ČESKÁ ZNAČKA

Expanze za hranice
České firmy navazují na prvorepublikovou tradici kvalitního exportu a stále výrazněji se prosazují na globálních trzích i mezi celebritami.

Ikonické sklo
Sklářská a designová firma Lasvit píše další kapitolu. Získala vysněnou zakázku od Hermès, aktuálně míří k vlastním chrámům skla.

▸České značky ve světě

Miroslava Kohoutová
miroslava.kohoutova@economia.cz

Od Taylor Swift po NASA. České značky dobývají svět kvalitou i řemeslem

Na pianu Petrof skládá písně Taylor Swift. Stoly z TON jsou součástí interiérů globálních značek jako BMW, Apple nebo Amazon. Linet dodává lůžka od Francie po Salvador a tiskárny Prusa Research najdete na Aljašce i tropickém Kiribati. České firmy navazují na prvorepublikovou tradici kvalitního exportu a stále výrazněji se prosazují na globálních trzích. Vedle úspěchů ale řeší i tlak levné konkurence, cla nebo proměnu zákaznických nároků.

Pianina a klavíry Petrof najdete po celém světě, od La Scaly až po operu v Sydney. Vybírají si je instituce jako Mozarteum, Chopinův institut ve Varšavě nebo nedávno konzervatoř v Taškentu. Nástroje od královéhradecké firmy rezonují i na poli světového popu. Zpěvačka Billie Eilish u sebe má hned dva a Taylor Swift na pianu Petrof skládala písně na svou poslední desku.

Petrof působí v Hradci Králové přes 160 let a aktuálně vyváží do 65 zemí světa. V zahraničí stále roste a plánuje dál posilovat na trzích Středního východu a v Polsku. „Samozřejmostí jsou i naše domovské trhy Česko a Slovensko a také vidíme velký potenciál na Ukrajině – tato země bude potřebovat výraznou pomoc s rekonstrukcí a my se tam, podobně jako řada dalších českých firem, chceme zapojit formou zajímavých projektů," říká Zuzana Ceralová Petrofová, prezidentka a majitelka Petrofu.

Těžko dostižná kvalita

Klíčem k úspěchu na zahraničních trzích je podle ní samotný produkt. „Sázíme na pečlivý výběr materiálů, poctivé české řemeslo a ruční práci. Náš charakteristický – romantický, kulatý a ušlechtilý zvuk je naším nezaměnitelným podpisem," vysvětluje Ceralová Petrofová s tím, že každý jejich nástroj má svou duši, do které klavírníci vkládají stovky hodin precizní práce.

Druhým pilířem úspěchu jsou pak podle ní i jejich zaměstnanci. „Bez‚petrofáků' by zkrátka Petrof neexistoval. Jsme jedním z nejstarších zaměstnavatelů v kraji a naším cílem je poskytovat férové podmínky a práci i tehdy, kdy se globální trh otřásá a piana nejsou středobodem nákupních košíků," říká Ceralová Petrofová.

Největší výzvou posledních let je podle ní velká polarizace poptávky. Na jedné straně jsou instituce, které hledají naprostou, nekompromisní špičkovou kvalitu. Na straně druhé stojí fyzické osoby, které vyvíjí tlak na levnější a dostupnější nástroje. „Co se týče zahraničí a boje se stabilitou trhů, důležitým krokem pro nás bylo založení nové dceřiné společnosti v Americe – konkrétně se teď hodně soustředíme na Los Angeles. A napjatě také očekáváme, zda začne platit dohoda o snížení importních cel mezi státy sdruženými pod Mercosur a EU, v tomto regionu už máme připravené velmi zajímavé projekty," uvádí Ceralová Petrofová.

Byznys Petrofu ovlivňují i další změny na trhu. Rychlá a náročná doba, rapidní nástup nových technologií, umělé inteligence a obecná vlna digitalizace. „Žijeme v době, kdy si jakýkoliv zvuk můžete snadno stáhnout rovnou do počítače. Vidíme také posun ve vnímání volného času – mění se ochota lidí cvičit a drilovat hru na hudební nástroj hodiny denně. Vše kolem nás se zjednodušuje a lidé chtějí rychlejší výsledky. Na druhou stranu akustický nástroj ošidit nejde," komentuje proměnu společnosti Ceralová Petrofová.

„Dřevo, chvění strun, to vše přináší fyzický i emocionální zážitek, na který žádný software nestačí. I proto pro nás zůstává klíčové sledovat trendy a adekvátně na ně reagovat," zdůrazňuje byznysmenka, která chce v Hradci Králové vybudovat Petrof čtvrť.

„Aktuálně s vedením města intenzivně jednáme o revitalizaci části našeho areálu. V plánu je propojit tradiční výrobu a kulturní centrum s novým bydlením, kterého je ve městě nedostatek. Česko stárne, a proto uvažujeme i o domě s pečovatelskou službou," dodává.

TON: Ikonické židle a stoly

Úspěchy doma i v zahraniční sbírá i přední světový výrobce designového ohýbaného nábytku ze dřeva TON. Export dlouhodobě tvoří přibližně 70 procent obratu firmy a produkty ikonické značky dnes putují do více než 90 zemí světa. Největším zahraničním trhem jsou aktuálně USA, kde dlouhodobě roste zájem o evropský design a kvalitní řemeslné zpracování.

„Za klíčový trh stále považujeme Evropu a věříme, že zde existuje další prostor pro růst. Naše podpora směřuje k našim relativně novým pobočkám ve Španělsku, Itálii a Velké Británii. V posledních letech se výrazně zaměřujeme na utvrzení svého postavení v sektoru hotelů, restaurací a kaváren," popisuje majitel a ředitel TON Milan Dostalík a dodává, že minulý rok představili lounge křeslo Cissy od Patricka Norgueta a letos na veletrhu Salone del Mobile novinku All'essenza od Alexandra Guflera, která dobře reaguje na potřeby hotelových a gastro interiérů.

„Zároveň jsme se stoly P.O.V. výrazněji vstoupili také do office segmentu a snažíme se postupně rozšiřovat pole svého působení i do dalších typů veřejných interiérů," říká Dostalík.

Asi se najde málokdo, kdo by nikdy neseděl na ikonické židli od této firmy. Úspěchy slaví ale i se svými stoly, které se staly součástí interiérů globálních značek jako BMW, White & Case, Google, Starbucks, Apple nebo Amazon.

Značka hudebních nástrojů Petrof *rezonuje věhlasem po celém světě. Podle majitelky Zuzany Ceralové Petrofové (nahoře) ale není snadné dostát nejvyšší kvalitě a zároveň čelit tlaku na nižší ceny.* **Foto: archiv firmy Petrof**

Ohýbaný nábytek TON *patří mezi české ikonické značky. Export tvoří v současnosti asi 70 procent obratu firmy. „Za klíčový trh stále považujeme Evropu a věříme, že zde existuje další prostor pro růst," říká majitel a ředitel firmy Milan Dostalík (nahoře).* **Foto: archiv firmy TON**

Podle Milana Dostalíka ale k úspěchu na zahraničním trhu samotný produkt nestačí. Důležité je mít příběh, vizi a strategii spolu s jasnou identitou, být konzistentní a zároveň umět reagovat na změny trhu. Zákazníci totiž dnes hledají nejen design a kvalitu, ale také důvěryhodnost, dlouhodobou hodnotu a partnera, na kterého se mohou spolehnout.

