

LeasePlan magazín

LeasePlan | 16. ročník | jaro 2016 | 45 Kč

Více konzultací

LeasePlan posílí svou
poradenskou roli

Lukáš Krenželok

Právě pro play-off
hrajeme hokej



It's easier to leaseplan



VOLVO V60 CROSS COUNTRY

Volvo V60 Cross Country je díky své konstrukci vhodné i do nepohody. Zvýšený podvozek o 65 mm a mimořádně velká kola mu umožňují podat dobrý výkon jak na klikatých horských silnicích, tak na drsných štěrkových cestách. Ať už si vyberete Volvo V60 Cross Country nebo Volvo S60 Cross Country, můžete si být jisti, že se před vámi otevře každá cesta.

ZAČNĚTE ŽÍT. SVOBODNĚ.
MADE BY SWEDEN

VOLVOCARS.CZ



Kombinovaná spotřeba paliva: 4,2–8,5 l/100 km.
Emise CO₂: 111–198 g/km.

Obsah

- 4 **LeasePlan News**
Aktuality ze světa LeasePlanu
- 6 **Tradiční anketa**
Autem roku 2016 v České republice je Škoda Superb
- 10 **Služby LeasePlanu**
SwopCar umožní samoobslužné sdílení firemních vozidel
- 13 **Michal Červenka**
Zaměříme se na konzultativní komunikaci s klienty
- 16 **Hodnocení klientů**
V průzkumu spokojenosti s poskytovateli operativního leasingu si nejlépe vedl LeasePlan
- 18 **Lukáš Krenželok**
Právě pro play-off ten hokej hrajeme
- 20 **Služby LeasePlanu**
Značky na přání můžete mít i na pronajatých vozech
- 22 **Dodavatel LeasePlanu**
BENZINA přichystala hned několik novinek
- 24 **Analýza trhu**
Když chci mít něco velmi levné, zafunguje princip bot z tržnice – na konci je nespokojenost
- 28 **Test LP magazínu**
Opel Astra
- 32 **Test LP magazínu**
Kia Optima
- 36 **Klient LeasePlanu**
Oresi je jedničkou na trhu, kuchyň si tu vybere každý
- 38 **Očima expertů**
Bohatneme, ale naše auta stárnou. Co děláme špatně?
- 40 **Alternativní pohony**
CNG se vyplatí i poté, co cena ropy prudce klesla
- 42 **Operativní leasing a daně (53. část)**
Změny v účtování leasingu podle IFRS
- 42 **Změny v síti smluvních partnerů**
- 44 **LeasePlan podporuje**
Každý si zasluží dostat šanci
- 48 **LeasePlan podporuje**
Propojili sportovní ambice a touhu pomáhat
- 50 **Cestování ve středověku**
Jak Jindřich IV. předhonal závodníky Tour de France
- 52 **Zábava / Křížovka**

Editorial

Vážení čtenáři,

vítejte na stránkách prvního LeasePlan magazínu roku 2016.

V květnu uběhne přesně dvacet let od chvíle, kdy jsme na pražském Žofíně představili médiím náš full-service leasing, do té doby ve zdejších krajích neznámý produkt.

V příštích měsících už jsme podepisovali smlouvy s prvními zákazníky. Je skvělé, že mezi nimi byly firmy, které jsou našimi klienty dodnes. Moc jim za to děkuji.

Do třetí dekády své obchodní činnosti vstupujeme s nejvyššími ambicemi. I nadále chceme být vedoucí společností oboru. Ostatně LeasePlan si ani jiné cíle dávat nemůže.

První podmínkou je nalezení nových obchodních příležitostí, jako se nám to povedlo v případě produktu LeasePlan Go, jehož prostřednictvím jsme za necelé dva roky předali klientům z řad malých firem či drobných živnostníků už více než tisícovku vozů.

A druhým nezbytným předpokladem je udržení důvěry Vás, našich stávajících klientů.

Chtěl bych Vám v této souvislosti poděkovat za přízeň, kterou jste nám projevili v rámci pravidelného průzkumu spokojenosti, jenž naposledy proběhl loni na podzim.

Z výsledků, které zpracovává renomovaná agentura TNS, vyplývá, že zákazníci české pobočky patří v rámci celé skupiny LeasePlan k těm vůbec nejspokojenějším.

Závěry korporátního průzkumu navíc potvrdila analýza nezávislé společnosti Fleet Partners, podle níž má na českém trhu operativního leasingu nejvíce spokojené klienty právě LeasePlan. Podrobněji se oběma studiím věnujeme na následujících stranách.

Víme, že Vaši důvěru nemáme předplacenou. Proto nadále přemýšlíme, jak ji upevnit dalším zkvalitňováním služeb. V rozhovoru s novým šéfem klientského oddělení Michalem Červenkou se například můžete dočíst, že posílíme svou proaktivní a konzultantskou roli v rámci dennodenní péče o Vaše flotily. Věřím, že budete spokojeni.

Přeji Vám krásné jaro!

Jaromír Hájek
generální ředitel
LeasePlan Česká republika



Nový etický kodex má 5P

LeasePlan má nový etický kodex. Je závazný pro všechny zaměstnance a definuje hlavní cíle společnosti, pravidla pro jednání s obchodními partnery, ale třeba i misi a vizi firmy: „Budoucnost LeasePlanu je v tom přesvědčit klienty, že jim dokážeme ulehčit ve všech činnostech týkajících se jejich mobility. Tak nakonec zní i hlavní poselství LeasePlanu – maximálně klientům zjednodušit fleet management a mobilitu jejich řidičů. Naše vize pak objasňuje, čeho chceme dosáhnout. Mít pověst globálního lídra v oblasti fleet managementu a mobility řidičů. Tato vize se pak odráží v následujících bodech (v angličtině „pěti P“):

- **Performance (výkon)** – být nejhodnotnější partner v poskytování služeb
- **Portfolio (portfolio)** – být lídr v oblasti inovací služeb fleet managementu
- **Processes (procesy)** – usnadnit práci všem partnerům v hodnotovém řetězci
- **Planet (planeta)** – podporovat udržitelnost a odpovědnost
- **People (lidé)** – být prostě tím nejlepším zaměstnavatelem“

Etický kodex je dostupný na stránkách www.LeasePlan.cz a je možné se na něj odkazovat například při sjednávání obchodních podmínek upravujících smluvní spolupráci s LeasePlanem.

LeasePlan dostatečně chrání osobní data

Evropský inspektor ochrany údajů (EDPS) schválil korporátní standardy LeasePlanu pro nakládání s osobními údaji. LeasePlan se jako vůbec první poskytovatel operativního leasingu v České republice zařadil mezi společnosti, které implementovaly tzv. BCR (Binding Corporate Rules neboli Závazná podniková pravidla). Přijímají je zejména korporace, které jimi definují svou globální politiku v oblasti předávání osobních dat. BCR jsou všeobecně respektována jako dostatečná záruka ochrany soukromí a základních práv i svobod jednotlivců v souladu s relevantními evropskými normami. Vždy aktuální seznam společností, kterým EDPS schválil příslušná pravidla, je k dispozici na webových stránkách Evropské komise.



Hvězda týmu

LeasePlan Go ovládla Jizerskou padesátku

Norský běžec Petter Eliassen, hájící barvy týmu LeasePlan Go, je zatím králem letošního ročníku série vytrvalostních závodů Ski Classics. Potvrdil to i 10. ledna před českým publikem na 49. ročníku slavné Jizerské padesátky, kde suverénně zvítězil s více než třiminutovým náskokem. Cílem tak projížděl zcela osamocen. Druhé místo vybojoval jeho krajan Johan Kjølstad a třetí post další Nor, Anders Auckland. Český závodník Stanislav Řezáč dojel dvanáctý.

Tvůrce otevřené kalkulace se setkal se svými pokračovateli

Ve výborné kondici oslavil už své 84. narozeniny Huib van der Meulen, autor tzv. otevřené kalkulace, jíž se LeasePlan proslavil po celém světě a která je dodnes jeho vlajkovou lodí. Na konci ledna se přišel podívat do bruselského muzea automobilů (Autoworld Museum Brussels) mezi své pokračovatele na setkání pořádané bývalým viceprezidentem skupiny a pozdějším generálním ředitelem belgické pobočky Michelem Van den Broeckem, který se rozhodl odejít na zasloužený odpočinek. S oběma pány se pozdravil i generální ředitel české pobočky Jaromír Hájek. Inovativní přístup Huiba van der Meulena stál na počátku budoucího globálního úspěchu firmy. Aby jako tehdejší dealer vozů Opel udržel jednoho významného klienta, nabídl mu místo prodeje aut jejich dlouhodobý pronájem doplněný několika službami. Zanedlouho Huib van der Meulen posílil řady LeasePlanu, který na jeho nápadu postavil svou otevřenou kalkulaci (open book system, dnešní Partner Plan). Ale letí to – od této převratné události uteklo už více než půlstoletí.



Vyčíslování nadměrného opotřebení s jakostí ISO

Ještě na konci loňského roku obdržela česká pobočka LeasePlanu obnovený certifikát jakosti ISO pro proces ohodnocování nadměrného opotřebení vozů. Opětovně udělení certifikátu od renomované společnosti TÜV je potvrzením vysoké profesionality firmy v oblasti, která je obecně na leasingovém trhu vnímána jako velmi problematická. LeasePlan je dlouhodobým propagátorem transparentního průběhu vyčíslování nadměrného opotřebení vozů vrácených po skončení leasingu. V případě LeasePlanu toto vyčíslení stanovují inspektoři nezávislé firmy SGS, kteří postupují na základě přesně definovaných mezinárodních manuálů.



Autem roku 2016
v České republice je

Škoda
Superb



V úterý 16. února se v TOP Hotelu Praha uskutečnil závěrečný galavečer ankety Auto roku 2016 v České republice. Prestižní titul získal vůz Škoda Superb. Zástupcům vítězné automobilky předal trofej Jaromír Hájek, generální ředitel společnosti LeasePlan ČR, která byla generálním partnerem letošního, už 22. ročníku tradiční soutěže.



„Anketa Auto roku v ČR si mezi odbornou i laickou veřejností vybudovala veliké renomé. Podílet se na této prestižní akci proto pro nás bylo velkou ctí. Myslím, že jsme významně přispěli k profesionálnímu průběhu celého ročníku i k reprezentativnímu vyznění galavečera, na němž se potkala elita českého automobilového byznysu,“ říká marketingový manažer LeasePlanu Tomáš Bursík.

Napětí do poslední chvíle

Anketu vyhlašují Klub motoristických novinářů a Klub motoristických publicistů ve spolupráci se Svazem dovozců automobilů a Sdružením automobilového průmyslu. Porota, složená z odborných motoristických novinářů, volila ze tří desítek nominovaných vozů. V první fázi z nich vybrala pěti finalistů: Ford Mustang, Opel Astra, Subaru Levorg, Škodu Superb a Volvo XC90. Definitivní rozuzlení letošního ročníku pak přinesl až slavnostní večer. Nejvíce bodů posbírala Škoda Superb. Šéf LeasePlanu pak na pódiu pogrataloval členovi představenstva společnosti Škoda Auto Bohdanu Wojnarovi a řediteli prodejní organizace Škoda Auto Česká republika Luboši Vlčkovi.

Další ocenění

V TOP Hotelu Praha se ale předávala i další ocenění. Sdružení automobilového průmyslu například udělilo tuzemským podnikům podílejícím se na výrobě vozu Škoda Superb právo používat v tomto kalendářním roce označení Dodavatel pro Auto roku 2016 v České republice. Čtyři z finalistů se zároveň prosadili i v hlasování veřejnosti, které probíhalo v pěti kategoriích na webových stránkách soutěže. V nižší střední třídě uspěl Opel Astra, ve střední a vyšší třídě Škoda Superb, mezi terénními a velkoprostorovými automobily se největší přízvi těšilo Volvo XC90 a nejoblíbenějším „sportákem“ je Ford Mustang. V segmentu městských vozů pak triumfovala Mazda CX-3. Známá už je i vítězka SMS soutěže o šek v hodnotě 300 000 Kč, určený k nákupu některého z nominovaných aut. Na pódiu si ho převzala paní Ivanka Redková ze Zlína. Vyhlášeny byly rovněž dvě speciální kategorie. Technickou inovací roku 2016 v České republice je technologie EyeSight, použitá ve voze Subaru Outback, Ekologickým autem roku 2016 pak Volkswagen Golf GTE.

Výsledky ankety Auto roku 2016 v České republice

1. ŠKODA SUPERB	1422 BODŮ
2. OPEL ASTRA	1125 BODŮ
3. SUBARU LEVORG	1042 BODŮ
4. VOLVO XC90	851 BODŮ
5. FORD MUSTANG	810 BODŮ

Hlasování veřejnosti

NIŽŠÍ STŘEDNÍ TŘÍDA

1. OPEL ASTRA
2. SUBARU LEVORG
3. MINI CLUBMAN

TERÉNNÍ A VELKOPROSTOROVÉ VOZY

1. VOLVO XC90
2. VOLKSWAGEN TOURAN
3. LAND ROVER DISCOVERY SPORT

MĚSTSKÉ VOZY

1. MAZDA CX-3
2. HONDA HR-V
3. MAZDA2

STŘEDNÍ A VYŠŠÍ STŘEDNÍ TŘÍDA

1. ŠKODA SUPERB
2. SUBARU OUTBACK
3. BMW 7

SPORTOVNÍ VOZY

1. FORD MUSTANG
2. AUDI R8
3. MERCEDES-AMG GT



Ted' pochopíte, proč se ženy ani auta nepůjčují



SPORTAGE



Zcela nová Kia Sportage

The Power to Surprise

Počítejte s tím, že po vaší zcela nové Kia Sportage bude koukat každý. Ti odvažnější ji budou možná chtít i půjčit. Může za to její výrazný design, bezkonkurenční cena, chytré technologie a sedmiletá záruka.



Nová Kia Sportage. Kombinovaná spotřeba 4,7-7,6 l/100km. Emise CO₂ 124-177 g/km. Vyobrazení vozu je pouze ilustrativní a může obsahovat doplňkovou výbavu. Pro bližší informace o ceně navštivte www.kia.com.



SwopCar

umožní samoobslužné sdílení firemních vozidel

LeasePlan uvádí na trh novou službu pro sdílení vozidel – SwopCar. Klientům umožní využívat vozy jednotlivými zaměstnanci podle aktuálních potřeb. Tím lépe pokryjí požadavky na mobilitu a optimalizují výdaje na vozový park.

Rezervační systém a proces přístupu k vozidlu nevyžaduje žádnou asistenci fleet manažera

LeasePlan chce službou SwopCar ulehčit zákazníkům administrativu a operativu spojenou s přidělováním referentských aut. Tedy těch, která nemají svého určeného řidiče. Pilotními zeměmi pro vyzkoušení služby jsou Nizozemsko a Lucembursko, globální uvedení se očekává v nejbližších měsících. Česká pobočka bude službu nejdříve interně testovat. „Klienti díky SwopCar dosáhnou toho, že vozidla budou optimálně využívána, sníží se produkce emisí a také se výrazně zredukuje potřeba parkovacích míst. SwopCar je služba, která se dívá do budoucnosti. Jde o flexibilní řešení, které odpovídá na zvýšené nároky na chytrou mobilitu a využívání dopravních prostředků,“ říká obchodní ředitel společnosti LeasePlan Nick Salkeld.

