru říkalo rohlik. K oslavě výročí organizátoři představili automobily i motocykly od předválečných až po ty, které byly vyrobeny do poloviny osmdesátých let. Návštěvníci se mohli pokochat nejen krásou unikátních závodních aut různých značek, ale také krátkými závody téměř 90 historických aut a motocyklů. Na startovní čarě se se svou formulí Drak 1 postavil i legendární závodník Otto Buchberger. „Když člověk do formule sedne, tak zapomeno na všechno kolem,“ prohlásil třiaosmdesátiletý jezdec. Mimo závody mohli návštěvníci vidět také současné sportovní a závodní vozy či motocykly, které byly vystaveny na přilehlých volných plochách a v pavilonu A. Silný zvuk motorů a rychle se prohánějící auta, která něco pamatují, lákaly mnoho zájemců. U zátarasů podél závodní dráhy se

shromáždilo jak starší, tak mladší publikum a všichni sem přišli kvůli jedinému – obdivovat krásu rychlých veteránů. Návštěvníci mohli vidět starší modely aut značek Ferrari nebo Škoda, další formulové vozy, například i závodní speciál Mustang F3 Wartburg a formuli EASTER MTX 1-03 z Technického muzea v Brně.

I když byla sobota deštivá, návštěvníky to neodradilo. Historické, ale i současné modely aut a motorek si totiž mohli prohlédnout také v pavilonu A. Neděle už se však co se týče počasí vyvedla a závodní trať lemovali automobiloví nadšenci. Na akci nechyběl ani Agrotec. Představil své osobní vozy Kia a užitkové vozy Fiat. Auta sice na trati nesoutěžila, zato firma představila hned dvě lákadla – Agrotec Promotruck a virtuální hru, ve které mohli návštěvníci soutěžit.

Agrotec Promotruck nešlo přehlédnout, je to totiž obrovský černý kamion, který slouží jako mobilní pódium. Na Promotrucku nechyběla velká obrazovka, na kterou se živě



PROCHÁZKA

GRILOVANE SPECIALITY

TRADIČNÍ ŘEZNICTVÍ V MODERNÍM KABÁTĚ

INOVIJEME PRODEJNY PROCHÁZKA

Jdeme s dobou a přizpůsobujeme se novým trendům. Naše společnost buduje novou image zaměřenou na služby zákazníkům v gastro oblasti. Jak? Novou koncepcí prodejen.

Jako moderní firma chceme působit moderním dojmem, následovat nové trendy a v neposlední řadě chceme být originální a zajímaví pro naše zákazníky. Proto v současné době budujeme malometrážní prodejny zaměřené na gastro produkty vlastní výroby, spojené se službami „rychloobčerstvení“. Tato nová koncepce prodejen vzniká zejména v obchodních domech Kaufland. Jedna z prvních byla nedávno otevřená například

v Písku a následně na pražském Jarově. Co na zdejších prodejních pultě najdou naši zákazníci? „Zejména skupinové výrobky a produkty, které jsou pro ně připravovány přímo na místě. Mezi nejatraktivnější patří Pulled Pork – trhané maso s přírodní šťávou servírované v bulce doplněné o chutnou pikantní omáčku,“ líčí lákavou nabídku Václav Suchánek, obchodní ředitel.

Nová koncepce prodejen není samozřejmě zaměřená pouze na „take away“ neboli prodej s sebou, ale také je uzpůsobená tak, aby zákazníci mohli zakoupené lahůdky a další pochutiny konzumovat přímo na místě. Nová prodejna v prostorách Kauflandu na pražském Jarově není jediná, stejnou inovací prošla i prodejna v Písku. „V následujícím kalendářním roce budeme v trendu remodelování stávajících prodejen i nadále pokračovat. A tento moderní směr přeneseme i do vybraných Penny Marketů s protilehlými pulty,“ dodává Suchánek. Na jedné straně prodejny tak budou prezentovány výrobky, které jsou spojené s tradicí řeznictví PMU včetně sortimentu od dodavatelů z naší skupiny. Protilehlý pult bude v modernějším stylu konzumování. Půjde o rychlé občerstvení doplněné o prodej vybraných lahůdek a cukrovinek. ■



čovat. A tento moderní směr přeneseme i do vybraných Penny Marketů s protilehlými pulty,“ dodává Suchánek. Na jedné straně prodejny tak budou prezentovány výrobky, které jsou spojené s tradicí řeznictví PMU včetně sortimentu od dodavatelů z naší skupiny. Protilehlý pult bude v modernějším stylu konzumování. Půjde o rychlé občerstvení doplněné o prodej vybraných lahůdek a cukrovinek. ■



PRAŽSKÉ ŘEZNICTVÍ BODUJE U PRAŽANŮ A OTEVÍRÁ JIŽ SVOU TŘETÍ POBOČKU

Celkem na tři se rozrostl počet poboček Pražského řeznictví. Úspěšný koncept výběrového řeznictví nadchl nejedno pražské srdce! Zeptali jsme se ředitele Pražského řeznictví **Víta Morkuse**, jaký je právě jeho recept na úspěch.



Kolik má Pražské řeznictví aktuálně otevřených prodejen?

V současné době máme po celé Praze otevřené dvě prodejny (na Vinohradech a Na Poříčí) a třetí otevíráme v druhé polovině září.

Kolik nových poboček plánujete otevřít do konce roku?

Do konce roku už neplánujeme otevřít žádnou další provozovnu, ale budeme se soustředit na rozvoj prodejen stávajících. Další možná expanze, ať už z důvodů kapacitních, či personálních, proběhne zřejmě až v příštím kalendářním roce.

Co je hlavní myšlenkou Pražského řeznictví?

Cílem je poskytovat prvotřídní kvalitu a výběr toho nejlepšího masa či specialit. Pražané si žádali řeznictví, ze kterého si odnesou vždy čerstvé suroviny a dobrou radu od zkušeného řezníka, a právě toto v našich prodejnách nabízíme. Naši nosnou ideou je obnovení reputace řeznického řemesla jako takového, které

za posledních 20 let utrpělo na své pověsti. Zakládáme si na kvalitním servisu, kdy naši zaměstnanci přesně vědí, co prodávají, odkud produkty pocházejí a jaká je jejich správná příprava.

Čím to podle vás je, že se vám tak daří? Co je hlavní přidaná hodnota Pražského řeznictví?

