

DLUHOPIŠY

	včera	před týd.
Česko	0,90	0,86
Německo	0,29	0,29
Francie	0,64	0,63
Itálie	1,98	1,97
Španělsko	1,45	1,42

Pekaři mají dva úvazky: pečou a pak prodávají

Pekárny si zřizují své prodejny. Reagují tak na výpadek odbytu kvůli rozpékanému pečivu.

Jan Brož
redaktor MF DNES



Příchod zmrazeného a rozpékaného pečiva před pár lety znamenal pro tradiční středně velké a malé pekárny tvrdou ránu. Kvůli možnosti řetězců dopékat pečivo přímo na prodejné přišly podle odhadů Svazu pekařů a cukrářů (SPaC) až o čtvrtinu odbytu.

Pekárny však našly možnost, jak si výpadek vynahradiť. Místo dodávek do řetězců si stále častěji otvírají vlastní prodejny. „Obchodníci rozpékaným pečivem vzali pekárám část trhu, a tak si musí pekárny zajišťovat prodeje sami,“ popisuje trend předseda SPaC Jaromír Dřízal. Zatímco řetězce se tak díky rozpékáním staly v podstatě výrobci, pekárny jsou stále častěji zároveň i obchodníci.

Na vlastní prodejny sází dlouhodobě třeba pelhřimovská pekárna Adélka. „Máme 23 prodejen a udáme skrze ně více než třetinu produkce. V některých segmentech, jako je třeba cukrařina, je to sto procent,“ říká šéf firmy Roman Teisler. Aby byly výrobky čerstvé, je podle něj nutné zavázat obchody třikrát denně a omezit se tak na maximální okruh padesáti kilometrů od pekárny.

Nejen v hlavním městě mají silné

zastoupení například prodejny pekárství Ječmínek či pekárny Kabát, na Pardubicku a Královéhradecku je to zase lanškrounská pekárna Sáza a vysokomýtský Nopek, na Brněnsku pak židlochovická Karlova pekárna, která provozuje jednu prodejnu dokonce i v Praze.

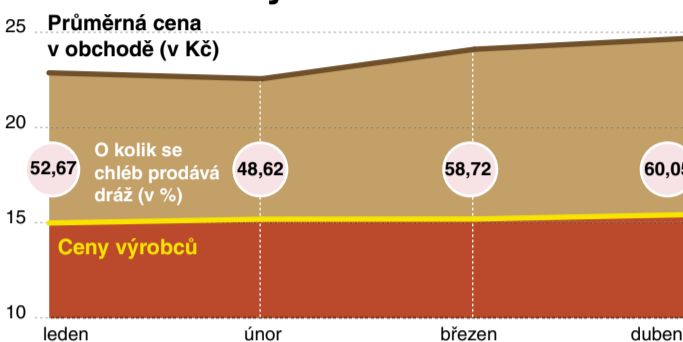
Podle kvalifikovaného odhadu SPaC v Česku existuje už zhruba 2,5 tisíce specializovaných prodejen, kde se prodá 15 procent pekařské produkce. U některých výrobků je však tento podíl výrazně vyšší. Například chleba se tam prodá podle dat společnosti GfK Czech až 44 procent.

Pekárnám v osamostatnění pomohla i lepší ekonomická situace domácností a rostoucí poptávka po kvalitnějších a zdravějších produktech. „Díky zvyšující se koupěschopnosti si lidé chtějí na chlebu pochutnat,“ hodnotí současný trend Dřízal.

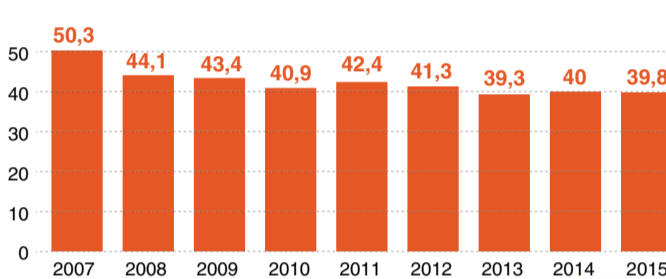
Roste zejména poptávka po dražších celozrnných, vícezrnných či žitných chlebech, pro které zákazníci chodí častěji právě do specializovaných pekárství. „Řetězce se snaží stlačit cenu co nejvíce dolů, do vlastních prodejen můžeme dát kvalitnější a dražší produkty, na kterých máme i větší marži,“ vysvětluje výkonný ředitel pekárny Nopek Bohumil Štanglica.

