

LÉTO 2017, 17. ROČNÍK
CENA 45 Kč

LeasePlan

Magazín

Do nové éry
s novým logem
i novými vizemi

str. 4

Zůstatkové ceny
Zájem o diesely
poklesne. Co je
nahradí?

str. 8

Unikátní test
Šest let
s elektromobilem
Citroën C-Zero

str. 42





RENAULT
Passion for life

Renault TALISMAN Grandtour

Take control



5 let záruka Renault
Moderní technologie
Průměrná spotřeba od 3,7 l/100 km

Užijte si výjimečnou obratnost a stabilitu nového vozu Renault **TALISMAN** Grandtour 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 Grandtour: spotřeba 3,5–7,6 l/100 km, emise CO₂ 98–132 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)

Obsah

- 4 LeasePlan News**
Aktuality ze světa LeasePlanu
- 6 Firemní design**
Na cestě do budoucnosti s novým logem
- 8 Situace na trhu**
Ceny ojetých dieselů půjdou dolů
- 10 Průzkum trhu**
Jak rychle ztrácejí auta na ceně?
- 12 Talenty LeasePlanu**
Martin Brix se stal Finančním ředitelem roku 2016
- 14 Rozhovor magazínu**
Nový obchodní ředitel Jiří Štoček:
K dlouhodobé spolupráci vede vzájemná otevřenost
- 17 CarNext**
Ojeté vozy férově a na úrovni
- 20 Služby LeasePlanu**
FlexiPlan: Auta na pár měsíců jsou k dispozici okamžitě
- 22 Moje osudové vozy**
Jestli rádi řídíte, zkuste veterány!
- 26 Test LP magazínu**
Peugeot 3008
- 34 Test LP magazínu**
Mazda XC-5
- 36 Česká manažerská asociace**
Největším bonusem je výměna zkušeností s těmi nejlepšími
- 38 Klient LeasePlanu**
Banka CREDITAS: Hlavním přínosem je úspora nákladů
- 42 Zelená mobilita**
Šest let s elektromobilem Citroën-Zero
- 46 Daňový sloupek Petra Maška (58. část)**
Odkup vozu po leasingu má svá daňová specifika
- 47 Změny v síti smluvních partnerů**
- 48 Očima expertů**
Leasing vozidel pro zaměstnance aneb Nejlevnější je auto, které si nekoupíte
- 50 Bezpečnost nade vše**
Mikrospánek je strašákem prázdninových cest
- 52 LeasePlan podporuje**
Na Sněžku pro Pavlíňku, která přežila onemocnění meningokokem
- 54 Cestování ve středověku**
Po stopách nejstaršího bedekru
- 56 Zábava**
Křížovka

Vážení čtenáři,

před několika dny jsme se s některými z Vás potkali v Mstěticích na golfovém turnaji, který tradičně pořádáme na konci prvního pololetí. Jsem rád, že i na této sportovní sešlosti převládala dobrá nálada. Jistě plyne z toho, že v dobré náladě se zatím nachází celá ekonomika. Také z pohledu LeasePlanu se prvních šest měsíců letošního roku vydařilo.

Asi jste sami poznali, že dnešní magazín je jiný než ty předešlé. Jeho grafika už totiž vychází z nového vizuálního stylu naší skupiny. Více se o něm dočtete na straně 6.

Věříme, že se Vám bude líbit. Představení nového designu je jakousi předehrou k významným posunům, které LeasePlan čekají. Po změně majitele naše centrála vytýčila strategii, jejímž cílem je připravit firmu na nastávající revoluci v oblasti mobility, charakteristickou odklonem od tradičních spalovacích motorů, nástupem elektromobilů, ale i zcela nových obchodních modelů využívajících moderní komunikační technologie.

Mohlo by se zdát, že tyto vize jsou stále hudbou budoucnosti, ale není tomu tak. Konkrétně v naší branži, v operativním leasingu, musíme zvláště pečlivě sledovat, jaké tendence v automobilovém průmyslu nabírají na síle. V rozhovoru, který najdete na dalších stránkách, se zamýšlím například nad tím, jak stoupající nároky na eliminaci škodlivých emisí ovlivní zůstatkové ceny dieselových vozů.

Připravili jsme také povídání s naším novým obchodním ředitelem Jiřím Štočkem. Pro mnohé z Vás jde o známou tvář. Jirka u nás dosud vedl akviziční tým, a tak se s řadou klientů již v minulosti osobně setkal. Jsem si jistý, že v nové roli předvede stejně výtečné výkony, na které jsme u něj zvyklí. Třeba se jednou dočká podobného profesního

ocenění jako kolega Martin Brix, který v dubnu získal prestižní titul Finanční ředitel roku 2016. Je skvělé, když se můžete opřít o skutečné odborníky...

Neméně důležité ale je umět si od práce odpočinout. Doporučuji Vám proto povídání o panu Petru Fialovi, jednateli společnosti Your System, která je naším klientem. Pan Fiala renovuje slavné veterány a dokáže o tom zajímavě vyprávět. Každý z nás občas potřebuje opustit kolotoč všedních dní a aspoň nakrátko zažít cosi neobvyklého. Léto k tomu přímo vybízí. Přeji Vám, ať je prožijete podle svých nejdůležitějších itinerářů!

Váš Jaromír Hájek
generální ředitel
LeasePlan Česká republika



LeasePlan News

+21%

Výborné čtvrtletí

Skupině LeasePlan Corporation narostl v prvním čtvrtletí letošního roku čistý ekonomický výsledek meziročně o 21%. Na konci března 2017 měl LeasePlan, který v současnosti působí v 32 zemích, v portfoliu 1,681 milionu vozidel, tedy o téměř 100 tisíc více než na konci března loňského roku. Ekonomický výsledek přitom představuje čistý zisk bez nákladů na restruktura-

lizaci, zisků či ztrát z akvizic nebo likvidace dceřiných společností a bez nerealizovaných zisků či ztrát z derivátových operací. Česká pobočka LeasePlanu rostla k březnu meziročně o 10% v počtu spravovaných vozidel a o 15% v objemu pronajatého majetku, přičemž největší růst vykázal segment korporátních klientů.



11.5.

V kuchyni s odborným vedením

Jehněčí kotletky s bylinkovou krustou, filet mignon z argentinské svíčkové, zeleninovou ratatouille, gratinované brambory nebo domácí smetanovou zmrzlinu. To všechno se naučili připravovat účastníci kuchařského kurzu z řad obchodních partnerů LeasePlanu. Firma

ho uspořádala 11. května v pražském Atelieru Ola Kala, kterému vládne šéfkuchař Michal Nikodem. Součástí kurzu byla i ochutnávka vín, doporučených sommelierem. Alkohol nebyl překážkou. O odvoz automobily Peugeot, Citroën a DS se totiž postarali vyškolení řidiči.



18.5.

Francie v brněnských Lužánkách

V brněnském parku Lužánky se 18. května sešlo zhruba 80 lidí, aby si zahráli pétanque. Pozvaly je LeasePlan a Francouzsko-česká obchodní komora. Nebylo to poprvé, co společně zorganizovaly soutěž v tomto tradičním francouzském sportu. Předchozí akce se vždy setkaly s příznivou reakcí. V Brně

tomu nebylo jinak. Hosté z řad obchodních partnerů LeasePlanu vytvořili tříčlenné týmy a mohli si vyzkoušet svou šikovnost, dobrý odhad a jistou ruku. Odměny pro ně připravily společnosti Andros, Fraikin, Jan Becher, Renault, Vinařství Syfany a zámek ve Žďáru nad Sázavou.



9.6.

Pomoc od golfistů

Tradiční golfový turnaj LeasePlan Invitational tentokrát proběhl 9. června v Golf Clubu Mstětice nedaleko Prahy. LeasePlan jej připravil ve spolupráci s partnery akce, společnostmi Seat, Dallmayr a Wilson Staff. Golfistky a golfisté si mohli pochutnat i na zmrzlinách a čerstvých ovocných šťávách od Fruitisima. Jako každoročně věnoval LeasePlan výtěžek z turnaje

na humanitární účely. V letošním roce se rozhodl předat finanční dar neziskové organizaci Volno, která podporuje rodiny pečující o děti a mladé lidi trpící autismem, mentálním či kombinovaným postižením. Volno jim pomáhá například prostřednictvím sociálních služeb provozovaných v jeho středisku respitní péče v Kolíně.



Na cestě do budoucnosti s novým logem

Trh s mobilitou čekají zásadní změny a LeasePlan chce být jedním z hráčů, kteří tyto novinky budou formulovat. Rozhodl se proto odstartovat novou éru své více než 50leté historie a nastoupil cestu do budoucnosti. Je rámována hesly jako digitalizace, nové technologie, sdílení vozidel, elektromobilita... A jelikož nová doba vyžaduje moderní přístupy, přikročila společnost i k výrazné proměně svého vizuálního stylu. Prosím, seznamte se. Toto je nové logo LeasePlanu:



„Autoři nového vizuálního stylu chtěli zdůraznit i kontinuitu s dosavadním, velmi úspěšným příběhem firmy.“

Do nové éry

Základním motivem loga je cesta. Nová linie směřuje do dálky, tak jako všichni klienti LeasePlanu při svých pracovních i soukromých jízdách. Ale zároveň míří do budoucna, do éry moderní mobility.

„Nové logo nesymbolizuje pouze cestu,“ říká Petra Ochová, ředitelka oddělení Business Development české pobočky LeasePlanu, „ale také energii, svobodu, úspěch, proto se křivka stáčí vzhůru, i chuť poznat něco nového, nevyzkoušeného.“ Právě na to poukazuje tzv. claim neboli motto, které logo doprovází: What's next? Co dál? ptá se LeasePlan. Jedná se o vyjádření připravenosti a zájmu vkročit do budoucna.

LeasePlan, to je oranžová

Autoři nového designu zároveň chtěli zdůraznit kontinuitu s dosavadním, velmi úspěšným příběhem firmy. Docílili toho hlavně barevností. LeasePlan, to je prostě oranžová barva, a tak i nový koncept staví na ní. Stejně tak písmo vychází z dosud používaného fontu. „Písmo i barva ale dostaly svěžejší podobu. Chceme tím říci, že LeasePlan zůstává LeasePlanem, který se jen rozhodl pro odvážnější přístup odpovídající dnešním výzvám,“ vysvětluje Petra Ochová.

S novým logem a z něj vycházející grafikou se zákazníci postupně setkají v nejrůznějších sférách: od faktur až po několikametrový světelný panel nad kanceláří firmy v Praze v Nových Butovicích.

Je nač se těšit

Takzvaný rebranding, tedy omlazení vizuálního stylu, je náročný proces. „Když půjde vše podle plánu, do konce tohoto roku by měl být LeasePlan kompletně převlečen,“ dodává Petra Ochová.

Širší veřejnosti, u nás i ve světě, firma nové logo ukáže prostřednictvím reklamní kampaně, která je plánována na podzim. Snad neprozradíme moc, když řekneme, že hlavní tváří chystané kampaně se stane jedna z největších celosvětových hvězd současného automobilového showbyznysu. V příštím magazínu se dozvíte více.

Takto zní LeasePlan...

Během chystané kampaně se začne LeasePlan prezentovat i vlastním hudebním motivem. Poslechnout si jej můžete už teď. Stačí načíst tento QR kód, který vede na odkaz na webových stránkách firmy (www.leaseplan.cz). Zvuk si můžete nastavit i jako vyzvánění mobilu, třeba pro své kontaktní osoby v LeasePlanu.



Nové logo má jednu hlavní a těchto pět vedlejších variant. „Umožní to lépe reagovat na záměry konkrétní komunikace, zároveň takové řešení odkazuje na flexibilitu našich služeb,“ vysvětluje Petra Ochová.



Situace na trhu

Ceny ojetých dieselů půjdou dolů

V posledních týdnech jste mohli v médiích zaznamenat diskuse o dalším cenovém vývoji dieselových automobilů v souvislosti s posilující snahou eliminovat jejich dopady na životní prostředí. Typická je zejména pro západní Evropu. Nastává tedy konec dieselů? Podle Jaromíra Hájka, generálního ředitele LeasePlanu v České republice, zatím nelze mluvit o úplném konci, výraznější pokles zájmu o naftové motorizace je prý ale velmi pravděpodobný. To se odrazí i v ceně operativního leasingu.



Co vás k tomuto názoru vede?

Stačí pečlivě analyzovat tendence, které dnes automobilový byznys poznamenávají. Na první pohled by se mohlo zdát, že aféra Dieseltgate, která vypukla v září roku 2015, neměla na trh výraznější dopad. Ostatně podle statistik Svazu dovozců automobilů zůstal loni podíl dieselových motorizací na celkových registracích nových vozů v České republice přibližně stejný jako v roce 2015, poklesl o pouhé půl procento na 42,5%. Jenže aféra posílila snahy o omezení škodlivých vlivů dieselových motorů. Evropská komise požaduje přísnější kontroly plnění emisních norem i tresty za jejich případná porušení. Výrobci musí vozy vybavovat stále modernějšími komponenty, které mají vliv na cenu vozidel. Dávat diesel do levnějších vozů už pozbývá smyslu. Zároveň rostou celkové náklady na provoz naftových modelů. To se následně odrazí na trhu ojetin. Postupně bude stále více kupců zvažovat provozní rizika dieselů v porovnání s jinými alternativami.

Jak tento proces urychlí plány některých západních politiků zcela zakázat naftové motory v centrech měst?

Zcela zásadně. Starostka Paříže Anne Hidalgo ohlásila záměr zavést do roku 2020 emisní zóny, do nichž by vozidla s naftovým motorem vůbec nesměla. Být Pařížanem, který si zrovna vybírá nový vůz, zcela jistě tuto informaci

nepřeslechnete. Podobně je na tom Německo. Je pravděpodobné, že za několik let se s dieselem nedostanete do center německých měst. Proč by si tedy Němci měli diesely vůbec pořizovat, když s nimi nebudou moci vyrazit třeba za nákupy anebo kulturou? Nepochybuji o tom, že časem debaty na toto téma vypuknou i u nás. V takové atmosféře nelze příliš očekávat, že poptávka po dieselových autech, ať nových či ojetých, poroste. Mnohem reálnější je pokles zájmu.

To tedy znamená, že klesne i jejich hodnota na trhu ojetin, která je určující pro výpočet splátek operativního leasingu. Za jak dlouho se tento vývoj odrazí v ceně operativního leasingu?

Podle mě velmi brzy. Je třeba si uvědomit, že cena operativního leasingu je odvislá od predikce zůstatkové hodnoty ceny vozu po skončení pronájmu, a ten je obvykle koncipován na tři až čtyři roky. Naše propočty proto musí kalkulovat právě s touto periodou. Jestliže je v tomto horizontu pravděpodobný pokles cen, za které jsme schopni vozy po skončení leasingu prodat, musíme to promítnout do splátky. Předpokládám, že stejně uvažují i ostatní leasingové společnosti.

Měli by proto zákazníci zvažovat jiné motorizace?

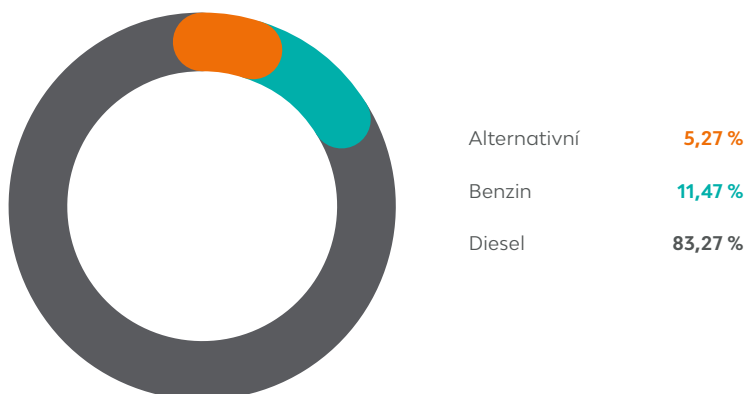
Neplatí to absolutně. Stále existuje část klientů, pro které je naftový

motor nadále ekonomicky nejvýhodnější. Týká se to zejména uživatelů jezdících dlouhé trasy, které naftový motor méně zatěžují, a s velkým kilometrovým nájezdem, řekněme od 20 tisíc kilometrů ročně. Všichni ostatní by už ale měli opravdu uvažovat spíše o jiných možnostech, tedy o benzínu anebo alternativních pohonech. Nepochybně prožíváme velkou automobilovou revoluci, na jejímž konci bude situace na silnicích úplně jiná než dnes. Klasický spalovací motor se stane raritou. Otázka je, jak dlouho tento proces potrvá. Podíly alternativních pohonů na celkových prodejkách jsou v celé Evropě stále nízké, přesto poměrně výrazně rostou. Za první tři měsíce letošního roku stouply meziročně o 37,6% na 212 945 aut. V tomto objemu jsou započítány elektromobily, hybridy i auta na plyn.

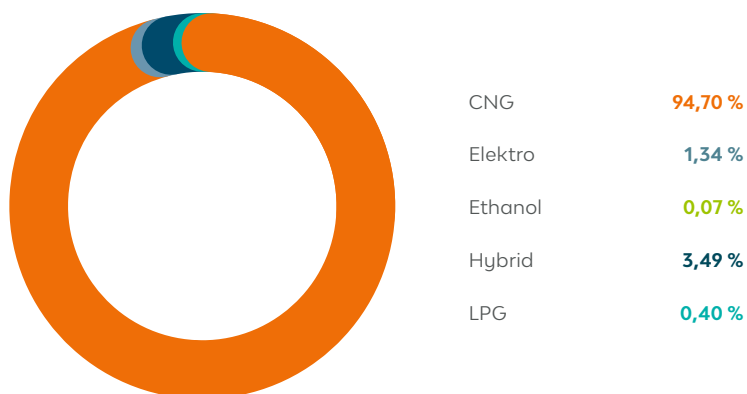
Jak velký zájem o alternativní pohony mají v současnosti klienti LeasePlanu?

