

**NAŠE  
PEKÁRNA**

ZIMA 2020

**MAGAZÍN**

ZAMĚSTNANCŮ PEK GROUP a.s.

# DOBROU STOPU V ROCE 2021

*Přeji všem  
spolupracovnicím a spolupracovníkům,  
naším obchodním partnerům  
i všem lidem dobré vůle  
pohodové Vánoce a vše nejlepší v novém roce.*

*Tomáš Vaněk*



## Ing. Tomáš Vaněk

dlouhé roky řídil zásadní české pekárny z pozice provozně výrobního ředitele tehdejší jedničky na trhu, dnes řídí skupinu PEK Group, v níž je zapsán jako majitel. V nové roli cítí obrovskou zodpovědnost, ale jak sám říká, může se spolehnout na skvělé spolupracovníky.



# TOMÁŠ VANĚK:

## Byl to fajn rok

**Jak hodnotí Tomáš Vaněk první samostatný rok PEK Group, kde vidí firmu za pět let a další jeho názory přináší následující řádky.**

PEK Group má za sebou první rok samostatné činnosti, byl to rok úspěšný?

Když to zvážím ze všech stran, tak to byl úspěšný rok, i když byl hodně složitý. Bylo nutné dokončit proces změny akcionáře a přejít na vlastní život a samostatné fungování společnosti, ale všechny cíle, ať již byly výrobní, finanční, personální – chtěli jsme zachovat všechna pracovní místa - byly naplněny.

Nejdůležitější pro firemní úspěch jsou zaměstnanci. Zůstali všichni, nebo se někteří lekli nové situace?

Při akcionářských změnách ve firmách vždy lidé uvažují podobně; jedni novou situaci považují za ohrožení, jiní za výzvu. Fluktuace je zcela přirozená věc, někteří lidé odešli, jiní přišli. Všem

současným spolupracovníkům bych rád upřímně poděkoval za zvládnutý první nelehký rok.

Potřebujete ještě obsadit nějaké manažerské pozice, nebo je řídicí tým již stabilizovaný?

Řekl bych, že se pozice podařilo stoprocentně a plnohodnotně naplnit. Následující týdny a vývoj společnosti ukážou, zda již manažerský tým plně odpovídá potřebám, nebo jej bude třeba ještě posílit dalšími odborníky.

Ve skupině je pět bývalých pekáren UB a jedna z Penamu. Bylo těžké sjednotit firemní procesy, nebo se potvrdilo, že pekaři se vždy dokážou snadno domluvit?

Pro většinové pekárny UB nová situace moc procesních změn nepřinesla, zásadní změnou ale prošla pekárna Šumperk, kde museli lidé přejít na nový informační systém MFG Pro ze systému, na který byli zvyklí. Samozřejmě se to museli naučit, byly tam určité porodní bolesti, ale kolegové ze Šumperka to vý-



borně zvládli a přispěli výrazně k naplnění našich cílů. Jinak samozřejmě platí, že všichni jsme pekaři, pečeme stejné chleby a housky a děláme co nejlépe své řemeslo, což výrazně pomohlo k vzájemnému porozumění a propojení.

Podařilo se ustát novou situaci na trhu, zůstali všichni zákazníci?

Situaci se nám obchodně podařilo zvládnout, naši obchodníci představili zákazníkům novou firmu, vysvětlili jim naše představy, kam se chceme ubírat. Zákazníci nás přijali, ten první krok byl úspěšný. Teď nás ale čeká další krok, který bude velice náročný, a tím jsou roční jednání o nových smlouvách v době, kdy dramaticky zdražují mouky. Jednání, která se týkají zdražení dodávaného zboží, jsou samozřejmě vždy velice tvrdá. Samozřejmě se zákazníci řešíme také bezpečnostní otázky, vyplývající z koronavirové pandemie.

Na trh jste vstupovali v lednu ještě s cizími značkami? Nebyl to problém?

My jsme v té době měli pouze název a logo společnosti, ale nikoliv vlastní značku pečiva. Pro zákazníky značky Od-kolek, Delta nebo Penam nebyly neznámé a znali situaci, takže žádný problém jsme nezaznamenali. Nyní už máme vlastní značku, kterou se budeme snažit prosadit na trhu.

Kdy plánujete uvést na pulty obchodů novou značku Naše pekárna?

Náš plán je uvést ji na trh na začátku roku 2021. Ale v počátcích samozřejmě ještě budeme prodávat některé produkty pod původními značkami, pokud o to bude zájem.

Můžete pojmenovat nejnáročnější situace v krátké historii PEK Group?