Široký sortiment v nabídce, která je sezónně orientována a obměňována. Téměř veškeré maso z hovězích čtvrtí a vepřových půlek prodávané u nás na prodejně je čerstvě bouráno. A díky úzkým vztahům s našimi dodavateli máme jistotu, že dodávané produkty jsou v té nejvyšší kvalitě a míře čerstvosti. Naši silnou stránkou je prodej hovězího masa, a to jak tradičních kusů, tak i steakových řezů.

Jste něčím na trhu výjimeční, například sortimentem nebo nějakou službou?

V nabídce máme standardní hovězí maso bourané ze čtvrtí mladých býků. Toto maso staríme minimálně 14–21 dní a to většina naší konkurence nedělá. Dosahujeme tím výrazně vyšší kvality masa. V našem úspěchu nás nemalou částí podporuje i malé provozované bis-



tro v prodejně na Vinohradské, kam si místní zvyklí chodit na hotová jídla a řeznické speciality. Tato část prodejny dosáhla svého limitu, a proto uvažujeme o posunutí konceptu Pražského řeznictví o kousek dál, a to vytvořením samostatného bistra.

Zavážíte někam maso?

Ano, v současné době zavážíme naše produkty do několika pražských podniků. Větší expanze se očekává s otevřením pobočky na Ohradě. Ta bude obsahovat i výrobní část a z té se budou maso a další výrobky distribuovat do mnoha dalších firem. Již nyní máme předjednané spolupráce s významnými hráči na pražské gastronomické scéně.

Kam dál se chcete posunout – bistro, donáška, e-shop?

O samostatném e-shopu neuvažujeme, ale byli jsme osloveni významným potravinářským e-shopem a o této spolupráci vážně přemýšlíme. Jak jsem již zmínil, zvažujeme zavedení nového konceptu bistra. ■



SPOLEČNOSTI AGRO JEVIŠOVICE SE DAŘÍ

PATŘÍ K NEJVÝZNAMNĚJŠÍM ZEMĚDĚLSKÝM FIRMÁM V REGIONU

Prosperující a stabilní zemědělský podnik. Tak dnes vypadá společnost Agro Jevišovice ze Znojemska, o níž se v poslední době objevují různé dezinformace. Proto vám nabízíme fakta o vývoji společnosti po změně vlastnické struktury před šesti lety, kdy Agro Jevišovice vstoupilo do koncernu Agrofert.

Společnost byla v roce 2011 na pokraji úpadku, byly podány návrhy na insolvenční řízení a stanoven správce podniku. Po změně vlastnické struktury byla nastavena nová koncepce společnosti a jsou striktně dodržovány roční i dlouhodobé plány. Tím došlo ke stabilizaci společnosti a nyní Agro Jevišovice vykazuje každoročně kladný hospodářský výsledek.

V rámci živočišné výroby se podnik zaměřuje na chov hovězího dobytka s tržní produkcí mléka. Došlo ke změně chovného plemene z českého strakatého na plemeno holštýnské. V průběhu 6 let se podařilo zvýšit užitkovost z 15,3 litru na současných 26,9 litru mléka a navýšit počet dojnic z 800 na 1 090 kusů. Firma masivně investuje: do nových hnojných koncovek ve střediscích Jevišovice a Hevlín 23 mil. Kč, v srpnu byla zahájena výstavba nové produkční stáje pro 414 dojnic a nové dojírny s plánovanou investicí 45 mil. Kč. Navíc dnes farma chová



AGRO JEVIŠOVICE

76 %

zvýšení užítkovosti dojnic

36 %

zvýšení počtu dojnic

390 mil. Kč

investice od roku 2011

140

zaměstnanců

až 20 %

meziroční nárůst výroby směsí



350 jatečných býků podle švýcarského patentu Qualivo, který využívá jako jediná v České republice.

V období od roku 2011 společnost investovala celkem 390 mil. Kč do základního stáda, strojového parku, nákupu pozemků a realizovala další investice. Pro rostlinnou výrobu byly vybudovány závlahy v oblasti Velkého Karlova v hodnotě 5 mil. Kč.

Rostlinnou výrobu společnost provozuje na 7 300 hektarech půdy. Osevní plán zahrnuje mimo plodiny pro výrobu objemných krmiv i pěstování obilovin, kukuřice a řepky. Osetí řepkou činí maximálně 18 % výměry, podobně jako u okolních podniků. Silná živočišná výroba umožňuje obhospodařovanou půdu

hnojit statkovým hnojem, což dlouhodobě přispívá k zlepšování kvality obdělávané půdy.

Firma upustila od velkovýroby extrudátů a krmných směsí a zaměřuje se na výrobu pro maloobchod, výrobu speciálních krmných směsí a směsí pro skot. Od roku 2011 tato výroba meziročně narůstá o 15 až 20 procent, přičemž se neustále rozšiřuje sortiment i síť prodejen s hospodářskými potřebami.

Společnost Agro Jevišovice se dokázala velmi dobře vypořádat s nelehkou minulostí, kdy balancovala na pokraji krachu. Firma dnes prosperuje, zaměstnává 140 lidí a patří k významným zemědělským společnostem na jižní Moravě. ■



AGRO JEVIŠOVICE MUSELO NA BOHUMÍRA RADU PODAT INSOLVENČNÍ NÁVRH

Ač se Bohumír Rada snaží v médiích vypadat jako správný chlap a sedlák, opak je pravdou. Společnosti Agro Jevišovice dluží Bohumír Rada, resp. jeho společnost Agro Boskovštejn, zhruba 8,5 milionů korun a vzhledem k jeho nulové vůli tyto dluhy splatit podali Jevišovičtí v květnu na jeho společnost insolvenční návrh. K němu se záhy připojili další věřitelé, kteří jsou stejně jako Agro Jevišovice na straně poškozených. Pohledávky jdou celkově do milionů.

Kromě soukromých společností dluží Rada i státním organizacím. Neplatil například sociální a zdravotní pojištění. Na jeho zaměstnance tak asi čeká dost nemilé překvapení. I v tomto případě je dlužná částka sedmimístná. Bohumír Rada přitom sám sebe rád chválí jakožto idylického zaměstnavatele. Tomu však neodpovídají Radovy dluhy všude, kam se člověk podívá. Z portálu www.justice.cz, kde je celé insolvenční řízení veřejně dostupné včetně přihlášek poškozených subjektů, se navíc dozvídáme, že Rada dluží i mzdu za vykonanou práci. Bohumír Rada zkrátka dokázal „napálit“ kdekoho. Média nevyjímaje.