Stačí chytrý telefon

Technologie, která stojí za programem SwopCar, dává zaměstnancům s nárokem na užívání referentských vozidel přístup k rezervační on-line aplikaci pro chytré telefony. Její pomocí můžou sledovat dostupnost

vozidel, zamluvit a plánovat si jejich využití. Rezervační systém a proces přístupu k vozidlu je samoobslužný a nevyžaduje asistenci fleet manažera. O mytí, tankování a vůbec o údržbu vozů se stará smluvní dodavatel LeasePlanu. SwopCar snižuje náklady na mobilitu a nabízí fleet manažerovi přesný a transparentní přehled o využití vozidel, a tím i o tom, kteří zaměstnanci, jak a kdy službu potřebují a používají. Každé vozidlo napojené na SwopCar je neustále pod kontrolou. Díky tomu lze docílit toho, aby bylo stále řádně udržované, čisté a natankované. Fleet manažera to zbavuje administrativní nebo operativní zátěže, protože mu odpadá agenda s rezervacemi, předáváním klíčů, kontrolou stavu vozidel a sledováním najetých kilometrů. Reportingový systém mapuje využití vozidel a dokonce poskytuje informace o emisích, čímž může pomoci firmám se silnějším zájmem o udržitelný rozvoj. Bezvýznamný není ani komfort, který služba poskytuje samotným zaměstnancům.



SwopCar

Car sharing made easier by LeasePlan

Hlavní výhody služby SwopCar

- ✓ Zařízení je instalováno do vozidla, aniž by to mělo vliv na jakoukoli záruku
- ✓ Vhodné řešení pro poolová (referentská) auta ve firmách, které tak nemusí nést náklady spojené se zajišťováním činnosti interní půjčovny
- ✓ Efektivní objednávání, samoobslužné předávání i hodnocení stavu vozidel
- ✓ Automatická rezervace jiného vozu v případě nedostupnosti původně objednaného automobilu. Tím se zamezí obvyklému problému, kdy zaměstnanec zjistí, že rezervované auto není k dispozici
- ✓ První odemknutí vozidla i jeho závěrečné uzamknutí prostřednictvím aplikace v chytrém telefonu. Díky tomu odpadá další starost. Každý fleet manažer dobře ví, jak obtížné je někdy zajistit klíčky a doklady od vozu, které si zaměstnanec potřebuje půjčit
- ✓ Manažerský přehled o stavu poolové flotily včetně informace o vytížení vozidel
- ✓ Automatická evidence čerpání auta (podle kilometrů a času) na jednotlivá nákladová střediska, a to podle jednotlivých individuálních zápůjček. Oproti tomu při běžné praxi není alokace interních nákladů vůbec snadná
- ✓ Možnost nastavení pracovních hodin, tedy odlišení služebního a soukromého užívání vozidel. Vhodné pro firmy, které chtějí zaměstnancům poskytnout poolové vozy i pro privátní účely
- ✓ Méně administrativy (a také stresu) pro fleet manažera

SwopCar: zajištění mobility zaměstnanců

Zaměřeno na řidiče

Od služeb zaměřených na vozidla ke službám zaměřeným na jednotlivé řidiče

Jak to funguje

Jednoduchá rezervace automobilů přes internet nebo chytrý telefon.



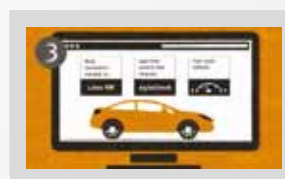
SwopCar umožňuje otevřít auto i bez klíče.



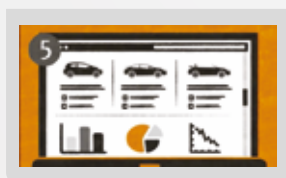
Otázky a problémy uživatelů řeší vyškolení pracovníci SwopCar týmu.



Provoz každého auta je zaznamenáván, tak lze snadno plánovat tankování, čištění a údržbu.



SwopCar poskytuje přehledné reporty o užívání vozidel.



Benefity

- Maximální využití vozidel
- Optimalizace firemních výdajů
- Ekonomičtější a ekologičtější provoz
- Efektivnější fleet management

LeasePlan

Zaměříme se

na konzultativní komunikaci s klienty

Klientské oddělení LeasePlanu má nového šéfa. Od začátku letošního roku jím je Michal Červenka. Ve firmě pracuje přes deset let. Teď má před sebou zatím největší profesní výzvu. Ačkoli v průzkumech spokojenosti hodnotí klienti práci oddělení velmi vysoko, nový Client Relationship Manager přeci jen vidí prostor pro další zkvalitňování.



LeasePlan

Oddělení péče o klienty se stará o:

800 klientů **18 819 vozů**

Stav k 1. 3. 2016. Údaje nezahrnují klienty a vozy služby LeasePlan Go.

STOJÍTE V ČELE ODDĚLENÍ, KTERÉ JE „V PRVNÍ LINII“. PRÁVĚ VY A VAŠI KOLEGOVÉ ŘEŠÍTE KAŽDODENNÍ STAROSTI KLIENTŮ. MŮŽETE PŘIBLÍŽIT, KOLIK LIDÍ O NĚ PEČUJE?

V oddělení péče o klienty pracuje 24 kolegů, kteří jsou rozděleni do šesti samostatných týmů. Každý tým má na starost jinou skupinu klientů. V čele týmu stojí vždy Key Account Manager, který je zodpovědný za svěřené klientské portfolio a vedení svých kolegů. Právě ti jsou v každodenním kontaktu s klienty, řeší důležité operativní záležitosti jako objednávky vozidel, kalkulace a mnoho dalších.

PŘIPRAVUJETE NĚJAKÉ ZMĚNY V ORGANIZAČNÍ STRUKTUŘE ODDĚLENÍ?

Rozhodně nechystáme změny v principu poskytování péče o klienty. Naopak – jak vyplývá z pravidelných ročních průzkumů spokojenosti, s tímto modelem je většina klientů spokojena. Přesto plánujeme změny v organizaci oddělení. Cílem je aktualizovat a nastavit personální obsazení tak, abychom mohli kvalitu své práce posunout ještě výše. Zaměříme se na proaktivní a konzultativní typ komunikace s klienty. Víme, že i na trhu operativního leasingu se už objevují elektronické „klientské portály“, jejichž prostřednictvím jsou zákazníci nuceni zadávat své požadavky. My ale chceme

i nadále podporovat osvědčený lidský přístup, tak, aby každý klient měl svou dedikovanou kontaktní osobu. Ta pak skutečně rozumí jeho potřebám, zná historii i vývoj spolupráce. Tuhle základní komunikační rovinu musí samozřejmě podpořit moderní reportingové nástroje, usnadňující práci na obou stranách.

PODLE ČHO KLIENTY MEZI JEDNOTLIVÉ ACCOUNT TÝMY VLASTNĚ ROZDĚLUJETE? JE JEDINÝM FAKTREM VELIKOST FLOTILY?

Velikost flotily je důležitým faktorem, ale ne jediným. Při přiřazování nového klienta do týmu zvažujeme i další okolnosti, například geografické umístění jeho sídla, nebo zda se jedná o mezinárodního klienta.

JAK SE LIŠÍ POŽADAVKY KLIENTŮ S RŮZNĚ VELKÝMI AUTOPARKY? MAJÍ SVÉ SPECIFICKÉ POTŘEBY MALÉ FLOTILY S NĚKOLIKA AUTY A NA DRUHÉ STRANĚ NEJVĚTŠÍ FLEETY SE STOVKAMI VOZIDEL? HRAJE NĚJAKOU ROLI REGION, V NĚMŽ KLIENT PŮSOBÍ?

Každý klient má své specifické potřeby a podle mého názoru nelze požadavky zákazníků rozdělovat jen podle velikosti vozového parku. Vždy se snažíme najít vhodné řešení nehlédě na velikost flotily. Je ale pravdou, že některé odlišnosti existují. U menších společností je

častější rozhodování na lokální úrovni. U velkých je zase patrnější korporátní přístup a z toho vyplývající potřeba jasně popsaných procesů, reportingu a podobně. Globální klienti často vyžadují standardizované podoby elektronické fakturace, čísla objednávek potřebná pro globální účetní systémy. Regionální působnost klienta v rámci České republiky nehraje prakticky žádnou roli. Ještě před nějakými osmi lety bylo zřejmé, že v regionech mimo Prahu a Brno byl operativní leasing méně známým pojmem. Dnes už to ale neplatí.

JAKÉ SLUŽBY, KTERÉ PRO KLIENTY ZAJIŠŤUJETE, POVAŽUJETE ZA RUTINNÍ A NAOPAK – VZPOMENETE SI NA NĚJAKÝ POŽADAVEK ČI PROBLÉM, KTERÝ SE ZABĚHNUTÉ PRAXI ZCELA VYMYKAL?

Jako standardní služby vnímáme přípravu kalkulací a objednávek. To ale nesnižuje důležitost těchto služeb, naopak. I po letech strávených v LeasePlanu se ale stále potkávám s novým a novým typem požadavků. Je to dáno tím, že provoz a financování flotily firemních vozidel je velmi specifickou oblastí s řadou nečekaných událostí a potřeb. Vzpomínám si například na požadavek klienta na součinnost a pomoc s vyzvednutím a ukončením jednoho našeho vozidla, jelikož bylo neoprávněně „zabaveno“ nespokojeným zaměstnancem.

ZMĚNILY SE POTŘEBY A POŽADAVKY KLIENTŮ V POSLEDNÍCH LETECH?

Nejzásadnější změnu vidím v oblasti centralizace nákupu a přesunu části rozhodovacích pravomocí na zahraniční centrály klientů. Je to spojeno s globální komunikací a dodržováním mezinárodních pravidel. Globální obchod koordinují kolegové z divize LeasePlan International. Dává nám to možnost zúčastnit se mezinárodních výběrových řízení a nabídnout jednotné služby. Myslím, že tento trend bude pokračovat i do budoucna. Naše schopnost globální působnosti bude podle mě pro další období klíčová.

Michal Červenka

pracuje v LeasePlanu jedenáctým rokem. Předtím působil v telekomunikačním odvětví, kde měl v rámci obchodního oddělení na starost korporátní klientelu. Když po nějaké době hledal změnu, uvědomil si, že jezdí služebním vozidlem na operativní leasing od LeasePlanu. Přišlo mu to jako zajímavá služba a domluvil si pracovní pohovor. Pak už to šlo rychle. Po roce převzal svůj vlastní tým jako Account Manager. Poslední čtyři roky působil na pozici zástupce vedoucího oddělení péče o klienty. „*Když se objevila možnost přijmout výzvu a stanout v čele oddělení, neváhal jsem a cítil se připravený,*“ říká. Za svůj největší úkol pro nejbližší období považuje pečlivě provést zmíněnou restrukturalizaci. „*Přál bych si, aby tato změna byla pozitivně vnímaná jak ze strany našich klientů, tak kolegů z firmy.*“ Když nepracuje, odpočívá v kruhu rodiny. Má dva syny, šestiletého a čtyřletého. Užívají si rodinné výlety, hry i začínající koníčky dětí. Největšími zálibami Michala Červenky jsou četba a motorky. Už přes patnáct let se navíc věnuje válečné novodobé historii – moc rád čte literaturu faktu anebo sleduje televizní dokumenty na toto téma.

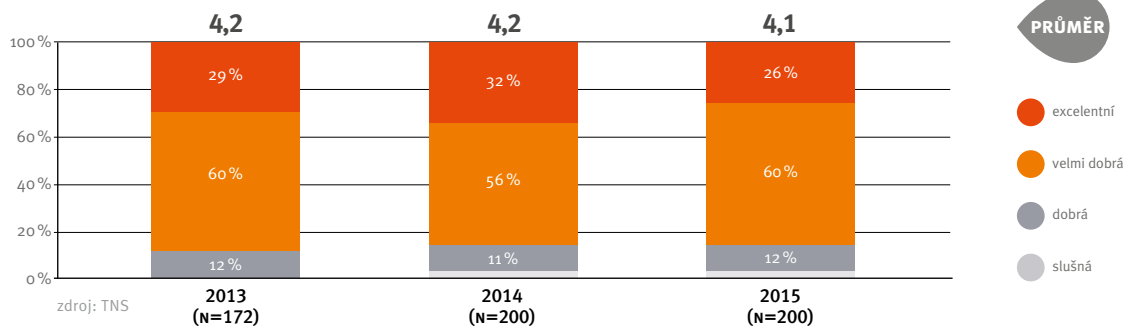
V průzkumu spokojenosti s poskytovateli operativního leasingu si nejlépe vedl LeasePlan



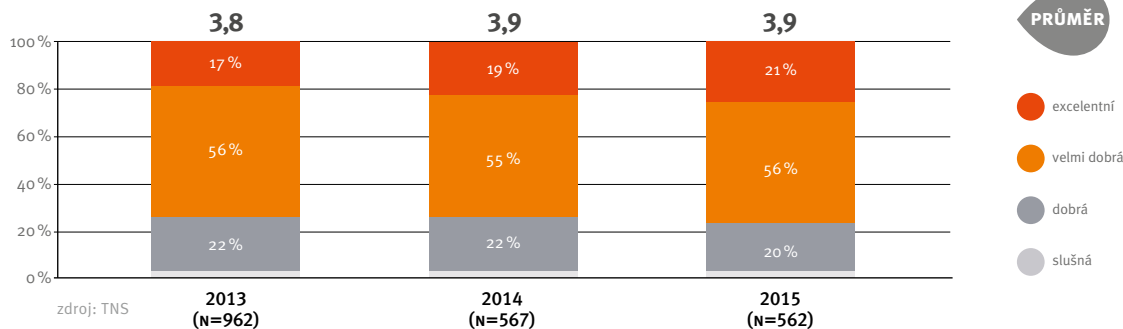
LeasePlan má nejspokojenější zákazníky v rámci tuzemského trhu s operativním leasingem automobilů. Vyplyvá to z analýzy českého leasingového trhu Český fleet 2015, kterou na základě průzkumu z října a listopadu loňského roku provedla nezávislá odborná společnost Fleet Partners. Do výzkumu spokojenosti se zapojilo 533 firem využívajících operativní leasing.

Respondenti hodnotili vždy pouze leasingovou společnost, s níž spolupracují. Pokud využívají služeb více firem, zaměřili se na tu, která má v jejich flotile největší podíl. Průzkum sledoval spokojenost zákazníků podle 25 parametrů: například podle kvality servisu, asistenčních služeb, reportingu či administrativy, srozumitelnosti fakturace, flexibility při vrácení vozů po skončení leasingu nebo postoje leasingové společnosti k nadměrnému opotřebením vozidel. LeasePlan byl nejlepší ve 24 kritériích. V souhrnném hodnocení pak zvítězil s celkovou úrovní spokojenosti ve výši 85 %. „Analýzy spokojenosti zákazníků jsou pro nás nejdůležitější zpětnou vazbou, kterou z trhu dostáváme. Jsme rádi, že výsledky studie Český fleet 2015 potvrdily i naše interní průzkumy, které pro naši centrálu zpracovává renomovaná agentura TNS,“ konstatuje generální ředitel společnosti LeasePlan Česká republika Jaromír Hájek. Firma v nich kromě spokojenosti měří i loajalitu klientů k LeasePlanu pomocí tzv. TRI*M indexu. V poslední

KVALITA SLUŽEB LEASEPLANU ČR PODLE FLEET MANAŽERŮ*



KVALITA SLUŽEB LEASEPLANU ČR PODLE ŘIDIČŮ*



* respondenti (N) udělovali body od 1 (nejhorší) do 5 (nejlepší) pomocí škály excelentní-velmi dobrá-dobře-slušná-slabě

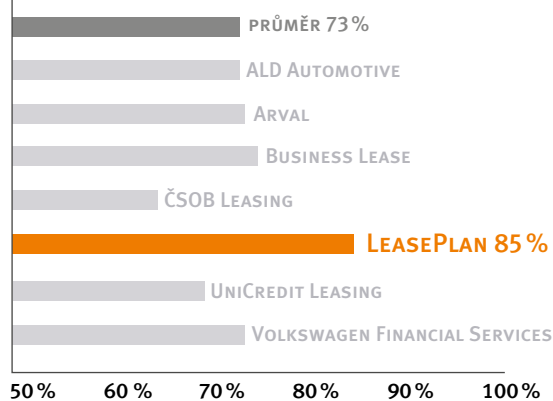


analýze, jejíž výsledky byly zveřejněny na začátku letošního roku, dosáhla česká pobočka mezi fleet manažery TRI*M indexu ve výši 86. „Je to vynikající výsledek. Průměr všech 32 poboček se pohybuje pod 70 body. Ukazuje se, že cesta, po které jdeme – tedy nepodbízet se nízkou cenou na úkor kvality, ale naopak neustále nabízet inovace vedoucí k většímu komfortu zákazníků a co nejvyšší efektivnosti provozu jejich flotil – je správná a nachází odezvu,“ říká Jaromír Hájek.

