

EXPORT

2025

Exportní magazín agentury CzechTrade
a Ministerstva průmyslu a obchodu

MAG

Jak nás vidí svět?

Evropská kvalita za českou cenu

Expanze skupiny Kofola

Chceme umět kávu od zrna až po šálek, říká o koupi farem v zámoří Jannis Samaras

Příležitosti v Africe

Maroko bude hostit mistrovství světa ve fotbale, investuje do hotelů, dopravy i zpracování odpadů

Dohoda o volném obchodu

Jihoamerické země sdružené v Mercosuru sníží většinu cel pro firmy z Evropské unie


CzechTrade



Ministerstvo
průmyslu a obchodu

Business
INFO.cz
VÁŠ ZDROJ OVĚŘENÝCH ZPRÁV, NÁVODŮ A RAD

Online verze
magazínu



Děláme export dosažitelný



Vyberte si zemi a my vám
pomůžeme dosáhnout úspěchu!



5

světadílů

65

zemí

58

kanceláří



Jak začít rozvíjet svůj byznys v zahraničí?
Kontaktujte exportního konzultanta.

www.czechtrade.gov.cz/kontakty

Expert na váš export

Češi spojili tradici s 21. stoletím

Co si lidé ve světě spontánně vybaví ve spojení s Českem? V lepším případě pořád ještě to pivo, sklo, starobylou Prahu, zámky a Pavla Nedvěda. V tom horším případě nic. Při nedávném průzkumu *Image Česka ve světě* například osm procent Američanů uvedlo, že o zemi jménem Česká republika nikdy neslyšeli. Průzkum potvrdil pozoruhodnou setrvačnost některých stereotypů včetně tvrdošíjně odolávající značky „Czechoslovakia“. Jiné šetření zaměřené vyloženě na byznysovou veřejnost ukázalo další klišé, totiž že českou produkci vnímají zahraniční obchodníci jako evropskou kvalitu, ale za nižší ceny. Ve světě existuje podle OSN více než 200 států, takže pokud si o malinké České republice lidé ve velké Brazílii nebo Jižní Africe vybaví aspoň pár matných, pozitivních souvislostí, je to vlastně ještě celkem dobré zpráva.

České firmy ovšem dokázaly tradice propojit při exportu s inovacemi. Třeba jde o expanzi značky Decoled, která české sklářské mistrovství spojila s originálním designem. Zvládla už takové kousky, jako byl osmimetrový světelný sněhulák pro obchodní centrum ve Francii nebo zářící socha císařovny Sisi pokrytá tisícovkami světél pro královský palác v Maďarsku.

Silným oborem jsou v Česku tradičně i výrobky a krmivo pro psy. Žádný div v jedné z nejvíc pejskařských zemí světa se zhruba 2,5 milionu čtyřnožců. Značka Yoggies ovšem dokázala i v tomto segmentu přijít s inovacemi. Třeba s patentovaným jogurtem pro psy nebo se speciálním boxem, které udrží krmivo v potřebném chladu. Šéf firmy, která loni zdvojnásobila export, prý zásadně ochutnává nové varianty krmiva nejdříve sám. Start dnes úspěšné značky začal kdysi dost nezvykle – otravou psa, který byl pak firmě sám dlouho nepsaným „generálním ředitelem“.

Společnost VisionCraft zase přinesla nové nápady do technologií pro zdravot-

nictví, což je další česká silná disciplína. Firma vyvinula aplikaci, která pomáhá lidem cvičit v rámci fyzioterapie doma, aniž by museli pokaždé chodit na osobní návštěvu k terapeutovi. Ten ale může vyhodnotit cvičení na dálku a případně upravit cvičební plán. Aplikaci začínají využívat kliniky v USA a zájem projevil třeba i Spojené arabské emiráty.

Že se v Česku propojuje tradice a modernita, to se ostatně propsalo i do nového jednotného vizuálního stylu České republiky. Na ten od nynějška přejdou nejen weby a dokumenty ústředních státních institucí, ale třeba i národní expozice na veletrzích. V ústředí nového stylu je slušivé pojetí dvouocasého lva ze státního znaku a originální písmo Czechia Sans. Premiéru měly v říjnu na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně. Nejen o těchto tématech si přečtete v ukázkovém vydání ExportMagu, které je ovšem jen malou ochutnávkou z online verze magazínu. ✖

Tomáš Stingl

tomas.stingl@info.cz



EXPORT
MAG

CzechTrade

Ministerstvo
průmyslu a obchodu

REDAKČNÍ RADA
Pavel Hubáček
Jitka Nováčková
Dita Slunečková
Zuzana Synková
Lucie Varvařovská

ŠÉFREDAKTOR
Tomáš Stingl

GRAFIK
Petr Malinovský

KOREKTORKA
Irena Hlinková

Exportní magazín agentury
CzechTrade a Ministerstva průmyslu
a obchodu

Samostatně neprodejné
2025

Veškerá práva vyhrazena.
Jakékoli užití části
nebo celku, zejména přetisk včetně
šíření jakýmkoli způsobem
bez výslovného svolení vydavatele,
je zapovězeno.

OBSAH

TÉMA

Jak nás vidí svět? Czechoslovakia
s dobrým poměrem ceny a výkonu 4

REPORTÁŽ

Robot basketbalista i obří tryska
z 3D tisku. MSV bavil laiky i profesionály 6

Lev přichází. V Brně měl premiéru
jednotný vizuální styl České republiky 9

ROZHOVOR

Oddělit byznys a rodinu? Na to si nehrajeme 10

Koupili jsme farmy v Kolumbii a Panamě.
Chceme umět kávu od zrna až po šálek 11

STORY

VisionCraft uspěl se senzory pro dopravu
i „digitální rukou“ pro terapeutů 12

Světlo poví příběh o Evropě.
Decoled spustil nový projekt 14

Začalo to otravou. Podniku na výrobu
psích jogurtů pomohl i věrný labrador 16

MOZAIKA ZE SVĚTA

Zámoří hlásí revoluci v limonádách
i v zelené energii 18

REGION POD LUPOU

Stavba gigafactory, hotely pro fotbalový
svátek. V Maroku přicházejí nové šance 20

Už víc než jen sběrači na skládkách.
Maroko startuje recyklaci 22

Jihoafrická republika chce přejít
na čistou energii. S českou pomocí 24

PODPORA EXPORTU

Brazílie, Argentina, Indonésie i další.
Velké trhy ruší cla 26

PODPORA PODNIKÁNÍ

Programy ekonomické migrace
letos nabídly novinky 28

VÝBĚR Z BUSINESSINFO.CZ

Od Zátopka až k Napoleonovi.
Studio PFX kouzlí s triky do filmových hitů 32

KALENDÁŘ

Vybrané akce v zahraničí
Vybrané akce v České republice 34



www.exportmag.cz

Foto na titulní straně:
Ilustrační vizualizace

Foto: Shutterstock.com

Jak nás vidí svět? Czechoslovakia s dobrým poměrem ceny a výkonu

Česká produkce si ve světě drží dobré renomé. Zákazníci ji chválí za příznivý poměr ceny a výkonu. A české dodavatele za spolehlivost. Image České republiky ovšem stále zatěžují některé přetrvávající stereotypy. Vyplynulo to ze dvou průzkumů na hlavních světových trzích.

Co nejvíc oceňují zahraniční zákazníci na českém zboží a službách? Lze to shrnout do tří slov: kvalita, cena a spolehlivost. Právě tyto hodnoty zmiňovali nejčastěji respondenti nedávného průzkumu proexportní agentury CzechTrade. Ta se dotazovala prostřednictvím svých zahraničních kanceláří nákupcích ve více než 60 zemích světa. Zeptala se na hodnoty, které klienti na českém zboží a službách oceňují, ale i na slabiny a problémy. Šetření se také snažilo zjistit, proč případně odběratelé upřednostňují české dodávky před konkurencí z jiných zemí.

TATRA NEBO KOH-I-NOOR JSOU POŘÁD POJMY

Z průzkumu vyplynulo, že českou produkci vidí klienti jako evropskou kvalitu, ale za dostupnější cenu, než jakou požadují firmy ze západoevropských zemí. Oproti německým

či italským dodavatelům zaznamenávají zákazníci srovnatelné české dodávky o 10 až 20 procent levnější. Porovnání s konkurencí z jiných zemí vystihuje shrnutí: „Levnější než Německo, lepší než Polsko, výhodnější než Asie.“

Asociace, které si zahraniční obchodníci s Českou republikou spontánně vybavují, zahrnuje mix tradičních hodnot i konkrétních firem. Často si vybavili značky Tatra, Škoda, Koh-i-noor nebo Baťa. K ceněným hodnotám patří technická vyspělost, kvalitní design a dlouhodobá řemeslná tradice.

ČEŠI BY SE MĚLI LÉPE PRODAT

Naopak jako slabší stránku českých dodávek vidí zahraniční odběratelé související „měkkou“ část obchodu. Zejména schopnost českých exportérů pružně a rychle zareagovat na požadavky zákazníka a celkově oblast komunikace.



Další postřehy k pověstí českých firem a výrobků ve světě najdete na webu ExportMag.cz

Oproti německým či italským dodavatelům zaznamenávají zákazníci srovnatelné české dodávky o 10 až 20 procent levnější.

software nebo pokročilá zdravotnická technika. Přitom jde také o obory, v nichž jsou české firmy průkopníky a světovou špičkou.

Pozoruhodnou setrvačnost povědomí o České republice ukázal v některých bodech i další průzkum nazvaný Image Česka ve světě. Ten zpracovala agentura STEM/MARK pro Dům zahraniční spolupráce. Jeho aktualizované výsledky zahrnují údaje z 20 zemí, které jsou pro Českou republiku klíčové nejen jako obchodní partneři, ale i v oblasti turistického ruchu či kultury. Země byly zároveň vybrány tak, aby reprezentovaly různé regiony světa a vznikla ilustrativní mozaika postřehů za celou planetu. Formou online interview tak své představy o Česku prozradili

třeba obyvatelé Austrálie, Číny, Indie, Brazílie, Francie, USA nebo Jihoafrické republiky.

NEJLÉPE ČESKO HODNOTÍ INDONÉSANÉ

Dobrou zprávou je, že i coby relativně malou zemi znala Česko drtivá většina dotazovaných. Ve většině států to bylo nad 95 procent respondentů. Naopak v některých mimoevropských zemích překvapivě i 33 let po vzniku samostatné České republiky přetrvává záměna země s bývalým Československem. Plete si to stále polovina Australanů, Američanů i Kanadánů.

Vedle neznámé značky „Czechoslovakia“ průzkum připomněl i další symboly, které si s Českem cizinci nejčastěji spojují. Z osobností je to Franz Kafka, Antonín Dvořák a Václav Havel. Co do turismu Praha, historické památky, lázně a hezká příroda. V gastronomii pivo, svíčková a guláš s knedlíky. Ve sportu hokejisté, fotbalisté a tenisté.

V porovnání s ostatními státy je Česká republika hodnocena jako „průměrná země“. Kdo vidí ČR z obyvatel dvacítky dotazovaných států nejlichotivěji? Jsou to Indonésané. Téměř 90 procent tamějších respondentů vnímá Česko jako moderní zemi. Podobně vidí Česko i většina Číňanů nebo Filipínců. Velmi dobrou pověst u Asiátů podtrhují také sympatie Indů vůči ČR. Právě lidé z těchto zemí vykazují také největší touhu Prahu i celé Česko navštívit jako turisté.

POVĚSTI ŠKODÍ SPOJOVÁNÍ S RUSKEM

Naopak jako vyložené „zaostalé“ vnímá Česko asi desetina Francouzů nebo Němců. Nejméně jsou ve světě s Českem kupodivu spojovány – v rozporu s reálným stavem – vysoká životní úroveň nebo ochrana životního prostředí, aktivní mezinárodní spolupráce, dobré prostředí pro investice a život nebo politická stabilita a bezpečnost.

To může souviset s přežívajícími stereotypy o střední a východní Evropě. Například Velká Británie, Spojené státy americké i některé další země vnímají Česko stále hlavně jako postkomunistický stát a část dotazovaných si zemi pořád spojuje s Ruskem.



Foto: Prusa Research

Spontánně si zatím lidem ve světě představí v souvislosti s českým zbožím pořád spíš sklo nebo pivo, přestože tuzemské firmy jsou průkopníky i v moderních oborech, jako jsou 3D tisk nebo výroba elektronových mikroskopů.

„Ačkoli je Česko obecně považováno za bezpečnou zemi, řada respondentů napříč státy si ho spojuje s válkou a konfliktem,“ píše se ve shrnutí výsledků průzkumu.

NĚMECKY MLUVÍCÍ ZEMĚ PREFERUJÍ VLASTNÍ FIRMY, ŘÍKÁ PODNIKATEL

Dodavatel IT služeb Jakub Bokoč říká, že přinejmenším v sousedních zemích klienti českou firmu rozhodně nevolí kvůli úsporám: „Mám zkušenosti hlavně se zákazníky z Německa a Rakouska. V těchto zemích se klienti určitě nerozhodují při výběru dodavatele primárně podle ceny. Po pravdě řečeno, pokud mohou, většinou volí jako první možnost někoho zase z německy mluvících zemí. Firmu ze Švýcarska nebo samotného Rakouska či Německa. Určitě v tom hraje roli jazyk – přestože skoro všichni mluví anglicky, preferují němčinu – ale také podobná mentalita. Teprve pokud neseženou nikoho v tomto pásu, rozhlíží se dál.“ **✖**

Ve vzdálenějších zemích je dalším důvodem stereotypního vnímání i to, že malé Česko je pod rozlišovací schopností a pod radarem tamějších médií. Zhruba dvě třetiny respondentů v Austrálii, Kanadě, Argentině i Japonsku nejčastěji uváděly, že o České republice v místních médiích slyší zmínky zřídka nebo nikdy.

Autoři průzkumu tedy doporučují stavět růst povědomí o České republice na už prověřených základech. „Česko má silnou mezinárodní image v oblasti kultury (v ní vyniká především klasická hudba a známí spisovatelé), středověké architektury hradů a měst, pivovarnictví, gastronomie a krás přírody. Národní branding by měl stavět na těchto aspektech a dále je rozvíjet,“ shrnuje Dům zahraniční spolupráce. **✖**

Tomáš Stingl

ASIJCŮM SPLÝVÁME DO BLOKU „EVROPA“, VŠÍMÁ SI EXPORTÉR

Pavel Šembera je obchodník se specializací na Latinskou Ameriku a Asii. Zaměřuje se zejména na zboží pro oblast zdravotnictví. Jak vnímá image české produkce jako dobré kvality za nižší cenu? „Tradičně se to říkalo a vycházelo to z faktu, že máme historicky silnou průmyslovou tradici, k tomu levnější pracovní sílu než v Německu. Ale myslím, že zdaleka to neplatí všude, realita je zkrátka mnohotvárnější. Některé české podniky se mohou stále v zahraničí cenově podbízet, mnoho si jich naopak je dneska za své výrobky schopno říct světové ceny. Někteří dokonce takové, že se stanou cenově nekonkurenceschopné.“

Jeden konkrétní příklad z nedávného jednání v Malajsii – aniž bych mu chtěl nutně dávat nějakou obecnou platnost.

Jednal jsem v Kuala Lumpur s dovozní firmou, která zastupuje různé zahraniční značky. A v jejich přemýšlení rozdělovali svět na to, jestli mají kvalitní výrobky dovážet spíš z Koreje či Japonska, z Evropy nebo z USA. A vyjmenovávali mi výhody a nevýhody jednotlivých regionů. Ale pojem „český výrobek“ specificky nebyli schopni zařadit nebo ohodnotit nijak blíž. Z jejich pohledu splýváme do celého bloku označeného „Evropa“. Dost možná, že v minulosti poměrně silný efekt značky Československo už vyprchal. A s Českem si prostě mnoho vzdálených trhů není schopno asociovat nic konkrétního ani stran kvality, ani ceny. Prostě předved, co umíš, a pak uvidíme...“ **✖**

Robot basketbalista i obří tryska z 3D tisku. MSV bavil laiky i profesionály

Mezi nejatraktivnější expozice letošního Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně patřily ty zaměřené na robotiku nebo 3D tisk. Výstava potvrdila, že velkou renesanci zažívá dříve upozaděný obranný průmysl. A premiéru v praxi měl nový jednotný vizuální styl ČR.

Na 66. ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu dorazilo v druhém říjnovém týdnu do Brna víc než 1350 vystavovatelů. To byla zhruba stejná účast jako loni. Více než polovina z nich přijela ze zahraničí, celkem ze 40 zemí. Z nich desítka měla svou oficiální národní expozici. Vedle některých evropských zemí to byly i Čína, Indie, Uzbekistán nebo Japonsko.

Samotná Česká republika připravila národní expozici, kde společně představila služby 13 státních institucí. Česko se navíc poprvé světu ukázalo v novém jednotném vizuálním stylu. Ten zahrnuje originální písmo Czechia Sans, přesnou práci s národními barvami a také s logem dvojocasého lva převzatého z malého státního znaku.

K hlavním trendům, které veletrh potvrdil, patří stále patrnější renesance obranného průmyslu. Ukázal to i manažerský summit DefenCEO, který přivedl do budovy Rotundy na výstavišti stovky manažerů jak ze strojírenského, tak z obranného sektoru. „Vyprodali jsme Rotundu, když jsme včetně přednášejících měli celkem 478 registrovaných účastníků,“ uvedl spolupořadatel summitu Jan Homola. I ve stáncích vystavujících firem pak bylo často slyšet, jak lze ten který stroj nebo technologii vyvinutou původně pro nevojenské účely případně využít i v obranném odvětví.

NEJVĚTŠÍ STROJ VŠEUMĚL ZVLÁDAL VŠE NA JEDEN ZÁTAH
Vedle toho ale nabídl MSV tradičně pestrou mozaiku technických divů,

které zahrnovaly vše od vysoce specializovaných technologií až po efektní ukázky srozumitelné i laické veřejnosti.

Spíš do té první kategorie patřil třeba největší stroj celého veletrhu, kterým bylo multifunkční centrum WFL M40 Millturn/3000 vystavené společností Ludačka Machine Tools & Services. Síla tohoto stroje „všeuměla“ je v tom, že zvládne najednou jak soustružení, tak i frézování, vrátání a měření v jediném upnutí. „Lidé se ptají na koncepci, nástroje, možnosti výroby i velikost stroje. Je to živá technická debata, což nás těší,“ pochvaloval si na veletrhu aplikační technik firmy Vlastimil Kružík.

ZÁPAS ROBOTA PROTI SPORTOVČŮM BYL DRAMATEM AŽ DO KONCE

Atraktivní formou se letos na veletrhu představila robotika. Polidštit toto téma se dobře povedlo při akci, kterou připravila skupina SkyLimit Industry, která spojuje pětici firem a výrobce robotů Fanuc. Tato značka představila robota LR Mate 200iD, který se dokáže se svou kovovou paží trefovat do basketbalového koše.

Proti němu nastoupili čeští ligoví basketbalisté. Zápas měl ukázat, jestli i ve sportu dokáže být robot se svou strojovou přesností lepší než lidská šikovnost. „V první polovině dokonce robot dost přesvědčivě vedl. Pak se ale lidským hráčům podařilo najít ten správný grif při hodu zmenšenými basketbalovými míčky do zmenšených košů a vítězství zaslouženě zvrátili na svoji stranu,“ shrnuli organizátoři experiment, který tak skončil těsným vítězstvím lidí nad strojem.

ROBOPES PŘI OBCHŮZE AREÁLU ZMĚŘÍ TEPLOTU A SÁM SE DOBIJE

Dalšího robota, který budil mezi návštěvníky neustále rozruch, předvedla firma Smart Informatics. Přesněji řečeno šlo hned o dva robotické psy. Ti pobíhali po výstavišti, panáčkovali nebo skákali po schodech a patřili zřejmě k nejčastěji foceným a natáčeným exponátům.

Za pohybem těchto psů se ale skrývá sofistikovaný systém. Výrobce uvádí, že robopes je ve skutečnosti platforma pro autonomní monitoring. Vytvoří si mapu areálu a pak obchází definované body. Může sám změřit plyn, teplotu nebo jiné ukazatele na starších strojích. „Řeknete mu, co a kde má kontrolovat, a on to v intervalech projde, zdokumentuje a vyhodnotí,“ vysvětlila Olga Jedličková ze společnosti Smart Informa-



Foto: MPO

Robopes budil pozdvižení všude, kde proběhl, a stal se skoro nepsaným maskotem výstavy.

tics. Robopes přitom dokáže pracovat celodenně s automatickým dobíjením ve vlastní stanici. Jeho využití v praxi už zkoušejí záchranné složky, když může kamera od robopsa přenášet v případě potřeby obraz do centrály záchrannářů.