ZEMĚ ŽIVITELKA

NÁVŠTĚVNÍKY LÁKALY STÁNKY AGROFERTU V NOVÉM DESIGNU I NEJVĚTŠÍ SKLÍZECÍ MLÁTIČKA NA SVĚTĚ

Vodňanská drůbež získala letos na českobudějovickém agrosalonu Země živitelka ocenění KLASA pro svůj další výrobek. Národní logo kvality udělované nejkvalitnějším potravinářským výrobkům nově poneseu její kuřecí párky bez éček.

Koncern Agrofert představil na letošní Zemi živitelce novinky svých zemědělských a potravinářských firem. Pozornost přitahovaly stánky našich výrobců potravin v moderním černém designu s bílými kresbičkami hospodářských zvířat, které zdobily dřevěné truhlíky s živými rostlinkami, vědra naplněná baleným mlékem značky Tatra, válečky s logem Penamu nebo přepravky napěchované Českými vejci. O celosvětový unikát se postarali naši kolegové z Agrotecu, kteří na výstavu přivezli největší sklízecí mlátičku na světě. Další novinkou byl HR point My&Agrofert, kde se mohli návštěvníci dozvědět řadu zajímavostí z firemního prostředí a získat přehled o aktuálně nabízených volných pozicích.



Významné ocenění přebíral technický ředitel Vodňanské drůbeže Ing. Martin Šácha z rukou ministra zemědělství Mariana Jurečky.

POTRAVINÁŘSKÉ FIRMY DOSTALY VĚTŠÍ PROSTOR

Mezinárodní agrosalon Země živitelka, který se tradičně koná na konci srpna na výstavišti v Českých Budějovicích, uvítal více než 100 tisíc návštěvníků a stovky českých i zahraničních vystavovatelů. „V letošním roce jsme rozšířili prostory zejména pro potravinářské společnosti koncernu Agrofert a představili je ve zcela novém černobílém designu stánků, který jsme zpestřili farmářskými a kuchyňskými doplňky ze dřeva. Právě do





Jednou z největších zajímavostí letošní výstavy byla expozice společnosti Agrotec, která na výstavu přivezla největší mlátičku na světě, a to New Holland CR10.90, která je zapsána v Guinnessově knize rekordů.

Stánek Agrofertu byl každý den v obležení několika stovek návštěvníků.



této sekce, kde mají návštěvníci možnost ochutnávat různé potravinářské výrobky, míří tradičně nejvíce návštěvníků," uvedl k novému konceptu prezentace koncernu Agrofert marketingový manažer Ondřej Sečka.

NOVINKY I PRACOVNÍ PŘÍLEŽITOSTI

Jelikož za úspěchem firmy a každého jejího výrobku stojí její zaměstnanci a důležité je také firemní prostředí, v němž výrobky vznikají, měli na výstavě své místo i zástupci HR

divizí jednotlivých firem. Nad šálkem kávy představovali personální specialisté a manažeri novinky z jednotlivých firem a pracovní příležitosti v různých částech České republiky. Personální manažerka zemědělské společnosti Cerea Lenka Mráková navázala na výstavě spolupráci se střední školou ve Vysokém Mýtě, která letos otevírá učební obor opravář zemědělské techniky. Jedním z návštěvníků, se kterými si povídala, byl totiž učitel této školy.

DĚTI SI VYZKOUŠELY ROLI FARMÁŘE

Pro děti byla k dispozici Agrofert dětská farma plná zábavy. Z malých návštěvníků se stali farmáři, kteří si vyzkoušeli téměř vše, co k zemědělství a farmaření patří – pečení housek, dojení krav, sbírání vajíček nebo chytání ryb. Za splnění všech úkolů si potom mohli „nakoupit“ ve farmářském krámku. Stejně jako v loňském roce nechybělo ani letos oblíbené bludiště ze slámy. ■

Co říkáte na prasátka na zemědělské cisterně? Naše dceřiná firma SPV Pelhřimov, které cisterna patří, si reakce na netradiční design otestovala na Zemi živitelce a líbil se. Momentálně se chystá polepít i svá ostatní vozidla a vytvořit tak celou plejádu pojízdných prasátek. Novinky chystá i v oblasti HR – pro nové kolegy ze vzdálenějších regionů plánuje v příštím roce vybudovat ubytování.

V HR pointu se diskutovalo o různých pracovních příležitostech, ale i o tom, jak firmy investovaly do modernizace a z kvalitnění firemního prostředí.



LOVOGRAN FAMILY

TRADICE, INOVACE, BEZPEČNOST

Inovace jsou součástí většiny výrobních procesů, výrobu hnojiv nevylučuje. Motivace bývají různé – od přizpůsobení se současným výrobně-technickým či legislativním možnostem až po zvýšení účinnosti a efektivity daného produktu. Tedy zjednodušeně řečeno pokrok je tažen především kombinací ekonomických a ekologických tlaků.

Síran amonný je pro Lovochemii příběhem inovací. Když Lovochemie před více než 15 lety získala do portfolia výrobu v Městci Králové, hledala produkt, který by místní provoz stabilizoval. Volba padla na dusíkato-sírné hnojivo síran amonný v granulované podobě. Byl to krok správným směrem, který předurčil rozvoj výroby hnojiv v Městci Králové. S postupem času rostla obliba i důvěra v granulovaný síran amonný z produkce Lovochemie. Zároveň přicházely stále častěji požadavky a náměty na jeho úpravu. Cílem bylo zlepšení parametrů kvality stávajícího produktu, ale také přizpůsobení se potřebám moderních trendů ve výživě rostlin.

A tak po sérii ověřovacích pokusů byl položen základ zcela nové výrobkové řadě dusíkato-

sírných hnojiv na bázi síranu amonného, která v souladu s korporátním značením produktů nese jméno LOVOGRAN.