Analýza Český fleet 2015 je komerčně dostupná a nebyla zpracována na základě zadání společnosti LeasePlan.

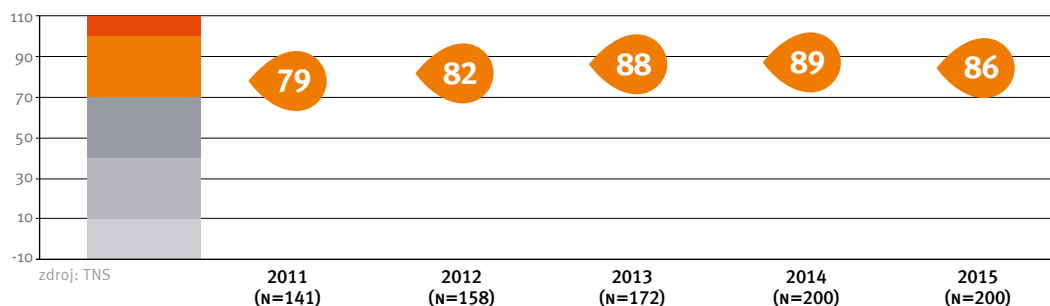
Analýzy TNS, které zadává centrála LeasePlanu, jsou rozděleny do dvou částí – jedna mapuje názory fleet manažerů či jiných osob odpovědných za vozový park, druhá názory jednotlivých řidičů.

CELKOVÁ SPOKOJENOST SE SLUŽBAMI LEASINGOVÝCH SPOLEČNOSTÍ V ROCE 2015



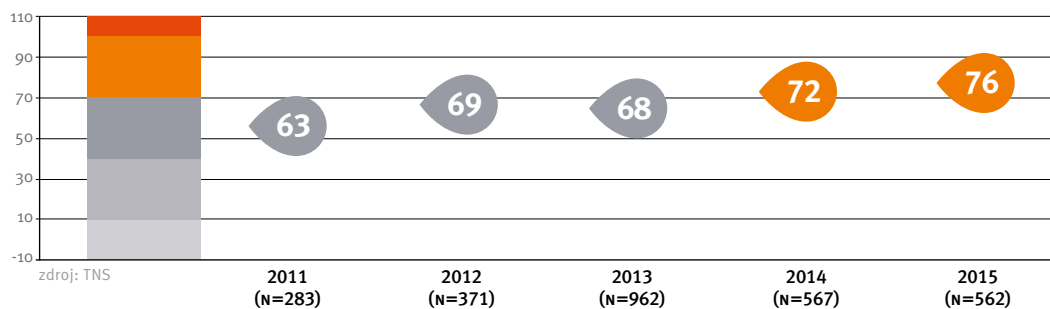
zdroj: Český fleet 2015

MÍRA LOAJALITY K LEASEPLANU ČR U FLEET MANAŽERŮ (TZV. TRI*M INDEX)



zdroj: TNS

MÍRA LOAJALITY K LEASEPLANU ČR U ŘIDIČŮ (TZV. TRI*M INDEX)



zdroj: TNS



Právě pro play-off ten hokej hrajeme

Lukáš Krenželok

se narodil před 32 lety v Ostravě. Měří 187 centimetrů, váží 92 kilogramů. Většinu kariéry strávil ve Vítkovicích, čtyři sezóny hrál v pražské Slavii. Poslední dva roky patří k největším hvězdám týmu Bílí Tygři Liberec. Je v širším reprezentačním výběru. Za národní tým zatím sehrál dva zápasy, v nichž vstřelil jeden gól. V extralize dosud v 684 zápasech zaznamenal 124 branek (počítáno do letošního play-off). V letošní základní části nasbíral 36 kanadských bodů za 14 gólů a 22 asistencí.

118 bodů a 41 vítězství. S takovým účtem skončili základní část letošního ročníku hokejové extraligy Bílí Tygři Liberec, mezi jejichž sponzory patří i LeasePlan. Jde o rekordní čísla, protože ještě nikdy žádný tým na takové výsledky nedosáhl. Ale i tyhle rekordy už jsou vlastně historií. Prezidentský pohár za triumf v úvodní části ligy byl vystaven na čestném místě v liberecké aréně a hokejový národ začal žít vrcholem domácí sezóny – vyřazovací částí. Liberec do ní vstoupil v roli favorita.

V play-off se týmy spoléhají hlavně na své největší opory. V Liberci je jednou z nich útočník Lukáš Krenželok, který zažívá asi své nejlepší hráčské období. Legendární kouč Vladimír Růžička o něm prohlásil, že hraje v reprezentační formě. Lukáš teď ale na národní dres nemyslí, zabývá se jediným: play-off. Potvrdil nám to v rozhovoru, který jsme pořídili krátce předtím, než Bílí Tygři nastoupili ke svému prvnímu utkání vyřazovací části.

PŘEKONALI JSTE EXTRALIGOVÝ REKORD V POČTU VYHRANÝCH UTKÁNÍ V ZÁKLADNÍ ČÁSTI I V POČTU DOSAŽENÝCH BODŮ. JAK VELKÁ MOTIVACE TO PRO CELÝ TÝM BYLA?

Na začátku sezóny bylo naší motivací dostat se do play-off. Celou dobu si říkáme, že musíme jít zápas od zápasu. Daří se nám vyhrávat a z toho pak padají rekordy. Je to určitě super reklama pro klub i pro nás hráče.

MYSLÍTE, ŽE K VÁM PO VAŠÍ SUVERÉNNÍ JÍZDĚ V ZÁKLADNÍ ČÁSTI BUDOU SOUPEŘI V PLAY-OFF PŘISTUPOVAT S VĚTŠÍM RESPEKTEM?

V play-off to bude úplně jiná hra, a proto se musíme pořádně připravit. Už mockrát se stalo, že pro klub, který vyhrál základní část, to pak v play-off nebyla sranda. Musíme dát hned do úvodu maximum.

JAK SE PŘED PLAY-OFF MĚNÍ NÁLADA V KABINĚ A PŘEDZÁPASOVÉ RITUÁLY?

Nálada se určitě mění, právě pro play-off ten hokej hrajeme. Člověk se na to těší, navíc Liberec vyřazovací část nějakou dobu nezažil. Nálada je tedy určitě bojová, kabina se ještě víc semkla. Rituály přijdou samy, počítám s tím, že se přestaneme holit.

VY OSOBNĚ NAVÍC HRAJETE I O ÚČAST NA BLÍŽÍCÍM SE MISTROVSTVÍ SVĚTA. JAK HODNĚ JE PRO VÁS VIDINA ŠAMPIONÁTU DŮLEŽITÁ?

To vůbec neřeším. Že jsem byl nedávno na reprezentačním srazu, to ještě nic neznamená. Kromě play-off mě teď vůbec nic jiného nezajímá. Já vlastně ani mezinárodní hokej moc nesleduju.

LEASEPLAN MAGAZÍN, PRO KTERÝ SI POVÍDÁME, JE HODNĚ O AUTECH. HOKEJISTÉ OBVYKLE MAJÍ VŘELÝ VZTAH K RYCHLÝM LUXUSNÍM VOZŮM. MÁTE TO PODOBNĚ?

Kdybych měl jednu peníze, tak si koupím nějaké pěkné BMW, ale jinak auta moc neřeším. Já nikdy neměl sebevědomí na to, abych si naplno zajezdil třeba nějakým sportovním autem, jsem za volantem opatrný. Teď jezdím rodinným Volkswagenem Touareg a ještě z mládí mám jedničkové BMW, to mám pro radost. Jenže už je asi osm let staré.

HODNĚ SE TEĎ ŘEŠÍ SKVĚLÁ FORMA JAROMÍRA JÁGRA. UMÍTE SI PŘEDSTAVIT, ŽE BYSTE TAKY NA VRCHOLOVÉ ÚROVNI VYDRŽEL NEJMÉNĚ DO 44 LET? CO PODLE VÁS ZA TOUHLE JÁGROVOU SPORTOVNÍ NESMRTELNOSTÍ JE?

Co na to říct? Jarda je jiná osoba, má to v životě trošku jinak postavené, nemá třeba rodinu. On má jen ten hokej, který ho navíc pořád baví, je na špici, láme rekordy, takže proč by končil? A jestli vydržím hrát ještě přes jedenáct let do svých 44? Určitě si to představit umím, proč si v tolika letech nezahrát, že?



Značky na přání

můžete mít i na
pronajatých vozech



O registrační značky na přání mohou usilovat i uživatelé služebních vozů, které nejsou v jejich majetku. Typickým příkladem jsou firemní auta provozovaná LeasePlanem v režimu operativního leasingu. Má to ale svá specifika. O značku na přání totiž může požádat pouze vlastník či provozovatel vozu, v našem případě tedy LeasePlan. Právě on tedy musí podstoupit administrativní proceduru, která je s vydáváním značek spojená.



Značky na přání se vystavují na nové vozy. Pokud tedy klient uvažuje o značce na přání, je nutné, aby to oznámil během objednávání automobilu. LeasePlan poté požádá o rezervaci vytoužené značky.

„Problémem ale je, že jeden subjekt může podat pouze jednu žádost o rezervaci. Leasingové společnosti nemají žádnou výjimku – to znamená, že z pověření jednoho klienta podáme žádost a teprve po jejím vyřízení může přijít na řadu další zájemce. Jenže lhůta na vyřízení jedné žádosti o rezervaci je ze zákona třicet dní. Kdyby tedy úřady využívaly celou tuto dobu, proces rezervace se může velmi zkomplikovat,“ říká technický ředitel LeasePlanu Peter Škoda. Když je rezervace kladně vyřízena, LeasePlan požádá o výrobu značky. Úřad ale zadá výrobu nových značek teprve poté, co je zaplacen stanovený poplatek – tedy 10 tisíc korun za dvě tabulky. *„Všechna nová auta proto budeme nadále dodávat se standardními registračními značkami a teprve následně je přeregistrujeme. Chceme totiž předejít situaci, kdy bychom kvůli chybějícím značkám nemohli vozidlo klientovi předat,“* vysvětluje Peter Škoda.

Zákon neumožňuje variantu, kdy by o rezervaci značky na přání požádal sám klient. Značky na přání jsou totiž nepřevoditelné na jinou osobu. Na druhou stranu jsou přenositelné mezi různými vozy jejich držitele. Ve firemních flotilách provozovaných formou operativního leasingu to tedy v praxi bude vypadat tak, že klient bude značky přenášet z jednoho vozu na druhý souběžně s tím, jak bude obnovovat svůj vozový park. Když na konci leasingu vrátí ojetý vůz, značky obratem využije na nový automobil pronajatý od stejné společnosti.

„Zároveň ale musí počítat s výdaji, které si vyžádá přeregistrace ojetého vozu, protože ten je třeba opatřit novými značkami. Stejně jako při rezervaci značek na přání tuto administrativu vyřídíme my a náklady v řádech stokorun klientovi přeúčtujeme,“ říká Peter Škoda z LeasePlanu.

Specifický problém nastane v okamžiku, kdy se zákazník rozhodne, že už operativní leasing nebude využívat. Značky totiž ze zákona zůstanou v majetku leasingové společnosti. Jediným řešením pak je zažádat o značky jiné.

Cesta ke značce na přání

1. Svůj požadavek sdělte LeasePlanu.
2. Nové vozidlo vám bude dodáno se standardními značkami.
3. LeasePlan podá žádost o rezervaci značky. Lhůta na vyřízení žádosti ze strany úřadu činí 30 dní od uhrazení rezervačního poplatku.
4. Po uhrazení poplatků spojených s výrobou značek požádá LeasePlan o jejich vystavení.
5. Po dodání značek (nejpozději do 15 dní od odevzdání žádosti o výrobu) LeasePlan zajistí přeregistraci vozu z původních značek na nové. Je třeba počítat s tím, že pro potřeby přeregistrace budete jeden den bez vozu.

Co se stane při ztrátě značky

Při ztrátě značky na přání bohužel nelze požádat o její duplikát. To je možné, pouze když se poškodí vinou dopravní nehody a je nevyhnutelné takto poničenou značku vrátit úřadu. Po ztrátě značky budou na vůz nainstalovány standardní značky (po řádné přeregistraci). Klient v tomto případě zároveň může prostřednictvím LeasePlanu požádat o nové značky na přání.


 A photograph of a Benzina gas station building facade. The word "BENZINA" is written in large, red, 3D block letters on a light blue background. The building has a modern, angular design with dark grey panels.

BENZINA

přichystala hned několik novinek

Společnost LeasePlan využívá přes deset let BENZINA Tank Karty. Flotilovým klientům firmy BENZINA vydala už přes tisícovku těchto karet, nabízejících řadu výhod. Brzy začne LeasePlan využívat i možnost tankování za takzvanou BENZINA List Price. Zákazníci tak mohou čerpat palivo ještě levněji a pohodlněji.



BENZINA Tank Karty jsou magnetické platební karty určené pro tankování a nákup dalšího zboží a služeb v síti BENZINA. Jsou ale akceptovány i v některých jiných sítích čerpacích stanic. Nastavení karty si uživatel může sám měnit prostřednictvím svého zákaznického účtu. V závislosti na odebraném množství pohonných hmot obdrží slevu, kterou lze získat z totemové (stojanové) ceny platné na dané čerpací stanici v okamžiku nákupu.

BENZINA List Price

Další možností je zmiňovaná BENZINA List Price. Jde o týdenní vyhlášenou cenu, jež zákazníkovi umožní realizovat úsporu až pět korun na litr oproti stojanovým cenám a je platná pro daný produkt na většině čerpacích stanic v síti BENZINA. Jak známo, ceny pohonných hmot se na čerpacích stanicích liší dle lokality, pokud si tedy zákazník zvolí BENZINA List Price, nemusí přemýšlet a plánovat, kde natankovat, a brát v úvahu

rozdílné ceny v závislosti na lokalitě. Výrazně se tak zvyšuje pohodlí zákazníka a odpadá hledání těch nejnižších totemových cen a akčních nabídek. V nabídce palivových karet je i BENZINA Grand Karta, což je poukázka na jednorázový odběr pohonných hmot v hodnotě, kterou si zákazník zvolí sám. Na kartu je možné umístit logo a i díky tomu ji lze použít jako dárek obchodním partnerům nebo zaměstnancům.

900 akceptačních míst

Hlavní výhodou pro obchodní partnery je široká síť akceptačních míst BENZINA Tank Karet. BENZINA provozuje nejrozsáhlejší síť čerpacích stanic v České republice, na 339 čerpacích stanicích BENZINA mohou zákazníci slevu získat okamžitě. Společnost Unipetrol RPA, reprezentovaná na maloobchodním trhu značkou BENZINA, navíc začátkem roku uzavřela dohodu se společností OMV o převzetí 68 jejích čerpacích stanic, které se nacházejí po celé České



republike. Síť BENZINA se tak rozroste na více než 400 čerpacích stanic, čímž upevní svou pozici lídra na českém trhu. Stanice OMV bude BENZINA přebírat postupně až do roku 2017. Celkový počet akceptačních míst, kde lze za pohonné hmoty zaplatit BENZINA Tank Kartami, je 900. Jde o čerpací stanice v sítích BENZINA, Shell, OMV a EuroOil.

