

LeasePlan magazín

LeasePlan | 15. ročník | podzim 2015 | 45 Kč



Telematika

vede k úsporám i větší bezpečnosti

Eva Lindnerová

Budeme ještě blíže klientům



It's easier to leaseplan

SERVIS NA 2 ROKY ZDARMA



PEUGEOT DOPORUČUJE TOTAL PEUGEOT FINANCE

Kombinovaná spotřeba a emise: Partner Furgon 5–6,5 l/100 km a 131–150 g CO₂/km; Boxer Furgon 7,4–8,9 l/100 km a 195–236 g CO₂/km. Nárok na servis na 2 roky vzniká na základě smlouvy Optiway Servis. Smlouvu Optiway Servis na 2 roky nebo do najetí 90 000 km je možné získat pouze při koupi nového modelu Peugeot Boxer (s výjimkou provedení BOXER 3000 L1H1) a do najetí 70 000 km při koupi nového modelu Peugeot Partner. Specifikace služeb v rámci Optiway Servis na www.peugeot.cz. Nabídka je platná do odvolání a není možné ji kombinovat s jinými nabídkami.

Pořídte si Peugeot Boxer nebo Partner a dostanete k němu kompletní servis vašeho vozu na 2 roky zdarma, včetně náhradních dílů, údržby, práce či nadstandardních asistenčních služeb. Jezděte bezstarostně, kam vás byznys volá. O váš vůz se budeme starat my, abyste se vy mohli věnovat svému podnikání.

PEUGEOT BOXER & PARTNER



Obsah

4	Krátce Aktuality ze světa LeasePlanu
6	20. narozeniny Společně do nebeských výšin...
8	Eva Lindnerová Budeme ještě blíže klientům
12	Péče o vozidlo Čelní sklo trpí nejvíce. Často zbytečně
14	Palivo Konec akceptace karet OMV Benzina v síti Agip
16	Služby LeasePlanu Telematika vede k vyšší bezpečnosti a úsporám
18	Klient LeasePlanu Mediátel motivuje své řidiče k zodpovědnosti a slušnosti. Vyplatí se to
21	Na golfu v Mladé Boleslavi Příjemné setkání v Mladé Boleslavi
22	Miroslav Bláha Nový Superb je pro značku ŠKODA přelomem
25	Drivers' Club Neostře vidění je velikým nebezpečím
26	Test LP magazínu Nová Toyota Avensis
34	LeasePlan podporuje Vysokoškoláci jsou vítáni
36	Očima expertů Prodeje aut rostou. Kdo je vlastní, přestává být důležité
38	Analýza magazínu „Japonci“ to mají v Evropě složité
42	Operativní leasing a daně (51. část) O významu hlavičkářek v našem týmu, ale nejen o tom...
42	Změny v síti smluvních partnerů
44	Talenty LeasePlanu Koně milovaly už jako holky. Dnes na ně mají „řidičák“
48	Historie automobilismu Lesk a bída Waltrovky
50	Cestování ve středověku Přístřeší našel šlechtic i chudý pocestný
52	Zábava / Křížovka

Editorial

Vážení čtenáři,

vítejte na stránkách podzimního LeasePlan magazínu. Doufám, že jste nebývale horké léto prožili podle svých představ a vrátili se do kancelářů patřičně odpočatí. Kola byznysu se roztočila do vysokých otáček, a tak nabytou energii budeme všichni potřebovat.

Aktuální tempo české ekonomiky se příznivě promítá i do našeho oboru. Podle statistik stoupl prodej nových osobních aut na českém trhu od ledna do srpna meziročně o 22 %. Také flotila LeasePlanu zažívá silný růst. Jeho intenzita je dokonce nejvyšší za posledních deset let. K 1. září jsme měli ve správě 19 873 automobilů. Ještě do konce roku bychom proto měli překročit hranici 20 tisíc vozů ve flotile, a upevnit si tak pozici lídra trhu. Chtěl bych Vám upřímně poděkovat za důvěru, bez ní bychom tohoto úspěchu nemohli dosáhnout. Výborné výsledky nám umožňují realizovat další investice do kvality služeb, které Vám poskytujeme. Dnes se dočtete například o našich záměrech, jak konkrétně využít v podstatě neomezené možnosti nejnovějších technologií k ještě účinnější kontrole efektivity ve Vašich flotilách, ale třeba i k posílení bezpečnosti Vašich řidičů.

Své plány odkrývá v obsáhlém rozhovoru i naše nová obchodní a marketingová ředitelka Eva Lindnerová. Myslím, že už zanedlouho budete moci ocenit konkrétní výsledky těchto snah. Jak víte, v letošním roce si připomínáme 20. výročí založení naší pobočky. Nejlepším dárkem pro Vás je určitě vysoká úroveň a profesionalita našich služeb. LeasePlan ale vždy přinášel i něco navíc. Letos jsme nejen v souvislosti s kulatými narozeninami připravili hned několik neformálních setkání. Mnozí z Vás přispěli svou účastí k jejich příjemnému průběhu.

Ale ještě nejsme u konce, naopak – vrchol oslav je teprve před námi. Přejde na začátku listopadu a věřím, že bude stát za to. Brzy se dozvíte více. Už teď se na Vás těšíme!

Krásný podzim bez nehod Vám přeje

Jaromír Hájek

generální ředitel

LeasePlan Česká republika



Číslo vydání

19 873 vozů

ve správě měla k 1. září pobočka LeasePlan ČR

Mondeo pro podolskou porodnici

Nový Ford Mondeo začal v létě sloužit Ústavu pro péči o matku a dítě v pražském Podolí. Zasloužila se o to česká pobočka LeasePlanu společně s firmou Ford Kačmářek a pojišťovnou Allianz. Za účasti předních zástupců všech jmenovaných společností převzal 16. 6. 2015 klíčky od vozidla ředitel podolského ústavu, docent Jaroslav Feyereisl.



Pétanque v trojských zahradách

V malebných zahradách Trojského zámku v Praze uspořádal ve čtvrtek 27. srpna LeasePlan ve spolupráci s Francouzsko-českou obchodní komorou turnaj v pétanque. Tříčlenné týmy tvořili zástupci klientů a dalších obchodních partnerů LeasePlanu a členové Francouzsko-české obchodní komory. Setkání v Troji nebylo první svého druhu. LeasePlan společně s Francouzsko-českou obchodní komorou už podobných turnajů uspořádal více, naposledy na jaře v Ostravě. Vzhledem ke specifické charakteristice pétanque, v níž se sportovní dovednost kloubí s noblesou a přátelskou atmosférou, jsou turnaje velice oblíbené. Na pražské akci se potkalo téměř 300 hostů.



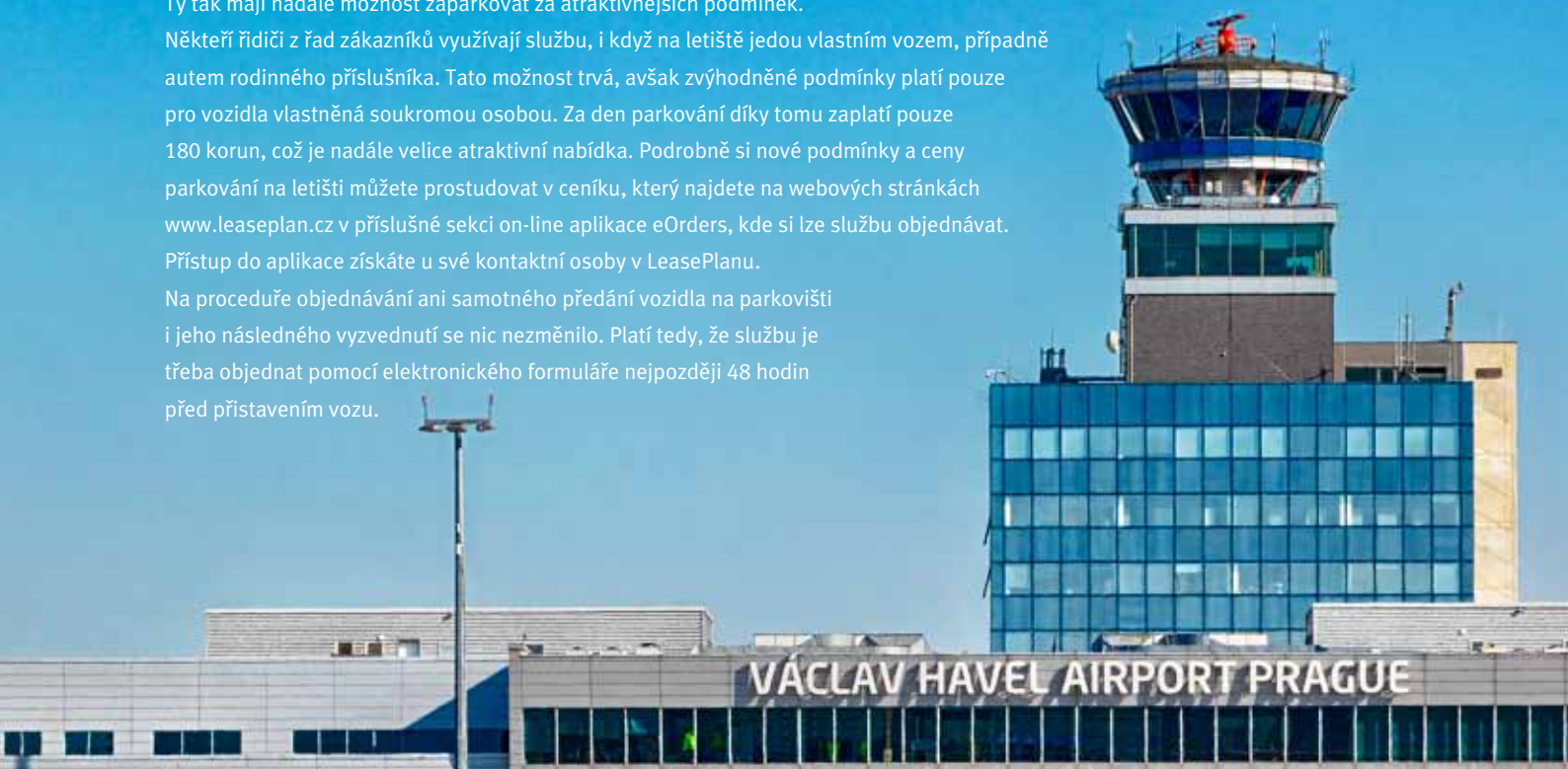
Výhodné parkování na letišti pokračuje

Řidiči vozů LeasePlanu jsou zvyklí využívat zvýhodněné parkování na pražském Letišti Václava Havla. 1. července letošního roku vstoupily v platnost změny v podmínkách poskytování této služby. Hlavní novinka spočívá ve zvýhodnění cen určených pro vozy LeasePlanu.

Ty tak mají nadále možnost zaparkovat za atraktivnějších podmínek.

Někteří řidiči z řad zákazníků využívají službu, i když na letiště jedou vlastním vozem, případně autem rodinného příslušníka. Tato možnost trvá, avšak zvýhodněné podmínky platí pouze pro vozidla vlastněná soukromou osobou. Za den parkování díky tomu zaplatí pouze 180 korun, což je nadále velice atraktivní nabídka. Podrobně si nové podmínky a ceny parkování na letišti můžete prostudovat v ceníku, který najdete na webových stránkách www.leaseplan.cz v příslušné sekci on-line aplikace eOrders, kde si lze službu objednat. Přístup do aplikace získáte u své kontaktní osoby v LeasePlanu.

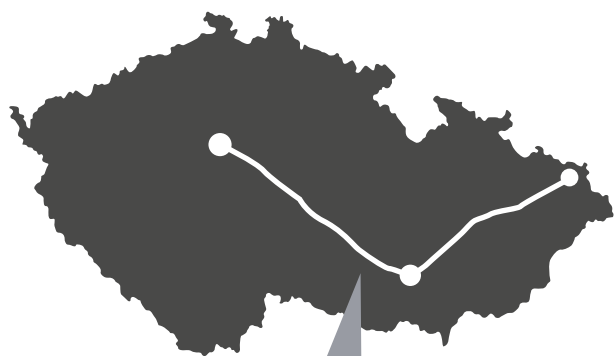
Na proceduru objednávání ani samotného předání vozidla na parkovišti i jeho následného vyzvednutí se nic nezměnilo. Platí tedy, že službu je třeba objednat pomocí elektronického formuláře nejpozději 48 hodin před přistavením vozu.





Společně do nebeských výšin...

Česká pobočka LeasePlanu letos slaví 20 let.
Ohlédnout se za nimi lze různými způsoby.
Dnes jsme si trochu pohráli s čísly.
A byli jsme sami překvapeni...



81 388 aut

Přesně tolik vozidel předal LeasePlan svým klientům v České republice od začátku svého působení v roce 1995 ke konci letošního července. Kdybychom je postavili „nárazník na nárazník“ jedno za druhým, tak by při průměrné délce 4,5 metru vytvořila kolonu dlouhou 366 kilometrů, to znamená, že by zaplnila celý jeden jízdní pruh dálnice z Prahy přes Brno do Ostravy.

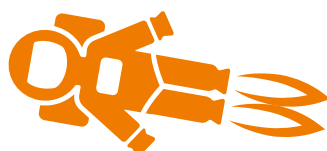


1320 let



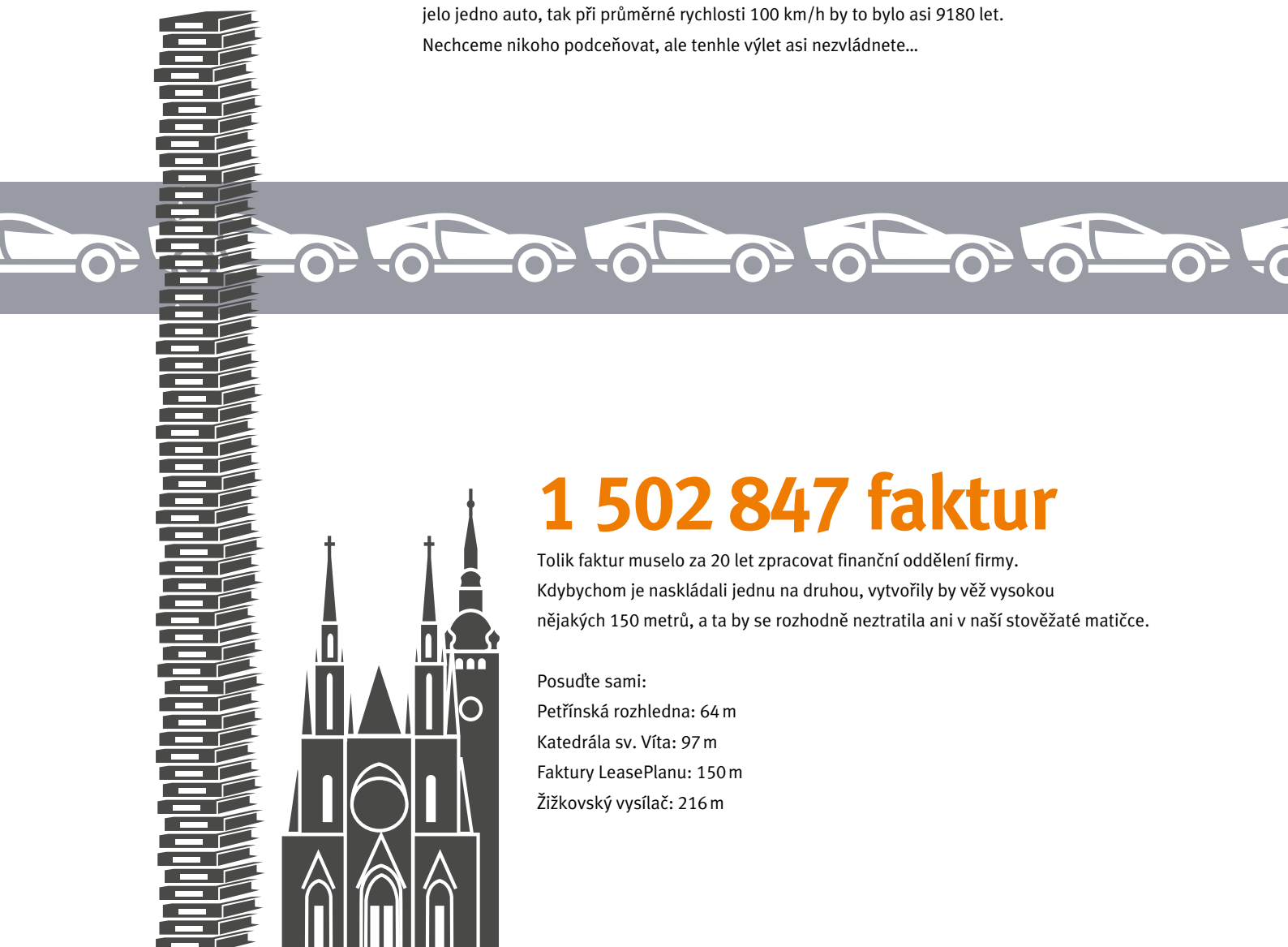
Téměř tři stovky lidí byly během dvacetileté historie zaměstnanci české pobočky.

Jak říká personální ředitel Petr Janout: „Společně odmakali 1302 let, takže aby to stihl jeden člověk, musel by začít už v roce 713. To se ještě po Evropě proháněli Langobardi, Vizigóti a jiná čeládka.“



8 193 424 614 km

Tak tohle obrovské číslo říká, kolik kilometrů najeli všichni zákazníci LeasePlanu za dvacet let. Když si uvědomíme, že vzdálenost Země od Slunce je nějakých 150 milionů kilometrů, ukáže se, že klienti v součtu tuhle štreku urazili 27krát, a to obousměrně. Bez problémů by dojeli až k Plutu vzdálenému zhruba 4,8 miliardy kilometrů. Sonda New Horizons k němu letěla 9,5 roku a vůbec nejbliž se k planetě dostala letos 14. července. Mimochodem – kdyby vás zajímalo, jak dlouho by tuto vzdálenost jelo jedno auto, tak při průměrné rychlosti 100 km/h by to bylo asi 9180 let. Nechceme nikoho podceňovat, ale tenhle výlet asi nezvládnete...