Základem „rodiny“ LOVOGRAN je granulovaný síran amonný, na který navazují LOVOGRAN B – tedy síran amonný granulovaný obohacený přídavkem boru, jenž je určen především pro výživu rostlin náročných na výživu borem (olejníky, brambory, cukrová řepa atd.). Vrcholnou inovací této řady pak je LOVOGRAN IN – granulovaný síran amonný s přídavkem inhibitorů nitrifikace, které svým působením zpomalují přeměnu amonného dusíku na nitrátový a tím výrazně snižují riziko úniku dusičnanů do spodních vod. Hnojení se tak stává nejen efektivnější, ale i ekologicky přívětivější. ■

NEUSTÁLE ZLEPŠUJEME KVALITU MASA



Společnost Vodňanská drůbež v loňském roce inovovala a zkvalitňovala welfare podmínky chované drůbeže. Zaměřila se na snížení stresové zátěže a poranění zvířat při odchytu, transportu a vyskladnění v místě porážky. Investice do nové technologie významně zvýšila kvalitu produkovaného drůbežního masa.

Nejvýznamnější investicí společnosti Vodňanská drůbež, a to jak z pohledu finančního rozsahu, tak s ohledem na její přínos, byl v roce 2016 projekt „Vývoj v procesu příjmu živé drůbeže s vlivem na kvalitu masa“. „Díky uskutečnění tohoto projektu se nám podařilo inovovat postup při odchytu, transportu a vyskladnění drůbeže na porážce,“ popisuje hlavní účel této investiční aktivity technický ředitel Vodňanské drůbeže Martin Šácha a zdůrazňuje, že realizací tohoto projektu se společnosti podařilo vyloučit stresovou zátěž drůbeže během uvedeného procesu a zabránit různým poraněním zvířat. Při odchytu drůbeže může totiž vzniknout řada negativních dopadů, které se bezprostředně odrážejí na psychice drůbeže a tím i na kvalitě masa. „Investice do nové technologie zlepšila také kontrolu nad jednotlivými procesy odchytu, svozu a naskladnění na porážku. Díky nové automatizované technologii, včetně myčky návěsů s vnitřní technologií návěsů pro automatické naskladnění a vyskladnění jatečných kuřat, se nám podařilo výrazně snížit riziko kontaminace drůbeže,“ vyjmenovává další pozitivní přínos nové technologie Martin Šácha.

TO NEJLEPŠÍ PRO VAŠÍ ŘEPKU



LOVOGRAN FAMILY

LOVOGRAN	20 % N	20,5 % S	
LOVOGRAN B	20 % N	20,5 % S	0,2 % B
LOVOGRAN IN	20 % N	20,5 % S	inhibitory nitrifikace

DEN S...

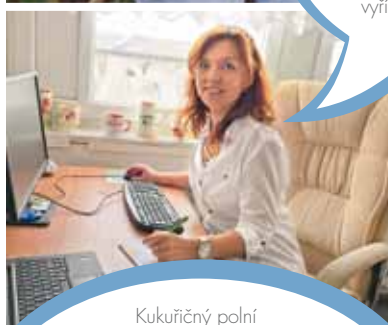
Markétou Hlavsovou, produktovou manažerkou společnosti AgroZZN

Její dny plní nejčastěji schůzky s obchodními partnery, uzavírání různých kontraktů a psaní reportů. Z kancelářského a byznysového prostředí ji ale občas vytrhávají odborné přednášky pro zákazníky nebo akce přímo v zemědělském terénu. Nejznámější z nich jsou polní dny, které organizuje pětkrát do roka. Pokud jste o nich nikdy neslyšeli, jedná se o akce pro obchodní partnery, které se konají přímo na poli, a to ať už kukuřičném, řepkovém nebo obilném. Jejich cílem je ukázat zákazníkům, jak vypadají plodiny, jejichž osiva si mohou od pořadatele akce zakoupit. S Markétou jsme se v září na jeden polní den vypravili a měli jsme štěstí, protože kromě prohlídky třinácti odrůd kukuřice včetně jedné zbrusu nové jsme si mohli zasoutěžit v kukuřičném bludišti, ochutnat moravská vína nebo si kukuřičné porosty prohlédnout při večerním osvětlení.



Na většině polních dnů je Markéta v terénu už v 7 hodin ráno. Tentokrát tak brzy vyrážet nemusela, protože kukuřičný den v Senomatech je výjimečný tím, že začíná až v pět hodin odpoledne. Dopoledne bylo ještě třeba vyřídít několik e-mailů a odeslat objednávky.

Na označení pokusů cedulkami, přípravu stanů, katalogů a občerstvení je proto času dost.



Kukuřičný polní den je netradiční už svým úvodem. Začíná se v kukuřičného bludišti, na jehož konci je schovaný poklad, který hlídá pravý kukuřičný maskot. Pro dospělé návštěvníky, kteří najdou cestu ven, je připravená odměna ve formě slevy na výsevní jednotku kukuřice a pro jejich dětský doprovod kukuřičné křupky.

O oficiální zahájení celé akce se postarali dva ředitelé zemědělských společností koncernu Agrofert. Zleva: ředitel Osevy Ladislav Kulas a ředitel AgroZZN Jan Brejšnjajd. Podnik, kde jsou pokusy zasety, krátce představil ředitel ZD Senomaty Luděk Fišer a několik slov připojil starosta Senomat Tomáš Valer.



Se zákazníky si Markéta a její kolegyně rádi povídají a k přátelskému posezení patří ochutnávka moravských vín.

Novinky z oblasti pěstování kukuřičných odrůd byly představeny na komentované prohlídce hybridů Oseva Hybrids. Krátce po setmění se prostřednictvím svítících balonků křtila nová odrůda CEFOX ze společnosti Oseva.

A v samotném závěru nechybí už tradiční ohňostroj.



Na každém polním dnu se AgroZZN snaží nabídnout něco, co jinde nemají, a už několik let akci zakončuje „světelnou show“. Zákazníci tak mají možnost prohlédnout si všechny odrůdy při večerním osvětlení. Nový CEFOX je jako novinka osvětlený modře.

