

IV. Různé

Automobily – trh prožívá recesi, tuzemský průmysl se drží

Automobilový průmysl zůstává i nadále jedním z hlavních motorů naší ekonomiky

Ve většině zemí světa prodělával v roce 2004 prodej automobilů citelnou recesi, na kterou musela většina výrobců reagovat snížením produkce. Také u nás poklesl prodej osobních automobilů, meziročně o 11,1 %, ale díky exportu domácí výroba dokonce vzrostla o 1,5 % a ještě víc stoupla výroba dílů pro automobilový průmysl. Vstup České republiky do Evropské unie přitom nezpůsobil na automobilovém trhu ani ve výrobě žádné výrazné změny.

Motorová vozidla dnes prakticky na celém světě úzce souvisí s rozvojem hospodářství, ale i životního stylu a kultury. Automobilová doprava současně představuje fenomén, jehož náhradu si dnes asi nikdo nedovede ani představit. Automobil, jako jeden ze symbolů doby, provází obyvatele naší planety, s výjimkou nejhudších a primitivních zemí, po celý život. Stal se nejen dopravním prostředkem, ale současně zdrojem obživy milionů lidí. Při výrobě, zajišťování provozu atd.

K 31. 12. 2004 bylo u nás registrováno 5 997 306 motorových vozidel, z čehož bylo 3 815 547 osobních. Motorizace dál utěšeně roste, množství nově registrovaných automobilů převyšuje počty vyřazených, což znamená, že jedno osobní auto připadlo na rozhraní roku 2004/2005 na každého 2,68 obyvatele České republiky (**Tab. č. IV/1**).

Tab. č. IV/1

Statistické údaje o motorizaci v ČR k 31. 12. 2004

Stav k	31. 12. 2004	31. 12. 2003	31. 12. 2002	31. 12. 2001
Počet registrovaných vozidel – celkem	5 997 306	5 829 249	5 740 823	5 580 151
Počet registrovaných osobních automobilů	3 815 547	3 706 012	3 648 905	3 523 277
Meziroční přírůstek registrovaných osobních vozů**	109 535	57 107	125 628	96 805
Počet prodaných nových osobních automobilů*	132 973	149 538	147 754	152 143
Počet prodaných nových lehkých užitk. automobilů	26 734	18 122	13 877	14 842
Počet prodaných nových nákladních automobilů	7 767	6 547	6 995	7 617
Počet poprvé registrovaných ojetých osob. automobilů***	121 852	145 233	130 660	99 168
Počet poprvé registrovaných ojetých nákl. automobilů***	3 189	7 994	7 543	5 534
Vyřazeno motorových vozidel – celkem	94 275	132 134	108 688	110 371
Průměrné stáří osobních automobilů (roků)	13,53	13,49	13,72	13,61
Počet obyvatel na jeden osobní automobil	2,68	2,76	2,79	2,92

*) pouze oficiálními dovozci

**) rozdíl mezi nově registrovanými a vyřazenými vozidly

***) údaj za rok 2004, v dřívějších letech = počet dovezených ojetých osob. automobilů

Různé

Zajímavý je také počet řidičů, respektive řidičských průkazů. Ze statistiky vyplývá, že k 31. 12. 2004 bylo v České republice evidováno 6 206 531 řidičů a jen za rok 2004 vzrostl jejich počet o 107 143. Přitom v důsledku probíhajících výměn bylo jen v minulém roce vydáno 373 141 nových řidičských průkazů.

Pokud jde o domácí trh, zaznamenal meziroční pokles ještě v prodeji autobusů, a to o 3,3 %. Ve stejném období naopak vzrostl prodej lehkých užitkových vozů o 48,2 procenta, nákladních automobilů o 18,8 % a jednostopých motorových vozidel o 5,1 procenta.

Vezmeme-li v úvahu, že v některých nejvyspělejších zemích světa připadá jeden osobní automobil na méně než dva obyvatele a u nás na méně než tři, není to tak špatné srovnání. Poněkud hůře jsme na tom se stavem silniční sítě a velmi špatně se můžeme srovnávat s ostatními evropskými zeměmi v bezpečnosti silniční dopravy. V počtu usmrcených lidí při dopravních nehodách patří Česká republika k nejhorším a nejnebezpečnějším.

Na světě jezdí v současné době více než 601 milionů osobních automobilů a další desítky milionů aut nákladních, autobusů a motocyklů. Proto motorová vozidla, jejich výroba, prodej a provoz představují ve většině zemí významnou součást hospodářství (**Tab. č. IV/2**). Pro nás může být potěšitelné, že Česká republika patří, především díky mladoboleslavské automobilce Škoda a podnikům vyrábějícím autopříslušenství, mezi nejdynamičtější se rozvíjející země světa.

Tab. č. IV/2

Výroba osobních automobilů ve světě

rok	vyrobeno kusů
2004	49 244 320
2003	47 705 786
2002	46 736 170
2001	45 015 871
2000	41 499 154
1999	40 881 636
1998	39 106 115
1997	39 660 770
1995	36 491 034
1990	36 308 023
1985	33 217 753
1980	29 286 435
1975	25 054 505

Nabídka je už prakticky kompletní

Je až s podivem, jaká auta si mohou čeští zákazníci v současné době pořídit. Asi málokdo zaregistroval, že na českém trhu nabízí už na 54 značek osobní a 46 značek lehké užitkové automobily. Nabídka je tedy opravdu světová a chybí v ní ze známějších výrobců jen japonský Daihatsu, několik amerických značek, které se zatím stejně v Evropě prakticky nevyskytují a pár exotů, vyráběných spíše v minimálních sériích pro naprosté »fajnšmekry« a individualisty. To však neznamená, že by se k nám nedovezl některý z nich individuálně nebo jako ojetý. České silnice tak brázdí nejen supersportovní Pagani Zonda, ale také pár vozů TVR, Lotus či Marcos.

Téměř padesátka značek figurujících v seznamu nabízených lehkých užitkových vozů je doslova impozantní. Za tak rozsáhlé rozšíření nabídky může do jisté míry naše legislativa, která dává importérům možnost upravovat mnohé ryse osobní automobily a homologovat je jako užitkové, což přináší jejich majitelům výrazné daňové zvýhodnění. Proto jsme asi jednou z mála zemí na světě, kde jezdí dodávky Porsche, Lexus či Jaguar.

Z registrací nových automobilů vyplývá, že se u nás prodávají také nové obytné automobily, i když spíše jen po kusech. Nabídka ani zde nezaostává za západní Evropou. Rovněž nabídka motocyklů je prakticky kompletní a mezi u nás kupovanými stroji nechybějí ani špičky světové produkce, které přijdou majitele na částky blížící se nebo i převyšující hranici jednoho milionu Kč (**Tab. č. IV/3**).

Různé

Tab. č. IV/3

Výroba osobních automobilů v jednotlivých zemích světa

země	vyrobena kusů			
	2004*	2003*	2002	2001
Japonsko	9 014 513	8 744 372	8 946 484	8 205 986
USA	8 375 442	8 831 643	9 067 861	8 460 967
Německo	4 829 993	4 765 371	4 769 071	4 934 943
Jižní Korea	3 152 675	2 795 816	2 655 011	2 726 014
Francie	3 124 262	3 435 738	3 511 940	3 553 696
Španělsko	2 636 803	2 659 529	2 469 642	2 368 580
Čína	2 303 125	2 043 272	1 144 788	692 542
Kanada	2 281 729	2 065 179	2 125 400	2 043 656
Brazílie	1 908 246	1 571 219	1 515 356	1 513 503
Velká Británie	1 649 196	1 654 053	1 632 135	1 530 942
Rusko	1 140 419	1 024 113	994 400	1 032 607
Indie	1 041 102	822 775	651 133	600 435
Mexiko	1 000 864	1 034 324	1 254 382	1 284 064
Belgie	859 172	796 684	949 299	1 040 440
Itálie	824 596	1 044 044	1 125 170	1 229 700
Írán	641 931	535 747	319 661	238 068
Česká republika	444 187	436 297	441 312	456 927
Polsko	431 826	294 191	255 171	325 358
Austrálie	373 803	363 967	342 346	326 643
Turecko	368 123	289 888	192 645	165 357
Tchaj-wan	314 078	300 234	227 399	217 339
Švédsko	293 975	281 950	261 935	271 636
Malajsie	292 320	287 447	362 238	343 939
Jižní Afrika	275 614	239 851	222 978	220 104
Thajsko	266 393	226 211	144 978	143 119
Rakousko	225 840	118 807	97 834	82 521
Slovensko	223 542	281 160	225 442	181 664
Nizozemsko	181 321	164 064	184 285	191 245
Portugalsko	135 749	150 442	170 301	166 586
svět celkem	49 244 320	47 552 797	46 339 824	45 015 871

*) předběžné údaje
 **) 2003 a dříve = definitivní údaje

Český automobilový průmysl se činí

To, že naše země měla historicky značný průmyslový potenciál a tradici nejen ve výrobě motorových vozidel, je známé, ale že ho dokázala v posledním desetiletí uplatnit a zúročit v takové podobě, jakou dnes představuje, lze označit za malý český hospodářský zázrak.

Škoda že se stejným způsobem, jako výroba osobních vozů, pneumatik, autobusů a především komponentů pro výrobu automobilů nechytla také produkce nákladních automobilů a motocyklů.

Různé

Nákladní vozy značky Liaz a motocykly ČZ už patří historii a Tatra, Jawa, ale i Avia mohou objemem současné produkce na svoji někdejší slávu jen vzpomínat. Pouhých 2200 nákladních automobilů obou značek a 1785 motocyklů vyrobených u nás v minulém roce je jen zlomkem toho, kolik se u nás vyrábělo.

K úspěšné výrobě osobních automobilů Škoda přibude od letošního roku také produkce z nového kolínského závodu Toyota, Peugeot, Citroën Automobile. Na 300 tisíc malých vozů tří uvedených značek, spolu s mladoboleslavskou škodovkou, posune Českou republiku zřejmě mezi patnáct největších automobilových výrobců světa. Již dnes se u nás vyrábí víc automobilů než v Austrálii nebo ve Švédsku.

V oblasti autopříslušenství a komponentů pro výrobu automobilů se v současné době vyrábí v České republice součástky pro vozy mnoha předních světových značek. Zvláštní zmínku si zaslouží otrokovický podnik Barum Continental, který je dnes největším výrobcem pneumatik v Evropě. Produkce 26 milionů pláštů včetně těch, které jsou určeny pro automobily jezdící rychlostmi nad 300 km/hod., nebo zimní pneumatiky pro rychlosti až do 270 km/hod., jsou toho jasným důkazem (**Tab. č. IV/4**).