Ve flotile české pobočky LeasePlanu podíl alternativních vozidel neustále roste a je výrazně vyšší, než je tomu v rámci celkového tuzemského autoparku. V naší flotile dnes tento podíl činí 5,3%, přičemž loni touto dobou to bylo 4,6%. Také v absolutních číslech zastoupení alternativních pohonů stoupá. Jde o nezadržitelný trend. Ve skupině alternativních vozidel je přitom největší poptávka po vozech jezdících na CNG. Dokud bude toto palivo zvýhodněno nižší spotřební daní, potom o něj bude v nejbližších letech stále zájem. V LeasePlanu se přikláníme k názoru, že v delším horizontu bude růst zejména podíl hybridů a elektromobilů. Dnes činí jejich podíl v Evropě necelých 4,5%, tato úroveň se ale začne zvyšovat. Pomohou k tomu i nejrůznější dotační programy, kterými chtějí jednotlivé vlády zelenou mobilitu podpořit.

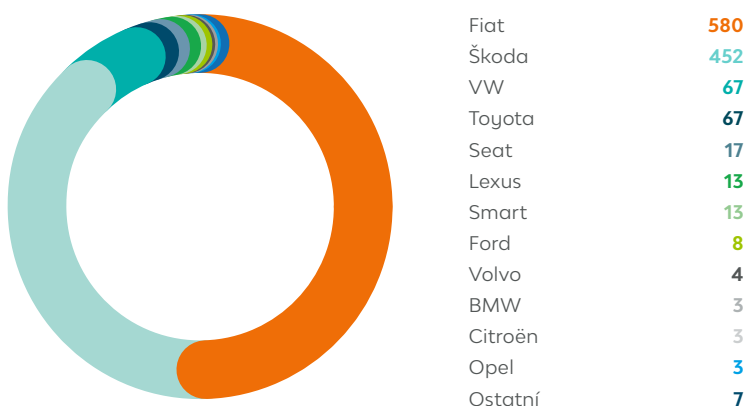
Rozdělení vozidel ve flotile společnosti LeasePlan ČR podle pohonu



Skupina alternativních pohonů ve flotile společnosti LeasePlan ČR – podíl jednotlivých druhů pohonu



Vozy s alternativním pohonem ve flotile společnosti LeasePlan ČR – absolutní počty podle značek



Průzkum trhu

Jak rychle ztrácejí auta na ceně?



Jak rychle v současnosti ztrácejí automobily na ceně v různých zemích světa, ukázal průzkum LeasePlan Car Cost Index, který na konci loňského roku proběhl ve 24 státech Evropy.

Studie srovnávala celkové náklady na provoz osobních aut z kategorií malá vozidla a nižší střední třída, kam patří vozy jako Renault Clio, Volkswagen Polo, Opel Corsa, Volkswagen Golf, Ford Focus, ale i Škoda Octavia.

„Takzvaná amortizace neboli odpisy, tedy postupná ztráta hodnoty v průběhu životnosti vozidla, má na celkových nákladech největší

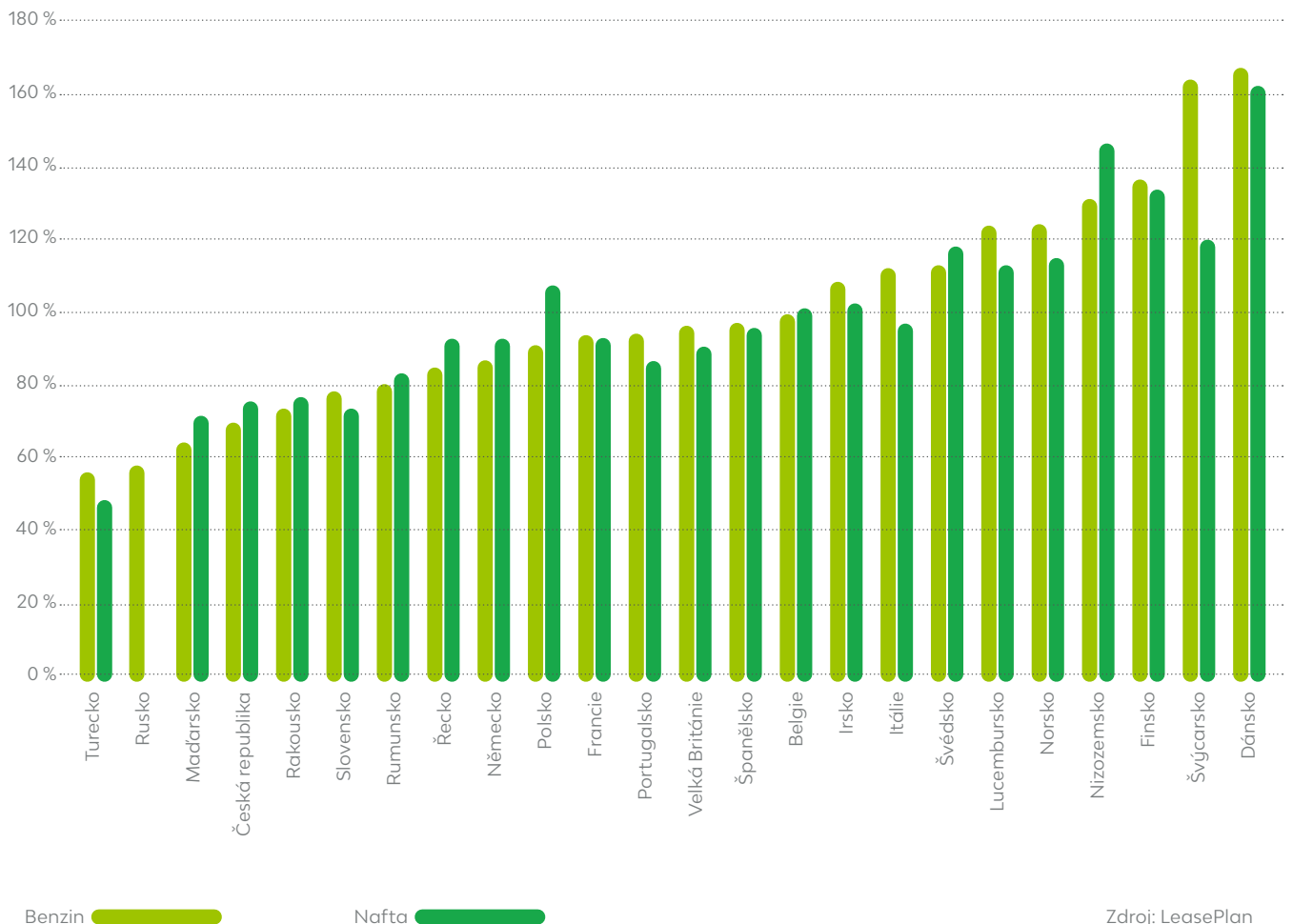
podíl,“ říká Jaromír Hájek, generální ředitel české pobočky společnosti LeasePlan, která studii zadala. V rámci Evropy tento podíl činí 37%, s odstupem pak následují další položky: silniční daň a DPH s 20%, palivo se 16%, pojištění se 13%, servis včetně zimních pneumatik s 9% a úroky v případě leasingu či úvěru s 5%.

Hodnota vozů padá nejrychleji v Dánsku

Vůz s podobnou kupní cenou může v různých zemích ztrácet na ceně odlišnou rychlostí. Podle průzkumu činí průměrná výše měsíční amortizace u benzinových modelů 132 eur (3600 korun) a u dieselových modelů 151 eur (4100 korun). Těchto průměrných hodnot dosahují v Belgii a blíží se jim ve Velké Británii, Španělsku, Irsku anebo v Itálii. Nejvíce ztrácejí na hodnotě vozidla v Dánsku, kde u obou motorizací činí výše odpisů během prvních třech let provozu více než 160% průměrné evropské úrovně. Naopak nejlépe drží ceny vozy v Turecku s přibližně 50% průměrné hodnoty. V České republice se výše odpisů u benzinových vozů pohybuje zhruba na 70% evropského průměru, u dieselových na 75%. Menší pokles hodnoty vozidel vykázaly kromě Turecka už jen Rusko a Maďarsko. Asi v polovině zemí včetně naší ztrácejí diesely na ceně o něco pomaleji než benzinové motorizace,

„Vůz s podobnou kupní cenou může v různých státech ztrácet na hodnotě odlišnou rychlostí.“

Amortizace v prvních třech letech provozu automobilu v jednotlivých evropských zemích (porovnání s průměrnou úrovní, která je vyjádřena hranicí 100 %)



to se však zřejmě v nejbližších letech změní v souvislosti s tlaky na eliminaci škodlivých vlivů naftových motorů.

S přímou úměrou nelze počítat

Na výši amortizace mají vliv specifické tržní podmínky, například struktura a výše silniční daně. Bu-
de-li potenciální majitel čelit vysoké silniční dani, ojeté auto bude pro něj méně atraktivní a bude mít tedy i nižší zůstatkovou hodnotu. Mezi další faktory, které určují odpisy, patří i značka vozu, konkrétní mo-

del, ale třeba také barva. Obecně lze říci, že je snazší prodat rodinný vůz se čtyřmi dveřmi ve stříbrné metalíze než žlutý kabriolet. Přímá úměra mezi pořizovací cenou vozu a jeho zůstatkovou hodnotou ale neexistuje. „Přestože pořizovací cena může být u konkrétního vozidla vyšší, v důsledku rozdílných nákladů na servis, údržbu, palivo a další položky mohou být celkové náklady příznivější než u automobilu s nižší počáteční cenou. Před výběrem vozu je tedy vhodné posoudit všechny faktory, které se na celkových nákladech podílejí,“ upozorňuje Jaromír Hájek.

Martin Brix se stal

Finančním ředitelem roku 2016

Finančním ředitelem roku 2016 se stal Martin Brix z LeasePlanu. Odbornou anketu každoročně pořádá Klub finančních ředitelů (CFO Club), což je asociace vrcholových pracovníků v oblasti finančního řízení, která sdružuje přední odborníky z českých a slovenských podniků, zástupce vysokých škol i další specialisty.

„Vítězství si velice vážím. Je pro mě o to cennější, že hlavní slovo při výběru kandidátů mají kolegové finanční ředitelé. Právě oni nejlépe vědí, jak obtížné je dnes pro firmu na trhu uspět a možná ještě obtížnější svou pozici hájit v tvrdé konkurenci,“ říká Martin Brix.

Rumunské zkušenosti

Do LeasePlanu nastoupil hned po vysoké škole v roce 1999, tehdy jako úvěrový analytik. Jak firma rostla, rozšiřovala se i agenda, kterou měl na starosti. Kromě řízení úvěrového rizika přibýlo hodně analytické práce nutné k řízení

klíčových rizik, controllingu a plánování. *„V roce 2007, kdy už jsem nějakou dobu vedl čtyřčlenný tým útvaru řízení rizik, mně na doporučení našeho generálního ředitele Jaromíra Hájka nabídli kolegové z centrály pozici finančního ředitele v nově založené pobočce v Rumunsku. Nakonec jsme v Bukurešti strávili i s rozrůstající se rodinou celých pět let. Ke dvěma starším dětem nám během pobytu přibyl další přírůstek. Šlo o nesmírně cennou životní zkušenost pro nás všechny. Ve chvílích volna jsme často jezdili do přírody nebo k moři. Děti na konci našeho pobytu rozuměly jak anglicky, tak obstojně*

rumunsky.“ V Rumunsku se mu dařilo. Společnost dosahovala vynikajících výsledků jak v tempu růstu portfolia, tak z pohledu ziskovosti. V roce 2012 se stala lídrem rumunského trhu a také jednou z nejziskovějších poboček v rámci celé skupiny.

To už byl v čele českého zastoupení opět Jaromír Hájek, který si mezitím odskočil na pět let do Itálie, aby tam řídil tamější pobočku. Když v Praze posiloval svůj manažerský tým, měl jasno. Martin Brix dostal novou nabídku: *„Cílem byl návrat k opětovnému růstu, protože portfolio české pobočky tehdy mělo klesající tendenci, jistě i pod vlivem ekonomické krize. Úkol jsme splnili.“*

Jenom geny nestačí

Pro svou profesi má prostě talent. *„Je opravdu možné, že nějakou dispozici v genech máme. Pozoruj to na svých dětech. Asi nejvíc jsem si to uvědomil, když se mě náš nejstarší syn někdy v osmi letech zeptal, kolik nul má kvadrilion a co to je úrok.“* Martina Brixu už od mládí zajímaly datové analýzy, predikce

„Zaměřili jsme se na vyšší efektivitu interních firemních procesů. Výsledkem byl loňský 10% nárůst flotily a téměř 20% navýšení provozního zisku.“

nebo simulace. Právě tyhle disciplíny ho nejvíce bavily během studií na Vysoké škole ekonomické v Praze. Jenom geny by ale na úspěch nestačily.

Podle Martina Brixeho musí finanční ředitel dobře rozumět byznysu a navíc mít obchodního ducha. Požadavky se přitom mění s narůstající globalizací. *„Základní finanční vědomosti budeme potřebovat vždycky, o tom není pochyb. V posledních letech jsou ale finance v mezinárodně působících společnostech stále častěji založené na sdílených službách a outsourcingu, což na nás klade zvýšené nároky na komunikaci i řízení v mezinárodním prostoru. Zahraniční pracovní zkušenost je proto pro rozvoj kariéry finančního ředitele určitě velkým přínosem.“*

Zaměřeno na vyšší efektivitu

Svět čísel zdálky vyhlíží dost nezábavně, ale to jen pro neznalé. Finanční ředitelé nad nimi prožijí nejednu vzrušující chvíli. *„Největší adrenalin člověk vnímá, když čísla nesedí. Naštěstí se nám to díky kvalitní práci celého týmu moc často nestává,“* říká Martin Brix. Obecně podle něj platí, že pokud se člověk cítí za určitá čísla odpovědný, tak mu nikdy nudná nepříjdou. Důležité je umět je nejenom sestavit, aby měla vypovídající hodnotu, ale také s nimi náležitě pracovat. Vidět, co je za nimi skryto, jaký budoucí vývoj na jejich základě předpokládat. Proto se v LeasePlanu snaží budovat co možná nejširší povědomí o dopadech konkrétních aktivit na finanční výsledky a pokud možno předcházet aktivitám, které nepřinášejí požadovanou hodnotu. V poslední době se pod finančním vedením Martina Brixeho zaměřili na vyšší efektivitu interních firemních procesů. Výsledkem byl loňský



10% nárůst flotily a téměř 20% navýšení provozního zisku. Právě tento fakt nejvíce zapůsobil na odbornou porotu ankety Finanční ředitel roku.

Nuda nehrozí

LeasePlan dosáhl rekordního výsledku už druhý rok po sobě. *„Stojí za tím nejen vysoké nasazení kolegů v obchodě, ale i kvalita našich služeb. Řada velkých zákazníků oceňuje naši schopnost přizpůsobit se aktuálním potřebám jejich byznysu. Neustálé zvyšování efektivity interních procesů je pro nás klíčové, díky tomu dokážeme obstát v trvalé sílící konkurenci.“* Finanční ředitel roku 2016 ví, že

ani v nastávajícím období ho čísla nudit nebudou. Bude se s kolegy muset vyrovnat se změnami, jimiž prochází ekonomika, a které mohou mít významný dopad i na podnikání LeasePlanu. Jde například o uvolňování měnové politiky centrální banky, v jehož důsledku může dojít k růstu dovozu ojetých vozidel, a tudíž k poklesu jejich cen. *„Otázkou je i budoucí vývoj cen vozidel s dieselovým motorem. Poptávka po nich klesá, v současnosti hlavně v Německu, kde se připravují omezit jejich vjezd do některých měst. Podobný vývoj se může velmi brzy odehrát i u nás. Důležité je, abychom na změny byli dobře připraveni a dokázali eliminovat všechna rizika.“*

Nový obchodní ředitel Jiří Štoček:

K dlouhodobé spolupráci vede vzájemná otevřenost



„Zákazníci jsou stále zkušenější a chtějí proniknout do operativního leasingu tak, aby dopodrobna porozuměli nabídkám a detailům služeb jednotlivých poskytovatelů. A to je moc dobře, protože naše práce je pak příjemnou výzvou a informovaný zákazník lépe rozumí přednostem LeasePlanu. Opakovaně se nám potvrzuje, že vzájemná otevřenost vede k dlouhodobé spolupráci,“ říká nový obchodní ředitel české pobočky LeasePlanu Jiří Štoček.

V LeasePlanu pracuje od roku 2011. Do letošního března působil v pozici manažera týmu akvizice, tedy té části obchodního oddělení, která je zodpovědná za získávání nových zákazníků a za uvedení spolupráce v život.

Jaké další změny na trhu jste v poslední době upozoroval?

Významnou změnou je například stále větší podíl zákazníků z veřejného sektoru, kde jsme mimořádně úspěšní. Jako příklad mohu uvést spolupráci s předním českým dopravcem, kde jsme v minulém roce zvítězili v tendru na obnovu vozového parku, který LeasePlan provozuje od roku 2013.

Jak intenzivně jsou členové obchodního týmu v osobním kontaktu s klienty?