1 502 847 faktur

Tolik faktur muselo za 20 let zpracovat finanční oddělení firmy. Kdybychom je naskládali jednu na druhou, vytvořily by věž vysokou nějakých 150 metrů, a ta by se rozhodně neztratila ani v naší stověžaté matičce.

Posuďte sami:

Petřínská rozhledna: 64 m

Katedrála sv. Víta: 97 m

Faktury LeasePlanu: 150 m

Žižkovský vysílač: 216 m



Budeme ještě
blíže
klientům

„Práce mě musí bavit,“ říká ve své prosklené kanceláři v pražských Nových Butovicích obchodní a marketingová ředitelka LeasePlanu Eva Lindnerová. Utekly už tři měsíce od okamžiku, kdy byla do funkce jmenována. Ani nápor spojený s nástupem do nové pozice jí ale neubral nic z úvodního elánu. Po chvíli máte jasno: tady to Evu Lindnerovou skutečně baví. Dobrá zpráva pro firmu i její klienty. Odmala ji zajímala technika. „Auta se mi vždycky líbila, takže když přišla nabídka nastoupit do LeasePlanu, byla to při rozhodování třešnička na dortu.“

Mezi profesionály

CO VÁS NA AUTECH ZAJÍMÁ NEJVÍC?

Právě ta technika – motor a nejrůznější technologické vychytávky. Kdybyste mi dal vybrat, jestli budu mít ve voze buď kožená sedadla, anebo špičkovou navigaci, určitě dám přednost té navigaci. Skvělé je, že v LeasePlanu je takových technických fandů spousta. Příkladem je zástupce technického ředitele Daniel Prostějovský. Nedávno jsme spolu jeli na pracovní schůzku, já řídila a on mezitím šteloval všechna možná nastavení. Pravda, pak mi chvíli trvalo, než jsem vše vrátila do stavu, který mi vyhovuje, ale to jeho nadšení bylo úžasné.

A TO NEVÍM, JESTLI VÁM NA SEBE PROZRADIL, ŽE PŘED LETY ŠKOLIL SERVISNÍ TECHNIKY BMW A BYL PROSLULÝ TÍM, ŽE DOKÁŽE MOTOR VOZU ROZEBRAT DO POSLEDNÍHO ŠROUBKU. JAKÝ MÁTE VŮBEC POCIT Z PROFESIONÁLNÍ ERUDICE SVÝCH KOLEGŮ, ZEJMÉNA TEDY Z OBCHODNÍHO A MARKETINGOVÉHO ODDĚLENÍ?

To jsem o Danovi zjistila právě během té jízdy, čímž se vlastně všechno vysvětlilo...

Ale vážně: já mám z LeasePlanu vůbec, a tedy i odbornosti a přístupu svých kolegů v oddělení, pocit výborný. Ze všech tady vyzařuje hrdost na značku, pro kterou pracují. To už samo o sobě je skvělé. Obchod je specifická oblast, takže kolegové jsou zpravidla silné osobnosti, které dokážou říci svůj názor, někdy samozřejmě i kontroverzní. Kolegy vždycky vyzývám, abychom si vše hned otevřeně vyříkali. Celková atmosféra je tady opravdu jiná než ve většině podobně velkých společností.

V ČEM JE JINÁ?

V LeasePlanu panuje neformálnost a otevřenost. Funguje tu přirozená propojenost jednotlivých týmů, sdílení informací i společných cílů. Lidé tu k sobě mají blízko, a to včetně nejvyššího vedení. Pro generálního ředitele je úplně běžné, že bez průtahů přijme řadového pracovníka. Tahle pohoda se pak odráží i ve výkonu celé firmy. A pak je třeba zmínit ještě jednu věc, která je důležitá a zdaleka ne ve všech společnostech podobného typu běžná. LeasePlan je součástí velké korporace globálního rozsahu, z čehož těží na jednotlivých trzích. Zároveň se tady ale

vůbec neprojevuje jistá zkosnatělost, která je pro velké nadnárodní společnosti typická. Flexibilita a rychlost rozhodování na regionální i mezinárodní úrovni jsou podle mě v LeasePlanu výjimečné.

Cílem je dlouhodobé partnerství

ABYCHOM ALE JENOM NECHVÁLILI. V ČEM VIDÍTE HLAVNÍ PROSTOR PRO DALŠÍ ZLEPŠOVÁNÍ, A TO ZEJMÉNA VE VZTAHU KE KLIENTŮM?

Myslím, že bychom mohli být ještě více proaktivnější, naši odborníci by měli být v těsnějším kontaktu se zákazníky než dosud. Na jedné straně chceme získávat nové klienty, ale zároveň je třeba na co nejvyšší úrovni pečovat o ty stávající. Ideálním výsledkem je skutečně dlouhodobá spolupráce, kdy se LeasePlan a klient stávají partnery při správě flotily. V naší produktové řadě tuto nejvyšší formu představuje oblíbený Partner Plan, který je založen na individuálním přístupu k zákazníkovi a na vzájemné důvěře a spolupráci obou stran.

NA CO DALŠÍHO SE PODLE VÁS MOHOU KLIENTI LEASEPLANU TĚŠIT?

Mou snahou bude nabídnout ještě více individuálního přístupu, a to všem zákaznickým skupinám. Musíme se pružně přizpůsobovat aktuálním konkrétním potřebám klientů. To ale znamená, že je také musíme dokonale znát. Nabádám tedy kolegy, aby se zákazníci komunikovali častěji než dosud, aby věděli, co je v souvislosti s autoparky pálí. Týká se to jak stávajících klientů, kde je naším úkolem

představovat nové trendy v oboru a přicházet s novými podněty na další zefektivnění správy fleetu, tak i akvizice. Její pracovníci vynakládají intenzivní úsilí na samém počátku, kdy je třeba definovat cíle i potřeby zákazníka a navrhnout optimální změny, se kterými se musí ztotožnit. Pro některé potenciální klienty je operativní leasing neznámou, takže kolegové z akvizice vlastně rozšiřují jejich obzory v této oblasti. Dalším důležitým cílem je zvětšit dosah našich služeb u stávajících klientů. Budeme více stavět na telematice, chtěla bych posílit naši konzultantskou roli, a to jak na začátku kontraktu, tak i v jeho průběhu. Právě to je nadstandard, který od nás klienti očekávají. Navíc jim nabídneme tentýž komfort, který mají k dispozici v souvislosti se služebním vozem, i pro soukromé potřeby, například formou zaměstnaneckých bonusů. To znamená, že by mohli využívat naši odbornou péči i pro vůz, který mají pro privátní účely.

KVALITA OBCHODNÍKŮ, AŽ UŽ TĚCH, KTERÍ PEČUJÍ O STÁVAJÍCÍ KLIENTY, ANEBU TĚCH, KDO OSLOVUJÍ POTENCIÁLNÍ ZÁKAZNÍKY, MÁ PŘÍMÝ VLIV NA EKONOMICKÉ VÝSLEDKY FIRMY. VY JSTE VSTOUPILA DO LEASINGOVÉHO BYZNYSU V DOBĚ, KDY PO UPLYNULÝCH KRIZOVÝCH LETECH OPĚT NABÍRÁ DECH. JAK TENTO TREND HODNOTÍTE?

Operativnímu leasingu se opravdu daří. Lze to dokumentovat statistikami na úrovni jednotlivých firem i celého trhu. Podle pololetních dat ČLFA vzrostl objem operativního leasingu nových osobních aut v prvních šesti měsících letošního roku meziročně o 30 %. Zajímavé přitom je, že rychleji rostla



kategorie firemních aut, přestože některé leasingové společnosti i samy automobilky se v marketingových kampaních v poslední době zaměřily spíše na operativní leasing pro privátní klientelu. Výborné pololetí má za sebou i LeasePlan, přičemž naší doménou jsou právě firemní flotily. Objem našich obchodů v České republice meziročně stoupl o 46 %.

Rozhodnou nové technologie

JAK SE PODLE VÁS BUDE VYVÍJET TRH V DALŠÍCH MĚSÍCÍCH?

Předpokládáme, že pozitivní vývoj bude pokračovat. Závisí to především na tom, jestli ekonomika udrží růstový trend. Otázkou je, jak dynamický růst trhu bude. Vynikající čísla, která pozorujeme v posledních měsících, jsou ovlivněna tím, že mnoho firem v recesi odkládalo své investice, a tedy i obměnu vozových parků. Nyní tedy prožíváme jakousi vlnu těchto pozdržených objednávek. Po jejím odeznění zřejmě tempo růstu zpomalí.

DAJÍ SE POPSAT ZMĚNY V PREFERENCÍCH FIREM, KTERÉ VYVOLALA RECESE?

Recese poznamenala celý byznys, a tedy i operativní leasing. Zákazníci jsou nyní mnohem rozvážnější při řízení svých nákladů. V našem případě to znamená například prodloužení délky pronájmu vozidla. Jestliže před krizí byla průměrná doba pronájmu tři roky, teď je to o rok více. Některé firmy zároveň snížily své nároky při výběru konkrétního modelu anebo příplatkové výbavy. Vliv na to má ale i technologický pokrok. Vozy jsou modernější a kvalitnější, nepotřebují tedy tak často servisní

zásahy jako dříve. Navíc se změnila struktura jejich základní výbavy – například klimatizace byla ještě před několika lety prakticky výhradně za příplatek, dnes už patří běžně do standardu.

JAKÝM SMĚREM SE BUDE NABÍDKA LEASINGOVÝCH SPOLEČNOSTÍ DÁLE UBÍRAT?

Minulý rok se nesl ve znamení oslovování zákaznických skupin, které dříve stály trochu stranou zájmu leasingových firem. Mám na mysli hlavně privátní klientelu a pak především početnou skupinu živnostníků a malých a středních firem, jejichž flotily zahrnují nejvýše deset vozidel. My jsme pro ně připravili velice úspěšný produkt LeasePlan Go, který ukázal i nové cesty v oblasti prodeje. Zájemci o LeasePlan Go si vozy i balíčky doplňkových služeb objednávají prostřednictvím e-shopu. A právě moderní technologie jsou fenoménem, který bezpochyby ovlivní celý obor a bude rozhodovat o tom, jaká nabídka klienty osloví a jaká ne. LeasePlan stavěl vždy na inovativních řešeních a nejinak tomu bude i nadále. Jak už jsem naznačila, naším velkým tématem nejbližší budoucnosti bude například aplikace telematiky v rámci fleet managementu. Více se o tomto tématu můžete dočíst i v dnešním magazínu v samostatném článku.

VYPADÁ TO TEDY, ŽE NUDIT SE V NEJBLIŽŠÍ DOBĚ URČITĚ NEBUDETE. MÁTE VŮBEC ČAS ODPOČÍVAT?

Není ho moc, ale určitě si ho umím vytvořit i patřičně užít, například odjezdem z města do klidnějších končin, třeba na hory, v zimě travíme hodně času na lyžích.

Mou snahou bude nabídnout více individuálního přístupu, a to všem zákaznickým skupinám





Čelní sklo trpí nejvíce

Často zbytečně

V minulém vydání magazínu jsme se věnovali péči o lak. Dnes se zaměříme na další choulostivou součást vozu – na skla. Jak vyplývá ze statistik LeasePlanu, právě skla, konkrétně ta čelní, jsou nejvíce opravovaným či měněným dílem. V rámci flotily LeasePlanu na ně připadá zhruba čtvrtina všech realizovaných oprav.



Michal Prokopec
Operations Manager
Claim Handling

Někdy stačí scelování

LeasePlan v oblasti oprav autoskel spolupracuje se specializovanými partnery, kteří jsou schopni klientovi vrátit vozidlo do provozu už po třech hodinách od převzetí zakázky. Opravy přitom probíhají většinou tzv. mobilní technikou, tedy přímo u klienta, resp. na smluvném místě.

„Ve spolupráci s těmito partnery a zejména s pojišťovnami se snažíme minimalizovat výdaje využíváním tzv. scelování. Když je to možné, sklo se

při něm nevyměňuje, ale pouze opravuje. Výhodou je nejen cena, ale také rychlost a samozřejmě fakt, že se nijak nezasahuje do konstrukce vozidla, protože se opravovaný díl nemusí demontovat,“ vysvětluje Michal Prokopec, „klient se tak nemá čeho obávat. Jestliže oprava probíhá přes našeho partnera, garantujeme její kvalitu po celou dobu leasingu u naší společnosti. Pokud by přeci jen nedopadla podle představ zákazníka, opravce sklo vymění a reklamovaný zásah na vozidle nebude nijak účtovat. I tím se snažíme klienty přesvědčit o profesionalitě našich partnerů.“



Není sklo jako sklo

Nejdůležitější úlohou čelního skla je zajištění bezpečí posádky vozu před vnějšími vlivy či nečekanými událostmi a také poskytnutí čistého výhledu bez optického zkreslení.

Díky využití **laminovaného** čelního skla (sklo/bezpečnostní fólie / sklo) je zaručeno, že vnější vlivy nemohou proniknout do vozu a ohrozit posádku. V případě nehody sklo energii částečně absorbuje a zabrání případnému poranění osob – zmírní náraz hlavy nepřipoutané osoby.

Ve voze se setkáme i se skly **kalenými**, které se využívají v bočních a zadních oknech. Kalené sklo je třikrát až pětikrát pevnější než běžná skleněná tabule. Při tříštění navíc nevznikají ostré střípiny, ale malé neostře kousky, které jsou pro posádku bezpečnější. Po nehodě je mnohem snazší dostat se k posádce. Kromě již standardního zabarvení čelního skla se dnes

i u běžnějších vozů čím dál častěji setkáváme s funkcemi, které byly ještě donedávna výsadou pouze prémiových značek:

vyhřívání čelního skla – nejnovější metodou je vyhřívání fólií, která nahrazuje doposud využívané drátky, jež byly pro řidiče okem rozpoznatelné, a tím občas i rušivé

tepelný/zvukový komfort – sklo může významně redukovat pronikání UV záření a rušivých hluků z okolí

pohodlné zobrazení informací – umožňuje promítat základní informace přímo na čelní sklo

senzorové jednotky – díky nim se již nemusíte starat o cyklování stěračů, odmlžování čelního skla, anebo o přepínání mezi světlými potkávacími a tlumenými

Smutný rekord: sedm skel za dva roky

Kromě náprav škod ale LeasePlan pamatuje i na prevenci. Ve spolupráci s klienty nabádá jednotlivé řidiče k větší opatrnosti. Vždy totiž záleží hlavně na lidech. Smutným rekordmanem ve flotile LeasePlanu se stal řidič, který změnil čelní sklo na jediném voze hned sedmkrát za necelé dva roky! Další čtyři řidiči měnili skla během jediného leasingového cyklu šestkrát a deset řidičů pětkrát. Přitom přibližně 7500 řidičů potřebovalo vyměnit sklo jen jednou a přibližně stejný počet dokonce vůbec. „U aut s vyšším počtem poškození skel jsme se snažili najít nějakou technickou příčinu, ale nezjistili jsme na nich žádné zásadní rozdíly v porovnání s ostatními vozidly. Z toho vyplývá, že jediným důvodem častého poškození je styl jízdy. Sami řidiči uvádějí, že v 70 % případů došlo k poškození čelního skla odlétnutým kamínkem od jiného auta,“ říká Michal Prokopec.

Nebezpečné rychlosti

LeasePlan spolupracuje s jedním z předních světových výrobců autoskel, společností AGC Automotive Group. Během testování autoskel její vývojové oddělení zjistilo, že při dodržení bezpečné vzdálenosti, za kterou je považován přibližně dvousekundový odstup mezi vozidly, je riziko poškození čelního skla minimální. „Když ovšem jedu na dálnici rychlostí 130 km/h těsně za vozidlem přede mnou, odlétnutý kamínek od tohoto vozidla narazí do mého skla při součtu rychlostí obrovskou silou. Odborníci společnosti AGC spočítali, že při rychlosti nad 100 km/h se při zásahu kamínkem zvyšuje pravděpodobnost poškození skla s každými 10 km/h zhruba o 20 %. Když dodržíme bezpečnou vzdálenost, výrazně tím toto riziko snížíme. Jistě – v některých situacích, například při předjíždění, se blízkému přiblížení k jinému vozidlu nevyhnete, ale bezpečnou jízdou lze i tehdy riziko minimalizovat,“ nabádá Michal Prokopec.

„Přibližně při každé třetí opravě vozu je měněno některé ze skel. I proto této problematice věnujeme velkou pozornost.“

„Vzhledem k naší spolupráci s renomovanými výrobci autoskel jsme schopni klientům při opravách vozidel nabídnout komplexní službu.“

Konec

akceptace karet OMV a Benzina v síti Agip

V nabídce palivových karet, které LeasePlan poskytuje svým klientům, došlo ke změně. S účinností od 1. srpna letošního roku totiž skončila akceptace palivových karet OMV a Benzina v síti AGIP. Důvodem je prodej čerpacích stanic AGIP novému majiteli, společnosti MOL, v České republice i na Slovensku.

Kartami OMV a Benzina lze i nadále platit na mnoha dalších akceptačních místech (Benzina, Shell, Avanti a EuroOil) a se slevou v sítích OMV a Benzina. V České republice jde celkem o více než 200 čerpacích stanic, kde mohou řidiči uplatnit slevu na paliva a mycí programy. Hustota stanic zaručuje, že to řidiči nebudou mít ke zvýhodněnému tankování nikdy daleko.

V nabídce palivových karet navíc loni přibyla karta Eurowag, která pracuje s plošnou týdenní cenou, tzv. list-price. Kartu vystavuje firma W.A.G. payment solutions a uplatnit ji můžete na čerpacích stanicích EuroOil a PAP OIL. Společnost W.A.G. garantuje v obou sítích jednotnou list-price, která se vyhledává jednou týdně, je platná na všech čerpacích stanicích daných sítí a zpravidla je nižší než tzv. totemové ceny. Klientům navíc náleží další sleva na palivo vyplývající z kontraktu s LeasePlanem. Kartou lze platit výhradně za palivo ve standardní kvalitě – tedy za naftu a Natural 95.