Tab. č. IV/4

Statistické údaje o výrobě motorových vozidel v České republice

Rok	2004	2003	2002	2001
Výroba osobních automobilů	443 065	436 297	441 312	456 927
Výroba lehkých užitkových vozidel	1 122	1 308	1 195	4 070
Výroba nákladních automobilů tahačů	2 200	2 327	2 759	2 719
Výroba motocyklů (nad 50 cm ³)	129	2 147	7 822	5 041
Výroba motocyklů (malých do 50 cm ³)	1 656	38	79	245
Výroba autobusů	1 983	1 787	1 811	1 552
Výroba přívěsů a návěsů	2 689	1 672	1 743	1 675
Celkem	452 844	445 576	456 721	472 229

Auto Škoda 2004 – nejvyšší výroba za poslední tři roky

Jestliže zejména v Evropě probíhá citelný pokles prodeje osobních automobilů, promítá se to pochopitelně v omezování výroby u většiny značek. Důsledkem je v některých případech i zavírání závodů, propouštění zaměstnanců a následné nepokoje. Loni to bylo nejmarkantnější například v německých závodech Opel, ale i v dalších. Za této situace je obdivuhodné, že právě naše Škoda Auto patří k několika málo výrobcům, kteří mohli, díky neklesající poptávce, meziročně svoji produkci i mírně – o 1,5 % navýšit.

Výroba škodovek sice nedosáhla zatím rekordní úrovně přes 460 886 kusů z roku 2001 a 450 910 vozů v roce 2000, ale i tak představuje loňská produkce 444 121 vozů další mezník v historii značky. Nadějně jsou také zahraniční aktivity Škody Auto, výroba v Indii, montáže v dalších zemích, úspěšné kroky v Číně či příprava výroby vozů Škoda v Angole.

Za rok 2004 prodala Škoda Auto celosvětově 451 675 vozů, což je o 0,5 procenta více než v letech 2003 = 449 758 a 2002 = 445 525. Pozoruhodné také je, že loni dosáhl podíl odbytu v České republice jen necelých 15 % celkového prodeje, což znamená, že přes 85 procent vozů bylo exportováno. Česká republika tedy už není zdaleka nejvýznamnějším odbytištěm vozů značky Škoda, jak tomu bylo v minulosti. Přitom obliba automobilů Škoda roste i v zemích s nejnáročnějším trhem. Jen pro ilustraci uvádíme, že v České republice našlo své zákazníky 64 676 osobních a lehkých užitkových vozů a na tak nároč-

Různé

Tab. č. IV/5

Počty registrovaných osobních automobilů

ve vybraných zemích (stav XII/2004) a stupeň motorizace

země	počet automobilů	počet aut/1 000 obyvatel
USA	131 576 261	453
Japonsko	55 313 593	433
Německo	45 022 926	546
Itálie	34 310 446	597
Francie	29 560 000	495
Velká Británie	29 007 820	486
Rusko	23 383 000	161
Španělsko	19 293 263	461
Kanada	17 755 100	561
Brazílie	16 650 000	93
Mexiko	13 600 100	132
Polsko	11 243 800	294
Jižní Korea	10 278 900	211
Austrálie	10 100 000	508
Nizozemsko	7 151 000	442
Čína	6 789 000	5,3
Belgie	4 793 271	465
Švédsko	4 078 000	454
Rakousko	4 054 308	498
Portugalsko	3 966 000	380
Řecko	3 885 908	353
Česká republika	3 815 547	373
Švýcarsko	3 753 890	509
Nový Zéland	2 473 500	617
Finsko	2 259 383	433
Norsko	1 932 663	422
Dánsko	1 894 649	352
Irská republika	1 520 000	385
Slovenská republika	1 385 300	277
Lucembursko	287 245	641
Island*	161 721	580
Monako*	23 437	736

*) údaj je ke konci roku 2003

ném trhu, jaký je v Německu, to bylo 78 051 kusů, 39 693 škodovek se prodalo v Polsku, 34 236 ve Velké Británii, na Slovensku 23 150, v Itálii 20 478, v Maďarsku 17 350, ve Španělsku 16 605, v Rakousku 15 601, ve Francii 13 013 vozů atd. Do Asie a zámoří bylo v loňském roce exportováno rekordních 27 624 škodovek (**Tab. č. IV/5**).

Různé

Při výrobě automobilů jsou u nás zaměstnány desetitisíce lidí

Ať mají automobily, jejich výroba a provoz mnoho nejrůznějších odpůrců, je nutné uznat, že přináší obživu desítkám tisíc obyvatel. Přitom je více než pravděpodobné, že další pracovní místa přinesou nové podniky automobilového průmyslu, které se v blízké době budou otevírat, například automobilka v Kolíně. V České republice se přímo na výrobě motorových vozidel podílí hodně přes třicet tisíc lidí, dalších více než sedmdesát tisíc pracuje ve výrobě příslušenství. Desetitisíce lidí jsou zaměstnány při prodeji a opravách motorových vozidel, další prodávají ojeté vozy, jsou obsluhou u čerpacích stanic atd. Připočteme-li k tomu pracovníky, kteří se podílejí na pojištění, leasingu a všem ostatním, co souvisí s motorizací, plus profesionální řidiče, stejně jako údržbáře i stavbaře silnic a dálnic, mají motorová vozidla značný vliv na zaměstnanost. Odborné odhady uvádějí, že výroba a provoz automobilů přispívá, ať už přímo nebo nepřímo, k obživě zhruba každého dvacátého obyvatele naší země.

Staré znamená většinou neekologické a nebezpečné

Negativní vliv motorových vozidel na životní prostředí je nesporný, ale životní prostředí nepříznivě zatěžují zejména starší typy vozidel. Například deset let staré osobní auto produkuje ve výfukových plynech v průměru desetkrát, ale často i padesátkrát víc zdraví škodlivých látek než auto nové, splňující přísné exalační normy. Podobně je tomu s unikáním olejů, které prakticky nelze u starších vozidel odstranit.

Obnova vozidlového parku u nás probíhá pomalu. Přitom jsou auta starší deseti let také výrazně méně bezpečná. Proto čím dříve se zbavíme starých pojízdných, ale i nepojízdných vraků, tím lépe nejen pro životní prostředí, ale také pro bezpečnost. Staré, většinou také značně zkorodované auto, je při nárazu do slova pastí pro posádku. Při nehodách vozidel starších dvaceti let je riziko usmrcení 3- až 4krát větší než u vozů nových a zánovních.

Rok 2004 v zrcadle domácího trhu

Tuzemský automobilový trh zaznamenal v loňském roce největší změnu v »přestěhování se« několika tisíc osobních vozů mezi lehké užitkové. Osobních vozů se celkově prodalo v roce 2004 o 16 539 kusů méně a prodej lehkých užitkových vzrostl meziročně o 8612 kusů. Tím došlo ke značnému zkreslení prodeje osobních automobilů, s poklesem o 11,1 % a naopak nárůstem o 48,2 % u lehkých užitkových. Pro objektivnější posouzení je tedy vhodnější sečíst obě kategorie, čímž nám vznikne meziroční pokles o příznivějších -4,7 %.

Podíl automobilů domácí produkce a dovážených značek se meziročně opět mírně posunul ve prospěch dovozců, z 42,7 % v roce 2003 na 40,5 % v roce 2004. Škoda Auto prodala doma o 6846 vozů méně než v roce předcházejícím, zatímco dovozci měli ztrátu »jen« 958 vozů (**Tab. č. IV/6**).

Rok 2004 byl zajímavý také tím, že se u nás objevila a byla zakoupena řada významných automobilových lahvůček. Mezi ty největší patří klenot mezi sportovními vozy, vyrobený v limitované sérii – Ferrari Enzo, jeden dvanáctiválcový šlechtic ze stáje Rolls Royce – Phantom, několik vozů Bentley Continental GT, famózní Porsche Carrera GT či Mercedes Benz SLR a ještě pár dalších aut, s cenami i výkony nad kterými se tají dech.

Co přinese rok 2005?

Určitě mnoho dalších automobilových novinek a lákadel pro potenciální kupující, ale určitě i další problémy. Jak bude pokračovat cenová válka? Co ceny pohonných hmot? Zajímavý bude také vstup nových vozů z kolínské automobilky na domácí, ale především na evropský trh. Jak budou tyto výrobky přijaty, jak ovlivní prodej jiných značek a typů? Co na to řekne konkurence? Jak se bude vyvíjet legislativa? Bude

Různé

Tab. č. IV/6

Třicet nejprodávanějších typů osobních a lehkých užitkových vozů v ČR za rok 2004

2004* OA+LUV poř.	značka/typ	osobní a LUV		2004 z toho osobní (OA)		z toho LUV		2003 OA+LUV	
		prodej	podíl	prodej	podíl	prodej	podíl	prodej	prodej
	celkový trh	15 9854	100,0%	132 999	100,0%	26 855	100,0%	167 660	161 633
1 (1)	Škoda Fabia	22 619	14,1%	22 619	17,0%	0	0,0%	25 351	27 878
2 (2)	Škoda Fabia Combi	19 028	11,9%	18 852	14,2%	176	0,7%	19 983	18 509
3 (-)	Škoda Octavia – nová	7 197	4,5%	7 197	5,4%	0	0,0%	0	0
4 (3)	Škoda Octavia – stará	6 048	3,8%	6 048	4,5%	0	0,0%	10 437	11 686
5 (4)	Škoda Octavia Combi stará	4 742	3,0%	4 742	3,6%	0	0,0%	7 524	7 361
6 (19)	VW Golf	3 953	2,5%	3 866	2,9%	87	0,3%	1 835	2 150
7 (5)	Peugeot 206	3 911	2,4%	3 711	2,8%	200	0,7%	4 655	4 250
8 (13)	Ford Focus	2 679	1,7%	1 882	1,4%	797	3,0%	2 421	2 420
9 (7)	Škoda Superb	2 589	1,6%	2 589	1,9%	0	0,0%	3 647	2 461
10 (10)	Hyundai Getz	2 560	1,6%	2 545	1,9%	15	0,1%	2 861	472
11 (8)	Peugeot 307	2 531	1,6%	1 700	1,3%	831	3,1%	3 413	3 098
12 (22)	Ford Fiesta	2 374	1,5%	2 254	1,7%	120	0,4%	1 598	533
13 (11)	Ford Transit	2 291	1,4%	103	0,1%	2 188	8,1%	2 500	2 808
14 (17)	Toyota Yaris	2 120	1,3%	2 098	1,6%	22	0,1%	1 950	1 750
15 (6)	Škoda Fabia Sedan	2 118	1,3%	2 118	1,6%	0	0,0%	4 580	6 571
16 (9)	Renault Thalia	1 976	1,2%	1 976	1,5%	0	0,0%	2 880	2 885
17 (21)	VW Transporter	1 971	1,2%	401	0,3%	1 570	5,8%	1 629	1 545
18 (12)	VW Passat	1 947	1,2%	1 574	1,2%	373	1,4%	2 484	3 039
19 (15)	VW Polo	1 912	1,2%	1 908	1,4%	4	0,0%	2 114	1 814
20 (16)	Opel Astra	1 893	1,2%	1 862	1,4%	31	0,1%	2 077	1 800
21 (14)	Renault Megane	1 787	1,1%	1 174	0,9%	613	2,3%	2 213	1 936
22 (18)	Citroën C 3	1 722	1,1%	1 722	1,3%	0	0,0%	1 874	819
23 (20)	Ford Mondeo	1 412	0,9%	1 009	0,8%	403	1,5%	1 749	1 818
24 (33)	Daewoo Kalos	1 361	0,9%	1 361	1,0%	0	0,0%	962	0
25 (29)	Citroën Berlingo	1 258	0,8%	238	0,2%	1 020	3,8%	1 142	1 235
26 (24)	Renault Clio	1 100	0,7%	1 047	0,8%	53	0,2%	1 344	1 612
27 (32)	Renault Kangoo	1 079	0,7%	211	0,2%	868	3,2%	971	726
28 (88)	Fiat Panda	1 034	0,6%	995	0,7%	39	0,1%	293	0
29 (36)	Renault Megane Scenic	1 024	0,6%	741	0,6%	283	1,1%	917	866
30 (35)	Toyota Corolla	1 002	0,6%	1 002	0,8%	0	0,0%	926	761

*) v závorce = pořadí v roce 2003
OA – osobní vozy; LUV – lehké užitkové vozy

schválen »bodový« systém? Nezodpovězených otázek je i pro tento rok víc než dost. Přes mnoho problémů, které se dají očekávat, jsou i určité důvody k mírně střízlivému optimismu.