Osobní kontakt se zákazníky je základem naší práce. Každý firemní zákazník LeasePlanu je v péči account managera nebo managerky a jeho či jejího týmu. Zná své kontaktní osoby v LeasePlanu, má na ně všechny kontakty včetně mobilního telefonu. Zákazníci oceňují, že právě do osobní péče stále investujeme a neřešíme komunikaci přes anonymní call centra nebo online formuláře. Mám velkou radost, když se setkávám se zákazníky, kteří s námi zahájili spolupráci před mnoha lety jen s několika málo

vozy, a dnes pečujeme o jejich celé flotily. Hned druhý den v pozici obchodního ředitele jsem byl na schůzce s ředitelem dopravy našeho významného klienta, který byl mým prvním zákazníkem, s nímž jsem v roce 2011 uzavřel smlouvu. Spolupráce úspěšně pokračuje dodnes. Zákazníci nám dávají jedinečnou zpětnou vazbu a je povinností obchodního oddělení i mou s těmito informacemi pracovat a prosazovat ve firmě jejich podněty. Klienti jsou tím nejcennějším, co máme. Po letech vedení týmu akvizice považuji za osobní odpovědnost neustále s nimi rozvíjet spolupráci, protože nám dávají svoji důvěru.

V čem vidíte největší přednosti obchodní nabídky LeasePlanu?

Když jsem před lety přišel do LeasePlanu, můj hlavní postřeh byl, že jde o personálně silnou, a tudíž stabilní leasingovou společnost, dnes má více než 120 zaměstnanců. Zároveň jsme specializovaní na full service leasing vozidel a máme znalosti vyplývající z více než 50leté historie celé skupiny. Ve výsledku jsme ve srovnání s trhem vysoce flexibilní, jsme schopni reagovat i na velmi specifické požadavky zákazníků, při jejich řešení jim umíme poradit. Jako příklad mohu uvést financování a doprovodné služby pro kanalizační tlaková čisticí vozidla přední vodárenské společ-

Jiří Štoček

Nový obchodní ředitel české pobočky LeasePlanu má doktorát z politologie z Karlovy Univerzity, magisterského vzdělání dosáhl na State University of New York. V USA pracoval pro Rockefeller Institute, poté působil v Citibank a ve velké univerzální leasingové společnosti na různých pozicích – od key account managera až po vedoucího týmu operativního leasingu. Do LeasePlanu nastoupil v roce 2011 a vedl zde oddělení akvizice. V posledních letech byl rovněž zástupcem obchodního ředitele. Úlohu manažera týmu akvizice po něm převzal kolega Lukáš Podroužek, zástupcem obchodního ředitele se stal Michal Červenka, který současně řídí oddělení péče o klienty.

„Zákazníci nám dávají jedinečnou zpětnou vazbu a naši povinností je jejich podněty prosazovat.“

nosti. Pokud u zákazníka uspějeme ve výběrovém řízení, víme, že jsme schopni dodat vše, co je ve smlouvě, určitě se na něm neučíme metodou pokus-omyl. Když vidíme prostor pro zlepšení, jdeme za tímto cílem. Zákazníci jsou středem našich snah a vím od nich, že neznají jinou společnost naší velikosti, kde by byli v pravidelném kontaktu s klienty i jednatele firmy. Samostatným tématem je náš produkt Partner Plan, tedy jednostranně otevřená kalkulace s dobropisováním podílu na úsporách v údržbě, pneumatikách a výnosu z prodeje vozidla. Ten je na trhu stále zcela jedinečný a můžeme ho nabízet díky naší finanční stabilitě a zaměření na dlouhodobou spolupráci se zákazníky.

Kde naopak spatřujete prostor pro zlepšení?

Jestliže máme signál od více zákazníků, že mají zájem o služby či přístup, který posílí jejich spokojenost, jdeme za jejich naplněním. Příkladem může být požadavek na poskytování zápujček vozidel na flexibilní bázi za ceny nižší, než je obvyklé v autopůjčovnách. Proto jsme spustili produkt FlexiPlan, o který zákazníci projevují velmi vysoký zájem. Poptávku po operativním leasingu ze strany živnostníků a malých či středních firem jsme převedli do samostatného produktu LeasePlan GO, který nabízíme jednoduchou formou prostřednictvím webu. Potvrzuje se, že to byl krok správným směrem.

Jaké aktuální úkoly v současnosti řešíte?

Díky mezinárodnímu záběru LeasePlanu teď v součinnosti s centrálou usilovně rozvíjíme mezinárodní spolupráci se zákazníky. Posiluje trend, kdy firmy působící

ve více zemích hledají jednoho partnera pro poskytování full service leasingu, který je schopen jednoduchou formou zastřešit, garantovat a sjednotit spolupráci ve více státech. Zahrnuje to mezinárodní péči o zákazníky, mezinárodní on-line reporting i další nástroje. Spolupráce je obvykle řízena ze země, kde je sídlo zákazníka. Tamější pobočka LeasePlanu je pak klíčovým kontaktem pro smluvní požadavky klienta. I v České republice roste potenciál firem s mezinárodním záběrem, zejména jde o pokrytí zemí v našem regionu – od Německa po Rumunsko. Hodně úsilí proto věnujeme tomu, abychom pro firmy sídlící u nás byli volbou číslo jedna při zajišťování jejich fleetových potřeb napříč více zeměmi. Už teď máme skupinu zákazníků, která toho využívá, a z České republiky zastřešujeme jejich spolupráci s pobočkami LeasePlanu v dalších zemích.

Jak se podle vás v nabídce leasingových společností odrazí probíhající změny v automobilovém byznysu – nástup elektromobility, chytrých aut, sdílených služeb a podobně?

Automobilový byznys se rychle vyvíjí a zákazníci stále více projevují zájem o nové služby a alternativní pohony. V této oblasti je nutné zmínit posilující elektromobilitu, která proniká jak k veřejným subjektům, tak k soukromým firmám. Zrovna dnes (18. května – pozn. red.) jsme zpracovali pět objednávek na vozidla s elektropohonem pro jednoho z našich klíčových zákazníků. Klienti také požadují stále větší míru poradenství a digitalizované služby, které uživatelům vozidel usnadňují život. A právě to je cesta, kterou díky mezinárodnímu záběru a jedinečným informacím

o všech aspektech naší flotily, která celosvětově čítá téměř 1,7 milionu vozidel, spoluvytváříme. S žádostí o poradenství se na nás ale obracují i zákazníci jiných leasingových společností. Nedávno jsme například vypracovali analýzu pro jedno z ministerstev, která byla vysoce hodnocena a otevřela prostor pro možnou budoucí spolupráci.

Jaký vztah k autům máte vy osobně?

Práci v automotive prostředí si moc užívám, stejně jako většina mých kolegů. Pravda je, že ve firmě pracuje mnoho lidí, kteří se v technických detailech aut vyznají mnohem lépe než já. Takže i při výběru služebního auta jsem si nechal poradit od kolegy a musím potvrdit, že mám každý den radost z jízdy, protože je skvěle nakonfigurované. Auta mám rád od dětství. A aniž bych tuto zálibu nějak vnucoval svým dětem, tak pětiletý Edík i tříletá Tereška jsou automobiloví nadšenci. Když vidí auto, které má pod registrační značkou podložku LeasePlanu, říkají, že v něm jede někdo z kolegů. Takže jsme opravdu silná firma...

„Naše flotila celosvětově čítá téměř 1,7 milionu vozidel.“

CarNext

Ojeté vozy férově a na úrovni

Když se vydáte do areálu CarNext ve Vestci u Prahy, prodejního místa vybraných ojetých vozů LeasePlanu vrácených po leasingu, zarazí vás hned několik věcí. Především to tady nepůsobí jako ve většině autobazarů. Spíše než na prodej ojetin to tu vypadá jako v dealerství nových vozů. Zámková dlažba, prosklený showroom, moderní nábytek, všude čisto...



„V reakcích zákazníků převažuje jednoznačně chvála, někteří z nich přicházejí s předešlou špatnou zkušeností z koupě ojetého vozu.“

Vlastně jsme nejdřív byli na pochybách, jestli jsme tu správně. Prodejně zrovna vévodily tři vozy připravené na předání zákazníkům. Na první pohled byste vůbec nepoznali, že jde o ojetiny. Vyčníval mezi nimi rok starý černý Superb v luxusní výbavě. Nablýskaný lak, netknuté kožené béžové sedačky, třpytící se ráfky.

„A to jste ještě neviděli motor,“ uvítal nás vedoucí prodeje Petr Bína a otevřel kapotu. Motor vypadal, jako by právě vyjel z tovární linky, ani kapka nečistoty. Perfektně „vypíglovaný“ je prý každý vůz, který z CarNext odjíždí s novým majitelem.

„Tuhle přípravu ale uskutečníme až poté, co zájemci umožníme prohlídku v původním stavu, v jakém se nám vozidlo vrátilo. Takovou férovost prodeje ojetých vozů nabízíme asi jako jediní. Když pak stejná slova slyšíme osobně od klientů, neskutečně nás to dobývá,“ dodává kolega Jan Veselý.

Personál CarNext tvoří šest pracovníků, o zákazníky ale pečují hlavně tihle dva muži s bohatými zkušenostmi z oboru.

Zkušenosti nezaplacení

Vedoucí prodeje CarNext Petr Bína se vyučil automechanikem v Humpolci a potom vystudoval silniční dopravu na pelhřimovské průmyslovce. Po maturitě nastoupil do firmy AZ Auto Fiat, kde jeden rok pracoval jako mechanik. Když mu bylo 22 let, odešel do Prahy, konkrétně do firmy Papoušek Auto. „Začínal jsem jako skladník, pak jsem pracoval na pozici prodejce náhradních dílů a později jako prodejce nových vozů značky Škoda,“ vzpomíná.

Nabrané dovednosti zúročil ve firmě Přerost a Švorc auto, kam přešel v roce 2001. Byl tady prodejcem ojetých vozů a od roku 2010 vedoucím prodeje ojetin. „Loni jsem dostal nabídku od Car Remarketing Managera LeasePlanu Michala Fořta na pozici vedoucího prodeje CarNext. Velmi mě to zaujalo, a tak jsem v listopadu nastoupil.“

Automechanikem se vyučil i kolega Jan Veselý, konkrétně pro Tatru Kopřivnice. Než nastoupil na vojnu, pracoval v její pobočce na pražském Smíchově. Po návratu působil třináct let v AutoPalace v Praze na Spořilově jako pracovník půjčovny i jako prodejce. V roce 2000 si udělal půlroční pauzu a jel studovat do Anglie, potom si dodělal střední školu.

Důležitý zlom nastal v roce 2007, kdy jej oslovil tehdejší generální ředitel Kia Motors Czech Vít Pěkný a nabídl mu místo Fleet and Used Managera pro Českou republiku. „Byla to ve všech směrech velmi náročná práce, ale beru ji jako to nejpřínosnější, co jsem prožil, a to jak v pracovní, tak i osobní rovině. Inženýru Pěknému za to budu vděčný do konce života,“ říká Jan Veselý.

Dalším mezníkem jeho kariéry se stal závěr roku 2011, kdy se setkal s technickým ředitelem LeasePlanu Peterem Škodou, který mu začal vyprávět o vznikajícím projektu prodeje ojetých vozidel CarNext. „On mi to nejdříve nevěřil, ale mě ten projekt opravdu hned nadchl. Když mi tedy nabídl, abych se do něj zapojil, vůbec jsem neváhal a stal se zaměstnancem LeasePlanu.“ V listopadu už to bude šest let.

Orientace na klienta

Jak Petr Bína, tak Jan Veselý nedají na CarNext dopustit. Za jeho největší výhodu považují orientaci na klienta. „Obecně dnes platí, že koupit ojetý vůz na českém, ale i evropském trhu je poměrně velké riziko. U nás tomu tak není. Máme jen jeden zdroj vozů, všechny jsou majetkem české pobočky LeasePlanu. Jde tedy o vozidla koupená v České republice a řádně servisovaná. Prodáváme je s roční zárukou, kterou na přání klienta umíme rozšířit. Kromě toho nabízíme financování pro ty, kteří nechtějí platit hotově, a také volitelné pojištění,“ vypočítává Jan Veselý.

A spolu s Petrem Bínou doplňují: „Nepracovali bychom někde, kde bychom cítili, že klienti nedostávají službu, kterou očekávají, anebo jsou dokonce velmi nespokojení. Fakt, že nás zákazníci chválí, je motorem pro další práci.“

Každý měsíc prodají přes 70 aut, nabídka se proto neustále obměňuje, vždy aktuální verzi najdete na internetu. Přímo v areálu CarNext ve Vestci je v průměru vystaveno 60 až 70 vozů. Převládají typická fleetová vozidla, zejména Škody Octavia a Škody Superb, ale jsou tu i další značky včetně luxus-

CarNext

U Okruhu 587
252 42 Vestec

Otevírací doba

pondělí až pátek:
10.00 až 18.00 hodin

sobota:
9.00 až 14.00 hodin

www.carnext.cz

ních modelů prémiových výrobců. Většina vozů není starších než 24 měsíců.

Nejlepší reklama

V reakcích klientů převažuje jednoznačně chvála. „Chodí nám i spousta hezkých e-mailů, ale já bych je nechtěl citovat, protože pak si nás trochu dobírají kolegové. Říkají nám, že si je snad pišeme sami. Ale nepíšeme,“ říká Jan Veselý. „Občas se stává, že někteří klienti přicházejí s předešlou špatnou zkušeností z koupě ojetého vozu. O to více nás potěší, když jsou nadšení naším profesionálním, ale i lidským přístupem.

A nadšený zákazník je nejen nejlepší, ale i nejlevnější pozitivní reklama,“ doplňuje Petr Bína. Oba jsou zvyklí plnit lidem jejich představu o ideálním vozidle. Mají ale i oni nějaký svůj vysněný bourák? „Samozřejmě, mně se teď hodně líbí nová Škoda Kodiaq,“ konstatuje Petr Bína. A kolega doplňuje: „Automobilový sen má asi každý. Já jsem ale rád, když si udělám čas a můžu si vyjet na kole, nejradši s celou rodinou. Protože zmiňuji rodinu, určitě bych si zvolil auto pro nás pro všechny. V současné době se mi hodně líbí Škoda Superb Combi třetí generace, tak třeba se mi tenhle sen vyplní.“

10 důvodů, proč si vybrat ojetý vůz v CarNext

- 1 U všech vozidel je LeasePlan prvním a jediným majitelem
- 2 Všechna vozidla mají původ v České republice
- 3 Všechna auta měla pravidelný servis
- 4 Ke všem vozidlům je kompletní dokumentace
- 5 Klient se může seznámit s detailní historií vozu ohledně servisu nebo pojistných událostí
- 6 Každé auto prochází předprodejní prohlídkou
- 7 Nabídka vozidel je denně aktualizována
- 8 Možnost výhodného financování
- 9 Moderní prostředí nového areálu
- 10 Vysoká profesionální úroveň a serióznost made in LeasePlan

Petr Bína (vlevo) a Jan Veselý



FlexiPlan:

Auta na pár měsíců jsou k dispozici okamžitě



„Zákazník poptá určitou kategorii vozidla a LeasePlan mu obratem přidělí vůz, který je k dispozici pro vybrané období.“

Šest měsíců je průměrná délka pronájmu vozidla v rámci nového produktu nazvaného FlexiPlan. LeasePlan jím reaguje na stále častější poptávku klientů po krátkodobějším kontraktu, než nabízejí tradiční produkty firmy.

Žádné penalizace

„Uživatelé obvykle FlexiPlan potřebují během sezonních nebo jednorázových zakázek, v mezidobí při čekání na nový automobil anebo pro pracovníky najaté na časově omezené projekty,“ říká Petra Ochová, Business Development Director české pobočky LeasePlanu. Podle Petry Ochové jsou odezvy na FlexiPlan velice příznivé: „Klienti oceňují, že vůz mají prakticky okamžitě k dispozici. Za velký bonus považují fakt, že auto mohou kdykoli vrátit, aniž by jim hrozila nějaká penalizace.“

Bez starostí

FlexiPlan je koncipován tak, že zákazník poptá určitou kategorii vozidla a LeasePlan mu obratem přidělí

vůz, který je k dispozici pro vybrané období. Nejčastěji zákazníci volí střední třídu, do které spadá například Škoda Octavia, ale LeasePlan dokáže zajistit i nižší či vyšší modely dle klientských potřeb. Délka pronájmu se pohybuje v rozmezí jeden měsíc až dva roky. Stejně jako u klasických forem operativního leasingu se pak zákazník nemusí v podstatě o nic starat. Splátka garantovaná po celou dobu pronájmu zahrnuje škálu všech podstatných služeb:

- financování vozu
- servis
- sezonní pneumatiky
- pojištění
- asistenční služby
- všechny povinné platby (silniční daň, dálniční známka, koncesionářský poplatek za rádio)

Názor klienta: Zaujal mě jednoduchý postup od objednání k přistavení vozu

Jedním z prvních zákazníků, kteří využili nový produkt FlexiPlan, byl Michal Hu ze společnosti CTECH, s.r.o. Zajímalo nás, jak s ním byl spokojen.

Doporučil byste na základě vlastní zkušenosti FlexiPlan kolegům anebo obchodním partnerům?

Zcela určitě. V mém případě jsem využil FlexiPlan jako cestu k náhradnímu vozu, když jsem čekal na nové auto z výroby. Vozidlo jsem dostal v podstatě bezprostředně po své žádosti. Velmi jsem ocenil nabídku, která je přizpůsobena potřebám i finančním možnostem konkrétní firmy.

Jaká je podle vás největší výhoda FlexiPlanu?

Uvítal jsem, že LeasePlan má konečně produkt i pro krátkodobé zápůjčky. Díky tomu pokrývá sto procent potřeb pro řešení správy firemní flotily. Zaujal mě hlavně velmi dostupný a operativní proces – jednoduchý postup od objednání k přistavení vozu. Velkou výhodou je i možnost předčasného vrácení vozu bez jakékoli penalizace.

Vidíte nějaký prostor pro zkvalitnění služby?

Vždy je co vylepšovat. Za sebe bych uvítal, kdyby v rámci FlexiPlanu byly řešeny také palivové karty.