3D EXPO PŘEDVEDLO TŘEBA TIŠTĚNÉ DRONY

Velký zájem profesionálů i širší veřejnosti vzbudila expozice věnovaná 3D tisku, kde se představily dvě desítky výrobců. Ústředním exponátem byla obrovská raketová tryska z kovové superslitiny, která byla vytištěna na

stroji AMCM M 8K. Nejrozsáhlejší stánek měla firma MCAE Systems, která ukázala třeba díly vytištěné z kovu robotem nebo různé typy tištěných dronů.

Společnost Prusa Research se zase pochlubila průmyslovou 3D tiskárnou Pro HT90, která je navržena pro extrémně rychlý tisk a profesionální využití v prototypování i výrobě funkčních dílů. Firma uvádí, že tiskárna zvládne i vysokoteplotní filamenty díky tiskové hlavě, která dosahuje teploty až 500 stupňů celsia. „Představujeme také nový model, který bude dostupný začátkem

Cenu za průmyslový design vyhrála bruska Houfek

I letos byly uděleny Ceny za průmyslový design Mezinárodního strojírenského veletrhu. Vítězem druhé ročníku soutěže se stala společnost Houfek se svou bruskou MAXX 5. „Širokopásová bruska na kov zaujme svým kultivovaným a moderním vzhledem. Design je promyšlený a funkční, bez zbytečných prvků, což stroji dodává profesionální charakter,“ uvedla odborná porota složená z expertů na průmyslový design z řad akademiků i profesionálů. Organizátory soutěže jsou Design Centrum CzechTrade a společnost Veletrhy Brno.

Druhé místo získala firma Wakemaster a její přídatné zařízení pro CNC frézovací stroje MTaxis. Porota ocenila, že „design přídatného zařízení pro CNC frézovací stroje je kompaktní a zároveň vizuálně čistý, což přirozeně zdůrazňuje jeho technickou vyspělost“.



Foto: Houfek

Na vítězné brusce ocenila porota promyšlený design bez nadbytečných prvků.

Bronzovou příčku obsadila společnost Polak CZ se skříní s řízeným elektronickým přístupem GRABit. „Do designu skříně je vhodně integrován displej elektronického vstupu. Stává se součástí celku a zvyšuje uživatelský komfort a vizuální kvalitu celého produktu,“ uvedla porota.

MOTIVACE I PRO DALŠÍ FIRMY, ABY PRACOVALY S DESIGNEM

Trofej pro vítěze navrhla a vyrobila česká značka Cementum, která inovativně pracuje s betonem. Zajímavým prvkem je využití upcyklovaného odpadního skla z výroby sklářské firmy Preciosa. Trofej tak reprezentuje jednu z myšlenek ocenění – propojení estetiky a designu s udržitelností a efektivitou.

Organizátoři chtějí soutěžní podniky upozornit na význam užitého designu. „Tímto projek-

tem chceme motivovat veškeré spektrum firem, tedy nejen ty velké, ale i malé a střední podniky a startupy, a to konkrétními příklady dobré praxe k integraci designu jako strategického nástroje pro jejich rozvoj a úspěch. Kromě toho Cena za průmyslový design podporuje i kreativní ekonomiku a vzdělávání v oblasti designu,“ vysvětlil Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade.

Pro takovou soutěž je přitom Mezinárodní strojírenský veletrh coby největší byznysová akce střední Evropy vhodným místem. „Cena za průmyslový design je dalším krokem k podpoře a rozvoji inovací v českém průmyslu. Veletrh je důležitým setkáním odborníků, což poskytuje ideální prostředí pro zviditelnění významu designu v tomto odvětví,“ uvedl Jan Kubata, generální ředitel společnosti Veletrhy Brno.

S tím souhlasí také předsedkyně odborné poroty a vedoucí Design Centra CzechTrade Zuzana Sedmerová. „Cenou za průmyslový design upozorňujeme české firmy z prostředí strojírenského a elektrotechnického průmyslu, že design může být také jejich konkurenční výhodou. Naším cílem je přispět k vyšší informovanosti a otevřenosti vůči designu jako nástroji růstu a konkurenceschopnosti a podpořit výrobce, kteří hledají způsob, jak zaujmout v zahraničí,“ uvedla. ✖

Kdo byl v porotě?

Vedle předsedkyně Zuzany Sedmerové letos v odborné porotě zasedli také Ladislav Křenek z Fakulty strojního inženýrství VUT, vedoucí ateliéru Průmyslový design na Vysoké škole uměleckopráhové v Praze Ivan Dlabač, designér David John a produktová designérka Anna Marešová. ✖

» příštího roku. Nabízí velký tiskový objem a skládá se ze tří jednotek: tiskové, vymývací a vytvrzovací stanice. Je navržen tak, aby minimalizoval kontakt s toxickým materiálem před finálním vytvrzením výtisku,“ uvedla obchodní zástupkyně Martina Šille.

TIŠTĚNÉ SOUČÁSTKY MÁ I TURBOMOTOR CATALYST

Téma 3D tisku rezonovalo i v expozicích připravených vysokými školami. Fakulta strojní ČVUT v Praze představila turbovrtulový motor Catalyst vyvíjený s firmou Avio Aero. Ten je prvním takovým motorem, jehož díly jsou vytištěny právě 3D tiskem a který je zároveň vybaven systémem FADEC pro současné ovládání výkonu motoru a vrtule. Catalyst umožňuje až o 18 procent nižší spotřebu paliva a zároveň o desetinu vyšší tah v cestovním režimu.

Dalším exponátem předvedeným ČVUT bylo mobilní zařízení EWA, které je určené pro získávání vody ze vzdušné vlhkosti. V poušti tak dokáže získat až 35 litrů vody denně, ve vlhčím klimatu dokonce až 70 litrů.

Další 3D tištěný produkt, který fakulta představila, byl Hydronaut H03 DeepLab. Jde o výzkumnou a výcvikovou stanici pro pobyty lidí v extrémním prostředí. Ta umožňuje simulace analogických misí v prostředích, jako jsou vesmír, polární oblasti nebo mořské hlubiny.

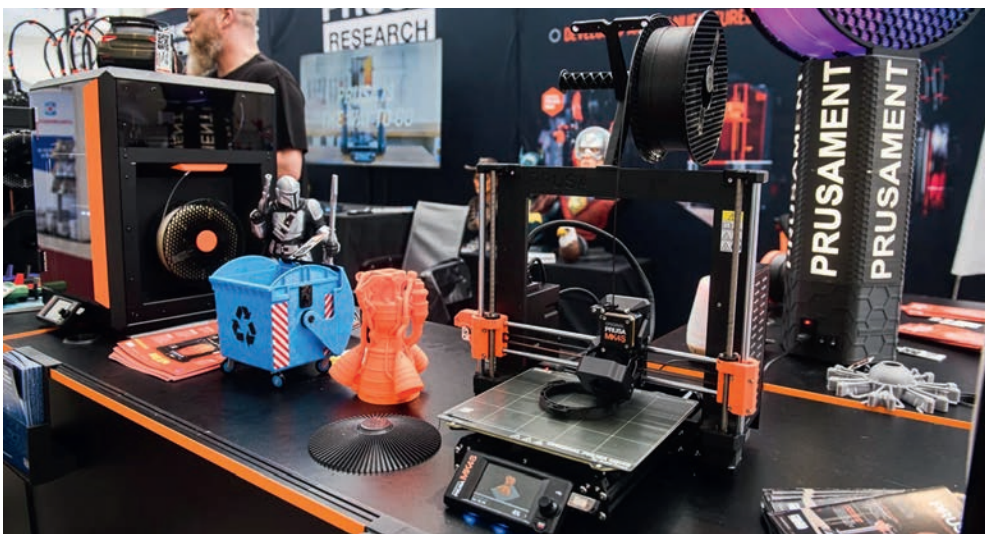
VUT UKÁZALO OVLADAČ UMĚLÝCH HLASIVEK

I v expozici Vysokého učení technického v Brně byla řeč o kosmických aplikacích. Představil se experiment Ústavu konstruování FSI VUT, který byl vybrán na palubu připravované experimentální družice BrnoSAT. Jde o výzkum labyrintových těsnění, které pomáhají snižovat únik maziva z mechanismů v extrémních podmínkách vesmíru – v mikrogravitaci a ultravysokém vakuu.

Dalšími zajímavostmi ve stánku VUT byly třeba automobil Škoda Fabia s instalovaným adaptivním zařízením pro snížení aerodynamického odporu vozidla, formule Dragon e5 univerzitního týmu TU Brno Racing nebo experimentální zařízení k ovládání umělých lidských hlasivek. To dokáže se silikonovými



Foto: MPO



Prusa Research jako globální průkopník 3D tisku prodává do světa už na 10 tisíc tiskáren každý měsíc.

hlasivkami pracovat tak, jako by byly uloženy v lidském hrtanu, a dosáhnout přirozeného znění hlasu.

CZECHTRADE PŘIVEDL NÁKUPČI Z NĚMECKA I KOREJE

Pro české exportéry byl přitažlivý tradiční Meeting Point CzechTrade. Přišli na něj zástupci 95 firem, kteří absolvovali více než 300 individuálních konzultací s 20 řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade z teritorií, které mají největší potenciál pro strojírenství.

Program CzechTrade zahrnoval také vzdělávací exportní semináře. Jeden z nich se například zaměřil na mezinárodní tendry v CERN a OSN. Firmy získaly praktické tipy k pravidlům výběrových řízení a návod, jak se zaregistrovat do databází dodavatelů. Pro začínající firmy pak

byl určen startupový pitch, jehož cílem bylo podpořit nadějně české startupy.

K dalším proexportním akcím patřily takzvané Sourcing Days, což jsou setkání potenciálních českých dodavatelů se zahraničními nákupčími. Nejprve to bylo setkání s německou společností WashTec Cleaning Technology, světového lídra ve výrobě automatů pro mytí vozidel s obratem 476 milionů eur. Společnost hledá v Česku dodavatele pro kooperační výrobu klasických strojírenských dílů a povrchové úpravy. Druhý Sourcing Day zahrnoval setkání s delegací patnácti jihokorejských nákupčích z Korea Importers Association, která sdružuje zhruba osm tisíc firem. ✖

Tomáš Stingl

Lev přichází. V Brně měl premiéru jednotný vizuální styl České republiky

Na MSV se poprvé představil nový vizuální styl ČR. Dosud měly desítky státních institucí každá svůj vlastní. Nyní je sjednotí nový typ písma Czechia Sans a symbol hrdého lva s přesně definovanými rysy.

Český stát se zahraničním partnerům i vlastním občanům na brněnském veletrhu poprvé v praxi představil svou novou vizitkou. Česká národní expozice byla zpracována v jednotném vizuálním stylu. Ten se má stát trvalou a společnou tváří českých ministerstev, agentur a dalších úřadů. Celkem se to v první fázi týká 31 ústředních státních orgánů.

Středobody nového vizuálu jsou logo v podobě dvouocasého lva s korunou z českého malého státního znaku a také speciálně vytvořené písmo Czechia Sans. Tyto prvky budou využity též pro různé písemné dokumenty nebo státní webové stránky.

AUTOŘI ZKOUŠELI VÍC NEŽ 140 VARIANT

Tvůrci nové koncepce na veletrhu veřejnosti představili podrobnosti o tvorbě loga a písma i o plánovaném využití. Zakázku na vytvoření státního vizuálu vyhrálo ve veřejné soutěži renomované grafické studio Najbrt. Pracovalo na ní intenzivně zhruba tři měsíce a třeba jen různých podob symbolu českého lva zpracovalo víc než 140.

Podle hlavního autora Jakuba Spurného musel lev splňovat velmi přesné požadavky. „V zadání například bylo, že musí mít mohutnou hruť, musí být řvoucí, korunovaný,“ vysvětlil grafický designer. „Každý detail také prošel pečlivou analýzou, jak vypadá při zvětšení. Například dráp na tlapě lva, jeho jazyk nebo královská koruna,“ dodává Jakub Spurný. Logo se totiž bude používat v různých velikostech od vizitek třeba až po několikametrového lva, jaký zdobil jednu stěnu České národní expozice na MSV v Brně. Jednotlivé části tedy musejí být zřetelné i v malém rozlišení, naopak ve



větší velikosti zase nesmí být ochuzeno prokreslení ocasu nebo tlap.

Ve vizuálu hrají samozřejmě také barvy české trikolory. Základní podobou symbolu je bílý lev v červeném obdélníku s modrým pruhem po straně. Ve zjednodušené podobě loga je pak modrá barva přenesena do názvu příslušné instituce.

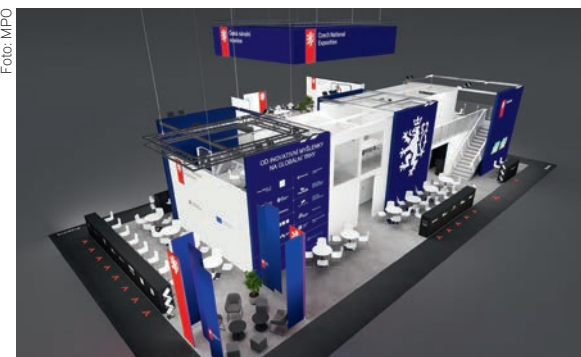
I samotné písmo je originální a font dostal jméno Czechia Sans. „Je to poprvé v historii, co bude mít český stát vlastní písmo,“ podotýká Jakub Spurný. Charakteristickým rysem nového fontu je, že jeho horní i spodní dotahy jsou zakončeny klínem, který se odvolává na symboliku státní vlajky.

AŽ JE STÁT K POZNÁNÍ PRO PARTNERY I PRO OBČANY

Všechny prvky vizuálního stylu a pravidla pro jejich používání jsou přesně popsány v grafickém manuálu, z něhož budou úřady při své komunikaci vycházet. Přínos má být několikerý. Jednak Česko výrazně ušetří. Náklady na vytvoření nového vizuálu byly jen tři miliony korun. A Česká republika ho teď může využívat už trvale bez dalších změn. Dosud byla praxe naopak taková, že každá instituce si vytvářela de facto svůj vizuál a každá taková zakázka stála zbytečně další peníze.

Vizualizace ukazuje českou expozici na MSV zpracovanou v novém vizuálním stylu ČR.

Foto: MPO



Druhou výhodou je, že zahraniční obchodní partneři i samotní čeští občané na první dobrou bezpečně poznají, zda jednájí s českou státní institucí. „Občané by měli rozeznat, kdy komunikují se státem a kdy se soukromou organizací,“ podotýká Michal Daněk, který vede skupinu pro jednotnou státní komunikaci.

K přínosům by tak mělo patřit, že se sníží riziko situací, kdy se některé neseriózní firmy snaží grafickou úpravou svých dokumentů navodit falešný dojem, že oficiálně reprezentují Českou republiku.

POKUSŮ UŽ BYLO NĚKOLIK, TENTO STYL MÁ VYDRŽET NAPOŘÁD

Česko se tak dostává po bok dalších vyspělých zemí, které už svůj jednotný vizuál dlouhodobě používají. Mají ho například Německo, Velká Británie, Švédsko nebo Nizozemsko.

Prospeje to také exportu a obchodu se světem. „Představte si, že zahraniční partner komunikuje s pěti českými institucemi a každá z nich má jiné logo. Výsledkem je zmatek a pochybnosti. V moderní diplomacii a zahraničním marketingu je důvěryhodná vizuální identita nezbytnou součástí státní komunikace,“ uvedl již dříve v komentáři k novému systému ministr zahraničních věcí Jan Lipavský.

Dosluhující předseda vlády Petr Fiala při uvedení systému ocenil, že to znamená také výraznou úsporu peněz. „Je to poprvé v historii, kdy bude mít český stát jednu srozumitelnou a rozpoznatelnou „tvář“ – napříč ministerstvy a úřady. Dnes každý úřad komunikuje jinak. Má jiné logo, jiné barvy, jiný styl. Je to nepřehledné a občas i matoucí,“ uvedl.

Pokusů sjednotit vizuální komunikaci českého státu už proběhlo v minulosti několik. Tento systém je ale první, který je dotažen do plné realizace. A podle jeho autorů by měl vydržet ideálně natrvalo, a to i díky pojetí, které vychází z tradičních symbolů české státnosti, ale dává jim nadčasové grafické pojetí. ✖

Tomáš Stingl

Oddělit byznys a rodinu? Na to si nehrajeme

Martina Kornfeilová stojí v čele firmy, která vyrábí pekařské pece, chlebové linky a další technologie pro moderní pekárny. Ve společnosti pracuje několik dalších členů rodiny a podnikatelka konstatuje, že není možné úplně oddělit soukromí a práci. „Na takové to ,v neděli nad svíčkovou se o práci nemluví‘ si nehrajeme. Stejně by to nikdo nevydržel,“ říká.

► **Jak se aktuálně vyvíjí obrát vaší firmy, jak jste na tom s exportem?** Kornfeil měl v minulém roce obrát 480 milionů korun a tento rok věříme, že překonáme půlmiliardovou hranici. Zaměstnáváme 150 kolegů. Export tvo-

Nežiju teď jen prací a pak stříh – a jsem jen máma. Jsem obojí pořád. A někdy se to pozná i podle toho, že mám na poradě pastelku v ruce místo propisky.

ří aktuálně přes 65 procent obrátu. Za jednoznačně nejzajímavější zahraniční zakázky považují naše zatím největší instalace v Denveru ve Spojených státech amerických a dále chlebové linky MPreis v rakouském Innsbrucku.

► **Kornfeil byl také partnerem české výpravy na letošním Expu v Ósace, jaké byly vaše dojmy?** Byla jsem velmi zklamaná tím, jak bylo ze strany organizátorů české výpravy realizováno samotné provedení partnerství.

► **Můžete připomenout, jak vypadala od mládí vaše cesta podnikem, které pozice jste zakusila a který úsek práce vás nejvíce bavil?** Ve firmě jsem prakticky vyrostla. Táta ji založil a každou sobotu tam chodil dodělávat resty. Bral mě s sebou, takže zatímco jiné děti běhaly po hřišti, já běhala po dílně. Se sestřenicemi a bratrance jsme si z firmy udělali takové vlastní království – vařili jsme si instantní čaje a kafe, kopírovali si ruce a nohy na kopírce. Dodnes nechápu, jak to ta kopírka přežila. Počítali jsme také peníze na mesině, jakou mají v bankách. Po dokončení vysoké školy jsem začala pracovat v marketingu v Praze, ale nakonec mě to stejně táhlo zpátky domů ukázat, co všechno

umím. Přirozeně jsem k marketingu přibrala i obchod – protože komunikace, cestování a vyjednávání jsou přesně ten adrenalin, který mě baví.

► **Nedávno jste po otci převzala vedení celé firmy. Předávka rodinného byznysu mezi generacemi nebývá lehká, jak to proběhlo u vás?** Lehké to samozřejmě nebylo. S tátou jsme si tehdy řekli věci, které bychom si dnes už asi neřekli, ale možná to tak muselo být. Ten šok byl potřeba, aby došlo k opravdovému převzetí – pro mě i pro něj. On si po těch letech mohl

konečně vydechnout a já jsem si mohla naplno přivlastnit odpovědnost.

► **Ve společnosti pracuje i několik dalších členů vaší rodiny. Jak řešíte klasickou výzvu, aby se problémy z byznysu nepřenášely do rodiny a naopak?** Já mám na starosti řízení, takže zastávám roli CEO. Sestra Karolína se stará o právní a personální záležitosti. Společně jsme v boardu s dalšími třemi – a brzy už čtyřmi – kolegy, se kterými posouváme Kornfeil dál. A když říkáme, že jsme rodinná firma, myslíme to doslova. Strýc je v nákupu, bratranec vede servis, manžel Karolíny nedávno posílil obchod. A rodiče, i když už méně, jsou také pořád součástí dění. Takže ano, opravdu jsme rodinná firma se vším všudy. Co se týče oddělování rodiny a byznysu... upřímně, to u nás moc nefunguje. Nedá se přepnout z režimu „ředitelka“ do režimu „ségra“ jen proto, že odbila pátá. Když se něco pokazí, probíráme to večer doma nad vínem. Na takové to „v neděli nad svíčkovou se o práci nemluví“ si nehrajeme. Stejně by to nikdo nevydržel.