„Musíme se smířit s tím, že je to více maraton než sprint," říká a dodává: „Zároveň jsem si v posledních letech ověřil, že není možné být silný všude a ve všem. Některé cesty, například segment nábytku pro seniory, kde rozhoduje převážně pouze cena, se ukázaly jako slepé uličky a naučily nás větší koncentraci na segmenty a trhy, kde dává značka TON nejsilnější smysl," říká.

Udržet se na globálním trhu je podle něj dnes složitější hlavně kvůli tlaku na cenu a celkové nejistotě. Byznys navíc výrazně ovlivňují asijské levnější varianty. „V kombinaci s tím, že firmy i zákazníci více šetří, často volí tedy levnější řešení na úkor kvality. Trh je navíc obecně pomalejší, projekty se odkládají a rozhodování trvá déle. Máme ale stále možnost pracovat na zajímavých zahraničních projektech, které potvrzují, že pro část klientů zůstává důležitá kvalita, design a evropská výroba," konstatuje Dostalík.

Také on sleduje, že se v posledních letech jejich byznys mění. Mnohem větší nároky se například kladou na flexibilitu výroby a obchodních procesů. Zásadně se zrychlilo tempo rozhodování i proměnlivost projektů, zejména v segmentu pohostinství dnes klienti častěji mění zadání, pozastavují realizace nebo optimalizují rozpočty v průběhu.

Zároveň se proměnila samotná poptávka: roste důraz na skutečnou udržitelnost, což v praxi znamená dlouhou životnost a schopnost dodat komplexní řešení, nikoli jen solitérní produkt. Výrazně také sílí tlak na cenu, kdy zákazníci porovnávají evropskou výrobu s levnějšími alternativami, ale zároveň se profiluje skupina klientů, kteří vědomě hledají kvalitu, transparentní původ a řemeslné zpracování.

„Největší výzvou dnes není samotná výroba, ale schopnost udržet vyvážený poměr mezi kvalitou, cenou, rychlostí a jasně definovanou značkou v nestabilním prostředí," zdůrazňuje šéf TONU.

Linet buduje hub v Bangkoku

Výrobce lůžek Linet Group má po celém světě 70 tisíc zákazníků. Ročně vyrobí kolem 130 tisíc lůžek a vyváží do 120 zemí světa. Zaměřuje se na produkty od prenatální péče po péči o seniory, lůžka pro pokročilou péči, transportní lůžka, ale i matrace, asistenční systémy a nábytek.

Za posledních pět let Linet nezažil jediný rok bez významné události, která by se výrazně nepromítla do fungování firmy založené Zbyňkem Frolíkem v devadesátých letech v Želevčicích u Slaného.

Do podnikání postupně zasáhla pandemie, uzavření ruského trhu po vypuknutí války na Ukrajině, energetická krize doprovázená čtyřicetiprocentním růstem průmyslových cen, americká cla. Nejnověji podnikání Linetu komplikuje válka v Íránu, která již nyní ovlivňuje byznys na Středním východě a v Asii.

„Učíme se řešit přicházející problémy flexibilně. Na vysoká cla v Indonésii jsme reagovali lokalizací výroby a v tomto duchu pracujeme i na dalších projektech. Také jsme se aktivně zapojili do obnovy a rekonstrukce nemocnic na Ukrajině, přestože se jedná o válečnou zónu," říká šéf Linetu Tomáš Kolář.

„Investujeme do poskytování služeb spojených s našimi výrobky tak, abychom zvýšili přidanou hodnotu našeho byznysu. Ve Francii jsme na inflaci reagovali zautomatizováním procesu dekontaminace matrací, díky čemuž jsme dramaticky zvýšili produktivitu. Pro zefektivnění procesů jsme zapojili AI, máme například nástroj na vyhledávání náhradních dílů pro dané produkty nebo spouštíme AI call centrum ve Francii pro naše zákazníky," dodává.

Linet neprodává po kusech, ale účastní se stovek tendrů, kde jde obvykle o desítky, případně stovky lůžek, matrací, ale i souvisejících služeb. Na konci roku skupina zahájila výrobu v Indonésii a nedávno uzavřela několik velkých zahraničních kontraktů, včetně dodávky lůžek za několik milionů eur pro San Salvador a obnovení kontraktu s francouzským GPO UniHA na několik tisíc lůžek ročně.

„GPO je group purchasing organization, tedy něco jako nákupní aliance, která umožňuje ve zdravotnictví centralizovat nákupy pro veřejné nemocnice. A právě UniHA je jednička francouzského a de facto i evropského trhu. Ve Francii máme velkou dceřinou firmu a tento typ kontraktu je velkým úspěchem a potvrzením, že jsme číslo jedna na trhu. Podepsaný kontrakt s UniHA je jeden z největších, které se dají získat," říká Kolář.

„Investujeme do služeb a zvýšení přidané hodnoty: nejen dodat naše výrobky, ale nabídnout další balík služeb včetně finančních, zabezpečit celý životní cyklus včetně financování. Založili jsme a budeme dále budovat náš hub v Bangkoku a investovali jsme do join-venture v Číně, společného podniku na výrobu lůžek," dodává Kolář.

3D tisk zamířil *do největších firem světa. Významným exportérem je i společnost Prusa Research. Založil ji Josef Průša (nahoře) v roce 2012.* **Foto: archiv Prusa Research**

Za posledních pět let *nezažila firma Linet jediný rok, kdy by nedošlo k nějakému výkyvu v geopolitické situaci. To vedení přimělo uvažovat jinak. „Učíme se řešit problémy flexibilně," říká šéf společnosti Tomáš Kolář.* **Foto: archiv firmy Linet**

Tiskárny Prusa: 3D tisk jako strategické odvětví

Tiskárny Prusa najdete ve firmách, institucích i domácnostech ve více než 160 zemích světa. Od zasněžených škol na Aljašce až po odlehlé tropické ostrovy Kiribati. „Náš obor se poslední roky razantně mění. 3D tisk se stal strategickým odvětvím a z dílen a škol zamířil do největších firem světa, špičkových univerzit, zdravotnických zařízení a institucí jako NASA nebo CERN, nebo do armád a NATO," říká Mikoláš Zuza, vedoucí obsahu v Prusa Research.

Aditivní výroba se dnes používání v inovacích, prototypování nových produktů, ale i pro finální produkci. Současně se prosazují běžné stolní 3D tiskárny, které za zlomek ceny zvládnou to, co dříve uměly jen výrazně dražší průmyslové. Tiskárny už navíc umí tisknout z materiálů, které nahradí hliník nebo jsou použitelné v kosmu.

Podle Mikoláše Zuzi v dnešním deglobalizovaném světě, kde Evropa i USA v minulých dekádách přišly o řadu odvětví, bude 3D tisk způsobem, jak průmyslovou výrobu vrátit zpět.

„Poslední zásadní změnou je systematická snaha Číny pomocí masivních subvencí ovládnout světový trh 3D tisku. Dnes již Čína ovládá téměř 95 procent trhu v kategorii stolních 3D tiskáren. Spolu s tím rostou obavy, že čínské 3D tiskárny jsou příští Huawei – nástroj průmyslové špionáže v západních firmách a univerzitách," dodává.

„U našich tiskáren dokážeme zákazníkům garantovat bezpečnost všech dat, která posílají na tisk. Nedávno jsme s velkým úspěchem představili tiskárnu pro kritickou infrastrukturu s úrovní zabezpečení, kterou používá například Apple. Poslední novinkou je tiskárna, která může naráz tisknout až z osmi druhů polymerů. Do konce roku představíme další zásadní inovace. Zároveň rozjíždíme produkci tiskáren v našem závodě v americkém státu Delaware," shrnuje novinky firmy Mikoláš Zuza.