„Velkou výhodou je možnost předčasného vrácení vozu bez jakékoli penalizace.“





Moje osudové vozy

Jestli rádi řídíte, zkuste veterány!

Nejradši mám moment, kdy přivezeme nalakovanou karoserii, na kterou začneme strojit zrenovované díly. Najednou se před očima rodí nádherný kus.

Petr Fiala je jednatelem a finančním ředitelem společnosti YOUR SYSTEM, která působí v oblasti informačních technologií. Vždycky, když si chce od světa kybernetiky odpočinout, zajde do dílny své firmy Classic-auto.cz v pražských Nuslích. Pod pečlivýma rukama zkušených řemesníků tady nabývají ztraceného lesku slavní automobiloví veteráni.

„Auta mě okouzlovala od dětství, hodně jsem si s nimi hrál a později je i sbíral,“ vypráví Petr Fiala, „úplně mě uchvátil model Jaguaru E-Type, ten jsem si doslova hýčkal. A představte si, že po mnoha letech právě tento vůz získal ocenění nejkrásnější auto všech dob. Jaguar E-Type byl také prvním veteránem, který jsem si před osmnácti lety pořídil.“

Kdy jste začal s renovacemi?

Asi před patnácti lety jsem renovaci veteránů postupně zařadil mezi aktivity své firmy, která se zabývá montážemi zabezpečovacích prvků do aut. Časem se mi podařilo vytvořit kolektiv lidí, kteří s náležitým nadšením pracují na jejich znovuzrození. Zajímají mě vozy 50. a zejména 60. let, která považuji za zlatý věk automobilis-

mu. Vozy té doby mají duši a řídit je znamená nevšední zážitek. První zkušenosti jsme získávali při renovacích celkem jednoduchých aut, jako MG TD z roku 1952 anebo Triumph TR3 z roku 1959. Postupem let se z hobby aktivity stala komerční činnost. Abychom se odlišili od konkurence, soustředíme se výhradně na nejvyšší kvalitu renovace, zaměřujeme se na každý detail a originální specifikaci vyrobeného vozu.

Jaké vozy už jste renovovali?

Začínali jsme u anglických vozů Triumph TR3, MG TD, Austin Healey a zmiňovaného Jaguaru E-Type. Později jsme se více specializovali na vozy Porsche 911 z let 1969 až 1971, Mercedes Benz 230 SL Pagoda a v poslední době také na italské značky Maserati a Alfa Romeo.

Znovuzrození trvá rok a půl

Kde veterány vyhledáváte?

Dnes už je těžké najít zajímavý kus za rozumnou cenu. Využíváme síť kontaktů, které jsme za roky spolupráce získali, a většinu vozů kupujeme v zahraničí. Zaměřujeme se na vozy, které jsou pokud možno kompletní a nenapadené kutily.





Jak dlouho v průměru renovace veterána trvá?

Zhruba jeden a půl roku, ale za předpokladu, že jde vše podle plánu. Znovuzrození vozu je proces, kdy musíme vyřešit množství potíží. Úzkým hrdlem jsou klempířská a lakýrnická profese, protože kvalitní řemeslníci prostě z trhu mizí. Skutečně poctivá renovace je založena na vysoké pracnosti. Musíme se proto soustředit na vozy, které se renovací zhodnotí tak, že budou zároveň pro jejich majitele dobrou investicí.

Jaký okamžik během renovace máte nejradši?

Určitě moment, kdy z lakovny přivezeme nalakovanou karoserii, na kterou začneme strojit zrenovované díly. Najednou se vám před očima rodí nádherný kus. Právě tahle fáze je pro všechny pracovníky velkou odměnou.

Vy osobně se prací účastníte?

Já jen proces organizuji, starám se o nákup projektů a následně o prodej hotových vozů. Při organizaci renovačních prací a shánění náhradních dílů mi moc pomáhá můj syn Tomáš, který v tomto prostředí vlastně vyrůstal, a tak je mou zálibou náležitě infikován. Vlastní renovace provádějí čtyři zaměstnanci a spřátelení klempíři, lakýrníci a čalouníci.

Příběh vozu zvyšuje jeho cenu

Už jste naznačil, že renovované vozy nabízíte k prodeji. Kdy vás to napadlo?

Prvních pět let jsme se učili a získávali zkušenosti, takže jsme renovovali velmi pomalu a v podstatě jen pro sebe. Pak jsme ale zjistili, že o naše auta mají zájem další lidé. Nejdříve jsme začali renovovat vozy pro přátele a pak i pro jiné zákazníky.

„Právě renovujeme Maserati Ghibli z roku 1967, jedinečné luxusní kupé s osmiválcovým motorem o objemu 4,7 litru a se čtyřmi dvojitými karburátory Weber. Reprezentuje doslova to nejlepší, co se v té době vyrábělo.“



Jak se vůbec v čase vyvíjí cena veteránů? Jde o dobrou investici?

Dobře zvolený veterán může přinášet svému majiteli radosti nejen při projížďkách, ale také ve formě nadstandardně se zhodnocující investice. Před dvěma lety se trh s veterány plošně skokově zhodnotil, u některých modelů i v řádech desítek procent. Dnes obecně platí, že vybrané kusy přinášejí roční zhodnocení v jednotkách procent. Kvalitní renovace podle originální specifikace zvyšuje možné meziroční zhodnocení a zlepšuje případnou likviditu veterána na trhu. My se vzhledem k náročnosti prováděných renovací soustředíme na vozy, jejichž cena je adekvátní vynaloženým nákladům. Pohybujeme se tedy v relacích od 100 tisíc eur nahoru.

Jak cenu vozu ovlivňuje jeho příběh?

Z investičního pohledu stejně dobře jako renovovaný automobil funguje i vůz v mimořádně zachovalém



původním stavu, s malým počtem ujetých kilometrů a s dokumentovanou historií. Vlastní příběh vozu, jeho historie a předchozí majitelé, mohou výrazně ovlivnit jak jeho cenu, tak i průběžné zhodnocování.

Svezení je na tom všem nejlepší

Který vůz považujete za svůj nejlepší kousek?

Ten, který právě renovujeme. Jde o Maserati Ghibli z roku 1967, jedinečné luxusní kupé s osmiválcovým motorem o objemu 4,7 litru a se čtyřmi dvojitými karburátory Weber. Reprezentuje doslova to nejlepší, co se v té době vyrábělo. Vůz bude zrenovován do nejmenšího detailu přesně podle dobové specifikace.

Máte nějakého vysněného veterána, kterého byste jednou chtěl mít ve své dílně?

Mým snem, bohužel dnes už nespílitelným, je Lamborghini Miura

z konce 60. let. Tato ikona patří mezi naprosto výjimečné kulturní supersportovní vozy. Jejich hodnota se ale za posledních deset let zhodnotila více než desetinásobně a dnes už jsou tedy v podstatě nedostupné.

S jakým vozem jezdíte radši – s veteránem, anebo s nějakým novodobým autem? I když, to je asi zbytečná otázka...

Právě svezení je na veteránech to nejlepší, a tak je využívám při každé příležitosti, často i na jízdu do práce. Mezi moje oblíbené činnosti patří účast na veteránských akcích, na rallye, na kterých si můžete jízdu s veterány opravdu užít do sytosti. Současné moderní vozy jsou jistě příjemné, komfortní, ale vlastně už nevyžadují moc řízení. A tento trend bude pokračovat. Takže pokud rádi řídíte auto, vyzkoušejte si veterány, stojí to za to!



Peugeot 3008

Ztělesnění trendu



Druhá generace Peugeotu 3008 si sice zachovala své vlastnosti a pojetí, ale zcela změnila styl. Stále je crossoverem, nyní ale s charakterem významně posunutým směrem k segmentu SUV.



Jednoduše by bylo možné říci, že Peugeot změnil charakter modelu 3008 z MPV na SUV. Udělal zcela pragmatický krok, který odráží zvětšující se – a často až nesmyslně – oblibu zvýšených vozů s „off-roadovým“ stylem. Po stránce designu se Peugeot 3008 stává nositelem nejaktuálnější podoby nového stylistického jazyka značky Peugeot. Jde hlavně o výraznou a takřka svisle situovanou masku chladiče, členité hlavní světlomety nebo zadní světla s trojicí svislých červených segmentů na každé straně. Peugeot 3008 je celkově pojatý velmi odvážně a nechybí u něj sebevědomé ostré hrany a rysy, jež vhodně ladí se zmiňovaným SUV charakterem.

U Peugeotu 3008 však není zajímavý jen exteriér, ale také vnitřní prostor. Peugeot totiž právě v tomto modelu, který se stal vozem roku 2018, představil svůj nově pojatý interiér s palubní deskou i-Cockpit. Konfigurace s extrémně malým volantem a výhledem na přístrojový štít nikoli skrz volant, ale až nad jeho věncem, zůstala zachována, vše ostatní je ale nové. Poprvé v dané cenové kategorii se ve standardní výbavě všech verzí objevuje plně digitální přístrojový štít (s úhlopříčkou 12,3 palce). Středem komunikačního rozhraní mezi řidičem, vozem a okolním světem je osmipalcový dotykový displej uprostřed palubní desky, doplněný níže umístěnými, velmi





efektně vypadajícími tlačítky pro přístup k hlavním funkcím. Tato multimediální platforma nabízí vše myslitelné od nejnovější 3D navigace TomTom až po propojení s mobilními telefony přes MirrorLink a Apple CarPlay. Verze se samočinnou převodovkou mají též zcela nový volič. Celek působí stylisticky vyváženým a kvalitním dojmem, k němuž přispívají rovněž některé nové materiály včetně vkusné tkaniny nebo Alcantary.



Peugeot 3008 pohánějí výhradně přeplňované motory. Na českém trhu jsou k dispozici tři čtyřválce. Zážehový 1,6 THO s výkonem 121 kW (165 k) a dvojice turbodieselů 2,0 HDi s výkony 110 a 133 kW (150 a 180 k). Jedině základní „diesel“ je vybaven manuální převodovkou, jinak je standardem šestistupňová samočinná převodovka s příjemně jemným řazením a povedeným naladěním. Žádné z těchto verzí nechybí ani dynamika, ani kultivovanost běhu. Ačkoli se nový Peugeot 3008 změnil z MPV na SUV, pohon všech kol nenabízí a uživatel si musí vystačit s příplatkovým elektronickým řízením trakce Advanced Grip Control. Kombinován je se zvláštními osmnáctipalcovými pneumatikami M+S a umožní volbu pěti provozních režimů. Novinkou

se stává systém HADC (Hill Assist Descent Control) aktivovaný tlačítkem na středové konzole a umožňující samočinně sjíždět prudké svahy rychlostmi již od 3 km/h.

Samozřejmostí je u nového Peugeotu 3008 vysoká míra nejen pasivní, ale hlavně aktivní bezpečnosti, jejíž prvky jsou zahrnuty do soustavy ADAS (Advanced Driver Assistance Systems). Patří mezi ně především sledování prostoru před vozidlem se samočinným brzděním (radar a kamera), aktivní vedení v jízdním pruhu, samočinné přepínání dálkových světlometů, sledování únavy řidiče a slepých úhlů zpětných zrcátek, projekce dopravních značek do přístrojového štítu a adaptivní tempomat (tentokrát již skutečně se schopností brzdit), doplněný u variant se samočinnou převodovkou možností zastavení a následného rozjetí.

Peugeot 3008 je na českém trhu k dispozici s uvedenými třemi motory a v kombinaci se dvěma úrovněmi výbav. I „základní“ GT Line je velmi dobře vybavena a ukazuje, že nová 3008 míří výše než její předchůdce. Nejvýkonnější vznětový motor s výkonem 180 k je k dispozici rovnou v provedení GT, které sází na ještě výraznější styl.





Splněná očekávání





XC60. Pro neznalé jen dvě písmena a dvě číslice. Za nimi se ale ukrývá dlouhý příběh jednoho úspěšného vozu. Léta vývoje, testování, investic... A jejich výsledek? Nejnovější model značky Volvo uchvátil laickou veřejnost i automobilové novináře prakticky okamžitě po svém odhalení. Nové Volvo XC60 je přesně takové, jak se očekávalo: dynamické, silné a současně švédsky elegantní, s typickým skandinávským charakterem.

Ačkoli jde o zcela nový model se svěžím designem, některé osvědčené „identifikační“ prvky si přináší z minulosti: nezaměnitelná „volví“ přední světla ve tvaru Thorova kladiva, vzadu svislé svítlny jasně odkazující na předchozí XC60 a klasický styl zadních horizontálních skupinových svítilen navazující na okno pátých dveří. Z atleticky svalnatého vzhledu tohoto crossoveru vyzařuje kultivovaná eleganc

a nadčasová kvalita a jeho interiér představuje ladnou souhru důvtipně řešené architektury, nejmodernějších technologií a kvalitních materiálů. Dokonale a do nejmenších detailů zpracované pravé dřevo a kov povyšují projížďku novou XC60 z pouhé přepravy z bodu A do bodu B na skutečný požitek. Nové Volvo XC60 je bezesporu jedním z nejbezpečnějších vozů, které dosud z továrny švédské



2,1 l/100 km

Nová XC60 zrychlí na 100 km/h během 5,3 vteřiny a přitom průměrně spotřebuje pouze 2,1 l/100 km, a to vše při hmotnosti přes dvě tuny.

automobilky vyjely. V základu této jehy – od Volva samozřejmě očekávané – schopnosti stojí globální samonosná automobilová platforma Volvo Scalable Product Architecture (SPA), která byla vytvořena pro novou modelovou řadu 90 a poprvé představena u modelu XC90. Maximální úroveň bezpečnosti zajišťuje propracovaná pevnostní klec, na jejíž výrobu bylo použito v automobilovém průmyslu vůbec nejvyšší procento bórem legované oceli. Ostatně o tuhosti karoserie dost vypověděl i speciální „rollover“ crash test, který Volvo provedlo ještě před představením vozu na autosalonu v Ženevě: nová XC60 ani při brutálně realistickém přehození přes střechu v padesátikilometrové rychlosti nedoznala větší újmy. Nejsou to ale jen prvky pasivní bezpečnosti, co chrání řidiče a posádku před nebezpečím. Neméně důležité jsou nové pokročilé asistenční funkce, které napomohou vyhnout se nebezpečným situacím díky podpoře v podobě automatického řízení. Například inovovaný systém City Safety nyní zahrnuje podporu řízení, jež se sama aktivuje v případě, že by samotné automatické brzdění plnou brzdou silou nedokázalo zabránit

nárazu. V takové situaci provede vůz automatickým zásahem do řízení úhybný manévr, aby objel potenciální překážku – třeba jiné vozidlo, chodce či větší zvíře. Podpora řízení je aktivní v rychlostním rozmezí 50–100 km/h.

V nové XC60 se můžete spolehnout i na pomoc systému ochrany před srážkou s protijedoucím vozidlem ve vedlejším pruhu. Pokud bezděčně vybočíte ze svého jízdního pruhu, systém vás na to upozorní a pomocí automatické podpory řízení vás vůz navede zpět do původní dráhy. To vše v rychlostech od 60 až do 140 km/h.

Vylepšení se rovněž dočkal na přírodní dostupný informační systém monitorující mrtvý úhel (BLIS). I ten zahrnuje funkci podpory řízení, která řidiči pomáhá vyhnout se případné kolizi s vozidly přibližujícími se z mrtvého úhlu tím, že vůz nasměruje zpět do původního jízdního pruhu a mimo nebezpečí.

Vedle dalších, již osvědčených bezpečnostních technologií (jako je například systém ochrany proti neúmyslnému sjetí z vozovky) je v nové XC60 na přání k dispozici asistent pro jízdu v kolonách a semiautonomní řízení Pilot Assist



II. generace, jež při jízdě rychlostí do 130 km/h pomohou s řízením, akcelerací a brzděním.

Ale ani jízdní výkon nezůstal stranou pozornosti. V konstrukčních řešeních nové generace agregátů Drive-E využívá automobilka Volvo mimo jiné i vlastní zkušenosti z motorsportu. Vlajkovou lodí je hybridní soustava tvořená dvoulitrovým řadovým čtyřválcem a elektromotorem – ceny sbírající T8 Twin Engine, jež se může pochlubit systémovým výkonem 407 koní. Nová XC60 s ní zrychlí na 100 km/h během 5,3 vteřiny a přitom průměrně spotřebuje pouze 2,1 l/100 km, a to vše při hmotnosti přes dvě tuny. Skvělému výsledku v oblasti spotřeby paliva výrazně pomáhá i možnost dojezdu až 40 km čistě na elektrickou energii.

Ani základní motory, všechno dvoulitrové čtyřválce, nezahánbí. Ty naftové nabízejí výkony od 150 do 235 koní (tolik jich má ochočen agregát D5 s technologií PowerPulse), benzínové dokonce 254 (T5) a 320 koní (T6 s točivým momentem 400 Nm). S výjimkou základního naftového motoru D3 jsou všechny spojeny se systémem pohonu všech kol AWD.

A interiér? I zde Volvo navazuje

na nový designový jazyk stvořený týmem Thomase Ingenlatha, XC60 však samozřejmě přináší také řadu nových krásných linií a detailů.

Snad nejzajímavějším „kouskem“ je ozdobná lišta vytvořená z jednoho kusu světlého dřeva, jehož inspirací byl kus slunce a solí vyběleného dřeva, jež sám šéfdesignér našel vyplavený na pláži nedaleko továrny automobilky.

