

## KAVÁRNY

## Starbucks přestane používat plastová brčka

Řetězec kaváren Starbucks během dvou let přestane ve všech svých provozovnách používat plastová brčka. Nahradí je recyklovatelnými víčky navrženými tak, aby se obešla bez brček. Výjimkou bude nápoj frappuccino, který bude prodáván s brčky z alternativních materiálů, například z papíru. Ve více než 28 tisících kavárnách Starbucks se ročně spotřebuje více než miliarda plastových brček.

## ELEKTRONIKA

## LG Display má povolení pro stavbu závodu v Číně

Čínská vláda udělila jihokorejské společnosti LG Display povolení k výstavbě závodu na výrobu moderních obrazovek OLED v Číně. Vybuduje jej společný podnik, na němž má LG Display podíl 70 procent. Podle dřívějších zpráv chce jihokorejská firma do továrny ve městě Kuang-čou investovat v přepočtu 4,5 miliardy dolarů. Od druhé poloviny příštího roku má vyrábět 130 tisíc obrazovek měsíčně.

## INDEX

## Investoři věří německé ekonomice stále méně

Důvěra investorů a analytiků v německou ekonomiku se v červenci dále zhoršila a je nejnižší za šest let. Mohou za to obavy z vystupňování obchodního napětí s USA, uvedl ve své zprávě výzkumný institut ZEW. Index důvěry v německé hospodářství v červnu klesl na minus 24,7 bodu z červnových minus 16,1 bodu a ocitl se nejnižší od srpna 2012.

## NÁPOJÁŘSTVÍ

## Zisk PepsiCo ve čtvrtletí klesl o 13,7 procenta

Americkému výrobci nealkoholických nápojů PepsiCo klesl ve druhém čtvrtletí zisk o 13,7 procenta na 1,82 miliardy dolarů. Důvodem byly hlavně vyšší náklady na dopravu a suroviny. Výsledky však překonaly očekávání analytiků a příjmy naopak rostly – o 2,4 procenta na 16,09 miliardy dolarů. K růstu přispěly hlavně vyšší příjmy divize pochutin Frito-Lay, které vykompenzovaly slabší poptávku po nápojích.

# Firma mmcité nestíhá vyrábět. Její lavičky jsou v Silicon Valley i Lužnicích

Michal Šenk  
michal.senk@economia.cz

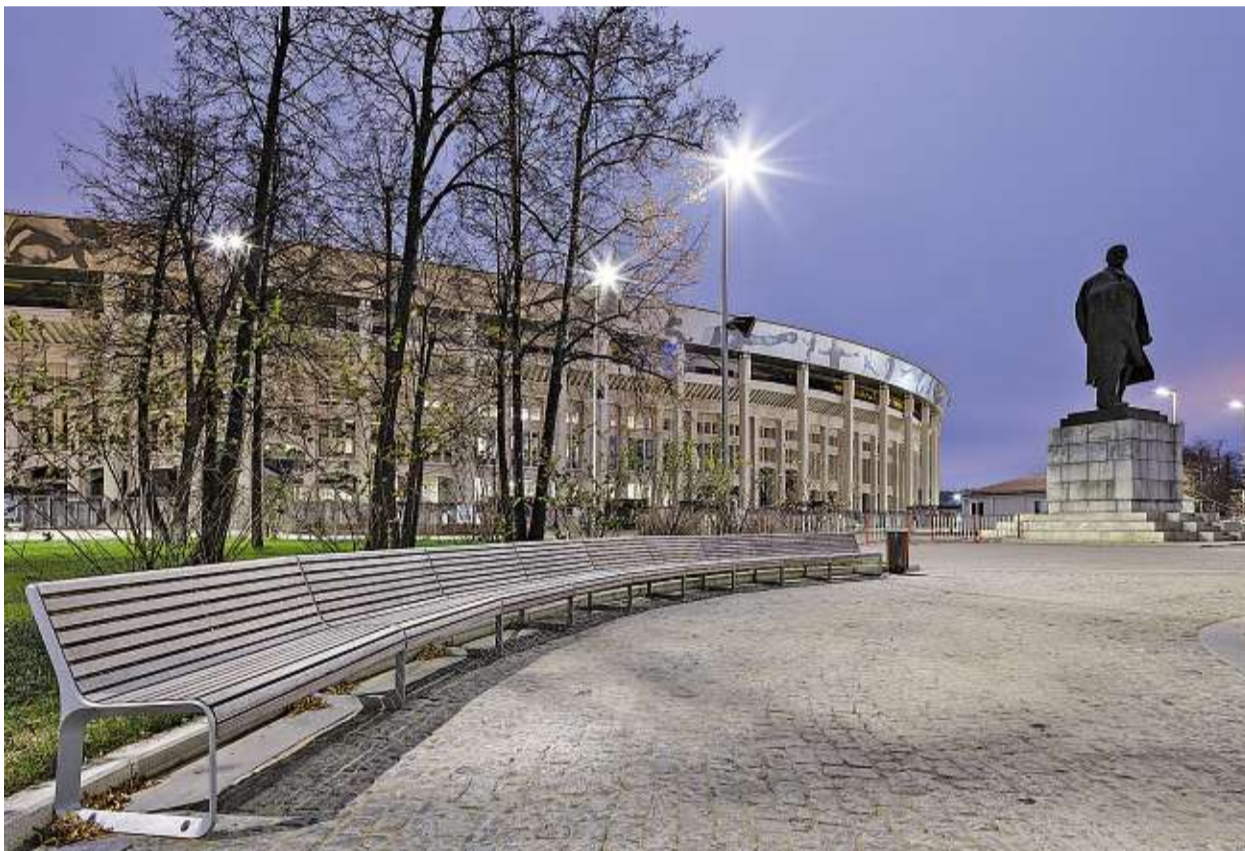
Doslova na vlastní pozadí mohou fanoušci čtyř týmů, které ještě zůstávají na fotbalovém mistrovství světa v Rusku, vyzkoušet lavičky české značky mmcité. Firma z Bílovic u Uherského Hradiště, která je dodala, je takto přítomna u stadionů v Petrohradě a Moskvě, kde se semifinále turnaje o bronz a zlato konají.