▸ Značka vzdělávání

Erika Pilátová
erika.pilatova@economia.cz

České školství se mění pomalu. ScioŠkoly jsme proto začali budovat po svém, říká Ondřej Šteffl

Česká vzdělávací značka Scio už dvě dekády hledá jiné cesty, jak učit děti v rychle se měnícím světě. Její zakladatel Ondřej Šteffl v rozhovoru mluví o tom, proč děti nemají ztrácet radost ze školy, jak promění vzdělávání umělá inteligence i proč dnešní generace vyrůstá v nejistotě, kterou si dospělí dříve neuměli představit. A jak na to reaguje síť jeho škol. „Mladá generace je pod obrovským tlakem. A nejen v morální rovině," říká.

Na jedné přednášce jste kdysi řekl, že když děti začnou chodit do školy, přestanou být šťastné, a vy jste se rozhodl to změnit. Podařilo se vám to?
Jestli se mi to podařilo, nevím. To by bylo potřeba zeptat se dětí. Já doufám, že ano. Jestli jsou úplně šťastné, netuším, protože svět, který na ně teď dopadá, je komplikovaný a složitý, a ani nám dospělým ke štěstí moc nepřispívá. Kdysi u nás jedna uchazečka, se kterou jsem mluvil, vyprávěla, že chodí do školy, kam se děti velmi courají. Když pak přišla k nám, viděla, že některé dokonce do školy běží. To mi tehdy přišlo jako pěkný signál, že k nám chodí rády.

Je pro vás štěstí nejvyšší hodnotou v životě?
To je dobrá otázka, moje odpověď je ale spíš ne. Od doby, co jsme založili Scio Research, a od chvíle, kdy mi AI začala hodně usnadňovat práci, mnohem víc čtu odborné texty. Narazil jsem na jeden, který říká, že se dosud ve filozofii, psychologii nebo antropologii rozlišovaly dva typy lidí. Pro jeden typ je smyslem života být šťastný a užívat si život. Druhý typ, mezi nějž často patří ženy, vidí smysl života v pomoci druhým. Jenže existuje ještě třetí typ, a tam patřím i já. Lidé, kteří vidí smysl bytí v poznávání, v tom, že se stále něco učí a sledují, co se děje. To je pro mě v jistém smyslu důležitější než štěstí.

Je něco, co jste na začátku vzniku ScioŠkol komunikoval a dnes už tomu nevěříte?
Na začátku jsme si mysleli, že školy mohou fungovat i bez toho, abychom jim dali nějaké mantinely nebo jasné nasměrování toho, co se děti vlastně mají učit. To se ukázalo jako nefunkční. Díky tomu vznikly ScioKompetence neboli ScioCíle, podle kterých se učí už asi šest let. Celé jsme to sepsali ještě před covidem, na jeho začátku jsme to pojmenovali a šlo o zásadní změnu, podle které dnes ScioŠkoly fungují. A teď se zase mnoho věcí mění díky AI.

ScioCíle vznikaly a zaváděly se postupně, nebo se spustily najednou?
Těsně před začátkem covidu jsme měli slet, tedy setkání všech lidí ze Scia, kde jsme ScioCíle konkrétně pojmenovali. Pak trvalo asi rok, než vzniklo 400 stran podrobného obsahu. Dnes je trochu upravujeme. Počet cílů ani jejich základní myšlenka se ale nemění. Covid, válka na Ukrajině a teď umělá inteligence úplně změnily kontext, naše ScioCíle nejen že obstály, ale ukázalo se, že jsou skvělou přípravou právě na nepředvídatelnou budoucnost. Jsme jen zkušenější, můžeme využívat AI, která tomu hodně pomáhá, protože dokáže nacházet souvislosti a upozornit nás na věci, o kterých jsme dřív nevěděli. Díky tomu se to celé posouvá dál.

Myslíte si, že období covidu bylo velkou příležitostí ke změnám a státní školství ji zaspalo?
Ano. Nevím, jestli je potřeba k tomu něco víc dodávat. Netýkalo se to jen školství. Příležitost k digitalizaci se naplno nevyužila ani v dalších oblastech. Některé školy se tehdy naučily s dětmi komunikovat na dálku. Ukázalo se například, že asi 15 procent dětí říkalo, že je to pro ně mnohem lepší než běžná škola. Měly pocit, že se toho naučily víc. I učitelé potvrzovali, že se některé děti zlepšily. My jsme ale všechny děti nahnali zpátky do škol a tahle diferenciace se vůbec nevyužila. Podle poslední novely školského zákona se kombinovaná výuka spíš potlačila, než podpořila. Příležitost ke změnám ale určitě ještě přijde díky umělé inteligenci.

Nezaspaly některé školy i tuhle příležitost?
V jistém smyslu už ano. Covid byl ale vnější okolnost, která školy extrémně dotlačila ke změně. A něco podobného udělá i AI.

Jsou ScioŠkoly připravené i na děti se speciálními vzdělávacími potřebami, kterých přibývá? Jsou pro ně ScioCíle vhodné?
Myslím si, že ScioCíle jsou vhodné pro každého. Od dětí jakéhokoliv typu až po dospělé. Každý si je může nastavit jako cíle, ve kterých se chce posouvat. A jestli jsou naše školy připravené na různé jinakosti dětí, na to by bylo nejlepší zeptat se každého jednotlivého dítěte. Obecně si ale myslím, že připravené jsou, a to lépe než průměrná základní škola. Svědčí o tom i to, že řada pedagogicko-psychologických poraden doporučuje rodičům kvůli různým jinakostem právě ScioŠkolu.

Je to i kvůli budování tolerance vůči ostatním, což zahrnují také ScioCíle?
Pochopitelně. Prostředí v našich školách je bezpečné. Vzpomínám si například na chlapce, který v první třídě vůbec nekomunikoval a jeho svět se odehrával pod lavicí. Dnes je pro něj samozřejmé prezentovat před ostatními svoji práci. To, že dítě sedí pod lavicí, ještě neznamená, že nevnímá, co se kolem něj děje. Jen potřebuje čas dozrát. A tuhle možnost by třeba v běžné škole nedostal.

Není den, aby se nepsalo o tom, že školství potřebuje změny. Ale mezitím děti rostou a ze škol odcházejí. Není řešení vlastně docela jednoduché, přestat je učit hromadu zbytečných věcí?
Stačilo by děti nechat být. Na podobném principu fungují svobodné školy. Děti se věnují tomu, co je baví, a vyrostou z nich zdraví jedinci.

A není to trochu i tak, že dobří učitelé nepotřebovali čekat na žádné změny a učí dobře už dávno?
Ano, je to tak. Ale větší problém je, že většinová společnost chce školství nastavené tak, jak je dnes. Kdyby byla většinová společnost nastavená podobně jako my dva, spousta věcí, se kterými nesouhlasíme, by ze škol zmizela. Asi před rokem jsme dělali průzkum mezi rodiči, kteří se zajímali o ScioŠkoly. Ptali jsme se, jestli považují za důležité, aby škola naučila děti poslušnosti. Devadesát procent lidí odpovědělo, že ano. Jen asi pět procent řeklo rozhodně ne.

Jak jste se cítil jako dítě ve škole vy?
Špatně. Štvalo mě to tam a nudil jsem se. Přibližně ve třetím ročníku gymnázia jsem přestal do školy docházet. Od té doby se mi výrazně zlepšil prospěch a nakonec jsem byl docela v pohodě. To bylo moje řešení.