Další výhody

Veškeré pohonné hmoty, jež lze na čerpacích stanicích BENZINA tankovat, jsou vyráběny ve společnosti Česká rafinérská a svými parametry splňují nejvyšší nároky na kvalitu. Vedle základního sortimentu paliv, aditivovaného Dieselu TOP Q a Naturalu 95, má BENZINA ve své nabídce kolekci prémiových paliv VERVA. Všechna paliva odpovídají evropským standardům i vysokým požadavkům moderního automobilového průmyslu. Kvalitu pohonných hmot hlídá nejen Česká obchodní inspekce, ale i nezávislá akreditovaná laboratoř, která ročně ověří na 1900 vzorků.

S BENZINA Tank Kartou mají zákazníci jistotu výhodné ceny, mohou tankovat za předem známou fixní cenu BENZINA List Price, odložit si lhůty splatnosti faktur i četnost jejich vystavování podle svých individuálních požadavků. V Zákaznickém portálu BENZINA, kde si na základě svých požadavků

nastaví produkty a limity čerpání i obsah nebo četnost finančních výkazů a reportů, mají vedení účtu zdarma. Samozřejmostí je jednoduchá administrativa a zákaznická podpora.

Kávou to nekončí...

Letos BENZINA začala s kompletní proměnou svých gastro služeb. Zákazníka už při příjezdu na čerpací stanici přivítá nový design Stop Cafe a provázet ho bude celou návštěvou – od přehledné nabídky na tabuli s menu až po kelímky na kávu. Všechny oblíbené varianty kávy jako espresso, cappuccino či latte nebo kakao Milka připraví zákazníkům moderní samoobslužný kávovar s dotykovým displejem, a to dokonce i v XXL velikosti. Káva je navíc připravována ze směsi kávových zrn s certifikací fair trade, namíchané speciálně pro Stop Cafe.

Kávou to ale nekončí – zákazníka čeká rozšířená nabídka čerstvých baget, ale také teplých jídel. Tradiční hot dogy doplní třeba zapékanky, polévky, čerstvé saláty nebo chutné dezerty.

Jako první v Česku bude BENZINA nabízet na čerpacích stanicích také speciální dětské menu, které tvoří kojenecká voda, ovocná přesnídávka v praktickém balení, hot dog s 90 % vepřového masa a překvapení, to vše ve veselé papírové taštičce.

Hlavní výhodou je široká síť akceptačních míst BENZINA Tank Karet, celkem jde o 900 čerpacích stanic.

Radovan Mužík

je jednatelem společnosti Fleet Partners. Analýzám automobilového trhu se věnuje od roku 1998. V letech 1998 až 2010 působil jako partner poradensko-výzkumné firmy INCOMA GfK. Byl členem mezinárodního celoevropského týmu zaměřeného na automobilový trh. V průběhu 17 let pracoval na více než 350 projektech ze všech oblastí automobilového trhu, zejména v České republice, ale i na Slovensku, v Polsku či Maďarsku, a úzce spolupracoval s kolegy v západní Evropě. Intenzivně kooperuje s odbornou veřejností na propagaci tématu TCO, publikuje a veřejně vystupuje. Je absolventem FJFI ČVUT, v roce 2003 získal titul MBA.

**Když chci
mít něco velmi levné,
zafunguje princip bot
z tržnice – na konci
je nespokojenost**

Klienti, kteří uvažují v delším časovém horizontu, dokážou z operativního leasingu vytěžit nejvíce. Vyplývá to z rozhovoru s jednatelem poradenské a analytické společnosti Fleet Partners Radovanem Mužíkem. Jeho firma systematicky mapuje český leasingový trh.

MŮŽETE SHRNOUŤ ZÁKLADNÍ TRENDY, KTERÉ BYLY V UPLYNULÉM ROCE TYPICKÉ PRO TUZEMSKÝ TRH S FULL-SERVICE LEASINGEM?

Jednoznačným trendem je pokračující oživování zájmu firem o nové vozy, a to zejména mezi společnostmi se středními a menšími parky. Řada korporací stále jede v jakémsi „krizovém módu“ a je při obnově parků pomalejší. Nicméně operativní leasing k firemním autům jednoznačně patří, a růst trhu s auty se proto promítl i do rozvoje jeho využívání.

Dalším velmi významným jevem je neustálý tlak na ceny všeho, tedy i na operativní leasing. Ceny se během několika posledních let snížily až o desítky procent, mimo jiné i díky poklesu cen pořízovaných aut. Jenže jedna věc je racionálně vyjednaný nákup a druhá věc snažit se na dodavateli získat co nejnižší výši splátky. Už je až skoro notoricky známé, jaké to má důsledky, a přesto to většina firem stále dělá. Pokud chci ve svém podnikání vydělávat, musím respektovat, že přiměřeně vydělávat musejí i mí dodavatelé. Tento selský a fungující postup se však v řadě B2B obchodů na českém trhu nepoužívá, motorem je okamžité maximální vylepšení výsledků firem bez ohledu na nevyhnutelné důsledky v blízké době. A to se netýká jen korporací, ale i privátních firem.

S předchozím bodem souvisí i jeden nepříjemný efekt, a tím je plošné snižování spokojenosti zákazníků se službami leasingových společností. Týká se všech, některých více, některých méně. Jako by u zákazníků neproběhla základní úvaha, že když chci mít něco velmi levné, tak funguje princip bot z tržnice – na konci je nespokojenost. A tak tady máme jakési domino, které ten abnormální tlak posouvá stále níže v dodavatelském řetězci, a ve finále jsou z toho rozladěni všichni.

Dalším trendem je, zejména u mezinárodních firem,

pokračující centralizace nákupu téměř všeho, včetně firemních aut. A přitom jen 20 % dotčených společností připouští, že to má kladný efekt, 40 % pak dopad označuje jako viditelně negativní. Je to dané malou velikostí českého trhu. Centrální kontrakty jsou vyjednávané pro trhy velké s tím, že výhody získané na nich převýší nevýhody, které vzniknou na trzích malých. S tím se nedá nic dělat.

POZORUJETE V POSLEDNÍ DOBĚ ZMĚNU V PŘÍSTUPU ZÁKAZNÍKŮ K FULL-SERVICE LEASINGU, RESPEKTIVE V JEJICH ROZHODOVÁNÍ PŘI VÝBĚRU POSKYTOVATELE TĚTO SLUŽBY?

Bohužel stále převažuje dominantní akcent na cenu splátky. Přitom již naprostá většina klientů využívá operativní leasing několik let a ví, jaké jsou konce cyklu jednotlivých vozů a co následuje. Doprovodně, ve zdánlivém protikladu, se zvyšuje povědomí zákazníků o řízení flotil přes celkové náklady, v nichž cena splátky nehraje roli převažující, ale pouze dílčí. Nicméně takto uvažujících firem je mezi velkými jen jedna čtvrtina, mezi malými dokonce méně než desetina. V této souvislosti mi nezbývá než popřát těm poskytovatelům operativního leasingu, kteří nejdou cestou akceptace tlaku na cenu a kteří přemýšlejí dál než za příští kvartál, aby ve svých strategiích vydrželi a dařilo se jim nacházet zákazníky.

JE PŘITOM ROZDÍL MEZI KORPORACEMI A MALÝMI ČI STŘEDNÍMI FIRMAMI?

Určitě v tom rozdíl jsou. Korporace akcentují spíše administrativně-finančně-provozní efekty služby, zatímco menší firmy si častěji spočítají výhodnost a jejich manažeři jsou také citlivější na čas strávený řešením toho, co můžou nechat dělat profesionály. Na druhou stranu jednání s menšími firmami je náročnější v poměru vynaložené energie k výnosům, protože každý majitel

Ve firmách s menším počtem aut je desetkrát větší potenciál než v korporacích, ale zase je třeba přístup k nim odlišit a mít pro ně adekvátní produkty.

soukromé firmy si chce taky jednou „užít“, že něco významnějšího kupuje. Tomu odpovídá náročnost vyjednávání. Takže ve firmách s menším počtem aut je desetkrát větší potenciál než v korporacích, ale zase je třeba přístup k nim odlišit a mít pro ně adekvátní produkty včetně srozumitelného poradenství.

LZE STRUČNĚ SHRNOU, V ČEM FIRMY NEJVÍCE CHYBÍJÍ, KDYŽ PŘEMÝŠLEJÍ O EXTERNÍ SPRÁVĚ FLOTILY?

Ty, které příliš tlačí na cenu, se průběžně dočkají dodatečných nákladů, ať už na pneumatiky, servisní práce nebo nadměrné opotřebení. Bohužel řada leasingových společností na tuto hru přistupuje a za cenu získání zákazníka ustoupí. Výsledkem je pak již zmíněné plošné snížení spokojenosti všech.

Zlepšit se určitě může i výběr vozů. Řada značek se cenově podbízí o desítky procent, ale to neznamená, že takový vůz musí být ve splátce nejméně výhodnější. Pár firem, s nimiž spolupracujeme, dává leasingové společnosti následující zadání: „Máme na měsíční splátku auta 8500 korun a ročně s ním najedeme 30 000 kilometrů. Chceme vůz segmentu XY s definovanými minimálními prvky výbavy a technickými parametry. Navrhněte nám, co nám za to můžete dát.“ Pak obdrží několik variant značek, doby užívání či nájezdu a vyberou si. Další věcí, která mne napadá, je model tendrování každého auta zvlášť. S vidinou ušetřené stovky měsíčně se tím zabaví docela dost lidí, kteří samozřejmě stojí násobně více. Vždyť reálná hodinová cena asistentky s průměrným platem je 300 korun a více.

JAKÝ JE VÁŠ NÁZOR NA TZV. MULTISOURCING, TEDY ROZDĚLENÍ FLOTILY MEZI VÍCE POSKYTOVATELŮ LEASINGU S CÍLEM MINIMALIZOVAT VÝŠÍ SPLÁTKY? JE TO Z POHLEDU ZÁKAZNÍKA DLOUHODOBĚ EFEKTIVNÍ?

Nemám jednoznačnou odpověď. Někdy to smysl dává, jindy ne. Jsou firmy, které s tím začínají, i ty, které tento model už opustily. Určitě to je vhodný přístup u velkých

flotil z důvodu rozložení případných rizik. Ale velkou flotilou v tomto případě myslím pět set a více vozů, ne padesát. Oblíbenou praxí je mít více dodavatelů operativního leasingu a každé auto mezi nimi soutěžit zvlášť. Zajímalo by mne, kdo sleduje reálné výsledky takové spolupráce a kolik z nich má firma přínosů. Tyto extra tlaky samozřejmě opět vedou k tomu, co jsme si řekli dříve.

FULL-SERVICE LEASING U NÁS STÁLE NENÍ ROZŠÍŘEN TOLIK JAKO NA NĚKTERÝCH ZÁPADNÍCH TRZÍCH. POTENCIÁL PRO RŮST JE TEDY VELIKÝ. U NĚKTERÝCH FIREM JE ALE POŘÁD PATRNÁ ZDRŽENLIVOST VŮČI TOMUTO PRODUKTU. KDYBYSTE MĚL NA STAROST OBCHOD NEBO MARKETING LEASINGOVÉ SPOLEČNOSTI, JAKÝMI ARGUMENTY BYSTE POTENCIÁLNÍ ZÁKAZNÍKY PŘESVĚDČIL O JEHO VÝHODÁCH?

Tady není moc co vymýšlet, je to o každodenní náročné práci s klienty a o naslouchání jejich potřebám a problémům. Až pak může přijít nabídka leasingové společnosti, často je tomu naopak. A pochopitelně je třeba vědět, koho cíleně oslovit, protože operativní leasing není prací prášek, a tudíž nikdy nebude tak masivně na očích všem. Jenže to vyžaduje spoustu času a lidí v obchodních týmech leasingových společností není mnoho, kvalitní obchodník je vzácná posila každé firmy.

JAK SE PODLE VÁS BUDE TRH VYVÍJET V LETOŠNÍM ROCE A NEJBLIŽŠÍCH LETECH?

Osobně věřím tomu, že pozitivně. Přece jen funguje něco jako princip sněhové koule a operativní leasing už využívá dost firem na to, aby o jeho užítku mezi sebou mluvily, a tak přivedly i nové zákazníky. Taky si myslím, že se bude prostředí nadále kultivovat, některé zmíněné praktiky začnou mizet a leasingové společnosti budou přicházet s dalšími inovacemi a přístupy.

ÚDAJE A INFORMACE, POUŽITÉ V ROZHOVORU, POCHÁZEJÍ Z ANALÝZY ČESKÝ FLEET 2015, ZPRACOVANÉ SPOLEČNOSTÍ FLEET PARTNERS.

Fleet Partners

Poradenská a analytická společnost byla založena v květnu 2008. Jejím hlavním zaměřením je podpora podnikání na automobilovém trhu v České republice i dalších zemích Evropy. Svou misí popisuje slovy: „Přispívat ke kultivaci automobilového trhu a podporovat projekty a produkty s přidanou hodnotou.“ Její služby využívají hlavně výrobci, importéři a prodejci osobních vozů, lehkých užitkových vozů, nákladních automobilů a speciální dopravní techniky, leasingové společnosti, pojišťovny, dodavatelé pneumatik, náhradních dílů a příslušenství včetně nástaveb, palivových karet, telematických řešení nebo majitelé a provozovatelé vozových parků.



PROFESIONÁLOVÉ, NA KTERÉ SE MŮŽETE SPOLEHNOUT



NEJPRODÁVANĚJŠÍ
DODÁVKY V ČESKU

Nº1



PROFESSIONAL

WWW.FIATPROFESSIONAL.CZ



Opel Astra Zbrusu nová

Opel představil novou, již jedenáctou generaci svého modelu nižší střední třídy před pár měsíci a od té doby s ním sklízí jeden úspěch za druhým. Není se čemu divit, vždyť vznikl prakticky od nuly na čistém papíře a je to znát na každém jeho detailu.



V prvé řadě Astra výrazně zhubla. Opel vždy měl trochu problém s nadváhou u svých modelů a nová Astra oproti svému předchůdci shodila hezkých 200 kilogramů. To ale nemění vůbec nic na kvalitě jejího zpracování nebo bezpečnosti. Vždyť také dostala plných 5 hvězd v testech Euro NCAP. Velkou novinkou u Astry je zcela nově vyvinutý podvozek. Ten disponuje tužším nastavením, ale přitom neztrácí nic na poskytovaném komfortu. Opel prostě našel ideální zlatou střední cestu, která podrží v zatáčkách a přitom z posádky nevytřeše duši na našich rozbitých silnicích.