► **Máte tři děti. Jak udržujete rovnováhu mezi prací a soukromým životem?** Žádná rovnováha typu padesát na padesát neexistuje. Jsou dny, kdy práce prostě nepočká a Kornfeil se sám z domu od počítače neodtrhne. A pak jsou dny, kdy si díky volnosti můžu dovolit být s dětmi víc, než kdybych měla klasický režim od devíti do pěti. Nemyslím si, že existují dva oddělené světy – pracovní a soukromý. Je jen jeden život, ve kterém se všechno přirozeně prolíná. Nežiju teď jen prací a pak stříh – a jsem jen máma. Jsem obojí pořád. A to je vlastně to krásné i to náročné zároveň. A někdy se to pozná i podle toho, že mám na poradě pastelku v ruce místo propisky. ✖

Tomáš Stingl



Rodinná firma jsme doslova, říká Martina Kornfeilová s tím, že do chodu společnosti je v současnosti zapojeno na sedm členů rodiny.

MARTINA KORNFEILOVÁ

Vystudovala Vysokou školu finanční a správní v Praze. Po studiích pracovala v metropoli v několika společnostech na úseku marketingu a reklamy. Později se vrátila na jižní Moravu do samotné firmy Kornfeil, kde postupně prošla několika funkcemi, a od roku 2022 stojí v čele podniku. Značka z jihomoravské Čejky vyvíjí profesionální pekařské pece a vyváží je do více než 50 zemí světa. Firmu založili v roce 1991 bratři Karel a Vojtěch Kornfeilovi. V současnosti ji vede druhá generace podnikatelské dynastie. ✖

Koupili jsme farmy v Kolumbii a Panamě. Chceme umět kávu od zrna až po šálek

Skupina Kofola po akvizici několika minerálních vod koupila i tři tradiční pivovary. Posiluje i v takzvaném vendingu – spojila se s firmou Mixa Vending a na Slovensku získala největšího provozovatele nápojových automatů. „Prioritou je pro nás nyní posílení prodeje funkčních vod a nápojů bez cukru,“ říká šéf Kofoly Jannis Samaras.

► **Nedávno jste pořídili kávové plantáže v Kolumbii a Panamě. Co v segmentu kávy plánujete?** Jsme středně malým distributorem kávy. V našem portfoliu máme kvalitní Café Reservu, naši vlastní značku Tre-pallini a teď chystáme novinku právě z latinskoamerických zrn. Klíčové pro nás je, že se zajímáme o celé kávové know-how. A směřujeme k tomu, že budeme mít pod kontrolou celý proces od pěstování až po kvalitní produkt. Proto jsme v Kolumbii a letos i v Panamě koupili kávové farmy. Bereme to nejen jako investici do kvalitního zrna, ale i do poznání celého procesu zpracování kávy. Je to podobná cesta, jakou jsme se v minulosti vydali díky akvizici výrobce čajů Leros s bylinami nebo třeba s jablky, které si pěstujeme na Šumpersku v našich Pragerových sadech.

► **V létě jste završili také koupi společnosti Aso Vending na Slovensku. Jak ta pasuje do vaší zahraniční expanze?** Je to jednička na slovenském trhu v nápojových automatech. Provozují ji zhruba osm tisíc, k tomu má další doplňková zařízení. Spojení sil s lídrem na trhu nám pomůže být ještě blíže koncovým zákazníkům a otevře nám cestu do nových segmentů. Věřím, že najdeme mnoho synergií – například právě v tom kávovém segmentu, který rozví-

jíme díky kolumbijským a panamským plantážím od zrna až po šálek.

► **Další novinkou je řadu ovocných nápojů Curiosa. Jak se uchytila?** Vznikla jako zpestření poněkud konzervativní džusové kategorie. Kromě klasiky v podobě pomerančového, jablečného a multivitaminového džusu jsme přinesli ovocné nápoje postavené na neobvyklých kombinacích ovoce a bylin. Dát si můžete třeba Curiosu hruška s mátou, mango s kurkumou nebo černý rybíz s levandulí. Postavit novou značku v už tak nasyceném trhu není nikdy jednoduché a tady se to povedlo. Před námi stojí ještě výzva přenést ji i mimo gastro segment, tedy blíž k retailovým zákazníkům.

► **Jaké inovace jste udělali ve svých výrobnách?** Do modernizace našich závodů investujeme pravidelně. Letos jsme například dokončili investici do výrobní linky v Moravském Berouně, kde stáčíme minerální vodu Ondrášovka. Díky modernizaci za víc než 130 milionů korun teď dokážeme vyrobit až 18 tisíc lahví za hodinu a přitom ušetřit až 40 procent elektřiny a minimálně 10 procent

Foto: Michal Tomeš



JANNIS SAMARAS

Stojí v čele skupiny Kofola, která pečuje o nápojové značky, jejichž kořeny sahají hluboko do historie Česka a Slovenska. Vedle tradičních bylinkové limonády Kofola to jsou třeba minerální vody Korunní, Ondrášovka či Klášterná Kalcia nebo značky Vinea, Top Topic či vůbec první český energetik Semtex. Rodinná firma vznikla v devadesátých letech v Krnově, kde ji založil Jannis společně se svým otcem Kostasem. Ten kdysi přišel s rodinou do Československa jako uprchlík před občanskou válkou v Řecku. Sídlo firmy se postupně přesunulo z Krnova do Ostravy. Loni dosáhla skupina Kofola, jejíž výrobní závody jsou dnes i ve Slovinsku, Chorvatsku a Polsku, obrátu přes 11 miliard korun. ✖

plastu. Budujeme také novou skladovací halu v Mnichově Hradišti i v Rajecké Lesné a zainvestovali jsme do rozvoje Pragerových sadů.

► **Letos má Kofola trochu pokles tržeb. V čem vidíte hlavní důvody – je to chladnější počasí, nebo nová daň ze sladidel na Slovensku?** Trh s nápoji je v posledních letech pod tlakem. Nejprve přišla pandemie, potom inflace, teď regulace a daňové změny. V našem případě se letos skutečně sešlo víc faktorů: chladnější a proměnlivé léto, vyšší ceny vstupů a na Slovensku i nová cukrová daň, která výrazně zasáhla celý segment nealkoholických nápojů. Na druhou stranu se nám daří držet silnou pozici ve většině kategorií a rosteme v prémiových a zdravějších nápojích. Třeba v bylinkovém segmentu Leros nebo čerstvých šťávách UGO. Obecně roste segment funkčních vod. Bereme to jako příležitost zrychlit přeměnu portfolia směrem k produktům s nižším obsahem cukru a větší přidanou hodnotou.

► **Na středoevropském trhu se vám podařil husarský kousek, když se Kofola vypracovala na plnohodnotného konkurenta obrů typu PepsiCo a Coca-Cola. Jak chcete dál rozvíjet export?** V regionu střední Evropy jsme doma. Známe zdejší chuť, kulturu i lidi. A lidé zas znají a milují naše značky. Díky tomu, že jsme loni koupili tři kvalitní tuzemské pivovary a české pivo je samo o sobě pojem i v zahraničí, otevírají se nám pro export nové možnosti. A stejně tak jako je ve světě známý pojem české pivo, bychom rádi v zahraničí posílili povědomí o českém bylinkářství. I to má velkou tradici. V Česku a na Slovensku a v zemích „okolo komína“ je pro nás v současnosti prioritou posílení prodeje funkčních vod a nápojů bez cukru. Vedle toho chceme pokračovat v investicích do sadů, bylin a do kávových plantáží, protože ty nám dávají dlouhodobý smysl. ✖

Tomáš Stingl

VisionCraft uspěl se senzory pro dopravu i „digitální rukou“ pro terapeuty

Mladá brněnská firma VisionCraft vyvíjí řešení pro chytrá města. Ve světě prorazila se systémy pro řízení dopravy a vyvíjí také zdravotnickou aplikaci, která při rehabilitaci pomáhá pacientům s domácím cvičením.

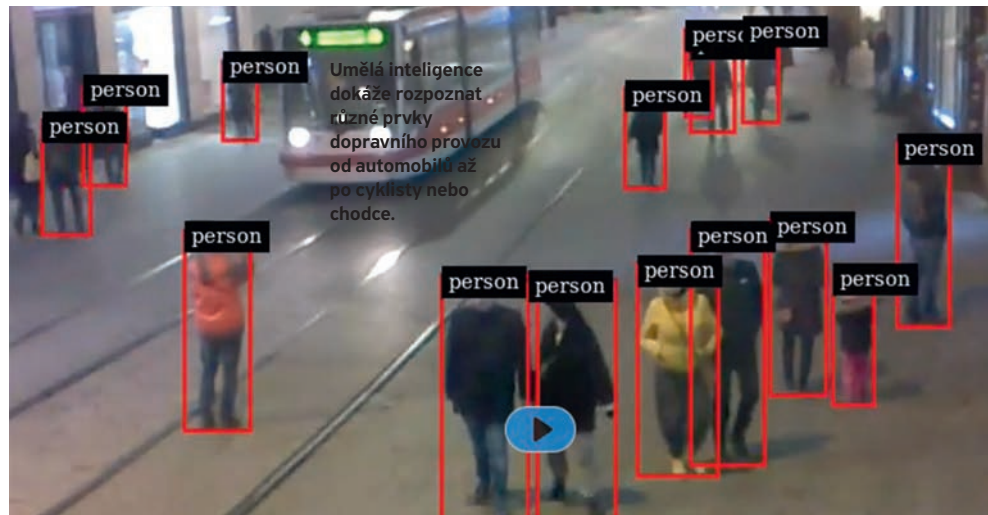
Slovo vize má inovativní jihomoravská společnost VisionCraft vetkáno přímo do názvu. A spoluzakladatel firmy Robert Pinkas vidí její budoucnost jednoznačně v růstu do světa: „Naší vizí je vyvíjet špičkové technologie v Česku a nabízet je globálně, což se nám díky projektům v USA, Moldavsku a Gruzii postupně daří naplňovat.“

Startup se zaměřil na řešení pro chytrá města a dopravu v nich či využití umělé inteligence při analýze fungování lidského těla. „VisionCraft jsme založili s kolegy Michalem Procházkou a Romanem Vallou v roce 2018 jako takovou klasickou garážovku, kdy jsme po víkendech a nocích pracovali na prvních prototypch a dělali průzkum trhu i potřeb zákazníků. Naplno jsme se do vývoje a prodeje pustili od roku 2021. Od začátku se zaměřujeme na počítačové vidění a detekci objektů – nejprve v oblasti dopravy a později i ve zdravotnictví,“ říká Robert Pinkas.

V současnosti už firma zaměstnává tým 12 lidí. A loňský rok pro ni byl průlomový, když bodovala nejen na evropské půdě, ale i v zámorí.

JAK SENZORY DOHLÍŽEJÍ NA DOPRAVU?

Systém dodávaný společností VisionCraft velmi přesně rozpozná účastníky dopravy ve městech a popíše jejich chování. Pokročilé algoritmy bezpečně odliší různé objekty od vozidel přes cyklisty až po chodce. Měří také velikost, rychlost, směr a trajektorii každého objektu. Uživatel systému tak rychle získává podrobné údaje o pohybu a chování účastníků dopravy a má možnost dělat rozhodnutí založená na datech. Senzory, které dopravu snímají, lze snadno připevnit ke stávajícím pouličním lampám, protože nevyžadují žádná další připojení. Mají malé energetické nároky – stačí jim jen čtyři hodiny nočního nabíjení. ✖



Umělá inteligence dokáže rozpoznat různé prvky dopravního provozu od automobilů až po cyklisty nebo chodce.

Umělá inteligence dokáže rozpoznat různé prvky dopravního provozu od automobilů až po cyklisty nebo chodce.

ZÁKAZNÍCI JSOU V TEXASU, GEORGII ČI OBOU KAROLÍNÁCH

Cesta na americký trh začala kupodivu ve Španělsku na výstavě Smart City Expo v Barceloně. Jde o akci, která platí v podstatě za globálně nejdůležitější výstavu aplikací pro chytrá města. V jejím rámci proběhla i soutěž startupů vypsána americkými státy Texas a Georgia. A česká firma tuto soutěž vyhrála. „Oba státy nám tím otevřely skvělé příležitosti k setkání s potenciálními zákazníky, partnery i investory přímo v USA,“ vysvětluje Robert Pinkas.

Právě v zámorí se s ohledem na obrovský automobilový provoz ve městech rýsuje ideální uplatnění pro dopravní systémy VisionCraft. „V USA firma uspěla díky tomu, že vyvinula chytré senzory pro sledování dopravy a veřejného prostoru, které lze umístit na stožáry veřejného osvětlení bez nutnosti připojení na trvalé napájení a datové konektivity. Díky těmto vlastnostem mají velký potenciál v amerických městech, která hledají moderní, ale zároveň bezpečné a cenově dostupné nástroje pro řízení dopravy nebo

plánování infrastruktury,“ podotýká Jan Špunda, konzultant proexportní agentury CzechTrade, který se na problematiku chytrých měst zaměřuje.

České řešení rychle zaujalo klienty hned ve čtyřech státech Unie. „Naše sensorika je aktuálně nasazena nejen v Texasu a Georgii, kde zároveň jednáme o otevření obchodní pobočky, ale podařilo se nám rozběhnout také komerční projekty v Severní a Jižní Karolíně. Naším cílem je dostat technologie do reálného provozu a postupně budovat síť partnerů,“ vytyčuje plán expanze Robert Pinkas.

V MOLDAVSKU SENZORY MĚŘÍ, KDE JE VHODNÉ ROZŠÍŘIT SILNICI

Chytré systémy pro dopravu už jihomoravská firma s úspěchem dodala do dvou zemí východní Evropy. V Moldavsku senzory od VisionCraft pomáhají dokonce při plánování budoucího rozšíření silnic. „Je tam nyní nasazeno šest senzorů viSEN. Ty slouží k detekci počtu vozidel v úsecích, kde se uvažuje o rozšíření jízdních pruhů. Místní pravidla totiž vyžadují doložení, že intenzita provozu dosáhla takové úrovně,

aby měl nový pruh skutečné opodstatnění,“ vysvětluje Robert Pinkas.

V Gruzii zase český startup zařadil projekt viRAM. „Využívá naši senzorku instalovanou do flotilových vozidel a je zaměřený na správu a monitoring stavu silnic a dopravní infrastruktury. Šlo o zajímavý projekt podporovaný fondem UNDP. Ukázal, že naše technologie lze využít nejen pro řízení dopravy, ale i pro efektivní správu silniční sítě,“ vysvětluje podnikatel s tím, že jde o zcela nový přístup ke kontrole stavu vozovky.

Data z kamer namontovaných na vozidlech se přitom využívají nejen k hodnocení stavu silnic, ale i k rozpoznání chybějícího nebo poškozeného značení, k monitorování dopravní situace, a dokonce i k nalezení volných parkovacích míst.

VisionCraft tato řešení testuje a rozvíjí i doma v České republice a spolupracuje na nich také s Centrem dopravního výzkumu, s univerzitou ČVUT či s firmou CEDA, která se zaměřuje na tvorbu navigačních map.

VisionCraft již několik let spolupracuje také s proexportní agenturou CzechTrade, a to zejména v oblasti smart cities. Firma je od začátku součástí projektu City For The Future. S podporou agentury se zúčastnila například mise na téma chytrých měst v polských Katovicích v roce 2023 nebo loni zmíněného Smart City Expa v Barceloně, kam pojedí i letos. Pravidelným účastníkem je i na tuzemském veletrhu URBIS v Brně. VisionCraft využil mimo jiné služeb zahraničních kanceláří CzechTrade v Haagu, Dubaji, Budapešti nebo Düsseldorfu. Spolupráce je

přínosná i v opačném směru. Firma zprostředkovala kontakt na alianci North Texas Innovation Alliance, díky čemuž nyní zahajuje CzechTrade s touto aliancí dlouhodobou spolupráci.

MOBILNÍ APLIKACE PROVEDE PACIENTA DOMÁCÍM CVIČENÍM

Druhá linka, na níž se vyvíjejí ve VisionCraft zaměřili, vede do zdravotnictví. Konkrétně do fyzioterapie. „VisioTherapy je naše nejmladší produktová řada, která opět staví na detekci objektů, tentokrát však na rozpoznání lidského skeletu. Využíváme ji pro asistenci aplikaci do chytrého telefonu, kde fyzioterapeut nejprve předvede pacientovi specifické cviky a ten je pak může provádět v domácím prostředí podle ukázky. Terapeut následně získá přesnou informaci, zda a jak pacient cvičil, aniž by bylo nutné cokoli natáčet či sledovat prostřednictvím videa,“ popisuje Robert Pinkas.

Mobilní aplikace sama rozezná jedinečnosti každého pacienta a jeho těla včetně rozsahu pohybu i jeho omezení. To umožňuje vytvořit bezpečný cvičební plán šitý na míru konkrétnímu člověku.

Aplikace je zároveň jakousi „digitální prodlouženou rukou“ zdravotníka a překlenuje mezeru mezi osobním setkáním a cvičením doma. Terapeutům umožňuje monitorovat pokrok pacienta na dálku, což je dvojnásob přínosné v rozlehlych státech. Firma uvádí, že aplikace snižuje počet osobních sezení až o 70 procent a dobu léčby o polovinu.

V praxi ji už využívá několik klinik společnosti McLeod Health v USA v Jižní Karolíně. Zájem projevil



Startupy se představily v Texasu na festivalu SXSW. Přečtěte si více o projektu Czech House

i další americké kliniky a aktuálně také některá zdravotnická zařízení ze Spojených arabských emirátů a České republiky.

ZAČÁTKY VEDLY I PŘES KOSMICKÝ INKUBÁTOR

Brněnský startup v průběhu svého růstu využívá servis vládních agentur zaměřených na podporu podnikání. Při nedávné návštěvě sídla firmy to připomněl generální ředitel proexportní agentury CzechTrade Radomil Doležal s tím, že k dispozici je i pomoc při růstu do zahraničí. „VisionCraft chce expandovat do USA a my jsme připraveni pomoci. Naše týmy v Chicagu, Austinu, New Yorku a nově i v San Franciscu startupům otevírají dveře k novým trhům,“ uvedl Radomil Doležal.

„Klíčem k efektivní podpoře podnikání je, aby na sebe nástroje navazovaly a tvořily logický řetězec. Díky úzké spolupráci s agenturou CzechInvest umíme firmám nabídnout kontinuální podporu od prvních kroků až po expanzi do světa,“ dodal Radomil Doležal.

V začátcích své existence využil startup také zázemí kosmického inkubátoru ESA BIC zaštitěného CzechInvestem. „Od programu Akcelerační přes konzultační dny až po Veletrh podpory podnikání,“ uvedl ředitel CzechInvestu Jan Michal.

Do palety státní podpory patří i obchodní mise. Firma VisionCraft tak letos na jaře využila k dalšímu posílení své expanze v USA mimo jiné misi, která zamířila na populární multioborový festival SXSW v Austinu.

IN DATA WE TRUST

Svou podnikatelskou filozofii a všechny vyvíjené systémy stavějí vizionáři ve VisionCraft na jednom přístupu. „Věříme v jednoduchý, ale zásadní princip: rozhodovat se má na základě dat, nikoliv předpokladů. Naše partnerství s progresivními představiteli měst a obcí tuto víru odráží. Ve VisionCraft jsme rozhodli vytvářet chytrější a efektivnější města i dopravu pomocí síly dat a umělé inteligence,“ shrnuje Robert Pinkas. Takový přístup má na konci dne ušetřit městům a obcím peníze a posunout je do budoucnosti. ✖

Tomáš Stingl

Foto: VisionCraft



Robert Pinkas (vlevo) se ve firmě zaměřuje zejména na byznysové záležitosti, Michal Procházka (vpravo) na technologie.

Světlo poví příběh o Evropě. Decoled spustil nový projekt

Česká rodinná firma Decoled rozzářila světelnými instalacemi stovky měst či obchodních center napříč Evropou. Dynamicky jí roste obrat a letos rozšiřuje tematiku světelných parků o příběh Evropy coby symbolickém společném domově.

Češi jsou mistři v práci se sklem a světelným designem. V moderním pojetí to znovu dokazuje i společnost Decoled ze středočeské Dobrovíže. Podnik rozjízďeli v roce 1997 manželé Eva a Vítězslav Poláčkovi v podstatě na koleně, později se ještě přidal jejich syn. Z klasické garážové firmy je ale po čtvrtstoletí růstu světový hráč ve výrobě dekorativního osvětlení. Dodává do 13 zemí Evropy, přičemž v Německu, Francii, Maďarsku a na Slovensku má značka vlastní pobočky. Objednávky dostává i z mimoevropských zemí.