Scio má dnes základní i střední školy, vysokou školu, ScioLes, ScioArt, ale i expediční školu. Jak vznikla?
Vznikla během covidu a dodnes je to unikátní projekt. Dokonce jsme v rámci EU získali ocenění jako ukázka netradičního řešení. Děti mají tři týdny online výuku a jeden týden tráví na expedici, buď v zahraničí, nebo u nás.

Jste velkým zastáncem práce s AI. Je to naše budoucnost, i když netušíme, jaká bude?
Za prvé bych to uvedl na pravou míru. Nepoužil bych slovo zastánce AI. Řekl bych několik věci, za kterými si stojím. AI je nevyhnutelná a bude pronikat do společnosti i do škol čím dál víc. To nezastavíme. Má obrovské přínosy, ale zároveň i stejně velká rizika, obzvlášť pro děti. Možná ještě větší než mobilní telefony nebo sociální sítě. Lidé z ní mohou zhloupnout. Jenže tomu nezabráníme

Výpravy jsou součástí *vzdělávacího konceptu ScioŠkol. V rámci nich existuje i model expediční školy, kdy děti mají tři týdny online výuku a jeden týden tráví na expedici, buď v zahraničí, nebo u nás.* **Foto: Martin Pietraszek**

Koncept ScioŠkol

- Síť alternativních základních a středních škol navazující na vzdělávací aktivity společnosti Scio.
- Vzdělávání stojí na vnitřní motivaci žáků, individualizaci výuky, partnerském přístupu a rozvoji kompetencí namísto memorování.
- Výuka probíhá často projektově a mezioborově, s důrazem na samostatnost, odpovědnost a práci s reálnými situacemi.
- ScioŠkoly se profilují jako výrazná alternativa k tradičnímu českému školství – staví na svobodě, respektu, otevřené komunikaci a silné komunitě rodičů.
- Obsahem učiva ve ScioŠkolách je osm ScioCílů. Ty představují znalosti, dovednosti a postoje pro 21. století: 1. Umím se učit; 2. Vybírám si, co si pustím do hlavy; 3. Vyznám se v sobě; 4. Rozvíjím svou odolnost; 5. Buduji dobré vztahy; 6. Konám dobro a stavím se zlu; 7. Tvořím budoucnost; 8. Mám život ve svých rukou

tím, že AI odmítneme. Musíme se s ní naučit pracovat a naučit to i děti. A co se týká chybovosti, AI dnes chybuje méně než já. V lidském jednání je jedna chyba za druhou. Já si třeba mohu pomocí AI zkontrolovat autorizaci tohoto článku a opravit chyby.

Díky AI se změní trh práce, některé profese zaniknou a budeme mít více volného času. Budeme vědět, co s ním?

To bychom sakra měli. Myslím, že školy dnes z devadesáti procent připravují děti na práci. Přitom pracovní týden má čtyřicet hodin a celý týden sto šedesát osm hodin. I když odečteme spánek, pořád zbývá obrovské množství času. Jeden ze ScioCílů se jmenuje „Mám život ve svých rukou“ a obsahuje i téma práce s volným časem. Škola by určitě měla děti učit, jak s volným časem zacházet. Když se podíváme do minulosti, šlechta to uměla. Věděla, jak ho využívat, pořádala plesy, hony a další druhy zábavy. Naučit se pracovat s volným časem musí děti i my dospělí. Pokud s ním nebudeme zacházet rozumně, můžeme se z toho opravdu zbláznit. Román Mechanické piano od Kurta Vonneguta je z velké části právě o tom, že roboti vezmou lidem práci a oni se pak nudí a dělají neplechu.

Když se podíváme na dobu, ve které žijeme, politická situace, fake news, hybridní války… dokáže nová generace vrátit do společnosti slušnost a hodnoty?

Ondřej Šteffl

- Český pedagog, publicista a podnikatel ve vzdělávání. Je zakladatelem společnosti Scio a iniciátorem ScioŠkol, které se zaměřují na moderní přístup ke vzdělávání a rozvoj kompetencí žáků.
- Dlouhodobě se věnuje proměně českého školství, budoucnosti vzdělávání a vlivu technologií na společnost. Je autorem knihy K čemu samé jedničky? a řady odborných i popularizačních textů.

To se těžko odhaduje. Mladá generace je pod obrovským tlakem. A nejen v morální rovině. Vidím ještě dva další zásadní problémy. První je, že je čím dál těžší rozpoznat, co je pravda. Dřív to tak nebylo. My jsme ještě dokázali pravdu nějak hledat a nacházet. Nedokážu si představit, jaké je vyrůstat ve světě, kde se v digitálním prostoru nedá ničemu věřit. A druhá věc je, že náš život byl alespoň rámcově nalinkovaný. Půjdu do školy, odmaturuji, práce, rodina, důchod. Dnešní děti nic takového jistého nemají. Pokud nad tím začnou přemýšlet, zjistí, že jejich budoucnost je velmi nejasná. A to je obrovská psychická zátěž.

Nemohou jim pomoct sny a touhy?

Sny a touhy se obvykle vztahují k nějaké představitelné budoucnosti. Jenže děti dnes takové prostředí před sebou často nevidí. Mohu mít sen, že někam odjedu. Jenže bude to místo ještě existovat? Chci podnikat, ale v čem? Bude někdo za pět let moji práci vůbec potřebovat? To jsou dnes velmi neuchopitelné otázky.

Jste ještě v něčem optimista?

Jsem celkově optimista. A vrátím se k otázce ze začátku. Jsem moc rád, že jsem se dožil této převratné doby. Ve mně to vzbuzuje skoro euforii. Přestože vidím, že to může dopadnout špatně. Jsem člověk, který vidí smysl života v poznávání. A my právě žijeme nejpřevratnější dobu v dějinách lidstva. Nic tak velkého se možná nestalo od přechodu lovců a sběračů k zemědělství. Jenže tehdy změny trvaly tisíce let. Dnes přicházejí během několika let. A to mě fascinuje a dělá mi radost.

Příloha: Česká značka
• **Ředitel speciálních projektů** Aleš Mohout (ales.mohout@economia.cz) • **Editorka** Alena Dušková (alena.duskova@economia.cz) • **Grafika a zlom** Vizuální studio Economia • **Obchod a inzerce** Daniel Hort (daniel.hort@economia.cz)

Inzerce

▸ **Sklářská tradice**

Miroslava Kohoutová
miroslava.kohoutova@economia.cz

Spojení dvou ikon. Lasvit získal vysněnou zakázku od Hermès, aktuálně míří k chrámům skla

Příběh sklářské a designové firmy Lasvit píše další kapitolu. Zakladatel Leon Jakimič už dříve prohlásil, že je jeho snem vytvořit něco významného pro jednu z nejluxusnějších a nejautentičtějších módních značek na světě, Hermès. Jeho snový projekt dostal před několika týdny zelenou.

Pro vlajkovou prodejnu Hermès v Ženevě Lasvit navrhl a nyní už vyrábí dvě 21metrové skleněné nitě propojující celý prostor několikapatrového butiku. Nitě se skládají ze stovek skleněných válečků o různých průměrech, různých brusů a povrchových úprav. Vše je propojeno elektrokomponenty, které mohou vytvářet iluzi jemného pohybu.

„Je to taková křišťálová trubice o průměru 25 centimetrů, která je tvořená z jednotlivých segmentů s různým brusem a povrchovou úpravou. Nejde o nic teatrálního, je to decentní a v duchu Hermès," popisuje Jakimič.