PODZIMNÍ KAMPAŇ MLÉKÁRNY HLINSKO



Láska prochází žaludkem. Nejen proto vsadila značka Tatra na sladké dezerty ze Salka ve formě videoreceptů. Podzimní kampaň společnosti Mlékárna Hlinsko, a.s. se bude stejně jako na jaře odvíjet od slazených kondenzovaných mlék. Tuby však vystřídal plechovky a to nese i změnu způsobu komunikace. Tuby jsou určené především pro mlsání, pro doplnění energie u sportu nebo relaxaci u televize. Plechovky oproti tomu kupujeme pro využití v kuchyni. „Chceme zákazníky inspirovat a ukázat jim, na čem všem si mohou se Salkem pochutnat. Nejedná se o žádné složité



receptury, přičemž finální produkt je velmi chutný a dobře vypadá,“ vysvětluje marketingová manažerka Kristýna Pecinová. Ve spolupráci s cukráři a kuchaři proto vzniklo prvních a rozhodně ne posledních 10 receptů, které budou formou videí umístěny na novém webu, tam budou moci návštěvníci stránek nejenom načerpat inspiraci z profesionálně připravených pokrmů, ale i sami poslat svůj vlastní recept, který potom na webu budou ostatní hodnotit. „Web budeme chtít samozřejmě rozvíjet, přidávat nové a nové recepty nejen se slazenými kondenzovanými mléky, ale i s jinými produkty z našeho portfolia. Chceme vždy vyhodnotit a ocenit nejlepší recept poslaný našimi zákazníky a propojit vše skrz sociální sítě. Nový web, který je spuštěný od 11. září 2017, najdou naši zákazníci na www.tatrarecepty.cz,“ dodává manažerka. Podzimní kampaň startuje na televizních stanicích Nova, Prima a Barandov v polovině září 2017 a bude podpořena na sociálních sítích.

POCTIVÉ NOVINKY Z KOSTELCE



CO K SI PŘÁT K VÁNOCŮM? TŘEBA DÁREK OD KRAHULÍKA

Pro obchodníky je už nejvyšší čas myslet na to, jaké zboží nabídnou na vánoční trh. Společnost Krahulík se letos rozhodla rozšířit své portfolio o nové a atraktivní dárkové obaly. Kromě oblíbené, léty prověřené designové plechovky s klobásami se tak na trh dostane dárkový tubus na salámy, který jsme schopni naplnit uzeninou dle přání zákazníka. Třeba Terranem, Princem, Poličanem, Paprikášem nebo dalšími salámy z naší nabídky. Pokud budete chtít dárek rozměrově menší než tubus, je k dispozici skladná dárková krabička, do které se vejdou dva lahodné salámky. Obaly samozřejmě budeme nabízet nejen na Vánoce, ale i k různým dalším svátečním příležitostem. ■



Na podzim letošního roku se rodina „Poctivých“ rozšíří o dva nové produkty – Poctivou pomalu pečenou šunku a Poctivou pomalu dušenou šunku. Stejně jako v případě ostatních výrobků v řadě „poctivá“, je i u těchto novinek důraz kladen na vysoký obsah masa, poctivé zpracování a čerstvost. To vše je opět pečlivě zabaleno do exkluzivních psaníčkových obalů s transparentním značením, které uvádí důležité informace pro spotřebitele – jako například obsah masa, složení a výživové hodnoty nebo který konkrétní řezník z Kostelce ručí za bezchybnou kvalitu výrobku. Obě šunky jsou nejvyšší jakosti a samozřejmostí je, že neobsahují alergie ani lepek, a proto si je mohou bez obav dopřát i ti, kteří trpí potravinovou nesnášenlivostí a alergiemi.

NOVINKA NEJEN PRO VEGANY

Penam rozšiřuje řadu Fit den a přináší na trh nový speciální chléb a názvem Vegan chléb. Tento výrobek zapadá svým složením do trendu veganství, ale pochutnají si na něm i vyznavači zdravého životního stylu. Neobsahuje žádné droždí a je čistě rostlinného původu. Kromě hodnotného zdroje bílkovin je obohacen o netradiční suroviny, jakými jsou například špaldové vločky, vláknina z jitrocele indického nebo citronová vláknina. Tento šťavnatý semínkový chléb bez éček určitě stojí za to.



PENAM PEČE VYNIKAJÍCÍ CHLEBY!

Penam na Dnech chleba 2017 v Pardubicích potvrdil, že trvale peče chleby vynikající kvality. Zvítězil totiž hned se třemi chleby: 1) Konzumní chléb vynikající kvality z Pekárny Zelená louka. 2) Konzumní chléb vynikající kvality z pekárny Rosice. 3) Vynikající chléb bez hranic z pekárny Olomouc. Výbornou zprávou je, že do úspěšné řady „Z jádra dobrý“ míří další skvělé ocenění. Cenu získal Alpský chléb. Vyplatilo se velké úsilí vložené do rozjezdu pekárny Rosice. Naše nejmladší pekárna získala mimořádnou cenu za kvalitu hned na začátku své existence. Je to výrazný signál všem našim zákazníkům – naše strategické investice přinášejí výsledky, které chutnají. Máme radost, že také Pekárna Zelená louka znovu potvrdila, že její výrobky patří mezi špičku. Jsme rádi, že v Penamu pracuje tolik šikovných lidí, kteří naši značku posouvají správným směrem. ■



Cenu převzal Jaroslav Kafka, vedoucí oddělení technologie.



FIT DEN NA INSTAGRAMU

Tak i řada Penam Fit den už je na Instagramu! Od dubna nás najdete také na tomto oblíbeném sociálním kanálu. Věříme, že pro vás bude inspirací na vaši cestě zdravým životním stylem.



CO JE INSTAGRAM?

Instagram je volně dostupná aplikace pro různé mobilní operační systémy. Svým uživatelům umožňuje sdílení fotografií a videí. K tomu je určena řada filtrů, které lze na pořízenou fotografii aplikovat. Nesnaží se konkurovat jiným sociálním službám, naopak umožňuje snadné sdílení fotografií na další sociální sítě, jako je například Facebook. Aplikace si získala velkou oblibu, což potvrzuje počet uživatelů získaných za pouhých 11 měsíců od spuštění služby – 9 milionů. Nyní Instagram stále roste a aktivních uživatelů každou sekundu po celém světě přibývá.

MAFRA FAMILY DAY

Druhá neděle v červnu v Mediální skupině Mafra patřila hlavně dětem. V areálu tiskáren v Praze a Olomouci se konal první ročník Mafra Family day. Prostor tiskáren se otevřel všem zaměstnancům, kteří chtěli strávit volný den nejen se svými rodinnými příslušníky, ale i s kolegy z různých koutů republiky. Na obou místech byl připraven tožný program jak pro děti, tak pro dospělé. Velký zájem byl o prohlídku provozu tiskáren. Děti byly nadšené z výroby ohromných bublin, skákacího hradu a fotokoutku, odkud si mohly rovnou odnést veselou památku na slunečný den. V koutku, kde se malovalo na obličej, se malé slečny měnily v princezny a roztomilé kočky, pánové pak většinou v superhrdiny. Celým dnem nás provázela kapela Timber Music a vystoupení klauna. Několik desítek závodníků bojovalo o putovní pohár mediální skupiny Mafra na simulátoru F1. Ten se pro letošek podařilo získat závodníkům z tiskárny v Praze.