Světelné instalace Decoled osvětlily už na stovku obchodních center. Slavnostní výzdobu si objednávají také města a i drobní zákazníci na svatby nebo večírky. Zatímco ještě v roce 2022 měla firma obrat 120 milionů korun, loni to bylo už 250 milionů. V současnosti dává práci téměř sedmdesáti stálým zaměstnancům, v době vánoční sezony ale stoupá počet spolupracovníků včetně externistů až na dvě stovky.

Z LED světél dokáže český výrobce vytvořit podobiznu prakticky čehokoliv – od svítícího vrtulníku či parní lokomotivy až po obřího

sněhuláka nebo sochu rakouské císařovny. Vedle výzdoby měst nebo obchodních domů nabízí Decoled i osvětlení autobusů, tramvají, nebo dokonce popelářských vozů. Ikonickým projektem značky jsou ovšem hlavně světelné výstavy spojené s vánočním obdobím. Loni jich Decoled uspořádal na různých místech Evropy patnáct.

ZÁŘÍCÍ SOCHY ZTVÁRNÍ ŘECKÉ BÁJE I SLAVNÉ STAVBY

Pro letošek se firma rozhodla obohatit svou produkci o nové téma. „Zcela novým a snad trochu odvážným záměrem je přání vyprávět prostřednictvím světla o tradicích Evropy v projektu nazvaném Srdce Evropy,“ informovala majitelka společnosti Eva Poláčková.

„Působíme ve většině evropských zemí a rádi bychom propojili světlý myšlenku našeho společného domova. Vycházíme z řeckých bájí a chceme upozornit na dominanty kontinentální Evropy. Těším se i na další doprovodné záměry. Chceme zprostředkovat myšlenku evropanství, tradice, které kontinent utvářely, a zejména akcentovat vědomí, že být Evropanem je proces,“ vysvětluje Eva Poláčková. Těmito motivy hodlá firma interaktivně propojit světelné výstavy na různých místech.

Hlavní sezonou jsou pro Decoled Vánoce, ale ozdobné LED osvětlení nachází stále pestřejší využití i mimo zimní období. „Chystáme také valentýnskou či velikonoční výzdobu nebo třeba instalace i pro hudební a jiné festivaly či pro reklamy. Příležitosti k širšímu využití se nabízejí v průběhu celého roku, ač zcela zásadní je přirozené světlo a tma. Chystáme i květinové výzdoby a nesvětelné výstavy, ovšem v menším rozsahu,“ uvádí podnikatelka.

V MAĎARSKU UPOUTALA PĚTIMETROVÁ CÍSAŘOVNA SISI

Firma se loni poprvé uvedla na maďarském trhu, když se přišlo víc než 110 tisíc návštěvníků podívat na

světelnou výstavu do královského paláce Gödöllő u Budapešti. Někdejší letní sídlo Habsburků bylo oblíbeným útočištěm císařovny Sisi, jejíž příběh se stal ústředním motivem výstavy. Dominantou byla pětimetrová světelná socha této vládkyně pokrytá 80 tisíci LED světly. Česká firma vedle toho získala zakázky i z několika dalších maďarských měst.

Další obří světelná socha putovala do Francie, která je pro Decoled jedním z nejdůležitějších trhů. Pro obchodní centrum San Quentin na předměstí Paříže stvořila česká společnost osm metrů vysokého světelného sněhuláka. Kolos byl vyroben v Česku, pak ho firma musela zase rozebrat, převézt do Francie, tam znovu sestavit a nainstalovat na vodní plochu v obchodním centru.

Velkou technickou výzvou byla světelná instalace v komerční budově Docx Village v centru Marseille. Dominantou výzdoby byl osm metrů vysoký světelný strom zavěšený v prostoru. Jde ovšem o historickou a památkově chráněnou stavbu, takže bylo nutné postupovat velmi šetrně. Budova má tři atria o výšce 30 metrů, která nejsou zastřešena. Světelnou výzdobu proto musel instalovat tým montérů specializovaných pro práce ve výškách. Přitom nesměli poškodit památkově chráněný objekt a zároveň zabezpečit instalaci tak, aby odolávala vlivu počasí.

K největším projektům ve Francii patřila vánoční výzdoba obchodní pasáže Du Havre v Paříži. Pilířem světelné dekorace tam byly světelné větve symbolizující vánoční strom, které byly zavěšeny v prostoru. Aby mohl český výrobce tento prvek vytvořit, použil technologii 3D tisku. Díky tomu byla konstrukce lehčí oproti běžnému hliníku a autoři měli větší volnost dát dílu netradiční tvary.

S VÝROBU POMÁHÁ ROBOT UPRAVENÝ NA MÍRU

Právě propojení ruční práce s moderními technologiemi výroby je další trend, který česká značka rozvíjí. „Pořídili jsme robotickou hlavu speciálně na míru vyrobenou pro naše účely. Rádi bychom ještě pořídili další větší 3D tiskárnu, bohužel na rozdíl od našich konkurenčních dodavatelů v Evropě jsme nezískali žádnou státní podporu,“ říká Eva Poláčková.

**Téma Evropy
světlo odvypráví
přes obrazy
ikonických staveb
nebo řeckých bájí.**



Foto: Decoled

Podnikatelka dále uvádí, že vedle smart systému LED PRO Twinkly, který umožňuje nejen barevné variace, ale i programování pohyblivých obrazců, plánuje firma investovat i do nejmodernějších technologií, jako je videomapping.

Výroba je soustředěna v Novém Strašecí u Prahy, kde společnost pořídila hned dva průmyslové areály s celkovou plochou přes 60 tisíc metrů čtverečních. Provozuje tam mimo jiné vlastní dřevovýrobu, kovovýrobu, čalounictví, speciálně zařízený sklad a samozřejmě velkou prodejnu svých výrobků.

Jednotlivé světelné instalace jsou nejprve navrženy designéry v počítači a vznikne výkresová dokumentace, podle níž pak postupuje výroba. Základem je obvykle nosná konstrukce z hliníkové slitiny. Na ni jsou instalovány světelné hadice a řetězy. Podle zadání klienta umí společnost zakomponovat do instalace i čalounění nebo prvky ze dřeva a dalších materiálů.

CHCEME BÝT JEDNIČKOU, ŘÍKÁ POKRAČOVATEL RODINNÉHO BYZNYSU

I přes dynamický růst v posledních letech si firma udržuje rodinnou atmosféru. A vedle manželů Poláčkových coby zakladatelů se do podniku postupně zapojil i jejich syn Vítězslav Poláček mladší. „Začal jsem pomáhat tátovi už ve svých 15 letech, kdy jsem vytvořil první webové stránky. Začal jsem montováním vánočního osvětlení na plošině, pomáhal jsem ve

všech různých profesích, až jsem se naplno přidal po dostudování vysoké školy,“ zavzpomínal syn zakladatelů ve videovizitce, která vznikla u příležitosti čtvrtstoletí existence firmy.

V současnosti je Vítězslav Poláček mladší jednatelem firmy a má na starost zejména inovace a expanzi na zahraniční trhy. „Naším cílem je, aby společnost Decoled byla hráčem čísla jedna na trhu slavnostního a dekorativního osvětlení nejen v České republice, ale i v dalších zahraničních zemích,“ uvádí.

Letos si tak značka posvítila na další trhy. Při expanzi se v tomto roce soustřeďuje zejména na Chorvatsko, Slovinsko, Švýcarsko nebo Irsko a pokračuje také v průniku na maďarský trh. Sezona bude gradovat směrem k Vánocům, když pro letošek chce Decoled připravit rekordní počet světelných parků. Ve vlastní produkci jich plánuje instalovat až dvacet. Chce v nich znovu naplnit své firemní krédo: Ať nejsou světla jen rozsvícená, ale ať vyprávějí příběhy.

„Těší mě, že naše světla nejsou jen obyčejnou dekorací, ale každé také příběhem, kterým proměňujeme veřejný prostor. Chceme dělat svět vřelější a tematicky propojovat nejen návštěvníky, ale i země a kontinenty,“ shrnuje Eva Poláčková. Ten letošní příběh je tedy o evropanství. Smysluplná volba v době, kdy starý kontinent prochází jakousi krizí identity a hledá cestu, kudy dál. ✖

Tomáš Stingl



Foto: Decoled

Začalo to otravou. Podniku na výrobu psích jogurtů pomohl i věrný labrador

Značka Yoggies je průkopníkem v krmivech pro domácí zvířata. Nabídla patentované jogurty pro psy nebo granule obsahující probiotika. Rodinná firma přitom vznikla vlastně kvůli otravě mazlíčka, který pak sám v podniku dlouho „pracoval“.

Budovat rodinnou firmu přináší nevídané zápletky. Svě o tom vědí ve společnosti Yoggies ze středočeských Zlonic. Už vznik výrobce krmiv pro domácí mazlíčky byl svérázný a ukazuje, že i sled trablů může nakonec vyústit v úspěšný byznys.

Zakladatelé firmy manželé Romana a Jiří Švihálkovi podnikali původně v hotelnictví. Dlouho spláceli úvěr za tříhvězdičkový hotel v Jindřichově Hradci, později si vzali do pronájmu ještě penzion v Jílovišti u Prahy. „Postupně přišel klasický syndrom vyhoření. Jsme ještě ta generace, která byla zvyklá neustále makat. Vlastně od té doby, co jsme se s manželkou seznámili, jsme pořád jen podnikali,“ vzpomíná dnes pětapadesátiletý Jiří Švihálek.

Vedle únavy z hotelového byznysu přišel v roce 2013 další těžký moment. „V lese u Jíloviště se tehdy něčím otrávil náš pes Roxy. To byla poslední kapka,“ říká podnikatel. Svěho labradora se pokusil uzdravit za pomoci speciálního jogurtu. Experimentoval s různým složením a s vědomím toho, že psi dobře netráví laktózu. Záměr konzultoval i s vědci z univerzitní pudy. Nakonec našel kýženou klíčovou ingredienci v ovčím mléku. Roxy se uzdravil a Jiří Švihálek se zároveň nadchnul pro nový směr podnikání. „Přišel takový ten wow efekt – budeme stejně pomáhat všem psům na celé planetě, možná i dál!“

GRANULE S PROBIOTIKY BYLY EVROPSKOU PREMIÉROU

Manželé Švihálkovi tak vycouvali z turistického byznysu a peníze



Foto: Yoggies

Recepturu na psí jogurt si firma raději patentovala.

z prodeje hotelu v Jindřichově Hradci investovali do výroby krmiva pro psí mazlíčky. „Na rozjezd firmy jsme dali čtyři až pět a půl milionu korun,“ upřesňuje Jiří Švihálek.

Garážové začátky byly těžké, třeba granule firma v jednom období vyráběla na strojků určeném k lisování patron. Když začaly docházet peníze z předchozího podnikání, manželé přizvali do projektu investora Martina Peroutku, který přinesl finanční injekci a získal za to ve firmě podíl.

Švihálkovi si od začátku svůj projekt neulehčovali, když se rozhodli vyrábět krmivo bez chemie, s bohatstvím živin a bez ničivých dopadů na životní prostředí. Pro velkovýrobu granulí si proto museli až v Německu pronajmout kapacity specializované továrny, která dokázala vyrobit krmivo v teplotě pod 40 stupňů celsia, tedy zastudena a bez ztráty živin.

„Zřejmě jako první v Evropě jsme nabídli granule, kde jsou v tom

konečném produktu probiotika. Ty se při vstupu do teplého a vlhkého prostředí v těle psa zase aktivují,“ vysvětluje Švihálek přínos jedné řady originálních výrobků české značky.

Vedle jogurtů a granulí dnes Yoggies nabízí pro domácí mazlíčky také pamlsky, konzervy, vařenou potravu i hračky, misky a další doplňky.

Lehké nebylo ani začít ve velkém prodávat onen psí jogurt. „Po první euforii přišlo vystřízlivění. Vyrábět takový jogurt je nákladné a složité, distribuovat ho je ještě nákladnější,“ vysvětluje podnikatel. I s tím si ale zlonická firma poradila. Krmivo dodává ve speciálních polystyrenových boxech, které ho udrží v dostatečném chladu.

NESMÍME SE BÁT VYMĚNIT SI SE PSEM MISKU

Některé suroviny pro výrobu kvalitního krmiva musela zlonická firma hledat hodně daleko. To je třeba případ ovčího mléka. „To české nám způsobovalo problémy. Jogurt se nám „zdrčával“. V současnosti tedy dovážíme ovčí mléko až z Nového Zélandu. Na výrobu granulí zase bereme hovězí maso z farem v Belgii. Tamější sedláci si svého podnikání neskutečně cení a hlídají si kvalitu,“ vysvětluje Jiří Švihálek.

A sám to cítí podobně. „Dokud sedím na ředitelské židli, přes kvalitu nepojede vlak. Nedávno jsem třeba vrátil do Francie dodávku jater, ledvin a dalšího masa, nebylo dobré. Vždycky jsem v sedm hodin ráno ve firmě, projdu si nejdřív kuchyni i sklad a chci, aby také zaměstnanci věděli, že když je kvalita, přijdou potom i ty peníze.“

Firemní krédo ostatně říká, že „zdraví začíná v misce“. „A nesmíme se bát si se psem tu misku vyměnit,“ komentuje s úsměvem ředitel firmy a dodává, že se nezdráhá ve výrobě produktů sám okusit.

Kvalitní suroviny a speciální výrobní postupy se pochopitelně propisují do nákladů. „Samozřejmě

v přepočtu na kilo vyrábíme mnoho-násobně draž než běžná konkurence, to ano. Ale snažíme se držet rozumnou cenu pro zákazníka, takže máme nižší marži,“ vysvětluje podnikatel.

ZA ROK YOGGIES ZDVOJNÁSOBIL EXPORT

Chovatelé na nabídku kvalitních dobrot s probiotiky kývli. Firma zažívá plynulý růst, když letos očekává roční tržby kolem 300 milionů korun. Práci dává v současnosti už téměř 60 zaměstnancům a nedávno si zařídila ve Zlonicích novou kuchyň i sklad. Zavedla také nový DNS systém a na internetu zprovoznila moderní e-shop.

V poslední době také značka navyšuje svoje prodeje v zahraničí. „Před rokem byl podíl exportu na celkovém obratu asi tři procenta, letos je to už kolem sedmi procent,“ uvádí Jiří Švihálek.

Firma má distributory na Slovensku, v Řecku, Norsku, Chorvatsku, Slovinsku, Maďarsku či v zemích Beneluxu. „Nejsem zastáncem toho, aby ti distributoři nakupovali zpočátku velké zásilky. Ať si berou zboží po menších částech, aby neleželo dlouho ve skladu a mohli nabídnout zákazníkovi dobrou dobu spotřeby,“ vysvětluje exportér zatím spíše pozvolnou expanzi do zahraničí.

ROXY BYL ČLEN RODINY, MASKOT FIRMY I TESTER

Další zajímavou kapitolou v příběhu firmy Yoggies je její rodinný profil. Nejenže do něj vedle samotné podnikatelské rodiny pasují také zaměstnanci, ale dokonce i jejich psi. Ti jsou prý vždy v podniku vítáni a cestičku jim vyšlapal sám „spoluzakladatel“ – labrador Roxy. Vedle toho, že jeho někdejší otrava vlastně iniciovala celý experiment s jogurtem i start firmy, zlatý labrador v ní pak i sám pomáhal. „Byl od samého začátku testerem. Výrobek jsem vždycky zkusil první já, pak hned jako druhý on,“ říká Jiří Švihálek a vtipkuje, že Roxy byl jediný generální ředitel, který kdy ve své firmě i spával.

Čtyřnohého „šéfa“ Roxyho si oblíbili i zaměstnanci a stal se de facto maskotem značky. Dožil se 13 let. „Byl to člen naší rodiny. Zcela vážně říkám, že nám změnil život. Neumím si představit, že bychom ho teď na-



Foto: Yoggies

hradili,“ vysvětluje Jiří Švihálek, proč si zatím nepořizuje nového psa.

SYN Z PODNIKU ODEŠEL, PO ČASE SE VRÁTIL

Jiří Švihálek mladší nastoupil do firmy svých rodičů hned po dokončení vysoké školy. Jeho první angažmá v podniku ale skončilo, když se začal rozcházet v názorech na vedení společnosti se svým otcem. „Jak se ta firma zvětšovala, tak já jsem na to měl trochu jiný názor a táta měl na to jiný názor. Nenechal si do toho moc kecat, já jsem do toho chtěl kecat. Pak jsme si řekli, že to nemá smysl,“ vzpomínal na krizový moment Jiří Švihálek mladší v rozhovoru pro televizní stanici CNN Prima News.

Z podniku tedy načas odešel, proběhlo to ale prý poklidně. „Jirka sám naznal, že je lépe, abychom se neničili jako rodina. Poněkud ustoupil a šel na několik let do světa na zkušenou,“ říká dnes už s úsměvem jeho otec.

Tato epizoda ale vlastně dokonce znamenala pro rodinnou firmu přínos. Syn zakladatelů se do podniku posléze vrátil a přinesl nové zkušenosti, které dnes využívá jako marketingový ředitel Yoggies. Zúročil je třeba v architektuře modernizovaného e-shopu. A když chtějí s otcem uvolnit případné napětí, zahrájí si spolu prostě pár výměn v ping-pongu.

V současnosti se Jiří Švihálek mladší věnuje ve firmě marketingu

Momentka, kdy si labrador Roxy plácnul s podnikatelem Jiřím Švihálkem, se stala ikonickou fotkou celé značky.

a do budoucna se postupně připravuje na její převzetí po otci.

PODNIKÁNÍ S POLOPENZÍ SE ODKLÁDÁ, NA ŘADĚ JSOU KOČKY

Zapojení pokračovatele do rodinné firmy tak napodruhé vyšlo, podnik našel svého korunního prince a jeho rodiče by chtěli začít otěže pozvolna předávat. Romana Švihálková si pro to vypůjčila termín z oblasti svého dřívějšího podnikání, tedy z hotelnictví – s manželem zvažují odejít do „polopenze“. Například by občas rádi vyrazili s vnučaty na dovolenou.

Jenomže tuhle polopenzi musí podnikatelský pár zatím odložit. Přibrzdilo ji stěhování do nových prostor a další inovace ve firmě, které si nejdříve musejí sednout.

Jiřímu Švihálkovi staršímu to navíc nedá a už vyhlíží další obchodní směr. „Chceme se teď zaměřit víc i na výrobky pro kočky, jít jim naproti a zkusit pro ně udělat krmivo bez chemie. Spoustu majitelů psů má zároveň i dvě tři kočky,“ uvažuje podnikatel.

Ostatně zakladatel značky přemýšlí v duchu svého osobního kréda: „Slovo ‚nejde‘ neexistuje,“ usmívá se. Těžko lze s takovým sloganem polemizovat ve firmě, kterou k expanzi do půlky Evropy kdysi nasměrovala otrava doma chovaného psa. ✖

Tomáš Stingl



▲
Další profily českých firem najdete na portálu ExportMag.cz

Zámoří hlásí revoluci v limonádách i v zelené energii

Zprávy ze zahraničí, doporučení pro obchodování nebo novinky o trendech v byznysu přinášíjí přímo ze světových metropolí zahraniční kanceláře agentury CzechTrade.

KANADA

Toronto spojí s Québecem první vysokorychlostní trať

Kanada chystá další investice v spojení velkoměst na východě země. Federální vláda výrazně urychlí inženýrské práce a administrativní přípravu pro projekt Alto vysokorychlostní trať, jež má spojit Toronto s Québec City. Výsledná trať bude veřejným vlastnictvím, dopravu po ní by však měla provozovat soukromá společnost.

Bývalý premiér Kanady Justin Trudeau v únoru 2025 oznámil, že Ottawa podpoří návrh vůbec první kanadské vysokorychlostní tratě 3,9 miliardy kanadských dolarů. Podle dosavadních odhadů by měla být trať dlouhá celkem asi tisíc kilometrů. Návrh počítá s rychlostí 300 km/h, což by znamenalo přesun cestujících z Montrealu do Toronta za tři hodiny. V současné době se od-



Foto: Shutterstock

haduje, že by trať měla celkem sedm zastávek: Toronto, Peterborough, Ottawa, Montreal, Laval, Trois-Rivières a Québec City.