Karel Beránek, odborný spolupracovník Ročenky HN

Zdroj: SDA, Sdružení AP, AR, Škoda Auto

Různé

Informační technologie: období zajímavých změn

Na rozdíl od předchozích let nebyl rok 2004 ve znamení zásadních převratných technických novinek, ale přinesl spíše regulérní nástup již známých technologií ve vyspělé, komerčně funkční podobě. V ČR poznamenal rok 2004 nástup vyšší daňové sazby na software a telekomunikační služby z 5 na 22 %, částečně v květnu mírně kompenzován snížením 22% sazby na 19 %. Ačkoli v souvislosti se vstupem do EU se řada výrobců obávala zvýšení cen kvůli jejich sladění se zbytkem Evropy, byl rok 2004 pro české uživatele většinou naopak příznivý, pokud jde o oblast počítačů a komunikací. Přinesl poměrně výrazné snížení cen notebooků, LCD monitorů i širokopásmového připojení k internetu. Průběžně s uváděním nových modelů klesaly i ceny digitálních fotoaparátů a videotechniky. Třímegapixelový CCD čip již dnes patří k výbavě těch nejlevnějších přístrojů v cenové hladině srovnatelné s běžnými kvalitními kinofilmovými kompakty, přístroje pro pokročilé amatéry vybavují výrobci 4 či 5 megapixely, kvalitní optikou s obvykle 3násobným zvětšením a jejich cena se často pohybuje kolem 10 000 Kč včetně DPH i níže.

Do domácností a malých firem začaly rovněž pronikat dříve velmi nákladné přenosné počítače, jejichž cena v roce 2004 klesla pod hranici 25 000 Kč (u nejjednodušších konfigurací dokonce pod 20 000 Kč) včetně DPH. Standardní výbavu počítačů už je dnes výkonný procesor s frekvencí 1 GHz i více a DVD mechanika.

Firemní sféru obohatily v roce 2004 nové 64bitové procesory pro servery, výrobci procesorů začali přecházet na 90nanometrovou výrobní technologii a koncem roku 2004 oznámili přípravu na přechod k procesorům s více jádry, které by se měly na trhu objevit už během roku 2005. Lze zmínit ještě například rychlou sběrnici PCI Express ve vybavení základních desek pro počítače, určenou pro moderní a ještě výkonnější grafické karty, nebo paměťové sloty s podporou duálních DDR pamětí. Na základních deskách se začaly objevovat i řadiče Seriál ATA (SATA) druhé generace, umožňující výměnu disků za provozu počítače.

Příznivý vývoj (z hlediska uživatelů) přinesl rok 2004 v segmentu plochých LCD displejů, které již vytěsňují klasické CRT monitory. Jejich ceny zvláště u 15" modelů klesly na úroveň, která už úspěšně konkuruje klasickým monitorům, a i ceny 17" modelů se dostaly pod psychologickou hranici 10 tisíc Kč, což vytváří předpoklad pro hromadné nahrazování dosavadních monitorů LCD displeji. Obdobný trend, i když pomalejší, lze sledovat v nástupu nové generace TV techniky ve spotřební elektronice, kde se stále více prosazují LCT a plazmové obrazovky, jejichž ceny klesaly v průběhu roku 2004 často o desítky procent.

Společnost DisplaySearch, která sleduje vývoj trhu zobrazovacích zařízení, předpokládá, že zlevňování LCD panelů bude trvat až do poloviny roku 2005.

Hitem je bezdrátová komunikace, přichází RFID

Letopočet 2004 byl také důležitým mezníkem, kdy do komerčního provozu vstoupila technologie rádiové identifikace RFID, která by podle odborníků mohla ve většině případů postupně nahradit dosavadní čárové kódy. Proti nim nabízí totiž nové možnosti zejména pokud jde o sběr informací a jejich aktualizaci. Velmi tenký čip vysílá do svého okolí signál s jedinečným významem (podobně jako čárový kód), který zachytává příslušná čtečka. Tuto techniku lze využít zejména pro označování zboží ve skladech a monitorování jeho pohybu, do čipů však lze ukládat řadu doplňkových informací a průběžně je aktualizovat. Jako první začaly RFID nasazovat obchodní řetězce a průmysloví výrobci. Větší rozmach RFID však lze očekávat až po snížení zatím relativně vysoké ceny vysílačů, k níž by mělo dojít v průběhu několika let.

Bezdrátová komunikace obecně patřila podle IDG a dalších analytiků v roce 2004 mezi nejvíce se rozvíjející oblasti. Kromě již známých technik, jako je WLAN (rostl počet především bezdrátových přepína-

Různé

čů, a to i o stovky procent), bluetooth (počet dodaných čipů této technologie se má podle odhadů analytiků do roku 2008 zvýšit prakticky desateronásobně z 69 milionů v roce 2004 na 720 milionů) či USB, se začínají prosazovat i další novinky. Například podle průzkumné společnosti In-Stat/MDR přicházejí ke slovu technologie WPAN (802.15.4) a ZigBee, inovaci se dočkal také i.Link (IEEE 1394), jehož varianta 1394c zahrnuje na jedné fyzické vrstvě vlastnosti Ethernetu a Wireless 1394, pomocí něhož lze signál i-Linku přenášet bezdrátově přes síť Ultra Wideband (UWB).

Výrazný pokrok zaznamenal v průběhu roku 2004 i vývoj dalších pokročilých technologií, jako jsou například elektronický papír (ultratenké ohebné displeje), sítnicové displeje či palivové články pro přenosné počítače, objevil se polovodičový inkoust. Vojenské konflikty a boj s terorismem přispěly k rozvoji řady vyspělých technologií do prakticky využitelné podoby (diagnostické testy, vakcíny, biometrická identifikace, robotika, mikrovlnné zbraně...).

Mobilní komunikace versus pevné linky

Také v oblasti komunikačních technologií pokračoval vývoj svižným tempem. Evropa nasadila vylepšené mobilní sítě s rychlými datovými přenosy (technologie EDGE) a pomocí pilotních projektů se připravovala na start třetí generace (3G) sítí, které mají být uváděny do provozu v průběhu roku 2005. Jejich úspěch však bude záviset na obchodní politice operátorů a také na nových technologiích, umožňujících nabízet očekávané nové služby, jako jsou například videopřenosy apod. s relativně nízkými náklady pomocí již existující technické infrastruktury.

V ČR znamenal rok 2004 rekord v počtu uživatelů mobilních telefonů. Počet aktivovaných SIM karet včetně předplacených, kterými se měří tzv. penetrace v zemi, přesáhl v roce 2004 počet obyvatel. Na každého obyvatele ČR připadá tedy statisticky nejméně jeden mobil. Nejúspěšnějším operátorem co do počtu zákazníků byl v roce 2004 Eurotel (službu jeho sítě využívalo 4,6 milionu zákazníků), na dalších pozicích se umístil T-Mobile s 4,36 mil. zákazníků, a Oskar, který loni vykazoval 1,83 mil. zákazníků. Počet pevných linek provozovaných Českým Telecomem se v podstatě nezměnil, údaje Telecomu vykazují penetraci pevných linek v roce 2004 zhruba ve výši 34 %, což odpovídá cca 3,6 milionu uživatelů.

TV vysílání se digitalizuje

ČR zahájila v roce 2004 přechod televizního vysílání na digitální, analogové signály televizí by měly být zcela vypnuty podle předběžných odhadů v letech 2010 až 2012. Zpočátku by podle koncepce měly v ČR fungovat dva digitální multiplexy, tj. dva soubory datových toků šířených prostřednictvím rádiových vysílačů nebo televizních kabelových sítí v systému DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial). Digitalizace umožňuje vysílání více televizních, ale i rozhlasových programů na omezeném počtu kmitočtů a ve větší kvalitě, než nabízí analogové vysílání. Technologie zároveň umožní nabídku doprovodných služeb od kvalitního grafického teletextu po telebankovníctví. V prvních dvou celoplošných multiplexech by pak měla být zákonem garantovaná místa pro programy České televize (ČT), Novy a Primy. Multiplexy se nyní postupně koordinují a ČR by měly téměř úplně pokrýt do konce roku 2006.

Televizí požadovaný samostatný veřejnoprávní multiplex, kde by ČT vysílala spolu s Českým rozhlasem, koncepce digitálního vysílání v ČR do budoucna nevylučuje. Klíčovou pro rychlé rozšíření digitalizace bude cena tzv. set top boxů, tj. zařízení umožňujících přijímat digitální signál i na analogových televizorech, které nejsou vybaveny digitálním TV tunerem přímo od výrobce. Ty se začaly na trhu objevovat v cenách kolem 3–5 tisíc Kč.

Internet

Rok 2004 přinesl řadu zajímavých nabídek v oblasti internetového připojení. Zatímco jeho první polovina byla ve znamení stále levnějších nabídek ADSL, konec roku znamenal hlavně nástup rychlého mo-

Různé

bilního internetu. Poprvé klesla cena vysokorychlostního připojení přes ADSL pod tisíc korun v dubnu 2004, kdy jako první se snížením ceny přišla firma Contactel a nabídla připojení s rychlostí 512 Kbit/s a limitem 3 GB dat měsíčně za 793 korun včetně DPH v reakci na cenové rozhodnutí ČTÚ, kterým regulátor snížil propojovací poplatky k ADSL. V pololetí začaly ceny ADSL klesat k psychologické hranici 500 Kč za paušální připojení s omezeným limitem dat. Celkový počet aktivních přípojek ADSL uváděných Telecomem dosáhl koncem roku 2004 výše 101 tisíc, což znamená meziroční nárůst o 573 %. Na levné nabídky ADSL připojení zareagovali poskytovatelé kabelového internetu a ceny stálého připojení k internetu se tak (v nejjednodušší verzi) v průběhu druhého pololetí dostaly až pod 500 Kč měsíčně.