Připomínkou rodné vlasti modelu je i nová čtyřzónová klimatizace se systémem CleanZone, která zvenčí nasávaný vzduch zbaví škodlivých látek a částic prachu, takže si posádka ve voze může vychutnávat svěží, téměř skandinávské ovzduší. A když si k tomu pustí oblíbenou hudbu z volitelně nabízeného špičkového audiosystému Bowers & Wilkins, zcela jedinečný zvukový zážitek ji během jízdy přenesou třeba doprostřed koncertní síně göteborgské filharmonie. Vylepšení informačního rozhraní Sensus a možnost integrace chytrého telefonu s rozhraním Apple CarPlay a Android Auto jako by už byly jen samozřejmou tečkou na závěr.

www.volvocars.cz





Mazda CX-5

Z jízdního projevu i dalších vlastností druhé generace Mazdy CX-5 je zřejmé, že japonská značka se při vývoji věnovala i těm nejmenším detailům. Za pozornost stojí především komfort a celkové sladění.

„CX-5 je v posledních letech po modelu Mazda 3 nejúspěšnějším typem značky“

Středně velké SUV je ukázkou toho, jak rychle se automobilový svět vyvíjí a jak dlouho trvá změnit zaběhlé stereotypy myšlení. Mazda CX-5 se na trhu objevila v roce 2012. Nebylo to první SUV značky, tím bylo americké Navajo nebo model Tribute. Prvním SUV Mazda v podobě, jak tyto vozy vnímáme dnes, byl model CX-7 a z něj odvozený CX-9. I když je bylo možné koupit i v Evropě, stále to byly vozy navržené pro americké kupce a až s typem CX-5 Mazda v tomto segmentu výrazněji uspěla. Právě CX-5 je totiž v posledních letech po modelu Mazda 3 vůbec nejúspěšnějším typem své značky, patří mu přibližně čtvrtina celosvětových prodejů, jež se v roce 2016 vyšplhaly na 1,6 milionu kusů. Tento vůz byl pro svoji značku velmi důležitý i z důvodu techniky. Stal se totiž prvním typem z takzvané

šesté generace vozů Mazda, z níž je dnes složen celý výrobní program. Premiéra typu CX-5 světu ukázala soubor technologií Mazda Skyactiv, zaměřený na lehkou konstrukci karoserie, unikátní řešení použitá v zážehových i vznětových motorech, stejně jako převodovky vlastní výroby a podvozky.

Je těžké druhou Mazdu CX-5 označit za zcela novou generaci. Automobil je totiž postaven na stejné podlahové plošině jako stejnojmenný předchůdce. Nicméně zesíleno bylo například spojení karoserie a podvozkových skupin, stejně jako spodní část A sloupků nebo příčníky v zadní části vozu.

Po modelech 3 a 6 Mazda nově implementovala také svoji originální funkci G-Vectoring Control (GVC), jež pomáhá vozidlu zatáčet při jízdě pod plynem. V těchto situacích



dochází k impulzovému a pro řidiče těžko postřehnutelnému snížení točivého momentu, čímž dojde k přenesení hmotnosti na přední kola, která tak získají více trakce pro zatočení.

Na zatáčkovitých silnicích zaujala u takto vysokého vozu přesnost, s níž bylo možné odhadovat přilnavost předních kol, stejně jako preciznost, s níž se automobil zejména v nájezdech do zatáček o přední kola opírá. Řidič měl v každém okamžiku jednoznačné informace o pohybech karoserie, stejně jako o aktuální přilnavosti každého z kol. Jízdní vlastnosti se ukázaly jako jeden z nejsilnějších argumentů tohoto vozu.

Připraveny jsou zážehový čtyřválec 2.0 Skyactiv-G a vznětový motor

2.2 Skyactiv-D s dvojitým výkonem. Pro oba motory jsou připraveny manuální i samočinné převodovky a taktéž pohon předních, nebo všech kol. Kombinovat lze s výjimkou silnějšího vznětového provedení cokoliv.

Nové provedení vozu

CX-5 se vyznačuje výraznějším vzhledem, opírajícím se zejména o delší kapotu motoru. Mnoho detailních optimalizací včetně zakrytí takřka celé podlahy vozu vedlo ke snížení aerodynamického odporu vzduchu o 6 procent.

Nízké čelní světlomety propojené chromovanou lištou s trojrozměrně působící maskou chladiče jsou vybavené na každé straně 12 LED modulů. Matrixové světlomety ALH (Adaptive LED Headlights) automaticky spínají jednotlivé moduly tak, aby optimálně osvětlily silnici před vozem. V rychlostech nad 40 km/h světlomety zapínají dálková světla, a přitom umí zabránit oslnění řidičů ve vozích vpředu. V rychlostech nad 90 km/h se dosvit světlometů automaticky prodlouží, v rychlos-

tech pod 40 km/h se světelný kužel rozšíří a osvětluje i prostor kolem vozu.

Kompletní obměnou prošel také interiér. Nově navržena jsou pohodlná sedadla, stejně jako horizontálně orientovaná palubní deska. Středový tunel je nyní vyšší, takže řadicí páka, případně volič převodovky jsou o 40, resp. 60 mm blíže u volantu. Na obsluhu žádné z hlavních funkcí si není třeba dlouze zvykat. Logické je i ovládání různých funkcí vozidla pomocí tlačítek na volantu. Zadní sedadla mají opěradla dělená v poměru 40:20:40 a nově je lze umístit do jednoho ze dvou předdefinovaných úhlů sklonu. Zavazadlový prostor má základní objem 477 l, ovšem pod podlahu se nyní vejde 30 namísto původních 10 litrů.

Mazda CX-5 je snad jediným vozem, jenž může být vybaven dvěma druhy průhledového displeje. Nižší verze mají výklopné sklíčko pod čelním sklem, na něž se požadované údaje zobrazují, zatímco výše postavená provedení mají plnohodnotný systém promítající informace do prostoru. Mezi hlavní senzory v přední části nového CX-5 patří radar v kombinaci s čelní kamerou. Díky nim je adaptivní tempomat fungující do rychlosti 200 km/h schopen nabídnout i funkci Stop & Go a usnadnit tak jízdu v kolonách. Automobil má také funkci aktivního udržování v jízdním pruhu, upozornění na opuštění jízdního pruhu a samozřejmě i přednázorové brzdění.

Když přišla na trh první Mazda CX-5, byla nositelem, pro svoji značku, revolučních přístupů, kterých se tato automobilka drží dodnes. A nová CX-5 ukazuje, že tomu tak bude i nadále. Zatímco v povědomí lidí stále ve spojení s Mazdou zůstává roadster MX-5, a možná také kupé s rotačními motory Wankel, ve skutečnosti je z mnoha pohledů aktuálně nejdůležitějším modelem právě CX-5.

Česká manažerská asociace

Největším bonusem je výměna zkušeností s těmi nejlepšími

Na pražském Žofíně proběhl 20. dubna slavnostní večer, na němž byli vyhlášeni vítězové 24. ročníku prestižní soutěže Manažer roku. Absolutními vítězi se letos stali předsedkyně představenstva společnosti U & SLUNO, a.s., a prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky Marta Nováková a předseda představenstva výrobního družstva KOVOBEL Emil Beber.



„Soutěž Manažer roku vygenerovala za 24 let přes 3 tisíce nominací a 1500 finalistů.“

Vyhlašovatelé soutěže jsou Svaz průmyslu a dopravy ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a také Česká manažerská asociace (ČMA), která sdružuje stovky manažerů napříč obory. V ČMA je dlouhodobě aktivní také česká pobočka LeasePlanu, její generální ředitel Jaromír Hájek je viceprezidentem organizace. Prezidentem ČMA je jedna z nejvýraznějších osobností tuzemského byznysu Pavel Kafka, který v minulosti vedl společnost Siemens ČR.

„Soutěž Manažer roku je naším největším a nejdelším projektem. Česká manažerská asociace ale vedle toho rozvíjí řadu aktivit, které podporují realizaci jejích hlavních cílů. Těmi jsou zlepšování úrovně managementu a podpora společenské prestiže práce manažerů,“ říká v rozhovoru pro LeasePlan magazín Pavel Kafka.

Můžete některé aktivity ČMA představit konkrétněji?

Vycházíme z několika programových os. Aktivní kontakt a spolu-

práci s progresivním mezinárodním managementem udržujeme cestou spolupráce s českou pobočkou Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj, kterou jsme před pěti lety v Praze spoluzakládali. Rada má celosvětově zhruba 30 tisíc členů. Sledujeme také hlavní body zájmu Světového ekonomického fóra (WEF), zejména vývoj konkurenceschopnosti národních ekonomik. Spolu s CMC Čelákovice a VŠE Praha každoročně pořádáme k výsledkům analýzy WEF konferenci. Ve vazbě na speciální analýzy WEF se věnujeme také problematice gender gap (nerovné postavení žen a mužů na trhu práce – pozn. red.) a tématu podnikatelských rizik. Už několik let pořádáme s ČNB semináře zaměřené na problematiku řízení měnových rizik. Významné místo v naší odborné činnosti zaujímá i téma manažerských strategií,



protože český management pracuje pořád ještě s malými výhledy a plány do budoucna. Vedle toho pořádáme hlavně na úrovni našich regionálních klubů celou řadu dalších akcí s odbornou, ale i společenskou náplní.

V rozhovoru pro náš magazín před pěti lety jste si posteskl, že velkým problémem konkurenceschopnosti české ekonomiky je nízká úroveň výkonu ve státní a veřejné správě. Byl byste stejně kritický i v současnosti?

Jak potvrzují již zmíněné analýzy mezinárodní konkurenceschopnosti národních ekonomik, největší zátěží konkurenceschopnosti české ekonomiky jsou pořád nevýkonné instituce státní a veřejné správy i nestabilní a nekvalitní legislativa.

Jak se za posledních pět let podle vás změnila kvalita řízení na firemní úrovni?

Nemyslím, že by došlo k nějaké radikální změně, ale roste nová generace mladých manažerů, která je profesně zdatná. K tomu samozřejmě přispívá i vzájemná výměna zkušeností mezi těmi nejlepšími, které vyhledává právě soutěž Manažer roku, jejíž platformou je ČMA.

Existuje něco jako typická charakteristika českého manažera? V čem je obvykle silná stránka českých šéfů a v čem mají rezervy?



Mezi nejsilnějšími stránkami vidím zejména schopnost pružně reagovat na změny v okolí, což je v době nastupujících, často disruptivních změn důležité. Na druhé straně je určitě slabinou malá pozornost, kterou manažeri věnují analýze rizik. Často je to způsobeno spoléháním na schopnost reakce. Takový přístup ale vždy znamená určitou ztrátu, když ne jinou, tak časovou. Připomeňme si například překvapení mnoha manažerů po zavedení kurzového závazku ČNB. To se stalo především proto, že komunikaci ČNB málokdo naslouchal.

Kolik členů má dnes ČMA?

Jaký je podíl žen?

Máme téměř 400 členů, z toho asi 100 kolektivních. Mezi nimi je 46% malých firem do 50 zaměstnanců, 34% středních firem do 250 zaměstnanců a 20 velkých firem s více než 250 zaměstnanci. Podíl žen je téměř 30%.

Jaké výhody mají členové ČMA?

Členové mají samozřejmě přístup k atraktivním akcím, které pořádáme. Už jsem zmínil semináře s ČNB, ale uvedu také konference, které pořádáme se Senátem ČR na téma Hledání výjimečnosti, anebo konference na téma Kam kráčí management. Největším bonusem ale asi je výměna informací a zkušeností mezi těmi nejlepšími, a k té dochází prakticky na všech našich setkáních.

Je vstup do ČMA nějak limitován? Na kolik členství přijde?

Vstup není nijak limitován. Logicky k nám vstupují aktivní manažeri, ale máme i Klub mladých, tedy studentů, nebo Klub seniorský. Firemní příspěvky se odvíjejí od velikosti firmy, a pohybují se v rozmezí od 10 tisíc do 50 tisíc korun. Potom se do činnosti ČMA může zapojit celé vedení dané firmy. Individuální příspěvky se nám stále daří držet na velmi nízké úrovni, která činí 3 tisíce korun ročně.

Co považujete za dosud největší úspěch ČMA? A jaký velký úkol je před vámi?

Největším úspěchem ČMA je spolupráce na 24 ročníkách soutěže Manažer roku, která dosud vygenerovala přes 3 tisíce nominací a 1500 finalistů. Za hlavní úkol považuji další růst členské základny, abychom se stali silnou profesní organizací. Jen tak budou naše názory ještě více respektovány.

Banka CREDITAS:

Hlavním přínosem je úspora nákladů

„LeasePlan nás oslovil dobrou cenou operativního leasingu za kvalitní péči o flotilu.“

Zuzana Rajtrová
specialistka marketingu Banky CREDITAS



Mezi klienty LeasePlanu v České republice patří i Banka CREDITAS. I když je nejmladší českou bankou, na trhu působí přes dvacet let, v poslední době jako největší záložna. Vstup mezi bankovní domy se jí daří. Od začátku roku vzrostl počet klientů z 20 000 na bezmála dvojnásobek.

V současnosti má Banka CREDITAS ve flotile osmnáct vozidel. Převažují v ní vozy Škoda. Banka využívá modely Superb, Octavia, Fabia i Roomster, které doplňují vozy značek Hyundai, Volkswagen Passat Limousine, Mercedes-Benz a Renault.

„V režimu operativního leasingu, který pro nás zajišťuje LeasePlan, jsou provozovány Škody Octavia, Rapid a Fabia. Vozy jsou určeny pro manažery, firemní i retailové obchodníky. Budou sloužit pro zpřístupnění našich služeb klientům z měst vzdálených našim stávajícím pobočkám,“ říká specialistka marketingu Banky CREDITAS Zuzana Rajtrová.

Jak dlouho operativní leasing využíváte?

Začali jsme letos. Důvodem, proč jsme zvolili operativní leasing, je výrazné zjednodušení péče o náš vozový park. Chtěli jsme poskytnout vedoucím našich poboček služební vůz, a zajistit jim tak plnou mobilitu pro přímý kontakt se zákazníky. Zároveň jsou naše vozy poskytovány jako benefit. Při nabídnutém tříletém nájmu a řízení obnov přímo LeasePlanem tak pro naše kolegy zajistíme plný komfort.

Čím vás oslovila nabídka LeasePlanu?

Od prvního kontaktu jsme měli pocit, že jednáme s profesionály, kteří rozumějí tomu, co nabízíme. Oslovili nás výhodnými a transparent-

ními podmínkami, dobrou cenou operativního leasingu za kvalitní péči o flotilu. Kromě ceny jsme při výběru totiž zohledňovali i nabízené služby, jakými jsou například nákupní podmínky vozidel, likvidace pojistných událostí s možností přistavení náhradního vozidla nebo rozsah asistenční služby.

V čem vidíte hlavní přínos spolupráce?

Hlavním přínosem je určitě úspora nákladů na pořízení vozidel při rozšiřování našeho vozového parku. V současné době jsme přibližně v polovině obnovy naší flotily. Cílem je vše sjednotit a plně využívat veškeré nabídnuté služby LeasePlanu na celý vozový park.



Banka CREDITAS: nová banka pro retailové i firemní klienty

„Chceme být pro klienty jejich hlavní bankou pro platební styk a výhodné zhodnocování úspor. Základem jsou proto atraktivní sazby pro spoření a běžný účet s širokou škálou moderních nástrojů obsluhy,“ říká ředitel Banky CREDITAS Vladimír Hořejší a dodává: *„Patříme mezi špičku v cizoměnových operacích a klienti jistě ocení i nové moderní pobočky.“*

Základní a nejčastější transakce na běžném účtu nabízí banka zdarma. Samozřejmostí je bezplatné vedení účtu, vedení libovolného počtu fyzických karet MasterCard Standard a virtuální platební karty MasterCard Virtual. Zdarma jsou všechny příchozí a odchozí platby či trvalé příkazy a také pět výběrů z jakéhokoli bankomatu v ČR.

Výhody pro firemní klientelu

Shodné parametry a sazebník má běžný účet také pro firemní klienty, kteří oceňují i výhodné úvěry. Z drtivé většiny jde o české firmy, které potřebují úvěr rychle a vyhovuje jim flexibilní zpracování, za což jsou ochotny zaplatit nějaké to procento navíc. *„U nás se snažíme celý proces – od chvíle, kdy dostaneme projekt na stůl, až po připsání peněz na účet klienta – zkrátit na dobu mezi čtrnácti dny a jedním měsícem. U velkých bank by přitom stejný klient mohl čekat i tři měsíce nebo ještě déle,“* říká ředitel úseku finančních trhů a retailového bankovníctví Banky CREDITAS Radim Synek.

Právě firemní zákazníci Banky CREDITAS tvoří jádro více než 2000 klientů využívajících FX služby a mezinárodní platby. U cizoměnových operací navíc oceňují, že kromě 14 základních měn CREDITAS

zrealizuje konverzi i u ostatních volně směnitelných měn (při objemu nad 500 000 Kč). Další výhodou jsou výborné převodové kurzy. Banka totiž pro klienty používá výhodnější kurzy a poplatky za cizoměnové platby jsou již od 15 Kč. Účty Banky CREDITAS mají bezkonkurenční podmínky pro cestování a platby do i ze zahraničí. Účet je možné otevřít kromě českých korun také v dalších šesti měnách.

Na výměně peněz se dají ušetřit tisíce, u firem až miliony ročně

Podle finančních analytiků se na směně korun za valuty dají ušetřit ročně statisíce i miliony korun. Základem je kurz, v němž banka peníze vyměňuje. Značné rozdíly jsou vidět už při prvním pohledu na kurzovní lístek. Při směně deseti tisíc korun na dovolenou můžete uspořit bezmála 500 korun. Při objednavce materiálu za deset milionů korun jde rozdíl do statisíců. *„Lidé teď řeší, jestli koruna posílí o jedno až dvě procenta vůči euru ročně, ale přitom běžně platí své bance 2–5% navíc při každé směně nebo platbě v zahraničí,“* upozorňuje Radim Synek. A prodělat se dá nejen na kurzu. Některé banky si účtují vysoké

poplatky za výběr z bankomatu v cizině a výjimkou nejsou ani procenta z vybrané částky, které jim musíte zaplatit. Banka CREDITAS to má jinak. Za výběr z bankomatu v zahraničí zaplatíte jen 30 korun, což znamená pouze přeúčtování nákladů třetích stran.