Následující čtyři roky by měly probíhat zaměřovací práce a vyjednávání pro vytyčení konečné trasy tratě. Cena finální výstavby by se měla vyšplhat na částku mezi 80 a 120 miliardami dolarů. Dokončení tratě se odhaduje okolo roku 2043. ✖

CzechTrade Kanada

Trasa z Toronta do Québecu protíná nejlidnatější část Kanady poblíž hranic s USA.

CHILE

Inovační lídr se vrací do čela Latinské Ameriky

Po dvou letech se Chile opět stalo lídrem inovací v regionu Latinské Ameriky a Karibiku podle žebříčku Global Innovation Index 2025. Předběhlo loňského vítěze Brazílii o jeden bod. V celosvětovém žebříčku obsadilo 51. místo. Pro srovnání Česká republika je na 32. místě.

Inovativnost je v rámci žebříčku hodnocena celkem ve 139 státech na základě pěti pilířů a 80 různých ukazatelů. Chile dosáhlo nadprůměrných výsledků v řadě oblastí. Například v počtu zapsaných studentů na univerzitách (5. místo) nebo v průměrné výši školného (také 5. místo). Dále vyniklo v infrastrukturu

informačních a komunikačních technologií (13. místo), tržní kapitalizaci (17. místo) či v objemu úvěrů poskytovaných soukromému sektoru.

Zpráva však poukázala i na několik výzev, které bude muset země řešit. V oblasti investic do inovací se Chile umístilo na 43. příčce, zatímco pokud jde o konkrétní výsledky těchto inovací, skončilo až na 63. místě. Tento rozdíl ukazuje na potřebu zefektivnit schopnost proměnit dobré podmínky a vynaložené úsilí v hmatatelné výsledky s dopadem na ekonomiku a společnost. ✖

CzechTrade Chile



Další aktuality ze světa můžete každý den sledovat na webu CzechTrade

ŠPANĚLSKO

Investice do startupů vzrostly o 15 procent

Za prvních devět měsíců letošního roku vzrostly investice do španělských startupů na 2,6 miliardy eur, což představuje meziroční nárůst o 15 procent. Podle nadace Fundación Innovación Bankinter bylo uzavřeno 288 investičních kol. Španělský ekosystém inovací dosáhl hodnoty přes 110 miliard eur, tedy dvojnásobku oproti roku 2020. Tahounem růstu jsou veřejné instituce, které do sektoru směřují prostředky z programů Next Generation EU.

Nejrychleji rostou investice do pokročilých fází vývoje startupů, zejména Series C, kde objem vzrostl o 77 procent. Přibývá také smíšených kol financovaných domácími i zahraničními fondy, jejichž počet se zvýšil o téměř 300 procent. Naopak rané fáze financování klesají, což odráží větší zralost trhu a preferenci investorů pro projekty s jasným obchodním modelem.

Pro české firmy znamená rostoucí aktivita španělského venture kapitálu příležitost ke spolupráci v oblastech chytré mobility, umělé inteligence, kosmických technologií či udržitelné energetiky. České technologické společnosti mohou v rámci inovačních konsorcií nabídnout know-how i komponenty pro projekty financované z evropských fondů. ✖

CzechTrade Španělsko

SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ

Kalifornie si jde pro uhlíkovou neutralitu

K nejambicióznějším regionům světa v přechodu na čistou energii patří americký stát Kalifornie. Jeho právně závazný cíl dosáhnout uhlíkové neutrality do roku 2045 znamená obrovský tlak na inovace a investice. Zároveň otevírá rozsáhlý trh pro technologie, služby a know-how z celého světa.

Nová studie Stanfordské univerzity potvrzuje, že dosažení tohoto cíle je technicky možné, ale pouze při mimořádně rychlém tempu implementace a spolupráci mezi státem, firmami a akademickou sférou.

Obrovský důraz bude kladen například na energetická úložiště, recyklaci baterií a systémy řízení spotřeby. Kalifornie bude muset během dvou desetiletí více než zdvojnásobit kapacitu své elektrické sítě, investovat do 170 GW nových zdrojů a 54 GW úložišť.

Významná pozornost se obrací k vodíku, zachycování uhlíku, čistému průmyslovému vytápění a novým typům paliv z biologických zdrojů. Tyto oblasti se teprve komerčně rozvíjejí a Kalifornie hledá partnery, kteří přinesou know-how a flexibilní řešení. České firmy s odborností



Foto: Shutterstock

Při využití energie z větru nebo slunce Kalifornie těží z vhodných klimatických podmínek.

v energetice, strojírenství, automatizaci, environmentálních i jiných technologiích tak mohou najít prostor pro spolupráci s americkými partnery, výzkumnými institucemi či městy. ✖

CzechTrade USA

PERU

Zemi limonád dobývají ochucené vody

V zemi, kde limonády dlouho kralovaly každodennímu pitnému režimu, se tiše rodí revoluce. Peruánci, kteří si po desetiletí dopřávali sladké nápoje jako Inca Kola, chicha morada nebo ovocné džusy, začínají měnit své preference. Podle analýzy deníku Gestión se trh s balenou vodou v Peru dramaticky proměňuje – nejen co do objemu, ale především co do chuti.

Ještě v roce 2018 připadalo více než 70 procent spotřeby nealkoholických nápojů na limonády a jen menší část na vodu. O pět let později se situace mění. Jen v roce 2023 se prodalo přes 800 milionů litrů balené vody a trend ukazuje, že do roku 2026 by mohlo jít o více než miliardu litrů ročně. Ochucené varianty tvoří zatím menší, ale nejrychleji rostoucí segment. Mezi lety 2021 a 2023 jejich prodej narostl o více než 30 procent. Zákazníci začínají oceňovat lehkost, nízký obsah kalorií a pestrost chutí, což výrazně kontrastuje s dlouhodobou popularitou přeslazených limonád.

TURECKO

Zahraniční investice vzrostly o víc než polovinu

Podle Mezinárodní asociace investorů dosáhl objem přímých zahraničních investic v Turecku za prvních osm měsíců letošního roku částky 10,6 miliardy dolarů. V meziročním srovnání to představuje nárůst o 58 procent. Nejvíce investic přišlo z Nizozemska, následoval Kazachstán a Lucembursko.

Význam investorů ze zemí Evropské unie výrazně roste. Od ledna až do srpna měli podíl na přímých zahraničních investicích 91 procent. Pro srovnání v letech 2002 až 2024 byl jejich podíl jen 58 procent. Mezi hlavní investiční sektory patří v Turecku momentálně velkoobchod a maloobchod, informační a komunikační technologie a výroba potravin. ✖

CzechTrade Turecko



Foto: Shutterstock

Rostoucí zájem o neslazené nápoje může oslabit zatím neochvějnou dominanci legendární Inca Koly, která oplývá cukrem.

CzechTrade Peru

Stavba gigafactory, hotely pro fotbalový svátek. V Maroku přicházejí nové šance

V elektromobilitě nebo letectví se dere Maroko na špičku Afriky. Země bude hostit Mistrovství světa ve fotbale 2030, což spustilo výstavbu hotelů, restaurací, stadionů i dopravní infrastruktury, říká ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Moroko Jakub Atarsia.

Maroko je největším africkým producentem automobilů. Jaké příležitosti to znamená pro české dodavatele z oboru automotive?

Tento obor v Maroku dál významně roste. Běží projekty v řádu miliard dolarů na výrobu trakčních baterií. Roste zde gigafactory za zhruba 6,5 miliardy dolarů. V loňském roce pak otevřela v Maroku svou pobočku americká Tesla, která do budoucna plánuje investice ve výši pěti miliard dolarů.

Tyto kroky mají podpořit rekordní exporty marockého autoprůmyslu a jeho částečný přechod na elektromobilitu. Znamená to prostor hlavně pro subdodavatele. Nabízet je možné kabelové svazky, elektroniku, plastové i kovové díly, průmyslové automaty, kontrolu kvality, logistiku. Tyto části hodnotového řetězce je třeba zabezpečit, jak se rozšiřují výroby baterií i samotných vozidel. Několik českých firem už v Maroku působí,

například v oblasti výroby kabelových svazků. Pro jiné by to mohla být první příležitost.

Jak je na tom letecký průmysl?

V tom Maroko míří na cíl stát se africkou jedničkou. V Casablance vznikla zóna volného obchodu zaměřená právě na letecký a kosmický průmysl. Vidíme zde investice velkých hráčů, jako jsou Airbus, GE, Pratt & Whitney, Raeton, Safran. V celém Maroku je velký tlak na modernizaci letišť, a to od osvětlení letištních ploch, navigačních a navigačních zařízení až po odbavovací systémy.

Jsou šance také v rostoucím turistickém ruchu?

Ano, jsou velké. Maroko se připravuje na Mistrovství světa ve fotbale 2030 a už letos hostí generálku v podobě Afrického poháru národů, který proběhne ve všech významných městech. Země si velmi dobře

Infrastruktura Maroka je na vyšší úrovni než v mnoha evropských zemích. A to od dálnic a železnic přes přístavy až po moderní průmyslové zóny, podotýká Jakub Atarsia.



Foto: CzechTrade

uvědomuje, že její současná hotelová infrastruktura kapacitně ani kvalitativně nestačí, snad s výjimkou Marrákeše. Výsledkem je stavební boom, který zahrnuje celé spektrum od tříhvězdičkových hotelů až po luxusní high-end hotely.

Příležitosti se tak otevírají prakticky ve všech segmentech. Od chytrých systémů pro řízení hotelů a pokojů přes vybavení koupelen a kuchyní, informační a rezervační systémy až po luxusní doplňky od designového osvětlení, českého křišťálu až po exkluzivní vodní dýmky. Roste i poptávka po dobíjecích stanicích pro elektromobily v hotelových areálech nebo po vybavení pro wellness. Zapomínat nesmíme ani na restaurace a bary, kde je tlak na kvalitu i originalitu vybavení.

A nakonec jedna z největších příležitostí, která se zatím málo řeší. Jde o přímé celoroční letecké spojení mezi Českou republikou a Marokem. To by zásadně usnadnilo tok turistů oběma směry a vytvořilo zcela nové synergie i pro byznys.

I v Česku se prodává marocká zemědělská produkce. Jsou šance v dodávkách pro marocké farmáře?

Zemědělství patří stejně jako po-travinářství k tradičním pilířům ekonomiky a stále se podílí významnou částí na tvorbě marockého HDP, i když vláda usiluje o větší diverzifikaci. Pokud bychom se na tyto sektory dívali jen klasickou optikou, přehlédli bychom skutečné příležitosti. Ty dnes leží především v moderních technologiích. Jde mimo jiné o mapování a efektivní využití vodních zdrojů, výsadbu „chytrých“ plodin nenáročných na vodu nebo dronové monitorování terénu.



Přečtěte si více o africké expanzi firmy ELKO EP na webu ExportMag.cz

Jak se mění stravovací návyky Maročanů?

V potravinářství se prosazuje úplně jiný trend než dříve. Tahounem je mladá generace a její životní styl, kdy roste poptávka po zdravých, proteinových a bezlepkových produktech stejně jako po kvalitní dětské výživě. Není to už o tom přijet do Maroka a nabízet standardní sušenky. Kdo chce uspět, musí nabídnout produkty, které odpovídají současným spotřebitelským preferencím a do každou oslovit dynamickou střední třídu. Zjednodušeně řečeno – trendy, které jsme viděli v Evropě, se v čím dál kratších intervalech dostávají i do Maroka.

Pak je zde druhý extrém. Prosadit se naopak mohou i velice levné potraviny, které by firmy nabídl jen tradičnímu trhu, menším obchůdkům. Ty zde zatím stále tvoří zhruba 70 procent trhu.

Maroko má ještě z koloniálních dob silnou vazbu s Francií a potažmo s Evropou jako takovou. Jak se to propisuje do obchodního prostředí?

Je to opravdu tak, dodnes je v Maroku cítit velmi silné „francouzské dědictví“ a pro evropské exportéry to představuje zásadní výhodu. V praxi to znamená, že zde platí stejné certifikace a standardy jako v Evropské unii, fungují asociační dohody s nulovými cly, ochrana duševního vlastnictví je zajištěna a procesy

EKONOMIKA PŘEŘADILA NA ČTYŘKU

Maroko vykazuje v postcovidových letech solidní a plynulý růst hospodářství. Hrubý domácí produkt země si v roce 2023 zlepšil meziročně o 3,4 procenta, loni to bylo zhruba o 3,1 procenta. Pro letošek i příští rok se očekává další růst zhruba čtyřprocentní rychlostí. x

jako založení firmy či vedení účtů v cizí měně jsou poměrně přímočaré. K tomu se přidává i stejné časové pásmo s Evropou a infrastruktura, která je na vyšší úrovni než v mnoha evropských zemích. A to od dálniční a železniční sítě přes přístavy až po moderní průmyslové zóny.

Samozřejmě nelze přehlížet ani kulturní specifika vycházející z náboženství a místních zvyklostí. Na ně ale dokážeme české firmy dobře připravit, a to ať už jde o obchodní etiketu, způsob vyjednávání nebo nastavení očekávání. Díky tomu mohou naši exportéři v Maroku působit sebevědomě a bez zbytečných kulturních bariér.

Maroko navíc systematicky vytváří instituce a mechanismy, které mají zahraničním firmám zjednodušit nejen vstup na domácí trh, ale také podpořit jejich expanzi do celé subsaharské Afriky. A to je strategická výhoda, kterou žádná jiná země regionu v této podobě nenabízí. x

Tomáš Stingl

Česko bude poprvé v historii partnerskou zemí na Elec Expu

Casablanca coby největší město Maroka přivítá od 26. do 29. listopadu už 18 ročník veletrhu Elec Expo. Jedna z největších obchodních akcí severu a západu Afriky se zaměřuje na obory z elektrotechniky či energetiky. Ambicí pořadatelů je, aby do veletržního areálu letos dorazilo na 220 vystavovatelů ze 40 zemí světa a minimálně 25 tisíc návštěvníků.

K hlavním tématům letošního ročníku patří umělá inteligence a její využití při rychlejším přechodu k bezuhlíkové energetice. Nejen o tom by měla být řeč na plánovaných 15 konferencích a více než 800 setkáních typu B2B.

Veletrh je letos pro české exportéry o to zajímavější, že na něm Česká republika získala výsadní pozici. „Elec Expo je největší specializovaný veletrh v oblasti elektrotechniky, elektřiny,

obnovitelných zdrojů a energetických technologií nejen v Maroku, ale i celé severní a západní Africe. A letos bude mít Česká republika poprvé v historii status hostitelské země, což přináší výjimečné postavení a příležitosti pro prezentaci českých firem,“ shrnuje Jakub Atarsia, ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Maroko.

Na veletrh se chystají nejen velcí hráči jako Innometrics, Domat nebo HW Group, ale i další významné společnosti z Česka, jako jsou Racom, Elok, SGB Czech Trafo nebo Almeto. Některé z těchto firem už mají v Maroku své aktivity, pro další půjde o premiérovou účast.

NÁRODNÍ STÁNEK BUDE V CENTRU DĚNÍ

Letošní Elec Expo může českým exportérům přinést nové šance. K hlavním výhodám účasti

na chystané společné české výpravě patří podle Jakuba Atarsii například plně vybavený národní stánek s plochou až 80 metrů čtverečních, který bude umístěn v centru výstavního komplexu s nejvyšší viditelností pro návštěvníky. „Dále je to možnost vystoupit během oficiálního zahájení a tematických panelů, kde budou moci firmy představit sebe i své produkty. Chystáme také organizovaná setkání s marockými i africkými partnery a zástupci klíčových institucí: ministerstev a společností ONEE, AMDIE, Casablanca Finance City, CGEM a dalších. Za CzechTrade plánujeme také silnou mediální podporu a koordinovanou propagaci ve spolupráci s Elektrotechnickou asociací České republiky a českým velvyslanectvím v Rabatu,“ dodává Jakub Atarsia.



Veletrh bude v Casablance hostit výstavní centrum OFEC.

FIRMY ROZJELY SPOLUPRÁCI S FEDERACÍ FENELEC

České hostitelství na veletrhu navíc přichází nedlouho poté, co se elektrotechnické firmy z obou

zemí dohodly na rozsáhlé spolupráci, a to právě za podpory české proexportní agentury CzechTrade. „V posledním roce se nám podařilo navázat silné a prakticky fungující partnerství s marockou elektrotechnickou federací FENELEC, která sdružuje přes 650 firem a pokrývá více než 95 procent marockého trhu. Loni v říjnu jsme zorganizovali vůbec první podnikatelskou misi marockých firem do České republiky, která vyústila v podpis memoranda o spolupráci mezi FENELEC a Českou elektrotechnickou asociací,“ vysvětluje Jakub Atarsia.

Na základě podepsané spolupráce už přicházejí konkrétní poptávky po českých technologiích. „Například v oblastech chytrého řízení domácností (smart home systémy), kabeláže, kamerových a zabezpečovacích systémů nebo technologií pro obnovitelné zdroje, zejména solárních parků, mobilních

solárních kontejnerů a řešení pro e-mobilitu,“ vypočítává Atarsia. „Zároveň vnímáme rostoucí zájem o české produkty v oblasti rozvaděčů, transformátorů, nízkonapěťových komponentů, měřicí techniky, LED osvětlení a služeb spojených s energetickou efektivitou a smart grid řešeními,“ dodává.

Přes Maroko, kde už úspěšně působí, chce svůj byznys rozšiřovat do dalších zemí Afriky třeba česká firma ELKO EP. Ta nabídla tamějším zákazníkům systémy pro automatizaci budov, a to od rodinných rezidencí až po hotely, nemocnice nebo kancelářská centra.

Díky napojení organizace FENELEC na marockou státní energetickou společnost ONEE nebo na africkou elektrotechnickou konfederaci CAFELEC se českým firmám otevírá možnost účasti také na marockých veřejných zakázkách a následně vstup na další africké trhy. x

Už víc než jen sběrači na skládkách. Maroko startuje recyklaci

Maroko chce proměnit odpad v cenný zdroj. Zatím necelá polovina odpadků končí jen na skládkách a zbytek se nesesbírá vůbec. České firmy mohou dodat třídící linky, lisovací a balicí techniku, stroje pro recyklaci kartonů a papíru i další technologie. Maroko přitom nabízí investiční pobídky i speciální ekonomické zóny.

Obrovské množství odpadu, které navíc neustále roste, generuje každým rokem Maroko. V roce 2020 to bylo odhadem 8,2 milionu tun komunálních odpadů, do roku 2030 může ale toto číslo stoupnout až na 11,5 milionu tun ročně. Naprostou většinu odpadu, asi čtyři pětiny, produkuje městské oblasti, a to vzhledem k rychlé urbanizaci a rostoucí spotřebě.

Struktura odpadů je podobná jako v jiných zemích regionu. Zhruba 60 procent tvoří organické látky. Zbylou část představují recyklovatelné a jiné složky, přibližně 15 až 25 procent odpadu je potenciálně recyklovatelných. Jde o papír, plasty, sklo, kovy a další materiály.

Ve městech se objevuje také frakce textilních odpadů, často smíšená s dalším komunálním odpadem, jejíž podíl se v některých studiích odhaduje na zhruba 10 až 12 procent. Nápojové kartony, jako jsou obaly typu Tetra Pak, tvoří součást odpadů, avšak jejich recyklace je složitější a v Maroku pro ni zatím neexistuje specializovaná infrastruktura. Celkově tak cenné materiály z komunálních odpadů zatím z velké části končí nevyužité na skládkách.

CENNÉ MATERIÁLY ZATÍM TŘÍDÍ „SBĚRAČI“

Pozitivní je, že Maroku se v minulých letech podařilo výrazně zlepšit systém svozu a skládkování odpadu. Díky programu modernizace odpadového hospodářství od roku 2008 se podíl odpadu ukládaného na kon-

trované skládky zvýšil z pouhých 10 na 44 procent. Bylo uzavřeno přes 300 neřízených skládek a zavedly se profesionální služby svozu ve většině velkých měst.

Přesto však třídění odpadu u zdroje a recyklace zůstávají v plenkách. Infrastruktura na třídění přímo v obcích téměř chybí a oficiální systémy separovaného sběru pokrývají jen malou část území. Veřejnost není zvyklá odpad třídít. Průzkum z roku 2023 ukázal, že 80 procent Maročanů nikdy v domácnosti odpad netřídilo.

Třídění tak probíhá převážně až na skládkách a ve sběrných dvorech, kde armáda neformálních sběračů (odhadem několik desítek tisíc osob v celé zemi) vybírá z odpadu cenné

suroviny, aby je prodali dál do výkupu a recyklačních provozů. Tito „sběrači“ poskytují důležitou službu, ale pracují ve špatných podmínkách a mimo oficiální ekonomiku.