Úplně nejtěžší v krátké historii firmy PEK Group bylo nalézt vhodného nabyvatele společnosti, který by měl zájem firmu dál rozvíjet a zachovat pracovní místa.

PEK Group je trojkou na českém trhu za Penamem a United Bakeries, je to tedy poměrně velká skupina s regionální působností. Cítíte se být více regionální než velcí?

Naším cílem je být regionálním pekařem tam, kde působíme, kde nás zákazníci i spotřebitelé budou dobře znát. Chceme se oprostit od historických vazeb a vytvořit z Naší pekárny silnou obchodní značku, která naplní své jméno, aby to byla opravdu Naše pekárna pro všechny v regionu. Toho chceme docílit v průběhu dvou, tří let.

V čem vidíte největší sílu skupiny?

V tradici, i když to zní v souvislosti s tím, že jsme nová společnost, trochu protichůdně. Všechny naše pekárny ale jsou známé ve svých regionech dlouhá desetiletí, pracují v nich zkušení místní pekaři, to je hodně silný základ a základní kámen úspěchu.



V dobré stopě. Tomáš Vaněk jako správný obyvatel Liberce je zdatný v lyžařské stopě i na sjezdových tratích.

Pekařský sortiment v Česku má už dlouhé roky stabilní podobu, inovace jsou jen dílčí a spotřebitel je většinou konzervativní. Máte inovativní snahy, nebo se spíše chcete soustředit na kvalitu tradičního sortimentu?

Každá úspěšná firma musí hledat nové příležitosti, vyvíjet výrobky s vyšší marží, nestát na místě a jít vpřed. Klasické pečivo se stalo již komoditou, a kdo chce uspět, musí být inovativní. Proto i my budeme sázet na inovace, kvalitu tradičního sortimentu považujeme za samozřejmost.

V jakém technologickém stavu byly pekárny v době vstupu do nové samostatné éry? Byly nebo budou nutné nějaké investice do modernizace?

Stav vnitřních výrobních technologií i budov odpovídá délce období, od kdy se rozhodli minulí akcionáři pekárny prodat – a to období trvalo jedenáct let. Tehdy se čas zastavil a investice ustrnuly. Z toho je zřejmé, že nás čeká spousta práce, investic a především peněz, které musíme vydělat. Bez investic, především do technologií, bychom nebyli konkurenceschopní. Co vyděláme, půjde zpět do společnosti.

Hraje nějaká pekárna ve skupině zásadnější roli z hlediska velikosti či množství druhů vyráběných produktů?

Každá z pekáren je unikátní, dobrá v něčem jiném a dohromady tvoří kvalitní celek, to je zásadní. Nelze říci, že některá je důležitější než ta druhá.

Každá firma má své vize, střednědobé i dlouhodobé plány. V jaké pozici byste rád viděl PEK Group za pět, deset let?

Za pět let bych PEK Group viděl jako důstojnou a úspěšnou dvojku českého pekářského trhu, která bude mít atraktivní výrobky, bude oblíbená u zákazníků i spotřebitelů, a bude mít spokojené zaměstnance hrdé na to, že pro ni pracují.