Nový Opel Astra je nabízen s širokou škálou motorů a výbav. Základ aktuální nabídky tvoří atmosférický čtyřválec o objemu 1,4 litru a výkonu 74 kW, pokračuje pak výhradně přeplňovanými zážehovými motory s objemy 1,0,

1,4 a 1,6 litru a výkony 77, 110 a 147 kW. Vznětovou stranu nabídky zastupuje čtyřválec 1,6 CDTI s výkony pohybujícími se od 70 do 118 kW. Vrcholem motorizací spalujících naftu je 1,6 CDTI BiTurbo, které nabídne 118 kW. Všechny motory vždy pohánějí přední kola, a to přes pětistupňovou nebo šestistupňovou převodovku. K dispozici je jak manuální, tak automatické řazení. Opel si pro své zákazníky připravil čtyři varianty výbav – Selection, Enjoy, Dynamic a Innovation. Už základní výbava disponuje slušnou nabídkou položek, jako je LED denní svícení, kompletní sada airbagů nebo ESP. Ve vyšších stupních výbav nechybí například tempomat, palubní počítač, elektrické stahování zadních oken a hlavně multimediální systém IntelliLink. Opel si dal velkou práci i s velice příjemným a moderním interiérem. Obzvlášť na sedadlech si dali inženýři hodně





záležet, vždyť jejich vývoj trval dlouhých pět let. Posádka se tak může během cesty nechat namasírovat, sedadla mohou být ventilovaná i vyhřívána a lze je nastavovat až v 18 směrech. Mezi technické zajímavosti nové Astry patří rovněž zbrusu nové světlomety LED Matrix. Každý světlomet obsahuje osm světelných diod, které se používají jak pro potkávací, tak pro dálková světla. Jejich součástí je také asistent dálkových světel, který rozděluje světlo tak, aby neoslnil ostatní řidiče. Nová Astra i tímto hodně přesahuje břehy svého segmentu. Při vývoji nové Astry se velice dbalo na šetrnost provozních nákladů. Podařilo

se tak nakombinovat nízkou hmotnost, dobrou aerodynamiku a celohliníkové motory nejnovější generace, které samozřejmě splňují normu Euro 6. Astra 1.6 CDTI o výkonu 81 kW má kombinovanou normovanou spotřebu jen 3,4 l nafty na 100 km (emise CO₂ 90 gramů na kilometr). Také zážehový

sourozence s novým přeplňovaným tříválcovým motorem 1.0 ECOTEC má v kombinaci s převodovkou Easytronic spotřebu jen 4,2 l na 100 km jízdy a emise pouze CO₂ 96 gramů na kilometr. A to jsou opravdu zajímavá čísla. Konstrukteři automobilky Opel zohledňovali nízké náklady na údržbu a opravy už v prvních fázích vývoje nového modelu. Proto se rozhodli nabízet svým zákazníkům mnoho továrně repasovaných komponentů, které mají stejné standardy kvality jako nové náhradní díly, ale snižují náklady na opravu o několik desítek procent. Především pro fleetové zákazníky je nesmírně důležitým faktorem zůstatková hodnota provozovaného vozu. U Opelu jsou si toho vědomi, takže si dali záležet na tom, aby Astra díky moderním technologiím, kvalitním materiálům a spolehlivosti na ceně ztrácela co nejméně. Oproti předchozím generacím je nová Astra velkým krokem kupředu. Neztratí se u soukromých zákazníků a ve firemních flotilách odvede dobrou a ekonomicky přijatelnou službu.





Kia Optima Nepřehlédnutelná

S novým rokem vstoupila na český trh zcela nová Kia Optima. Disponuje elegancí, dostatečným vnitřním prostorem a zároveň sportovními rysy. Kia si dokonce připravila exkluzivní specifikaci určenou jen pro fleetové zákazníky.





Aktuální Optima se na první pohled od svého předchůdce liší minimálně, při detailnějším pohledu je ale zřejmé, že jde o nový model. Je to již čtvrtá generace vrcholného modelu Kia určeného pro Evropu a i tentokrát si její design vzal na starost designérský tým Petera Schreyera. Dal si opravdu záležet, což je patrné z každého detailu. Exteriér se vyznačuje řadou křivek a linek, které mu dávají sportovní výraz. Interiér oproti tomu nabízí kvalitní zpracování i materiály, jež se běžně objevují ve vozech o třídu výš. Vnitřní prostor je ve srovnání s předchůdcem zvětšený na šířku o 10 mm. To znamená více

prostoru a hlavně pohodlí pro celou posádku i na dlouhých cestách. Tento pocit podporuje také použití měkčích materiálů, zvolené barevné schéma přístrojové desky nebo také použití kvalitní kůže. Kia opravdu ušla pořádný kus cesty. Svým zpracováním se může hrdě postavit i dražším konkurentům.

Samozřejmě se pracovalo i na technické stránce nové Optimy. Důležitou změnou je zbrusu nové zavěšení předních i zadních kol, takže Optima je mnohem pohodlnější a bez problémů se popere i s ne úplně kvalitním povrchem vozovky.





Inženýrům se ale k notně dávce pohodlí podařilo přidat i jistotu při rychlejší jízdě, kdy Optimě nechybí stabilita ani slušná ovladatelnost. Na našem trhu je Optima nabízena s jediným motorem, kterým je vznětový čtyřválec 1,7 CRDi splňující emisní normu Euro 6. I tento motor prošel velkou modernizací, takže nově disponuje výkonem 104 kW a točivým momentem 340 Nm. Zákazníci si mohou vybrat manuální nebo automatické řazení, standardem je pohon předních kol. S šestistupňovou manuální převodovkou má Optima kombinovanou spotřebu 4,2 l/100 km, sedmistupňová dvouspojková převodovka vykazuje kombinovanou spotřebu 4,4 l/100 km. Zákazníci z řad soukromých osob mají na výběr ze tří základních úrovní výbavy. Pro fletové klienty je připravena

speciální verze. Základní výbava nese jméno Comfort a nabízí prakticky vše, co běžný smrtelník potřebuje k životu. Nechybí LED denní svícení, integrovaná GPS navigace, zadní kamera, tempomat, parkovací asistenty nebo také aktivní systém pro jízdu v pružích. Druhá výbava se jmenuje Exclusive a navíc má například mlhové LED světlomety, bezklíčový přístupový systém Smart Key se startovacím tlačítkem, vyhřívání přední sedadla i volant nebo čalounění sedadel v kombinaci látka/kůže. Podle automobilky je právě toto nejprodávanější provedení modelu Optima. Třetí a nejvyšší výbava nese jméno Premium a nabízí opravdu vše, co je pro komfort a luxus potřeba. Nechybí zde audiosoustava Harman Kardon s 10 reproduktory, 18palcová hliníková kola, bi-xenonové





světlomety, systém sledování mrtvého úhlu nebo elektricky nastavitelná sedadla řidiče i spolujezdce.

Čtvrtá výbava je navržena pro fleetové zákazníky. Ti ji najdou pod pojmenováním Business Line a jistě budou souhlasit s tím, že tato specifikace splňuje náročné požadavky všech firemních klientů. Základní cena modelu Optima

s manuální šestistupňovou převodovkou činí 528 909 Kč bez DPH, se sedmistupňovým automatem pak 694 980 Kč bez DPH. Součástí výbavy je duální automatická klimatizace, 16palcová litá kola, integrovaný navigační systém s displejem o úhlopříčce 7 palců, zadní kamera, kůží potažený volant i hlavice řadicí páky nebo 7 airbagů.



Oresi je jedničkou na trhu, kuchyně si tu vybere každý



Společnost Oresi je největším prodejcem kuchyní v České republice a zároveň špičkovým specialistou v tomto oboru. Je to možné proto, že dělá jen to, co umí nejlépe. Kuchyně. A díky přízni svých zákazníků je jedničkou na trhu. Síť vlastních i franšízových kuchyňských studií a prodejen, kterých je více než padesát, pokrývá celou republiku a další prodejny i studia má Oresi na Slovensku.

Co Oresi nabízí

„Disponujeme největší nabídkou kuchyní na trhu, ze které si vybere podle svých prostorových i finančních možností, vkusu a potřeb každý zákazník. A my mu garantujeme, že v každém případě bude kuchyň od nás cenově nejvýhodnější v dané kategorii. Naše portfolio tvoří tři značky. Jde o ekonomickou třídu Dolti, prémiové kuchyně Livanza a luxusní značku Bauformat. Ve všech třídách kuchyní a v každé cenové kategorii svým zákazníkům přinášíme bezkonkurenčně nejlepší poměr výkonu a ceny. Myslím tedy, že právem říkáme, že Oresi je šampion v každé třídě kuchyní,“ říká Dušan Všelicha, ředitel marketingu Oresi. Firma je známá také tím, že svým klientům přidává k nové kuchyni spoustu bonusů, vedle garance nejnižší ceny například



Oresi a LeasePlan

Aby své klienty mohli odborníci z Oresi při zaměřování, zavážení a montážích kuchyní navštěvovat, potřebují k tomu adekvátní autopark. Proto už dva roky spolupracují také s LeasePlanem.

„Vozový park naší společnosti v Čechách a na Moravě zahrnuje více jak šedesát automobilů. Naši slovenští a franšizoví partneři mají vozy vlastní. Přibližně polovinu naší flotily tvoří vozy značky Citroën, o zbytek se dělí především Ford a Fiat. V blízké budoucnosti nás čeká významná obměna autoparku,“ říká dispečer Oresi Jan Češka.

Zdaleka ne všechny vozy jsou provozovány operativním leasingem. Zatím. *„Pokud skutečně chceme hovořit o ‚flotile‘, tak v Oresi máme většinu vozů ještě z doby, kdy jsme jejich nákup financovali sami,“* vysvětluje technicko-provozní ředitel společnosti Jaroslav Drahovzal. *„Pro doplnění vozového parku jsme už ale zvolili leasingovou společnost. V tuto chvíli máme na operativní leasing čtrnáct dodávkových vozidel značky Citroën a Fiat. Zároveň jsme od LeasePlanu obdrželi velmi zajímavou nabídku na levné tankování, která je pro nás důležitá, protože pohonné hmoty tvoří významnou nákladovou položku.“*

Firmu k operativnímu leasingu dovedly ryze praktické důvody. *„Díky operativnímu leasingu nemusíme sahat do vlastních peněz a máme i méně starostí. Samozřejmě, že významná je i cena a spolehlivé služby. Potřebujeme partnera, který se odpovědně staví ke každé situaci. Právě proto jsme si vybrali LeasePlan, který nejlépe splňoval naše požadavky,“* doplňuje Jaroslav Drahovzal a připomíná ještě jeden podstatný faktor: *„Důležitá je pro nás také rychlost, profesionalita a spolehlivost kontaktní osoby, konkrétně pana Petra Frydrycha, který nás má v LeasePlanu na starost.“*

prodlouženou sedmiletou zárukou. Tato záruka je navíc pojištěna u Kooperativy. Prodloužení záruky i její pojištění je pro každého zákazníka zdarma.

Tradice a zkušenosti pro aktuální design

V každém produktu Oresi jsou uloženy dlouhé roky zkušeností specializovaných konstruktérů, designérů a architektů, kteří se věnují rozvíjení kvality, estetických parametrů a uživatelského komfortu kuchyní. Návrháři Oresi sledují moderní design kuchyní v duchu aktuálních trendů a mění ho v nadčasový výraz dlouhodobě hezkého a přitažlivého nábytku. Proto znáte kuchyně Oresi z různých televizních pořadů a seriálů, například Jak

se staví sen, Rady ptáka Loskutáka, Ordinance v růžové zahradě, Cesty domů, Ulice, Vše o vaření a dalších.

V mnoha dílech těchto televizních formátů hraje kuchyňská sestava Oresi jednu z hlavních rolí. Špičkové výrobní technologie a partnerství předních světových výrobců příslušenství (kování Blum či Hettich, pracovní desky Egger, ABS hrany Hranipex) zaručují kvalitu a trvanlivost každé kuchyně značky Oresi.

Pro všechny třídy kuchyní pak platí jedno pravidlo: Vy chcete vařit a přitom se bavit, Oresi vám k tomu dodá kuchyň, která vám tento sen splní.

www.oresi.cz

Bohatneme, ale naše auta stárnou. Co děláme špatně?

Ačkoliv je historie České republiky poměrně úzce spjatá s výrobou automobilů, stačí jeden letmý pohled na jakoukoli tuzemskou silnici a představy o plejádě moderních vozů naplněných až po střechu těmi nejnovějšími technologickými výstřelky se velmi rychle rozplynou. Ve skutečnosti jsou to právě české silnice, které se potýkají s jedním z nejstarších vozových parků v Evropské unii, a tím pádem i se všemi následky s tím spojenými.



Radek Dráb

Manažer pro strategické poradenství v oblasti marketingu a prodeje, PwC Česká republika

Říkáte si, že tady něco nehraje, že přece neustále slyšíme o znovu rostoucí ekonomice, boomu operativního leasingu a stále se zvyšující domácí produkci automobilů?

Neblahý vliv zahraničních ojetin

Osobní automobily tvoří více než 72 % celého vozového parku v České republice, a tak jsou to zejména ony, kdo se největší měrou podílí na jeho průměrném stáří. Při bližším pohledu na domácí trh s osobními vozy zjistíme, že jej můžeme dále rozdělit na nové automobily a na ojetiny s tuzemským nebo zahraničním původem. Právě ojetiny se ale podílejí na celkovém množství prodaných automobilů z více než 70 %, a jejich stáří proto významně ovlivňuje věk průměrného českého automobilu.

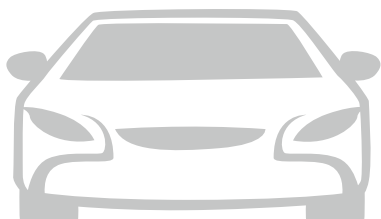
Zmiňovaný výkon tuzemské ekonomiky se projevuje jak růstem HDP, tak i klesající nezaměstnaností a růstem reálných mezd díky nízké inflaci. Tyto faktory mají samozřejmě přímý vliv na stále rostoucí počet registrovaných automobilů, který za rok 2015 poprvé překonal hranici pěti milionů vozidel. To představuje nárůst o více než milion vozů během posledních deseti let. Jenže většinu z nových registrací od roku 2009 představovaly ojetiny, jejichž

import ze zahraničí převyšoval jak počet registrací nových vozů, tak i počet vyřazených automobilů. Velmi často se navíc jednalo o vozidla, jejichž věk přesahoval deset let, což se negativně projevilo na stáří domácího vozového parku. Přestože podíl domácích ojetin od roku 2009 stále stoupá a v roce 2014 představoval více než 65 % celkového trhu s ojetými vozy v České republice, nepodařilo se zvrátit negativní dopady importovaných vozů. Průměrný věk tuzemského automobilu se tak od roku 2009 do roku 2014 zvýšil z 13,7 na 14,5 roku, což znamená, že dvě třetiny osobních automobilů v České republice jsou starší deseti let.

Dosavadní opatření nestačí

Mohlo by se samozřejmě zdát, že ačkoliv je vysoký věk tuzemských aut věc nepříjemná, nejedná se o tak zásadní problém, aby jej bylo potřeba okamžitě řešit. Ve skutečnosti má ale stáří tuzemských vozů přímý dopad jak na celkové emise vypuštěné do ovzduší, tak i na nehodovost a zejména úmrtnost účastníků nehod. Při pohledu na národní statistiky zjistíme, že automobily splňující nejvýše emisní normu EURO 3 (vyrobené před rokem 2000) vyprodukují 67,6 % celkových emisí HC (nespálené uhlovodíky obsahující karcinogenní látky a jedovaté aldehydy, v létě se

Ojetiny se podílejí na celkovém množství prodaných vozů z více než 70 %, a jejich stáří proto významně ovlivňuje věk průměrného českého automobilu



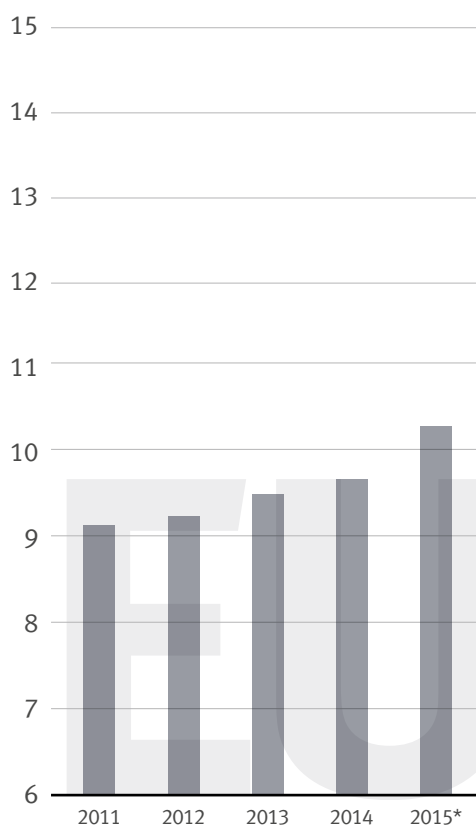
podílejí na vzniku jedovatého přízemního ozónu) a NO_x (oxidy dusíku, které napadají plíce a sliznice), ale i 59,5 % celkových emisí CO (oxid uhelnatý, který zabraňuje přenosu vzduchu z plic do tkání, oxiduje na CO_2 , který se řadí mezi skleníkové plyny spoluodpovědné za globální oteplování). Ještě závažnější je nehodovost vozů starších deseti let, která byla v roce 2014 téměř o 30 % vyšší než u automobilů mladších. V případě úmrtnosti jsou pak automobily starší než deset let statisticky nejrizikovější, zatímco automobily novější se na úmrtnosti podílejí pouze z přibližně 11 %.