„Slo o stovky laviček, zakázku za několik milionů korun. Tak velké zakázky jsou v našem oboru, tedy vybavování městského mobiliáře, spíš výjimečné, většinou jde o kontrakty o řád nižší,“ popisuje designér a spolujatel mmcité David Karásek. Rusko je podle něj silný trh, kde se momentálně hodně staví. „Jsme však pro ně relativně drazí. Zároveň je pro nás ruský trh složitý, protože tam nemáme chráněný design a naše věci se tam často kopírují lokální konkurencí,“ poznamenává.

Firmě, za kterou kromě Karáska stojí jeho společník a bývalý spolumajitel na zlínské katedře designu Vysoké školy uměleckoprůmyslové Radek Hegmon, se v posledních letech za hranicemi Česka daří. Na jejich produktech sedávají zaměstnanci centrály Googlu v Silicon Valley či turisté na vyhlídce pod vrcholem Mont Blancu. Na poli sportu je v významnou referenci sezení v olympijském parku v Riu de Janeiru, který vznikl pro hry před dvěma lety.

Firma je v tendrech na vybavování parků, letišť, obchodních domů a dalších míst s velkou kapacitou lidí úspěšná i letos. Už má domluveny další velké projekty v New Yorku, Soči, ve Spojených arabských emirátech či ve Francii.

Mít co nejširší regionální záběr je podle Karáska klíčové, neboť ekonomická kondice jednotlivých trhů je vždy rozdílná a zaměření na jeden daný trh by se nemuselo vyplácet. „Máme vlastní pobočku v jedenácti zemích světa, obchodujeme v desítkách dalších. O zakáz-



**Posezení u Lenina**  
Dnešní semifinále MS ve fotbale mezi Anglií a Chorvatskem a nedělní finále turnaje hostí stadion Lužnicki v Moskvě. Jeho okolí lemují stovky laviček z Česka.  
Foto: mmcité

ky soupeříme s konkurencí, jako je španělská Santa & Cole, americká Landscape Forms nebo italská Metalco,“ podotýká.

V zemích Evropské unie se po roce 2014 změnila dotační programy a dotklo se to i podpor, které na různé projekty mohou získávat radnice měst a další úřady – klíčoví zákazníci firmy. Pro mmcité to znamenalo, že se firmě v roce 2015 mírně propadly tržby, a taky to, že se později začala orientovat víc i na trhy mimo Evropu.

Loňský obrát za divizi městského mobiliáře se pak zase vrátil na zhruba 400 milionů korun. Podobně velká je i druhá divize zaměřená na dopravní stavby, typicky zastávky a nádraží. Celá skupina tak loni vytvořila obrát kolem 800 milionů korun.

Další velké plány má mmcité ve Spojených státech a Karásek se

svým společníkem uvažují, že tam začnou své produkty vyrábět. Důvodů pro takový krok je víc.

„Celkově je ve světové ekonomice konjunktura, což nás ovšem i trochu limituje. Je spousta zakázek, ale nejsou kapacity. A není to jenom náš problém, říkají to i dílny v Belgii, Švédsku, Německu. Není kde vyrábět, nemá kdo vyrábět. Vypadá to, že nedokážeme obsloužit všechny objednávky a poslední na letošek budeme schopni přijmout v září,“ popisuje aktuální situaci Karásek.

Dnes mmcité vyrábí v Česku a skrze svého brazilského obchodního partnera využívá také dílnu v Brazílii. Odtud se zpravidla obsluhují zakázky v zemích Jižní Ameriky. „Podobně jsme začali vyrábět v Mexiku. Odtud zatím budeme zásobovat trh ve Spojených státech,“ říká Karásek.

Posunout se s výrobou přímo do Spojených států nicméně dává smysl mimo jiné proto, že pokud firma, která dodává na americký trh, nemá v zemi sídlo a výrobu, je do značné míry limitována v získávání veřejných zakázek. Trend „buy American“ je v duchu politiky prezidenta Donalda Trumpa cítit víc než dřív.