LABUŽNÍK



ELEGÁN SPOLEČNOSTI KOSTECKÉ UZENINY LETOS SLAVÍ 100 LET



Není mnoho firem, které tvoří součást kulturního dědictví naší země. Hlavní tváří jedné z nich je už neuvěřitelných sto let noblesní gentleman, který se v obleku a v mírném předklonu labužnický zakusuje do lahodného párku. V rámci oslav tohoto výjimečného 100letého výročí Kostecké uzeniny uspořádaly v sobotu 10. 6. 2017 pro zaměstnance a jejich rodinné příslušníky zaměstnanecký den na farmě Čapí hnízdo. A protože má společnost celkem 4 výrobní závody (2 v Kostelci, 1 v Plané nad Lužnicí a 1 v Mostě), přijeli lidé opravdu z různých koutů České republiky. Společně s Kosteckými uzeninami oslavila své 50leté výročí i společnost Olma. Oslavu odstartovali přivítáním generální ředitelka Olmy paní Simona Sokolová a generální ředitel Kosteckých uzenin pan Michal Jedlička, kteří mimo jiné poděkovali svým zaměstnancům za práci, kterou všichni společně s výbornými výsledky odvádějí. Pro děti i dospělé byl po celou dobu oslav připraven bohatý program. Všichni si mohli užít například atrakci WIPE-OUT – driivá porážka, řemeslné dílničky, aqua zorbing, projet se na lodičkách nebo v traktorech. K dispozici byla i prohlídka ekocentra a stáji, včetně Eko-olympiády. Děti potěšilo i malování na obličej a z koutu Happy box si rodiny odnášely bláznivé fotografie. Počasí přálo a byl krásný slunečný den, proto byl připraven i bazén se skluzavkou. Po obědě zahrál Janek Ledecký se svojí kapelou, který roztančil všechny přítomné. Na akci zavítal i olympijský vítěz Lukáš Krpálek, který je tváří řady kosteckých produktů. Překvapením na závěr byl barevný ohňostroj za bílého dne. Vládla přátelská atmosféra a úsměvy malých i velkých zářily ze všech stran. No, posuďte sami. ☺



Z ČESKÉHO FESTIVALU SPORŤÁČEK SE STÁVÁ MEZINÁRODNÍ PLATFORMA WANNADO

Sedmý ročník festivalu Sportáček je plný novinek a změn a tou největší je přeměna českého festivalu na mezinárodní platformu Wannado. Jeho cíl ovšem zůstává stále stejný – přivádět děti i dospělé k aktivnímu životnímu stylu. Ukázat jim, že existují různé druhy sportů a že je jen na nich, kterému se budou věnovat.

Jakub Makalouš je zakladatelem festivalu Sportáček i platformy Wannado a v následujícím rozhovoru prozradil, jak k nápadu přišel a jak se festival vyvíjí.

Myslíte, že kdyby Sportáček existoval dříve, začal byste dělat úplně jiný sport?

Je to dost pravděpodobné. Na druhou stranu, tehdy jsme tolik sportů neznali. Dnes jich existuje takové množství, že v nich lidé mohou mít zmatek. Za nás to byl hokej, fotbal, možná basketbal a několik dalších sportů, které znali všichni. Nyní i v menších městech existuje velké množství sportovních klubů a je škoda, aby děti zůstávaly doma u televize nebo tabletu. I kluby tehdy přistupovaly k trénování dětí jiným způsobem. Těchto několik sportů chtěly navštěvovat všechny děti, kluby neměly strach o nové členy, pře-trénovávaly je, a když tvrdý dril některému z nich nevydržel, vyměnili ho za jiného. Dnes se situace otočila a kluby musí o nové členy bojovat. Volba ve velké míře ovlivňuje život jedince. Jak bude vyrůstat, kdo ho povede, v jakém kolektivu se bude utvářet jeho povaha, a hlavně, jaké hodnoty přijme za své.



Jak se z profesionálního sportovce stal „byznysmen“?

Život je nevyzpytatelný. Hokej mě zavál do Austrálie, tam jsem narazil na podobnou myšlenku. Prezentovali jsme se s naším klubem na minifestivalu – asi 10 klubů na jednom tenisovém kurtu. Kdybych to udělal s co největším počtem sportů pro celou Prahu a propojil se známými sportovci a médií, musí to mít úspěch, napadlo mě. Ale v té době jsem uvažoval jinak, chtěl jsem se živit hokejem. Dostal jsem pozvánku na try-out do San Diega. Přípravoval jsem se tam odcestovat, ale po dvouletém pobytu v Austrálii mi nevydali americká víza, že si musím zažádat v Česku. Přiletěl jsem tedy do Prahy, žádal znovu, ale u nás mi pro změnu řekli, že si o víza nemůžu žádat dvakrát po sobě, když už jsem žádal v Austrálii. To byl asi zlomový moment. Řekl jsem si, že je potřeba zkoušet něco jiného. Začal jsem si hrát s myšlenkou připravit něco smysluplného, něco, čím pomůžu ostatním, co mi zajistí větší stabilitu. A najednou se mi to v hlavě začalo všechno propojovat.

Jak tedy začaly první festivaly?

Původní myšlenku jsem nosil v hlavě asi šest let, pohrával si s ní, až jsem se v roce 2011 rozhodl, že do toho půjdu. Původně to

Do pražských Letňan se v září přijelo na Sportáčka podívat téměř 13 000 návštěvníků. Nechyběly ani největší hvězdy českého sportu.

Na Sportáčku se prezentují i nejlepší dětské sportovní výkony. Letos představil svůj mistrovský rokenrol Richard Zadák, syn naší kolegyně z centrály Agrofertu Anděly Zadákové. A bylo se na co dívat. Říša letos vybojoval na Mistrovství ČR v akrobatickém rokenrolu stříbrnou medaili, na mistrovství Evropy skončil na 17. místě a momentálně se připravuje na Mistrovství světa v Belgii. Držíme pěsti.

měla být forma veletrhu, stejně jako fungují různé výstavy, ale nakonec vyhrála forma festivalu. Byla to zábava zvat kluby poprvé, když neměly představu, o co jde. A my neměli tolik zkušeností. Při přípravách prvního festivalu nám kůň udělal potřebu přímo doprostřed florbalového hřiště. Koukal jsem na to a říkal si, že tohle bude ještě zajímavé.