Světový lesk české značky

Sklářská společnost Lasvit dlouhodobě dosahuje obratu přesahujícího jednu miliardu korun. Významnou část příjmů generuje na americkém trhu, po světě má kolem 400 showroomů a 85 procent produkce tvoří unikátní díla na míru. Pod Lasvit spadají dvě české sklárny včetně Ajeto, která je zapsána na seznamu nehmotného kulturního dědictví UNESCO.

Více než 3000 zakázkových instalací Lasvitu se nachází po celém světě – v hotelech, kasinech, mrakodrapech i luxusních rezidencích. Světově úspěšný brand vytváří zakázky na míru pro Tiffanyho nebo Cartier. Jeho skleněné instalace najdete na nejužším mrakodrapu v New Yorku, v dubajském metru, v pařížském hotelu Ritz a na ostrově Sajpan visí v hotelu Imperial Pacific dva dvacetitunoví draci z Čech, jejichž těla jsou složená z tisíců šupin a blyští se na nich 2,5 milionu křišťálů.

Česká sklářská firma má na svém kontě i řadu trofejí pro vítěze, od Jizerské padesátky přes Tour de France až po trofej pro české olympijské medailisty na zimních hrách v Miláně v Cortině. Letos si nově převezmou trofej z Lasvitu i vítězové Czech Press Foto a MotoGP. A když vloni porazil Jakub Menšík v Miami srbskou legendu Djokoviče, nad hlavou se mu leskla trofej z dílny této slavné značky z oboru uměleckého skla. Pro Jakimiče to byl silně emotivní okamžik a i takové osobní zavzpomínání na dobu, kdy se snažil stát profesionálním tenistou.

V Lasvitu dělají až 300 projektů ročně. Velké zakázky, například pro kasina v Las Vegas nebo Macau, trvají i tři roky. Rok zabere design, prototypy a vzorky, další čas příprava výroby, logistika a montáž. „V Japonsku se projekty plánují na minuty. Víte přesně, že se za pět let bude přestřihávat slavnostní páska v osm třicet a ani o minutu později. V Indii je to naopak, tam člověk doufá, že se projekt stihne alespoň v rámci století," směje se podnikatel.

Jestli někdo ví, jak může česká sklářská tradice dobýt globální trh, je to právě on. Ve sklárnách se pohyboval už od dětství a v jeho těle koluje krev pěti generací sklářů včetně slavné rodiny Swarovski. Oba jeho rodiče pracovali v bývalém zahraničním podniku Skloexport Liberec a mezi Jakimičovy první sklářské vzpomínky patří návštěva Crystalexu v Novém Boru, když mu bylo osm let. Také procházení se tehdejší největší expozici skla na světě na libereckém zámku.

První zakázka za statisíce dolarů

Psal se rok 2007 a spoluzakladatel Applu Steve Jobs zrovna ukázal světu vůbec první iPhone. Leon Jakimič s Alešem Stýblem v tom samém roce založili designovou a sklářskou společnost. V té době ještě netušil, že její instalace budou za několik let viset v soukromých rezidencích šejků, luxusních hotelech nebo sídlech celebrit včetně Justina a Hailey Bieberových.

Oba jednatelé před založením firmy pracovali pro českou sklářskou společnost Preciosa v Hongkongu. Nakonec se rozhodli, že chtějí pracovat v oboru po svém. „Upřímně si dnes už nedovedu představit, že bych neměl svou firmu. V době, kdy jsem nastupoval do Preciosy, jsem byl šťastný zaměstnanec. Postupně jsem ale zjistil, že mohu dělat věci jinak, a to už byl jen krok k tomu založit Lasvit," vzpomíná.

Kdo by čekal od libereckého rodáka klepání na dveře potenciálních zákazníků, prosby a dlouhé čekání na první zakázku, hodně by se mýlil. První zakázka byla jak vystřižená z hollywoodského trháku. Leon Jakimič ještě neměl ani vizitku, když podepisoval první kontrakt na instalaci skleněných prvků pro hotel Miramar v Hongkongu, v hodnotě 800 tisíc amerických dolarů. Šek se zálohou mu přišel do kanceláře, kterou měl dva dny.

„Dodnes mi z toho vstávají vlasy hrůzou. A kolikrát, když dnes řešíme ceny energií, covid nebo jiné průšvihy, říkám si, že je to oproti našemu startu brnkačka. S týmem, který dnes v Lasvitu máme, s referencemi, know-how, výrobním zázemím a konstrukčními výkresy v databázi je to úplně jiná liga. Tehdy jsme neměli nic a s tou nulou jsme dokázali potvrdit takhle významný projekt. Zpětně přemýšlím, jak se mi to povedlo a jestli bych to dnes ještě uměl," vypráví Jakimič.

„Byl to zázrak a věřím, že do jisté míry to bylo dané i tím, že jsem se vždycky snažil chovat hezky ke svým kamarádům a lidem kolem sebe. Je to energie, která se vám jednou vrátí. V mém případě mě tehdy můj dobrý kamarád z dob studia MBA na Northwestern University v Hongkongu představil majiteli Henderson Land Martinu Leeovi. A Martin Lee byl tak dobrý kamarád mého kamaráda, že by nám ten projekt nejspíš dal, i kdybych neměl ani sako," vzpomíná Jakimič.

Technologická výzva prvního projektu byla stejně astronomická jako částka na šeku. Jednalo se o lustry z křišťálových prizmat broušených na míru, které byly nahoře širší a dole užší. „Zjistili jsme, že to v Evropě už nikdo neumí nabrousit, a tak jsme museli hledat dodavatele optického skla v Číně. A teď zkuste manažovat evropskou konstrukci s čínskou výrobou, když ještě nemáte nákupčí, kontrolory kvality ani nic podobného. Rozbili jsme kila křišťálu, než se nám podařilo, aby se vše vešlo do nádherné nerezové montury, kterou jsme vyráběli v Česku," říká byznysmen.

Pro známého hongkongského podnikatele dodnes dělá Lasvit řadu projektů, včetně instalace In Bloom do lobby budovy The Henderson od Zaha Hadid Architects. Po Miramaru začaly přicházet další zajímavé projekty a firma rostla za pochodu jako sněhová koule.

„Obrovský posun pak přišel s příchodem Maxima Velčovského na pozici art directora. Maxim nám otevřel oči v tom, co je kýč a co umění a design," vysvětluje podnikatel.

Lustry, které nesvítí

Za téměř dvacet let se výrazně posunuly i představy a technologie. Když v roce 2007 vznikal Lasvit, zakladatel si myslel, že půjde hlavně o lustry a tradiční svítidla. Dnes tvoří většinu zakázek umělecké instalace na míru, často bez tendru, přímo pro majitele nebo na doporučení designérů a architektů. Změnila se i původní představa, že ve výrobě bude dominovat hutní sklo, dnes je polovina projektů z fúzovaného nebo taveného skla.

„Posunuli jsme se od dekorativního skla do umělecko-sochařsko-řemeslného skla. Často už to se světly nemá nic společného, nesvítí to, ale pracuje se s odrazy světla a stíny zvenčí. Stále vymýšlíme nové způsoby nasvícení. Významně jsme také rozšířili práci s kovem, elektrem a povrchovými úpravami. Klienti mají rádi ryzí povrchy bez pokovení, které působí autenticky," říká Jakimič s tím, že se už dlouho snaží přesunout část produkce z projektů na míru k produktům, které se vyrábějí opakovaně.