Marocká strategie do budoucna proto počítá s postupnou formalizací těchto sběračů, začleněním do družstev a podniků, aby se zlepšily jejich podmínky a zvýšila efektivita sběru recyklovatelných odpadů.

DORAZILI GLOBÁLNÍ HRÁČI

Marocký trh recyklace zatím není zdaleka nasycen a působí na něm jen několik větších firem, častěji s účastí zahraničního kapitálu. Nejrozvinutější je tradičně recyklace papíru a lepenky, neboť poptávka po sekundárních surovinách pro výrobu obalů roste ruku v ruce s rozvojem průmyslu a obchodu.

Hlavním hráčem je společnost International Paper (prostřednictvím své marocké odnože CMCP), která už desítky let provozuje papírny a továrny na kartonové obaly. Její závod v Kénitře je největším zpracovatelem odpadového papíru v zemi a vyrobenou recyklovanou lepenkou zásobuje tři továrny na obaly. Pro ilustraci městský koridor Casablan-

Sběrač v přístavu Al-Sawíra se zaměřil na opětovné využití plastových obalů.



Foto: Shutterstock.com

ca-Rabat představuje přes 70 procent veškeré spotřeby kartonových obalů v Maroku, což znamená také velkou koncentraci papírového odpadu k využití.

Do tohoto segmentu nyní vstoupil další významný zahraniční investor – irská společnost Smurfit Kappa, jeden z globálních lídrů papírových obalů. V roce 2023 otevřela u Rabatu svůj první recyklační závod v Africe. Smurfit Kappa zahájila výstavbu svého prvního závodu na zpracování odpadní lepenky v Africe. Produkce je určena výhradně pro domácí trh, Smurfit Kappa tak chce uspokojit rostoucí poptávku jak místních podniků, tak zahraničních firem působících v Maroku.

V TANGERU VYROSTE OBŘÍ ZÁVOD NA RECYKLACI TEXTILÍ

Další oblastí, kde se začíná rýsovat významný recyklační byznys, je textilní odpad. Maroko má rozsáhlý textilní a oděvní průmysl, a to zejména v regionu Tanger-Tetuán, který zaměstnává přes 200 tisíc lidí a generuje i značné množství odpadů v podobě odštěpků látek, zmetků a nepoužitelných textilů z výroby. Doposud tento odpad často končil na skládkách nebo byl spalován, ale to se začíná měnit s příchodem nových investorů.

Příkladem je španělský projekt v Tangeru, který byl spuštěn formou pilotu a nyní přechází do fáze výstavby plnohodnotného závodu na recyklaci textilu z průmyslové produkce. Tento podnik podepsal předloni dohodu s marockým Ministerstvem průmyslu a Mezinárodní finanční korporací (IFC) o vybudování recyklačního závodu za 695 milionů marockých dirhamů, to je v přepočtu asi 1,6 miliardy korun. Cílem je zpracovávat před i pokonsumní textilní odpad a vyrábět z něj nové příze, tkaniny a hotové oděvy určené nejen pro místní trh, ale i na export do Evropy a USA.

Podle oficiálních údajů generuje marocký textilněoděvní sektor kolem 83 200 tun odpadu ročně, z toho 56 procent tvoří materiály s vysokou přidanou hodnotou vhodné k recyklaci, jako jsou čistá bavlna nebo bavlněné směsi. Nový závod v Tangeru hodlá tuto surovinu využít a stát se národním lídrem



Foto: Shutterstock.com

v produkci recyklovaných textilních vláken a produktů. Projekt má také významný sociální rozměr. Během několika let by mohl vytvořit přes 6000 pracovních míst v regionu. A úspěch španělského investora by mohl inspirovat další firmy ke vstupu do segmentu textilní recyklace.

MÍSTO SKLÁDEK MÁ JÍT STÁLE VÍC ODPADU NA RECYKLACI

Stát se rozvoji odpadového hospodářství a recyklace v posledních letech začal intenzivně věnovat, a to jak na úrovni strategií, tak konkrétních pobídek pro investory. Klíčovým dokumentem je Národní strategie snižování a valorizace odpadů schválená v roce 2019 s výhledem do roku 2030. Ta poprvé stanovila cíle pro přechod k cirkulární ekonomice. Mimo jiné chce Maroko dosáhnout 20procentní míry recyklace komunálních odpadů, 25procentní recyklace průmyslových odpadů a využít desetiny odpadů k energetickému zhodnocení například formou alternativních paliv.

V návaznosti na tuto strategii byl letos v srpnu představen akční plán pro urychlení rozvoje infrastruktury. S rozpočtem 1,88 miliardy dirhamů (asi 4,3 miliardy korun) plánuje během dvou let vybudovat 50 nových center pro zpracování a využití odpadu na úrovni jednotlivých provincií a současně rekultivovat či uzavřít přes 230 starých skládek po celé zemi.

Důraz je kladen také na podporu tříděného sběru. Nově mají obce

Poměrně dobře se daří zavádět odpadové hospodářství ve městě Marrákeš, které je ekonomickým centrem jižního Maroka.

možnost zavádět separační systémy s finanční podporou ministerstva. Vláda tak signalizuje záměr přejít od modelu „vše na skládku“ k modelu „třídít a recyklovat“, i když uznává, že hlavní výzvou bude praktická realizace v terénu a udržitelné financování provozu.

INVESTOŘI MOHOU DOSTAT DAŇOVÉ ÚLEVY I PŘÍMÉ DOTACE

Pro zahraniční investory je klíčový i obecný investiční rámec. V roce 2022 Maroko přijalo novou investiční chartu, která zavádí transparentní podmínky a štedré pobídky pro domácí i zahraniční investory. Mezi prioritní obory byla explicitně zařazena také cirkulární ekonomika a zelené technologie. Pobídky mohou dosáhnout až 30 procent hodnoty investice formou přímých dotací podle charakteru projektu, jeho umístění a sektoru.

K tomu se přidávají daňové úlevy. Například nově založené firmy mají často nárok na několik let osvobození od daně z příjmu a ve speciálních ekonomických zónách, které jsou například ve městech Tanger, Kenitra, Casablanca nebo Agadir, platí zvýhodněné daňové režimy. Marocké agentury na podporu investic a exportu aktivně vyhledávají partnery v zahraničí a pomáhají jim se vstupem na trh. ✖

Jakub Atarsia
CzechTrade Maroko

Jihoafrická republika chce přejít na čistou energii. S českou pomocí

JAR vylepšuje svou vodohospodářskou soustavu i energetiku. K nejambicióznějším plánům patří hybridní projekt spojující solární elektrárnu s vodním úložištěm, který chystá u města Winterton česká firma Photon Energy. Investoři mohou v zemi využít speciální ekonomické zóny a investiční pobídky.

Přestože je stále suverénně nejrozvinutějším státem kontinentu, v předchozích dvou letech zažila Jihoafrická republika zpomalení ekonomiky, když růst HDP spadl pod jedno procento. Letos se ale i díky rozsáhlým investicím do infrastruktury země vrací k svižnějšímu růstu. K šancím pro české dodavatele patří projekty v energetice, vodohospodářství nebo třeba IT službách.

ČESKÉ STOPY NESOU KOTLE ELEKTRÁRNY V KUSILE

V energetice už se české podniky úspěšně uchytily. Historicky šlo například o účast Hutních montáží při stavbě uhelné elektrárny Ku-

sile, kde se podílely na montážích kotlů.

Nyní jihoafrická energetika prochází zásadní transformací – od stárnoucích uhelných elektráren směrem k obnovitelným zdrojům energie. V této oblasti je potenciál pro české firmy nejen v dodávkách technologií, ale i v řízení procesů či EPC subdodávkách.

V poslední době se prosazuje česká skupina Photon Energy. „Ta v provincii KwaZulu-Natal připravuje unikátní projekt solární elektrárny o výkonu 250 MW s 1,8 GWh dlouhodobého úložiště založeného na inovativní technologii RayGen. Tento projekt má ambici získat status strategické infrastruktury a ukazuje, že i české

know-how může hrát důležitou roli při přechodu JAR na čistší energetiku,“ zdůrazňuje Přemysl Trojan, ředitel zahraniční kanceláře agentury CzechTrade v Kapském Městě.

PHOTON ENERGY SPOJÍ SÍLU SLUNCE A VODY

Inovativně pojatá elektrárna, která využije výlučně obnovitelné zdroje energie, vyroste u města Winterton v provincii KwaZulu-Natal. Česká společnost Photon Energy si už pro projekt zajistila pozemek o ploše 1200 hektarů a od úřadů výhodné podmínky připojení k síti. Očekává se, že do konce letošního roku bude dokončeno posouzení vlivu na životní prostředí a přibližně v druhém čtvrtletí roku příštího se může začít stavět.

Projekt využívá technologii RayGen, která ukládá elektřinu a teplo získané přes solární panely v tepelném úložišti na bázi vody. V případě potřeby dokáže uvolňovat „uskladněnou“ energii víc než 12 hodin a může tak vyrovnávat výkyvy ve spotřebě napříč dnem i nocí.

Photon Energy aktivně spolupracuje s gigantem Eskom, což je místní

distributor a zároveň největší výrobce elektřiny v Africe. Jedná s ním o zakomponování plánované elektrárny do regionální i národní energetické sítě Jihoafrické republiky.

„Tento projekt představuje pro Photon Energy významný milník, protože rozšiřuje naši působnost v Jihoafrické republice,“ uvedl na počátku roku při představení projektu CEO společnosti Georg Hotar. „Prostřednictvím pokročilé technologie RayGen i díky úzké spolupráci s Eskomem i místními partnery jsme odhodláni přispět k energetické stabilitě Jižní Afriky a poskytovat udržitelná řešení, která jsou přínosem pro životní prostředí i místní komunity,“ dodal.

ALIANCE VODOHOSPODÁŘŮ NABÍDLA ČISTIČKY I ČERPADLA

Také vodní hospodářství zůstává v Jižní Africe jednou z velkých výzev. „Probíhají rozsáhlé investice do infrastruktury – například nové čistírny, čerpací stanice a distribuční systémy ve spolupráci s Rand Water a dalšími vodohospodářskými podniky. Zájem je o membránové technologie, čerpadla a systémy řízení,“ uvádí Přemysl Trojan.

Na trhu se přitom už prosadily české produkty. Typicky jde o dodávky technologických celků nebo podsestav pro komunální i průmyslové vody. Do JAR dlouhodobě exportují nebo jednají o nových kontraktech členové exportní aliance Czech Water Alliance. Jde například o čerpací systémy skupiny Sigma Group nebo čističky odpadních vod společnosti ASIO.

I nadále zůstává klíčovým pilířem jihoafrické ekonomiky těžební sektor. Tradičním symbolem země jsou diamanty nebo zlato, šance pro české dodavatele jsou nicméně zejména v uhelných či kovových dolech. Zaměřit se lze na podniky v oblasti Limpopa, v provincii KwaZulu-Natal nebo v Severním Kapsku. Těží se tam železná ruda či mangan. České firmy mají šanci zejména v oblastech důlní mechanizace, bezpečnosti, monitoringu, ventilace a technologií snižujících emise.

SPECIÁLNÍ ZÓNY LÁKAJÍ NA NIŽŠÍ DAŇ NEBO CELNÍ ÚLEVY

Výhodnou formu obchodního vstupu pro zahraniční firmy představují v Jihoafrické republice speciální ekonomické zóny, kterých zde funguje řada. „Nabízejí investorům pobídky, jako jsou snížená sazba daně z příjmů na úrovni 15 procent, akcelerované odpisy investic, výhody při zaměstnávání pracovníků a také celní a DPH úlevy v takzvaných celních kontrolovaných oblastech,“ vysvětluje Přemysl Trojan. Mezi nejlépe vybavené zóny podle něj patří například Dube TradePort u Durbanu, zóna Atlantis u Kapského Města, Tshwane Automotive v Pretorii a zóna Coega v Eastern Cape. „Tyto zóny jsou atraktivní i díky přímému napojení na přístavy, letiště a místní průmyslové cluster,“ dodává.

S nalezením obchodních partnerů na jihoafrickém trhu by mohli českým společnostem pomoci některé blížící se veletrhy a byznysové



S obchodním vstupem do Jihoafrické republiky pomohou exportérům zahraniční kanceláře CzechTrade v Kapském Městě a Pretorii

NEJATRAKTIVNĚJŠÍ SPECIÁLNÍ EKONOMICKÉ ZÓNY V JAR

✗ Dube TradePort u Durbanu

Zahrnuje areál u letiště King Shaka, je zaměřena na cargo, chladírenské řetězce či lehkou výrobu. Nabízí napojení na dva nejvytíženější přístavy – na Durban a Richards Bay. Je dobrou volbou pro logistiku, elektroniku či zpracování zemědělské produkce. www.dubetradeport.co.za

✗ Coega u přístavu Ngqura, Eastern Cape

Je zaměřena na těžký průmysl, automobilový a námořní klast. Má přímý přístup k novému hlubokomořskému kontejnerovému přístavu. www.coega.co.za/site/sez-investments

✗ Tshwane Automotive v Pretorii

Je ideální pro dodavatele v oboru automotive. Má přístup k energii v rámci vlastních řešení. www.tasez.co.za

✗ Atlantis u Kapského Města

Leží 40 kilometrů od Kapského Města. Je zaměřena na zelené technologie, například na komponenty pro získávání energie z obnovitelných zdrojů, zařízení pro energetiku a cirkulární ekonomiku. atlantisseez.com

události. V březnu 2026 proběhne African Energy Indaba v Kapském Městě, což je zásadní platforma pro energetiku a obnovitelné zdroje.

Na přelomu března a dubna 2026 proběhne také akce Mining Indaba, největší těžební konference na kontinentu. Plánují se zároveň další ročníky veletrhu IFAT Africa zaměřeného na vodní a odpadové hospodářství. ✗

Tomáš Stingl

Foto: Shutterstock



Nedostatkem slunce Jižní Afrika netrpí. Výzvou je, jak energii získanou ve fotovoltaických elektrárnách „skladovat“.

Tabidoo zaujala v JAR rychlá digitalizace i obchodní styl

V porovnání s jinými státy kontinentu je Jihoafrická republika průkopníkem i v digitalizaci. I proto oslovila především tamější malé a střední firmy česká platforma Tabidoo.

Zatímco jiné aplikace často nabízejí desítky funkcí, které ale zůstanou nevyužité, Tabidoo se rozhodlo jít opačnou cestou: Firmy si systém poskládají podle sebe. Takže třeba HR oddělení řeší nábor, obchod sleduje zákazníky, vedení zase vidí v reálném čase klíčová čísla. „Každý den vidíme firmy, které přicházejí o peníze i čas jen kvůli tomu, že jejich data nejsou na jednom místě. Chtěli jsme jim dát nástroj, který přinese pořádek a jistotu. Naši uživatelé oceňují hlavně přehled

i modularitu systému,“ vysvětluje spoluzakladatel Tabidoo Vratislav Morkus.

Konkrétně Jihoafrický trh společnost přilákal svou otevřeností inovacím a rychlým tempem digitalizace. „Investice do cloudových technologií, digitalizace státní správy a rozvoj telekomunikací rostou dvouciferně ročně, proto je tento trh pro nás tak lákavý,“ vysvětluje podnikatel.

Toho zaujal také obchodní styl, který v byznysu Jihoafričané uplatňují. „Oproti Evropě klade větší důraz na osobní vztahy a důvěru, což je pro nás velmi inspirativní způsob spolupráce,“ podotýká Vratislav Morkus. Zároveň doplňuje, že se platforma Tabidoo stále více propojuje s nástroji

umělé inteligence, která uživatelům nabídne větší přiležitosti a ještě dál zjednoduší používání platformy.

Firmě při vstupu na jihoafrický trh poskytla podporu proexportní agentura CzechTrade. „Identifikovali jsme pro ni první zákazníky, pomohli se segmentací trhu a propojili firmu s lokálními partnery. Společnost tak už dnes v JAR obsluhuje první platící klienty v oblastech HR systémů a CRM řešení,“ říká za CzechTrade Přemysl Trojan. „Pomohli jsme také s marketingem, referencemi a nastavením cenotvorby, aby měla firma v Jihoafrické republice dobré předpoklady pro další růst,“ dodal. ✗

Brazílie, Argentina, Indonésie i další. Velké trhy ruší cla

Po více než 20 letech jednání přichází dohoda mezi EU a jihoamerickým blokem Mercosur. Má se díky tomu snížit až 90 procent cel při obchodu se zeměmi, které tradičně stávaly za velkou dovozní bariérou. Uvolnění má přijít i v obchodu s Indií, Indonésií či Mexikem. Mezinárodní obchod tak dostává nový směr v době, kdy exportu do USA naopak staví celní zeď prezident Donald Trump.

Otázka nezní, jestli jsou čeští a evropští exportéři pod tlakem, ale ze kterých všech směrů tento tlak přichází. Mezinárodní obchodní prostředí je v nebyvalé míře ovlivňováno dopady ruské invaze na Ukrajinu, obchodní politikou nové americké administrativy prezidenta Donalda Trumpa či problémy nestabilních dodavatelských řetězců.

Stabilní a relativně předvídatelné prostředí, fungující globální logistika či spolehlivé dodávky surovin a dalších zdrojů – všechny tyto věci byly považovány za samozřejmé, ale nyní jsou do jisté míry minulostí. Obchodní politika Evropské unie, která určuje pravidla a podmínky také pro české exportéry, se musí přizpůsobit. Definuje makroprostředí podmínek pro české vývozce v podobě cel, netarifních překážek, přístupu k veřejným zakázkám, sanitárních a fytosanitárních opatření a dalších souborů pravidel. Tyto podmínky do značné míry pomáhají určovat konkurenceschopnost českých výrobků v soutěžích s ostatními.

DOHODA S USA PŘINESLA VYŠŠÍ CLA, ALE TAKÉ URČITOU JISTOTU

Pravidla a podmínky neexistují v izolaci, naopak. Nejskloňovanějším tématem tohoto léta byla otázka, za jakých podmínek budou české společnosti vyvážet do Spojených států poté, co americká administrativa ohlásila výrazné ztížení podmínek pro dovozce do USA včetně zavedení vysokých dovozních cel na většinu zboží mířícího do USA. Evropská unie a její vývozy byly jedním z prv-

ních terčů americké administrativy, nicméně po intenzivních měsících vyjednávání a nejistoty se koncem července podařilo EU a USA nalézt shodu.

Výsledná dohoda obnáší 15procentní plošná cla pro evropské exportéry a zachovává 50procentní clo na ocel, hliník a jejich deriváty a stávající platná cla podle MFN sazby pro některé strategické sektory, jako je letectví či generika. Tato dohoda je sice zhoršením podmínek pro Evropskou unii ve srovnání s minulými roky, ale zároveň přináší alespoň nějakou míru jistoty a podmínky větší nebo lepší než pro většinu našich mezinárodních konkurentů.

JEDNÁNÍ S MERCOSUREM TRVALA VÍC NEŽ 20 LET

Globální zhoršené podmínky pro obchod a zejména zhoršené podmínky při exportu do USA jednoznačně ukázaly, že je nutné se více soustředit na diverzifikaci našich obchodních vztahů jak na evropské, tak národní úrovni. Toto vedlo ke zvýšené aktivitě v podobě sjednávání dohod



**Blíže informace
o dopadech
amerických cel
na české podniky
najdete
na webových
stránkách
Ministerstva
průmyslu
a obchodu**

o volném obchodu, které by měly vytvořit příznivé podmínky pro naše exportéry a otevřít jim nové trhy.

Velkým milníkem bylo v tomto ohledu oznámení o dokončení komplexní obchodní dohody mezi Evropskou unií a jihoamerickým obchodním blokem Mercosur s jeho členy Argentinou, Brazílií, Paraguayí a Uruguayí. Tato dohoda byla dokončena po více než 20 letech vyjednávání a představuje unikátní příležitost pro exportéry z EU, mimo jiné také proto, že Evropská unie je jediným takovým partnerem pro Mercosur.

Po schválení dohody oběma stranami dojde k postupné liberalizaci obchodu a vzájemnému snížení cel u více než 90 procent zboží. Usnadní se také obchod se službami a otevře se přístup na trh s veřejnými zakázkami. V regionu, který je známý svým protekcionistickým přístupem, se tak otevírá jedinečná příležitost zejména ve strojírenství, chemickém a automobilovém průmyslu, což jsou klíčové sektory pro český export. Dohoda mezi EU a blokem Mercosur má zásadní potenciál posunout vzájemné vztahy směrem ke strategické spolupráci a posílit i oblast investic a surovin. V současném náročném prostředí mezinárodního obchodu je pak tato dohoda symbolem, že tradiční partnerství a otevírání trhů nadále mají smysl.