Letos probíhá už 7. ročník.

Jak se za tu dobu festivaly proměnily?

Letošní rok je zlomový v několika ohledech. Festival se rozrostl do více měst, do více zemí. A postupně začínáme přidávat multimediální složku, na které i nadále intenzivně pracujeme. Máme nové maskoty – postavičky, o kterých se bude natáčet 3D animovaný seriál. Chceme tvořit hry, produkty, sportovní věci, jídlo. Festivalem všechno jen začalo, nyní pracujeme na zapojení všech hodnot, na které klademe důraz – zdravý životní styl, rovnoprávnost kluků a holek, ohleduplnost k přírodě, fair-play. Děti své telefony ani tablety v budoucnu neodloží, naopak je budou používat čím dál víc. Je lepší v těchto zařízeních být s nějakým obsahem, který bude mít návaznost na pohyb, než tam nebýt vůbec. I díky Agrofertu se festival může vyvíjet a proměňovat se v celosvětovou multimediální platformu, která pomáhá dětem najít si svůj sport. ■



TŘETÍ ROČNÍK SERIÁLU AGROFERT RUN JSME ÚSPĚŠNĚ ZAKONČILI V PŘEROVĚ

Seriál pěti běžeckých závodů Agrofert Run je pro letošní rok u konce. S Agrofert Runem jsme navštívili Dostihové závodiště v Pardubicích, Dezu ve Valašském Meziříčí, Fatru v Napajedlech a tradičně jsme jej zakončili 9. září na stejném místě jako v loňském roce, a to v Precheze.

Pro zdatnější běžce znamenalo poslední zastavení po netradičních běžeckých lokalitách zaběhnutí přerovské Desítky okolo komína. Rodiny s dětmi musely zdolat dvoukilometrovou trať a děti podle věkové kategorie trasy v rozmezí od 300 do 1 000 m. A jaká byla účast? I přes nepřízeň počasí, která nás zprvu provázela, navštívilo pět zastávek více než 6 500 běžců. Než proběhli nejrychlejší závodníci cílovou branou, mohli si jejich fanoušci, rodiny a kamarádi zpříjemnit čekání návštěvou stánků se sportovním oblečením, obuví nebo například výživou. Pro děti jsme připravili motivační program v podobě sběru razítek za absolvování stanoviště v různých disciplínách. Testovala se zdatnost v jednoduchých

gymnastických cvičích, běhu a dětských stolních hrách. Odměna za splněné úkoly na sebe nenechala dlouho čekat. Každý dětský sportovec odcházel s malou pozorností a pln zážitků z příjemně stráveného dne. Hnacím motorem k vítězství v desítce ve své věkové kategorii byly nejen zajímavé ceny od nových sportovních partnerů Bina sport products a Under Armour, ale také odměna připravená v cíli v podobě regenerační masáže.

Věříme, že si všichni běžci i návštěvníci dostatečně užili sportu i doprovodného programu a zachovají přízeň Agrofert Runu do dalšího roku. ☺ Děkujeme všem našim partnerům za spolupráci a pomoc při zvyšování kvality celého seriálu. ■



Nuda před startem? Ale kdepak! ☺ Doplnkový program, pro větší děti v podobě deskových her, pro menší třeba rybolov v Dětské farmě, si našel příznivce všech dětských věkových kategorií.



Všichni připravit na start, udělat selfičko ☺ a vyběhnout. I kilometrový rodinný běh se počítá. ☺





Při odpolední svačince si můžete pochutnat například na sendviči s **Vaječnou pomazánkou**. Společnost Papei ji vyrábí podle retro receptury – obsahuje 65 % vajec a poctivou majonézu vyrobenou z českých vajec a českého oleje. K zakoupení je v Albertu a brzy se objeví i v dalších řetězcích.

TY NEJLEPŠÍ SVAČINY NEJEN DO ŠKOLY!

Svačiny jsou důležitou součástí jídelníčku. A neplatí to jen pro děti, které ve škole a při odpoledních aktivitách potřebují doplnit energii, ale i pro dospělé. Taková správná svačinka totiž udrží vyrovnanou hladinu krevního cukru a odvrátí riziko večerního přejídání. Její příprava se nemá podceňovat. Jak má vypadat? Papei má pro vás několik tipů.



SENDVIČ S OKURKAMI A VAJEČNOU POMAZÁNKOU

SUROVINY 4 ks tmavého toustového chleba, Vaječná pomazánka (Papei), 150 g salátové okurky

POSTUP Okurku omyjte, nastrojte ji nahruho a vmíchejte ji do vajíčkové pomazánky. Hotovou pomazánku natřete na toustový chléb, přiklopte druhým plátkem a podávejte.

Svačina je nedílnou součástí zdravého životního stylu. Má tvořit 5 – 10 % z celkového denního energetického příjmu a v jídelníčku by měla být zastoupena hned dvakrát – dopoledne a odpoledne. Díky ní se totiž předejde pocitu hladu, tělo se naučí s přijatou energií správně hospodařit a předejde se tím zbytečnému ukládání tuku.

SENDVIČ SE ŠUNKOU A SÝREM

SUROVINY chléb Premiér (Penam), 30 g sýru čedar, 30 g kvalitní šunky, hořčice, cherry rajčata

POSTUP Půl krajíčku chleba potřete lehce hořčicí, přeložte plátkem čedaru a šunky, přiklopte druhou půlkou chleba. Podávejte s čerstvými cherry rajčátky.

CHLEBÍČKY S JAHODOVOU POMAZÁNKOU

SUROVINY plátky Farmářské večky (Penam), 250 g měkkého tučného tvarohu, 2 lžíce javorového sirupu, 200 g jahod, 1 sáček vanilkového cukru

POSTUP Tvaroh dáme do misky a přidáme javorový sirup, vanilkový cukr a rozmačkané jahody. Vše dobře promícháme a lehce poklademe na plátek večky, přiklopíme druhým plátkem večky.



MAJINOVÉ VEČKY

SUROVINY plátky Farmářské večky (Penam), 130 g tvarohu, 2 lžíce krupicového cukru + 1 lžíce navíc, 1 lžička vanilkového extraktu, 150 g malin, 40 g másla, moučkový cukr a med k podávání

POSTUP Promícháme tvaroh, 2 lžíce cukru a vanilkový extrakt. Na másle zlehka opečeme jednotlivé plátky večky. Vždy potřeme jeden plátek večky ochuceným tvarohem, nvrch rozdělíme maliny a přiklopíme druhým plátkem. Podáváme pokapané medem a posypané cukrem.