„Nejedná se pouze o nápojové sety, vázy, mísy, rozprašovače nebo kosmetická zrcadla, ale i ikony, což jsou svítidla, která jsou inspirovaná našimi ikonickými projekty na míru, jež si klienti tak oblíbili, že je chtěli znovu a znovu. Máme jich deset a tuhle kategorii dále rozvíjíme. Klientovi to šetří čas i peníze, nám to šetří stres a kapacity, protože nezačínáme od nuly," vysvětluje Jakimič.

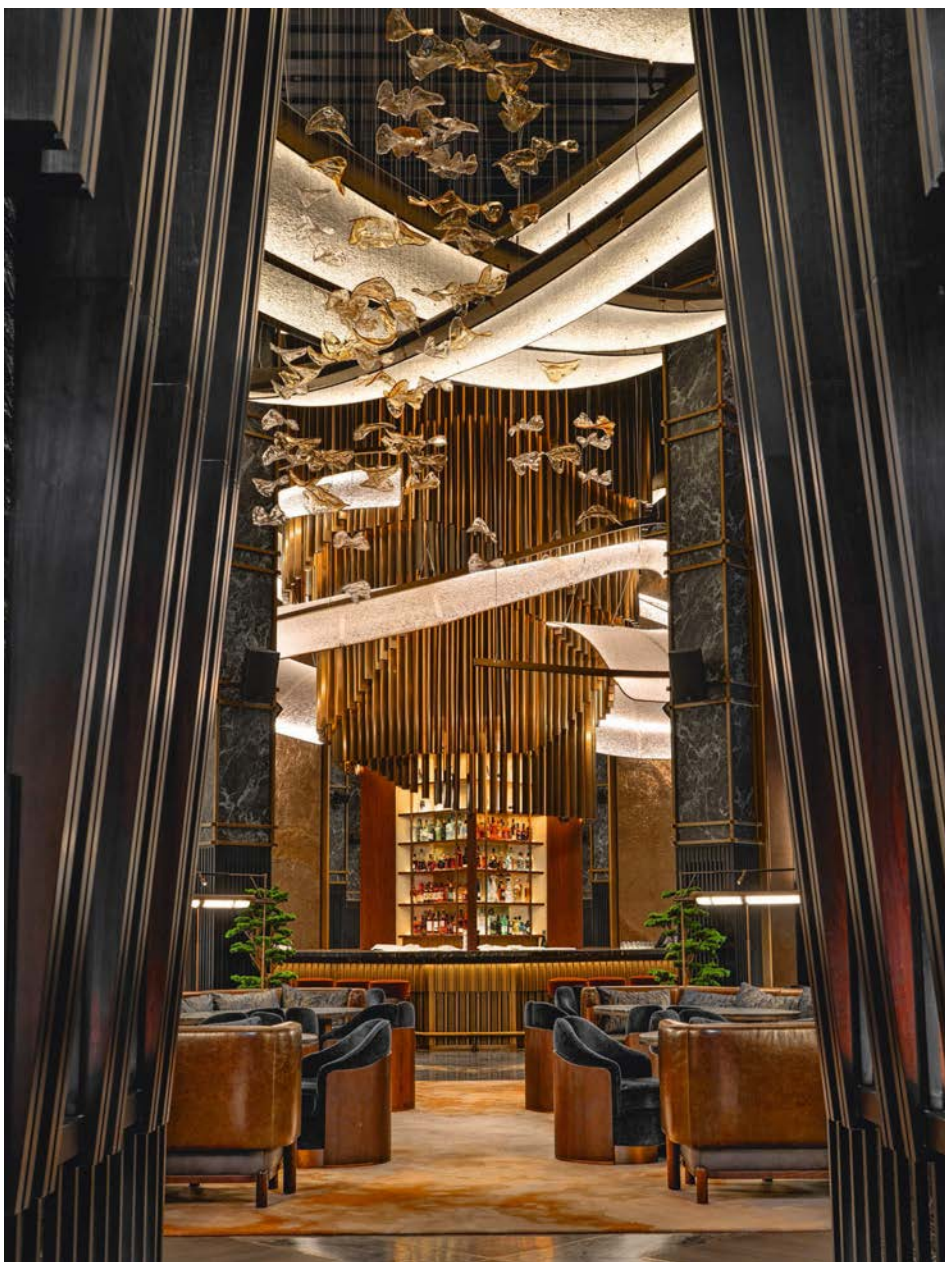
Za deset let vidí Lasvit jako značku, která bude stále stavět na kvalitním řemesle a přírodních materiálech, jež budou v době AI stále cennější. „Lasvit bude vždy převážně o skle, ale budeme ho doplňovat dalšími materiály, protože poptávka po přírodních prvcích poroste," uvádí.

Přál by si také, aby Lasvit byl známý nejen instalacemi na míru, ale i svými chrámy skla a světla, ve kterých se po celém světě budou scházet lidé na různé akce nebo se jen setkávat u dobré kávy.

Jeden z takových chrámů nyní buduje v Holešovické tržnici. Na ploše 1700 metrů čtverečních aktuálně vzniká kulturní místo s různými plastikami včetně ikonických děl, jako jsou sklobetonová vitráž Oheň a sklo od Libenského a Brychtové nebo skleněný Mrak Reného Roubíčka, což je jedna ze stěžejních skleněných plastik úspěšného československého pavilonu na Expo 1970 v Ósace. Součástí bude kavárna, čítárna, bar, galerie i prostor pro setkávání.

„Vidím to jako naše poslání, skrze alchymii českého skla, světla a lidského dotyku vytvářet okamžiky úžasu, propojení a klidu, který po nich přichází. A tím možná měnit svět k lepšímu a ukotvovat lidi k přírodnímu a řemeslnému," říká Jakimič.

V Holešovicích si celý koncept otestuje. Do budoucna by rád přidal další „Temple of Glass and Light" v Londýně, New Yorku, Paříži a v jednom asijském velkoměstě.



Interiérová výzdoba *na míru vytvořená pro restauraci Nobu One Za'abeel v Dubaji.* **Foto: Lasvit**

balansio

Méně únavy
& vyčerpání

Krásná pleť
& celková vitalita

Skvělá
chuť

Regenerace
& růst vlasů

Podpora vitality
kostí & kloubů

Prémiové
doplňky
stravy

ALPIK.cz
bio & eko e-shop

www.alpik.cz | 774 775 777 | 30. dubna 3128/2b, Ostrava

HN066102

HN066104

jihostroj
AERO TECHNOLOGY & HYDRAULICS

VÝROBCE HYDRAULICKÝCH ČERPADEL
A LETECKÉ TECHNIKY

Preciznost · Inovace · Vysoké technické standardy
Špičková kvalita výrobků

www.jihostroj.com

▸Příběh firmy

Matouš Rendl
autori@hn.cz

630 tisíc granátů ročně už nestačí. CSG míří dál

Skupina Czechoslovak Group (CSG) začínala jako obchodník s nepotřebnou technikou Armády České republiky. O třicet let později vstoupila na amsterdamskou burzu s oceněním 25 miliard eur a se signálem, že z české firmy vyrostla globální průmyslová značka, která už dnes investuje do technologií budoucích bojišť. Jak se z obchodníka s kovovým šrotem stala globální průmyslová skupina? A kam míří skupina dál?