Výhodou pro pekárny je, že ve vlastních prodejnách odpadá obchodní přírůstek řetězců. Ta u chle-

Kolik stojí chléb



Kolik chleba Češi snědí (v kg)



Pramen: ČSÚ

ba podle dat Potravinářské komory dosahuje v průměru přes 56 procent. „Na řetězcích jsou ceny základního sortimentu příliš stlačené, ale obchodníci na nich i tak mají díky nízkým cenám od pekařů nemalé marže,“ potvrzuje Teisler. Provozování vlastní sítě prodejen není pro pekárny samospatitelné. Musí počítat s řadou starostí navíc, investovat do vybavení, zaměstnat personál a postarat se o náročnou logistiku. Podle Štanglici budou řetězce hrát i nadále klíčovou roli, a většina produkce se tak na trh dostane i v budoucnu skrze ně.

Cenový tlak obchodníků pak vede k tomu, že ceny v Česku nedosahují v průměru ani výše jedno euro za kilogram chleba, a zůstávají tak spolu s Bulharskem, Maďarskem či Litvou nejnižší v Evropě. Celoevropský průměr je přitom zhruba 1,5 eura za kilogram chleba.

Nízké dodavatelské ceny stlačené obchodníky tak sice patří mezi hlavní problémy tuzemského pekárství, na rozdíl od minulosti je však už pekárny nezmiňují na prvním místě. Podle Dřízala pekaře v současnosti nejvíce tíží katastrofální nedostatek pracovních sil.

„V pekárství by bylo možné okamžitě zaměstnat minimálně tisíc lidí, to je 5 procent všech zaměstnanců v českých pekárnách,“ konstatuje Dřízal. Mezi další problémy patří zvyšující se byrokratická zátěž a skutečnost, že v současnosti dochází v řadě podniků ke generační obměně. Majitelé přitom nezřídka narážejí na nezáměr potomků náročného podnikání převzít. „Přesto má pekařské řemeslo před sebou dobrou budoucnost, jak je vidět ve vyspělých státech Evropy,“ dodává Dřízal.

Krácení DPH

Policie obvinila čtyři muže

Z krácení daní se škodou zhruba 334 milionů Kč obvinila policie čtyřech mužů. Jeden Iráčan, dva Češi a jeden Slovák měli nejméně od roku 2008 až do roku 2010 obchodovat se záměrně nadhodnoceným zbožím neznámého původu, přičemž cílem nebyl zisk z podnikatelské činnosti, ale dosažení neoprávněného vyplacení nadměrných odpočtů DPH. (ČTK)

Automobily

VW bude dodávat motory do Ruska



Německý koncern Volkswagen bude dodávat motory ruské automobilce GAZ. Do Ruska v průběhu příštích pěti let vyveze 200 000 agregátů. Ve čtvrtek představitelé obou společností podepsali dohodu o prodloužení spolupráce při výrobě vozů Škoda a Volkswagen v Rusku do roku 2025. (ČTK)

Spor

Živnostníci žádají odvolání Štěcha

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) požaduje odvolání předsedy Senátu Milana Štěcha (ČSSD), který mluvil o zvýšení odvodů pro živnostníky jako způsobu, jak získat zaměstnanec pro tuzemské firmy. Štěchova čtvrtletní slova ze sjezdu odborového svazu Kovo v Olomouci asociace považuje za skandální a za zatím nejbrutálnější útok na živnostníky posledních let. (ČTK)

Pláž u továrny zmizela, ale plavky šijí pořád

Jihlava je centrem plavkového průmyslu. Název firmy Modeta přežil, ovšem na zboží je teď jen značka Axis

Jaroslav Paclík
redaktor MF DNES



Kdysi to bývala továrna na punčochy a podobné zboží. Patřila rodině Seidnerových.

„Přes pamětníky jsem zjistil, že u řeky, jejíž koryto dříve mělo trochu jiný tvar, vznikla v její vnější části malá písčinná pláž. Zde majitel tehdejší továrny zaměstnancům umožňoval odpočinek. A to tehdy Seidnerova fabrika neměla ještě nic společného s výrobou plavek!“ říká současný obchodní ředitel jihlavské společnosti Modeta Style Alexandr Rauscher.