K dalším změnám v rozvoji internetu přispělo v ČR dlouho očekávané spuštění rychlého mobilního internetu – v srpnu 2004 Eurotel představil službu Data Expres založenou na technologii CDMA za 1070 korun měsíčně. Konkurenční T-Mobile nabídl rychlý internet až začátkem listopadu, ale zase za nižší cenu pod 1000 Kč (832 korun měsíčně bez DPH), což je stejně jako u GPRS připojení. Připojení je založeno na odlišné technologii EDGE a pro připojení postačí mobilní telefon s podporou této technologie. Na jaře 2005 uvedl komerční EDGE pro své klienty i třetí mobilní operátor v ČR – Oskar.

Počítače v ohrožení

Rok 2004, kdy počítačové sítě opět prodělaly několik virových epidemií, ukázal, že počítačové viry šířící se prostřednictvím internetu jsou stále aktuální hrozbou, a to především kvůli nepoučitelným uživatelům. Z několika desítek tisíc počítačových virů, které se objevily během roku 2004 se však jen několik rozšířilo kritickým způsobem a byly schopny vyvolat virovou epidemii velkého rozsahu – byly to například MyDoom, Bagle, Netsky či Sasser. Některé z nich se objevily hned v několika variantách.

Virový žebříček roku 2004 vede právě posledně zmíněný virus Sasser, který napáchal obrovské škody. Začátkem května například zasáhl více než tisícovku počítačů Evropské komise. O závažnosti celé situace svědčí i to, že Microsoft věnoval tomuto viru vlastní webovou stránku, která obsahovala rady, jak se viru zbavit. Další pozoruhodností Sasseru byla i jeho právní dohra: Tvůrce viru 18letý programátor ze severoněmeckého Rotenburgu, identifikovaný a zadržený zanedlouho poté, co virus vypustil do světa, byl za jeho vytvoření a šíření právně stíhán a odsouzen. V ČR patřil k nejrozšířenějším virům Win32/Zafi.B. K jeho epidemii v polovině června přispělo mj. to, že na uživatele působil velmi důvěryhodně a jeho česká verze se vydávala za elektronickou pohlednici největšího českého portálu Seznam.

Pro rok 2004 byly v počítačových hrozbách podstatné některé nové trendy, které předznamenávají rostoucí riziko virových útoků. Podle studie Internet Storm Center při SANS Institutu se doba, kterou počítač s operačním systémem Windows neaktualizovaným dodatkovými úpravami (tzv. opravnými záplatami) přežije na internetu, než dojde k jeho napadení viry či jinými škodlivými programy, zkrátila na pouhých 20 minut. Odborníci proto ke snížení tohoto rizika důsledně doporučují mít zapnutý firewall, pravidelně instalovat záplaty do Windows, aktualizovat antivirový systém a hlavně neotevírat pochybné e-maily.

Dalším varovným rysem je závěr průzkumů výrobců i dodavatelů antivirů a společností, které se zabývají dlouhodobým sledováním virových aktivit: v průběhu posledních měsíců dochází ke změně charakteru virových útoků, a sice od škodlivých, ale spíše destruktivně orientovaných typů virů způsobujících například zablokování provozu na síti, roste počet virových útoků, které mají proniknout do systému s cílem zjišťování nebo odčerpání různých druhů dat, získání hesel, čísel platebních karet apod. Jde zejména o nasazení tzv. trojských koňů a backdoor programů sloužících k přístupu do počítače zvenčí bez vědomí jeho uživatele. Viry se tak stávají jak neustále konstrukčně dokonalejšími, tak nebezpečnějšími.

Spíše zajímavost než akutní nebezpečí představoval první 64bitový virus W64.Rugrat.3344, který se v polovině roku začal šířit na počítačích vybavených 64bitovým procesorem Itanium od firmy Intel. Vzhledem k dosud malému rozšíření takových počítačů mezi uživateli však nezpůsobil větší škody. Podobně se objevil i první virus specializovaný na mobilní zařízení typu smartphones a PDA. Virus s označením Cabir byl však opět spíše technickou zajímavostí než skutečným ohrožením, vzhledem k tomu, že k šíření vy-

Různé

užíval technologii bluetooth, kterou disponuje jen část mobilních telefonů a PDA. Právě v technologii bluetooth byly loni zjištěny některé slabiny, které mohou způsobit bezpečnostní rizika a vést i k »vysávání dat«. Někteří odborníci se domnívají, že tyto nové viry jsou jakýmsi testovacím vzorkem a předzvěstí nástupu nové generace bezpečnostních rizik v budoucnosti.

Kromě tradičních, především technických metod zneužívání počítačů byl v průběhu posledního roku zaznamenán i významný nárůst metod využívajících sociálního inženýrství, jinými slovy slabiny, kterou i v nejdokonaleji technicky chráněných systémech představuje jejich lidský prvek – uživatel. K nejnebezpečnějším patří tzv. phishing – nekalá aktivita, při níž se podvodník na internetu vydává za někoho jiného, než kým ve skutečnosti je, a může například zaslat jménem nějaké důvěryhodné instituce či firmy e-mail, v němž adresáta žádá o přihlášení k jeho bankovnímu účtu na věrohodné adrese.

Dalším problémem, který přinesl rok 2004 do světa počítačů, je rostoucí objem nevyžádané pošty, tzv. spamu. Na rostoucí objem nevyžádané pošty reagovala i ČR po vzoru dalších zemí zpřísněním legislativy. Nový zákon č. 480/2004 Sb. ze dne 29. července O některých službách informační společnosti, umožňuje postihovat rozesilatele spamu vysokými pokutami až do výše 10 milionů Kč. Odesílatelé firemních sdělení si nyní musejí vyžádat od příjemce souhlas s jejich zasláním, internetové portály a služby (například Seznam, Tiscali aj.) už pro zvýšení ochrany uživatelů přímo do svých rozhraní zabudovaly antivirové a antispamové technologie.

Josef Vališka, šéfredaktor měsíčníku Technik

Svět a jeho ekologické možnosti

Rusko – obchodník s »čistým vzduchem«

Kjótský protokol je pravděpodobně nejdůležitější ekologická smlouva, jaká kdy byla na Zemi dohodnuta. Je to poprvé, co se státy světa pokoušejí najít reálná pravidla pro regulaci nadspotřeby primárních přírodních zdrojů. Tím se míří k jádru ekologických problémů v globálním rozměru. Na začátku roku 2004 panovala velká skepse k tomu, že by Kjótský protokol o snižování emisí skleníkových plynů mohl vstoupit v platnost. Společně s Bushovou administrativou odmítla ratifikovat protokol také Austrálie. Čekalo se, co udělá nevyzpytatelné Rusko, další z klíčových zemí. Kvóty pro snižování emisí skleníkových plynů byly stanoveny ještě v době, kdy existoval mohutný, energeticky neefektivní sovětský průmysl. Po roce 1990, kte-

Tab. č. IV/7

Jak se změnil svět ve 20. století?

Násobky míry růstu mezi roky 1890–1990:

Světová populace	4	Emise CO ₂	17
Podíl obyvatelstva měst na světové populaci	3	Emise SO ₂	13
Obyvatelstvo měst na světě celkově	13	Emise olova do ovzduší	cca 8
Světová ekonomika	14	Využití vody	9
Průmyslová produkce	40	Lov mořských ryb	35
Využití energie	13	Populace chovaného dobytka	4
Produkce uhlí	7	Populace chovaných prasat	9
Znečištění ovzduší	cca 5	Populace chovaných koní	1,1

Zdroj: John R. McNeill, *Something New under the Sun*, W. W. Norton & Company, Inc., New York, London 2001

Různé

rý je »etalonem«, zde pokleslo vypouštění o 37 %, takže Rusko by mohlo prodávat »čistý vzduch«. Když ale Spojené státy ustoupily, ubyl velký potenciální kupec (**Tab. č. IV/7**).

Doprava jako špatný pán a Aarhuská úmluva

I obyvatelé České republiky stále silněji pocítují problém bohatých zemí – negativní dopady automobilové dopravy. Je to dobrý sluha, bez něhož se neumíme obejít, ale špatný pán. V roce 2004 zaznamenáváme další zesílení dopravy, především tranzitní. »Po vstupu Česka do EU se provoz v Dubí zvýšil o 30 %, přes mezinárodní silnici E 55 nelze ve městě ani přejít,« říká starostka Ilona Smítková.

České obce a stát se potřebují zabývat dopravními problémy komplexně – nejen dopravou, ale spíš potřebou mobility. Řeší se zavádění mýtného na dálnicích a v centrech měst. Přemýšlí se o urbanistických metodách, které by pomohly lépe uspořádat obce. Vláda na začátku července 2004 přijímá Národní strategii cyklistické dopravy ČR. Projektanti umísťují na komunikace prvky zklidňující dopravu. V roce 2004 se také na českém trhu poprvé objevuje ekologicky šetrnější, ale příliš drahá Toyota s hybridním motorem. Hybrid chystá i Opel či Mercedes.

Nestačí stavět nové silnice a prosadit zákony omezující přístup veřejnosti do stavebního řízení. O to se opakovaně snaží někteří poslanci, ale směřuje to proti tendenci k posilování účasti veřejnosti na rozhodování, proti zajištění lepšího přístupu k informacím a k právní ochraně ve věcech životního prostředí, které zajišťuje mezinárodní Aarhuská úmluva. Souhlas s její ratifikací vyslovila česká poslanecká sněmovna 7. dubna 2004. Ratifikovaly ji už také například Norsko, Dánsko, Francie a tato dohoda by se měla stát součástí práva EU.

Přírodní kapitalismus

Současný převládající hospodářský model stále neumí ekonomicky ocenit přírodní zdroje a statky ani služby »poskytované« lidskému hospodářství přirozenými ekosystémy (jako jsou vstřebávání odpadů, koloběh vody nebo biodiverzita).

»Právě v současné době dochází k základní změně optiky. Ekonomické zájmy mohou být šetrné k životnímu prostředí,« říká sociální ekolog Bohuslav Blažek. Jeho tvrzení přitom vychází z příkladů vynalézavých inovací ve směru k ekologické efektivnosti. Popisuje práci české firmy MVV Energie CZ, která na zakázku továrny, velké školy, nemocnice nebo celé čtvrti vyhotoví diagnózu energetických úniků a navrhne opatření ke zmenšení ztrát a opatření zafinancuje z peněz, které by zákazník zaplatil za zbytečně spotřebovanou energii. Firma se díky metodě Energy Performance Contracting dynamicky rozvíjí. Zisk je ekonomický i ekologický. Metodu EPC nabízí v ČR již několik firem, například Komterm, Siemens, Středisko pro úspory energie, Martia. Databáze projektů je dostupná na webu České energetické agentury.

Když A už nestačí

Energetické štítky na ledničkách, pračkách, myčkách, elektrických ohříváčích vody, žárovkách a dalších elektrospotřebičích umožňují rychlou a snadnou orientaci mezi podobnými výrobky s různou měrnou spotřebou energie, a tím také dávají spotřebiteli možnost informované volby. Hlavním cílem zavedení energetických štítků byla ochrana životního prostředí. Evropa štítkuje od roku 1992, Česká republika od roku 2001. A taky inovuje.