Ušetřete na kurzovém rozdílu

Jestli je kurz důležitý pro fyzické osoby, platí to dvojnásob pro firmy, u nichž hraje každé procento marže velkou roli. Pro ty, jež obchodují v cizích měnách ve větších objemech, nabízí Banka CREDITAS také individuální kurz, který je ještě lepší než ten v kurzovním lístku. Pro klienta je to přitom velmi jednoduché: stačí uzavřít rámcovou smlouvu, která je bezplatná a nezávazná. Dokonce není třeba mít u CREDITAS otevřený účet a měnit tak svou hlavní banku. Klient se dostane k nabídce speciálních kurzů, jež může, ale nemusí využít. O kurzu se rozhodně vyplatí přemýšlet i lidem, kteří jedou jednou za čas na dovolenou nebo nárazově zaplatí v zahraničním e-shopu. U těch, kdo cestují častěji, už se mohou rozdíly pohybovat v tisícovkách korun za rok. A u firem se snadno vyšplhají až na stovky tisíc nebo i miliony.

„Chceme být pro klienty jejich hlavní bankou pro platební styk a výhodné zhodnocování úspor.“

ZOOM-ZOOM

Srdcem nového modelu
Mazda CX-5 se stává ten, kdo ho řídí.
V ladných křivkách jedinečného designu Kodo
se špičkovou technologií Skyactiv
prožijete dokonalé souznění člověka
se strojem. Říkáme mu Jinba Ittai.
Taková je Mazda.

DRIVE TOGETHER

人馬一体



VÍCE NA MAZDA.CZ NEBO FACEBOOK/MAZDA ČR
Kombinovaná spotřeba 5,0–7,1 l/100 km, emise CO₂ 132–162 g/km.



MAZDA

Zelená mobilita

Šest let s elektromobilem Citroën C-Zero

Letos v dubnu uplynulo šest let od chvíle, kdy se LeasePlan stal úplně prvním majitelem vozidla Citroën C-Zero v České republice. Abychom byli úplně přesní, stali jsme se vlastníkem dvou takových vozidel, které jsme nakoupili krátce po sobě. První jsme pořídili do vlastní flotily, abychom mohli naše klienty seznamovat s elektropohonem a s našimi zkušenostmi z provozu. Druhý vůz už jsme objednávali pro jednoho ze zákazníků.



Daniel Prostějovský
zástupce technického ředitele
LeasePlanu

S naším vozidlem jsme toho za šest let zažili opravdu hodně. Účastnili jsme se s ním mnoha setkání s fleetovou tematikou. Byl třeba základním stavebním kamenem, když jsme se rozhodli podpořit akci pořádanou v červnu 2014 společností Amper Market, zabývající se distribucí elektrické energie. Mimochodem – pro tuto sešlost jsme zajistili všechna elektromobila, která byla tehdy dostupná na našem trhu, a hosté je tak mohli otestovat. Rovněž jsme se s naším vozidlem vydali na několik závodů, ve kterých byla vypsána kategorie elektromobilů. Za všechny jmenujme alespoň Rallye večerní Praha. Šest let je skutečně dlouhá doba. Zero má v dnešních dnech ujetu zhruba 90 tisíc kilometrů, a tak bych čtenáře rád provedl tím, co

nás při provozu potkalo. Abych déle nenapínal, prozradím dopředu, že elektromobil si zatím stále vede na výbornou.

Dojezd po šesti letech: 110 km

Asi nejčastější otázkou od lidí, kteří o problematice elektrovozidel něco vědí, je, jak si po šesti letech provozu vede pohonná baterie. Když jsem v roce 2012, zhruba po roce a půl provozu, psal do LeasePlanu magazínu první článek o voze, uvedl jsem, že na baterii zatím nejsou zřetelné jakékoli známky opotřebení. Výrobce zpravidla garantuje kapacitu v % z původní kapacity po x cyklech nabití. Nejinak je tomu i u Zera. Automobilka zaručovala po přibližně 1500 celých nabíjecích cyklech kapacitu baterie vyšší než



80%. Druhým limitním faktorem je stáří baterie. Na ni se vztahuje garance kapacity na dobu sedmi let. Celým cyklem se rozumí dobítí ze stavu nulového dojezdu do plného nabití. V praxi však celý cyklus málokdy realizujete, protože dojíždíte s určitou rezervou. Deklarovaný dojezd na jedno nabití měl podle výrobce činit okolo 120 kilometrů, praxe je však přeci jen trochu jiná. Když to nepřeháníte s topením nebo klimatizací, potom se dojezd pohybuje spíše těsně pod hranicí 100 kilometrů. V zimě při plném topení však může klesnout i pod 60 kilometrů.

Dnes už se blížíme k hranici garance baterie, i když nikoli počtem najetých kilometrů, vždyť při 1500 cyklech by šlo při 100kilometrovém dojezdu o 150 000 kilometrů.

A zatím jsme nedosáhli ani dvou třetin hraniční hodnoty. Po celou dobu provozování sleduji, že baterie je na tom vždy lépe, než činí výrobcem deklarovaná minima. Pro testování jsem nepoužil nijak složité měření. Prostě jsem do vozidla sednul a nejdříve udělal „kalibrační jízdu“, to znamená, že jsem ujel zhruba stejný okruh jako před lety, a to bez zbytečných zastávek a pokud možno stejnou rychlostí a jízdním stylem. Po vyčerpání téměř 100% kapacity jsem vůz dobil. Uvedený krok je nutný, neboť Zero vypočítává a na přístrojovém štítu ukazuje dojezd podle řídičského stylu z předchozí jízdy. Po následném nabití vozidlo po prvním roce provozu ukázalo dojezd 125 kilometrů. Nyní to je 110 kilometrů, což je vynikající výsledek.



„Úlohu ‚přibližovadla‘
v městském
provozu zvládl vůz
na výbornou.“



Pohled do interiéru, který po šesti letech používání zaznamenal jen minimální opotřebení, jež je znatelné pouze na madle dveří u řidiče, které je logicky nejnamáhanějším místem.



Změny v chování baterie

Přesto po šesti letech provozu jisté změny pozoruji. Především signalizace zbývajících dojezdů vykazuje mírně odlišné chování, nejspíše vinnou stárnutí baterií. Předpokládám však, že běžný uživatel by to ani nepostřehl. O co jde? Je přirozenou vlastností každého elektrického akumulátoru, že na začátku své životnosti má nejlepší schopnost udržet si napětí i při zátěži. S postupným opotřebením článku vlivem stoupajícího počtu dobíjecích cyklů však tato schopnost klesá. Ruku v ruce s tím jde i snižování kapacity. Ve starším článku při zátěži rychleji klesá napětí na jistou hranici, kterou pak baterie ještě ve slušné kondici drží. Právě napětí baterie je jistě jedním z parametrů vstupujících do algoritmu výpočtu dojezdu vozidla. Po plném nabití, kdy baterie ukáže dojezd 110 kilometrů, máte po ujetí prvních několika kilometrů pocit, že dojezd klesá rychleji než před lety. Po jisté době se však pokles zastaví. Jedete-li stále tak, že se pohybujete v oblasti ekonomické jízdy, a přijde-li navíc nějaká jízda z kopce, a tudíž využijete dobíjení pomocí rekuperace, velmi snadno se pokles dojezdu zastaví a dokonce začne opět růst, a to rychleji než před lety. To však neznamená, že by na tom baterie byla lépe. Naopak – uvedený jev, související s takzvaným snížením tvrdosti článku, je neklamným důkazem, že už má něco za sebou. Tolik tedy k tomu, co můžeme vyčíst z palubních údajů. Jediným oprav-

dovým důkazem ale je provést skutečně test dojezdu. Opět jsem k tomu použil lety osvědčenou zkušební trasu. Kdyby vás také něco podobného napadlo a zkušební trasu jste ještě neměli navyklou, mám jednu radu: Důležité je začít a ukončit jízdu alespoň na stejném místě, aby nebylo nutné vést úvahy, nakolik vám dojezd zkreslil výškový rozdíl trati. Před lety, když ukazatel dojezdu po nabití signalizoval 125 kilometrů, jsem při ekonomickém stylu jízdy dosáhl reálného dojezdu mezi 110 a 115 kilometry. Dnes tento dojezd končí okolo hranice 100 kilometrů. Nutno ovšem podotknout, že během testovacích jízd nikdy nepřekračuji rychlost 80 km/h. V běžném provozu bude tedy dojezd o něco nižší.

Provozní náklady

Vedle dojezdu nás také zajímalo, jak si Zero vedlo v provozních nákladech. V tomto ohledu nemůže běžný vůz se spalovacím motorem elektromobilu konkurovat. Náklady na údržbu tvořily v podstatě pouze úkony předepsané výrobcem. Do výčtu přitom nepočítám pojistné události, kterých už jsme také několik zaznamenali. Na voze se měnily v podstatě jen věci běžného opotřebení, jako gumičky stěračů, z provozních kapalin pouze brzdová kapalina. V kolonce pravidelných prohlídek se i v sedmém roce provozu držíme s celkovými náklady pod 30 tisíci korunami. Vše by se tedy zdálo ideální.

Existuje však přeci jen jedna věc, která nám provoz razantně navýšila. Kupodivu leží mimo vozidlo. Je jím nabíjecí zařízení dodávané s vozidlem jako příslušenství. V dřívě uveřejněných člancích jsem vás informoval, že Zero nabíjíme ze sítě 240 V nabíječkou dodávanou k vozu. Rychlonabíjecí zásuvku jsem osobně nikdy nepoužil, myslím, že ani nikdo z kolegů nebo klientů. Možná i to je důvod, proč má baterie stále dobrou kondici. Při rychlonabíjení totiž dochází k rychlejší degradaci jejich vlastností. V našem případě byla klasická nabíječka vlastně jediným zdrojem energie pro vozidlo, a proto byla neustále používána. V současné době máme už čtvrtý kus. Nikoli proto, že by v ní odešlo něco po elektronické stránce, ale většina z nich nevydržela po stránce mechanické, případně se spekla vidlice zástrčky. Ke spečení docházelo především u prvních typů, které odebíraly ze sítě 16 ampér. Když byla zásuvka v horší kondici, tak při několikahodinovém průchodu 16 ampér docházelo ke značnému zahřívání. Asi šlo o častější jev, protože nabíječky, které jsme museli posléze zakoupit, měly již maximální nabíjecí proud pouze 10 A. Ta nejnovější si dokonce sama hlídá nabíjecí proud právě s ohledem na to, aby nedošlo ke zničení zásuvky a vidlice. Je ale nejspíše pravdou, že kdyby vozidlo používal jediný uživatel, tak si nabíjecí zařízení ohlídá, aby nedocházelo k mechanickému přetížení. Nabíječka totiž není levná záležitost, podle provedení vyjde na zhruba 10 tisíc korun. Výrobce nepřipouštěl jakékoliv opravy na zařízení. Mírnou komplikací je, že novější nabíječky s nižší proudovou hodnotou nám podstatně prodloužily nabíjecí dobu vozidla. Z původních zhruba šesti hodin nabíjení ze stavu úplného vybití na devět až deset hodin.

Na závěr

Citroën C-Zero za léta užívání splnil očekávání, svoji úlohu „přibližovadla“ v městském provozu zvládl

na výbornou. Již při koupi nám bylo jasné určení vozidla a nikdy jsme jej nenutili, až na výjimky, k dálkovému provozu. Na to ani není stavěn jak z hlediska komfortu jízdy, tak třeba i pasivní bezpečnosti.

Mnoho lidí, kterým jsme Zero představili, už o elektromobil projevilo zájem. Jedním z důvodů je fakt, že v některých městských oblastech, kde je nutné být rezident, anebo platit velmi tučné peníze za parkování, mohou elektrovozidla parkovat bez sankcí, ačkoli rezidentem nejste.

Pravda je, že v době koupě jsme si představovali přeci jen masivnější rozšíření a očekávali větší penetraci fleetů elektrovozidla. Cena baterií, která nepadala tak rychle, jak některé studie předvíдалy, může z provozování elektrovozidla udělat ekonomickou záležitost jen v ojedinelých případech. Ani stát zatím příliš nepomáhá, čemuž odpovídají i roční prodeje. Jsem zvědav, kde bude elektromobilita za dalších šest let. O to zajímavější se věc jeví dnes, kdy Evropa chystá „hon na diesely“.



„Dojezd dnes končí okolo hranice 100 kilometrů. Nutno ovšem podotknout, že během testovacích jízd nikdy nepřekračuji rychlost 80 km/h. V běžném provozu bude tedy dojezd o něco nižší.“



Daňový sloupek Petra Maška (58. díl)

Odkup vozu po leasingu má svá daňová specifika

V dnešním vydání magazínu se obšírněji věnujeme trhu ojetin a tématu zůstatkových cen. V kontextu operativního leasingu jde o zásadní problematiku, protože právě vývoj cen ojetých vozidel má přímý vliv na výši leasingové splátky, to je důležité zejména z pohledu zákazníka, ale i na rentabilitu jednotlivých kontraktů, což zajímá především leasingové společnosti.

Jak jsou vlastně prodávána vozidla LeasePlanu po skončení pronájmu a na co je třeba pamatovat, pokud byste si chtěli takový vůz odkoupit? Po ukončení leasingové smlouvy LeasePlan už vozidla dále nepro-

najímá, ale prodává, a to různými prodejními kanály. Největší část vozidel najde kupce prostřednictvím sítě smluvních autobazarů. Vybrané vozy nabízíme ve vlastním prodejním místě CarNext, o němž podrobně píšeme na jiném místě. Přibližně o 15 až 20 % vracených aut projeví zájem řidiči, kteří s nimi jezdí. Mohou si je koupit za tržních podmínek. Zpravidla to vítají, protože za odpovídající cenu získávají vozidlo, které perfektně znají ze zaměstnání, a nemusí tak kupovat „zajíce v pytli“.

Pozor na cenu ojetého vozu

Jen malou část našich vozů prodáváme po skončení leasingu přímo nájemcům, tedy vesměs

firemním subjektům. Tady však na nové majitele čeká jedna legislativní nástraha, na kterou bych chtěl upozornit. Jde o to, že podle paragrafu 24, odstavce 5a zákona o dani z příjmu nesmí být kupní cena ojetého vozu nižší než daňová zůstatková cena tohoto vozidla v účetnictví pronajímatele. Jinak hrozí, že veškeré zaplacené nájemné na toto vozidlo nebude uznatelné jako výdaj. Proto je třeba, aby se zájemci o odkup z řad firemních klientů na nás včas obrátili a požádali o vyčíslení daňové zůstatkové ceny vozidla. Pak je třeba ohlídat, aby dosažená prodejní cena nebyla nižší. Pokud se tak stane, je nezbytné tuto prodejní cenu navýšit. To samozřejmě znamená, že zájemce o vůz zaplatí více, ale na druhé straně této operace je pozitivní vliv na závěrečné vyúčtování leasingu – nutné navýšení se v něm zákazníkovi v plné výši vrátí. Jde tedy o formální záležitost, a proto je zbytečné, aby se zákazníci vystavovali možnosti postihu jenom tím, že zákonnou povinnost opomenou.

Ošemetné uplatňování DPH při vývozu

Díky sjednocování trhu a flexibility v oblasti obchodu dnes i LeasePlan prodává některá vozidla do zahraničí, a to prostřednictvím své mezinárodní aukce. Globální byznys se zjednodušuje a dnes už v podstatě pro nikoho není problém realizovat

„Přibližně o 15 až 20 %
vracených aut projeví
zájem jejich řidiči.“

nákup či prodej ojetých vozidel v jedné zemi a pak je převážet do zemí jiných, ať už v rámci Evropské unie, tak i mimo ni. Ale pozor: Tento zdánlivě jednoduchý postup má svá rizika. Typickým příkladem je oblast DPH. Zvýšenou opatrnost doporučuji zejména v souvislosti s uplatňováním DPH při vývozu. Daň je totiž odváděna kupujícím podnikatelem v místě jeho sídla, což však v rámci Evropské unie a při absenci fyzických hranic zvyšuje riziko při dokazování, zda vývoz skutečně proběhl, či nikoli. Byť jsou dané podmínky zákonem jasně stanoveny, skutečná praxe je mnohdy na důkazní materiál mnohem složitější.

Alfa a omega našeho byznysu

Vzhledem k tomu, že prodej vozidel po skončení leasingu je alfou a omegou úspěšnosti našeho podnikání, tak se samozřejmě snažíme hledat co nejvíce příležitostí, jak dosáhnout co nejlepších prodejních cen. Na vývoj zůstatkové hodnoty má vliv celá řada faktorů. S napětím například očekáváme, jaký dopad bude mít uvolnění koruny z měnového závazku ČNB. Jestli bude koruna opravdu posilovat, jak se všeobecně očekává, potom ceny ojetých vozů na zahraničních trzích mohou být atraktivní pro tuzemské bazary. To však ukážou až příští měsíce.

Jak na odkup vozu

Pokud máte zájem o odkup vozidla LeasePlanu, postupujte podle návodu, který najdete na webových stránkách firmy (www.leaseplan.cz). Vše potřebné skrývá záložka **Užitečné informace, konkrétně odkaz Co dělat, když...**

Změny v síti smluvních partnerů

Během uplynulého období došlo v seznamu autorizovaných smluvních partnerů společnosti LeasePlan Česká republika k těmto změnám:

Smluvní partneři, s nimiž byla ukončena spolupráce/autorizace pro konkrétní značky:

AUTO ENGE, a.s.