Stávající opatření přijatá v České republice bohužel nemají motivační charakter a jedná se pouze o jednotlivé

iniciativy, které nejsou nijak koncepčně propojené.

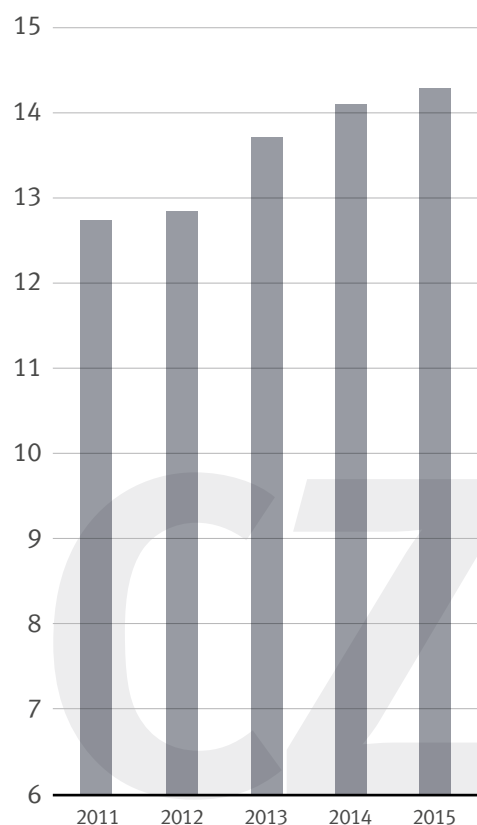
Jejich dopad na obnovu vozového parku je tak spíše vedlejší. Příkladem může být možnost odpočtu DPH pro vozidla využívaná k podnikání nebo registrační poplatky. Navzdory jejich implementaci se nepodařilo zvrátit stále se zvyšující průměrné stáří tuzemských automobilů, které při stávajícím tempu obnovy brzy dosáhne patnácti let. Vzhledem k rizikům s tím spojeným je proto nezbytné inspirovat se dalšími evropskými státy a co nejdříve implementovat komplexní strategii. Je třeba využít ta opatření prověřená v jiných zemích, která jsou relevantní pro tuzemské podmínky, a snížit tak stáří průměrného českého automobilu.

Průměrné stáří vozového parku v EU



* odhad
zdroj: ACEA

Průměrné stáří vozového parku v ČR



zdroj: SDA



CNG se vyplatí i poté, co cena ropy prudce klesla

Cena ropy je na dlouholetých minimech. Jak tento jev ovlivní pohled řidičů na alternativní pohony? Napovědět může analýza zástupce technického ředitele LeasePlanu Daniela Prostějovského. Zaměřil se na to, jak výrazně aktuální cenový vývoj mění propočty efektivnosti provozu automobilů s různými pohony. Vyplatí se stále vozy na CNG? Tady je jeho odpověď:

Změnu situace si ukážeme na příkladu Škody Octavia. Porovnávat přitom budeme podle zjednodušených nákladů TCO (Total Cost of Ownership – celkové náklady na vlastnění vozidla). Do úvahy jsem zanesl položky amortizace, údržbové náklady a palivo. Ostatní položky jsou totiž pro Octavii přibližně konstantní. Uváděné náklady v Kč/km jsou tedy součtem tří zmiňovaných nejdůležitějších položek. Celkové náklady TCO budou vyšší, avšak pro naše potřeby jsou uvedené výpočty zcela dostačující, protože nás zajímá pouze rozdíl mezi částkami v Kč/km.

Na grafech je zachycena modelová situace čtyřletého leasingu. Porovnáваме stav, kdy se ceny ropných paliv držely na maximálních hodnotách, tedy dobu před více

jak rokem a půl, s dnešní realitou. Ukážeme si, co se s výslednými čísly stane, když budeme hypotetickým vozem jezdit z 80 % na CNG, což nejlépe odpovídá skutečné praxi.

Jaké závěry nám tedy z analýzy plynou? Obecně je možné říct, že CNG pohon se stále vyplatí. Věnujme se například modelovému případu s celkovým nájездem vozidla 150 000 kilometrů a dobou používání čtyři roky. Při dřívějších vysokých cenách paliv a při využití CNG na 80 % činila celková úspora za celý čtyřletý cyklus okolo 35 000 korun na vozidlo. Při využití CNG až na 100 % mohla tato úspora činit téměř 80 000 Kč. Za současných cen paliv platí, že při využití CNG z 80 % začíná nákladová křivka pro tuto variantu splývat

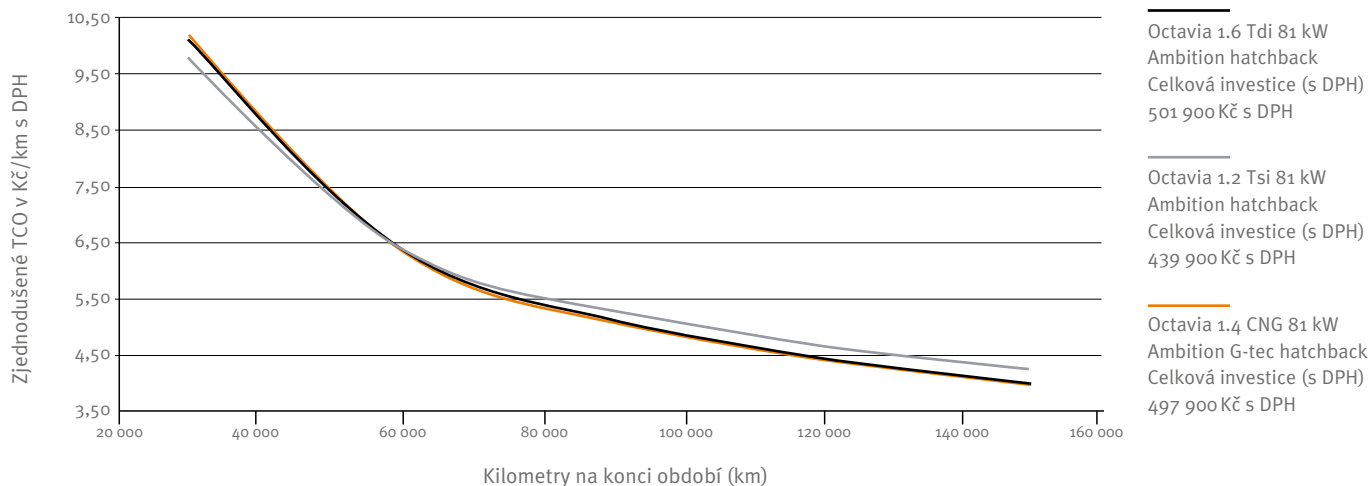
Současné ceny paliv, CNG využito na 80 %

Porovnání nákladů na vozidla v Kč/km s DPH – doba používání vozidla 4 roky.

Zjednodušené náklady TCO pro porovnání (optimalizaci) modelů – zahrnuje amortizaci, údržbové náklady a palivo.

Navýšení tabulkových hodnot spotřeby paliva podle druhu paliva v %:

11 % – Motorová nafta: 28,10 Kč / 21 % – Benzin 95: 29,30 Kč / 11 % – Zemní plyn CNG: 25 Kč/kg



Octavia 1.6 Tdi 81 kW
Ambition hatchback
Celková investice (s DPH)
501 900 Kč s DPH

Octavia 1.2 Tsi 81 kW
Ambition hatchback
Celková investice (s DPH)
439 900 Kč s DPH

Octavia 1.4 CNG 81 kW
Ambition G-tec hatchback
Celková investice (s DPH)
497 900 Kč s DPH



s křivkou naftové verze (oproti benzínové stále vychází výhodněji). Dříve končila rentabilita CNG varianty zhruba nad 50 % využití CNG, dnes se tento bod posunul na 80 %. Nicméně z těchto ukazatelů vyplývá to, co jsme zmínili již v titulku článku. I při prudkém poklesu cen ropy se CNG stále vyplatí. Stávající cenu paliv však musíme vnímat jako tržní

anomálii, která bude mít jen dočasnou platnost. Důsledky, jež z nízkých cen vyplývají, se už dnes jeví jako neudržitelné. Vozidla do fleetu přitom plánujeme zpravidla na tří- až pětiletý cyklus. Můžeme tedy očekávat spíše rostoucí trend ceny klasických paliv, s čímž ruku v ruce půjde i zvyšující se výhodnost vozidel na CNG.

Stávající cenu paliv musíme vnímat jako tržní anomálii, která bude mít jen dočasnou platnost

Hlavní závěry analýzy

1. I za současných cenových podmínek konvenčních paliv se CNG pohony vyplatí.
2. Čím větší je kilometrový nájezd vozidel, tím větší je jistota výhodnosti CNG.
3. Je však nutné udržovat vysoké procento využití jízdy na CNG.

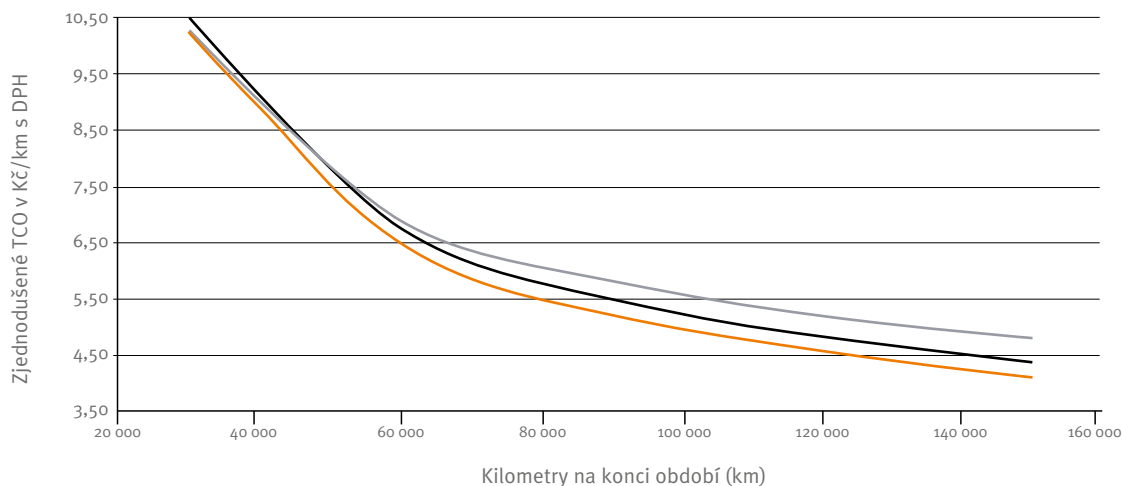
Maximální ceny paliv (před více než rokem a půl), CNG využito na 80 %

Porovnání nákladů na vozidla v Kč/km s DPH – doba používání vozidla 4 roky.

Zjednodušené náklady TCO pro porovnání (optimalizaci) modelů – zahrnuje amortizaci, údržbové náklady a palivo.

Navýšení tabulkových hodnot spotřeby paliva podle druhu paliva v %:

18 % – Motorová nafta: 36,50 Kč / 21 % – Benzin 95: 38,00 Kč / 11 % – Zemní plyn CNG: 25 Kč/kg



Octavia 1.6 Tdi 81 kW
Ambition hatchback
Celková investice (s DPH)
501 900 Kč s DPH

Octavia 1.2 Tsi 81 kW
Ambition hatchback
Celková investice (s DPH)
439 900 Kč s DPH

Octavia 1.4 CNG 81 kW
Ambition G-tec hatchback
Celková investice (s DPH)
497 900 Kč s DPH

Daňový sloupek Petra Maška (53. díl)

Změny v účtování leasingu podle IFRS

Na začátku letošního roku byl v rámci mezinárodních účetních standardů (IFRS) zveřejněn nový účetní standard týkající se účtování leasingu. Změna se týká hlavně reportování operativního leasingu a bude mít dopad na firmy, které jsou podle IFRS povinné účtovat.



Petr Mašek
zástupce finančního
ředitele LeasePlanu

Od 1. ledna 2019 bude platit, že i operativní leasing se bude účtovat do účetnictví nájemce.

Hlavní princip spočívá v tom, že se sjednotil přístup pro reportování všech typů leasingu, aby byla zajištěna srovnatelnost například při analýzách ratingových společností. Doposud se operativní leasing neuváděl v rozvahách společností, zatímco finanční leasing ano.

Od 1. ledna 2019 ale bude platit, že i operativní leasing se bude účtovat do účetnictví nájemce. To znamená, že v bilanci nájemce bude na straně aktiv reportován předmět leasingu a na straně pasiv závazek vůči leasingové společnosti vyplývající z tohoto předmětu leasingu.

Samozřejmě dochází k diskuzím, zda se u operativního leasingu bude reportovat celý závazek, tedy včetně navazujících služeb, anebo jen tzv. čistý závazek, který se týká pouze hodnoty aktiva očištěného o doprovodné služby.

Zároveň dojde ke změně reportování ve výsledovce nájemce, jenž by měl oproti současnému stavu, kdy náklady spojené s operativním leasingem účtuje do provozních nákladů, postupovat tak, aby provozní náklady zatížil pouze službami. Amortizace i úrok by byly reportovány v jiných sekcích. Tím dojde i ke změně výpočtu tzv. EBITDA.

V novém systému reportování budou existovat výjimky. Aktiva s hodnotou nižší než 5000 USD a aktiva s dobou leasingu kratší než 12 měsíců se budou nadále reportovat jako dosud.

Jedná se o poměrně čerstvé téma, LeasePlan situaci monitoruje a postupně se na centrální úrovni připravuje na tuto změnu. Samozřejmě budeme klientům nápomocni především s ohledem na zvýšenou potřebu dat a informací spojenou s touto poměrně zásadní novinkou.

Změny v síti smluvních partnerů

Během posledních týdnů došlo v seznamu autorizovaných smluvních partnerů společnosti LeasePlan Česká republika k těmto změnám:

Noví smluvní partneři

název	značka	lokality
Auto CARDION s.r.o.	Volvo	Brno
Albion Cars s.r.o.	Jaguar a Land Rover	Průhonice
iAuto a.s.	Ford	Bohušovice nad Ohří

Smluvní partneři, s nimiž byla ukončena spolupráce/autorizace

název	značka	lokality
Ford Valoušek	ukončení spolupráce pro značku Ford	Praha
AUTO CZ, spol. s r.o.	ukončení spolupráce pro značku Citroën (ukončena autorizace)	Svitavy
Autoservis Bobrky	ukončení spolupráce pro značku Škoda (ukončena autorizace)	Vsetín

Vždy aktuální seznam partnerů zapojených do servisní sítě LeasePlanu najdete na webových stránkách www.leaseplan.cz v sekci Řidič.

Nový Renault Mégane

překvapil nejen verzí GT

Renault Mégane čtvrté generace je připraven na startu prodeje se základní cenovkou 339 900 Kč. K dispozici je zatím v pětiveřové verzi, osm motorů s výkonem od 90 (Energy dCi 90, 1,5 l) do 205 (GT Energy TCe 205 EDC, 1,6 l) koní. Je to moderní a bytelně působící vůz, který nepostrádá nevtíravou francouzskou elegancí

Mégane je dalším vozem na modulární platformě CMF značky Renault. Na délku měří 4359 mm, což znamená mezigenerační prodloužení o 57 mm, současně s tím se zmenšila výška o 24 mm. Renault také zvětšil rozchod předních kol o 47 a zadních o 39 mm. Současně s tím došlo ke zvětšení zavazadlového prostoru na 384 l (metodou VDA).