V této souvislosti je zásadní také modernizace obchodní dohody Evropské unie s Mexikem. Ta reaguje na vyvíjející se potřeby evropských a mexických exportérů a také na nové priority v současném globálním prostředí. Dohoda otevře nové příležitosti pro evropské exportéry ve službách,



Foto: Shutterstock

dojde k dalšímu odstranění netarifních bariér a evropským společnostem se rozšíří příležitosti pro veřejné zakázky. Mexiko je přitom s náskokem největším českým obchodním partnerem v Latinské Americe a zájem českých společností o příležitosti v této zemi stále roste.

PŘI DOVOZU DO INDONÉSIE ODPADNE 99 PROCENT CEL

Pokud se podíváme na východní trhy, velmi zajímavé příležitosti pro rozšíření spolupráce nabízí i Asie. V září bylo oznámeno dojednání komplexní dohody o hospodářském partnerství mezi EU a Indonésií, největší ekonomikou jihovýchodní Asie. Ta patří zároveň mezi deset největších ekonomik světa a navíc vykazuje rychlý hospodářský růst.

Dohoda povede k odstranění téměř 99 procent indonéských cel na zboží z EU, které je nyní zatíženo průměrně desetiprocentní celní sazbou. Pro strojírenství půjde o pokles až o 15 procent, v chemickém průmyslu až o 25 procent, v automobilovém sektoru až o 50 procent. Odstraněna budou také cla na hlavní vývozy EU v oblasti zemědělských exportů, stejně tak bude otevřen trh služeb.

Dohoda s Indonésií byla dotažena po téměř deseti letech a jedná se o zásadní krok směrem k posílení vztahů s regionem. Je důležitý především ve světle nedávných proměn globální ekonomiky. Ukazuje se, že otevřená obchodní politika stále může být úspěšná a vytvářet nové příležitosti v růstových regionech.

S INDIÍ BY MOHLA PŘIJÍT DOHODA DO KONCE ROKU

Průlomovým krokem by také bylo dosažení dohody o volném obchodu s Indií, která představuje kromě obrovského trhu jednu z pěti největších ekonomik na světě. Již na začátku tohoto roku byl oznámen politický závazek dotáhnout do konce roku dohodu, která má potenciál zásadním způsobem přispět k nárůstu vzájemného obchodu, a to podle některých odhadů o 30 až 50 procent. Dohoda sice naráží na spoustu překážek v jednání, nicméně potenciál spolupráce je velký a nejistoty v mezinárodním obchodě představují výraznou pobídku pokusit se dohodu dotáhnout.

Česká republika exportuje tradičně většinu svého zboží do zemí Evropské unie, nicméně export mimo EU pomalu roste a pro společnosti, jež chtějí hrát globální roli, je diverzifikace

**Vlajku Mercosuru
tvoří modré hvězdy
na bílém poli.
Název organizace
je zkratkou ze
španělských slov
„Mercado Común
del Sur“.**

nevyhnutelná. Obchodní politika EU tak může výrazně přispět k nastavení pravidel, jež vytvoří výhodnější podmínky pro evropské exportéry a umožní jim posílit jejich konkurenceschopnost. Zároveň Česká republika vedle této makroúrovně podpory disponuje poměrně solidním souborem národních nástrojů na podporu exportu od finančních přes marketingové a veletržní až po podporu v zahraničí prostřednictvím zastupitelských úřadů a agentury CzechTrade. Všechny tyto nástroje vytváří systém podpory pro jednotlivé společnosti.

Ministerstvo průmyslu a obchodu společně s agenturou CzechTrade pak nabízí zprostředkování přístupu a hlubší seznámení se s unijní službou Access2Markets, což je platforma Evropské komise, jež poskytuje exportérům informace ohledně podmínek exportu do zemí mimo evropský trh.

Zajištění výhodných podmínek prostřednictvím dohod o volném obchodu a národní podpory exportu může spolu s informacemi tvořit klíčovou výhodu pro české exportéry. ✖

David Müller

Ředitel sekce EU a zahraničního obchodu
Ministerstvo průmyslu a obchodu



Foto: Shutterstock

V roce 2023 bylo do programů ekonomické migrace zařazeno necelých 8 tisíc zahraničních pracovníků.

Programy ekonomické migrace letos nabídly novinky

Dlouhodobý nedostatek kvalifikované pracovní síly limituje růst české ekonomiky. Výrobní podniky, exportéři, technologické firmy i zdravotnická zařízení hledají pracovníky stále častěji mimo hranice EU. S tím pomáhají vládní programy a projekty ekonomické migrace, které letos prošly významnými změnami.

Programy a projekty ekonomické migrace představují cílený nástroj české vlády, který řeší strukturální nedostatek pracovní síly v klíčových sektorech hospodářství. Jejich smyslem je vyváženě propojit potřeby zaměstnavatelů s ochranou práv pracovníků a zároveň zajistit, že migrace probíhá legálně, kontrolovaně a v souladu s veřejným zájmem. V době, kdy domácí trh práce nedokáže pokrýt poptávku po kvalifikovaných pracovnících, umožňuje tento nástroj legální, kontrolovaný a efektivní přístup zahraničních pracovníků na český pracovní trh. Smyslem programů a projektů není pouze doplnění chybějících kapacit, ale také podpora konkurenceschopnosti českých firem, stabilizace výroby, služeb a veřejného sektoru

a zároveň zajištění právní jistoty pro zaměstnavatele i zaměstnance. Programy i projekty jsou navrženy tak, aby byly transparentní, předvídatelné a zároveň flexibilní vůči měnícím se potřebám trhu.

ZÁJEM O EKONOMICKOU MIGRACI ROSTE

Vládní programy ekonomické migrace v gesci Ministerstva průmyslu a obchodu se stále výrazněji profilují jako strategický nástroj pro české firmy, které se potýkají s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků. Zájem o tyto programy každoročně roste, což potvrzují i aktuální statistiky z posledních let. V roce 2023 bylo do programů ekonomické migrace zařazeno necelých 8 tisíc zahraničních pracovníků, loni už téměř 12 tisíc a letos jen za prvních osm měsíců skoro 7 tisíc osob.

Každý z programů či projektů cílí na jiný typ pracovníků – od technických profesí přes vysoce kvalifikované odborníky až po digitální nomády či piloty – a nabízí specifické podmínky pro jejich zařazení. Společným jmenovatelem je snaha o rychlý, transparentní a flexibilní administrativní proces, garantovaný přístup k vízovým kapacitám a důraz na kvalitu a integritu zaměstnavatelů. Vládní programy a projekty ekonomické migrace nejsou statické – reagují na vývoj trhu práce, potřeby zaměstnavatelů i geopolitickou situaci.

PROGRAMY PRO KLÍČOVÝ A VĚDECKÝ PERSONÁL, VYSOCE KVALIFIKOVANÉ A KVALIFIKOVANÉ ZAMĚSTNANCE

Tyto programy prošly v roce 2025 významnými úpravami, které rozšiřují

jejich využitelnost a zároveň posilují kontrolní mechanismy nad jejich využíváním.

Jednou z klíčových úprav bylo rozšíření okruhu účastníků těchto programů o občany Ukrajiny, kteří jsou držiteli českého dlouhodobého víza za účelem strpení pobytu uděleného v souvislosti s ozbrojeným konfliktem, nebo mají dlouhodobé či trvalé pobytové oprávnění vydané jiným státem.

Ukrajínští občané představovali již před vypuknutím konfliktu hlavní zdroj pracovní migrace do České republiky a i nyní představují významný zdroj zahraničních pracovníků. Dotčené opatření má za cíl nejen usnadnit zaměstnávání kvalifikovaných pracovníků z Ukrajiny, ale také posílit právní jistotu jejich pobytu a zaměstnání v České republice.

Zároveň došlo u výše uvedených programů ke zjednodušení administrativních požadavků – výpis z trestního rejstříku již nemusí být přeložen do češtiny, pokud je vydán v angličtině. Tato změna přispívá ke snížení nákladů i časové náročnosti pro žadatele.

Dále byla zavedena možnost zpětné kontroly plnění podmínek programu kdykoli během dvou let od zařazení. Cílem tohoto opatření je zvýšit důvěryhodnost a transparentnost celého systému ekonomické migrace a zároveň zajistit dlouhodobé dodržování pravidel ze strany zaměstnavatelů. Zpětná kontrola tak slouží jako nástroj průběžného dohledu, který má posílit integritu

programů a zároveň umožnit včasné odhalení případných nesrovnalostí nebo porušení pravidel.

Součástí letošních úprav vládních programů je také posílení pravidel v oblasti zprostředkování zaměstnání. Nově je důvodem pro nezařazení nebo vyřazení z vládních programů i samotné umožnění výkonu zastřené zprostředkování zaměstnání. Doposud programy výslovně počítaly pouze s přestupkem za zastřené zprostředkování zaměstnání, nikoliv za jeho umožnění.

Nově se však podmínky programů sladily s platnou legislativou, která postihuje i případy, kdy zaměstnavatel takové jednání umožní – například tím, že vědomě spolupracuje s nelegálním zprostředkovatelem. Cílem této změny je zamezit obcházení pravidel prostřednictvím formálně legálních struktur, které však fakticky porušují účel programů, a zároveň posílit ochranu zahraničních pracovníků před zneužíváním.

V rámci Programu klíčový a vědecký personál, Programu vysoce kvalifikovaný zaměstnanec a Programu kvalifikovaný zaměstnanec došlo dále k úpravě pravidla týkajícího se důvěryhodnosti zaměstnavatelů. Ti nově nesmí být uvedeni na sankčních seznamech Evropské unie a zároveň nesmí mít žádné vazby na osoby, které na těchto seznamech figurují. Cílem nového požadavku je posílit bezpečnostní a etický rámec programů a zajistit, že se na území České republiky nebudou prostřednictvím legálních migračních cest uplatňovat subjekty s potenciálně rizikovým zázemím.

Program	Typ změny	Stručný popis novinek
Klíčový, Vědecký/ Vysoce kvalifikovaný/ Kvalifikovaný zaměstnanec	Podmínky účasti	Upřesnění podmínek pro Ukrajince, možnost zpětné kontroly kdykoliv během 2 let od zařazení, sankční seznamy, výpisy z rejstříku v AJ, vložení pokuty za umožnění výkonu zastřené zprostředkování zaměstnání jako důvod pro nezařazení/vyřazení z programu.
Klíčový, Vědecký / Vysoce kvalifikovaný zaměstnanec	Modrá karta/Rodinní příslušníci (RP)	Pracovní smlouva nově stačí na 6 měsíců/možnost dodatečného zařazení RP.
Kvalifikovaný zaměstnanec	Hromadná žádost/Mzdové kritérium/Teritoriální rozšíření	Sčítání žádostí napříč státy, možnost vyjádření starosty městské části/nově 1,22násobek minimální mzdy/ Thajsko
Projekt Pilot	Teritoriální rozšíření/ Kapacita/Obsah	Katar/+200 míst/nové kurzy ATP(A), CPL(H), ATPL(H).
Digitální nomád	Rozšíření programu/ Vstupní omezení	Veřejný sektor/nové země – Izrael, Singapur, Brazílie, Mexiko a Indie/specialisté v oblasti marketingu/ podmínka bez dlouhodobého pobytu v ČR.

Zdroj: MPO

PROGRAM KLÍČOVÝ A VĚDECKÝ PERSONÁL, PROGRAM VYSOCE KVALIFIKOVANÝ ZAMĚSTNANEC

V oblasti modrých karet, které jsou určeny pro vysoce kvalifikované pracovníky ze třetích zemí, došlo ke zjednodušení podmínek. Nově postačuje, aby žadatel doložil pracovní smlouvu na dobu nejméně šesti měsíců. Tato změna vychází z novelizovaného zákona o pobytu cizinců a jejím cílem je sladit českou právní úpravu s evropskou směrnicí o modré kartě.

Další významnou novinkou, která reflektuje potřebu větší předvídatelnosti a stability v životě zahraničních pracovníků, je možnost dodatečného zařazení nejbližších rodinných příslušníků do Programu klíčový a vědecký personál a Programu vysoce kvalifikovaný zaměstnanec. Tato úprava vychází vstříc cizincům, kteří v České republice neplánují pouze profesní kariéru, ale chtějí zde budovat i osobní a rodinné zázemí, přičemž ve chvíli, kdy si podávají žádost o pobytové oprávnění jejich rodinní příslušníci z jakéhokoliv důvodu svou žádost podat nemohou.

PROGRAM KVALIFIKOVANÝ ZAMĚSTNANEC

Do Programu kvalifikovaný zaměstnanec byla zařazena nová zdrojová země – Thajsko. To je reakce na rostoucí zájem o pracovní migraci z Thajska a potřeby českých zaměstnavatelů v určitých odvětvích (masérské služby). Ve spojení s tím došlo k navýšení kvóty na zastupitelském úřadě v Bangkoku. Počet žádostí byl zvýšen z původních 300 na 460 ročně, přičemž 100 z těchto míst je vyčleněno výhradně pro účastníky Programu kvalifikovaný zaměstnanec.

V rámci Programu kvalifikovaný zaměstnanec došlo ke zpřesnění podmínek pro podávání hromadných žádostí. Nově je výslovně uvedeno, že žádosti pro 50 a více cizinců se sčítají dohromady pro občany všech států zařazených do programu.

Zároveň byla sjednocena formulace „50 a více“ napříč dokumentací. Významnou změnou je také to, že nově je možné požádat o vyjádření k záměru pobytu cizinců na území obce nejen starostu obce jako celku, ale i starostu městské části nebo obvodu. Tato úprava reaguje na specifika větších měst, kde výkon veřejné správy není

» centralizovaný, ale rozdělený mezi jednotlivé části. V praxi to znamená, že zaměstnavatelé mohou získat potřebné vyjádření přímo od představitele městské části, kde má být ubytování cizinců realizováno. Tím se posiluje spolupráce mezi zaměstnavateli a místní samosprávou, která má lepší přehled o konkrétních podmínkách v dané lokalitě a může tak kvalifikovaněji posoudit dopad plánovaného ubytování na komunitu i infrastrukturu.

Dále došlo v letošním roce k úpravě mzdového kritéria. Nově musí mzda nabízená v rámci programu činit alespoň 1,22násobek minimální mzdy, což má zajistit odpovídající ohodnocení pracovníků a zároveň přispět k ochraně domácího trhu práce. Tato změna přímo souvisí se zrušením institutu zaručené mzdy, který byl v minulosti používán k určení minimální výše odměny podle složitosti a odpovědnosti vykonávané práce.

V rámci reformy pracovního práva byl tento institut odstraněn pro soukromý sektor, což si vyžádalo revizi pravidel i v oblasti ekonomické migrace. Zavedení pevného mzdového násobku tak představuje nový způsob, jak zajistit spravedlivé odměňování, přičemž zároveň dochází ke zjednodušení systému a větší transparentnosti vůči zaměstnavatelům i pracovníkům.

PROJEKT PILOT

Projekt Pilot, který je zaměřený na podporu odborného leteckého výcviku v České republice, prošel v letošním roce významným rozšířením jak z hlediska geografického zaměření, tak i obsahové náplně. Mezi cílové země byl nově zařazen Katar, a to na základě rostoucího zájmu kadetů z této země o využívání služeb českých leteckých škol. V návaznosti na očekávaný nárůst počtu uchazečů z Kataru došlo také k navýšení celkové kapacity programu o 200 míst ročně. Tato úprava reflektuje nejen zvýšenou poptávku po odborném leteckém vzdělávání, ale i strategický zájem České republiky o rozvoj spolupráce v oblasti civilního letectví s novými partnerskými státy.

Vedle teritoriální expanze se program rozšířil také po odborné stránce. Nově zahrnuje modulární kurzy ATP(A), výcvik obchodního (CPL(H)) a dopravního pilota vrtulníků ATPL(H), tedy licence dopravního



Během loňského roku bylo zařazeno do programů ekonomické migrace na 12 tisíc zahraničních pracovníků.

pilota vrtulníků. Tím se projekt stává komplexnější platformou pro přípravu profesionálních pilotů v různých oblastech civilního letectví.

PROGRAM DIGITÁLNÍ NOMÁD

Program digitální nomád prošel letos významnými úpravami, které rozšířily jeho dostupnost i zaměření. Nově se program otevřel institucím veřejného sektoru, jako jsou univerzity nebo výzkumné organizace.

Změny se dotkly také teritoriálního rozšíření programu. Mezi nově zařazené země patří Izrael, Singapur, Brazílie, Mexiko a Indie. Výběr těchto zemí vychází ze strategického zájmu Česka o posílení spolupráce s regiony, které mají silně rozvinutý sektor digitálních služeb. Zároveň jde o státy, které dlouhodobě generují vysoký počet odborníků schopných pracovat na dálku a jejichž občané projevují rostoucí zájem o působení v evropském prostředí. Rozšíření programu o tyto země tak reflektuje aktuální globální trendy v oblasti vzdálené práce a zároveň podporuje příchod talentovaných profesionálů, kteří mohou přispět k rozvoji digitální ekonomiky v České republice.

Zároveň došlo k rozšíření profesního zaměření, a to o oblast marketingu, která se vedle IT stává druhou klíčovou profesní kategorií programu. Tato změna reaguje na rostoucí význam digitálního marketingu v globálním prostředí, kde se stále více firem spoléhá na odborníky schopné pracovat na dálku a efektivně řídit online kampaně, obsahovou strategii nebo správu sociálních sítí.

Foto: Shutterstock

Česká republika tímto krokem otevírá prostor pro příchod specialistů, kteří mohou přispět k rozvoji domácího trhu nejen technologicky, ale i kreativně a komunikačně. Zároveň se tím rozšiřuje okruh potenciálních uchazečů o program, což zvyšuje jeho atraktivitu a přístupnost pro širší spektrum digitálních profesionálů.

Další důležitou změnou je zpřesnění podmínek účasti. Nově je výslovně stanoveno, že žadatel nesmí být a v uplynulém roce nesměl být držitelem dlouhodobého pobytového oprávnění v České republice. Tato podmínka má zajistit, že program skutečně slouží k přilákání nových odborníků ze zahraničí.

Přijaté změny představují zásadní posun ve vývoji Programu digitální nomád. Díky nim se program stává otevřenějším, pružnějším a lépe reaguje na aktuální potřeby globálního trhu práce. Ministerstvo průmyslu a obchodu očekává, že rozšíření programu umožní České republice cíleně oslovit širší okruh kvalifikovaných odborníků, kteří mohou přispět k rozvoji digitálního prostředí, inovací a mezinárodní spolupráce. Program tak upevňuje svou pozici jako moderní nástroj cílené ekonomické migrace, který aktivně podporuje rozvoj digitálních služeb a práce na dálku v České republice a přispívá k její konkurenceschopnosti v mezinárodním prostředí.

PROGRAMY POMOHOU S KONKURENCESCHOPNOSTÍ V GLOBÁLNÍM PROSTŘEDÍ

Změny v programech a projektech ekonomické migrace pro rok 2025 ukazují, že Česká republika přistupuje k pracovní migraci stále více strategicky. Nejde už jen o nástroj, jak zaplnit volná místa, ale o systémový rámec, který umožňuje firmám plánovat, růst a konkurovat v globálním prostředí.

Pro české firmy to znamená jediné: kdo chce být konkurenceschopný, musí umět pracovat s dostupnou pracovní silou napříč hranicemi – ať už jde o techniky, vývojáře, piloty nebo montážní dělníky. Programy a projekty ekonomické migrace jim v tom mohou být spolehlivým a flexibilním partnerem. **x**

Kristina Kučerová

Ministerstvo průmyslu a obchodu



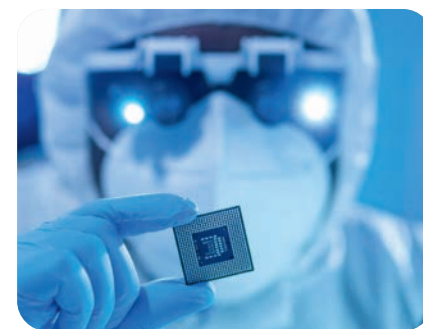
Dekarbonizace může být novým zdrojem růstu

Už víc než 20 procent českého vývozu tvoří takzvané čisté technologie. Mohou se stát tahounem českého průmyslu, shodli se experti v diskuzi.