Kartami OMV a Benzina lze nadále platit na více než 200 akceptačních místech

List-price

je garantovaná cena, kterou poskytovatel karty vyhledává každý týden. Obvykle je nižší než průměrné aktuální ceny prezentované na jednotlivých čerpacích stanicích. List-price je úzce navázána na vývoj ceny ropy na světových trzích a reaguje na něj mnohem pružněji než koncové ceny na „benzinkách“. Typické je to zvláště pro období, kdy cena ropy klesá. Klienti LeasePlanu jsou informováni o aktuální výši list-price pravidelně jednou týdně.



RENAULT
Passion for life

Užitkové vozy RENAULT

Hnací síla vašeho podnikání



Více než 350 verzí pro jakékoliv podnikání
Spotřeba již od 4,6 l/100 km

Jednička na evropském trhu již 17 let*

Nabídka platí od 1. 9. do 30. 9. 2015. *Užitkové vozy Renault jsou číslo 1 v Evropě v počtu registrací nových automobilů v kategorii lehkých užitkových vozidel a lehkých užitkových vozidel do 3,5 tuny dle statistik organizace ACEA. Kangoo Express: spotřeba 4,2–7,2 (l/100 km), emise CO₂ 150–173 (g/km). Trafic: spotřeba 5,5–7,8 (l/100 km), emise CO₂ 155–170 (g/km). Master: spotřeba 6,6–9,1 (l/100 km), emise CO₂ 180–217 (g/km). Uvedené spotřeby paliva a emise CO₂ jsou změřeny metodikou stanovenou dle platných právních předpisů vyžadovaných pro homologaci vozidla. Vyobrazení vozů je pouze ilustrativní.

Renault doporučuje **elf**

   renault.cz

Telematika

vede k vyšší bezpečnosti a úsporám

Využití telematiky vede ke zvýšené bezpečnosti řidičů, menšímu počtu nehod, výraznému snížení spotřeby paliva, a tedy i k poklesu emisí CO₂. Vyplývá to z globálního průzkumu LeasePlan MobilityMonitor, který provedla nezávislá agentura TNS mezi 3377 řidiči ve 20 zemích po celém světě.

35 %

Přesně 35 % řidičů uvedlo, že by změnilo své chování, pokud by mělo ve voze nainstalováno telematické zařízení.

Využití telematiky vede ke zvýšené bezpečnosti řidičů, menšímu počtu nehod, výraznému snížení spotřeby paliva, a tedy i k poklesu emisí CO₂. Vyplývá to z globálního průzkumu LeasePlan MobilityMonitor, který provedla nezávislá agentura TNS mezi 3377 řidiči ve 20 zemích po celém světě.

Přesně 35 % řidičů uvedlo, že by změnilo své chování, pokud by mělo ve voze nainstalováno telematické zařízení. V České republice by například 8 % respondentů v takovém případě věnovalo více pozornosti spotřebě paliva, 7 % by začalo řídit více opatrně a dalších 5 % by jezdilo pomaleji.

86 %

Míra nalezení odcizených vozidel vybavených telematikou vzrostla ze 14 na 86 %.

Data se přenášejí přímo z vozu

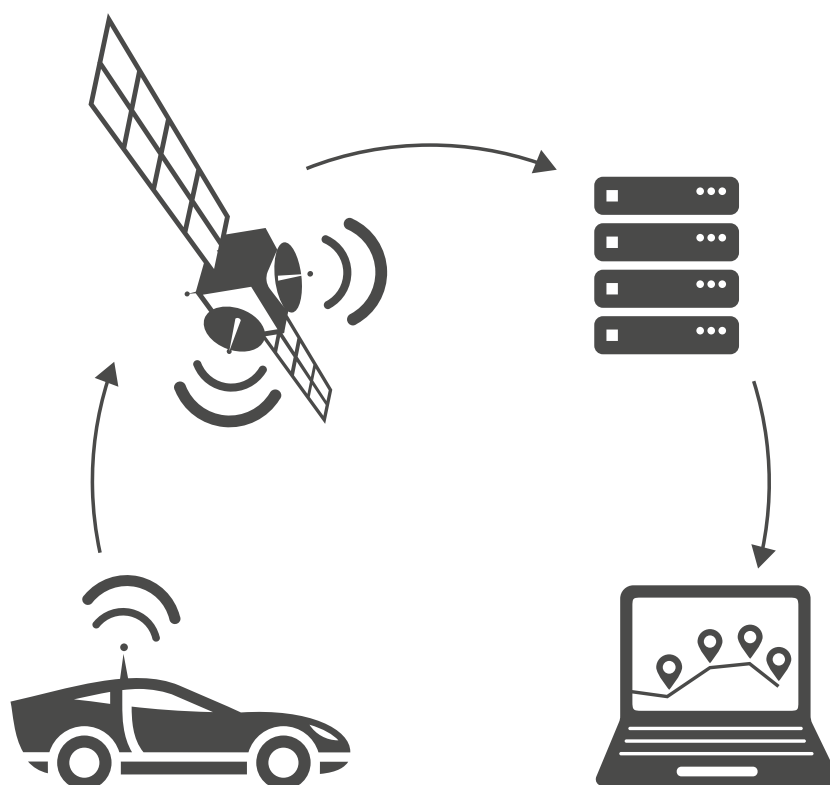
Telematika umožňuje sběr dat takřka v reálném čase. Data jsou zachycována přímo ve vozidle a využívají se například při sledování počtu najetých služebních a soukromých kilometrů, spotřeby paliva, ale i chování řidičů, umožňují analýzy nehod anebo lokalizaci vozidel, a to i po jejich případné krádeži. Ve vozidle funguje

telematika prostřednictvím zařízení, které lze snadno nainstalovat.

Telematická jednotka přenáší data v pravidelných intervalech přes GPRS, GSM a GPS do zabezpečené databáze, odkud jsou k dispozici správci vozového parku prostřednictvím webového portálu. Stále více společností používá telematiku s cílem zlepšit bezpečnost zaměstnanců, zvýšit ohleduplnost vůči životnímu prostředí, produktivitu, ale i ziskovost svých autoparků.

Italské a španělské zkušenosti

LeasePlan v současné době nabízí telematická řešení ve čtrnácti zemích, dalších šest států přibude do konce příštího roku. V Itálii proběhl v souvislosti s nasazením telematiky ve flotile LeasePlanu pilotní projekt, který potvrdil, že telematické technologie umožňují řízení rizik, vedou k větší bezpečnosti řidičů a také k úsporám. Oproti roku 2013 se loni téměř o jednu třetinu snížila nehodovost v rámci flotily 16 tisíc vozidel, která italská pobočka skupiny



-12%

Španělská pobočka LeasePlanu nedávno vyvinula aplikaci založenou na telematických datech, která umožňuje přibližně 7 tisícovkám řidičů analyzovat své řídičské chování. První výsledky jsou slibné: snížení počtu pojistných událostí o 12 % a 8% pokles spotřeby paliva.

vybavila telematickým zařízením. Společnost navíc pozorovala další velmi důležitý trend: míra nalezení odcizených vozidel vybavených telematikou vzrostla ze 14 na 86 %.

Španělská pobočka LeasePlanu zase nedávno vyvinula aplikaci založenou na telematických datech, která umožňuje přibližně 7 tisícovkám řidičů analyzovat své řídičské chování. První výsledky jsou slibné: snížení počtu pojistných událostí o 12 % a 8% pokles spotřeby paliva.

„Naše telematická řešení pomáhají správcům vozových parků při zlepšování výkonnosti jejich flotil, především v oblastech řízení nákladů, bezpečnosti a udržitelnosti,“ říká obchodní ředitel skupiny LeasePlan Nick Salkeld. „Data zachycená v autech dokážeme kombinovat s našimi odbornými znalostmi v oblasti správy vozového parku. Díky tomu mohou mít fleet manažeři ucelený přehled o výkonnosti svých flotil a odhalovat prostor pro další zlepšení a úspory. Telematika tak umožňuje LeasePlanu poskytovat ještě vyšší úroveň jednotlivých služeb.“

Český LeasePlan chystá „telematické balíčky“

Česká pobočka LeasePlanu osadila telematickými jednotkami už přes pět tisíc vozidel a ještě v letošním roce chce klientům nabídnout balíčky přesně definovaných služeb založených právě na využití telematických dat.

„Můžeme se zaměřit například na spotřebu paliva. Pomocí telematiky totiž dokážeme velice přesně analyzovat jízdní styl každého řidiče – jak ostře projíždí zatáčky, jak prudce dobržďuje, jak agresivně předjíždí a podobně. Dalším směrem je využití telematických zařízení pro včasnou diagnostiku poruch,“ říká technický ředitel české pobočky Peter Škoda.

V Itálii se téměř o jednu třetinu snížila nehodovost v rámci flotily 16 tisíc vozidel, která LeasePlan vybavil telematickým zařízením.

Mediatel

motivuje své řidiče
k zodpovědnosti a slušnosti.

Vyplatí se to

Není žádným tajemstvím, že k firemnímu vozu se někteří řidiči chovají hůře než k automobilu vlastnímu. Zatímco s privátním autem jezdí opatrně, aby ušetřili za pohonné hmoty a eliminovali jeho opotřebení, se služebním vozidlem už si takové starosti nedělají. Některé firmy proto motivují své zaměstnance k tomu, aby se služebními vozy zacházeli stejně, jako by byli jejich majitelé.



„Nešetrným zacházením se služebními vozy zaměstnavatelé zbytečně přicházejí o velké peníze. Nejde jen o vyšší spotřebu paliva při neekonomické jízdě, ale firemní řidiči zanedbávají také údržbu vozů a navíc častěji bourají. Správně nastavený motivační program je však dokáže dlouhodobě nabádat k úsporné a bezpečné jízdě.“

Jiří Weidemann

specialista hospodářské správy společnosti a duchovní otec projektu



Příkladem takového přístupu je propracovaný motivační projekt digitální mediální agentury Mediatel. Dostal název SAVEPLAN a vznikl za významného přispění LeasePlanu, který flotilu Mediatelu provozuje.

JAK SE ÚSPORNÁ A BEZPEČNÁ JÍZDA PROJEVÍ VE FLOTILE?

Má obrovský dopad na spotřebu pohonných hmot, na náklady na provoz automobilu i jeho životnost, na produkci škodlivých emisí a samozřejmě i na bezpečnost zaměstnanců. Řidičský styl může urychlit, nebo naopak oddálit opotřebení vozu, a tím ovlivnit proces plánované i neplánované údržby. Těžce zkoušená firemní auta mají nižší zůstatkovou hodnotu v okamžiku prodeje. Horší technický stav vozidel se může negativně projevit ve vícenákladech kalkulovaných leasingovou společností po ukončení operativního leasingu. Proto se motivační program vedoucí k úsporné a bezpečné jízdě určitě vyplatí.

KTERÉ KONKRÉTNÍ NÁSTROJE ZAHRAJUJE VÁŠ PROJEKT SAVEPLAN?

Motivovat firemní řidiče, aby se služebními vozy zacházeli stejně jako se svými vlastními, lze několika způsoby. My jsme se vydali účinnou cestou odměn za to, když se zaměstnanec ztotožní s naší vizí „být zodpovědným a slušným řidičem“. Podstata projektu je jednoduchá – stačí jezdit úsporně a bezpečně.

TAKHLE TO ZNÍ JEDNODUŠE, ALE REALITA JE ASI KOMPLIKOVANĚJŠÍ. JAK OBTÍŽNÉ BYLO CELÝ PROJEKT ZAJISTIT TECHNOLOGICKY?

Pro efektivní správu a účel projektu bylo opravdu zapotřebí implementovat určitá „vylepšení“ elektronické knihy jízd, kterou dodává a provozuje LeasePlan. Právě kolegům z LeasePlanu patří velké díky za perfektní spolupráci při komunikaci a nastavení všech potřebných parametrů. Vzhledem ke smysluplnosti projektu navíc nevznikly žádné náklady nad rámec dosavadního využívání elektronické knihy jízd.

Mediatel

je moderní digitální mediální agentura se širokým portfoliem online marketingových služeb pro malé a střední firmy či živnostníky. Svým klientům poskytuje poradenství v oblasti online i offline marketingu a služby zaměřené na tzv. digital presence management – od webových stránek, přes optimalizaci firemních informací a online komunikace až po výkonnostní SEM kampaně.

MEDIATEL nabízí také kreativní a grafické kapacity zaměstnanců, například polepy firemních vozů jsou dílem interních kreativců a grafiků. Díky příslušnosti k silné mezinárodní skupině FCR Media, která působí ve dvanácti evropských zemích, má firma přístup k nejmodernějším technologiím a informacím ze zahraničních trhů. MEDIATEL připravuje optimalizované weby pro vyhledávače

Google i Seznam (SEO) v designu vhodném i pro mobilní telefony a tablety. Webové stránky podporuje pomocí Pay Per Click (PPC) a bannerovými kampaněmi. Vytváří nejen Facebook Fanpage, ale postará se rovněž o komunikaci s fanoušky i na dalších sociálních sítích.

Informace o firmách je MEDIATEL schopen vytvářet a efektivně spravovat a také distribuovat na desítky zásadních míst na internetu. Anebo, prostřednictvím moderních nástrojů, poskytne možnost tyto informace jednoduše spravovat a distribuovat z jednoho místa vlastními silami.

Agentura také provozuje jeden z nejnavštěvovanějších online katalogů www.zlatestranky.cz, mobilní aplikace pro snadnější život a také offline GPS navigaci NaCesty.

JAK PROJEKT FUNGUJE V PRAXI?

Chování řidičů vyhodnocujeme na kvartální a takzvané dlouhodobé bázi. Pro vyhodnocování využíváme telematiku s možností sledování a záznamu řidičského stylu. Každé vozidlo má například nastavenou normu tolerance spotřeby pro dané období. Zároveň řidiče vzájemně porovnáváme, což slouží jako pozitivní motivace. Oceňujeme nejen jednotlivce, ale i celá oddělení, kde mají přidělená služební vozidla. Důležitým bodem projektu je, že řidič nesmí způsobit žádnou pojistnou událost a kromě toho nesmí být pokutován za dopravní přestupek. Pro to, aby byl úspěšný v rámci projektu SAVEPLAN, musí splnit i další podmínky, vyplývající především z firemních směrnic a pravidel.

JAK NA PROGRAM REAGUJÍ ZAMĚSTNANCI?

Důležité je s nimi neustále pracovat, informovat je o pravidlech úsporné jízdy. Pro obzvláště neohospodárné řidiče plánujeme a organizujeme tréninky zaměřené na hospodárnou a bezpečnou jízdu. Samozřejmě se občas setkáme s nějakou námitkou, například že požadovaný pokles průměrné rychlosti vede ke ztrátě drahocenného času. Takový argument ale nedává smysl. Časová ztráta při defenzivní jízdě dosahuje několika minut, úspora nákladů a bezpečnost jsou však nesrovnatelně vyšší. Velký význam má proto pro naše řidiče time management.

ČÍM ODMĚNÍTE ŘIDIČE, KTERÝ JE PODLE VAŠICH HODNOCENÍ ZODPOVĚDNÝ A SLUŠNÝ?

Pokud se pracovník Mediatelu rozhodne „být zodpovědným a slušným řidičem“, odměnou mu je především dobrý pocit, ale také atraktivní dárky od našich partnerů.

A JAK SE PROJEKT SAVEPLAN ODRAZIL VE VAŠÍ FIREMNÍ EKONOMICE?

Podobné programy, ale i odměny pro úspěšné zaměstnance sice stojí peníze, ale v konečném výsledku jde o minimální náklady v porovnání s penězi, o které přijdete v důsledku vysoké nehodovosti a škod způsobených neopatrnými řidiči. Finanční efekty projektu jsou vidět na všech stupních správy vozového parku: v nákladech na pohonné hmoty, na servis, v četnosti pojistných událostí, díky nižším emisím pomůžeme i přírodě. Pokud udržíme současný příznivý trend po celou dobu užívání vozidel, očekáváme, že průměrná celková úspora na všech stupních správy vozového parku dosáhne přibližně 100 000 korun na každém vozidle v rámci jednoho leasingového cyklu.



SAVEPLAN v číslech

Projekt byl spuštěn přesně před rokem. Zařazena do něj byla všechna vozidla s instalovanou GPS jednotkou, a to napříč všemi odděleními firmy.

60 řidičů

Během prvních 12 měsíců se do projektu zapojilo 60 řidičů. Více než polovina z nich už uspěla a dosáhla na odměny.

11 %

Průměrná spotřeba se celkově snížila o necelých 11%.

Úspora 0,5 l/100 km

Při porovnání dat z doby před zavedením projektu s nejlepším obdobím projektu dosáhla úspora až 0,5 litru na 100 km.

1 000 000 km

Celkem přítomní řidiči ujeli více než milion kilometrů. Významně také klesl počet zaviněných pojistných událostí. Rovněž méně času strávených řešením nehod, čekáním v servisech a užíváním náhradních vozidel přispělo k celkovým úsporám.



Na golfu v Boleslavi

V areálu Golf Mladá Boleslav proběhl ve čtvrtek 10. září turnaj LeasePlan Golf Cup 2015. Firma na něj pozvala své obchodní partnery, a navázala tak na sérii golfových setkání, která už letos s úspěchem zorganizovala.

Na mladoboleslavskou akci dorazilo téměř sedmdesát hráček a hráčů, kteří si vychutnávali nejen komfort místního resortu, ale i příjemné počasí, jako stvořené pro sport. V rámci turnaje

navíc golfistky a golfisté zápolili hned v několika vložených soutěžích o atraktivní ceny, které LeasePlan připravil ve spolupráci s partnerem akce, společností Volvo Car Czech Republic.

Na turnaj dorazilo více než šedesát hráček a hráčů





Nový Superb je pro značku ŠKODA přelomem

Poměr mezi
našimi fleetovými
a retailovými
zákazníky v České
republice je
zhruba vyrovnaný.