CHLĚB  
ROKU  
2020



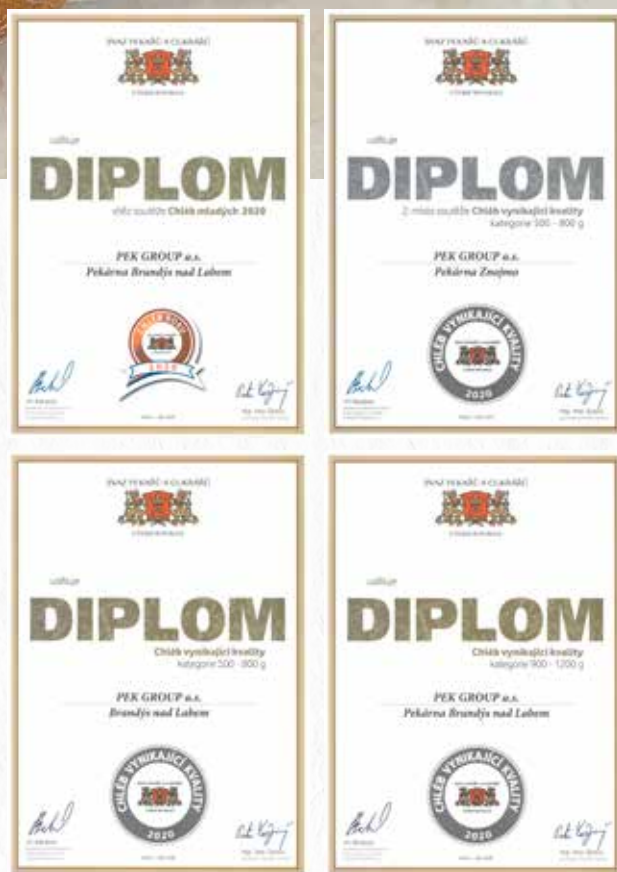
# TRIUMFÁLNÍ NÁSTUP PEK GROUP

Bude, nebude? Koronavirová krize spustila nad konáním tradičních Dnů chleba se soutěží Chléb roku 2020 mlžný opar, ale Český svaz pekařů a cukrářů dokázal, byť v limitované podobě a novém termínu, akci zorganizovat. Dobře pro PEK Group, který vstoupil na soutěžní scénu opravdu razantně. Čtyři tituly, to je skvělý start. „Úspěch nás překvapil a je příjemným povzbuzením do další práce,“ říká provozní ředitel **Mgr. Petr Richtr**.

Brandýský chléb získal titul Chléb roku 2020 vítězstvím v kategorii Chléb mladých, což je velice cenné, protože technolog s pekaři dokázali odhalit a nabídnout chuť, krásnou kůrku, střídu a vůni, které oslovují mladé spotřebitele. Navíc stejný chléb získal certifikát Chléb vynikající kvality, stejně jako další výrobek z PEK Group, Chléb Vysočina. A v neposlední řadě obsadil v nejprogressivnější kategorii chlebů v gramáži 500–800 g Horácký chléb 2. místo.

**„Nad výběrem soutěžních chlebů jsme hodně přemýšleli, zapojili jsme do nominace lidi v pekárnách. Největším překvapením je úspěch Brandýského chleba, který má neúplně tradiční recepturu. Je ale velice oblíbený u spotřebitelů, a to, že oslovil i mladou hodnotící porotu, je skvělé,“ říká Petr Richtr.**

Tradiční hodnocení anonymních vzorků mělo letos netradiční podobu, komisaři museli mít povinné roušky, které odsouvali pouze při ochutnávání a zkoumání vůně vzorků, v rámci Dnů chleba se nekonaly veřejná přehlídka hodnocených chlebů ani doprovodné akce pro reprezentanty pekáren. V Pardubicích ale zůstala silná a vyrovnaná konkurence, ve čtyřech kategoriích soutěžilo 84 výrobků, potlesk zasluhují i pořadatelé ze Svazu pekařů a cukrářů, kteří, koronaviru navzdory, soutěž uspořádali. ●



S firemní rouškou Katka Mánková,  
kontrolorka jakosti z Brandýsa n. L.



Covid-19 nás bohužel zatím neopustil a roušky a desinfekce se staly součástí našich životů, i když nás moc nebaví. Ale jak říká manažerka kvality PEK Group **Kateřina Stojanová**, nosíme roušky a používáme desinfekci především kvůli své bezpečnosti a bezpečnosti svých kolegů. A opatření jsou účinná.



## ROUŠKY NÁS NEBAVÍ, ale jsou nutností

Jakost a bezpečnost potravin je prvořadá za jakýchkoliv podmínek, i když pekárenský obor je specifický v tom, že vysoké pečící teploty ničí mikroorganismy, takže jde především o lidi. Při první koronavirové vlně byl v celé ČR nedostatek ochranných pomůcek, roušky se šily doma, chyběl dostatek desinfekčních prostředků, teď už je to v rámci skupiny jiné?

V současné době máme ochranných pomůcek dostatek, oproti první vlně se situace výrazně zlepšila, máme firemní roušky s logem PEK Group. Stejně se zlepšila i situace týkající se desinfekčních prostředků a jednorázových roušek, které zajišťuje pan Richtr. To, co bylo v první vlně velkým problémem, ve druhé už problémem není.

Vládní nařízení a pandemický stav se neustále mění a vyvíjí, upravují se průběžně i opatření v provozech PEK Group?

Ano, nařízení vlády neustále sledujeme a reagujeme na ně. Samozřejmostí jsou v objektech pekáren a centrály roušky ve vnitřních i vnějších prostorách, pravidelné používání desinfekčních prostředků. Přísná opatření jsou v jídelnách, kde u jednoho stolu může sedět jen jeden člověk, protože tam je logicky při jídle bez roušky.

Zaznamenali jste v pekařských týmech nějaké zaměstnance, které dostihl Covid-19?