MRKVOVO-ROZINKOVÁ DOBROTA

SUROVINY plátky chleba Labužník (Penam), 100 g lučiny, 20 g rozinek, 1 šťavnatá mrkev

POSTUP Rozinky opereme a necháme několik hodin namočené ve vodě. Mrkev omyjeme, oloupeme a nastrouháme. V misce smícháme lučinu s medem, přidáme nastrouhanou mrkev a scezené rozinky. Pomazánkou spojíme 2 plátky chleba.

Předčasný pocit hladu můžete zahnat i super zdrojem bílkovin, kterým je novinka letošního roku – **Bílkoun**. V jednom balení je hned 16 gramů bílkovin a báječně se hodí do jogurtu, v kombinaci s ovocem nebo „na zobání“ jen tak. Variant je hned několik a vybere si každý. Najdete je v obchodech Tesco, Billa a Kaufland nebo na internetovém supermarketu Rohlík.cz.



SYNTHESIA FEST 2017



TŘETÍ SYNTHESIA FEST VYŠEL NA JEDNIČKU

Známa filozofická otázka řeší, jak zdokonalit již dokonalé, a popravdě řečeno, spolu s Platonem a Aristotelem to letos řešil i realizační tým třetího setkání zaměstnanců Synthesie v Pardubickém pivovaru. Rekordní účasti napověděla, že to jde, neboť dobrá zábava nezná hranic, a „trojka“ se tak zapíše do knihy nejúspěšnějších zaměstnaneckých akcí naší společnosti.

Společnosti Synthesia se daří. Obrat za rok 2016 vystoupal na téměř 4,2 miliardy korun a zisk dosáhl výše 557 milionů korun před zdaněním, což znamená meziroční zlepšení o 3 %. Jak každý správný manažer ví, není dobrých výsledků bez dobrých, spokojených a loajálních zaměstnanců, a tak se letos již třetí ročník setkání v pivovaru nesl opět v duchu poděkování všem pracovníkům naší společnosti za jejich práci a věrnost značce Synthesia.

V sobotu 17. června po poledni mířily směrem k pivovaru stovky povědomých tváří. Zaměstnanci Synthesie si v doprovodu svých blízkých přišli užít společný den plný dobrého piva, bujaré zábavy, soutěží a rockové muziky. Synthesia Fest měl tentokrát „na povel“ moderátor Petr Ticháček, kterého mnozí znají ze Snídaně s Novou nebo z rádia Černá Hora, kde pravidelně působí. Tento fešák otevřel

ve 13 hodin stavidla zábavy, přivítal všechny návštěvníky, seznámil je s programem a představil jednotlivé atrakce. Zahajovacím bodem programu byl slavnostní projev generálního ředitele Ing. Josefa Lišky, který všem zaměstnancům poděkoval za skvěle odvedenou práci a popřál jim hodně dobré zábavy a zdaru ve všech soutěžích.

Poté již následoval gejzír rozverných soutěží, exkurzí po pivovaru, znamenitého pohoštění a skvělé muziky. O tu se letos postarala kapela Acoustic Band, které v ženských pěveckých partech skvěle vypomáhala Leona Šenková, finalistka Česko Slovenské SuperStar. V jejím podání zazněly vynikající hity od hvězd jako Pink, Alanis Morissette či Anety Langerové, s druhým zpěvákem si pak přišli na své příznivci kapel Chinaski, Green Day, Cold Play a dalších. Hlavně při písničkách od skupiny Lucie byl hlas zpěváka natolik věro-

hodný, že několik kolegů se se svými památničky vydalo hledat po pivovaru samotného Davida Kollera.

Příjemným zpestřením byla také bike-trialová show českého reprezentanta a hlavně skvělého baviče Tomáše Eibla. Tento sportovec nejdříve předvedl dechberoucí představení, při kterém na svém kole předváděl „psí kusy“ na pivních paletách vysokých 3,5 metru, největší zábava ale přišla ve chvíli, kdy požádal o spolupráci odvážlivce z řad návštěvníků, které ve své exhibici využil jako živé překážky. Nutno dodat, že kromě bránice nedošlo u žádného jiného orgánu k úhoně. Novinkou byl také stánek virtuální reality, kde mohli návštěvníci s 3D brýlemi létat na zádech pohádkové dračí příšery nebo se projet po největších horských drahách světa. Reakce byly více než pozitivní, až se častokrát stalo, že návštěvník zapomněl, že se nachází pouze v „realitě“, a ve strachu z letičích předmětu málem proskočil stanem. Při simulaci



lyžařského superobřího slalomu byly pády nejčastější, ale naštěstí bezpečné a pro přihlížející náležitě komické.

Velký úspěch také slavily soutěže, ať již individuální, jako je držení tupláku na čas, zatloukání obří zátky či trefování se do korbetu obří servírky Helgy, tak i kolektivní. Návštěvníci bouřlivě podporovali týmy při pivní štafetě, koulení soudů i přetahování lanem. Zlatým hřebem večera pak bylo rodeo na zdivočelé klobáse v dámské i pánské kategorii.

Když se den nachýlil, zahrála skupina Acoustic Band svůj poslední hodinový set i s přídatkem a nastal čas se rozejít. Mnozí návštěvníci si odnesli na památku nejen svůj žertovný pivní snímek z fotokoutku, ale také přesvědčení, že třetí Synthesia Fest se nadmíru vydařil. Tak zase za rok, přátelé!

Video, rozsáhlou fotogalerii i výsledky soutěží naleznete na webu moje.synthesia.eu. ■

Agrofert magazin: 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 Žirovníková, Daniel Rubeš, Karel Hanzelka a Radek Košál ve spolupráci s vydavatelstvím MAFRA, a. s., které zajišťuje grafické zpracování, tisk a distribuci. Foto titulní strana: Lukáš Procházka, 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.



Vodňanská kachna

Tradice české kuchyně

- ✓ Český původ masa
- ✓ Nízký podíl tuku
- ✓ Záruka kvality





KONEČNĚ ISEH HO NAŠLA

Choutaloutte



[ol:brí] Potěšení pro chuťové buňky.