Pro ČR jakožto členskou zemi vznikla přijetím evropské směrnice 2003/66/EC povinnost zjemnit rozlišování těch nejúspornějších chladniček a mrazniček o nové kategorie A+ a A++. Štítky totiž zjevně motivovaly výrobce k výrobě ještě úspornějších modelů. Jak uvádí v dubnu 2004 v časopisu Environmentální značení Juraj Krivošík ze Střediska pro efektivní využívání energie, v některých evropských zemích tvoří prodej chladniček a mrazniček v energetické třídě A až 50 %. Podle průzkumu v obchodech tento podíl

Různé

v České republice přesahuje 35 % a spolu se spotřebiči třídy B tvoří téměř 90 % trhu. Do kategorie A+ budou patřit spotřebiče, které jsou o čtvrtinu úspornější než A.

EnergyStar, certifikované domy a zelená elektřina

Další evropskou novinkou je zavedení dobrovolného označování kancelářské techniky, jako jsou počítače, monitory, tiskárny, logem EnergyStar, které původně zavedla americká Agentura ochrany životního prostředí. Logo mohou nést výrobky s nízkou provozní a stand-by spotřebou.

Energetické štítkování se dnes dobrovolně používá i u domů. Od roku 2006 bude energetická certifikace v EU povinná pro všechny novostavby a rekonstruované budovy. Má to nepochybný význam vzhledem k tomu, že špatně zateplené budovy spotřebují zhruba polovinu světové produkce energie, a tím stojí i za polovinou produkce emisí skleníkových plynů. Bohužel, v našem ekonomickém systému zatím není výhodné energiemi šetřit.

Situaci by mohl změnit nový zákon o obnovitelných zdrojích energie, který schválila Poslanecká sněmovna ČR v únoru 2005. Přivítaly ho i ekologické organizace. Podle Hnutí Duha »otevře cestu na český trh čistým zdrojům elektřiny. Po vzoru Německa, Španělska a dalších evropských zemí pomůže snížit vysoký český příspěvek k exhalacím, které způsobují globální změny podnebí. Zároveň vytvoří nová pracovní místa a modernizuje energetiku. Přitom je velmi levný. Vládní kalkulace zjistila, že zvýší cenu elektřiny o pouhých 16 haléřů za kilowatthodinu v roce 2010.« Liberalizaci evropského energetického trhu reflektovaly vytvořením nového produktu »zelená elektřina« s předstihem také některé distributorské společnosti. Elektřinu výhradně z obnovitelných zdrojů prostřednictvím speciálního tarifu začaly u nás jako první nabízet Západočeská a Pražská energetika.

K naplnění silícího volání po ekologické efektivnosti ale ani zavádění obnovitelných zdrojů energie, ani energetické úspory nestačí. K nutným kritériím patří také snadná opravitelnost, dlouhá životnost kvalitních věcí. Pokud producent bude mít ve své režii i údržbu a likvidaci výrobků po dožití, bude sám chtít, aby byly snadno čistitelné, opravitelné a zkonstruované z netoxických, snadno recyklovatelných materiálů.

V tomto žádoucím směru by také měla působit novela českého zákona o odpadech, kterou koncem roku 2004 podepsal prezident Václav Klaus. Podle ní budou muset výrobci od léta 2005 odebírat zpět vysloužilé elektrospotřebiče. Žárovky a svítidla pro domácnosti by neměly po 30. červnu 2006 obsahovat nebezpečné látky jako rtuť, kadmium nebo polybromované difenylétery.

Chemie na talíři i v krvi

Polybromované difenylétery (PBDE) se jako zpomalovače hoření používají ve spotřební elektronice, kobercích nebo polyuretanových pěnách v nábytku. Jak proběhlo v roce 2004 tiskem, američtí vědci zjistili, že domácnosti po celých Spojených státech – a pochopitelně nejenom tam – jsou jimi doslova promořeny, protože PBDE se stávají součástí domácího prachu. Tyto látky poškozují zdraví, zaviňují poruchy hormonálního systému, paměti, jater a ovlivňují i potomstvo. Profesorka VŠCHT v Praze Jana Hajšlová soudí, že riziko bromovaných zpomalovačů hoření se obecně podceňuje. Tyto látky jsou v mateřském mléce i v tělech ryb. Našly se i v krvi českého ministra životního prostředí. Libor Ambrozek si nechal, podobně jako jeho čtrnáct kolegů z Evropské unie, vyšetřit krev na obsah toxických chemikálií. Rozbor dále prokázal v Ambrozkově krvi vysoké množství PCB a DDT. Testy zorganizoval Světový fond na ochranu přírody v polovině roku 2004, kdy začínala diskuse o nové chemické politice EU.

Britští vědci dávají do souvislosti prudký vzrůst výskytu Alzheimerovy a Parkinsonovy choroby a neuromotorických poruch se zvyšujícím se množstvím pesticidů a dalšího znečištění prostředí. Britská agentura pro životní prostředí zjistila také přítomnost antidepressiva Prozac v řekách a spodních vodách. Podle odborníků nemůže narůstající množství chemikálií v potravinách, vodě a okolním prostředí zůstat bez vlivu na člověka a živou přírodu.

Různé

Jednou z možností, jak chemická rizika snižovat, je biozemědělství. Světový trh s biopotravinami stále roste. Obrat obchodu s biopotravinami v roce 2004 se odhaduje na 25 miliard eur. Evropský trh s obratem 11 miliard eur je druhým největším trhem za USA. Největším evropským trhem je Německo s 3,1 miliard eur, po něm následuje Velká Británie, Itálie a Francie.

Kjótský protokol osm let poté

Během roku 2004 se vyjednávání o Kjótském protokolu dostalo do obrátek. V únoru odsouhlasil ratifikaci ukrajinský parlament. Ještě v polovině roku však stále nikdo netušil, kdy začne dohoda platit. Všechno záviselo na Rusku.

Mezitím se pracuje na realizaci některých prvků této mezinárodní dohody. Evropská unie, a tedy i Česko, připravuje legislativu, která má umožnit obchodování s emisemi skleníkových plynů. Už je jasné, že Evropský systém obchodování s povolenkami začne fungovat 1. ledna 2005. Česká republika ale má kvůli sporům mezi resorty životního prostředí a průmyslu o výši kvót zpoždění.

18. listopadu 2004 Rusko Kjótský protokol ratifikuje. Ten vstupuje v platnost o 90 dní později – 16. února 2005. Jeho přijetím a naplněním by měly být v letech 2008–2012 sníženy celkové světové emise oxidu uhličitého a dalších skleníkových plynů o 5,2 procenta v porovnání s rokem 1990.

Vstupem Kjótského protokolu v platnost ovšem končí jenom startovací fáze dlouhého procesu, jehož cílem by mělo být snížení globálních emisí skleníkových plynů tak, aby nepřekračovaly přirozenou vstřebávací schopnost zemské biosféry.

S jedním takovým procesem globální ekologické regulace už má lidstvo úspěšně pokračující zkušenost, totiž s ochranou ozonové vrstvy. Díky tomu by se v příštích desetiletích mohla ozonová díra zacelit. V Praze se v listopadu 2004 sešla 16. světová konference účastnických stran Montrealského protokolu o ochraně ozonové vrstvy, aby jednaly o dalším postupu. Výsledky zhodnotil stručně titulkem Ekolist: Mírný pokrok v mezích protokolu. Účastníci se dohodli na postupném omezování zemědělského postřiku methylobromidu, který poškozují ozonovou vrstvu šedesátkrát rychleji než zakázané freony.

Kodex a strategie – moderní normy

Dramatickými diskusemi je v Česku poznamenáno zavádění evropské směrnice o integrované prevenci a omezování znečištění, kterou by firmy měly splňovat v roce 2007. Svaz průmyslu si stěžuje na příliš složitou proceduru. Ekologická legislativa se leckomu zdá příliš komplikovaná. Pokud by zjednodušení spleti environmentálních právních norem, které mají ve svém ekologickém programu politici přichystaní vystartovat z opozice a vládnout, znamenalo systémové zavedení Kodexu životního prostředí, byl by to nepochybně přínos. Kodex představuje systémový ucelený zákoník životního prostředí. Pracuje na něm už léta například pražský Ústav pro ekopolitiku.

Od roku 2004 má Česká republika konečně také, jak je už zvykem v civilizovaných západních zemích, svou Národní strategii udržitelného rozvoje. Po bolestné několikaleté přípravě v režii různých institucí ji schválila vláda v polovině prosince. Není to ani strategie, ani udržitelného rozvoje, kritizuje ji Vojtěch Kotecký z Hnutí Duha, který je zároveň členem Rady vlády pro udržitelný rozvoj. Dokument je politickým kompromisem, který se nelíbí ekologům. Za jeho hlavní přínos se dá považovat, že se český stát otázkami udržitelného rozvoje na úrovni vlády vůbec začal zabývat.

Evropská unie strategii udržitelného rozvoje přijala v roce 2001. Jejím prioritami jsou: klimatická změna, veřejné zdraví, chudoba a sociální vyloučení, stárnutí společnosti, management přírodních zdrojů, mobilita a doprava. V průběhu roku 2004 se už diskutovalo o potřebných změnách v evropské strategii. Do veřejné konzultace udržitelné strategie EU, která skončila 31. října, přispělo na 800 lidí. Výsledky jsou na webu http://europa.eu.int/comm/sustainable/pages/consult_en.htm.

Hana Kolářová, odborná spolupracovnice Ročenky HN

Nakupování na českém internetu se mění

Elektronické obchodování v Česku zažilo loni historicky největší vzestup. Češi stále více nakupují zboží přes internet, zároveň kupují dražší zboží než ještě před několika roky.

Důvěra v elektronické obchody výrazně roste, konstatovali shodně v loňském roce představitelé největších e-obchodů v zemi. Některé portály uvádějí více než stoprocentní meziroční růst prodeje. Celý trh on-line nakupování podle kvalifikovaných odhadů loni meziročně rostl o čtyřicet až padesát procent. To je třeba o deset procent víc než ve Spojených státech, kde je ovšem prodávání po internetu mnohem rozvinutější než v celé Evropě.

Zatímco ve Spojených státech nebo Velké Británii se na internetu prodává téměř vše, v srdci Evropy si lidé nákupy na webu spojují především s výrobky, které nemusejí »ozkoušet«, tedy především s elektronikou, knihami, hudebními nosiči a výpočetní technikou. Stále častěji se na síti kupují i počítačové hry, při jejichž elektronickém nákupu mohou zájemci ušetřit až několik desítek procent běžné maloobchodní ceny. V posledních třech letech se mohutně rozmáhá i webová prezentace autobazarů. Lidé si na internetu jednoduše auto vyberou, e-mailem nebo formulářem jej zarezervují a pak se bez rizika přijdou na vůz podívat.