Zaznamenali jsme pozitivního kolegu jen v Šumperku, v ostatních pekárnách registrujeme případy kolegů, kteří sami byli negativní, ale měli pozitivního příbuzného v rodině, tyto kolegy jsme nechávali preventivně doma. Některá plošná nákaza nás naštěstí nepostihla.

Jsou lidé zodpovědní, nebo je nutné je kontrolovat?

No, je třeba neustále připomínat důležitost opatření, hodně mi v tom pomáhají moje prodloužené ruce, kvalitářky v pekárnách. Spouště lidí je třeba stále připomínat, že je nutné mít zakrytá nejen ústa, ale i nos, že přenos Covidu-19 se děje přes všechny dýchací cesty. Ale minimální počet nakažených kolegů je důkazem, že zodpovědnost tady je.

Pracovat s rouškou v pekárnách ve vysokých teplotách je asi hodně náročné, jak to lidé zvládají?

Je to náročné, i osobně pro mě, protože nosím brýle, které se při dýchání v roušce zamlžují. Z toho důvodu nosím kontaktní čočky, ze kterých mě pak štípou oči. Ale musím to vydržet a musím jít příkladem. Víím, že řada lidí má z neustále nasazené roušky různé vyrážky, je to nepříjemné, ale musíme to vydržet. Všichni si přejeme návrat k normálu, ale obávám se, že to tak rychle nebude. ●



# SYMBOLY TRADIČNÍCH VÁNOC



## Česká mše vánoční

Těžko si bez tohoto nádherného velebného opusu Jakuba Jana Ryby Vánoce představit. Ideální je koncertní provedení, ale výborně poslouží i domácí hudební nosiče. A k tomu vánoční pohádky a klasické koledy, skvělé k dokreslení sváteční atmosféry.

## Jmelí

Pokud jmelí darujeme, přinese do domu štěstí a obdarovaného ochrání před nemocemi. Pokud se pod zavěšeným jmelím políbíme, přinese to lásku na celý rok. Křesťanská legenda o jmelí praví, že bylo původně stromem, ze kterého Josef vyrobil kolébku pro Ježíška a později byl z toho samého stromu vyroben kříž, na kterém Ježíše ukřižovali. Strom studem uschl a rozpadl se na větvičky, a tím, že lidem nosí štěstí, odčिňuje svou vinu.

## Betlém

Betlém, ať již je vyřezaný z velkých kusů dřeva na náměstích či z papírových kartonů doma, je vyobrazení scény narození Ježíše Krista. Uprostřed jsou jesličky, ve kterých leží Ježíšek, kolem něj jsou Marie s Josefem, osel, vůl, pastýři se stádem ovcí a tři králové.

## Půlnoční mše

Nemusíme být křesťané, ale přesto na Štědrý den zajdeme rádi do kostela na půlnoční mši, kde se zpívají koledy a bývá tam mystická vánoční atmosféra. Koná se v předvečer svátku narození Krista, který je 25. prosince.

## Cukroví

Pečení cukroví před Vánocemi provoní většinu domácností. A pak cukroví rádi mlsáme, i proto Vánoce znamenají pro spoustu lidí, kteří nesportují, nebezpečná kila navíc.

## Krájení jablka

Přichází na řadu po večeři, nožem napříč rozkrojíme jablko. Pokud uvnitř rozkrojeného jablka naleznete hvězdičku, budete v příštím roce zdraví a šťastní, v opačném případě křížek nebo červ značí nemoc či smrt.

## Lití olova

Tato tradice pomalu mizí, ale k tradičním Vánocům patří: lití rozžhaveného tekutého olova do nádoby s vodou. Ze vzniklého odlitku se pak věští budoucnost.

## Házení střevícem

Také spíše mizící vánoční tradiční zvyk: dívka se postaví do chodby zády ke dveřím a hodí botou přes rameno. Pokud míří bota špičkou ke dveřím, znamená to, že se dívka provdá a odejde z domova. V opačném případě zůstane doma.

## Pouštění lodiček

Oblíbenou vánoční kratochvílí je pouštění lodiček z vlašských ořechů se zapálenou svíčkou v míse s vo-

Nejkrásnější svátky roku, Vánoce, si čeští pekaři spojují především s pletením vánoček, které jsou jedním ze symbolů těchto svátků. Asi nikdo si bez vánočky Vánoce nedokáže představit, málo se ale ví, že tvar vánočky má připomínat Ježíška v povijanu a prokřížené pletení vánočky chrání lidi, sedící kolem stolu, před zlými silami.

dou. Pokud se nějaká lodička vzdálí od ostatních, ten, jemuž příslušná lodička patří, se vydá do světa. Pokud zůstanou u sebe, bude rodina dál pohromadě.