Hlavně o nových modelech v nabídce mladoboleslavské automobilky jsme si povídali s **Miroslavem Bláhou**, vedoucím prodeje ŠKODA AUTO Česká republika.

VAŠE PORTFOLIO MODELŮ SE STÁLE ROZRŮSTÁ. JAKÉ NOVINKY OD ZNAČKY ŠKODA MŮŽEME OČEKÁVAT V NEJBLIŽŠÍ DOBĚ?

Růstová strategie nás zavazuje k aktivitě při uvádění nových modelů. V posledních několika letech uvádíme nový nebo výrazně modernizovaný model každého půl roku a v nejbližší době budeme v nastoleném tempu pokračovat. V první polovině letošního roku jsme uvedli naši vlajkovou loď – zcela nový model Superb. Ten se stal jistým přelomem pro značku ŠKODA, která jeho prostřednictvím vůbec poprvé ve své novodobé historii oslovuje zákazníky z vyšších segmentů. Již v druhé polovině září letošního roku uvedeme na trh jeho druhou karosářskou verzi. Superb Combi ještě zvýší atraktivitu našeho vrcholného modelu a přitáhne k němu další zákazníky. V průběhu dalšího roku představíme další zajímavé novinky přesně v duchu filozofie Simply Clever. Jak vidíte, je před námi zajímavá budoucnost.



JAKOU ČÁST VAŠICH PRODEJŮ TVOŘÍ FLEETY A JAKÝ PODÍL PŘIPADÁ NA PRIVÁTNÍ ZÁKAZNÍKY?

Pokud budeme hovořit o českém trhu, je poměr mezi fleetovými a retailovými zákazníky zhruba vyrovnaný. To je pro nás jako pro domácí značku důležité, neboť stojíme oběma nohama pevně na zemi a můžeme budovat pozici stabilního lídra trhu. Velmi nás těší, že i tak flotilově zaměřený model jako Superb vzbudil obrovský zájem u retailové klientely. Očekáváme, že nastupující Superb Combi bude privátním zákazníkům konvenovat ještě více. Obrovskou radost nám dělá i nedávno představená třetí generace modelu Fabia. Z našich statistik vyplývá, že její praktičtější provedení v podobě karosářské varianty Combi boduje nejen v případech rodin s dětmi, ale své zákazníky v čím dál tím větší míře nachází i u živnostníků, menších a středně velkých firem.

KTERÉ MODELÝ ŠKODA SI NA ČESKÉM TRHU VEDOU NEJLÉPE?

Pozici nejprodávanějšího vozu značky ŠKODA si dlouhodobě udržuje model Octavia, který je zároveň

nejprodávanějším novým osobním automobilem na českém trhu. Například za prvních sedm měsíců letošního roku si Octavii pořídilo více než 14 250 zákazníků. Velmi úspěšný rok prožívá model Fabia, který se vrátil na pozici našeho druhého nejprodávanějšího vozu značky a tato příčka mu patří i v absolutním pořadí všech vozů prodávaných na našem území. Zatím má na kontě přes 11 000 prodaných kusů. Na pomyslných stupních absolutních vítězů, resp. třetím neprodávanějším vozem v České republice, je i model Rapid, u něhož registrujeme přes 7500 prodaných vozů.

V POSLEDNÍ DOBĚ SE ŘADA VAŠICH KONKURENTŮ ZAMĚŘUJE NA RŮZNÉ ALTERNATIVNÍ POHONY. VE VAŠÍ NABÍDCE VŠAK ZATÍM ELEKTROMOBILY ANI HYBRIDY NEJSOU. ZMĚNÍ SE TO?

Velmi pravděpodobně nikoliv v nejbližší době. ŠKODA AUTO samozřejmě bedlivě sleduje aktuální vývoj a monitoruje tyto tržní segmenty, aby byla dobře připravena na budoucnost. Nicméně aktuální situace na trhu ukazuje, že pro elektromobily ještě nedozrál



čas. Potýkají se s řadou potíží. Ve větším rozšíření jim brání poměrně krátký dojezd, jejich využití jinde než v příměstském provozu je tudíž problematické. Také infrastruktura dobíjecích stanic zatím zdaleka není taková, aby bylo možné elektromobily provozovat zcela komfortně. Na dořešení čeká i problematika nakládání s akumulátory, které bude nutné ekologicky likvidovat. Proto se zaměřujeme na jiné alternativní pohony, které jsou z hlediska praktického využití vstřícné. Ty už dnes standardně nabízíme našim zákazníkům a sklízíme úspěchy. Třeba ŠKODA Octavia G-TEC, která je schopna spalovat kromě benzínu i stlačený zemní plyn (CNG), si získala významnou oblibu. Není divu. Ekonomický provoz a šetrnost k životnímu prostředí u ní nejsou vykoupeny ztrátou uživatelské přívětivosti, protože funguje úplně stejně jako analogické vozy na benzín či naftu. Od vstupu značky ŠKODA do segmentu vozů s pohonem na CNG (pozn. red.: červen 2013) se tento na českém trhu zhruba ztrojnásobil. V případě již zmínovaného modelu Octavia G-TEC s pohonem na CNG jsme od jeho uvedení na trh v červnu minulého roku prodali v České republice již více než 1600 vozů. Značka ŠKODA má tak k dnešnímu dni na domácí půdě přibližně 75% podíl v segmentu osobních vozů s pohonem na CNG. To je cesta, kterou se chceme ubírat i nadále.

VEDLE POŘIZOVACÍ CENY A VÝHODNOSTI FINANCOVÁNÍ HRAJÍ ZÁSADNÍ ROLI PŘI ROZHODOVÁNÍ O KOUPI NOVÉHO VOZU SERVISNÍ NÁKLADY. ČÍM SE SNAŽÍTE OSLOVOVAT POTENCIÁLNÍ ZÁJEMCE NA TOMTO POLI?

Téměř všechny nové vozy ŠKODA jsou standardně prodávány s prodlouženým servisním intervalem 2 roky nebo 30 000 km podle toho, co nastane dříve. To představuje samo o sobě významnou úsporu ve srovnání s řadou konkurenčních vozů, které vyžadují častější návštěvy servisu. Každý zákazník se může rozhodnout, zda mu více vyhovuje základní záruka, nebo si za symbolický příplatek objedná 100% prodlouženou záruku. Pokud půjdete do hloubky a zkonfrontujete konkurenční značky chlubící se výhodnějšími garancemi s reálnými servisními náklady, zjistíte, že z toho pro zákazníka žádné skutečné výhody nevyplývají. Ony deklarované garance zdarma, které v reklamních letáčích jistě působí dobře, jsou ve skutečnosti vykoupeny vysokými náklady na záruční servis. Touto cestou jít nechceme, naopak chceme být vůči našim zákazníkům i nadále vstřícní a féroví.



Neostré vidění je velikým nebezpečím

Letos v květnu probíhal na vybraných čerpacích stanicích Shell v rámci kampaně Bezpečnost za volantem – péče o zrak tzv. screening řidičů pořádaný Mezinárodním sdružením optiků a optometristů. Měření probíhalo ve všech čtrnácti krajích České republiky a celkově se jej zúčastnilo 900 řidičů. Celých 7 % z nich nemělo zrakové schopnosti takové, aby se mohlo bezpečně zúčastnit silničního provozu.

7%

řidičů nemá zrakové schopnosti takové, aby se mohlo bezpečně zúčastnit silničního provozu

Řidiči, kteří navštívili čerpací stanice, si mohli nechat otestovat svůj zrak na autorefraktometru a následně bylo jejich vidění podrobeno zkoušce zrakové ostrosti, a to s korekční pomůckou, kterou používají při řízení motorového vozidla. Řidiči byli s naměřenými výsledky ihned seznámeni a ti s horší rozlišovací schopností (pod 70 %) byli upozorněni na nebezpečí, která z toho plynou. Česká norma určuje, že na silnici mohou vyrazit řidiči se zrakovou ostrostí neklesající pod 70 %. Do zrakové ostrosti 50 % jsou způsobilí jen na základě odborného

vyšetření a se zrakovou ostrostí pod 50 % by za volant neměli usednout vůbec. Podobný průzkum proběhl i v roce 2013. Tehdy bylo vyšetřeno 589 řidičů a zrakovou ostrost menší než 70 % mělo 6 % z nich. Hlavním cílem kampaně je upozornit české řidiče, že pokud se chtějí účastnit silničního provozu, musí mít v pořádku zrak a starat se o něj. Pokud totiž člověk se 100 % zrakovou ostrostí uvidí překážku a začne brzdit, zastaví dříve než ten, kdo má zrakovou ostrost 80 % a nižší – takový řidič totiž překážku uvidí mnohem později.

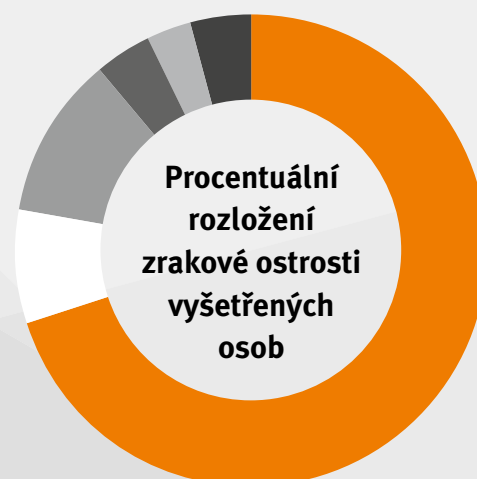
VAŠE OPTIKA

Úcta k Vaším očím...

Nechte si vyšetřit zrak zdarma

Do 30. října mohou členové bonusového programu LeasePlanu – Drivers' Clubu – využít nabídku sítě prodejen VAŠE OPTIKA a nechat si zdarma vyšetřit svůj zrak. Stačí v jakékoli maloobchodní prodejně sítě (jejich seznam najdete na adrese www.vaseoptika.cz) předložit svou slevovou kartu. Nový partner Drivers' Clubu, VAŠE OPTIKA, byl založen v roce 2008.

Hlavním cílem společnosti je kvalifikovaně pomáhat zákazníkům v péči o jejich zrak. Nabízí nejen zhotovení dioptrických brýlí (výběr brýlové obruby, poradenství pro zvolení nejvhodnějšího typu dioptrických skel), ale i prodej slunečních či sportovních brýlí a také vyšetření zraku optometristou, stanovení oční vady a aplikaci kontaktních čoček. Další aktuální nabídky Drivers' Clubu najdete na tradičním místě: www.driversclub.cz.



- zraková ostrost 100 %
- zraková ostrost 90 %
- zraková ostrost 80 %
- zraková ostrost 70 %
- zraková ostrost 60 %
- zraková ostrost 50 %



Nový Avensis Dynamická elegance

Nové vznětové motory a rozšířená bohatá základní výbava, to jsou hlavní prvky nové Toyoty Avensis. Reprezentativní vůz s bohatou nabídkou místa pro posádku se tak stal proti předchozí generaci ještě atraktivnějším.





Toyota Avensis přijíždí k zákazníkům v modernizovaném provedení, s atraktivnějším vzhledem a lepšími technologiemi, avšak věrná tradici značky a modelové řady. Stejně jako předchůdci, i nový Avensis sází na mimořádně elegantní design, precizní volbu materiálů a co do prostoru a kvality doslova příkladně zpracovaný interiér. Nová Toyota Avensis má o 40 mm delší karosérii, jejíž design spojuje nápadnost a dynamičnost s ladností a elegancí. Touto dynamickou elegancí sedan i kombi

segmentu střední třídy zaujmou na první pohled. Proti předchůdci se zásadním způsobem změnila maska vozu, která je nyní nižší, a logo automobilky tak působí výrazněji. Navíc automobil opticky rozšiřuje, což vyvolává dojem větší robustnosti a bezpečnosti. Výrazněji tvarovaný přední nárazník zase podtrhuje dynamiku automobilu. Celkově nyní model Avensis lépe zapadá do designérského stylu ostatních modelů tvé značky. Designově čisté karosérii zdatně sekundují tvary





a zpracování palubní desky, která sází na přehlednost a logické rozmístění ovládacích prvků. Řidič se tak už po krátkém seznámení v nové Toyotě Avensis příjemně zabydlí a obsluhu ovladačů zvládne intuitivně. Přehlednost a jednoznačnost obsluhy jsou příkladné.

Také ostatní členové posádky novému vozu velice rychle přijdou na chuť. Důvodem je jak nabídka místa pro cestující, tak pohodlí, které zajišťuje dobře nalaďené odpružení a vylepšená komfortní sedadla. V neposlední řadě se na příjemném cestování podílí i bohatá výbava, a to již v základním provedení Life, jemuž nechybí například klimatizace nebo autorádio s CD přehrávačem. Řidiči zde zase ocení přítomnost asistentu pro rozjezd v kopci HAC a ve vyhozených situacích je vždy k dispozici protikolizní

systém PCS, který je připraven aktivovat funkci nouzového brzdění. Samozřejmost pak představují LED světlomety pro denní svícení. Interiér této výbavy zaujme zdařilou barevnou kombinací černé a šedé či kůží obšitým volantem a hlavicí řadicí páky.

Vyšší provedení Active navíc potěší atraktivním čalouněním materiálem alcantara, automatickou klimatizací, barevným multifunkčním TFT displejem o úhlopříčce 4,2 palce v českém jazyce, dešťovým senzorem a řadou dalších prvků. Nejvyšší výbava Executive navíc poskytne například systém Smart Entry & Start sloužící pro odemykání a startování bez použití klíče, nadchne skvělými sedadly, kompletně čalouněnými černou kůží, nebo dekory imitujícími dřevěné obložení. V nabídce jsou navíc příplatkové výbavové pakety





za zvýhodněné ceny. Ve výbavě tak nemusí chybět nic, co by nepatřilo k vysokému standardu střední třídy.

Nabídka motorů čítá tři zážehové pohonné jednotky a dva moderní turbodiesely. Přitom zbrusu nový motor 2.0 D-4D o výkonu 105 kW (143 k) se v nabídce automobilky objevuje vůbec poprvé, druhý naftový motor 1.6 D-4D pracující s výkonem 82 kW (112 k) se už osvědčil v jiném modelu. Obě tyto motorizace spojuje příkladně nízká spotřeba a minimalizovaná produkce emisí. Výhodou je také pokles provozních nákladů díky prodloužení servisních intervalů obou jednotek na 20 000 km, což představuje úsporu ve výši přibližně 20 %. Toyota Avensis je tak připravena zaujmout nejen smysly, ale také z hlediska celkových nákladů. Zážehové pohonné jednotky, známé z předchozího provedení

Avensisu, prošly modernizací a splňují přísné požadavky emisní normy Euro 6. Nejmenším z nich je motor 1.6 Valvematic disponující výkonem 97 kW (132 k), více síly nabízí jednotka 1.8 Valvematic o výkonu 108 kW (147 k) a nejsilnější je 2.0 Valvematic dosahující výkonu 112 kW (152 k). Nová Toyota Avensis tedy využívá výkonné moderní pohonné jednotky, zajišťující dostatek sil ve všech jízdních situacích a současně úsporný provoz s nízkou produkcí emisí. Zákazníkům se tak dostává do rukou více než konkurenceschopný automobil. Silnou stránkou tohoto vozu je kromě samotné techniky i již mnohokrát osvědčená spolehlivost a nenáročnost vozů Toyota obecně. Díky tomu se nutné úkony při péči o tyto vozy omezují na naprosté minimum.





Seveřanky do nepohody



Robustní vzhled, dynamičnost a příslib dobrodružství. To jsou nejvýraznější charakteristiky oblíbených modelů Volvo V60 a S60 ve verzi Cross Country. Stylových vozů, které mají talent zvládnout každou situaci a každý terén.

Testovací jízdy

Objednejte si testovací jízdu
na www.volvocars.cz

Volvo V60 Cross Country, do něhož se promítají skandinávské kořeny značky Volvo a také smysl pro přírodu a dobrodružství, nabízí to nejlepší z obou světů: sportovní jízdní zážitek, kdy jste v přímém spojení se silnicí, a zároveň si můžete užívat komfortní jízdu a svobodu objevovat nové horizonty. Toto stylové kombi s duší rebela se dokonale hodí pro úniky za hranice města – umožní vám dosáhnout vašich dobrodružných cílů. Nezná pojem špatná cesta. Díky zvýšenému podvozku si poradí s jakýmkoli terénem a v jakémkoli počasí. Masivní konstrukce se vyznačuje nejen nesrovnatelnou ovladatelností na frekventovaných i odlehlých silnicích, ale také sportovním jízdním zážitkem umocněným systémem kontroly trakce v zatáčkách s řízením točivého momentu.

A co teprve zvolíte-li verzi s pohonem všech kol. V takovém případě je vám k dispozici pomocník v podobě asistentu pro bezpečný sjezd prudkých svahů. Tuto funkci oceníte ve svažitém terénu nebo při couvání z kopce, zejména na kluzkém povrchu či za podobně obtížných podmínek, kdy





se zvyšuje riziko sklouznutí vozidla. Základem konceptu Cross Country je vyjádření schopnosti dojet kamkoliv – díky robustnímu vzhledu nové V60 Cross Country nemáte problém tomuto slibu uvěřit. Model uspokojí všechny, kdo vyznávají aktivní životní styl, před vydlážděnými silnicemi dávají přednost prašným cestám a k dosažení cíle nevolí nejsnazší způsob. Střešní linie naznačuje rychlé tempo, zatímco robustní designové křivky dodávají vozu jedinečný, smělý charakter. Se zvýšenou světlou výškou (ve srovnání s klasickou V60 narostla o 65 milimetrů), předními a zadními ochrannými kryty podběhů, bočními ochrannými kryty a rozšířenými blatníky působí Volvo V60 Cross Country impozantním a houževnatým dojmem, který podtrhuje jeho všestrannou povahu. K té můžete přispět i volbou kol – nová 18- a 19palcová kola v provedení Cross Country jsou dostupná s vysokoprofilovými pneumatikami přispívajícími k vyššímu komfortu a zajišťujícími zvýšenou ochranu kol jak při jíždě na obrušník, tak při jízdě po kamenitých cestách. Se stylem exteriéru pak ladí sportovní sedadla čalouněná kůží, v nichž budete i v ostrých zatáčkách sedět jako přibití, a získáte tak pocit naprosté kontroly nad situací. V městském provozu, stejně jako na prašných venkovských cestách oceníte pomoc řady asistentů – od parkovací kamery po možnost automatického popojíždění v kolonách. Oddali jste se dobrodružství trochu víc, než jste chtěli? Není problém, sofistikovaný navigační systém Sensus

vás nenechá zabloudit. Cíl cesty můžete zadat i přes mobil nebo hlasem, zatímco vás aplikace upozorní na zajímavosti v okolí nebo najde nejbližší místo k parkování. Výjimečný model si samozřejmě žádá i výjimečné hnací agregáty: zatímco verze s pohonem všech kol je vybavena osvědčeným pětiválcovým motorem D4, varianta s pohonem předních kol dostala nové naftové a benzinové čtyřválcové motory Volvo Drive-E.