České mágo dostali až na světové lezecké stěny

Příběh výrobce Chalk je důkazem, že i v globální konkurenci se lze prosadit s promyšleným produktem. Magnézium neboli mágo se ve sportu používalo již dříve, klíčový impuls přišel s rostoucí popularitou lezení na umělých stěnách. Na vývoji firma spolupracuje se zavedenými světovými značkami i lezcem Adamem Ondrou.



V čem budou výhodnější daňové odpočty na výzkum a vývoj?

Každá firma má nárok na každoroční snížení daně z příjmu, pokud se věnuje vlastnímu výzkumu a vývoji. Administrativně náročné daňové odpočty odrazovaly zejména menší podniky. Změnit to má novela zákona schválená letos v září.



Jen jeden z deseti top manažerů je v Česku žena

Ženy v Česku jsou jen minimálně zastoupeny ve vedení firem a organizací, oproti mužům dostávají za práci nižší odměnu a navíc mateřská péče leží na jejich bedrech téměř výhradně. Debata s experty hledala odpověď na to, jak to dopadá na ekonomiku.



Kristýna Helm: Proč jsou investice do obrany klíčové?

Viceprezidentka Asociace obranného a bezpečnostního průmyslu Kristýna Helm v rozhovoru pro portál BusinessInfo.cz vysvětluje, že investice do obrany jsou ve skutečnosti investicí s obrovským přínosem pro celou ekonomiku i budoucnost země.



Elektromobil do terénu se prosadil i na britském trhu

V roce 2017 založil Maurice Antony automobilku, která se od začátku zaměřila na vývoj elektromobilů. V Česku přitom rodák z Irsku v té době již řadu let podnikal. Firma využívá toho, že v současné době není v oblasti elektrických offroadů na trhu téměř žádná konkurence.



Od Zátópka až k Napoleonovi. Studio PFX kouzlí s triky do filmových hitů

Firma PFX nabízí postprodukční služby filmařům nebo tvůrcům televizních reklam a seriálů. Původně nevelké pražské studio se vypracovalo od místních zakázek až k hollywoodským blockbusterům. Po akvizici několika zahraničních společností má pobočky už v šesti zemích.

Zuří vojenská přestřelka. Průbojná střela trefuje zaparkovaný pick-up. Vůz exploduje a ve vzduchu se rozpadá na kusy. Efekttní výbuch doprovází spousta ohně a dýmu. To je jedna z mnoha trikových sekvencí v loňském filmovém hitu nazvaném V nepřátelské zóně, v němž si zahrál hlavní roli Rusell Crowe.

To auto ve skutečnosti nikdy nevybuchlo. Několikavteřinová scéna vznikla v počítačích české firmy PFX. Stejně jako zhruba stovka dalších trikových sekvencí pro tento film, kde ztvárnily třeba nálet vojenského dronu nebo ostřelování vrtulníkem. I úspěšná spolupráce na zmíněném americkém blockbustu patří k referencím, které pomohly studiu PFX dostat se do světové extraligy filmového průmyslu.

DIGITÁLNÍ DAV NA STADIONU VYNESL PRESTIŽNÍ CENU

Česká firma má svůj otisk v mnoha snímcích, které v poslední době ovládly kina i festivaly napříč planetou. Třeba v historických velkofilmeh Napoleon a Na západní frontě klid, v americkém thrilleru V pasti nebo v akční komedii Bláznivá střela.

Zároveň se PFX dostalo k práci na seriálech streamovacích služeb, jako jsou Netflix nebo HBO. Sem spadají triky pro pokračování kultovního sci-fi Star Trek nebo pro oceňovanou sérii Stranger Things. Za animaci davu diváků v seriálu Lakers: Vzestup dynastie, který se odehrává v prostředí profesionálního basketbalu, získalo PFX dokonce prestižní americkou cenu Visual Effects Society.

POSTPRODUKCE VELKOFILMU VYJDE V EVROPĚ AŽ NA 900 TISÍC EUR

Cesta k vrcholu filmového průmyslu ale kdysi začala poměrně nenápadně. Od roku 2012 se firma ještě pod delší verzí názvu Progressive FX zaměřovala převážně na tvorbu televizních reklam. V roce 2017 ovšem podnik přistoupil k fúzi se společností Cinepost, která pro změnu dobře zvládala postprodukcí filmů a seriálů. Oba týmy se ideálně doplnily a vznikl silný hráč, který nabídl filmařům ucelený servis. Od správy natočených materiálů, střihu přes animaci a vizuálních efekty až po takzvaný color grading, který pomáhá definovat vizuální styl a atmosféru filmů.

Dnes tak firma PFX nemusí jen paběrkovat na malých subdodávkách, ale umí sama pokrýt kompletní postprodukcí i pro velké projekty. „Třeba taková evropská zakázka může být pak cenově někde v rozmezí od 100 tisíc až po 900 tisíc eur – ale to už je za kompletní obrazovou postprodukcí a vizuální efekty pro opravdu velký film,“ říká spolumajitel společnosti Tomáš Srovnal, který v současnosti PFX vede společně s Jiřím Míkou a Lukášem Keclíkem.

Studio si ale nejdřív muselo získat reference díky dobré spolupráci na tuzemských projektech. Třeba na nejdražším českém filmu všech dob, kterým byl historický snímek Jan Žižka. Velkofilm za 450 milionů korun byl sice počinem režiséra Petra Jákla a točil se na českých hradech, díky účasti světových hereckých hvězd měl ale i pozornost zahraničních profesionálů.

Průlomem byl také další film o slavné české osobnosti, totiž životopisné drama Zátopek. Portrét

fenomenálního běžce posbíral mnoho filmových cen a PFX zase zabodovalo u odborníků z oboru díky perfektní animaci digitálních fanoušků. „Najedou už jsme mohli ukázat zahraničním klientům – poďte, my to dokážeme, my jsme udělali ty digitální lidi v Zátopkovi. I díky tomu jsme dostali zakázku pro americký seriál o basketbalistech z týmu Lakers. Do toho jsme dělali také digitální diváky v hledišti stadionů,“ vysvětluje Tomáš Srovnal. Šlo právě o tu animaci, za níž PFX nakonec získalo v Los Angeles prestižní cenu VES.

ČEŠI KOUPILI STUDIA V POLSKU I NĚMECKU

Česká firma tak prorazila i ve světě, zpočátku ale často jen v pozici takzvaného vendora. „Tak se v našem oboru říká tomu, kdo dělá v podstatě jen subdodávku pro nějakou větší společnost,“ vysvětluje spolumajitel firmy Jiří Míka. Práci na dlouhých

Pro film Jan Žižka studio PFX digitálně modelovalo středověkou krajinu, rvačku rytíře se lvem nebo závěrečnou bitevní scénu.



Foto: PFX

televizních sériích nebo velkých filmech totiž hlavní dodavatelé často nestíhají, takže pod tlakem část úkolů outsourcují menším studiím. Pro ty jde zase o vítanou šanci proniknout do projektů, na které by sama nedosáhla, a také příležitost dostat se vůbec do povědomí gigantů typu Disney nebo Apple TV.

Čeští producenti se ovšem rozhodli, že nechtějí jen sbírat to, co přepadne velkým hráčům ze stolu. Aby mohlo PFX v řetězci postoupit výš, získalo pobočky v dalších státech.

Na Slovensku si firma vybudovala zastoupení sama od píky. V dalších zemích koupila rovnou už fungující studia, a to za pomoci finančního investora, společnosti Genesis Capital Equity. Loni se tak pod křídla PFX dostalo polské studio Human. „Je to náš úvodní krok ve strategii nechat firmu růst prostřednictvím strategických akvizic,“ řekl při oznámení polské investice Martin Viliš z Genesis Capital.

Češi koupili následně i německé studio Cine Chromatix, rakouskou firmu VAST a získali spolupracovníky také v Itálii. V šesti zemí tak dohromady pod značkou PFX skupina nyní zaměstnává asi 370 lidí a souhrnný roční obrát společnosti se vyšplhal ke hranici 750 milionů korun.

FILMAŘI MIGRUJÍ TAM, KDE DOSTANOU LEPŠÍ POBÍDKY

Velké filmové společnosti často porovnávají pobídky a podle nich volí zemi, kde budou natáčet nebo kde si trikové sekvence objednájí. Zjednodušeně řečeno jde o vratku části peněz, které filmaři na území státu v souvislosti s natáčením utratí. Česko v současnosti nabízí pobídky ve výši 25 procent pro hrané filmy či dokumenty, respektive 35 procent, pokud jde o digitální produkci. Například sousední Slovensko má jednotnou pobídku 33 procent. „Bylo období, kdy v Česku vůbec pobídky nebyly, respektive byly pozastaveny. Tehdy nás například zachránila slovenská pobočka, protože se hodně producentů rozhodlo realizovat své projekty tam,“ říká Tomáš Srovnal. „Filmaři umí reagovat překvapivě rychle. Když stát podporu zarazí, štáb klidně uprostřed natáčení všechno sbalí a odletí pokračovat třeba do Maďarska,“ vysvětluje podnikatel.

Situace s vratkami přitom bývá nevyzpytatelná. Často jsou snadným prvním cílem, pokud chce nějaká vláda

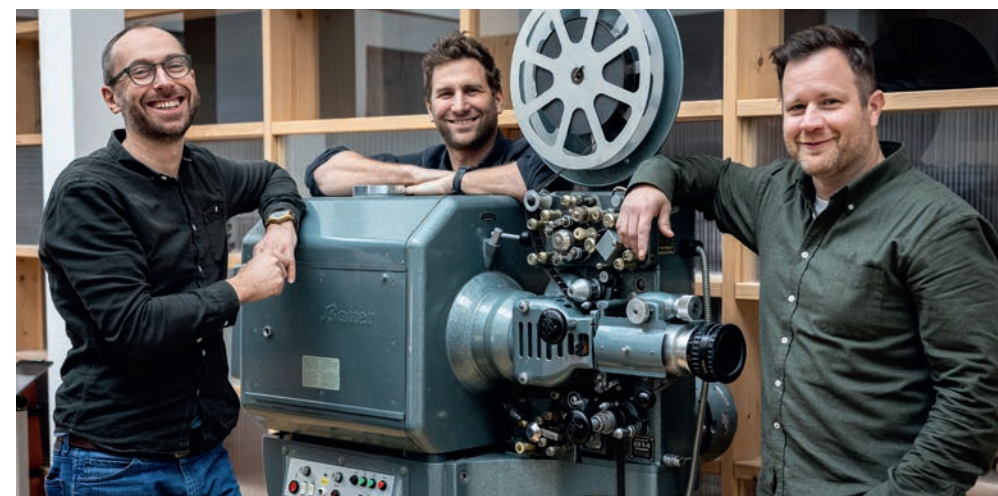


Foto: PFX

demonstrovat, že bude šetřit veřejné peníze. „Například sotva jsme koupili firmu v Rakousku, tak tam do půl roku pobídky pozastavili,“ ilustruje Tomáš Srovnal.

Tím spíš je pro PFX strategickou výhodou, že rozšířila síť svých pracovišť do šesti zemí Evropy. Může tudíž přesouvat výrobu i podle aktuální podpory kinematografie v jednotlivých státech.

ZÁBAVNÍ PRŮMYSL PADL PO PANDEMII DO ÚTLUMU

Firma přistupuje k expanzi odvážně v době, kdy je jinak filmový obor jako celek spíš v útlumu. Přišlo vystřízlivění po euforii v době pandemie. Kolem roku 2021 byl obor na vrcholu, protože miliardy lidí napříč planetou seděly zavěně doma a houfně si předplácely televize a streamovací služby coby jednu z mála dostupných forem zábavy. Poté co covid odezněl, ovšem zájem poklesl.

Další ránu odvětví přinesly stávky hollywoodských scenáristů a herců. Filmaři se teď stejně jako některé další obory bojí nevyzpytatelného faktoru v podobě nástupu umělé inteligence, která dokáže poměrně snadno vytvářet kvalitní animace a videa nebo třeba i digitální dvojníky populárních herců.

V čele dnes už evropské skupiny stojí (zleva) producenti Tomáš Srovnal, Jiří Míka a Lukáš Keclík.

„Filmový průmysl je riskantní byznys. V poslední době padlo mnoho velkých hráčů, ke kterým jsme vzhlíželi,“ říká Tomáš Srovnal. Uvolněné místo na trhu lze ale podle něj zároveň vnímat i jako příležitost. „My se snažíme riziko diverzifikovat. Například jsme nikdy neodmítali a ani teď neodmítáme tuzemské seriály. Je potřeba říct, že marže v našem oboru jsou o dost menší než v jiném podnikání. Když máte dlouhodobě marži jen zhruba 10 procent, nedokážete si vytvořit příslušnou rezervu. Někdy je náraz spousta práce, pak ale zase nějaký čas nic. Ovšem zaměstnanci musejí dostávat plat každý měsíc,“ podotýká producent.



Plnou verzi článku i s videoúkázkami triků PFX a další podnikatelské příběhy najdete na portálu BusinessInfo.cz

V RATKY VZROSTLY AŽ NA 450 MILIONŮ KORUN

Podle nového zákona o audiovizí s platností od 1. ledna letošního roku byla základní pobídka pro filmaře v České republice zvýšena z 20 na 25 procent. U animované a digitální produkce je to dokonce 35 procent. Maximální výše podpory na jeden projekt vzrostla ze 150 milionů korun na 450 milionů. Podstatné je, že pobídky se vztahují nejen na zahraniční, ale i domácí česká díla. Mají formu vratky uznatelných nákladů, kterou po skončení prací žadatel zpětně vyplácí stát prostřednictvím Státního fondu audiovizí. ✖

Tomáš Stingl

Vybrané akce v zahraničí

15. 1. – 19. 1. 2026
MAISON&OBJET

Paříž, Francie

Veletrh patří mezi nejvýznamnější obchodní akce v oblasti designu, interiérového



vybavení a umění na světě a představuje dvakrát ročně to nejlepší z každého oboru. Je zařazený mezi podporované akce v rámci projektu DESIGN3 spolufinancovaného z OP TAK. Malé a střední podniky tudíž mohou čerpat podporu formou zvýhodněné služby na svou prezentaci.

Organizační garant: Michaela Řezníčková

Kontakt: michaela.reznickova@czechtrade.gov.cz

29. 1. – 31. 1. 2026
Medical Fair India

Dillí

Přední indický veletrh a konference je určen pro kliniky, nemocnice a zdravotnická střediska. Akce pravidelně přivítá na 500 vystavujících společností z různých segmentů medicíny a zdravotnictví. Minulý ročník navštívilo 18 tisíc návštěvníků a vystavovatelů z 45 zemí.

Organizační garant: Ivan Nikl

Kontakt: ivan.nikl@czechtrade.gov.cz

1. 2. – 6. 2. 2026
Podnikatelská mise strojírenských firem do Uzbekistánu

Taškent a další lokality

Zahraniční kancelář CzechTrade Uzbekistán a Velvyslanectví ČR v Taškentu připravují strojírenskou podnikatelskou misi do Uzbekistánu. Cílem je podpořit strojírenské podniky při hledání nových odbytových možností a posílit jejich pozici na uzbekém trhu. Součástí mise budou B2B jednání a návštěvy vybraných místních strojírenských podniků.

Organizační garant: Martina Urbánková

Kontakt: martina.urbankova@czechtrade.gov.cz

3. 2. – 6. 2. 2026
Airshow Singapur

Singapur

Tento veletrh patří mezi nejvýznamnější akce v Asii v oboru letectví i obranného průmyslu. Návštěvnost bývá přes 50 tisíc hostů. Na nadcházejícím ročníku se díky růstu zájmu o tato odvětví očekává velmi bohatá účast odborníků nejen z Asie.

Projektový manažer: Vladimír Janecký

Kontakt: vlastimil.janecky@mpo.gov.cz

9. 2. – 11. 2. 2026
Mise v energetice do Německa a na veletrh E-World Energy&Water

Düsseldorf a Essen

České firmy z odvětví inovativních řešení pro energetiku jsou zvány na podnikatelskou misi do Německa. Akce bude spojená s účastí na předním evropském veletrhu pro energetický průmysl E-World Energy&Water v Essenu. Počtem hal a víc než tisícem vystavovatelů bude nadcházející ročník největší v historii veletrhu.

Organizační garant: Ondřej Baše

Kontakt: ondrej.base@czechtrade.gov.cz

9. 2. – 12. 2. 2026
Arab Health

Dubaj, Spojené arabské emiráty

Klíčový veletrh zdravotnické techniky a služeb, na nějž přijíždějí odborníci z celého



Blízkého východu i dalších regionů světa, má tradici už od roku 1975. Návštěvnost bývá i více než 60 tisíc návštěvníků převážně z řad odborné veřejnosti.

Projektový manažer: Vladimír Janecký

Kontakt: vlastimil.janecky@mpo.gov.cz

Vybrané akce v České republice

2. 12. 2025
Startupy a expanze do zahraničí krok za krokem z právního hlediska

Online

Jak úspěšně expandovat na zahraniční trhy? Na co si dát jako startup pozor při vstupu na nový trh a jaké formy podnikání zvolit? CzechTrade zve zájemce na online seminář o expanzi českých firem do světa. Poskytne komplexní přehled klíčových kroků úspěšného vstupu na cizí trh – od volby vhodného obchodního modelu (pobočka, nově založená společnost, akvizice nebo joint-venture) přes právní a daňové aspekty až po financování a spolupráci se zahraničními investory.

Kontakt: katerina.rubsova@czechtrade.gov.cz

10. 12. 2025
Elevator Pitch: Jak zaujmout v jedné minutě

Praha

Jak získat investora, přesvědčit nového zákazníka nebo zaujmout obchodního partnera? Celodenní workshop organizovaný agenturou CzechTrade ukáže umění elevator pitch. Během jedné minuty může podnikatel jasně formulovat problém, představit své řešení a zdůraznit přínos pro posluchače. Interaktivní workshop zájemce naučí, jak efektivně komunikovat hodnotu firmy či projektu v jakékoli situaci – od neformálního networkingu až po prezentaci před investory. Pod vedením zkušené mentorky si osvojí principy úspěšného pitchingu a získá hotovou verzi svého elevator pitch připravenou k okamžitému použití.

Kontakt: daniela.barcalova@czechtrade.gov.cz

10. 2. – 11. 2. 2026
Meeting Point CzechTrade

Praha

Na únor příštího roku je naplánována tradiční exportní akce Meeting Point CzechTrade. Na ní se budou moci exportéři, podnikatelé nebo majitelé startupů osobně setkat s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade z mnoha regionů světa. Při osobních konzultacích se mohou informovat na to, jaký má jejich služba nebo výrobek šanci na příslušném trhu, případně rovnou dohodnout možnosti podpory, které může CzechTrade při expanzi firmám nabídnout. Na webu agentury se brzy objeví podrobnější informace o akci a také registrační formulář, kde si budou zájemci moci rezervovat svůj časový slot pro osobní konzultaci.

ČESKÉ OFICIÁLNÍ ÚČASTI NA ZAHRANIČNÍCH VELETRZÍCH 2026

Ministerstvo průmyslu a obchodu přijímá přihlášky na podpořené zahraniční veletrhy pro rok 2026.

Každý rok s námi vycestujete na 40 veletrhů po celém světě. Oslovíte své potenciální obchodní partnery a otevřete si dveře k zakázkám v hodnotě miliard korun.



Ministerstvo
průmyslu a obchodu



Registraci na uvedené akce organizované Ministerstvem průmyslu a obchodu a další informace najdete na webu této agentury v **Kalendáři akcí**.



Registraci na uvedené akce organizované Ministerstvem průmyslu a obchodu a další informace najdete na webu ministerstva v sekci věnované **výstavám a veletrhům**.



Sledujte a poslouchejte

BusinessInfo.cz



Business
INFO.cz

ZÍSKEJTE PŘEHLED NEJZAJÍMAVĚJŠÍCH A AKTUÁLNÍCH INFORMACÍ PRO PODNIKATELE

A VYBERTE SI Z NAŠICH TEMATICKÝCH NEWSLETTERŮ



DOTACE A FINANCOVÁNÍ

Máte nápad? Víme,
kde hledat podporu.

PRÁVO A LEGISLATIVA

Právo srozumitelně
pro všechny.



INOVACE A STARTUPY

Tvořte budoucnost
s námi.

DANĚ A POJIŠTĚNÍ

Důležité změny bez
hledání.



Ministerstvo
průmyslu a obchodu

CzechTrade
Česká agentura na podporu obchodu

Gestorem projektu je Ministerstvo průmyslu a obchodu a realizátorem agentura CzechTrade.