## Kapří šupiny

I když nejsme pověřiví, asi každý z nás má kapří šupinu v peněženke; má zajistit dostatek peněz v příštím roce. Na Štědrý den při večeři se dává šupina z kapra pod talíř.

**Tradice a symboly jsou fajn, ale nejdůležitější jsou pohoda, zklidnění, meditace, rodinná soudržnost, láska, přátelství. Nejen o Vánocích. ●**

Připomeňme si typické zvyky a tradice, které neodmyslitelně patří k českým Vánocům, abychom na něco nezapomněli.

## Vánoční stromek

Bez vánočního stromku by to ani nebyly Vánoce, hlavně pokud máme malé děti, které se těší na Štědrý den a dárečky. Zdobíme hlavně smrky, jedle nebo borovice, ale stále častěji stojí v obývacích pokojích umělé stromky.

## Štědrovečerní večeře

Tradiční menu 24. prosince, kdy bychom se měli před večeří postit, abychom viděli zlaté prasátko, má tuto podobu: rybí polévka a kapr s bramborovým salátem. Ale tolerují se i čočková polévka, vepřové či kuřecí řízky, stále oblíbenější i v Česku je losos. Prostírá se pro jednoho navíc, pro nečekanou návštěvu, od stolu se během večeře nevstává, dokud všichni nedojedí. A po večeři už přichází čas na rozbalení dárků pod vánočním stromkem.

## Byl to fajn rok

→ Pokračování ze str. 4

Dost osobní otázka: Vy jste dlouhé roky řídil pekárny na ředitelské manažerské pozici, dnes jste i v roli vlastníka. Jak jste se ztotožnil s touto určitě psychicky náročnější pozicí s přímou zodpovědností za zaměstnance?

Je to pravda, ta zodpovědnost je dnes nesrovnatelně větší než v manažerské pozici. Já jsem se ale chtěl posunout na další úroveň kariérního i osobnostního růstu, proto jsem tuto výzvu přijal a rozhodl se ucházet o tuto společnost. První rok v nové roli mi přinesl spoustu nových zkušeností, nový pohled na svět,

vnímám soulad v tom, že PEK Group je prospěšná mně a já jsem prospěšný díky svým předchozím zkušenostem jí. Faktem je, že cítím obrovskou zodpovědnost, ale s tím jsem do toho šel.

Přinesl vám první rok činnosti PEK Group více radostí nebo starostí?

Ty pocity byly a jsou smíšené, ale s odstupem času si říkám, že to byl fajn rok. Povedlo se to díky velké dřině, podpoře mé rodiny a spolupracovníků ve skupině, kterým patří ohromný dík. Potkal jsem spoustu dobrých lidí, práce mi přináší uspokojení, pocity štěstí. Nic bych neměnil. ●



# NAŠE PEKÁRNA

chce být sousedskou značkou

Značka Naše pekárna zní sympaticky, sousedsky, přátelsky. Byl to záměr zvolit název, s nímž by se mohli spotřebitelé snadno a dobře ztotožnit?

Přesně tak, chtěli jsme značku, která bude lidem blízká, s níž se snadno a tudíž rychle ztotožní. Z pohledu koncového spotřebitele má fungovat tak, že vnímá výrobky z Naší pekárny prostě jako svoje, místní, z pekárny nedaleko. Název Naše pekárna už byl daný, když jsem přišel, vymyslel ho už dříve Tomáš Vaněk, na mně pak bylo dát značce grafickou podobu – připravit logo a jeho aplikace, včetně celé agendy kolem obalů – jejich organizaci, rozdělení a samotný design jednotlivých produktových řad. A to vše v přibližně krátkém čase tří týdnů:) Ale myslím, že se to docela povedlo. Máme jednoduchou sympatickou značku s velmi výrazným logem a dobře odlišitelnými výraznými obaly.

Podporovat marketingově jednu značku je jednodušší a přímočařejší. Plánujete nějak odlišit u značky Naše pekárna jednotlivé kategorie pečiva?

Myslím, že jedna značka nám úplně stačí, alespoň v tuto chvíli. Chléb a pečivo se už tradičně dělí do základních řad jako je chléb, běžné a jemné pečivo. Pak přicházejí „volitelné“ řady, kam můžeme řadit třeba výrobky s nějakými funkčními, zdravotními benefity, případně další specializované řady, kde by samostatná značka fungovala docela dobře. My se teď ale soustředíme na naši novou, mladou značku a nechceme to tříštit. Abychom ale zjednodušili zákazníkovi jeho orientaci před regálem, rozlišujeme všechny tyto řady výrazným barevným kruhovým pozadím loga, kde jsme zvolili výrazné, ne zcela obvyklé barevné odstíny základních barev.