Pokud byste si chtěli dopřát přece jen ještě o kousek větší luxus, ale sportovního zážitku se nehodláte vzdát, je tu pro vás další model z „rodiny CC“: jediná skutečně crossoverová limuzína – Volvo S60 Cross Country, které do segmentu sedanů vnáší zcela nový, nekonvenční a dobrodružný rozměr. Také tento sportovní elegán se může pochlubit světlou výškou zvýšenou o 65 milimetrů a pohonem všech kol převzatým od svých větších sourozenců. Díky tomu zvládne zdat i takové cesty, na jaké byste se s „obyčejným“ sedanem neodvážili. K dispozici je také s pohonem pouze předních kol. Co se týče motorizací, máte na výběr výkonnou benzinovou variantu T5 s pohonem všech kol a silou přes 250 koní, 190koňový Drive-E motor D4 s pohonem předních kol či stejně silný naftový agregát D4 pro „čtyřkolky“, který vychází z prověřeného 2,4litrového pětiválcového naftového motoru. Zkrátka, ať už zvolíte V60, nebo S60 ve verzi Cross Country, budete si přát, aby vaše dobrodružství nikdy neskončilo.





Švédský král

Seznam standardně dodávaných ochranných prvků a bezpečnostních systémů, které se ukrývají pod kapotou nového Volvo XC90, by vydal na několik stran. Ostatně ne nadarmo je značka Volvo synonymem automobilové bezpečnosti. Nová generace XC90 potvrzuje, že ambiciózní „vize 2020“ švédské automobilky je reálná.

Jedním z kroků na cestě k cíli, aby od roku 2020 nebyl v novém voze Volvo nikdo usmrcen ani vážně zraněn, je komplex ochranných a preventivních bezpečnostních systémů a prvků IntelliSafe, který zahrnuje celou řadu intuitivních technologií. Jeho poslední podobu vtělila automobilka do svého nejnovějšího modelu – Volvo XC90. Již samotná jeho karoserie poskytuje při nehodě maximální ochranu. Bezpečnostní klec je vyrobena ze zatepla tvarované oceli legované bórem, což ještě zvýšilo její pevnost na tu nejvyšší možnou v automobilovém průmyslu. Současně tím došlo ke snížení hmotnosti i spotřeby paliva. V případě kolize pak přední a zadní deformační zóny pomohou pohltit energii nárazu.

IntelliSafe v nové XC90 nabízí také rozsáhlou paletu vzájemně se doplňujících prvků aktivní bezpečnosti. Například technologie nazvaná City Safety umí sledovat dění před sebou do vzdálenosti 150 metrů, předvídat hrozící kolize a varovat řidiče před nebezpečím – a při jeho nečinnosti dokonce sama brzdit. Tyto funkce byly obsaženy již v City Safety předchozí generace, v nové XC90 jsou navíc doplněny o další, které jsou aktivní vždy od překročení rychlosti 4 km/h. XC90 vás rovněž upozorní na auta v mrtvém úhlu (BLIS) i na vozidla, která se





Testovací jízdy

Objednejte si testovací jízdu na www.volvocars.cz

k vám rychle blíží zezadu. Nepřetržitě sleduje dopravní dění a dokáže rozpoznat chodce a cyklisty, a to dokonce i v noci. Nový model nabízí také 360° výhled do okolí. Rozhled „z ptačí perspektivy“ umožňují čtyři skryté kamery typu „rybí oko“ a využijete jej například při vyjíždění z úzké obezděné uličky, při couvání v blízkosti kamionu či karavanu nebo třeba pro kontrolu přesného parkování. Součástí výjimečných řešení IntelliSafe v nové vlajkové lodi značky jsou také dvě světové novinky: systém preventivní ochrany v případě nechtěného opuštění vozovky a systém automatického zabrzdění v křižovatce. Prvně jmenovaný udrží cestující na předních pozicích v případě neúmyslného sjetí ze silnice na sedadlech v zabezpečené poloze – tím, že automaticky utáhne bezpečnostní pásy na tak dlouho, dokud je vůz v pohybu. Nechtěnému sjetí ze silnice dokáže model XC90 dokonce i předcházet systémem udržení vozidla v jízdním pruhu. Funkce automatického zabrzdění v křižovatce pak umožňuje samočinně zabrzdřit, pokud váš vůz začne odbočovat do cesty protijedoucího auta a hrozí nebezpečí kolize.

Zbrusu nový model luxusního SUV švédské automobilky dostal samozřejmě nová sedadla. Byla pro ně vyvinuta velmi tenká opěradla, jejichž rámy jsou vyrobeny z několika druhů oceli s různou pevností, a díky tomu jsou velmi bezpečné i při nižší hmotnosti. Konstrukce sedáků dokáže absorbovat energii vertikálních sil působících v důsledku nárazu až o jednu třetinu. Díky tomu se snižuje riziko poranění páteře při různých typech nehod. Všechna sedadla je vybaveno tříbodovými bezpečnostními pásy a všechny tři řady jsou vykryty zdokonalenými nafukovacími clonami, chránícími cestující v případě bočního nárazu a při převrácení vozu.

Stručně shrnuto: nejpevnější klec, zdokonalená sedadla a řada prvků aktivní bezpečnosti dělají z nového Volva XC90 nejbezpečnější SUV na trhu. Potvrzují to nadšené

ohlasy nových majitelů, stejně jako testování odborných médií. „Jeho bezpečnostní funkce a podpůrné sady pro řidiče představují pro Němce silnou konkurenci,“ je přesvědčen deník The Australian. Stejného názoru jsou třeba redaktoři Washington Post: „Volvo XC90 se může pochlubit mozkiem, který vám pomůže s řízením, brzděním a také s předvídaním všech těch strašných věcí, které se vám mohou na silnici stát a jimž se dokáže hladce vyhnout.“ Důraz na bezpečnost tak vedle dalších technologických inovací, jedinečných výkonných a současně úsporných a ekologických motorů a v neposlední řadě skvělého designu z pera Thomase Ingenlatha přispěl k získání titulu „Auto roku“ při nedávném udílení automobilových „Oscarů“. „Novému vysoce modernímu Volvu XC90 se dostalo té nejvyšší pocty, když získalo v Londýně při udílení prestižních cen Auto Express Awards ocenění za nejlepší velké SUV,“ informoval Daily Mail. Na cestě k dokonalé bezpečnosti však konstruktéři nové XC90 neopomněli ani lidský prvek, tedy samotného řidiče. První podmínkou bezpečného cestování je totiž jeho plná soustředěnost na jízdu. Tu mu ve Volvu usnadňují maximální jednoduchostí a intuitivností veškerých ovládacích prvků v interiéru vozu. Že se léta vývoje vyplatila, to potvrzuje také ocenění, které na berlínské konferenci automobilových HMI konceptů a systémů Car HMI Concept & Systems 2015 získalo Volvo rozhraní Sensus – „Nejinovativnější HMI systém“. Řešení Sensus, jež se skládá ze středového dotykového panelu, informačního displeje řidiče a head-up displeje, se svým jednoduchým dotykovým ovládáním a chytrým dlaždicovým uspořádáním stalo novou definicí palubních ovládacích systémů. Došlo k zásadnímu snížení počtu kroků nutných pro ovládání jednotlivých funkcí – řidič za volantem nové XC90 je tak skutečně jen minimálně rozptylován a jeho dojezd do cíle je zas o kousek bezpečnější.

Vysokoškoláci jsou vítáni



Petr Janout
personální ředitel
LeasePlanu

**PROČ JSTE OSLOVILI PRÁVĚ STUDENTY
ČESKÉ ZEMĚDĚLSKÉ UNIVERZITY?
U LEASINGU, TEDY FINANČNÍ SLUŽBY,
BY SE NABÍZELA SPÍŠE VŠE. A AUTOMOBILY
MAJÍ ZASE BLÍZKO K ČVUT...**

Operativní leasing je především služba. Naším klientům nabízíme nejen financování vozového parku, ale především jeho sofistikovanou a efektivní kompletní správu. Naše práce tedy není zdaleka jen o financích anebo jen o technice. Na některé vybrané pozice potřebujeme špičkové ekonomy a na jiné erudované technické profesionály. Ale na většinu ostatních pozic přijímáme absolventy škol a fakult podobného zaměření, jako je například Podnikatelská fakulta ČZU. Dnes je běžné, že vysokoškoláci začínají svoji kariéru jako asistenti nebo recepční. Myslím, že je to přirozený trend ve všech vyspělých zemích a není na něm pro absolventy VŠ nic dehonestujícího.

JAK KONKRÉTNĚ VYPADÁ VAŠE SPOLUPRÁCE S ČZU?

Na zimní semestr připravujeme spolu s Kariérním centrem cyklus přednášek, které by studentům měly přiblížit oblast operativního leasingu. Naše HR oddělení nabídne studentům zejména končících ročníků workshopy zaměřené na otázky budování osobní kariéry po skončení studia. Zúčastnili jsme se panelové diskuse, komunikujeme se studenty na webu, nabízíme témata pro závěrečné práce a samozřejmě i manažery a odborníky, kteří mohou

Studenti České zemědělské univerzity byli v rámci letošního veletrhu pracovních příležitostí zváni do stánku české pobočky LeasePlanu. Nebyla to náhoda. LeasePlan a vysokoškoláci k sobě mají blízko. Povíдали jsme si o tom s personálním ředitelem firmy Petrem Janoutem.

být konzultanty těchto prací. A protože víme, že kvalitní a moderní formy výuky nejsou levnou záležitostí, tak jsme v rámci možností aktivní i v oblasti finanční podpory.

SPOLUPRACUJETE I S JINÝMI ŠKOLAMI NEBO VZDĚLÁVACÍMI INSTITUCEMI?

Aktivně podporujeme celosvětovou akci společnosti Nestlé, která je zaměřená na posilování zaměstnanosti absolventů škol a mladých lidí obecně. Tato iniciativa pod názvem Alliance for Youth se v České republice dobře ujala a k tomuto úspěchu přispěla i řada našich manažerů.

V roce 2016 otevře VŠE nový studijní obor Sales management. Reaguje tak na poptávku trhu po profesionálech, kteří nejenže rozumějí ekonomickým datům a jejich souvislostem, ale dokáží tyto znalosti propojit a zúročit v oblasti aktivního prodeje. LeasePlan stojí u zrodu tohoto studijního oboru a garanci za část přednášek převzal osobně generální ředitel Jaromír Hájek.

PRACUJETE TAKÉ PŘÍMO SE STUDENTY?

Nemáme personální kapacity velkých firem, ani potřebu a možnosti uplatnění pro desítky či dokonce stovky absolventů. Tomu odpovídá také forma a rozsah naší spolupráce či podpory. Nejen studentům ČZU proto nabízíme možnost konzultací k bakalářským či diplomovým pracím. Vypsali jsme i konkrétní okruhy, v jejichž rámci můžeme společně se studentem specifikovat konkrétní

Červený diplom je jednou z informací, která skládá celou mozaiku uchazeče o zaměstnání

téma. Chápeme spolupráci jak se školou, tak přímo se studentem zejména jako dlouhodobější vklad pro náš byznys. Uvedu příklad – před lety byl u nás student na praxi v rámci programu tzv. stínování manažerů. Nedávno jsme se potkali na jednom manažerském setkání. Důvěra získaná před lety se oboustranně zúročila v efektivní profesionální spolupráci. I mnozí studenti, kteří si čtou tento rozhovor, budou za pár let v manažerských pozicích, kde budou řešit otázky mobility ve své firmě.

JAKÝ VÝZNAM VE VÝBĚROVÉM ŘÍZENÍ

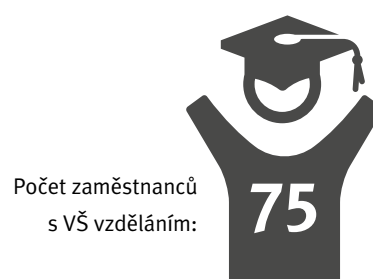
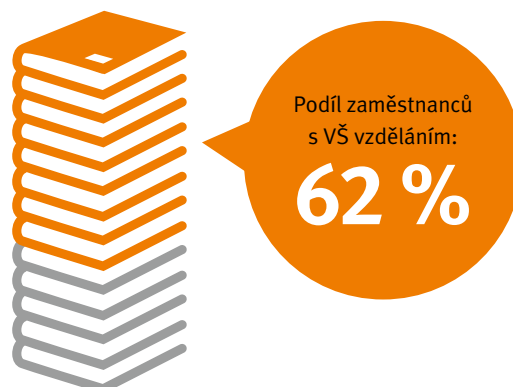
MAJÍ VŮBEC STUDIJNÍ VÝSLEDKY?

JAK SE DÍVÁTE VY OSOBNĚ NA UCHAZEČE S ČERVENÝM DIPLOMEM?

Mít červený diplom z matfyzu nebo třeba medicíny znamená, že jste nadaný, a k tomu ještě dříč. Na jiných školách se červený diplom získá asi o poznání snáz, ale rozhodně i tam to vyžaduje jak intelektuální dispozici, tak vůli, důslednost, silnou motivaci a podobně. Pro mne je tedy červený diplom jednou z informací, která mi skládá celou mozaiku uchazeče. Je ale velmi důležité posuzovat každou jednotlivost v kontextu. Uchazeč s červeným diplomem může být pro nás, vzhledem k ostatním osobnostním charakteristikám, nevhodný, a naopak uchazeč s diplomem modrým může být nejslibnější. Ale určitě dobré vzdělání, tedy kvalitní škola a výborné výsledky, jsou jednoznačně plusem.

KDYŽ UŽ UCHAZEČ USPĚJE VE VÝBĚROVÉM ŘÍZENÍ, CO MU MŮŽETE NABÍDNOUT?

Asi se neptáte na stravenky nebo vstupenky do fitka. Věřím, že i očekávání absolventů jsou více zaměřená na jejich profesní budoucnost. My nabízíme práci ve firmě moderního evropského střihu, kde se prolínají profesionální metody řízení a správy společnosti s atmosférou spolupráce, neformálnosti a přátelství. Možnost osobního rozvoje zaměřenou na získání zkušeností a znalostí. Pomoc a podporu seniorních kolegů včetně vedení firmy. Moderní pracovní prostředí, moderní technologie, možnost zapojit se do projektů. A nezapomínáme ani na ty zmíněné „stravenky“. Máme velmi příjemnou škálu benefitů.



Absolventů ostatních VŠ:

37



Prodeje aut rostou

Kdo je vlastní, přestává být důležité

Česká ekonomika patří v rámci Evropy k premiantům. Dobré hospodářské výsledky znamenají i rostoucí tržby firem, klesající nezaměstnanost a zvyšující se mzdy. Domácnosti a zejména firmy, které v uplynulých letech odkládaly nákup nových aut, nyní věří, že se jim bude dařit lépe i v následujícím období, a proto si začaly nová vozidla pořizovat.



Vojtěch Opleštil
Automobilová
expertní skupina
PwC ČR

V řech čísel rostou registrace nových osobních automobilů ve srovnání letoška a roku 2014 o více než 20 %, a to přesto, že už loňský rok byl rekordní. Očekáváme sice, že v závěrečných měsících letošního roku se toto tempo růstu o něco zmírní, přesto je jisté, že letošek bude z pohledu objemu registrací opět rekordní.

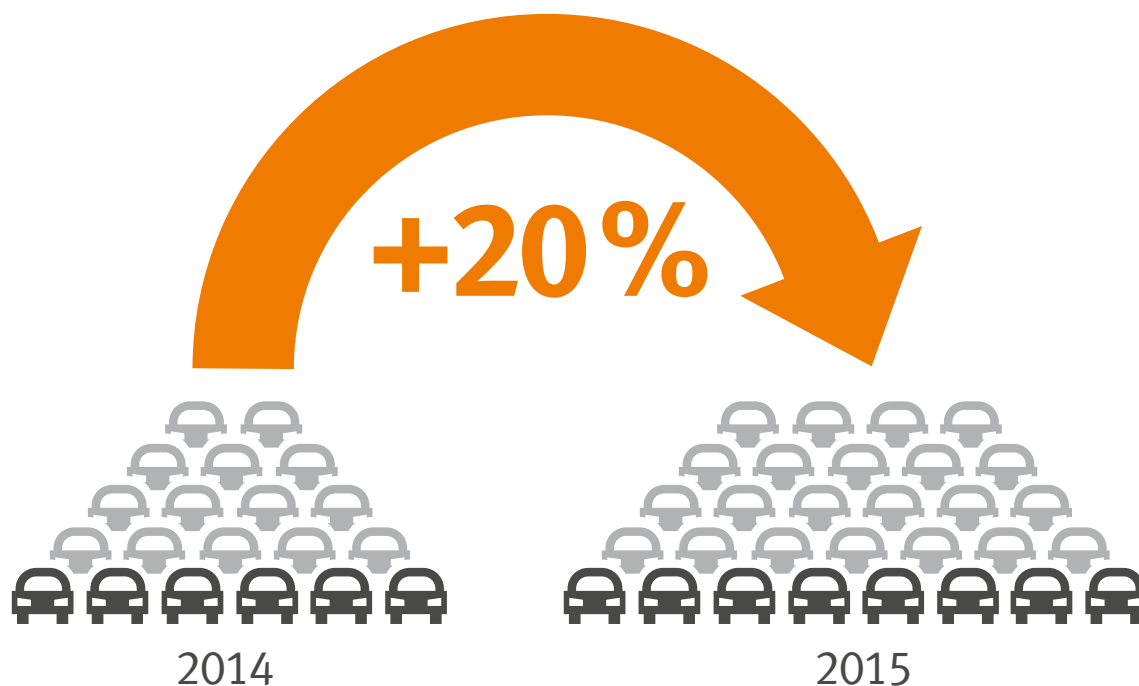
Pozitivní ekonomické výhledy

Podívejme se blíže, co stojí za optimismem našich očekávání a jaké trendy můžeme v nejbližší době čekat. Předně je dobré si uvědomit, že ekonomika roste nejrychleji od předkrizového roku 2007. Tahounem růstu je zejména průmysl, ale daří se rovněž dalším sektorům českého hospodářství. Z pohledu prodeje automobilů to znamená i poptávku po nákladních vozidlech, kterou brzdí jen nedostatek lidí, kteří by s kamióny chtěli jezdit. Jistě jste zaznamenali inzeráty firem hledajících řidiče a nářky v médiích nad tím, jak je nemohou sehnat.