Fungovat globálně má pro mmcité zároveň řadu dalších nástrah a komplikací. „V Brazílii před časem kvůli korupčnímu skandálu zavřeli celý management osmi největších stavebních firem v zemi. Stavební ruch se tam minimálně na rok zastavil. Nebo v Itálii jsme se teď museli přihlásit do systému registrace, mít obchodního právníka, který za nás zodpovídá vůči italskému státu. Ačkoliv by obchod měl být volný, překážek je spousta,“ konstatuje Karásek.

800  
mil. Kč

byl loňský obrát celé skupiny mmcité. Ta zahrnuje výrobu městského mobiliáře (například laviček a odpadkových košů) v divizi mmcité1 a pak divizi mmcité+, která se zaměřuje na dopravní infrastrukturu jako nádraží či zastávky.

25  
let na trhu

je letos firma mmcité. Společnost od jejího vzniku spoluvlastní Radek Hegmon a David Karásek (na snímku). Vystudovaní designéři začali postupně své projekty i sami vyrábět. Soustředili se na oblast, ve které viděli díru na trhu – designové lavičky, odpadkové koše a další vybavení veřejného prostoru měst. Dnes vyrábějí například i tzv. chytré lavičky s wi-fi či možností dobíjení telefonu.

Foto:  
HN – Libor Teichmann



## Elektromobily Tesla v Číně kvůli clům výrazně podražily

Americký výrobce elektromobilů Tesla zvýšil ceny svých vozů Model X a Model S na čínském trhu zhruba o 20 procent. Stal se tak v odvětví prvním, kdo na největším automobilovém trhu světa reagoval na eskalaci obchodního napětí mezi USA a Čínou, napsala agentura Reuters.

Spojené státy začaly 6. července uplatňovat clo ve výši 25 procent na dovoz čínského zboží v hodnotě 34 miliard dolarů (v přepočtu 751 miliard korun) ročně a Čína okamžitě reagovala protiopatřeními ve stejném rozsahu. Její 25procent-

14,8  
tis. vozů

prodala Tesla v Číně v loňském roce. Šlo zhruba o tři procenta na místním trhu s elektromobily.

ní clo platí kromě jiného i na produkci automobilového průmyslu.

Tesla ceny zvýšila o víkend. Na svých webových stránkách uvedla, že základní verze sedanu Model S nyní stojí kolem 849 900 jüanů (2,8 milionu korun), zatímco v květnu přišla na 710 579 jüanů. Cena SUV Model X vystoupila ze 775 579 na 927 200 jüanů. Tato auta jsou tak nyní zhruba o 70 procent dražší než v USA.

Pro firmu, která podle analytiků „utrácí jak divák“ a snaží se dostat do zisku, je přítom Čína stěžejním trhem. Tržby v této zemi se loni podílely na celkových příjmech fir-

my zhruba 17 procenty. V květnu automobilka snížila cenu Modelu X až o 14 tisíc dolarů, když Peking oznámil, že pro většinu aut sníží od 1. července dovozní cla z 25 na 15 procent. Nejnovější odvětná cla však znamenají, že dovozci budou muset zaplatit celkově 40procentní clo ze všech automobilů vyráběných v USA, které v Číně prodávají.

Zvýšení cen by mohly oznámit i další automobilky. Například německá BMW nedávno konstatovala, že není s to nová cla plně vstřebat, zatímco Daimler sdělil, že „usiluje o udržení konkurenční pozice“ na čínském trhu. Obě firmy tam do-

vážejí auta ze závodů v USA. Americká automobilka Ford zase oznámila, že prozatím ceny dovožených automobilů zvyšovat nebude.

Odbourat celní bariéry by Tesle pomohla vlastní továrna v Číně. Elon Musk včera podepsal se šanghajskými úřady dohodu, která mu umožní otevřít montážní závod s roční kapacitou 500 tisíc automobilů. O otevření továrny v zemi jedná Tesla už delší dobu, aby si upevnila pozici v zemi, která je po USA jejím druhým největším trhem.

Čínská vláda nedávno oznámila, že zahraničním automobilkám umožní mít v zemi továrny ryze

53,3  
tis. vozů

vyrábila Tesla během druhého čtvrtletí letošního roku. Oproti předchozímu kvartálu to byl nárůst o 55 procent.

ve svém vlastnictví. Až dosud zahraničním automobilkám povolovala vyrábět na svém území jen v rámci společných podniků s domácími partnery.

Automobilka Tesla v první polovině letošního roku vyrobila ve své jediné továrně v kalifornském Fremontu 88 tisíc elektromobilů. Oznámila také, že se jí v posledním týdnu druhého čtvrtletí podařilo vyrobit přes 5000 vozů Model 3, který má Teslu posunout k masovější produkci. Cíl vyrobit letos půl milionu aut, který Musk vyhlásil v květnu 2016, se ale ukazuje jako nereálný. **ČTK, eko**