Podvozek nové generace se drží koncepce s přední nápravou typu McPherson a vzadu s torzní zkrutnou příčkou. Došlo však k celkovému přepracování kinematiky i nastavení odpružení a tlumení. V nabídce samostatně stojící verze GT má specificky naladěný podvozek, který je tužší než u běžných verzí, ale současně je stále připraven poskytnout komfort potřebný pro každodenní ježdění. Specialitou verze GT je řízení všech kol 4Control, známé z větších modelů značky. Svezení s Mégane GT vybaveným přeplňovaným zážehovým čtyřválcem o výkonu 151 kW (205 k) zaujalo lehkostí, s jakou se Mégane v nízkých rychlostech proplétá zatáčkami (do rychlosti 80 km/h v režimu Sport se zadní kola natáčejí do opačného směru než přední). Současně byla ale jasně patrná potřebná stabilita ve vysokých rychlostech, kdy se zadní kola natáčejí stejným směrem jako ta přední. Mégane GT zaujal i zátahem motoru a jeho sladěním se standardně dodávanou dvouspojkovou převodovkou. Ta v některých

situacích řadila sice pomaleji, nicméně vždy s důrazem na komfort. U verze GT potěšila i snadná možnost měnit jízdní režimy. Nejpříjemněji se tento vůz choval v nastavení Sport, v němž nejpřesněji reagoval na řidičovy pokyny a působil skutečně svěžím dojmem. Díky pevně nastavenému podvozku ale bez omezení komfortu.

Standardní verze Renaultu Mégane jsou naladěny zejména na pohodlnou jízdu. Působí velmi bytelně a řidiči dodávají pocit značné jistoty. Zaujme i schopnost podvozku izolovat posádku od nerovností vozovky.

Renault u modelu Mégane sází na bohatou výbavu s různými asistenčními systémy. Vyšší výbavové verze mají ve středovém panelu integrovaný velký dotykový displej, jehož prostřednictvím se ovládají pokročilé funkce vozu. Současně slouží pro zobrazení informací audiosystému, navigace, telefonu a dalších systémů. Renault tento systém nazývá R-Link 2 a jeho obsluha je příkladně snadná a logická. Součástí výbavy mohou být také nejmodernější asistenční systémy v podobě aktivního tempomatu, systému upozornění na nežádoucí vyjetí z jízdního pruhu, varování na blížící se překážku či monitoringu mrtvého úhlu zpětných zrcátek. Praktický je také asistent dálkových světel, head-up displej nebo systém automatického parkování.

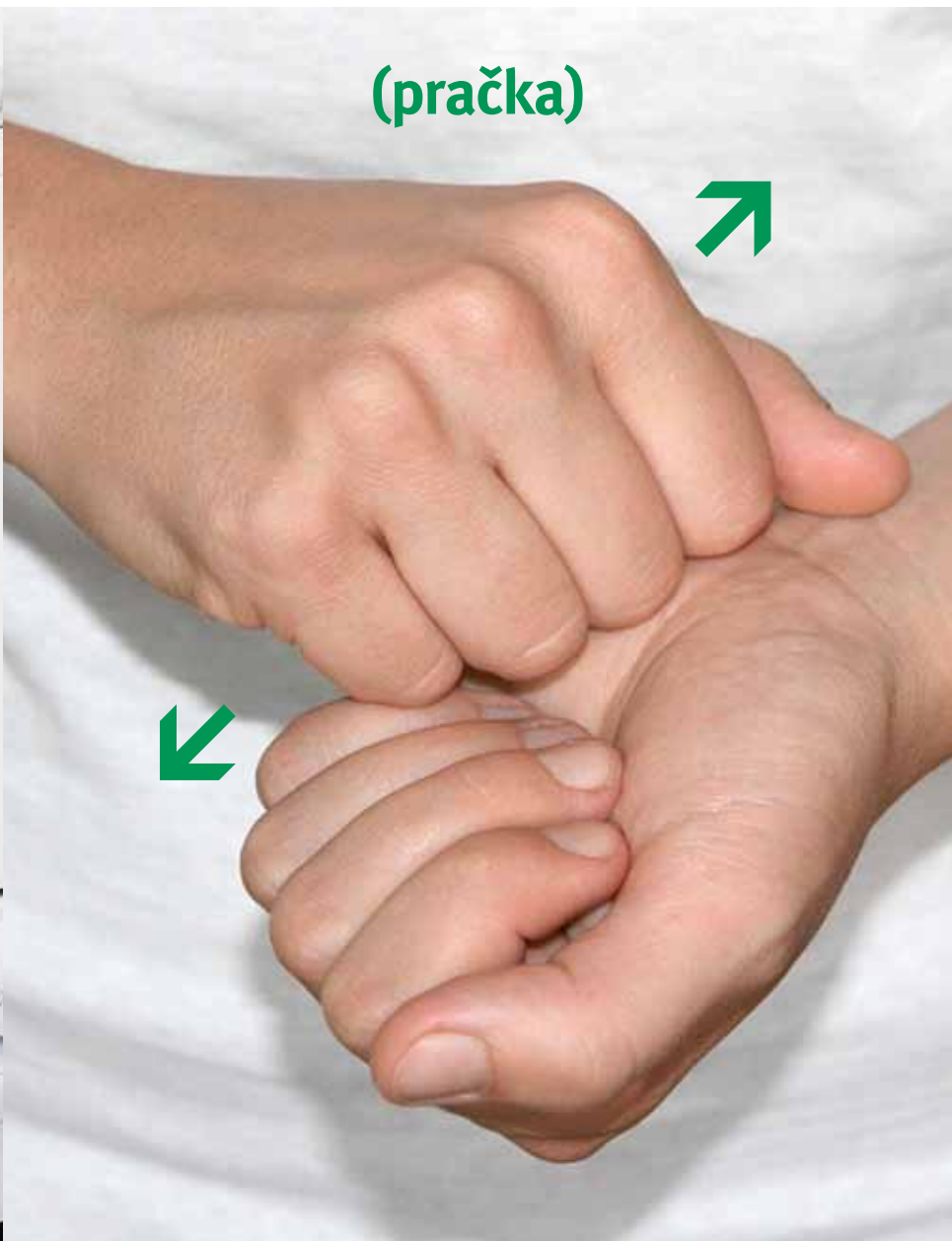




Každý si zaslouží **dostat šanci**



Vladka Hejmová vstoupila do oblasti charity na přelomu tisíciletí. „Jako lékařka jsem si uvědomovala, kolik lidí v našem regionu potřebuje pomoc. Původně jsem myslela hlavně na seniory, ale pak se ukázalo, že ji více potřebují lidé s handicapem,“ vzpomíná žena, která přivedla na svět celou řadu úspěšných projektů.



V únoru 2000 založila spolek Náruč. Nejdříve s kolegyněmi poskytovaly poradenskou službu při vyhledávání vzdělání a pracovního uplatnění pro zdravotně znevýhodněné děti a mládež. Později začaly docházet do rodin a přímo na místě pomáhaly a hledaly vhodná řešení. Tak vznikla myšlenka vybudovat denní stacionář v Dobřichovicích a následovaly další aktivity. Opakovaně je podpořil i LeasePlan. Stacionář byl otevřen v roce 2003 a záhy tam začala fungovat třída přípravného stupně pomocné školy při ZŠ Dobřichovice. Vedle školní výuky tu probíhaly i různé terapie: fyzioterapie, ergoterapie, muzikoterapie, arteterapie, canisterapie nebo hipoterapie. „*Díky finančnímu příspěvku LeasePlanu jsme si mohli*

pořídít fenku Jasmínu, která byla vycvičena právě ke canisterapii a stala se kamarádkou všech klientů,“ dodává Vladka Hejmová.

Modrý domeček

V roce 2005 přišla spolu s dalšími nadšenci s nápadem vybudovat sociální firmu Modrý domeček. Měli jasné motto: Zaměstnání je nejlepší ochrana před sociálním vyloučením. „*Rozhodli jsme se založit společnost, která by znevýhodněným lidem dávala přiměřeně placenou práci a možnost důstojného života s co největší mírou samostatnosti.*“

Aby Modrý domeček udrželi v provozu, potřebují nejen nadšený tým pro každodenní práci, ale i materiální

Největší satisfakcí je vědomí, že se nám podařilo zapojit do běžného života spoustu znevýhodněných spoluobčanů



podporu. Jsou proto rádi, že na provoz přispívá jak stát, tak soukromí dárci nebo úspěšné firmy. Ale svým dílem chtějí pomoci i sami pracovníci. *„Zvolili jsme model sociální firmy, tedy podnikatelského subjektu, který vytváří zisk, z něhož pak zpětně kryjeme nemalou část našich nákladů.“* Modrý domeček, stojící na řevnickém náměstí, se zatím stal přirozeným komunitním centrem. Provozuje kavárnu, pořádá kulturní a společenské akce a návštěvníci Řevnic tady mají k dispozici i turistické informace.

Zelený ostrov

Nejnovějším projektem je Prádelna Zelený ostrov. Našli tu práci lidé s poruchami sluchu i zcela neslyšící. Opět byl zvolen model sociální firmy. V našem prostředí jde o novinku, ale třeba v anglosaském světě má velkou tradici. Zelený ostrov nabízí praní prádla lidem z okolí. Navíc chce začít s nabídkou praní a žehlení košil pro větší firmy, které tak budou mít možnost uplatnit tzv. náhradní plnění (pokud firma nezaměstná odpovídající počet osob se zdravotním pojištěním dle zákona, musí zaplatit odvodem peněz do státního rozpočtu anebo může nakoupit výrobky či služby od společností s více než 50 % pracovníků se zdravotním postižením).

Ani Zelený ostrov se neobejde bez podpory partnerů. Aby jeho pracovníci uspokojili poptávku, potřebovali automobil. Pomohly jim k němu LeasePlan společně s Kontem Bariéry a společností PRE. *„Díky vozu můžeme rozšířit služby i o svoz prádla, a tím zvládnout větší počet zakázek. Úměrně tomu nám vzrostou tržby, a tak budeme moci dosáhnout na hospodářský výsledek, který je nutný pro udržitelnost provozu. Naše pracovníce navíc začnou samostatně jezdit pro prádlo, ale i do domácností na úklid. Ano, i neslyšící řídí automobil!“* zdůrazňuje Vladka Hejmová.

„Přijde mi to jako zázrak“

Vlastně tím odkrývá, co je hlavním impulzem pro její záslužnou práci. *„Největší satisfakcí je vědomí, že se nám podařilo zapojit do běžného života spoustu znevýhodněných spoluobčanů. A také to, že se postupně mění vztah okolí k těmto lidem. O začleňování lidí s handicapem do běžného života u nás dlouho nebyla ani řeč.“*

A dnes? Posunulo se mnohé, mimo jiné i hranice v našich hlavách. Když jsme před lety začínali, lidé si nedovedli představit, že je budou obsluhovat handicapovaní. Naše existence tedy prospěla i zdravým, naučili se se znevýhodněnými jednat. Jsem ráda, že mladá generace už své ‚jiné‘ kamarády bere jako samozřejmost.“ Za ta dlouhá léta se zblízka seznámila se spoustou složitých lidských příběhů. Na některé nikdy nezapomene: *„Od samého počátku navštěvoval náš stacionář chlapec, o kterém si všichni mysleli, že nebude chodit, nebude mluvit, sám se neoblékne, nenají... Když teď potkám vysokého mladého muže a on mě pozdraví, pohládí Jasmínu, vidím, že má mobil, sám se nají, oblékne, tak mi to přijde jako zázrak.“* Podobných zázraků vykouznila Vladka Hejmová se svými spolupracovníky bezpočet.

A chce kouzlit dál. Je tak více než pravděpodobné, že za nějaký čas se k ní zase nakloní někdo z těch, jimž změnila život, a řekne jí slova, na něž nečeká, ale která jí dodávají energii do dalších projektů. Jako třeba ta, jež jí adresovala jedna z pracovníků Zeleného ostrova: *„Díky zaměstnání, které jsem tady získala, mám opět pocit, že jsem pro společnost potřebná. Těší mě, že se mohu realizovat a učit se novým věcem. Každý si totiž zaslouží dostat šanci.“*

OBROVSKÉ VÝHODY

pro naše zákazníky

SLEVA až 35 % na nové CNG auto

Jezděte na **CNG** za **1 Kč/km** a šetřete životní prostředí.

www.ppas.cz

840 555 333



**PRAŽSKÁ
PLYNÁRENSKÁ**



Spojení energií i služeb



Propojili sportovní ambice a touhu pomáhat

Před třemi lety založili Martin a Helena Beštovi eventovou společnost BESTalent. Takřka od samého počátku spolupracují na vybraných projektech s LeasePlanem. Oblíbené byly například letní golfové tábory pro děti zaměstnanců a obchodních partnerů firmy. Spolupráce se ale soustředí i na charitativní projekty. Také v nich hraje důležitou roli golf, Martinova celoživotní vášně.

BESTALENT **GOLFEVENTS**

Jako malý s ním začínal ve smíchovském Erpetu. Už jako junior reprezentoval Českou republiku na mistrovství Evropy družstev, v roce 2000 se coby osmnáctiletý stal členem seniorské reprezentace, v níž strávil tři roky. Je juniorským mistrem České republiky v soutěži na rány, získal titul mezinárodního mistra Slovenska. „V roce 2004, 2012, 2013 a 2014 jsme se se spoluhráči z Golf Clubu Erpet Praha stali mistry české extraligy družstev,“ vzpomíná na své další úspěchy. A mohl by pokračovat: mistr Golf Clubu Erpet Praha, mistr neoficiálního zimního mistrovství republiky na FSG simulátorech a tak dále. Jenže mnohem více než vzpomínky na velká vítězství ho teď zaměstnávají aktuální úkoly. I ony jsou spojeny s golfem, jenom soutěživost už v nich nehraje tak podstatnou roli.

Patronkou
sdružení se stala
naše nejlepší
golfovka
Klára Spilková





Budte parťákem

LeasePlan a BESTalent spojily síly při realizaci dalšího Martina nápadu. Je jím projekt **Budte parťákem 400 dětem v roce 2016**. „*Chceme jím zastřešit a sloučit sportovní a vzdělávací akce pro děti, které pořádá naše společnost,*“ vysvětluje iniciátor myšlenky. Hlavním smyslem projektu je podporovat nadějně děti a mladé hráče do 21 let v jejich golfovém rozvoji. Parťákem se přitom může stát každý, kdo chce k uskutečnění této vize dopomoci. „*Snaha sjednotit akce, které pořádáme v průběhu celého roku, vychází z našich dlouholetých zkušeností. K vybudování silných sportovních osobností je zapotřebí, aby hráči měli už od nejmenšího věku k dispozici profesionální prostředí, ve kterém budou společně trénovat, navzájem se podporovat, motivovat, soutěžit mezi sebou, kolektivně i individuálně přemýšlet, ale také se kamarádit a navzájem si radit. Naším cílem je nabídnout dětem a mladým hráčům možnost účastnit se nejen golfových turnajů, ale také dalších akcí, které jim pomůžou vytvořit si povědomí o provázanosti sportu a aktivního životního stylu,*“ vysvětluje Martin Bešta. Na děti a mladé hráče proto čekají profesionálně připravené golfové turnaje, ale třeba i kurzy první pomoci od firmy M2C. Prostřednictvím projektu Budte parťákem chtějí manželé Beštovi nabídnout pomocnou ruku 400 dětem. Ani toto číslo ale nemusí být konečné.