Proměna přitom začala poměrně nenápadně. V devadesátých letech Jaroslav Strnad obchodoval s přebytky vojenského materiálu po rozpadu Varšavské smlouvy. Postupně ale skupina přecházela od obchodu k výrobě, servisu a vlastním technologiím. Převzetí Tatry, budování vlastních kapacit pro výrobu munice nebo pozdější zahraniční akvizice postupně vytvořily základ dnešní CSG.

Generační výměna jako start expanze

Zásadní změna přišla v roce 2013, kdy řízení firmy převzal Michal Strnad. Skupina začala mnohem agresivněji expandovat na západní trhy a zároveň investovat do segmentů, které ještě před pár lety stály spíše na okraji obranného průmyslu.

Dnes provozuje klíčové výrobní závody kromě Česka také ve Spojených státech, Velké Británii, Španělsku, Itálii, Německu, na Slovensku, v Srbsku a Indii a své produkty vyváží do celého světa. Zaměstnává přes 14 tisíc lidí a zahrnuje více než sto firem. Po expanzi do USA se CSG stala největším výrobcem malorážové munice v západním světě, a pokud jde o munici velkorážovou, v Evropě se s CSG může měřit jen německý Rheinmetall.

Právě munice zůstává klíčovým pilířem celé skupiny. V loňském roce vyrobila skupina ve svých fabrikách přibližně 630 tisíc kusů velkorážové munice, z čehož zhruba 80 procent tvořila munice standardně používaná armádami NATO, tedy ráže 155 mm. Letos chce výrobu navýšit o dalších 20 procent a ve střednědobém horizontu cílí na 1,1 milionu ročně.

Na první pohled se neustále rostoucí investice CSG do dělostřelecké munice mohou jevit paradoxně. Jenže válka na Ukrajině každý den dokazuje, že dělostřelectvo je při vedení rozsáhlých vojenských operací stále nenahraditelné. A zřejmě ještě dlouho bude. Ukazuje se totiž, že technologie jako drony přes všechny předpovědi nevytlačují klasické zbraně, ale spíše je doplňují a propojují.

Loňský rok byl pro skupinu rekordní. Celkové tržby dosáhly 6,7 miliardy eur a upravený provozní zisk vzrostl na 1,6 miliardy eur (při marži 24 procent). Pro srovnání, marže Rheinmetallu a BAE Systems se pohybuje kolem 18, respektive 15 procent.

S těmito čísly skupina vstoupila v lednu na amsterdamskou burzu a v první den obchodování akcie posílily o více než 30 procent. Mezi kotevními investory figurovaly největší světové fondy jako BlackRock nebo Qatar Investment Authority. Tržní kapitalizace krátce překonala i hodnotu energetického gigantu ČEZ.

V květnu letošního roku přišla první vážná zkouška. Od lednového maxima se akcie CSG propadly o desítky procent. Částečně za tím stojí report spekulujícího amerického short-sellera Hunterbrook. CSG obvinění odmítla jako nepřesná a zavádějící a veřejně se proti nim ohradila. Ve stejném období nicméně klesly i akcie Rheinmetallu přibližně z 1900 pod 1300 eur, což by mohlo poukazovat na korekci týkající se celého obranného sektoru.

Sázky na příští dekádu

V současné době roste hlavně poptávka po dělostřelecké munici s větším dostřelem a Strnadova skupina tomu dlouhodobě přizpůsobuje svou produkci. Moderní armády už nechtějí jen větší množství granátů, ale také schopnost zasahovat cíle hluboko za linií fronty s maximální přesností. Právě tyto typy dnes evropské armády začínají poptávat stále intenzivněji.

Důkazem toho je i jeden z nejnovějších kontraktů, které skupina uzavřela před několika týdny. Munice dlouhého dosahu ráže 155 mm v hodnotě téměř 250 milionů eur pro evropského zákazníka. Ukazuje se, že evropské státy už nehledají pouze schopnost rychle doplnit sklady, ale stále více investují do modernějších a technologicky sofistikovanějších systémů.

Stejně výrazně se mění i oblast protivzdušné obrany. Letos na jaře CSG oznámila kontrakty na systémy protivzdušné obrany téměř za 2,5 miliardy dolarů pro zákazníky v jihovýchodní Asii. Součástí dodávek jsou vícevrstvé systémy různých dosahů postavené na podvozcích Tatra. Pro český obranný průmysl jde o jednu z největších mimoevropských zakázek posledních let.

Vedle klasických raketových systémů ale skupina sází také na nové technologie spojené s drony. Válka na Ukrajině ukázala, že levné komerční bezpilotní prostředky dokážou ničit techniku za miliony eur a že tradiční protivzdušná obrana proti nim často ekonomicky nedává smysl.

I proto italská Fiocchi Munizioni, kterou CSG koupila v roce 2022, představila letos novou generaci protidronové munice pro standardní útočné pušky NATO ráže 5,56 × 45 mm. Speciální typ střeliva využívá systém wolframových projektilů rozptylujících se po výstřelu a umožňuje vojákům reagovat na malé bezpilotní prostředky bez potřeby drahých raketových systémů.

Další důležitou sázkou na budoucnost je pro CSG dceřiná AviaNera Technologies. Název vědomě odkazuje na českou leteckou tradici značky Avia. Firma vyvíjí pohonné jednotky pro drony a takzvanou vyčkávací munici schopnou autonomního letu nad cílovou oblastí. Její ambicí je vytvořit evropský ekosystém výroby dronových technologií nezávislý na asijských dodavatelích kritických komponent.

Právě schopnost kombinovat klasickou průmyslovou výrobu s novými technologiemi dnes odlišuje CSG od řady tradičních evropských výrobců. Skupina nekupuje firmy jen proto, aby navyšovala kapacity. Snaží se ovládnout co největší část výrobního řetězce, od chemických vstupů přes munici až po finální platformy, radary nebo digitální systémy řízení palby.

To je vidět i na letošních akvizicích. V Rakousku vstoupila do Hirtenberger Defence Systems, výrobce minometných systémů a digitálního řízení palby. V Řecku investuje do obnovy výroby TNT a automatizovaných linek pro plnění granátů ráže 155 mm. A v Maďarsku vstoupila do skupiny 4iG Space & Defence i tradiční automobilky Rába.

Výroba *velkorážové munice v MSM Group ze skupiny CSG (nahoře). České bojové vozidlo Pandur 8x8 EVO vyvinuté v Kopřivnici společností Tatra Defence Vehicle ze skupiny CSG (dole).* **Foto: CSG**

Právě tam se otevírá jedna z největších exportních příležitostí v podobě výroby a dodávek tisíců vojenských vozidel a zároveň možné zapojení do výroby amerických raketometů HIMARS pro Maďarsko prostřednictvím integrace těchto systémů na platformy Tatra.

V jednom z posledních rozhovorů většinový vlastník a CEO Michal Strnad otevřeně popsal, že budoucnost skupiny vidí právě v segmentech protivzdušné obrany, protidronových systémů a dalších technologií moderního bojiště.

A právě v tom spočívá i síla CSG: už dávno nejde jen o firmu vyrábějící vojenskou techniku. Stále více se snaží být ambiciózní technologickou průmyslovou skupinou, která se připravuje na potřeby budoucích konfliktů dřív, než se naplno objeví.

Text vznikl ve spolupráci s CSG.

HN066091

Brož montáže

SINCE 1992

Jsme česká firma, která patří mezi celosvětově vyhledávané partnery v oblasti montáží ocelových konstrukcí a regálových systémů.