Nová společnost PEK Group vstupovala v lednu samostatně na trh bez vlastní značky, v novém roce to již bude jinak. Genezi značky Naše pekárna vysvětluje Ing. Petr Mlíka, který má v rámci pozice projektového manažera na starost i marketing. S pekárenskými značkami pracuje již 18 let a jako sportovec, který má rád výzvy, bude prosazovat novou značku do povědomí spotřebitelů.

Obchodní značka bývá většinou podpořena sloganem (claimem). Plánujete to i v případě Naší pekárny?

Pořádný claim zatím nemáme, všechny dobré už jsou obsažené). Nápady jsou buď strašně klišé nebo zcela profláknuté univerzální slogany, které se hodí k čemukoliv. **Takže tímto vyhláшуji SOUTĚŽ – pošlete nám své nápady, návrhy sloganu pro značku Naše pekárna.** Pokud z těchto návrhů nějaký vybereme, určitě vymyslíme nějakou odměnu.)

Jak dlouho trvá, než se nová značka dostane do povědomí spotřebitelů?

To je velmi subjektivní věc. Nejrychlejší, ale nejhorší, jsou ty případy, kdy se do povědomí dostane značka přes nějaký průšvih – to jde pak až moc snadno a rychle, ale nikdo si to samozřejmě nepřeje. Standardně je ta doba nejvíc závislá na intenzitě marketingové komunikace, tj. jak moc je značka vidět v médiích a v regálech, a to je věc velikosti investice do reklamy. Myslím, že nikdo nečeká, že bychom byli mediální jedničky, takže touto cestou nepůjdeme. Tím druhým faktorem je spotřebitelská zkušenost, spokojenost, z níž pak vzniká známost a obliba značky. Ta vzniká pomaleji, těžce a bývá dost křehká, je ale o poznání hodnotnější, trvalejší. A to je náš směr – chceme vytvořit značku dlouhodobě oblíbenou prostou kvalitou svých výrobků. A to je běh na opravdu dlouhou trať.

Obchodní značka je vždy důležitější než název společnosti, ale přesto se zeptám: Plánujete nějak marketingově podpořit i známost názvu firmy PEK Group?

Značka Naše pekárna je do budoucna naše hlavní aktivum v této oblasti. Firmy se kupují, prodávají, přejmenovávají..., ty dobré obchodní značky ale změnami bezpečně proplouvají. Značka PEK GROUP nezní moc atraktivně, jde čistě o značku firmy a jejím posláním je reprezentovat společnost směrem k obchodním partnerům – odběratelům, dodavatelům, bankám a institucím. Podporovat ji tedy budeme jen v těchto vztazích.

V prestižní soutěži o Chléb roku získala společnost PEK GROUP a. s. při své historicky první účasti v celonárodní soutěži pekařů čtyři ocenění, mezi nimi i to nejvyšší, Chléb roku 2020. To může při propagaci nové značky určitě hodně pomoci, jaké marketingové aktivity v této souvislosti připravujete?

Předně musím říct, že tento úspěch nás docela zaskočil. V silné a vyrovnané konkurenci 84 výrobků rozdělených do čtyř kategorií dosáhly hned čtyři naše výrobky na ocenění a dva z nich dokonce na medailové pozice! Výrobky tradičně anonymně hodnotí mnohačlenná komise, složená z odborníků z řad pekařů, vědeckých pracovníků i kontrolních orgánů, takže náš úspěch bereme jako objektivní hodnocení kvality práce našich

pekařů. Tento úspěch dnes propagujeme především na každém bochníku prostřednictvím speciálních tzv. jedlých etiket a také v tiskové inzerci a na webových stránkách. Nejdůležitější je ale stejně práce našich obchodních zástupců, kteří oceněné výrobky prezentují našim odběratelům.

Chléb a pečivo byly dlouhé roky vnímány jako komodita, značky nehrály v minulosti až tak důležitou roli jako v jiných oborech a zejména muži podle průzkumů při nákupu pekárenských výrobků značku moc neřeší. Ta situace se ale postupně mění, to může být výhodou Naší pekárny, která vstupuje jako nováček do první pekárenské ligy. Vnímáte to jako výzvu?