Česká národní banka zatím drží svůj příslib „nepustit“ kurz koruny pod 27 Kč za euro. To pomáhá české ekonomice, která je velmi exportně zaměřená, a těží z toho například i turistický ruch. Prostor pro zlevňování, zpravidla dovážených či alespoň z dovážených dílů vyráběných automobilů, to příliš nedává. Slabší koruna také drží výše ceny pohonných hmot, jež by jinak mohly být díky cenám ropy nižší. Levnější benzín či nafta poptávkový apetit po nových autech zvyšuje.

Domácnosti částečnou neznámou

Není pochyb o tom, že firmy obnovují své vozové parky a tam, kde expandují, jejich velikost ještě rozšiřují. Částečně neznámou začínají být domácnosti. Pozitivní vyhlídky ekonomiky dávají větší jistotu zaměstnání a růstu mezd, což podporuje u domácností koupi osobního automobilu. Kvůli novým trendům, jako je „operativní leasing“ pro domácnosti či pronájem automobilu, však není ze statistik zřejmé, kdo je uživatelem takových vozidel. V technickém průřezu je jako vlastník pochopitelně zapsaná leasingová společnost či pronajímatel. Správci statistik budou muset do budoucna tento nový trend zohlednit, protože by bylo krátkozraké jen na základě dat o nových vlastních vozidel usuzovat, že si domácnosti pořizují méně osobních aut. Alternativní způsob pořizování osobních automobilů domácnostmi nesouvisí jen s aktuálním trendem spotřebitelského chování, které je zaměřeno především na využívání věcí, včetně vozidel, a už méně na potřebě je vlastnit. Nahrává mu i současné období nízkých úrokových sazeb, díky nimž se do takové služby „vejde“ i zajímavá marže pro jejího poskytovatele. Současný vývoj ekonomiky i naše odhady přitom ukazují, že by sazby měly růst v nejbližších letech jen velmi pozvolna. S nabídkami operativního leasingu pro domácnosti tak pravděpodobně budou v nejbližší



Firmy obnovují své vozové parky a tam, kde expandují, jejich velikost ještě rozšiřují

době přicházet i další firmy. Očekáváme proto, že se otevře mnohem širší diskuse na téma, kolik stojí vlastnictví osobního automobilu. Ti, pro které je jejich čtyřkolý miláček srdeční záležitostí, to asi nebudou chtít slyšet, ale pravdou zůstává, že ve firemním segmentu tato diskuse a velmi detailní analýzy vedly k přesunům velkých flotil osobních automobilů k novým správcům či pronajímatelům.

Nové trendy – hrozby a příležitosti

Operativní leasing je jednou z nových forem užívání vozidel. Některé cílové skupiny pak mohou oslovit i další alternativy, například možnost sdílení automobilů, jejich vlastnictví prostřednictvím různých komunit propojených on-line aplikacemi apod. Jakkoli je tento způsob užívání u nás okrajovou záležitostí, je důležité si uvědomit, že podle některých studií dochází v souvislosti s carsharingem k poklesu počtu prodaných automobilů v poměru 1:5 až 1:10. Jiné studie spíše upozorňují na to, že díky carsharingu začnou nové vozidlo využívat i lidé, kteří by si je jinak nepořídili. Jaký bude jeho dopad na počet prodaných vozů v České republice je v tuto chvíli obtížné předpovědět. Posledním zajímavým způsobem je pak klasický pronájem prostřednictvím autopůjčoven. Ten má většina Čechů zatím spojený spíše s půjčením auta na dovolené než se službou, kterou by používali

během roku. Výše uvedené trendy, jakkoli jsou mnohdy na svém začátku, mohou naznačovat celou řadu příležitostí pro ty, kteří se umějí rychle přizpůsobit a jsou inovativní, ale taky i problémy pro ty, kteří „zaspí dobu“. Namátkou uvedme několik otázek: Bude možné svoji historii pojištění a pojistných událostí přenášet i na krátkodobé pronájmy a sdílené vozy? Bude mít větší množství informací o zákaznickém chování dopad na lepší vztahy s nimi? A využijí tyto informace k prodeji dalších služeb spíše automobilky, finanční instituce, prodejci vozů, nebo ještě někdo jiný? Kdo bude hlavním hráčem na trhu pronajímaných, sdílených a půjčovaných vozidel? Budou to obvyklí hráči, jako jsou leasingové společnosti? Nebo to budou například železniční společnosti, finanční investoři, nebo vzroste podíl neziskových organizací? A jak se to vše promítne do firemních flotil? Bude možné kombinovat vlastnictví vlastního vozu s určitými benefity firemních fleetů? Rozšíří se v tomto ohledu vnímání „auta jako benefitu“ i jinam než jen do prostého užívání vozidla?

Dnešní situace nám tak dává na jednu stranu klid a optimismus, jenž vyplývá z rostoucích registrací a pozitivních ekonomických výhledů. Na druhé straně se pak už nejen pod povrchem dost možná rodí nový automobilový svět, v němž nic nebude jako dřív. Ať už to dopadne jakkoli, doufám, že se podaří zachovat si jeden ze základních řidičských zážitků: radost z dobrého auta a z jízdy.

„Japonci“ to mají v Evropě složité



Daniel Prostějovský
zástupce technického ředitele
LeasePlanu

Japonské vozy měly na automobilovém trhu vždy specifické postavení. V Evropě se jim ale v posledních letech nedaří tolik jako v minulosti. Ve flotile české pobočky LeasePlanu jim náleží zhruba dvě procenta z celkového počtu takřka 20 000 aut, které má firma ve správě. Nad příčinou tohoto stavu se v další ze svých exkluzivních analýz zamýšlí zástupce technického ředitele LeasePlanu Daniel Prostějovský.

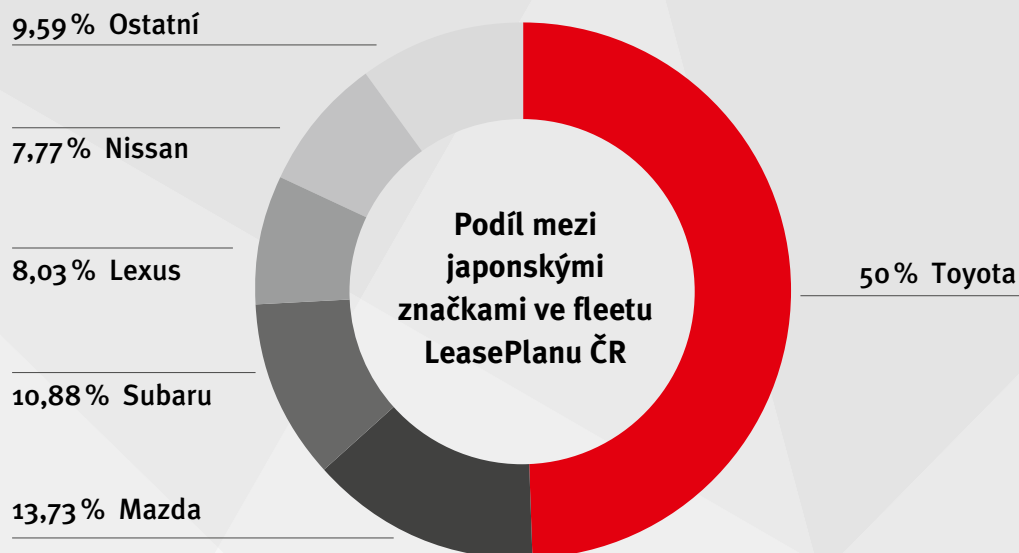
V současné době má trend penetrace vozového parku japonskými vozidly spíše klesající charakter. Je však nutné podotknout, že pokles není nijak dramatický. Tento vývoj má mnoho příčin. Když odhlédneme od klasických důvodů typu cyklus modelové řady, japonské značky trpí v Evropě především faktem, že evropská legislativa tady japonská vozidla nevidí příliš ráda. S tím si sice některé japonské automobilky poradily přesunutím výroby do Evropy, avšak zároveň se tak částečně zbavily nejcennějších výhod, ze kterých léta těžily

při prodejkách. Mám na mysli vysokou spolehlivost a bezporuchovost.

Chybí individualizace nabídky

Nejde ale o jediný důvod. Japonské automobilky se dodnes příliš nenaučily jednu věc, která je pro evropského zákazníka důležitá, a to je individualizace podle přání klienta. Jistě jste si všimli, že když si jdete koupit nové vozidlo, evropské značky vás lákají na velmi příjemnou základní cenu modelu. Následně pak pro vás mají





připravené obrovské množství originálních doplňků, jimiž si vůz upravíte podle svého vkusu. A obvykle tak zaplatíte tučný peníz navíc.

Japonské automobilky tohle neumějí. Většinou pro vás přichystají tři úrovně výbavy, mnohdy bohatší než jsou základní výbavy evropských značek, ale na další požadavky klienta buď nejsou schopny reagovat vůbec, nebo často jen neoriginálními doplňky. Evropský zákazník je ale skutečně náročný a mnohem více hledí na image než například Australan nebo Američan.

Chceme více dieselů

V České republice je situace ještě složitější. Dodnes jsou v lídech zakořeněny některé „pravdy“ z 90. let minulého století, třeba že japonská vozidla mají drahé náhradní díly. Navíc dominance domácí značky je i přes její pozvolné ustupující tržní podíl stále

obrovská. V českých podmínkách flotilových nákupů je pak cena mnohem důležitějším kritériem než u našich západních sousedů, a tak v souvislosti se zmiňovanou cenotvorbou se japonským značkám proniká do flotilového povědomí jen velice těžko.

Posledním, neméně důležitým faktorem je i motorizace vozidel. Až na výjimky nejsou japonské automobilky příliš zahleděny do evropského trhu. Mnohem zajímavější je pro ně trh americký a australský. Specialitou evropských výrobců jsou dieselové motorizace, protože evropská legislativa před téměř dvaceti lety právě naftový pohon zvýhodnila. U japonských automobilek je však dieselová škála vždy velmi omezena. Toyota již léta sází na hybridní pohon, ale z hlediska konkurence dieselu je to jen velmi omezená možnost. Díky složitosti hybridního systému jde stále o dražší záležitost, než jsou drahé diesely splňující Euro 6.

Evropská legislativa tady japonská vozidla nevidí příliš ráda.





„Evropská“ Toyota

Právě Toyota má v rámci japonského automobilového průmyslu, ale i na globálním trhu vůbec, výjimečné postavení. Ve flotile českého LeasePlanu jí v kategorii japonských vozů patří celých 50 %. Není to náhoda. Toyota je jedinou japonskou automobilkou, jež se řadu let systematicky zaměřuje právě na Evropu. Její vozidla prodáváná na našem kontinentu mají většinou evropský původ. Díky tomu může firma držet přijatelnou cenovou politiku, která je konkurenceschopná v porovnání s evropskými automobilkami.

Na druhém místě je Mazda. Její poslední modely se hodně trefily do vkusu evropského zákazníka. Naopak ve zcela odlišné pozici se nachází Subaru. Vozidla se souhvězdím Plejády ve znaku, určená pro Evropu, jsou důsledně vyráběna v Japonsku, z americké produkce se k nám dostane jen pár kusů. Pro automobilku to znamená, že se musí vypořádat se clem na evropském trhu. Navíc její modely jsou dnes vždy vybaveny pohonem všech kol, a tak Subaru rozhodně nepatří ke značkám, které mohou těžit z reklam typu „cena již od...“.

Automobilka slaví prodejní úspěchy na americkém kontinentu, kde již několik let za sebou registruje meziroční růst v desítkách procent. V Subaru sice pro Evropu vyvinuli diesellový motor, avšak z celkově vyrobeného počtu vozidel této značky tankují naftu stále jen 4 % automobilů. Dnes

je Subaru v pozici, kdy je pro něj mnohem ziskovější prodat vozidlo mimo Evropu. V situaci, kdy stále nedokáže uspokojovat obrovský nárůst poptávky na americkém kontinentu, je tak Evropa na vedlejší koleji.

Vysoké ceny ojetin

Na první pohled by se mohlo zdát, že k japonským automobilům mají blízko korejské vozy. Ale nenechte se mýlit. Všimněte si například výběru motorizace u korejských značek. Je ještě omezenější, než je tomu u Japonců. Korejci vsadili na jednoduchost, kdy se snaží přizpůsobit celosvětovému vkusu co nejlevnější cestou unifikace. Čas ukáže, zda vsadili na správnou kartu, ale při náročnosti evropského klienta je to zřejmě cesta jen do nejlevnějších segmentů trhu.

Dobrou zprávou pro japonské automobilky je také fakt, že se jim daří držet slušné ceny na trhu ojetých vozů. Díky tomu, že z flotil kvalitních japonských ojetin toho do sekundárního trhu příliš mnoho nepřichází, klientela jen stěží uspokojuje svá přání. To drží cenu japonských aut poměrně vysoko. Když pomineme anomálii českého trhu ve vztahu ke značce Škoda a necháme stranou prémiové automobilky, pak se ojetá japonská vozidla cenami většinou pohybují někde mezi Škodovkou a značkami typu Opel, Ford, Renault a Peugeot. Japonská auta si drží svoji pozici i oproti korejským vozidlům. Modely i30 a cee'd v tomto ohledu nenaplnily očekávání.



SOS DĚTSKÉ
VESNICKÝ



DARUJTE PRAVIDELNĚ,
ABY SE JEJÍ ŠŤASTNÉ DĚTSTVÍ
NEZASTA



Děti rodičů na drogách, děti z rodiny bez domova, děti rodičů ve vězení, týrané děti... Dokážeme jim nastartovat šťastné dětství. Ale aby běželo bez zadrhnutí dál, potřebují vaši pravidelnou pomoc.

Pomáhejte smysluplně a zřídte si trvalý měsíční příkaz na účet: **211 757 409/0300**

www.sos-vesnicky.cz

Láskyplný domov pro každé dítě

Daňový sloupek Petra Maška (51. díl)

O významu hlavičkářek v našem týmu, ale nejen o tom...

Už zhruba patnáct let vás provázím daňovými a účetními novinkami, fakturací, přefakturací a úroky, ale věřte mi, že ještě nikdy jsem neměl tak těžký začátek roku jako tentokrát.



Petr Mašek
zástupce finančního
ředitele LeasePlanu

Už loni jsme
zahájili tzv.
elektronizaci
dokladů

Dnes několik řádek na téma fakturace nebo přesněji efektivita při jejich zpracovávání. LeasePlan v této sféře neustále pracuje na zlepšování. Loni jsme zahájili tzv. elektronizaci dokladů. Ačkoli nás to stálo hodně sil a zpočátku docházelo ke zpoždování ve zpracování faktur, dnes už jsme vyladili optimální postup. Navíc jsme získali elektronický archiv, který nám výrazně usnadňuje práci. Kromě toho máme s velkými dodavateli samozřejmě domluvenou tzv. hromadnou fakturaci v oblasti pojištění, pneumatik, paliva a podobně. Připravujeme se na nový projekt, kdy bychom rádi sladili a zautomatizovali schvalování údržby prováděné smluvním dodavatelem, tedy tzv. schvalovačku, a následně došlou fakturu. Díky tomu výrazně zrychlíme čas při zpracování dokladů a kontrole nákladů. Právě pojem „náklady“ je klíčový. Jejich efektivní řízení je totiž v současné době základem úspěchu, protože výnosová stránka našeho byznysu je daná tvrdým konkurenčním bojem. Zdaleka ne všechno přitom mohou obstarat samy počítače. Někdo kvalifikovaný jim musí pomoci. Chtěl bych proto vypíchnout důležitou roli našich zkušených a erudovaných zaměstnanců, kteří přispívají k plynulému a bezproblémovému fungování celého

procesu. Za všechny zmíním naše „hlavičkářky“. Ne, opravdu nejde o fotbalistky. Hlavičkářkami nazýváme kolegyně, které musí každý den zadat do systému řádově 400 faktur od našich dodavatelů. Navenek neviditelná, rutinní, ale přitom velice důležitá práce. Kdyby totiž tyto dámy přestaly z jakéhokoli důvodu pracovat, začaly by se nám hromadit faktury a za týden či dva už bychom byli v prakticky neřešitelné situaci. V LeasePlanu má prostě každý svou specifickou roli. A jen kvalitní souhra jednotlivých členů týmu přináší kýžené výsledky.

Fakturace

je jednou z podstatných výhod operativního leasingu. Na rozdíl od jiných způsobů provozování autoparků se totiž operativní leasing vyznačuje přehledným a z hlediska firemní administrativy velmi jednoduchým způsobem fakturování. Klienti LeasePlanu obdrží každý měsíc zpravidla pouze tři daňové doklady, které zahrnují všechny položky vztahující se k jejich kontraktu. Jde o fakturaci nájemného, přefakturaci paliva a přefakturaci tzv. ostatních položek. Podrobněji se k fakturaci určitě ještě vrátíme.