Plavky se v Jihlavě začaly vyrábět až v padesátých letech minulého století. V tu dobu už podnik nepatřil Seidnerovým, ale po znárodnění v rámci státu.

„Před Modetou v tuzemsku vyráběl plavky ještě Jitex Písek. Ten byl po znárodnění také součástí národního podniku Pletářské závody, ale tehdy pomalu utlumoval výrobu plavek. Ta se pak následně přesunula právě do Jihlavy,“ vysvětluje Rauscher.

Plavky se v počátcích výroby v Jihlavě samozřejmě šily ze zcela jiných materiálů než dnes. Byly méně pružné. „Pamětníci si budou

možná pamatovat ‚adamky‘. Byly to plavky slipového typu, měly knoflíky na straně,“ připomíná tehdejší pánskou módu obchodní ředitel.

Později se na plavkách začal objevovat typický kovový emblém - písmeno „m“ v oválu. Ve svém archivu má firma osvědčení o zápisu ochranné obrazové známky u pražského Úřadu pro patenty a vynálezy. Dokument je z června 1970.

Svetry na centrále, plavky v Březinových sadech

„Emko“ zůstalo výrobcem plavek i po sametové revoluci v roce 1989 a po následné privatizaci tehdejšího textilního státního podniku Modeta. „Modeta měla tehdy spoustu segmentů, které šly do privatizace různým způsobem. V roce 1992 jsme byli oddělení jako závod 02 - Březinovy sady,“ zmínil Alexandr Rauscher. Právě závod 02 získal ochrannou známku s typickým emblémem.

Naopak logo s textem Modeta zprivatizoval jiný podnikatel, který koupil hlavní výrobní závod 01 ve Starých Horách. Svetry pak tedy měly značku Modeta a na plavkách mohlo být našité „emko“.

V poslední době se už na nich písmeno „m“ neobjevuje. Hlavní značkou Modety Style je totiž Axis. Toto



Sedmdesátá léta Plavky se v Jihlavě šijí od poloviny minulého století. Model na fotografii patří do kolekce ze 70. let. Foto: archiv Modeta Style



logo bylo zpočátku používáno jen na sportovním oblečení, teď už se objevilo i na plavkách.

Móda poangličtívání

„V polovině 90. let bylo ve společnosti povědomí, že vše zahraniční je lepší než to české. Tak se hodně poangličtívávalo,“ připomíná Rauscher. Modeta Style si tehdy klasické plavky nechala dál s „emkem“, ale chtěla oddělit sportovní značku.

„Sportovní větve výroby, kterou jsme v roce 1996 začali rozvíjet, jsme se rozhodli poangličtít,“ vysvětluje manažer firmy. A proč s kolegy šáhl zrovna po názvu Axis?

„Samozřejmě jsme hodně přemýšleli, jak postupovat. Nakonec to byl spíše náhodný výběr. Jedním z faktorů bylo písmeno A na začátku - s

ohledem na případné hledání nebo řazení výrobků podle abecedy. Sportovní značka měla být dále jednoslovná a znít dynamicky. A v televizi tehdy dávali seriál Akta X a bylo populární mít cokoli s iks. I toto nakonec trochu hrálo roli,“ připustil obchodní ředitel firmy Modeta Style.

Přibližně za deset roků se značka sjednotila - Axis se pak už jmenovaly i plavky. „Všechny produkty jsme dostali do Axisu a tak je tomu doposud,“ říká Rauscher.

Stále větší část tržeb firmy zaujímá sportovní oblečení, které už v Jihlavě výrobně převažuje nad plavkami a plážovým ošacením. „Dnes se věnujeme vývoji a produkci výrobků pro fitness, outdoor, running... Sportovní segment prudce roste, neustále jej rozšiřujeme,“ vysvětluje ředitel. Největší část zboží končí na tuzemském trhu. Co se týče exportu, tak Modeta Style vyváží zejména do Německa. Její výrobky jsou ale k dostání třeba i v Anglii či Austrálii.

V aktuálním katalogu má firma i námořnické retro plavky. Nezařadí do něj někdy v budoucnu opět i řadu s „emkem“? Obchodní ředitel Rauscher to nevyklučuje.

Současná Modeta Style má okolo stovky zaměstnanců, její tržby se v posledních letech stabilně pohybují kolem 30 milionů korun.