Jestli je i toto výzva, tak už nevím kolikátá v řadě:) Pekařský trh je v mnoha věcech velmi specifický, také funkce a vnímání značek se od jiných trhů liší. Často slyším, že pekařský trh je čistě komoditní, nemá pořádné značky a ty, co má, nejsou důležité. Myslím, že je to naopak, jen ty značky fungují jinak. Značkou je zde totiž každé jméno, každý vývěsní štít kteréhokoliv pekaře. Funkci značky tak z určitého pohledu plní pouhé názvy – tady si vymyslím Kalendův chléb, Haškovo pekařství, Vratislavský rohlík... Určitě sami nějaké znáte. Jsou to značky vyhlášené třeba jen na velmi malém místním trhu, ale dokáží být extrémně silné. Tahle označení nemají často ani grafickou podobu, ale lidé je jako značky vnímají a uvádějí. A Naše pekárna míří právě sem.



Značka PEK Group je čistě korporátní značkou. Jejím posláním je reprezentovat společnost směrem k obchodním partnerům – odběratelům, dodavatelům, bankám a institucím.



Pro retailový trh (obchod) je určena značka Naše pekárna. Hlavním záměrem je vytvořit emocionální vazbu, založenou na místní sounáležitosti. Značka předbílá rozhodnutí zákazníka a potvrzuje informaci, že dané pečivo je „jeho“, z jeho místní pekárny.

## Vedení společnosti: KDO JE KDO

Skupina PEK Group je rozprostřena po celém území republiky, není to firma v jednom patře administrativní nebo výrobní budovy, kde se všichni denně potkávají. Proto není od věci představit opravdu všem lidem ve skupině vedení společnosti. Aby všichni věděli, KDO JE KDO.



Tomáš Vaněk, statutární ředitel



Petr Mlíka, projektový manažer



Petr Richtř, provozní manažer



Libor Potocký, technický manažer



Kateřina Stojanová, manažerka kvality



Martin Bednářik, obchodní manažer



Petr Bílek, finanční manažer





Vedení společnosti PEK Group si váží práce všech spolupracovníků a spolupracovníků, bez ohledu na pozici. I proto přistoupilo hned po prvním roce samostatné činnosti k ocenění těch nejlepších.



# ZAMĚŠTNANCI ROKU 2020

**Ve všech pekárnách i v centrále společnosti to byl těžký výběr, ale jeho výsledkem je v historii PEK Group prvních sedm jmen. Potlesk za svoji práci ale zasluhují i ostatní, kteří na této stránce mezi držiteli diplomu Zaměstnanec roku 2020 nefigurují.**

**Díky všem!**



**Brandýs n. L.**  
Iva Procházková  
expedice



**Rumburk**  
Josef Knápek  
směnový vedoucí



**Strakonice**  
Helena Koubová  
- objednávková služba



**Znojmo**  
Pavel Kučma - sklad, výroba



**Uherský Brod**  
Markéta Pijáčková  
kvalita, fakturace



**Šumperk**  
Ivo Riedl - expedice



**Centrála**  
František Navrátil  
- technologie

## Na SLOVÍČKO

### s Jiřinou Šteflíčkovou

vedoucí jakosti ve Strakonících



**První rok činnosti pekárny ve Strakonících ve skupině PEK Group se nesl ve znamení instalace linky na toustové chleby. Už je hotovo?**

Toustová linka byla instalována v prvním pololetí, ale myslím, že v pekárně není nikdy úplně hotovo. Od léta pravidelně testujeme výrobu jak klasických toustů, tak výrobu sandwichů.

**Postřehli zaměstnanci pekárny a spotřebitelé na Strakonicku změnu akcionáře, byl to pro vás nový impuls?**

Samozřejmě, zaměstnanci změnu zaregistrovali. Zákazníci zatím většinou ne, jsme pekárna, která převážně vyrábí chléb a běžné pečivo a v regionu je známá. Nový impuls to určitě pro nás byl, jsme rádi, že naše pekárna jede dál.

**Jaký měl v pekárně ohlas velký úspěch v soutěži o Chléb roku, kde PEK Group získal čtyři ocenění včetně toho nejcennějšího?**

Oslovila jsem nejpovolanější, obchodní zástupkyně, a zde jsou jejich odpovědi. Jedná se o prestižní soutěž a výherci se rádi a právem následně pyšní vyznačením ocenění na výrobku. To, že jsme jako čerstvá pekárenská značka na trhu v této soutěži uspěli, je skvělý výsledek a start. Je to obzvláště důležité pro PEK GROUP, jelikož se díky tomuto ocenění dostaneme rychleji do podvědomí našich zákazníků, a to tím nejlepším způsobem. ●