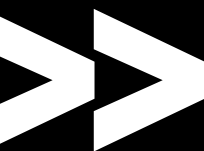
Změny v síti smluvních partnerů

V seznamu autorizovaných smluvních partnerů společnosti LeasePlan Česká republika došlo k těmto změnám:

Noví smluvní partneři

název	značka	lokalita
Louda Auto a.s. (změna majitele a názvu společnosti – původně Auto Liberec s.r.o.)	Audi, Volkswagen	Liberec
Louda Auto a.s. (změna majitele a názvu společnosti – původně Auto Design Vaňkát)	Škoda, Hyundai, Ford	Kolín
Auto-F-Rozkoš, s.r.o.	Fiat	Humpolec
Hyundai Praha Domanský	Hyundai (nová pobočka)	Praha 5

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



ALCAR hledí do podzimu s optimismem

Rostoucí tržby v maloobchodě spolu s více než 20% nárůstem registrací v segmentu nových i ojetých automobilů během prvních sedmi měsíců letošního roku jsou důvodem, proč má ALCAR před nadcházejícími měsíci pozitivní očekávání. Tomu nahrává také stále se rozšiřující sortiment litých kol homologovaných v originálních rozměrech dle ECE homologace - označených na kole (E). Taková kola bude ALCAR od podzimu nabízet například i na nové modely Škoda Superb a Hyundai Tucson.

Důležitou informací z oboru je také to, že výrobci automobilů omezují vzhledem k emisním limitům variabilitu rozměrů pneumatik a kol. Tato omezení se však netýkají kol dodávaných ALCAR BOHEMIA, která prostřednictvím Typového listu a na základě provedených homologací umožňují, dle postupu schváleného Ministerstvem dopravy ČR, legální rozšíření škály rozměrů kol a pneumatik pro dané vozidlo.

>> **STK FIT** – s koly od ALCARu na STK bez problémů

STK FIT

U každého litého i ocelového kola na trhu s náhradními díly by měl motorista vždy hledat na jeho čelní straně vyraženou či odlitou značku „KBA“ nebo (E) s číslem schválení XXXXX. Pouze kolo s číslem schválení KBA může být na základě Typového listu a zkušebního protokolu TÜV zapsáno do Technického průkazu vozidla.

V souvislosti s množícími se případy zachycení falešných Typových listů vytvořených pro kola různých značek, která nemají schválení pro provoz na veřejných komunikacích ČR (neprošla povinnými zkouškami a nemají homologaci) anebo pro kola, která nejsou schválená na konkrétní dané vozidlo, vydalo Ministerstvo dopravy nové instrukce pro provádění kontrol na STK.

Špičkové TPMS poradenství a servis

ALCAR BOHEMIA poskytuje komplexní řešení problematiky TPMS a nabízí senzory od všech hlavních výrobců. Vedle vlastních senzorů ALCAR T-Pro nabízí také senzory od firem Schröder, VDO a TRW včetně OE senzorů a poskytuje tak nejširší pokrytí automobilů na trhu, které jsou vybaveny přímým systémem TPMS. Pro své partnery ALCAR pořádá také celorepubliková školení zaměřená na problematiku TPMS.



Hybridní ocelové kolo je nově k dispozici i pro Ford, Renault a další značky

Velice oblíbený produkt skupiny ALCAR, takzvané hybridní ocelové kolo začal ALCAR BOHEMIA od podzimu 2015 nabízet, kromě vozidel VW Group, i pro vozy dalších značek. Zákazníci si tak nově toto ocelové designové kolo, které spojuje přednost robustního ocelového kola v podobě nízké ceny s designovými prvky litého kola, jako jsou například stříbrné lakování a středová plastová

krytka náboje, budou moci objednat také pro vozy Citroen, Dacia, Ford, Hyundai, Kia, Mazda, Nissan, Peugeot a Renault. Rozměry hybridních kol jsou identické s originálními ocelovými koly a všechna hybridní kola jsou certifikována dle ECE homologací bez potřeby zápisu do TP vozidla.

HYBRID  RAD 



ALCAR
YOUR WHEEL PARTNER

AEZ
LEICHTMETALLRÄDER

DOTZ
TURNING WHEELS

DEZENT
LEICHTMETALLRÄDER



AEZ Reef si / Reef SUV si



AEZ Yacht / Yacht SUV

AEZ Yacht dark / Yacht dark SUV



DEZENT TE

DEZENT TE dark



DEZENT TX

DEZENT TX graphite

Kvalitní litá kola vhodná pro zimní provoz za akční ceny...
...a s TYPOVÝM LISTEM! ©

www.alcar.cz



Koně milovaly už jako holky. Dnes na ně mají „řidičák“

Škála talentů, které zdobí pracovníky LeasePlanu, je více než pestrá. Už jsme vám představili zpěvačku Lindu Floriánovou, reprezentantku v curlingu Kateřinu Samueliovou a dnes pokračujeme hned dvěma dámami, kterým učarovali koně. Kateřina Královcová a Dominika Sadílková mají společné dvě věci: pečují o klienty LeasePlanu a jsou vyznavačky parkuru.



JAK JSTE SE VŮBEC K TOMUTO SPORTU DOSTALY?

Kateřina: Už malé slečny sní o tom, že chtějí jezdit. Každý rok si přejí najít živého koně pod stromečkem. A tak to bylo i se mnou. Mamka mě proto ve dvanácti letech přihlásila do oddílu, kde jsem vlastně vyrůstala – od úplné začátečnice až po instruktorku s jezdeckou licenci.

Dominika: Ke zvířatům jsem také tíhla od malička, náš pokojíček byl samá klec s morčaty, králíky, potkany a andulkami. Postupem času už mi morčátka nestačila a jezdit na koni byl můj velký sen.

JAK ČASTO A KDE JEZDÍTE?

Kateřina: U koní jsem s menší pauzou kolem narození syna už osmnáct let. Jde o časově velmi náročný koníček, a pokud se mu chcete věnovat, musíte mu podřídit vše. Jelikož chodím do práce a mám malé dítě, ustoupila

jsem ze svých původních představ – pravidelně trénovat, jezdit na závody a dosahovat zajímavých výsledků. Teď se věnuji spíše rekreačnímu ježdění a užívám si každé chvíli u koní.

Dominika: Já začala jezdit v soukromé stáji asi v sedmi letech. Od té doby je to pro mě jako droga, do stáje dojíždím pětikrát týdně, někdy i každodenně.

OSOBNĚ JSEM NA KONI JEL JENOM JEDNOU A BYLO TO OTŘESNÉ. ZADEK NAKLEPANÝ, MĚL JSEM POCIT, ŽE KAŽDOU CHVILKU SPADNU, ALE HLAVNĚ – TEN KŮŇ MĚ VŮBEC NEPOSLOUČAL. JAK DLOUHO TRVÁ, NEŽ ČLOVĚK ZÍSKÁ JAKOUS TAKOUS JISTOTU?

Kateřina: To je u každého individuální. Důležité je nejdřív absolvovat hodiny v uzavřené jízdárně a naučit se základům, což trvá několik měsíců. Až poté si můžete



zkusit procházku ve volné přírodě.

Dominika: Jako u každého sportu je potřeba výcviku a zkušeného dohledu, který je ochoten a hlavně schopen správně poradit. Na základy, jako je stabilita v sedle a umění dovést koně, kam si člověk přeje, potřebujete nejméně tři měsíce. Záleží na šikovnosti a zápalu jezdce.

ANI NEJLEPŠÍM JEZDCŮM SE ALE NEVYHNOU PÁDY...

Kateřina: Koně jsou živá zvířata, ne stroje, které by šlo naprogramovat. A i když jsou velcí, občas je dokáže vystrašit třeba jen povalující se papírek v cestě. Pádů bylo spousta, ale naštěstí žádnou vysloveně nepříjemnou zkušenost nemám. Daleko horším zážitkem byla kousnutí, anebo když se mě kůň, kterého jsem vedla, pokusil zašlapat do země. Doteď mám z koně mnohem větší respekt, když stojím na zemi, než když sedím v sedle.

Dominika: Jak se u koní říká: Kdo nepadá, ten nejездí. Potkala mě spousta pádů a úrazů, počínaje kousnutím, přes rozkopnutou holeň, otřes mozku a konče vykloubeným loktem. Ani přesto se ale od tohoto sportu nedokážu odtrhnout. Vlastně dnes už je to pro mě spíš životní styl.

KRÁSNÝCH ZÁŽITKŮ MÁTE URČITĚ VÍCE.

CO VÁM KONĚ DALI A JAKÝCH NEJVĚTŠÍCH ÚSPĚCHŮ JSTE S NIMI DOSÁHLI?

Kateřina: Koně mi dali skvělou partu přátel a spoustu úžasných zážitků. Úspěchem pro mě bylo složení zkoušek základního výcviku (ZZV) a následné udělení jezdecké licence. To je něco jako řidičský průkaz na koně.

Dominika: Získala jsem spoustu přátel a vlastně druhý domov. Před časem jsem dostala na starost koníka,

který dříve běhal dostihy, kde se zaměřují převážně na rychlost. Začala jsem ho „přeježdovat“ a trénovat s ním parkury. Zúčastnili jsme se několika oficiálních závodů a absolvovali soutěž stupně L* – 115 cm. A se stejným koníkem jsem také úspěšně složila zkoušky cvičitele.

JAKÉ VLASTNOSTI BY MĚL MÍT ČLOVĚK, KTERÝ SE CHCE JÍZDĚ NA KONI VĚNOVAT?

Kateřina: Jezdeckví je sport jako každý jiný, takže by měl být sportovně založený s nezbytnou láskou ke zvířatům. Není tedy určen pro ty, kteří se bojí zvířat. Přesto i takoví k nám občas přijdou...

Dominika: Pro každý sport je podstatné pohybové nadání. U koní ho oceníte hlavně v krizových situacích, kdy je třeba umět pracovat se svým tělem. Důležité také je nezaleknout se a zachovat klidnou hlavu. Láska ke zvířatům a vlídný přístup jsou samozřejmě také nezbytností.

POMÁHAJÍ VÁM NĚKTERÉ ZKUŠENOSTI, KTERÉ JSTE NABRALY U KONÍ, I V PRÁCI?

Kateřina: Myslím, že ano. Dlouholetá praxe ve výuce jízdy na koni mi určitě pomáhá při práci s lidmi a vede k zodpovědnosti.

Dominika: Při výuce navíc musíte komunikovat i s rodiči dětí, a to občas není úplně jednoduché. Když se nad tím zamyslím, díky tomuto sportu si umím cenit každé naskytnuté příležitosti, rozvíjet se a získávat více zkušeností.

A MÁTE NĚJAKÝ SEN, KDE BYSTE SE CHTĚLY PROJET NA KONI?

Svorně: Na pláži!

Z koně jde větší respekt, když stojíte na zemi, než když na něm sedíte.

Nová Kia cee'd

Překvapivě strhující



The Power to Surprise

Nechte se unést překvapivým výkonem motoru 1.0 T-GDI

Nová Kia cee'd GT Line vás dostane hned dvakrát:
napoprvé svým dokonale dynamickým designem
a napodruhé dravou silou turbomotoru T-GDI.



Nová Kia cee'd a cee'd SW: Kombinovaná spotřeba 4,0-6,3 l/100 km. Emise CO₂ 104-141 g/km. Vyobrazení vozu je pouze ilustrativní a může obsahovat doplňkovou výbavu. Pro bližší informace o ceně a financování navštivte www.kia.com nebo kontaktujte svého prodejce Kia.

Motory z Waltrovky znal celý svět



Daniel Prostějovský
zástupce technického ředitele
společnosti LeasePlan



Mnozí z vás již tuší, že mluvíme o podniku Walter v pražských Jinonicích, pozdějším Motorletu. Do historické rubriky jsem jej zařadil především pro jeho slavnou automobilovou minulost, i když je znám spíše jako bývalý výrobce proudových motorů. Málokdo tuší, že počty vyrobených kusů proudových motorů dosahovaly čísel, kterými se dnes mohou chlubit jen opravdové světové velmoci.

Jak to vše začalo

Josef Walter byl vyučený strojní zámečník a roku 1898 si v pronajatých prostorách na Smíchově v Kotlářské ulici založil dílnu o 20 metrech čtverečních. V prostorách nebyl zaveden elektrický proud a vlastnoručně vyrobený soustruh i vrtačka byly na ruční pohon. V roce 1900 se Walter oženil s dcerou zámožného smíchovského klempíře. Manželčino věno použil na přesun do větších prostor v ulici Kinských, zároveň nakoupil moderní strojní vybavení.

Zprvu se zabýval opravou a výrobou jízdních kol z nakupovaných komponentů. S novými možnostmi začal kola zdokonalovat. Zámožnější zákazníci však žádali ještě modernější výrobky, a tak započal s výrobou motorových kol. V roce 1902 představil první výrobek vlastní konstrukce, se kterým o rok později na hospodářské výstavě Průmyslové jednoty

pražské získal stříbrnou medaili.

Skutečný rozvoj započal v roce 1905, kdy byla dílna opět přesunuta do malé továrničky na Zatlance. Mezi lety 1905 až 1908 Walter vyrobil 300 motocyklů, na kterých aplikoval mnohá vlastní vylepšení, v roce 1907 instaloval i dvouválcový vidlicový motor. V roce 1909 vyrobil a dodal také první automobil, ale skutečného úspěchu dosáhl až o rok později díky svým tříkolkám, které si pro svoji cenovou přijatelnost a spolehlivost získaly značnou oblibu. Protože nemohl uspokojit poptávku, začal Walter opět přemýšlet o rozšíření výroby. K tomu mu však chyběly finanční prostředky, a proto začal hledat strategické partnery.

Od tříkolek k dvanáctiválci Royal

Walter se nejprve v roce 1910 spojil s firmou Breifeld-Daněk, ale neosvědčilo se to. Proto se svými přáteli a příznivci založil 1. prosince 1911 společnost s ručením omezeným Walter a spol. Společníků bylo zhruba 25. Na ustavující valné hromadě byla zvolena „dozorná rada“, Walterovi bylo svěřeno řízení podniku na dalších deset let. V té době měl závod již 70 zaměstnanců. Na tehdejší dobu pokrokové a kvalitní výrobky si rychle nacházely svá odbytiště, a to nejen v zemích

V roce 1909 vyrobil Walter první automobil, ale skutečného úspěchu dosáhl až o rok později díky svým tříkolkám

V LeasePlanu pracuji od roku 2003 a po celou tu dobu často jezdím kolem nedalekého místa, které udělalo mnoho pro slávu a věhlas českého strojírenství i automobilismu. Neúprosný běh času a okolností nyní pohřbívá poslední zbytky budov kdysi slavné české fabriky. Na jejím místě rostou nové budovy, které budou sloužit převážně jako kanceláře či byty.



bývalé monarchie, ale i na Balkáně a v carském Rusku. Podnikání dostalo průmyslový charakter, a proto bylo nezbytné výrobu opět rozšířit. Padlo rozhodnutí postavit zcela nový podnik, který vybudovala stavební firma Antonína Šimka. Byl jedním ze společníků firmy Walter, rovněž jako statkář Březnovský, na jehož pozemcích postupně začala nová Waltrovka vznikat. Továrna byla dostavěna v roce 1913 a její rozměry byly úctyhodné. Soustružna měla 2570 m², kovárna 340 m² a třeba vrátnice 60 m². Ve stejném roce započala výroba prvního automobilu vlastní konstrukce – typu W1, který měl vodou chlazený čtyřválcový motor. Cena 9000 korun za elegantní, lehký a výkonný model byla velmi příznivá. A tak se automobily staly významnou kapitolou waltrovské historie.

Četná vítězství sportovních motocyklů či tříkolek a automobilů proslavily značku nejen doma, ale i v širokém zahraničí. Automobilový vývoj pokračoval celé meziválečné období. Postupně podnik uvádí na trh modely vozidel W-2 a W-3. Téměř souběžně přidává řady WZ, WIZ a WIZI a později, v polovině dvacátých let, pak modely P-1 až P-IV. Na konci dvacátých let přibývají typy 4-B a 6-B a na začátku let třicátých pak ještě Walter Standard, Super, Regent a vlajková loď s šestilitrovým dvanáctiválcem Royal.

Na začátku třicátých let Waltrovka vyráběla i několik licenčních typů. Licenci získala od Fiatu na modely Fiat 514, 508 a 522. Ve Waltrovce pak tuto licenční řadu pojmenovali názvy Bijou, Junior, Prinz a Lord. Výroba automobilů se pak do podniku vrátila v letech 1945 až 1947 typem Aero Minor. Po únoru 1948 byla výroba vozidel ukončena.

Odkaz konstruktéra Barvitiuse

V celé plejádě vynikajících odborníků, kteří kdy prošli branou továrny, vyniká jméno Ing. Františka Adolfa Barvitiuse. Jako konstruktér stál u zrodu waltrovských automobilů i leteckých motorů, mimo jiné byl šéfkonstruktérem invertního dvanáctiválce Walter

Sagitta s válci uspořádanými do V, kompresorem a reduktorem. Jednalo se o špičkový letecký motor světové úrovně, jehož vývoj a rozšíření bohužel zastavila druhá světová válka.

Vraťme se ale do dvacátých let. Na konci ledna 1922 je Josef Walter správně radou odvolán z funkce ředitele. Později si založí velice dobře prosperující podnik na výrobu ozubených kol. Novým ředitelem Waltrovky se stal Ing. Jan Novák.

Letecká sláva

Odchod zakladatele byl významným mezníkem v historii závodu a nasvědčuje tomu i změna v orientaci výroby. V roce 1923 firma vyrobila první letecký licenční motor BMW. Na něj navázala výrobou vlastních motorů hvězdicového uspořádání. První pětiválec, vyrobené ještě v roce 1923, nesly označení NZ-60. Hvězdicové motory vlastní konstrukce byly pěti-, sedmi- a devítiválcové. Ve třicátých letech tady vyráběli i invertní řadové motory, šlo o řady Walter Junior, Major, Mikron a nejznámější Minor. Od roku 1923 do ukončení výroby pístových agregátů v roce 1964 bylo ve Waltrovce sériově vyrobeno 16 930 motorů 44 typů.