Volkswagen

Liberec

Hyundai Auto Zeman s.r.o.

Hyundai

Praha 9

Vždy aktuální přehled firem zapojených do sítě smluvních partnerů LeasePlanu najdete na webových stránkách www.leaseplan.cz v sekci **Klientský servis**.

Očima expertů

Leasing vozidel pro zaměstnance

aneb Nejlevnější je auto, které si nekoupíte

Devět z deseti firem se obává, že nedostatek zaměstnanců ohrozí jejich růstové plány pro letošní rok. Nabídnout pouze vyšší mzdu již nestačí. Jednak ne každý podnik si to může dovolit a jednak nikde není psáno, že konkurence nemůže nabídnout ještě vyšší odměnu. Firmy proto vymýšlejí nové způsoby, jak se zatraktivnit v očích stávajících i potenciálních zaměstnanců.



Investice do značky dobrého zaměstnavatele je jedním z častých způsobů. Další cestou je například zvýšení atraktivity pracoviště, ať už formou různě designově vyvedených kanceláří či třeba možností práce z domova.

Kreativita firem se odráží i v nabídce nefinančních benefitů. V situaci rostoucí ekonomiky, nízké nezaměstnanosti a velké konkurence

hledají odborníci na odměňování stále nové cesty pro zkvalitnění nabídky zaměstnaneckých benefitů. Poskytnutí osobního automobilu je jedním z aktuálních trendů v této oblasti.

Cesta k vyšší loajalitě

Služební automobily k soukromým účelům poskytuje podle loňské studie PwC PayWell alespoň některým ze svých zaměstnanců 87% společností v České republice. Zatímco u administrativních pracovníků je tento benefit spíše výjimkou, u vrcholového managementu je naopak naprosto běžný. Lidé na vyšších manažerských pozicích dostávají služební auta zejména z titulu své pozice. Hovoříme pak o tzv. statusových vozidlech. Stále rozšířenější variantou je v případě vrcholového managementu dokonce automobil s osobním řidičem. Oproti tomu u pracovníků v oddělení prodeje či dalších skupin zaměstnanců se jedná především o prostředek pro vykonávání jejich každodenní práce.

Co ale ostatní zaměstnanci? Firmy

„Služební automobily k soukromým účelům poskytuje některým ze svých zaměstnanců 87% společností v České republice.“

si uvědomují, že automobil by mohl být cestou, jak si získat jejich loajalitu. Postupně se tak objevuje nový fenomén v podobě zpřístupnění vozidel širokým skupinám pracovníků. Oproti situaci v minulosti však často zaznívá z vedení firem požadavek na nákladovou neutrálnost tohoto benefitu. Stále více se začíná využívat některý z těchto dvou přístupů: buď zvýhodněný podnájem vozidel zaměstnancům, anebo poskytnutí osobního automobilu za cenu snížení mzdy. Pro druhou variantu se vžil anglický výraz *salary sacrifice*.

Podnájem vozidel zaměstnancům

Mnozí zaměstnavatelé v zájmu zvýšení své konkurenceschopnosti na poli benefitů nabízejí svým zaměstnancům možnost zvýhodněného nájmu vozidla z firemní flotily. Tato auta má firma zpravidla pořízená na operativní leasing, tedy s veškerou péčí o ně. O tento benefit je pochopitelně zájem hlavně u těch zaměstnanců, kteří služební automobil přidělený nemají. Principem benefitu je umožnit zaměstnanci získat díky množstevním a korporátním slevám vozidlo na operativní leasing za lepší cenu, než na kterou by zaměstnanec dosáhl jako individuální zákazník. Vozy dle přání a výběru zaměstnance nadále pořizuje na operativní leasing zaměstnavatel. Následně je podnájemá zaměstnanci za úplatu. Typickou úplatou je právě výše měsíční leasingové splátky. Je zřejmé, že takový benefit a jeho nastavení má dopad na zdanění a odvody pojistného. Je potřeba proto důkladně zvážit všechny pra-

covně-právní dopady a správně celý systém nastavit.

Salary sacrifice

Varianta, která je pro zaměstnance ještě výhodnější než výše uvedený podnájem vozidel za výhodných podmínek díky korporátním slevám, je „obětování“ části mzdy. Tato oběť je vyvážena poskytnutím služebního vozidla i pro soukromé potřeby podle individuálních představ zaměstnance. Tato alternativa využívá rozdílu mezi výší leasingové splátky a 1% vstupní ceny vozidla, které vstupuje do zdanění a je předmětem pojistných odvodů. V situacích, kdy je měsíční leasingová splátka vyšší než 1% vstupní ceny vozidla, spoří zaměstnanec dvakrát – jednak díky zvýhodněné leasingové splátce, která má vliv na výši obětované mzdy, a pak také díky zmíněnému rozdílu mezi splátkou a 1% hodnoty vozidla.

Rovněž tento model vyžaduje správné nastavení benefitu a jeho řádné zavedení extrémně pečlivý postup z pracovně-právního pohledu a důkladné posouzení s ohledem na zdanění a odvody pojistného. Je potřeba zvážit velmi důkladně i další dopady, například výši průměrů na dovolenou, odstupné, základnu pro výpočet ročního bonusu a tak podobně. Pokud to vše zvládnete, odměnou je vám spokojenější zaměstnanec, který vnímá, že mu firma poskytuje něco navíc. I když se obě zmíněná schémata v českých firmách postupně rozšiřují, zavedete-li je nyní, lze stále hovořit o významné konkurenční výhodě, kterou nenabízí každý.



Tereza Maršíková a Tomáš Hunal
daňoví odborníci
PwC Česká republika



Mikrospánek je strašákem prázdninových cest

Jsme na prahu letní sezóny, během které absolvuje náročné přesuny na dovolenou velká část lidí automobilem. I pro zkušené řidiče jsou dlouhé cesty únavné, natož pak pro ty, kdo celý rok jezdí výhradně krátké trasy.

3-15

Mikrospánek obvykle trvá tři až patnáct sekund.

Jedním z největších nebezpečí, která nás mohou při putování do daleka zaskočit, je mikrospánek. Obvykle trvá tři až patnáct sekund. Při následném probuzení může člověk reagovat zmatečně, panicky. Právě proto je tato fáze příčinou mnoha nehod. Společnost Prevent, která poskytuje klientům LeasePlanu školení řidičů formou e-learningu, sestavila sadu rad, díky kterým byste se mikrospánku měli vyvarovat.

Ospalost a únava jako varování

Podlehnout únavě a ospalosti za volantem může každý, nejrizikovějšími skupinami jsou ale pracující na směny anebo více než 60 hodin týdně, mladí muži do 26 let, profesionální řidiči, lidé, kteří tráví na cestách mnoho času, a také ti s neléčenými poruchami spánku. Mikrospánek

vás s největší pravděpodobností přepadne v noci, kdy je organismus na odpočinek navyklý. Riziková jsou ale i pozdní odpoledne, která bývají poznamenána únavou z práce, a také čas krátce po obědě, kdy se na úkor mozku více prokrvuje trávicí soustava.

Mikrospánku obvykle předchází velká únava a ospalost, které samy o sobě snižují rychlost reakce i úsudku. Další projevy ospalosti jsou spíše individuální. Patří mezi ně pomalejší odezva na vnější podněty, rozmazané vidění, zhoršená orientace v prostoru, problémy se zpracováním informací, pokles výkonnosti a bdělosti, zvýšená náladovost i agresivita. Jednotlivé rizikové faktory se mohou kumulovat, což může pravděpodobnost nehody ještě zvýšit.

Mezi nejčastější příčiny únavy či ospalosti patří:

- nedostatečný odpočinek před samotnou jízdou
- stres
- nekvalitní neosvěžující spánek
- chronický spánkový deficit
- neléčené poruchy spánku, například obstrukční spánkové apnoe, nespavost, narkolepsie (náhlé usínání) nebo hypersomnie (nadměrná spavost)
- užívání léků
- nadměrná konzumace alkoholu

U profesionálních a velmi častých řidičů se pak uvádějí další příčiny ovlivňující jízdu:

- nedostatek pohybu
- nevhodné stravování (tučná strava, fastfood)
- nedostatečný pitný režim
- energetické nápoje, káva (působí jen 30–60 minut, poté ale dochází k ještě většímu útlumu, kofein navíc dehydratuje)
- nepohodlné, příliš upnuté oblečení
- časový stres
- znalost trasy – stereotyp

Zlepšete spánkovou hygienu!

Z výčtu rizikových faktorů potom vyplývají doporučení, kterak mikrospánku předejít. Ideálním předpokladem je svěžest a odpočinek před samotnou jízdou. Zvolte proto vhodně dobu odjezdu, na cestu se důkladně připravte, zjistěte si podrobnosti o trase. Před dlouhou jízdou se vždy dostatečně vyspěte.

Pokud během jízdy pocítíte nával ospalosti, ihned zesilte rádio, otevřete okno a osvěžte se čerstvým vzduchem. Na nejbližším možném místě pak zastavte a odpočiňte si. Během jízdy dělejte zastávky, během kterých se uvolníte a protáhnete. Dodržujte pitný režim a konzumujte lehčí jídla. Odborníci navíc radí dlouhodobě pracovat na tzv. spánkové hygieně.

Tady je několik tipů, jak na to:

- Nepijte kávu, černý ani zelený čaj, kolu nebo energetické nápoje 4–6 hodin před usnutím.
- Vynechejte těžká jídla před usnutím, poslední pokrm si dejte 3–4 hodiny před ulehnutím.
- Po večeři už neřešte důležité anebo stresující věci.
- Lehká procházka po večeři může spánek zlepšit, náročnější cvičení ale provádějte už před posledním jídlem.
- Nepijte večer alkohol, protože ten zhoršuje kvalitu spánku.
- Nekuřte před usnutím, nikotin má povzbudivé účinky.
- Snažte se uléhat a vstávat každý den, tedy i o víkend, ve stejnou anebo podobnou dobu.
- Omezte pobyt v posteli na nezbytně dlouhou dobu, nejezte v ní, z ložnice odstraňte televizi.
- V ložnici minimalizujte hluk a světlo.
- Ideální teplota pro spánek je 18–20 stupňů Celsia.

Na Sněžku pro Pavlíнку, která přežila onemocnění meningokokem

Jubilejní pátý ročník charitativního výstupu na Sněžku, který pořádá Nadační fond KlaPeto, se uskutečnil v sobotu 27. května v Peci pod Sněžkou. Akci jako každoročně podpořil i LeasePlan.



Letos lidé pochodovali pro dvouletou Pavlíčku Josiekovou z Karviné, která v sedmi měsících onemocněla zákeřným meningokokem. Bitvu o život zvládla, ale nemoc postihla mozek i zrak a Pavlínce musela být amputována pravá nožička nad kolenem.

Autorem charitativních výstupů na Sněžku je handicapovaný atlet, mistr České republiky v hodu diskem a oštěpem Jaroslav Petrouš.

„Necelé dva roky po amputaci levé nohy nad kolenem jsem se rozhodl vyjít na nejvyšší českou horu. Poprvé to bylo pro malou Simonku, která přišla o nožičku kvůli onkologickému onemocnění. Z bláznivého nápadu se zrodila tradiční charitativní akce, která rok od roku láká stále více lidí, a především se nám každý rok daří vybrat na transparentní účet NF KlaPeto více peněz pro handicapované děti,“ říká Jaroslav Petrouš.



Zákeřná nákaza

Letošní výstup na Sněžku se uskutečnil opět poslední květnovou sobotou. Hlavní tvář akce se stala Pavlínka Josieková, která v sedmi měsících prodělala meningokokovou sepsi s meningitidou typu C. Svůj boj vyhrála, což je v tomto věku téměř zázrak, ale nemoc si vybrala



foto: archiv NF KlaPeto



foto: David Malík / Blesk

krutou daň. „V květnu 2015 jsme museli s malou do nemocnice, měla horečku a modrou rýhu na čele. O měsíc později jí musela být amputována pravá nožička nad kolenem. Na mozkou má hematom a nemoc zasáhla i oční centrum. Vyšetřením v roce 2015 jsme se dozvěděli, že Pavlínka vidí jen zhruba na třicet centimetrů,“ říká maminka Veronika. Dcerka trpí také epilepsií. „Dnes jsou Pavlínce dva roky, ale mentálně odpovídá zhruba půlročnímu miminku. Ten rok a něco se učila vše úplně od začátku, jako by se znovu narodila. Naučila se znovu otáčet tam i zpět, vyleze na všechny čtyři a naučila se i sednout. Pomalu ji seznamujeme i s protézou, ale sama zatím nestojí a nechodí,“ vypráví maminka.

Rekordní sobota

Pátý ročník charitativního výstupu byl plný rekordů. Rekordní byla účast zdravých i handicapovaných, čas, za který autor projektu Jaroslav Petrouš vyšlápl na vrchol, množství prodaných benefičních triček i vybraná částka. Krásný slunečný den přilákal v sobotu 27. května do Pece pod Sněžkou na dva a půl tisíce lidí, většina z nich se zúčastnila i samotného výstupu. Jubilejní pátý ročník charitativní akce byl nabitý emocemi. Jaroslav Petrouš překonal vlastní rekord, když na Sněžku vyšel

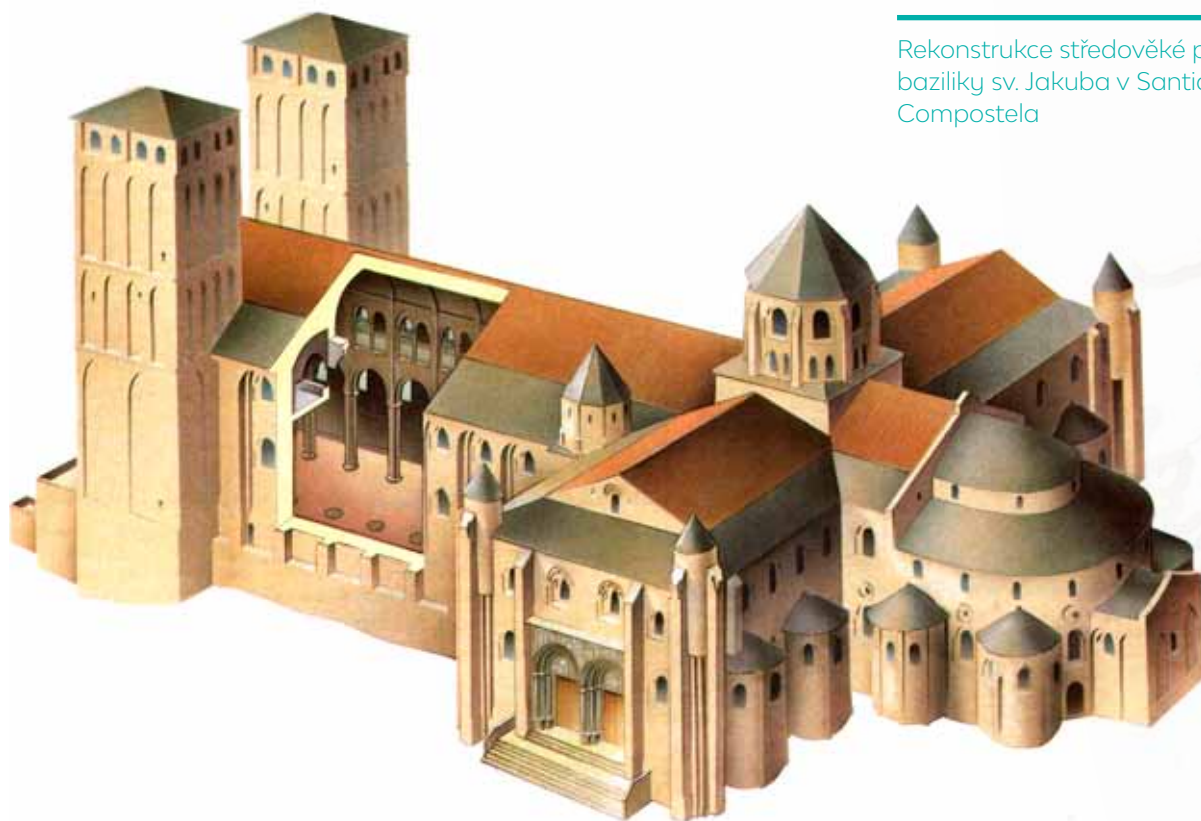
za pouhou 1 hodinu a 41 minut. „Jsem hrdý na to, že se z výšlapu pro pár přátel stala akce, která oslovuje tisíce lidí z celé republiky,“ řekl během výstupu. „Největší odměna pro nás byla, když jsme se na vrcholu potkali s tolika „KlaPeto dětičkama“, ať už se tam dostaly za pomoci svých blízkých, nebo tam dokonce došly sami. Byla jsem dojatá, když jsem viděla, jak se na vlastní nohy, i díky naší pomoci, postavily děti s dětskou mozkovou obrnou anebo po onkologické léčbě,“ popisuje své dojmy Kateřina Klasnová. Sběrka vynesla rekordních 1 042 823 korun a prodalo se všech 2500 benefičních triček. Rodina malé Pavlínky dostala od Nadačního fondu KlaPeto nový vůz Opel Corsa. „Bylo to pro nás obrovské překvapení a šok. Byli jsme oba s přítelem dojatí, kolik lidí naší Pavlínce pomohlo a kolik jich šlo spolu s námi na Sněžku,“ říká maminka Pavlínky Veronika. Auto rodina potřebuje na jízdy k protetikovi a za lékaři. „Díky obrovské částce ale budeme moci obdarovat i dalších zhruba šestnáct handicapovaných dětí, a rozšířit tak naši velkou KlaPeto rodinu,“ dodávají Kateřina Klasnová s Jaroslavem Petroušem. Za předchozí čtyři ročníky se podařilo vybrat celkem 2 298 000 korun a rozdat 31 příspěvků na rehabilitace a kompenzační pomůcky, které nehradí pojišťovny.