**PŘED UZÁVĚRKOU!**

## PEK Group členem cechu

Společnost PEK Group se v prosinci stala členem Svazu pekařů a cukrářů ČR, který hájí zájmy pekařského cechu. Šest zavedených pekáren se zkušenými pekaři a kvalitními výrobky bude jistě posilou cechu a přispěje k posilování prestiže pekařského řemesla. ●



Úspěch se vždy skládá z malých detailů a pořád je co zlepšovat ve všech činnostech. Možná i na vašem pracovišti víte o něčem, co může zrychlit, zjednodušit, zpřesnit práci, přispět ke kvalitě procesů i produktů. Pokud ano, nenechávejte si své nápady a podněty pro sebe. Přicházíme s výzvou **ZLEPŠOVÁKI**, zaměřenou na úspory surovin, energií, lidské práce, na údržbu strojů i na kvalitu výrobků, a váš zlepšovák

nemusí mít nutně charakter většího projektu, může to být i úplně malé vylepšení čehokoliv – iniciativě se meze nekladou. Jednou za čtvrtletí nápady vyhodnotí odborná komise, složená z manažerů společnosti, ty větší projdou i externím hodnocením. Autoři nejprínosnějších realizovaných zlepšováků budou odměněni hodnotnými cenami, jako jsou wellness víkend, televize či mobilní telefon. Podněty, které

**ZLEPŠOVÁK!**  
Výzva pro  
všechny

mohou být přínosné pro všechny v PEK Group, zasílejte na e-mailovou adresu [zlepsovak@pekgroup.cz](mailto:zlepsovak@pekgroup.cz). Díky! ●

VÁNOČNÍ  
RECEPT



Správné Vánoce jsou plné klidu, lenošení, pohádek a dobrého jídla. Bramborový salát se smaženým kaprem je klasika. Abychom měli na odlehčení i něco zdravého, připravila jsem si pro vás lososa s malinovým přelivem na mixu křupavých baby salátů.

**Ingredience:**

4 porce lososa	1/2 hrnečku cukru
600 g mražených malin	1 citrón
1 krabička čerstvých malin	Balzamický krémový bílý ocet s příchutí pomeranče a citronu
2 ks tropického ovoce karambola	Sůl a pepř 4 barev na dochucení
1 vanička mix baby salátů	Slunečnicový olej na grilování lososa
2-3 jarní cibulky	

**Postup:**

1. V kastrůlku rozehrějeme mražené maliny, které ze začátku velmi zlehouchka podlijeme vodou tak, aby se nezačaly připalovat, než pustí svou vlastní šťávu. Maliny za stálého míchání redukuje asi 20 minut, přisypeme cukr a po zhoustnutí přecedíme přes sítko, abychom se zbavili pečiček. Povaříme ještě tak 2 minutky. Hustý a sladký malinový přeliv je tak hotov.
2. Lososa omyjeme, vysušíme papírovou utěrkou a grilujeme na pánvi, která je lehce potřena olejem. Nejprve grilujeme rybu kůží dolů, z každé strany asi 10 minut, dokonalost propečení poznáme podle zlatavé barvy.
3. Na talíř aranžujeme směs křupavých baby salátů, ty posypeme na drobno pokrájenou jarní cibulkou a na vrch položíme lososa. Jako do peřinky. Osolíme a opepříme. Přilijeme opatrně polévkovou lžící malinový přeliv tak, aby hezky dozdobil talíř kolem ryby a část ho nalijeme i na rybu. Poklademe pár malin, hvězdičky na plátky pokrájené karamboly a zakápneme citronem. Přelijeme klikatě zigzag bílým krémovým balzamickým octem s příchutí pomeranče a citronu. Dobrou chuť vám přeje Gabča. ●

## MYSLÍME NA TY, KTERÝ POMAHAJÍ

Společnost PEK Group poskytla v předvánočním čase 160 vánoček pro osobní asistenty handicapovaných spoluobčanů. Ti pod záštitou společnosti HEWER pečují o všechny potřebné, od dětí po seniory. Jejich práce je opravdu úctyhodná a zasluhuje velký respekt. ●



**MAGAZÍN**  
ZAMĚSTNANCŮ PEK GROUP a.s.

**Redakční rada:** Tomáš Vaněk, Petr Mlíka, Kateřina Stojanová, Petr Richtr  
**Redaktor:** Jaroslav Pomp (j.pomp@seznam.cz)  
**Vydává:** PEK GROUP A.S., ZÁPSKÁ 1636, 250 01 BRANDÝS N. L.  
**Prepress:** EUROVERLAG, spol. s r. o., Bolzanova 5, 301 00 Plzeň, [www.euroverlag.cz](http://www.euroverlag.cz)