První zkušenosti s proudovými motory jsou spojovány s obdobím německé okupace. Němci velmi rychle pochopili, jak hodnotným podnikem pro jejich válečný program Waltrovka je, a přesunuli do Jinonic výrobu strojů pro německé válečné potřeby. Po válce začala firma vyvíjet proudový motor vlastní konstrukce M-01, ale nakonec převzala sovětské licence.

Dne 1. června 1946 byl podnik znárodněn a v roce 1949 přejmenován na Motorlet. Za celou historii výroby proudových motorů jich tady bylo vyrobeno téměř 20 500. Práva na duševní vlastnictví této „proudové části“ podniku pak zakoupila společnost GE Aviation Czech s.r.o., která byla založena v roce 2007. To už však 100letá historie významné strojírenské společnosti směřovala ke konci...

Waltrovka na internetu

Při sestavování článku byly velmi dobrým vodítkem webové stránky www.walterjinonice.cz, jež jsou kvalitním podkladem pro hlubší studium historie podniku. Dozvíte se na nich mnohem více i o novodobém vývoji, který už na dřívější slávu Waltrovky nikdy nenavázal.



Cestování ve středověku

Přístřeší našel šlechtic i chudý poutník

Rekonstrukce
středověkého
zájezdního hostince.



Vzhledem k malým vzdálenostem, které byl středověký cestovatel za jeden den schopen urazit, musel neustále přemýšlet o tom, kde se na noc ubytuje. Hledání noclehu přinášelo celou řadu nástrah, i ten nejchudší poutník měl ale šanci, že najde možnost přespání a pohostinství zdarma.

Bylo tomu tak díky husté síti klášterních institucí, které měly po vzoru evangelia povinnost postarat se o příchodce. Zakladatel evropského mnišství Benedikt z Nursie († 547) sestavil ve svém souboru pravidel pro klášterní život i rozsáhlé poučení o způsobu pohostinství, které se později stalo závazné pro všechny kláštery. Byť bohatší cestovatelé poctili mnichy určitou odměnou za jejich služby, představovala povinnost hostit příchodce pro řádové domy značnou ekonomickou zátěž.

Od chudáků po krále

Zejména větší kláštery měly systém ubytování značně hierarchizovaný. Již Benedikt si uvědomoval, že „nelze, aby byli biskupové a hrabata společně s chudáky“. Ideální klášter proto počítal s celami pro mnišské hosty, nocležnou pro chudé a domem pro vybrané hosty, kde se nacházely i komory pro sluhy či ustájení pro koně. Tyto prostory byly schopné nabídnout dostatek pohodlí i pro panovnické návštěvy. Každá z nocležen měla svoji vlastní infrastrukturu,

ať už se jednalo o kuchyň, latríny, ale i pivovar. Plán ideálního benediktinského kláštera z počátku 9. století ukazuje, jakým způsobem byly jednotlivé ubytovny funkčně odděleny. Dům pro vznešené hosty se nacházel napravo od vstupu do klášterního kostela, herberk pro poutníky nalevo, zatímco přichozí mniši byli ubytováni v budově přiléhající přímo ke kostelu. Pochopitelně ne každý klášter měl takovouto výbavu, obecně ale platilo, že řádové domy ležící na významných poutních cestách byly na přívál přichozích dobře připraveny. I zde se ovšem stávalo, že z nedostatku místa museli věřící přespávat v samotných kostelech, koně naopak mohli být ustájeni v klášterní křížové chodbě.

Rozvoj hostinců

S rozvojem mobility se pochopitelně rozšiřovaly i možnosti ubytování. Ve městech vznikají hostince, kde bylo možné získat nocleh a stravu. Byť i pro hospodské platilo v teoretické rovině křesťanské pravidlo, že má nabídnout přichozímu zdarma přístřešek a základní stravu, fungovaly hostince pochopitelně především na komerčním principu. Hostince, alespoň zpočátku, většinou nenabízely přílišný luxus. V těchto ubytovacích zařízeních stávaly postele s jednoduchými pelestmi, na nichž muselo spát nepohodlně několik osob. Často spali nocležníci

i na dřevěných lavicích nebo na slámě rozestřené po podlaze; pro chudinu šlo o běžné řešení, někdy s ním museli vzít zavděk ale i zámožnější pocestní. Hostince vznikaly z přirozených potřeb především na důležitých obchodních stezkách (formani byli ostatně nejčastějšími hosty), v některých případech ale jejich vznik iniciovali i panovníci. Stalo se tomu například v Dánsku, kde byl roku 1286 zavražděn za dosud nevyjasněných okolností král Erik V. – poté, co nemohl najít žádný hostinec k ubytování a musel přespát nechráněn v jakési stodole. Na paměť této tragické události i jako prevenci do budoucna přikázala později královna Margareta zřídit minimálně každé čtyři míle hostinec.

Pohodlí šlechtických hradů

Zatímco kláštery i hostince byly pro ubytování dostupné každému, na některých místech směli přespávat jen vyvolení. Šlo zejména o hrady, jejichž šlechtičtí držitelé ubytovávali opět především urozené. Tato sociálně exkluzivní skupina využívala návštěv svých soukmenovců k prezentaci vlastního bohatství i vznešené minulosti vlastního rodu, jehož svědectvím byly nejrůznější předměty či vyobrazení vymalované na zdech hradů.

Robert Novotný

Hostinec Goldene Krone, ve středověku nazývaný Zur Krone, v bavorském Sulzbachu s vyobrazením českého lva. Právě zde přespával Karel IV., který na frekventované cestě do německých zemí a Lucemburska vybudoval síť opěrných bodů vyžívaných k dočasným pobytům. Mělo to výhody nejenom politické, neboť nebyl odkázán na milost či nemilost vládců území, jimiž právě projížděl, ale i ekonomické.



Kdo luští...

A na závěr jako obvykle křížovka s „leaseplanovskou“ tajenkou.
Hodně trpělivosti při luštění!

AUTOR: MICHAL SEDLÁK	UCHAZEČ	DCERA SOUROZENCE	1. DÍL TAJENKY	NĚMECKÝ MLUVNÍKÝ ČLEN	PŘEDLOŽKA	MEZINÁROD. ORGANIZACE PRO CIVILNÍ LETECTVÍ	TESKNOTA (KNIŽNĚ)	PLANÁ NUBIJSKÁ BAVLNA	OSOBNÍ ZÁJMENO	2. DÍL TAJENKY	VYBOČENÍ Z MEZÍ	CÍL ISLÁMSKÝCH POUTNÍKŮ	
VÝLEVNÁ HORNINA							OKOLO						
ÚCHYLKA							NÁSILNÉ PŘIPOJENÍ ÚZEMÍ						
							NÁŠ MALÍŘ						
NASYCENÝ UHLOVODÍK					DVAKRÁT SNÍŽ. TÓN				ACKNOW- LEDGE (ZKRATKA)				
ZARÍZENÍ PEKÁRNÝ				NÁŠ KLAVIRISTA	OBRUBA OBRAZU			ODDÍL	ÚPRKY				
				ZOLŮV ROMÁN				OTEC (KNIŽNĚ)					
VZNIKLÁ TŘÉNIM						NEVYCHO- VANEČ (ŘÍDCE)							
	JMÉNO REŽISERA WELLESE	DO TOHO MÍSTA ITALSKY STRUNA				LEHKO- ATLETICKÉ NÁČINÍ					VŘESOVEC	ČESKÝ FILMOVÝ REŽISÉR	
PODZIMNÍ KVĚTINA								DOMÁCKY KLEOPATRA					
RANNÍ VLÁHA								ANGLICKÁ JEDNOTKA DĚLKY					
ŽACÍ NÁSTROJ				MADRIDSKÝ FOTBALOVÝ KLUB					AFRICKÝ VELETOK				
ODŘENÍ								VÉVODA (V ANGL. PROSTŘEDÍ)	DLUH				
								DOBA					
NÁM PATŘÍČÍ					AMERICKÁ ZPĚVAČKA		DRUH CLAVI- CEMBALA	TVRDÝ SÝR					
	RYBÁŘSKÝ SPLÁVEK	PURPUR ZŘÍCENINA			TENCÍ			VLASTNÍ LOSŮM				STROMOŘADÍ (PLURÁL)	SPOLE-ČENSK. ZÁBAVA
POMŮČKA KE ČTENÍ					POKOSIT								
					DERIVÁT AMONIAKU								
SHON				ČESKÝ PROZAIK				DOMÁCKY OTÝLIE					
				SLOVENSKY IROVÉ				CITOSLOVCE OPOVRŽENÍ					
HBITÍ					DOMNÍVAT SE (ZAST.)				Z VNITŘKU PRYČ				
					JAP. DES-KOVÁ HRA				ZDE				
SÍLA								BUDOVY PRO KONĚ					
KLADNĚ NABITÁ ČÁSTICE								DRAVÁ RYBA					



GT Line a další

Kia v září 2015 oficiálně zahájila prodej modernizované verze své nejúspěšnější modelové řady cee'd.

Nově je tento vůz nabízen ve sportovních verzích GT Line. Jedná se o vůz spojující dynamiku a osobitý design. Stupeň výbavy GT Line je nabízen ve všech třech karosářských verzích – jako pětidveřový hatchback, kombi cee'd Sportswagon a třídveřový pro_cee'd.

Mezi novinky modernizované modelové řady cee'd patří zcela nový tříválec Kia 1.0 T-GDI, stejně tak jako řada nových bezpečnostních, komfortních a praktických prvků výbavy. Modernizovaný cee'd je nabízen s širší paletou motorů a převodovek. Všechny motory nyní standardně plní požadavky emisní normy Euro 6. Zmiňovaný přeplňovaný zážehový tříválec se vyznačuje nízkou spotřebou paliva a minimální produkcí emisí, současně ale nabízí vynikající dynamické vlastnosti a okamžité reakce na pohyby plynového pedálu. Modernizovaná Kia cee'd přináší další technickou inovaci značky, tou je zcela nová sedmistupňová dvouspojková převodovka DCT, která se dodává exkluzivně pro modely vybavené výkonnějším vznětovým motorem 1.6 CRDi o výkonu 136 k.

Nová převodovka Kia DCT je schopna přenášet vyšší točivý moment vylepšeného motoru a disponuje lepší účinností než šestistupňová samočinná převodovka s kapalinovým měničem momentu, kterou nahrazuje. Mezi její přednosti patří nižší spotřeba paliva a sportovní vlastnosti v manuálním režimu, zatímco v režimu automatického řazení si může řidič užívat ještě vyššího komfortu a jen sledovat hladké změny rychlostních stupňů. Nová převodovka Kia DCT, stejně jako nový motor 1.0 T-GDI, vychází z vlastního vývoje značky Kia. Pro ostatní modely cee'd jsou i nadále k dispozici šestistupňové mechanické převodovky, zatímco pro motor 1.6 GDI je připravena také šestistupňová dvouspojková převodovka. Sportovní modely cee'd GT a pro_cee'd GT rovněž prošly modernizací hnacího ústrojí i podvozku. Tyto změny jsou zárukou, že modely GT zůstanou mezi nejatraktivnějšími sportovními hatchbacky segmentu C. Modernizovaná modelová řada Kia cee'd je již nyní nabízena u všech autorizovaných prodejců a spolu s jedinečnou 7letou zárukou Kia s omezením na 150 000 ujetých kilometrů.



Summary

Editorial, Jaromir Hájek, the CEO of Lease Plan Czech Republic, on the latest market development.

PAGE 3

In the brief. Interesting updates from the LeasePlan world.

PAGES 4–5

High up into the sky together... The Czech branch of LeasePlan celebrates the 20th anniversary this year. We can look back in various angles. Today we've played with numbers a bit.

PAGES 6–7

We are going to be closer to our clients. An interview with the LeasePlan Sales & Marketing Director Eva Lindnerova.

PAGES 8–11

The windscreen gets hit the most. Often it's not necessary. Once you keep a safe distance when driving, the risk of damage significantly decreases.

PAGES 12–13

End of the acceptance of the OMV and Benzina cards in the Agip network. There've been changes in the offer of the clients fuel cards provided by LeasePlan

PAGE 14

Telematics is the way to higher safety and savings. LeasePlan currently provides telematic solutions in fourteen countries. Other six countries are joining in by the end of the next year.

PAGES 16–17

Mediatel motivates drivers to responsibility and respectfulness. It pays off. About LeasePlan and digital media agency cooperation.

PAGES 18–20

Golf in Boleslav. LeasePlan has organized next golf event from the series – this time in Mladá Boleslav

PAGE 21

The new Superb is a breakthrough for the Škoda brand. An interview with Miroslav Bláha, the Sales Manager of Škoda Auto Czech Republic.

PAGES 22–24

Blurred vision is a great risk. About 7% of drivers don't have the eyesight adequate to drive safely.

PAGE 25

Test LP – Toyota Avenis. The new diesel engines and an enhanced basic trim level are the main features of the new Toyota car. This spacy and representative car has become even more appealing compared to the previous generation.

PAGES 26–29

Graduates welcome. „Magna cum laude“ degree is a piece adding to the mosaic of a job applicant's profile.

PAGES 34–35

The car sales are increasing. Who owns the car ceases to be relevant. The companies are reinstating vehicle fleets and the expanding ones are even scaling up.

PAGES 36–37

The „Japanese“ have it complicated in Europe. The Europe's legislation isn't very fond of Japanese cars.

PAGES 38–40

On the importance of data entry clerks in our team. A column about the invoicing process and it's efficiency.

PAGE 42

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

PAGE 42

They fell in love with horses as little girls. Today, they have a „riding license“ for them. There are two horseback riding devotees amongst the LeasePlan team.

PAGES 44–46

The engines from „Waltrovka“ used to be known worldwide. About a glorious past and a sad ending of the factory in Praha-Jinonice.

PAGES 48–49

Either a nobleman or a poor wayfarer found a shelter there... In Middle Ages, particularly larger monasteries kept their accommodation scheme strongly hierarchized.

PAGES 50–51

Crossword

PAGE 52

Tiráž

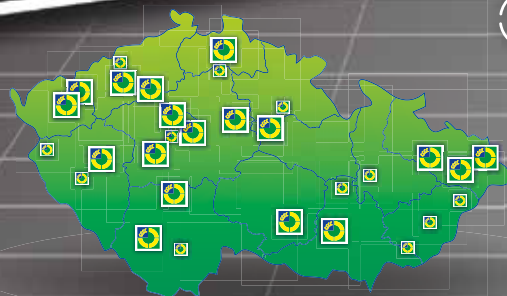
Čtvrtletník společnosti LeasePlan Česká republika, Podzim 2015, Šéfredaktor: Tomáš Bursík Redakční rada: Eva Lindnerová, Jiří Štoček, Jan Malý, Jakub Kostrba, Texty: Pavel Hálek, Korektor: Jan Dvořák, Grafická úprava: Filip Sodomka, Produkce a obrazový redaktor: Jiří Vaníček, Foto: archiv firem a redakce, Inzerce: Business Media CZ, s.r.o., Marcela Šolcová, Nádražní 32, 150 00 Praha 5, tel.: 225 351 178, fax: 225 351 404, LeasePlan Česká republika, s. r. o., Bucharova 1423/6, 158 00 Praha 5, P. O. Box 35 142 01, tel.: 222 829 210, 222 829 211, fax: 222 829 391, e-mail: info@leaseplan.cz, www.leaseplan.cz

PŘEZUTÍ PNEUMATIK V SÍTI EUROMASTER

Hledáte
V.I.P. služby?
Odpověď je EUROMASTER.



EUROMASTER
Evropská síť servisních center
certifikovaných společností
MICHELIN.



-  Plně integrované servisní centrum EUROMASTER
-  Servisní místo Partnera sítě EUROMASTER

Servisní centra EUROMASTER najdete v těchto městech:

Bílavec, Boskovice, Březsko, České Budějovice, Čimelice, Dobříš, Hradec Králové, Chomutov, Karlovy Vary, Kolín, Kralupy nad Vltavou, Kunovice, Liberec, Mnichovo Hradiště, Nýřany, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Praha 10 - Horní Měcholupy, Praha 10 - Strašnice, Rožnov pod Radhoštěm, Říčany u Brna, Strakonice, Tachov, Třebíč, Zlín, Žatec a také na www.euromaster.cz



Profesionální přezutí pneumatik
a uložení nepoužívané sady



ON-LINE rezervace termínů na
www.prezutipneumatik.cz



PICK-UP servis - odvoz vozu pokud
nemáte čas nás navštívit



WiFi ZDARMA ve všech servisních
centrech



Šálek lahodné kávy při přezouvání
vozu, pro zákazníky s Lease Plan vozy.

ON-LINE
REZERVACE



JSTE V DOBRÝCH RUKOU
euromaster.cz



Přezouváme všechno!

Zimní pneu a přezutí u profesionálů



V téměř 170 pobočkách po celé ČR
komplexní pneuservisní a autoservisní péče

- Nejširší nabídka osobních, 4x4 a VAN pneu
- Ocelové a ALU ráfky pro všechny typy vozidel
- Komplexní pneuservisní služby pro všechny druhy vozidel
- Mimosezónní uskladnění pneu
- Pick up servis – plánovaný servis u zákazníka
- Komplexní a flexibilní autoservisní služby
- Široká nabídka autodílů a autodoplňků
- Wi-Fi připojení na pobočkách
- Kvalifikovaný tým více než 500 odborníků v celé servisní síti
- Jednotná kvalita služeb i obchodních podmínek napříč Českou republikou

ONLINE
REZERVACE
PNEUSERVISU *

NA TPMS
JSME PŘIPRAVENI!



Na servisní síť BestDrive se můžete spolehnout.

www.bestdrive.cz

* Platí pro zákazníky, kteří mají uskladněné pneumatiky v servisech společnosti ContiTrade Services s.r.o.