„*Pod projektem bychom v příštích letech rádi sdružovali další sportovní a vzdělávací akce, které dají děti a mladé lidi dohromady a zároveň jim otevřou dveře od různých odvětví sportu.*“

Lymfom Help Golf Tour

Dalším projektem manželů Beštových je **Lymfom Help Golf Tour s Klárou Spilkovou**. „*V roce 2014 jsme navázali spolupráci s občanským sdružením Lymfom Help, které poskytuje pomoc pacientům s diagnózou maligní lymfom. Patronkou sdružení se stala naše nejlepší golfistka Klára Spilková, která si vždy s účastníky jednotlivých turnajů zahraje na vybraných jamkách. Letos začínáme 21. dubna v pražských Dolních Počernicích, následují turnaje v Sokolově, na Karlštejně, v Mladé Boleslavi a celé turné skončí 22. září v Mstěticích,*“ vypráví Martin Bešta. Stejně jako loni, i tentokrát přislíbil podporu LeasePlan. A nebylo to složité rozhodování. Finanční prostředky získané díky charitativní tour jsou totiž každoročně použity na vybrané aktivity související s léčbou pacientů. „*Konkrétními příklady pomoci jsou rehabilitační pobyty nebo vydání knihy **Jak dál po léčbě lymfomu,***“ dodává muž, kterému se společně s manželkou povedlo propojit sportovní ambice a touhu pomáhat. Zatím se jim to daří skvěle.

V letošním roce manželé Beštovi spustili projekt **Budte parťákem 400 dětem v roce 2016**



Martin a Helena Beštovi

podnikají v oblasti sportovně společenských služeb od roku 2013. A daří se jim nadmíru. Za tři roky uspořádali bezpočet projektů. Martin se stará o ty golfové. Je to logické. Ve světě golfu se pohybuje od 90. let. Svou dětskou i dospělou kariéru spojil s Golf Clubem Erpet Praha, kde je od loňského roku prezidentem. Manželka Helena se ve společné firmě BESTalent (www.bestalent.cz) věnuje pořádání svateb a zároveň s manželem spoluvytváří golfové projekty, turnaje či další akce.



Jak Jindřich IV. předhonal závodníky Tour de France

Nejslavnější cestu přes Alpy podnikl bezesporu kartaginský generál Hannibal, který je roku 218 př. n. l. překonal nečekaně v zimě a se slony. I ve středověku ale byla přes alpské průsmyky podniknuta řada pozoruhodných cest.



Nástrahy zimního cestování přes průsmyk sv. Gottharda.

Jednou z nejznámějších je zimní putování císaře Jindřicha IV. Ten stál na podzim roku 1076 před nesnadným úkolem – dostat se co nejrychleji přes hory za papežem, aby od něho dosáhl zproštění klatby. Všechny alpské průsmyky ale hlídali císařovi nepřátelé. Jindřich musel zkusit štěstí úplně na západě přes nepříliš pohodlný průsmyk Col du Mont Cenis, se kterým dnes zápasí cyklisté na Tour de France. Nástrahy popisuje tehdejší kronikář: „Zima byla extrémně tuhá a obrovské, daleko se táhnoucí hory s vrcholky čnicími téměř do mraků, přes něž vedla cesta, byly pokryty takovou masou sněhu a ledu, že při sestupu na hladkých, strmých srážech nemohl bez nebezpečí udělat krok ani jezdec, ani pěší.“ Jindřich měl to štěstí, že si mohl dovolit zaplatit domorodce znalé poměrů. Ti ho nakonec provedli všemi nástrahami. Strastiplná byla ale cesta pro ženy v doprovodu. Při výstupu posadili královnu i její družinu na hovězí kůže a táhli je za sebou. Nejhůře však dopadli koně, které s částečně svázanýma nohama táhli na improvizovaných kladkách. Mnozí při tom zemřeli nebo byli těžce zraněni.

Živlům navzdory

Ani v létě ale cestování nebylo jednoduché. Chyběly většinou ukazatele, které nahrazovaly shluky kamenů, dodnes známé „mužiky“. Cesty horskými údolímí byly často zničené jarními povodněmi, lidé proto museli volit stezky úbočím, což však bylo velmi náročné zejména pro povozy. Nezřídka poutníci překonávali kamenné hradby, které zde zůstaly po lavinách. Nebezpečí hrozilo nejen od přírodních živlů, ale i od divokých zvířat, byť ta si troufla spíše na jedince než na větší karavany. A konečně na mnoha místech řádily bandy lupičů, které se živily přepadáním putujících obchodníků.

Vzrůstající mobilita pochopitelně vedla ke zlepšování infrastruktury. Příjmy z cestujících byly vítaným přílepkem místních obyvatel, protože zemědělská produkce v podhůří příliš nevynášela. Vznikla tak například sdružení nosičů, kteří přenášeli nejen náklad, ale i bohatší klienty. V římské době fungoval v průsmycích systém státem budovaných stanic k odpočinku, jenž patrně dožíval ještě v závěru prvního tisíciletí našeho letopočtu.

Pro větší pohodlí byly v předhůří budovány kláštery a hospice. Jejich poloha se řídila tím, aby průměrně rychlý cestovatel mohl během dne urazit cestu

z jednoho takového přístřeší přes průsmyk do útulku na druhé straně hřebene, ne vždy se to ale podařilo. V každém případě takové útrapy, jaké zažila družina Jindřicha IV., naštěstí nepotkaly každého.

Přes Brenner

Nejoblíbenějším alpským průsmykem byl ve středověku Brenner, zejména díky své příznivé výšce (1371 m). Relativně komfortní cesta zde byla zbudována již v římském období, právě tudy totiž vedla hlavní spojnice z centra říše k záalpským oblastem. Nakonec se zřízení pohodlné komunikace obrátilo proti antické velmoci, neboť skrze Brenner pronikly nepřátelské germánské kmeny na Apeninský poloostrov – ostatně dodnes je díky tomu nejsevernější Itálie (jižní Tyrolsko) jazykově německá. Přes Brenner též vedla většina cest římských panovníků do Říma, kam směřovali za císařskou korunou.

Oblíbené byly ve středověku také tzv. Bündnerpässe na území dnešního Švýcarska: Julierpass a Splügenpass. Sice se nacházely ve větší nadmořské výšce (Julierpass dosahuje 2287 m), ale i tak byly poměrně pohodlně schůdné. Populární byl rovněž sv. Bernhard – tudy patrně vedly Hannibalovy kroky – a od 13. století získal na významu nově zbudovaný přechod přes průsmyk sv. Gottharda.

Robert Novotný

Cesta císaře Jindřicha IV. přes Alpy

„Když jsme s pomocí průvodců s největšími obtížemi pronikli do výše horského průsmyku, nebylo možno jít dál, neboť strmý sestup z hory byl ledem tak vyhlazen, že jít dolů se zdálo nemožné. Muži se však svou tělesnou silou pokusili překonat všechna rizika: lezli vpřed po čtyřech, opírali se o ramena svých vůdců, mnohdy také, když jim noha uklouzla, padali kus dolů, nakonec však přes velké ohrožení života dosáhli roviny.“

Etzlaubova mapa z roku 1500, která byla určena především poutníkům do Říma, ukazuje hlavní alpské průsmyky. Středověké mapy byly orientovány obráceně než dnešní, jih se nachází nahoře.

Křížovka

A na závěr jako obvykle křížovka s „leaseplanovskou“ tajenkou, ve které se dozvíte, jaký je nejoblíbenější produkt LeasePlanu, který nabízí pod názvem PartnerPlan. Hodně trpělivosti při luštění!

AUTOR: MICHAL SEDLÁK	PROTI (ZASTARALE)	MAJÍCÍ ROHY	SLOVENSKY OSEL	Z VNITŘKU PRYČ	OSOBNÍ ZÁJMENO	ZÁPRAŽÍ	RUSKÝ CHRT	CITOSLOVCE ULEHČENÍ	PROČ	2. DÍL TAJENKY	CIBULOVITÁ ROSTLINA	SOUZVUK VÍCE TÓNŮ
PRACOVNÍ DÍLNA												
ZVLHČOVANÁ						KOMPAS SE ZAMĚROVACÍ POMŮCKOU						
						ČLOVĚK STÍŽENÝ AFÁZÍ						
						VE VĚCI (Z LATINY)						
CHVOST					ANGLICKÝ TITUL MUŽE			PŘEDNÍ ČÁST HLAVY				
BÝVALÝ SÁCHOVÝ MISTR SVĚTA				VYSOKOŠKOL. JÍDELNA	LAHODNÝ NÁPOJ			ANGLICKÝ POPEL				
				OBRANA					INFEKČNÍ ČINITEL			
									PŘEKLÁDAT			
ANGLICKÝ ONO			DO STŘEDU									
			1. DÍL TAJENKY									
VYJEKNUTÍ (KNIŽNĚ)						CITOSLOVCE ÚDIVU					JMÉNO KOMENSKÉHO	DOMÁCKY ROZÁLIE
	ODVĚTVÍ	NÁZEV ZN. FLUORU						JIRÁSKOVA KRONIKA				
		DOLNÍ KONČETINY										
NA ONOM MÍSTĚ								JEDEN Z RODIČŮ				
NĚMECKÉ MĚSTO								OKRUH (BÁSNICKY)				
ODĚV								DOBY				
								ANGLICKÝ OŘECH				
KOČKOVITÉ ŠELMY					BARVIVO NA VEJCE	FEUDÁLNÍ PRÁCE PODDANÝCH	AFRICKÝ VELETOK				ROZPOU- ŠTĚDLO	OTOPY
	ODPAD PŘI BROUŠENÍ	BYTOST					ODHALENÉ					
		UMĚLÁ HMOTA										
KORIGOVAT									VZ. KOBAL- TIDU URANU			
									BÁJNÝ MOŘ. ŽIVOČICH			
SPZ AUT BLANSKA				VOJENSKÉ VOZATAJSTVO				POMLUVA				
				ČERNÝ PTÁK				SPZ AUT BRECLAVI				
SLUŽEBNÍ POŘADÍ					VZÍTÍ							
					FRANCOUZSKÝ JEDEN							
UPADNOUTI DO SPÁNKU							OBEC NA PRACHATICKU					
HUSTĚ SESKUPIP							VLK Z KNIHY DŽUNGLE					





BEZPEČNÁ KOLA PRO RADOST



AEZ Raise

AEZ Raise hg



AEZ Strike graphite

AEZ Strike



DOTZ Revvo

DOTZ Revvo dark



DEZENT TD



DEZENT TX graphite



ENZO B



100%
TPMS
FIT



ALCAR
YOUR WHEEL PARTNER

NOVÝ

ALCAR 3D Konfigurátor



www.alcar.cz



Summary

Editorial. The CEO of LeasePlan Czech Republic, Jaromír Hájek, writes about company's recent plans.

PAGE 3

LeasePlan News. The latest from inside the company.

PAGES 4–5

Škoda Superb is the Car of the Year 2016 in the Czech Republic. LeasePlan acted as the general partner of the contest.

PAGES 6–8

SwopCar is a self-service solution to share company's vehicle fleet. The whole process of reservation of and access to cars doesn't require any assistance from the fleet manager.

PAGES 10–12

We'll focus on consultative communication. The new head of LeasePlan Customer Department will build upon the proven strategy of individual approach to each customer.

PAGES 13–15

LeasePlan ranked the best in the customer satisfaction survey among the providers of operational leasing. The study's conclusions were confirmed also through an internal analysis carried out by the company.

PAGES 16–17

We do it all for the playoffs. An interview with Lukáš Krenželok, a mainstay player of Liberec White Tigers, the Czech Ice Hockey Extraliga regular season winner.

PAGES 18–19

You can have personalized number plates also on rented cars. New cars will be delivered with a standard set of plates, but may be re-registered on demand afterwards.

PAGES 20–21

Benzina comes with a bunch of new offers.

The main advantage of this promotion is the broad network of Benzina fuel card acceptance points.

PAGES 22–23

When I want something very cheap, the result is always dissatisfaction – as with flea market replica shoes. An interview with the head of Fleet Partners company, Radovan Mužík.

PAGES 24–26

Brand new Opel Astra. Since the launch of the 11th generation, Opel is garnering success with this lower middle class model. And for a reason, since this car has been rebuilt practically from scratch and it's easy to see in every detail.

PAGES 28–31

A car that doesn't go unnoticed. With the new year, a fresh new Kia Optima entered the Czech market. It is an elegant car with plenty of interior space and some sportive features. Kia has even added an exclusive specification designed particularly for fleet customers.

PAGES 32–35

Oresi is the market number one, everybody can find a kitchen to their taste here. An important LeasePlan customer, Oresi is the biggest seller of kitchen cabinetry in the Czech Republic.

PAGES 36–37

We are better off, but our cars are getting old. What are we doing wrong? On the Czech market, used cars account for more than 70 % of overall sales.

PAGES 38–39

CNG is economical even after the oil price went down. Current price drop is to be perceived as a market anomaly with temporary impact.

PAGES 40–41

Changes to the lease accounting rules under IFRS. Since 1 January 2019, operational leasing will be reported on lessee's balance sheet.

PAGE 42

Changes to the subcontractors network. An overview of recent changes in the LeasePlan subcontractors list.

PAGE 42

Everybody deserves a chance. For Vladka Hejmová the greatest satisfaction is that she has helped dozens of disadvantaged people to successfully engage in everyday life.

PAGES 44–46

They joined sporting ambitions and a desire to help. Mrs. and Mr. Bešta launched the project 'Be a partner to 400 Children in 2016'.

PAGES 48–49

How Henry IV beat Tour de France riders. In autumn of 1076, Henry IV faced a difficult problem – to cross Alps and see the Pope as fast as possible.

PAGES 50–51

Crossword puzzle

PAGE 52



Tiráž

Čtvrtletník společnosti LeasePlan Česká republika, Jaro 2016, Šéfredaktor: Tomáš Bursík Redakční rada: Eva Lindnerová, Jiří Štoček, Michal Červenka, Jakub Kostrba, Texty: Pavel Hálek, Korektor: Jan Dvořák, Grafická úprava: Filip Sodomka, Produkce a obrazový redaktor: Jiří Vaníček, Foto: archiv firem a redakce, Inzerce: Business Media CZ, s.r.o., Marcela Šolcová, Nádražní 32, 150 00 Praha 5, tel.: 225 351 178, fax: 225 351 404, LeasePlan Česká republika, s. r. o., Bucharova 1423/6, 158 00 Praha 5, P. O. Box 35 142 01, tel.: 222 829 210, 222 829 211, fax: 222 829 391, e-mail: info@leaseplan.cz, www.leaseplan.cz

NEJPRODÁVANĚJŠÍ UŽITKOVÝ VŮZ ROKU 2015



PEUGEOT doporučuje TOTAL PEUGEOT FINANCE

Kombinovaná spotřeba a emise: Boxer Furgon 6,8–8,9 l/100 km a 180–236 g CO₂/km. Foto je pouze ilustrativní.

Hledáte ideálního partnera pro vaše podnikání? Peugeot Boxer je řešením pro každou profesi. Disponuje vyztuženou karosérií, největší užitnou šířkou a výškou v daném segmentu a nákladovým prostorem až 17 m³. K bezpečné jízdě přispívají technologie HDC (regulace rychlosti při jízdě z kopce), varování při opuštění jízdního pruhu a Grip Control. Couvací kamera usnadňuje parkování a diodová světla podtrhují jeho moderní design, typický pro vozy Peugeot.

PEUGEOT BOXER

MOTION & EMOTION



PEUGEOT
PROFESSIONAL



RENAULT
Passion for life

Renault TALISMAN

Take control



5 let záruka

Užijte si výjimečnou obratnost a stabilitu nového vozu Renault **TALISMAN** se systémem 4Control[®], aktivním řízením všech čtyř kol.

Smluvní záruka 5 let/150 000 km (dle toho, co nastane dříve) se řídí konkrétními záručními podmínkami, které jsou neoddělitelnou součástí kupní smlouvy. Renault Talisman: spotřeba 3,4–7,5 l/100 km, emise CO₂ 95–127 g/km. Uvedené spotřeby paliva a emise CO₂ jsou změřeny metodikou stanovenou dle platných právních předpisů vyžadovaných pro homologaci vozidla. Vyobrazení vozu je pouze ilustrativní.

Renault doporučuje **elf**

[renault.cz](https://www.renault.cz)