Internetové obchody jsou v drtivé většině případů levnější než běžné prodejny, které míváme na ulicích na každém kroku. Nemusejí mít velké reprezentativní prodejny, nemusejí držet obrovské skladové zásoby, jak je tomu třeba v případě hypermarketů, ani zaměstnávat tolik lidí. Přesto není možné obchody v současnosti provozovat už z domova. Musejí totiž plnit v mnohem přísnější kritéria než »kamenné« obchody. Musejí zákazníkům garantovat vrácení peněz po dobu dvou týdnů bez udání důvodu, při nákupu klienty pečlivě informovat o jejich právech a mají stanovenou maximální dobu, do které musejí objednané zboží dodat.

Dnes na českém internetu působí mnoho velkých prodejen, ale trhu vládnou zhruba čtyři. Internet Mall, Internet Shops, 123shop.cz a Ochodní-dům.cz.

Přestože lidé v posledních třech letech už přivykli na nákupy přes web v průběhu celého roku, obchodníci mají největší žně tradičně před Vánocemi.

Trh internetových obchodů raketově roste

Například tuzemský internetový obchod Internet Mall zaznamenal nárůst zájmu v předvánočním období o sto procent. Celkový obrat za prosinec odhaduje obchodní ředitel Tomáš Kovařík na 140 milionů korun. Podobný nárůst zájmu zaznamenal i konkurent 123shop.cz. »Zejména díky velké oblibě hudebních přehrávačů a digitálních fotoaparátů rostly naše tržby před Vánocemi téměř dvojnásobně,« uvedl ředitel firmy Pavel Včíslo.

Obchodní-dům.cz zaznamenal růst o čtyřicet procent. Takový meziroční růst odpovídá zhruba vývoji celého trhu internetových obchodů. »Zvýšení prodeje o stovky procent přičítám spíše tomu, že některé podniky koupily své konkurenty nebo začaly prodávat třeba dražší zboží než loni,« uvedl Nikola Rafaj, ředitel Asociace pro elektronickou komerci. Výzkumná společnost GfK, která sleduje on-line trh, předpokládá spíše padesátiprocentní růst.

Výrobci: Odbyt nám díky internetu stoupá

Stále větší úspěšnost on-line obchodů vnímají i výrobci a dovozci elektroniky. Z jejich vyjádření vyplývá, že zhruba pět procent jejich sortimentu šlo před Vánocemi do elektronických obchodů. To je proti

Různé

předchozímu roku významný posun. Například firma Sony největší nárůst zájmu zaznamenala u hudebních přehrávačů a digitálních fotoaparátů. Nárůst potvrzují i firmy jako Olympus, a to o dvacet tři procent, či Acer.

Jak představitelé obchodů, tak i odborníci se shodují, že se výrazně zlepšilo prostředí pro elektronické nákupy. »Chování elektronických obchodů se velmi zlepšilo. Obchodníci žijí především z opakovaných nákupů, nejen z jednoho konkrétního zákazníka, ale i jeho rodiny, známých nebo kolegů, kterým předá reference,« tvrdí Rafaj.

Navíc existuje i zákon, který »hlídá« elektronický obchod. Zákazníci mají stejnou možnost reklamaci jako v »kamenných« prodejnách.

»Stoupající důvěra je podle mne způsobena také stále se zvyšující počítačovou gramotností obyvatelstva. Na prvním místě ovšem každopádně zůstává fakt, že spokojení zákazníci dále referují o svých zkušenostech,« tvrdí Petr Šebek, obchodní ředitel společnosti Obchodní-dům.cz. Podobný názor má i ředitel firmy Internet Mall Ondřej Fryc.

Trh on-line nákupů by ovšem mohl růst ještě rychleji. Podle expertů má stále mnoho lidí z elektronického nakupování strach. »Lidé se nejčastěji bojí toho, že jejich údaje, třeba číslo platební karty či osobní údaje budou zneužity nebo že se jim koupený výrobek nebude líbit,« uvádí Šárka Bártová z GfK. Proto některé internetové obchody otevřely své »kamenné« prodejny, kde si mohou zájemci zboží »osahat«.

Nejvíce se před Vánocemi prodávaly digitální fotoaparáty, přehrávače hudby a další elektronika, tento trend byl patrný po celý rok.

Nejrychleji rostly prodej elektroniky

Zatímco předloni byly v internetových obchodech největším lákadlem mobilní telefony, loni zažily nečekaně prudký růst digitální fotoaparáty a přehrávače hudby.

»Téměř polovina veškerých objednávek, které jsme obdrželi před Vánocemi, požadovala přehrávač hudby v počítačovém formátu MP3. Neskutečně rychle rostly i prodej digitálních fotoaparátů,« uvedl Pavel Včíslo, ředitel internetového obchodu 123shop.cz.

V konkurenčním obchodě Obchodní-dům.cz byly digitální fotoaparáty druhým nejprodávanějším zbožím po automatických pračkách.

Podle představitelů nejvýznamnějších českých internetových obchodů byl největší zájem o elektronické nákupy zhruba v polovině prosince. Například podle statistik jednoho z největších e-obchodů, podniku Internet Mall, prodejní stránky navštívilo nejvíce lidí 6. prosince (53 tisíc zákazníků), nicméně nejvíce objednávek (1592) obchod zaznamenal až o týden později, kdy si lidé vybrali zboží za 8,55 milionu korun. »Z toho se dají usuzovat dvě věci: lidé si už zvykli nakupovat s předstihem a především se naučili pečlivě dárky vybírat a objednávat až po zralé úvaze,« uvedl obchodní ředitel Internet Mall Tomáš Kovařík.

Podle údajů výzkumné společnosti GfK chtělo ještě před Vánocemi nakoupit na internetu zhruba 31 procent všech jeho tuzemských uživatelů. Ještě o jedenáct procent více lidí hodlalo internet využít především jako informační zdroj a v elektronických obchodech si hlavně porovnat ceny s běžnými obchody.

V Česku používá podle loňských údajů Českého statistického úřadu internet asi třetina obyvatel. To je výrazně méně, než činí průměr vyspělých zemí Evropské unie. V nich ještě před přijetím nových zemí s internetem pracovala v průměru polovina populace. Více lidí se také připojovalo z domova. Skutečný rozvoj internetového obchodování by tedy mělo Česko ještě zažít.

Prodávala se i auta

Například prodej ojetých aut prostřednictvím internetové sítě auto-plus loni stoupl o osm procent – na více než deset tisíc vozů. Počet návštěvníků internetových stránek www.auto-plus.cz se zvýšil o pětinu, na 741 486 uživatelů, řekl agentuře ČTK mluvčí sítě Jan Klíma.

Různé

Největší prodeju aut na internetu v Česku provozuje firma EBM System na adrese www.tipcars.cz. Program auto-plus zavedla v roce 2001 společnost Import VW Group, která je výhradním dovozcem vozů Audi, Seat a Volkswagen na český trh.

Knihy jsou už několik let nejoblíbenější

Už několik let patří mezi nejprodávanější zboží na českém webu knihy a hudební nosiče. Podle expertů se lidé domnívají, že koupí knihy na internetu neriskují tolik jako třeba při koupi elektroniky nebo výpočetní techniky. I loni patřily v absolutních prodejkách mezi nejžádanější zboží hlavně před Vánocemi.

Kniha podle průzkumů patří v Česku stále mezi oblíbené vánoční dárky. Lidé před Vánocemi nakupovali na webu svým blízkým především dražší publikace, jako jsou například encyklopedie, obrazové publikace, historickou prózu, klasickou beletrii a dětské knížky.

Bezmála 90procentní nárůst tržeb hlásilo před Vánocemi internetové knihkupectví Kosmas. »Prodej knih postupně rostl již od října. V porovnání se stejným obdobím loňského roku nám v závěru letošního roku vzrostly tržby o 50 procent. Přibližně 60 procent objednávek je v předvánočním období od nových zákazníků, což se v následujících měsících vždy pozitivně projeví v počtu objednávek,« tvrdí mluvčí knihkupectví Josef Žák.

Podle internetových prodejců lidé nejčastěji kupují knihy v cenách do šesti set korun. V období vánočních svátků utrácí za tiskoviny zhruba o sto korun více.

Založit nový e-obchod je těžké

Pokud by chtěl v současnosti někdo spustit konkurenceschopný internetový obchod, měl by to velmi těžké. Je potřeba dobré zázemí, síť partnerů a velmi kvalitní internetové stránky, které budou působit seriózním dojmem.

»Obchod nemusí mít nutné desítky zaměstnanců, vlastní budovu nebo obří sklady. Musí být ovšem pružný. Musí aktivně komunikovat se zákazníky a ti musí mít pocit, že se o ně stará. To je bohužel pro začínající firmu mnohdy velmi těžké,« uvedl předseda Asociace pro elektronickou komerci Nikola Rafaj. Dodal, že třeba poměrně důležitým detailem je to, že zákazník při objednávce nad pět tisíc korun prostě předpokládá, že se mu obchod ozve. »To se prostě ve dvou lidech dělat nedá,« upozornil.

Elektronický obchod je dnes už plně na úrovni běžného »kamenného« obchodu. Má sice nižší náklady – nemusí platit prodávачky, nemusí platit velké honosné prostory – musí být ovšem mnohem pružnější než jeho tradiční rivalové.

»V současnosti je konkurence v oblasti internetových obchodů obrovská. Mnoho produktů se v branži prodává na samé hranici ziskovosti a čím více zboží daný obchod prodá, tím lepší podmínky dostane od výrobce či dovozce. To je důvod, proč jsou e-obchody s tradicí úspěšné a nové to mají těžší, než jsme to měli v začátcích my,« tvrdí Ondřej Fryc, předseda představenstva elektronického obchodu Internet Mall.

Poslední dobou je navíc častým jevem, že internetové obchody otevírají i svou dobu z cihel. Je to zejména proto, že lidé tak mají pocit, že existuje pevné místo, kam se mohou obrátit s reklamací, kde si zboží mohou »osahat« a kde si třeba i zákazníci bez internetu mohou přímo zboží koupit nebo objednat.

Hany Farghali, Hospodářské noviny

Různé

Český zábavní průmysl

Televize

Největší událostí se stal jednoznačně prodej televize Nova americkému investorovi CME. Staronový vlastník za 85 procent nejúspěšnější české komerční televize zaplatil finanční skupině PPF celkem 642 milionů dolarů (cca 14,8 miliardy korun). Z toho 529 milionů obdrží PPF v hotovosti, zbytek budou představovat akcie CME. PPF se tak stane druhým největším vlastníkem americké společnosti s podílem 14 procent. PPF se tím otevírá cesta na mediální trhy ve střední nebo východní Evropě – CME provozuje televize v Rumunsku, na Ukrajině, v Chorvatsku nebo Slovensku.

Ještě před prodejem Novy se PPF zbavila i slovenské sesterské televize Joj. Novým 90procentním majitelem TV Joj se stala společnost Grafobal Group, kterou vlastní podnikatel Ivan Kmotřík. Zbylých 10 procent si PPF ponechala.