3 300+ realizovaných projektů

900+ zaměstnaných montérů

PROJEKTY USA, Kanada, Austrálie i celá Evropa

- **zkušení montéři a technické týmy**
- pravidelné hodnocení a rychlý kariérní růst
- profesionální přístup na každém projektu
- důraz na bezpečnost a kvalitu práce

- **naše školicí centrum v Pravech je jediné svého druhu v ČR v oboru regálových konstrukcí**
- zaškolení nových i proškolení zkušených montérů

- **moderní kanceláře v Pardubicích "Višňovka" oceněné Stavbou roku Pardubického kraje roku 2025**
- o naše montéry a projekty se stará více než 100 zaměstnanců napříč třemi světadíly

HLEDÁME POSILY DO TÝMU

- hledáme montéry ocelových konstrukcí, nováčky i zkušené, kteří chtějí cestovat
- hledáme kolegy na technické a administrativní pozice, kteří chtějí pracovat na projektech s mezinárodním přesahem
- profesionální zázemí a podpora týmu, silná firma s dlouhodobým růstem

AKTUÁLNĚ NABÍRÁME NA POZICE:

- **Rozpočtář regálových systémů**
- **Měřicí technik**
- **Montér ocelových konstrukcí**

PŘIDEJ SE K NÁM!

jobs.montazebroz.com

+420 601 384 459 | prace@montazebroz.com | www.montazebroz.com

HN066245

Lorenc Logistic, s. r. o.:

Všestranný partner pro komplexní logistické výzvy

Efektivní logistika dnes neznamená jen pouhý přesun zboží z bodu A do bodu B. Klíčovou roli hraje stabilita procesů, bezpečnost dodavatelského řetězce, technologická připravenost i schopnost dlouhodobě reagovat na měnící se požadavky průmyslu a obchodu.

Společnost Lorenc Logistic, s. r. o. patří mezi české logistické společnosti s více než 30letým působením na trhu a širokým portfoliem služeb v oblasti dopravy, skladování a komplexního řízení logistických procesů. Dlouhodobě se zaměřuje na propojení jednotlivých logistických segmentů do funkčního celku, který dokáže reagovat na požadavky průmyslových podniků, retailu i mezinárodních výrobních řetězců.

Významnou část aktivit tvoří **mezinárodní kamionová doprava** realizovaná napříč evropskými trhy. Důraz je přitom kladen nejen na přepravní kapacity, ale také na transparentní plánování, efektivní využití tras a vysokou provozní spolehlivost.

Společnost se dlouhodobě **specializuje na náročné a specifické typy přeprav,** kde je prioritou vysoká míra bezpečnosti, procesní řízení a splnění přísných zákonných standardů.

Lorenc Logistic, s. r. o. zajišťuje přepravy chemických produktů v režimu dohody ADR, přepravy zboží s vysokými bezpečnostními nároky podle standardu TAPA i logistické operace spojené s přepravou nebezpečných odpadů. Další specializací společnosti jsou přepravy do Velké Británie realizované v souladu s prestižním standardem FORS Silver.

Logistické portfolio doplňuje **přepravní systém FOFR**, zajišťující distribuci především nadrozměrných a atypických zásilek. Tato síť klade důraz na flexibilitu a regionální dostupnost, přičemž i zde jsou standardem přepravy nebezpečných látek v rámci dohody ADR.

Podstatnou součástí **komplexního servisu** je **skladová logistika**, která dnes představuje nedílnou součást efektivního řízení dodavatelských řetězců. Důležitou roli nehraje pouze samotná kapacita skladů, ale především schopnost zajistit bezpečnost, dohledatelnost zásilek a plynulé propojení skladových procesů s dopravou a distribucí.

Lorenc Logistic, s. r. o. disponuje více než 35 000 m² skladovacích prostor strategicky rozmístěných po České republice. Logistické areály umožňují uskladnění běžného i paletového zboží, atypických zásilek, ADR zboží i produktů v režimu GMP+ FSA. Součástí skladových služeb je také logistický servis zahrnující příjem zboží, manipulaci, evidenci, expedici i fulfillment pro e-commerce segment.

Certifikace potvrzují důraz na kvalitu i bezpečnost.

Rostoucí požadavky trhu vedou logistické společnosti k důslednému nastavování interních procesů a mezinárodních standardů. Lorenc Logistic, s. r. o. dlouhodobě rozvíjí systém řízení kvality, bezpečnosti i environmentální odpovědnosti. Potvrzením tohoto směřování je fakt, že společnost je držitelem několika významných certifikací.

V oblasti bezpečnosti logistických operací splňuje společnost požadavky TAPA TSR Level 1, zaměřené na nejpřísnější ochranu přepravovaných zásilek v rámci mezinárodního dodavatelského řetězce. V oblasti chemické logistiky pak společnost splňuje standard SQAS a v segmentu krmivářství certifikaci GMP+ FSA.

Mezi aktuální milníky patří úspěšná obhajoba certifikace ISO 27001, která reflektuje rostoucí význam kybernetické bezpečnosti a ochrany informací v logistických procesech. Digitalizace dodavatelských řetězců i rostoucí objem sdílených dat dnes činí z informační bezpečnosti jednu ze stěžejních oblastí moderní logistiky.

V návaznosti na bezpečnost a řízení kvality se společnost zaměřuje také na udržitelný rozvoj. Certifikace ISO 9001 a ISO 14001 stvrzují standardizované řízení kvality a ekologických procesů, které deklarují, že Lorenc Logistic, s. r. o. přistupuje k udržitelnosti s dlouhodobým závazkem. Důkazem této iniciativy je probíhající přechod na odebírání zelené energie v Lovosicích a plánovaná realizace fotovoltaických systémů na centrálním sídle v Klatovech. Společnost věří, že tato technologická modernizace významně posílí ekologickou infrastrukturu celého zázemí.

Zelený přístup k podnikání se promítá i do samotné infrastruktury společnosti. Logistické budovy a skladové prostory využívané společností Lorenc Logistic, s. r. o. splňují přísné požadavky mezinárodní certifikace BREEAM. Atestace potvrzuje, že budovy efektivně nakládají s energiemi a vodou, vykazují nízkou uhlíkovou stopu, využívají šetrné technologie a zajišťují zdravé vnitřní prostředí s vysokým komfortem pro zaměstnance.

Důležitou součástí ekologické strategie je udržitelná přeprava. Z toho důvodu Lorenc Logistic, s. r. o. systematicky modernizuje jak svou nákladní flotilu, tak vozový park služebních automobilů. Všechny tahače striktně splňují emisní normu Euro 6. Tato evropská legislativa klade vysoké ekologické nároky na moderní flotily, přičemž se zaměřuje zejména na výrazné snížení emisí oxidů dusíku a pevných částic v silniční dopravě. Souběžně s tím společnost obohatila segment služebních vozů o plně elektrickou verzi a pro její efektivní provoz vybudovala vlastní nabíjecí stanici.

Ucelená logistika jako pilíř stabilních dodavatelských řetězců.

Poslední roky ukázaly, že logistika je důležitou součástí fungování výroby i obchodu. Společnosti stále častěji hledají partnery schopné zajistit stabilitu, provozní kontinuitu a schopnost reagovat na výkyvy trhu.

Vedle technologického rozvoje hraje zásadní roli také dostupnost a napojení na infrastrukturu. Své logistické areály společnost neustále rozvíjí tak, aby dokázala flexibilně pojmout další projekty v rámci dlouhodobé spolupráce.

Lorenc Logistic, s. r. o. se tak **vzhledem k šíři svého zaměření** stává **všestranným partnerem** pro standardní i nestandardní logistické výzvy.