Trička, která pomáhají

Výstup na Sněžku byl jako vždy spojen s dětským dnem a řadou atrakcí na centrálním parkovišti v Peci pod Sněžkou. I letos byla vyrobena speciální benefiční trička s logem projektu „Na Sněžku pro Pavlínku“, která byla od března k zakoupení na webových stránkách NF KlaPeto www.klapeto.eu. Lidé mohou přispět také libovolnou částkou na transparentní účet – 2200692979/2010. „Každá vybraná koruna jde přímo na pomoc dětem. Zakládáme si na tom, že peníze nepoužíváme na režii a všichni naši spolupracovníci jsou, tak jako my, dobrovolníci,“ říkají Kateřina Klasnová s Jaroslavem Petroušem.

V poslední době KlaPeto spolupracuje i s rehabilitačním zařízením Adeli Medical Center, tedy s centrem intenzivní rehabilitace pro osoby s neurologickými poruchami pohybu, které sídlí ve slovenských Piešťanech. Právě zde rehabilitují některé děti, které KlaPeto podpořilo. Adeli Medical Center (cz.adeli-center.com) je špičkovým pracovištěm, které se opírá o zkušené lékaře či fyzioterapeuty, maséry, logopedy i další zdravotnický personál. Jeho velkou výhodou je mimořádně intenzivní, komplexní a individuální terapeutický program.





Rekonstrukce středověké podoby baziliky sv. Jakuba v Santiagu de Compostela

Cestování ve středověku

Po stopách nejstaršího bedekru

Cestovní příručky byly oblíbené již ve středověku. Mezi nejvyhledávanější patřily ty, jež popisovaly cestu k hlavním poutním místům, Jeruzalému, Římu a Santiagu de Compostela. Právě posledně uvedená lokalita v severozápadním cípu dnešního Španělska, kterou podle odhadů ve středověku navštívilo čtvrt až půl miliónu lidí ročně, se může pochlubit i nejstarším dochovaným „bedekrem“.

Vznikl patrně před polovinou 12. století. Protože se váže k místu, kde byl pochován sv. Jakub, obsahují úvodní části především příběhy svázané s tímto apoštolem: líčení jeho života a světcových zázraků, liturgické písně oslavující sv. Jakuba a obšírné vyprávění o přesunu ostatků právě do Santiaga.

Poté následuje vlastní praktická část. Anonymní autor popisuje nejdříve čtyři hlavní cesty vedoucí z Francie a doporučuje, která další významná místa má poutník navštívit. V tom se Průvodce nijak neliší od dnešních itinerářů cestovních kanceláří, snažících se provést své klienty všemi pamětihodnostmi



na cestě. Po přechodu Pyrenejí se Průvodce věnuje zejména mostu Punta la Reina, kde se všechny cesty sbíhají a odtud už vede jediná k cíli.

Nástrahy přírody i civilizace

K praktické části patří rovněž nejrůznější varování – jak před nástrahami přírody, tak i lidmi. Autor vypočítává různé toky, ve kterých se lze otrávit zkaženou vodou, a upozorňuje na neúrodné regiony, kde si poutník nemůže obstarat nic k snědku. Varuje rovněž před různými zvířaty, z nichž nejvíce prostoru věnuje hmyzu, a střeží své čtenáře před nebezpečnými pískovými úseky, kde může člověk snadno zapadnout.

Nejvíce výstrah se ovšem dotýká lidí, zejména těch, kteří se snaží na „turistickém ruchu“ nepřiměřeně přizívit. Pěkné slovo nenajde zvláště pro převozníky na tocích v úpatí Pyrenejí, kteří za velké peníze převázejí poutníky na zcela nevhodných vydlabaných člunech. Ty se často převrátí a cestující utonou, což ovšem převozníky nevede k nijakému zármutku, naopak se s radostí zmocní majetku zesnulých. Pisatel si bere na paškál rovněž celníky, kteří mají mýtné vybírat pouze od obchodníků, nicméně vyžadují ho i od zbožných poutníků. Pozorování autora se blíží až k folkloristice. Všimá si krajových zvláštností a zvyků jednotlivých etnik, se kterými se cestovatel může potkat. Pro rozdílnosti přitom nejeví pochopení a odsuzuje vše, co se liší od jeho představ o počestném živo-

tě. Špatně u něj dopadají zejména Gaskoňci a především Navarrové, jejichž řeč připomíná „štěkot psů“. Náš pisatel se rozhořčuje nad tím, že jedí jako zvířata a nepoužívají příbor. Dokonce se koupají nazí! Obcují rovněž se zvířaty a dávají mulám a klisnám na zadek řemen, aby s nimi nemohl smilnit nikdo jiný než oni.

Na Hoře radosti

Když poutník přečká všechny nástrahy, stane konečně na Hoře radosti, místu, odkud jsou poprvé ke spatření dvě věže svatojakubské baziliky. Nyní se již autor může pečlivě věnovat topografii města. Přirozeně nejvíce prostoru směřuje k samotné bazilice a hrobu apoštola Jakuba. Ten dokáže činit zázraky. Takto pisatel láká potenciální zájemce o pouť: „Nemocní zde nacházejí zdraví, slepí zrak, němým se rozvazuje jazyk, hluchým se vrací sluch, chromí mohou opět bez potíží chodit, posedlí jsou zbaveni démona – a všechny prosby věřících jsou vyslyšeny!“

Již ve středověku byly oblíbené i upomínkové předměty. Z poutí se nejčastěji vozily poutnické odznaky, které se připevňovaly na klobouk, a sloužily tak jako určitý průkaz na cestě zpátky. Ze Santiaga autor bedekru přirozeně doporučoval odvézt si charakteristické lastury, které pak byly svědectvím o návštěvě u sv. Jakuba.

Robert Novotný

Cestovatel s poutnickou holí a charakteristickou svatojakubskou mušlí na klobouku



Milník se svatojakubskou mušlí lemující cestu do Santiaga

Křížovka

Na závěr magazínu ani tentokrát nechybí křížovka. Možná ji využijete na nějaké delší cestě na dovolenou. Přejeme vám krásné léto a (dokončení v tajence)!

AUTOR: MICHAL SEDLÁK	HROMADNĚ	JEDOVATÝ HAD	UKAZOVACÍ ZAJMENO	HORSKÝ SKŘÍTEK	1. DÍL TAJENKY	POMŮCKA: ADANA ACHSEL ZEIN	POVYŠENĚ	POSLUŠNOST LOVECKÉHO PSA	HRUBÁ PLETIVA Z RÁKOSÍ	NAHÝ LIDSKÝ MODEL	PŘEDLOŽKA	ZNAČKA TISKÁREN	UZPŮSOBENÉ K TAVENÍ
POMĚR						DESKA POD OKNEM							
JEDNA Z MĚKKÝCH STUPNIC						VYPUŠTĚNÍ HLÁSKY							
						KUKURIČNÁ BÍLKOVINA							
ŘÍMSKÝMI ČÍSLICEMI 51			KOPYTO								OZN. SVĚTOVÉ STRANY		
			NĚMECKÝ RAMENO								LEVANTSKÁ BAVLNA		
CITOSLOVCE ÚDIVU				NAČINÍ VESLÁRE						STAROREK			
				TRUMF V BRIDŽI						NARÍKAT (RIDCE)			
ODBOBNÝ DĚLNÍK								2. DÍL TAJENKY					
	PES (EXPR.)	ZDI						OZVĚNY				ALKOHOL	ZENSKÉ JMÉNO (3.6.)
		PŘESNĚ											
PNEUMATIKA (SLANGOVĚ)									DOMÁCKY ANETA				
ANGLICKÝ SŮL									JAPONSKÉ ROHOŽE				
ŘÍMSKÝMI ČÍSLICEMI 4			DRUH PALMY	JIHO- AMERICKÝ HLODAVEC						SEVERSKÝ STATEK	ZNAČKA AMERICIA		
									CHAPLINOVA ŽENA		KONTURA		
PĚŘEJ									OSCHNOUTI				
TRUTNOVSKÝ PODNIK					OBYVATELKA ARABIE	DO TOHO MÍSTA (BÁS.)	POPUD	ODDĚLENÍ URADU					
								POVÍDKA BOŽENY NĚMCOVĚ					
OTESATI								ČÁST NOHY					
	KRÁTKÉ KABÁTY	3. DÍL TAJENKY										KYPRIT PLUHEM	EXEKUTOŘI NEJVVYŠŠÍHO TRESTU
		KLUKOVSKÁ ZBRAŇ											
BELGICKÉ LÁZNĚ				JEDNOTKA ELEKTR. PROUDU						SOUPEŘ			
				OKO (BÁS.)						TYRŠŮV ODZNAK ZDATNOSTI			
SETINA HEKTARU			ZDEMOLOVAT								HEYERDAH- LÖV CLUN		
			DĚTSKÝ POZDRAV								ŘÍMSKÁ ŠESTKA		
VYCPÁVKOVÝ MATERIÁL						PÁJET							
AKVARIJNÍ RYBA						UKRÁSTI							



KIA OPTIMA SW GT

Prostor a rychlost



Automobilka Kia v uplynulých měsících výrazně rozšířila modelovou paletu své vrcholné řady Optima. Vyzkoušeli jsme špičkové kombi SW GT.

Jihokorejské sedany, hrající v Evropě úlohu vlajkových lodí značek Kia, Hyundai nebo svého času Daewoo/Chevrolet, vždy trpěly omezenou škálou variant, jež je většinou předurčovala k roli pouhého doplňku a kusovému prodeji. Podobně na tom u nás byla až donedávna i aktuální generace sedanu Kia Optima, dostupná pouze jako tříprostorový sedan se vznětovým motorem 1.7 CRDi. To se ale v polovině loňského roku změnilo, Optima totiž dostala druhou karosářskou verzi (kombi SW), zážehový turbomotor pro Optimu GT (2.0 T-GDI) a plug-in hybridní poháněcí soustavu (PHEV). Vyzkoušeli jsme provedení kombi Optima SW GT.

Design samotné Optimy kombi, a zároveň i verzí GT a GT Line, naznačila již studie Sportspace, odhalená na předloňském autosalonu v Ženevě. Kombi s obchodním označením Sportswagon (SW) má stejné rozměry podvozku i karoserie jako sedan, je pouze o 15 mm vyšší a výrobce si od něj slibuje významné navýšení prodejů řady Optima v Evropě. Prodloužená střecha je po stránce designu homogenní součástí vozu a důmyslně projektované linie zvýšenou záď umně maskují a odlehčují. Za pozornost v tomto kontextu stojí rovněž prolis obkružující celou karoserii a opticky propojující přední a zadní svítlny, jakož i spodní linie bočního zasklení,

výrazně stoupající směrem vzad. Trumfem Optimy SW je ale prostor v zadní části karoserie. Zavazadlový prostor v základním uspořádání pojme 552l nákladu a lze jej zvětšovat postupným sklápěním opěradel zadních sedadel, dělených v praktickém a stále nepříliš obvyklém poměru 40:20:40, na sedáky.

Verze GT chce oslovit především zájemce o sportovně střížený vůz s dostatkem vnitřního prostoru a stability ve vyšším jízdním tempu a výkonovou rezervou. Řízení má stejný převod jako ve standardním provedení a stabilizátory, pružiny i tlumiče byly přitvrzeny pouze tak, aby zachovaly čitelné a vyvážené jízdní vlastnosti i ve vysokých dálničních rychlostech, ale zároveň neomezily úroveň požadovaného provozního komfortu v každodenních podmínkách. Základem Optimy GT je zážehový čtyřválec s objemem 2,0l z řady Theta II, opatřený přímým vstřikováním a přeplňováním turbodmychadlem typu TwinScroll se zdvojeným plněním z 1. a 4., resp. 2. a 3. válce. Disponuje tím nejlepším včetně plynule proměnného časování ventilů a oddělených chladicích okruhů pro hlavu a blok válců a z Optimy GT dělá vůbec



nejrychlejší automobil, jaký kdy Kia v Evropě nabízela (240 km/h). Optima GT ve standardu nabízí prakticky vše dostupné, přípláčet lze již pouze za sportovní sedadla, prosklenou střechu a metalízu. To znamená, že se zákazník může za cenu pod 1 mil. Kč těšit třeba na adaptivní světlomety LED, bezklíčkové zamykání a startování, elektrické ovládání víka zavazadlového prostoru, osmipalcový multi-mediální systém s navigací, rádiem Harman Kardon a všestrannou konektivitou, elektricky stavitelná přední sedadla s vyhříváním i ventilací, adaptivní tempomat, aktivní tlumiče a řadu dalších prvků, jež „věhlasněji“ znějící konkurenční značky sice nabízejí také, ale zpravidla za zcela jiné peníze.

Jaromír Hájek, the CEO of LeasePlan Czech Republic, commenting on current events.

Pages 3

LeasePlan News. The latest news from the world of the Company

Pages 4–5

On the way to the future with the new logo. LeasePlan has transformed their visual style in a distinctive way.

Pages 6–7

Prices of used diesel vehicles will drop. Jaromír Hájek contemplates on the future of the car market.

Pages 8–9

How quickly does the car value drop? Cars with a similar purchase price can lose their value at different rates, depending on the country.

Pages 10–11

Martin Brix has been appointed the Financial Manager of 2016. The Financial Director of the Czech LeasePlan branch has been awarded an important professional prize.

Pages 12–13

The newly appointed Business Director Jiří Štoček: Long-term cooperation results from mutual openness. An interview with the new chief of business at the Czech LeasePlan branch.

Pages 14–16

CarNext – Used cars in a fair and classy way. Visiting a shop with used LeasePlan cars returned after leasing in Vestec near Prague.

Pages 17–19

FlexiPlan: Cars to be let for a few months are available on the spot. The new product represents LeasePlan's response to the clients' demand for short-term lease, for example in the case of seasonal work.

Pages 20–21

If you like to drive try veteran cars! Petr Fiala, the Executive Officer and Financial Manager at the IT company YOUR SYSTEM, is engaged in the renovation of veteran cars.

Pages 22–25

LP Magazine Test. The second generation of Peugeot 3008 has preserved its features and concept but the style has changed completely. It still is a crossover. However, the nature of it has shifted significantly towards the SUV segment.

Pages 26–29

The second generation of Mazda CX-5. The driving style and other characteristics clearly indicate that the Japanese brand was dedicated even to the smallest details when developing it. In the first place, the comfort and the general tuning of the car are worth mentioning.

Pages 34–35

Sharing experience with the best ones is the greatest bonus. An interview with the President of the Czech Management Association (ČMA) Pavel Kafka.

Pages 36–37

Saving costs is the main benefit. Banka CREDITAS, the most recent newcomer among Czech banks, is one of the LeasePlan clients in the Czech Republic.

Pages 38–40

Six years with the Citroën-Zero electric car. Six years ago, LeasePlan has purchased an electric car. The Deputy Technical Director Daniel Prostějovský summarizes his experience.

Pages 42–45

The purchase of leased cars is subject to specific tax regulations. What clients and their drivers have to keep in mind when they want to buy a car from LeasePlan.

Pages 46–47

Updates in the network of contractual partners. See an overview of current updates in the list of LeasePlan contractual partners.

Page 47

Leasing of cars for employees or The cheapest car you will not buy. Providing an employee with a car represents one of the current trendy benefits.

Pages 48–49

Microsleep is a vacation trip bogey. You will most probably experience it at night but late afternoons and the time shortly after lunch are risky as well.

Pages 50–51

To Sněžka with Pavlínka, a survivor of the meningococcal disease.

The 5th jubilee year of the charity walk took place at the end of May.

Pages 52–53

In the footsteps of the oldest travel guide. The popularity of travel guides goes back to medieval ages. Travel guides describing ways to sacred places were the most desired ones.

Pages 54–55

SUV PEUGEOT 2008

DIESEL ZA CENU BENZINU



S BOHATOU VÝBAVOU JEN ZA 350 000 Kč

PEUGEOT DOPORUČUJE TOTAL PEUGEOT FINANCE

Spotřeba a emise CO₂ v kombinovaném provozu 3,7–5,2 l/100km, 96–121 g/km. Foto je pouze ilustrativní.

Užijte si dynamické SUV Peugeot 2008 s úsporným dieselovým motorem, které nyní získáte v bohaté výbavě Active jen za 350 000 Kč. Tento praktický model vás překvapí nejen svou nízkou spotřebou, ale také skvělými jízdními vlastnostmi. Jeho osobitý design podtrhuje kompaktní velikost a kvalitní zpracování. Proto je také nejoblíbenějším vozem v České republice ve svém segmentu. Vystupte z řady a překonejte hranici všednosti!

PEUGEOT 2008 SUV

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

Síla a prostor pro váš byznys.



Zcela nová **OPTIMA SW**



The Power to Surprise

Business Line, optimální verze pro firemní zákazníky.

Ve svém kombi teď máte vše, co vám pomůže dostat se v byznysu dál. Verze **Business Line** vás nadchne **nízkými provozními náklady** úsporného diesellového motoru s kombinovanou spotřebou jen **4,4 l/100 km**. Kromě luxusních **552 litrů** zavazadlového prostoru najdete na palubě **bohatou výbavu**, ve které nechybí navigace, automatická klimatizace, tempomat, přední a zadní parkovací asistent, kožený volant, bezpečnostní systémy a mnoho dalších moderních nezbytností. **Výhodné financování a záruka 7 let** pak pro vás už budou jen příjemnou tečkou na závěr.



Kia Optima SW: kombinovaná spotřeba 4,4–8,2 l/100 km. Emise CO₂ 113–191 g/km. Vyobrazení vozu je pouze ilustrativní. Pro bližší informace navštivte www.kia.com nebo kontaktujte svého prodejce Kia.