Podstatnou změnou prošla také programová nabídka. Po několika letech váhání se na českých obrazovkách objevil formát reality show. Zcela jednoznačně nejúspěšnějším pořadem se stala soutěž Česko hledá SuperStar, jejíž licenci koupila Nova od britské společnosti FremantleMedia odhadem za 70–80 milionů korun. Reklamní výnosy činily podle odhadů 360 milionů korun. Obě komerční televize začaly také objevovat kouzlo původních seriálů. Televize Prima začala v únoru vysílat 104dílná Rodinná pouta, do kterých investovala asi 100 milionů korun. Nova na podzim spustila hned dvě série – Pojišťovnu štěstí a Redakci. Televize se tak více otvírají externím producentům – Rodinná pouta vyrábí ProTV, Redakci Dramedy Productions.

Kromě vlastních seriálů se Nova pustila i do produkování filmů – peníze od ní získaly snímky Duše jako kaviár (Milan Cieslar), Příběhy obyčejného šílenství (Petr Zelenka) a Román pro ženy (Filip Renč).

Hudba

Fenomén jménem SuperStar se nevyhnul ani hudebnímu trhu. Nahrávky finalistů soutěže Česko hledá SuperStar se staly nejprodávanějšími na českém trhu. V loňském roce vyšlo celkem pět nahrávek, za které fandové utratili kolem 80 milionů korun. Nejvíce těchto zisků putovalo do hudebního vydavatelství Sony BMG, které se i díky tomu stalo s přibližně 45procentním podílem největší firmou na trhu. Druhým faktorem, který k tomu přispěl, se stalo spojení původně samostatných gramofirem Sony a BMG do jednoho podniku. O této fúzi bylo rozhodnuto na nadnárodní úrovni a výsledkem je (nejen v Česku) společnost, která předstihla do té doby vedoucí konkurenci Universal Records.

Příznivé období prožívá rovněž společnost Supraphon, která je momentálně na prodej. Díky rozhodnutí managementu orientovat se na archivní nahrávky zpěváků populárních za socialismu se Supraphon stal čtvrtou nejsilnější společností na trhu.

Uplynulý rok zamíchal i popularitou žánrů. Mezi mladými posluchači se stávají čím dál populárnější žánry nu-metal a hip-hop. Uplynulých 12 měsíců se neslo ve znamení souboje firem o nejlepší tuzemské interprety z těchto dříve podzemních kultur.

Zcela jedinečným prodejním fenoménem se loni stal zpěvák Daniel Landa, kterého od EMI přetáhla do své stáje společnost Sony BMG. V roce 2004 vydal celkem tři nosiče, čtvrtý kompakt – Best Of vydala bývalá firma EMI – a všechny bodovaly v oficiálních prodejních hitparádách.

Rok 2004 znamenal přelom rovněž i v distribuci hudby. Na českém webu začal fungovat první velký portál, nabízející legální stahování hudby. Web Starzone provozuje Český Telecom a z gramofirem má zatím uzavřenu smlouvu se společností BMG (nyní Sony BMG).

Různé

Koncerty populární hudby

Mezi české pořadatele vstoupil zahraniční subjekt – agentura Interkoncerts se stala na podzim součástí nadnárodního řetězce pořadatelů kulturních akcí Clear Channel Entertainment. Interkoncerts se přitom zaměřuje především na koncerty zahraničních hvězd, jako jsou Paul McCartney, Rammstein nebo Iron Maiden.

Naopak na jaře mezi českými kapelami padl rekord návštěvnosti jednoho turné. Jedenáct koncertů skupiny Kabát navštívilo celkem 150 tisíc diváků, kteří v pokladnách stadionů nechali asi 45 milionů korun.

Na české hudební scéně se také začínají hlásit o slovo mladé rockové kapely. Pražskou Lucernu, považovanou za tuzemskou koncertní »Mekku«, loni poprvé vyprodaly kapely Divokej Bill a Wohnout.

Filmy

Česká kina a multiplexy zaznamenaly další rekord – diváci v nich v uplynulých 12 měsících utratili přes 1,1 miliardy korun, tedy o 22 milionů více než loni. Méně potěšující je, že poklesl počet diváků – o takřka 100 tisíc na 12 milionů. Zvyšování tržeb tedy jde na vrub především nárůstu průměrného vstupného. Zatímco předloni stál jeden lístek 89,30 koruny, v roce 2004 to bylo již o 2,50 více. Další nárůst se čeká od zvyšování počtu multikin v krajských městech – v roce 2004 nevzniklo ani jedno, v roce 2005 by mělo být jedno otevřeno v Olomouci.

Vysoký počet diváků do kin láká rovněž zadavatele reklamy. Většinu reklamního trhu na filmových plátech (asi 80 procent) v roce 2004 ovládala společnost Screenvision. Na podzim se však jeden z provozovatelů multikin, společnost Palace Cinemas, rozhodl shánět si reklamu vlastními silami prostřednictvím dceřiné firmy Palace Media.

Z nabídky přibližně 20 českých filmů je třeba zmínit dva. První z nich Horem pádem režiséra Jana Hřebejka se stal s 52 miliony tržeb nejvýdělečnějším českým filmem (premiéra na počátku září). O osm milionů zaostal debut Karla Janáka Snowboardáci, který se stal největším merchandisingovým fenoménem v novodobé historii českého filmu. Ten byl do kin uveden na začátku listopadu. V žebříčcích totiž bodoval soundtrack k filmu (22 tisíc prodaných kusů), kniha (22 tisíc prodaných kusů), připravují se merchandisingové výrobky jako oblečení nebo kosmetika.

Pokračoval přísun zahraničních produkcí do českých ateliérů a exteriérů. Z velkých projektů se zde točily například Doom (Universal Pictures), Oliver Twist (UK/I/F/CZ, Runteam Ltd., ETIC Limited, Medusa Produzione) nebo Revelations (NBC TV). Celková úroveň investic se podle hrubých odhadů udržela na stabilních 7 miliardách korun. Navíc přísun zahraničních investic začala podporovat nově založená Filmová komise, která na rok 2005 připravuje ekonomickou studii o přínosu zahraničních produkcí české ekonomice.

Trh filmových nosičů

Rok 2004 je v tomto segmentu přelomový – poprvé se prodalo více DVD než VHS. Zatímco si filmoví fandové koupili 1,7 milionu videokazet, DVD bylo prodáno o 100 tisíc více. Dalších 800 tisíc DVD se prodalo jako přílohy časopisů. Videodisky za popularitu vděčí především klesajícím cenám (průměrná cena 400 korun) a vzrůstající nabídce distribučních společností (celkem 3,5 tisíce titulů). Celkové tržby z prodeje a půjčování DVD se odhadují na 700 milionů korun.

Zábavní koncerty

Pokračoval rozprodej největšího zábavního holdingu v České republice, společnosti Bonton. Na jaře síť obchodů s hudbou Bontonland koupil podnikatel Miloš Petana, na podzim se novým majitelem distribuční společnosti Panther stal David Hejnar. V nabídce Bontonu se však spíše jedná o menší »ryby«, je-

Různé

jižž cena se pohybuje do 50 milionů korun. Na svého kupce přitom stále čekají velké firmy jako distribuční společnost Bontonfilm, hudební vydavatelství Supraphon, Ateliéry Bonton Zlín nebo nakladatelství Albatros. Jejich prodejní cena se odhaduje mezi 200 a 500 miliony korun.

Aleš Borovan, Hospodářské noviny

Zahraniční zábavní průmysl

Uplynulý rok potvrdil, jak neuvěřitelně propletené jsou vztahy na poli zahraničního zábavního průmyslu. Rada značek se prolнула, spojila se pod jednoho vlastníka, či naopak rozložila se ve dvě podobně mocné společnosti. Přitom se samozřejmě jednotlivé koncerny – i díky personálním přesunům – navzájem ovlivňují a konkrétní majetkové poměry či finanční provázanost se přirozeně odrážejí i v jednotlivých sférách jejich činnosti.

O zábavu je ze strany »konzumentů« stále větší zájem – lidé se po celém světě nebojí investovat do moderního audiovizuálního vybavení a už vůbec nešetří na zábavě samotné, což pro investory znamená jediné: zábavní byznys v současné době slibuje několikanásobnou návratnost investic a jistý zisk.

Současný trh je rozložen mezi několik málo mediálních koncernů – konglomerátů, z nichž se stala bez nadsázky mediální impéria: dominantní **AOL Time Warner**, Murdochův **News Corp.**, zábavní divize japonského **Sony**, dále **Viacom Inc.**, **Walt Disney Company – ABC**, německý **Bertelsmann** a francouzský **Vivendi**. Právě ten v uplynulém roce stál za největší akvizicí: zapříčinil vznik nového mediálního obra, koncernu **NBC Universal**.

Rok 2004 přinesl i další významnou akvizici: po dlouhých spekulacích bylo konečně prodáno jedno z posledních nezávislých hollywoodských studií, legendární **Metro – Goldwyn – Mayer**, které přes snahu konkurence získat jeho filmovými trháky nabitý archív, ve finále »ukořistil« japonský koncern Sony. Zásadní zvraty nastaly také v legendární »továrně na sny«, studiu Disney.

Více než kdy předtím se dařilo internetovému hudebnímu trhu. Díky zpoplatnění hudebních serverů včetně znovuzrozeného Napsteru firmy **Roxio** za uplynulý rok vzrostly zisky z legálního stahování hudby proti roku 2003 několikanásobně a hudbu v síti z hlediska zisků pevně ovládlo šest hlavních lídrů, z nichž nejúspěšnější byl iTunes firmy **Apple** (počet stažených nahrávek už na tomto portálu, který funguje od října 2003, překročil tři sta milionů), Sony Connect konkurenčního Sony a Listen.com, který v loňském roce za 36 milionů dolarů koupila firma **RealNetworks**. Cena konkrétních služeb se přitom na portálech příliš nemění: jedna skladba stojí okolo 99 centů, tedy necelý dolar, celé album zpravidla vyjde na deset dolarů. Výhodou jednotlivých serverů je jejich stále pevnější propojení s konkrétními gramofirmami a neustálá aktualizace nabídky ve srovnání s běžným maloobchodním prodejem hudebních nosičů. V USA není výjimkou, že se hudební novinky objeví na legálních hudebních serverech o měsíc dříve, než jsou uvedeny do běžných obchodů.

Rok 2004 přinesl i bonusy: díky **prezidentským volbám v USA** několikanásobně narostly příjmy televizí, které se angažovaly v jednotlivých kampaních a vysílaly prezidentské debaty: střety Bushe s Kerym byly divácky sledovanější než poslední řada kultovního seriálu Přátelé či prvotřídní šampionát v baseballu. Zatímco první z trojice prezidentských diskusí sledovalo v říjnu 2004 přes 62,5 milionu Američanů, na šampionát, který běžel zároveň a obvykle patří k největším televizním událostem, se dívalo »jen« patnáct milionů lidí. Z prezidentské kampaně se stala lukrativní součástí zábavního byznysu – i z hlediska zájmu inzerentů.

