

Do práce s větrem v zádech

RÁNO SE u nás doma obvykle odehrává ve znamení shonu, i přesto se ale s rodinou snažíme každý den sejít u snídaně a užít si společnou chvíli. Manželka následně odváží děti do školy a já se vydávám do kanceláře. Počasí již našťastí přeje jízdám na motocyklu, a proto nasedám na oblíbený Harley-Davidson CVO Street Glide a vyrážím do ulic. Ranní vyjížďka mě vždycky hodí do pohody a je jakýmsi předělem mezi soukromým a pracovním životem.

BOŘIT ZAŽITÉ STEREOTYPY

Po příjezdu do kanceláře mě čeká rychlá kontrola e-mailů, jejich vyřízení a jako každé pondělí také porada s týmem. Kromě koor-



dinace aktivit na několik nejbližších týdnů se věnujeme realizaci naší střednědobé marketingové strategie pod pracovním názvem „Boření mýtů“. Naším cílem je – jak název napovídá – systematicky a trpělivě bořit zažité stereotypy vnímání značky na našem trhu. Harley-Davidson je totiž velkou částí veřejnosti stále vnímána jako značka finančně nedostupná, což již dávno není pravda. Stejně tak není pravda, že našimi zákazníky jsou jen postarší, vousatí a pupkatí motorkáři s tetováním a koženými tržáskami, kteří se scházejí výhradně v uzavřených komunitách. Chceme demonstrovat, že Harley-Davidson ušel za poslední desetiletí velký kus cesty a jeho současná podoba je trendy, sexy, prostě cool. Významná část porady je věnována také rozvoji dealerské sítě v celém regionu střední a východní Evropy (CEE).

Po poradách mě čeká pravidelný konferenční hovor s viceprezidentem a ředitelem značky pro region Evropa, Střední východ a Afrika (EMEA) Robem Lindleyem. Jako každý týden s ním prostřednictvím videokonference konzultuji aktuální vývoj a pozici značky na hlavních trzích CEE regionu,

tedy v České republice, Slovensku a Polsku, ale i v Pobaltí, kam v poslední době směřujeme naše aktivity.

Jelikož víme, jak je v denním pracovním maratonu důležité vypnout, máme v kanceláři Playstation s několika hrami. Takže když je čas či potřeba se odreagovat, uchylujeme se ke konzoli, která je pro nás něco jako oáza klidu a dokáže rychle odstranit napětí a stres. My pak dál můžeme pracovat ve vysokém pracovním nasazení.

Po obědě se snažím vždy alespoň chvíli věnovat dennímu tisku, abych byl „v obraze“, zároveň s tím také sleduji novinky konkurence a zprávy o tom, jak si motocyklový trh vede. Rutinou je komunikace s naší reklamní agenturou.

JEDINEČNÝ POCIT SVOBODY

Odpoledne opět usedám na motorku a vyrážím do pražského dealerství H-D. V jeho prostorách, hned vedle repliky kůlny, ve které kdysi motocykly v Milwaukee vznikly, usedám s Jardou a Kubou, majiteli dealerství, ke stolu a probíráme detaily průběhu českých oslav 110. výročí vzniku značky, které proběhly 8. června v Praze a sklidily velký úspěch.

Před odchodem z dealerství se nečekaně setkávám i se zástupci Harley-Davidson Club Praha (HDPCP), prezidentem klubu Martinem Novákem a viceprezidentem Michaelem Stachem. HDPCP je vůbec tím nejstarším, nepřetržitě fungujícím klubem na světě. Lidé na motocyklech H-D jezdili již za první republiky, což není tak překvapující jako to, že obliba a užívání motocyklů H-D nebyla nikdy přerušena, k čemuž právě tento klub významně přispěl.

Jelikož je podvečer, vydávám se domů, kde ještě z tabletu řeším některé záležitosti s centrálou v Milwaukee. Pozdě večer stihnu také projít pár zajímavých zahraničních destinací pro výlety na motocyklu. Minulý rok jsme letní dovolenou strávili v sedle putováním po jihu Evropy, pro tento rok tu správnou destinaci teprve hledáme, zatím to vypadá na cestu po USA. Je fajn, když se nemusíte vázat na jedno místo. Zavazadla naložíte každý den na motocykl a s větrem ve vlasech jedete dál. Tenhle pocit svobody bych za nic nevyměnil.

MARTIN HEŘMANSKÝ,

country manager pro střední a východní Evropu, Harley-Davidson EMEA

Proč znova vymýšlet kolo?

Poslední květnový den vstoupil v účinnost veřejností dlouho očekávaný zákon o některých opatřeních ke zvýšení transparentnosti akciových společností (nepřesně nazýván jako zákon o zrušení anonymních akcií). Jeho podstata byla již mnohokrát vysvětlena, položme si proto otázku, co tento zákon vyřeší. V moderní společnosti existují přece různé možnosti, jak utajit vlastnickou strukturu obchodních společností. V ČR se tak sice do určité míry dělo i skrze akciové společnosti s akciemi na majitele, v zahraničí však jsou již spousta let pro tento účel využívány trusty nebo jiné offshorové struktury. V souvislosti s kriminálními aktivitami je všeobecně znám také pojem tzv. „bílých koňů“. Tyto struktury budou jistě využívány i v českém prostředí, zvláště pokud to výše zmíněný zákon nezakazuje. Je legitimní, aby český stát, popř. celá česká veřejnost věděli, komu se vyplácí veřejné prostředky. Proč však znova vymýšlet kolo?

Ke zjištění odpovědi na tuto otázku by bylo možné analogicky využít institutu skutečného vlastníka známého dobře z evropských předpisů a v českém právním řádu ze zákona „proti praní špinavých peněz“. Princip jeho využití by mohl být prostý. Každý subjekt, který by se ucházel o veřejnou zakázku nebo by pobíral veřejnou podporu (včetně např. příjemců „dotovaných“ cen za „solární elektrinu“), by zároveň musel doložit, kdo je jeho skutečným vlastníkem, a zároveň by byl povinen pod sankcí vrácení „veřejných peněz“ ohlásit jakékoli změny této skutečnosti. Dané opatření sice nezabrání tomu, aby „ltd“ společnost z Panenských ostrovů oficiálně vlastněné tamním podnikatelem byla jediným společníkem kyperské společnosti, která vlastní českou akciovku s „transparentními“ akciemi na jméno, ale pokud by se ukázalo, že daná akciovka uvedla v žádosti o jakoukoli veřejnou podporu nebo zakázku nepravdivé informace, musela by veřejné prostředky vrátit. U společností, které se zaměřují ryze na soukromý sektor a žádné prostředky ze státního rozpočtu nečerpají, pak osobně nevidím jediný důvod, proč je podrobovat zvláštní regulaci (vyjma daňové).



DAVID VOSOL,

bpv Braun Partners