Různé

Filmový svět zase zažil fenomenální úspěch finálního dílu trilogie **Pán prstenů**. Návrat krále režiséra Petera Jacksona ovládl 29. února 2004 předávání cen americké Akademie filmových věd a umění, když získal jedenáct Oscarů a vyrovnal se rovněž jedenáctioscarovému Titanicu režiséra Jamese Camerona z roku 1997. Víc trofejí nikdy žádný film nezískal a žádný také nevydělal tolik peněz na tržbách z kin jako tyto dva velkofilmy: Návrat krále loni vynesl neuvěřitelných 1,1 miliardy dolarů, celkově trilogie vynesla téměř 2,8 miliardy dolarů. Absolutní rekord z kin drží stále Titanic: ten jako jediný dokázal vydělat 1,8 miliardy dolarů.

NBC Universal – zábavní akvizice roku

Když v září roku 2003 výkonné vedení společnosti Vivendi Universal vydalo prohlášení, v němž zveřejnilo plánovaný prodej své ziskové zábavní divize Universal Entertainment americké televizní společnosti NBC, spadající pod konglomerát General Electric, způsobilo to malou bouři na celém poli zábavního a mediálního průmyslu. Na zprávu 4. 9. 2003 reagovaly dokonce i burzy v Londýně, New Yorku a Tokiu, akcie obou společností vzrostly okamžitě o desítky procent. Všem totiž bylo jasné, že půjde o miliardovou akvizici, z níž na obou stranách zbudou pouze vítězové.

Podle tehdejších informací si totiž Vivendi měl ponechat hudební divizi Vivendi Universal Music, naopak za prodej celé zábavní divize bude inkasovat přibližně 3,8 miliardy dolarů, přičemž nově vzniklý NBC Universal navíc automaticky přebírá 1,7 miliardy dluhů Vivendi. Hlavním motivem fúze tehdy byla pro obě strany prozaická nutnost šetřit a zaručit si dobrou pozici na mediálním trhu. I na první pohled úspěšné konglomeráty typu Vivendi totiž mají dluhy. A u Vivendi nejde o maličkost – za rok vzrostly na dvacet miliard dolarů.

Nový ředitel Jean René Fourtou se právě proto odhodlal ke kontroverzní akci – prodat svou téměř nejziskovější divizi Universal Entertainment zpátky Američanům. První projevila zájem právě General Electric. Její šéf Jeffrey Immelt si totiž správně uvědomil, co pro něj získání divize takového rozsahu znamená – jejich NBC by nejen i nadále zaujímala přední místo mezi americkými televizními společnostmi, ale byla by připravena čelit i náhlým ekonomickým zvratům, nestabilním výsledkům konkurence a především, byla by schopná konkurovat i v okamžiku, kdy by jinou fúzí došlo k přerozdělování sil na americkém mediálním trhu – například ve chvíli, kdy by skutečně došlo k anoncovanému prodeji koncernu Disney ABC. Všechny tyto argumenty musely vést k jednoznačnému rozhodnutí, že GE musí získat Universal za každou cenu.

Na přelomu roku 2003 a 2004, kdy už byla všechna jednání v plném proudu, navíc Vivendi potvrdil překvapivé zisky za třetí čtvrtletí. Podle zprávy zveřejněné na začátku prosince činil čistý zisk za třetí kvartál 131 milionů eur, což byl ve srovnání se ztrátou 1,23 miliardy eur ze stejného období předchozího roku evidentní úspěch mluvící ve prospěch Fourtoux – bylo jasné, že splnil naději vloženou do něj představenstvem po debaklu způsobeném jeho předchůdcem Messierem.

Provozní zisk společnosti stoupl o nečekaných 43 procent na 896 milionů eur, přičemž analytici očekávali zisk asi »jen« ve výši 740 milionů eur.

Zmíněné hospodářské výsledky navíc dosvědčily jasnou ziskovost prodávané zábavní divize Universal Entertainment, jejíž profit podle nich činil 1,3 miliardy eur. Dalším pilířem ziskovosti koncernu Vivendi zůstala tradičně divize telekomunikace, do níž patří stále se rozrůstající francouzský Cegetel, nynější dvojka na trhu francouzských mobilních operátorů a Maroc Telecom.

Šampaňské mohlo konečně bouchnout až v květnu. 15. 5. 2004 potvrdily obě strany, že fúze zábavní divize Vivendi Universal Entertainment se společností NBC byla úspěšně dokončena a zveřejnily jak podrobné podmínky prodeje, tak konkrétní podobu nového kolosu.

Jak analytici a znalci tohoto segmentu trhu předpokládali, nově vzniklý NBC Universal znamená přímou konkurenci pro ostatní koncerny: s očekávaným ročním výnosem 15 miliard se stane přímým konkurentem Viacomu či Disney ABC a staví se na úroveň i současné jedničky AOL Time Warner. Šéfem nováčka na mediálním trhu se stal Bob Wright, dosavadní viceprezident General Electric.

Různé

Je jasné, že svým rozsahem a škálou nabízených služeb není NBC Universal skutečně žádnou poklenu: Síť NBC je už sama o sobě jedničkou na americkém televizním trhu, jejíž zisky stále vzrůstají. Například i díky nedávno skončivšímu kultovnímu sitcomu Přátelé, který vysílala deset sezón v hlavním vysílacím čase, má NBC v současné době obrovskou sledovanost.

Na poslední díly Přátel se například každý týden dívalo více než padesát milionů Američanů, obrovské peníze plynuly NBC z prodeje licence do zahraničí a samozřejmě z reklamy. Podle Jeffa Zuckera, výkonného šéfa NBC, který v novém koncernu převeze pozici předsedy celé televizní divize, vyšel půlminutový reklamní šot v posledním díle Přátel inzerenty na více než dva miliony dolarů, v obvyklých dílech posledních dvou sérií to byla přitom zhruba polovina. Reklamní čas byl navíc prodán vždy na rok dopředu, takový byl zájem inzerentů.

Nyní se všechna aktiva NBC Universal výborně doplňují a mají tak značný potenciál získat na trhu skutečně významnou pozici. Kromě samotné NBC a jejích kabelových kanálů Bravo a CNBC tak nyní pod nový konglomerát spadají například hollywoodská studia Universal Pictures, všechny jejich tematické zábavní parky, kanály USA Network a Sci-fi Channel a především vysoce perspektivní a progresivní španělské kanály Telemundo a 1-TV, což je nejrychleji rostoucí televizní stanice ve španělském jazyce mající dosah po téměř všech státech Latinské Ameriky, která se stává pro mediální trh nesmírně zajímavou oblastí. Mezi aktiva nové společnosti navíc spadají i dvě distribuční firmy, které zajistí NBC Universal přední příčky také v distribuci videokazet a DVD nejen v USA, Evropě a Latinské Americe, ale také v Asii.

Majetkové rozložení sil v novém koncernu splnilo počáteční představy obou stran. Dokončením transakce získali vlastníci Vivendi 3,65 miliardy dolarů a zbavili se i 1,7 miliardy dluhů. Ve výsledku se tak koncern General Electric stal osmdesátiprocentním vlastníkem akcií NBC Universal, zbylých dvacet procent zůstává společnosti Vivendi s tím, že od roku 2006 má právo tento svůj akciový podíl zpeněžit za tržní hodnotu. Podle obvyklých zvyklostí na ně má předkupní právo právě majoritní vlastník NBC Universal, GE.

MGM a Sony: »Lev« v japonských rukou

Minimálně stejný zájem jako jarní vznik nového konglomerátu vzbudily letní události kolem legendárního studia MGM. Metro – Goldwyn – Mayer získalo nového vlastníka v japonském koncernu Sony. Skončily tak spekulace o tom, kdo se stane majitelem licence na postavy Jamese Bonda či Rockyho. Hlavní devizou studia MGM totiž není současná produkce, ale práva na více než čtyři tisíce jeho starších filmových titulů. Sony si archiv MGM, který obsahuje vedle »bondovek« například i sérii Růžového panteonu či animované postavky Toma a Jerryho, cení vysoko: za MGM zaplatil 2,86 miliardy dolarů, zároveň se nabídl převzít i všechny jeho dluhy – za další dvě miliardy. Japonci tak splnili představy majoritního vlastníka MGM Kirka Kerkoriana, jemuž patří přes 74 procent akcií studia.

O »řvoucího lva«, jehož historie sahá až do roku 1916, projevil v průběhu jara zájem i další firmy: o licence na kulturní filmové hrdiny ze stáje MGM se ucházel koncern Time Warner i nově vzniklý NBC Universal. Není divu – v době digitalizace jsou licence na filmová práva nyní lukrativním zdrojem příjmů. Archiv MGM tak slibuje nejen stabilní přísun peněz z tržeb z prodeje videokazet a vysílacích práv od televizí po celém světě, ale především z dynamicky se rozvíjejícího trhu s DVD. Přeformátování kulturních filmů do digitalizované podoby se ukázalo být velmi výnosným tahem – příkladem je třeba kompletní řada DVD obsahující všechny příběhy Jamese Bonda.

Japonský gigant nezastíral, že je získání MGM pro jeho další rozvoj nutností – a neváhal proto konkurenci přeplatit. Kvůli tomu se spojil s dalšími finančními partnery, mimo jiné se společností Providence Equity Partners či Texas Pacific Group. Warneri i NBC odešli s prázdnou. Sony se nyní chystá na propojení licencí MGM s jejich novými technologiemi, jako jsou počítačové hry a vlastní DVD standard. Posílá tak zároveň i svou divizi spotřební a zábavní elektroniky.

Různé

Tab. č. IV/8

Filmový trh 2004 – ekonomické výsledky největších světových filmových studií

Pořadí	Pořadí 2003	Společnost	Podíl na trhu (%)	Tržby z kin (mil. USD)*	Nejúspěšnější film**
1	(2)	Sony	14,3	1 345,4	Spider-Man 2
2	(3)	Warner Bros	13,0	1 223,8	Harry Potter a Věžeň z Azkabanu
3	(1)	Buena Vista	12,4	1 166,9	Úžasnákoví
4	(11)	DreamWorks	9,9	936,7	Shrek 2
5	(6)	20th Century Fox	9,9	929,5	Den poté
6	(4)	Universal	9,8	919,3	Meet the Fockers
7	(7)	Paramount	6,7	635,1	Řada nešťastných příhod
8	(5)	New Line	4,4	418,8	The Notebook
9	(17)	Newmarket	4,3	406,7	Umučení Krista
10	(8)	Miramax	4,0	374,0	Letec
11	(14)	Lions Gate	3,2	302,9	Fahrenheit 9/11
12	(9)	MGM	2,1	199,0	Barbershop 2
13	(12)	Fox Searchlight	1,9	174,5	Bokovka
14	(13)	Focus	1,3	124,7	Věčný svit neposkvrněné mysli
15	(15)	Sony Classic	0,4	41,6	Christmas with the Kranks

* Jde o celkové tržby z kin dané filmové společnosti za uplynulý rok za všechny filmy, které tato společnost v kinech v roce 2004 uváděla. První tři společnosti překročily na tržbách miliardu USD.

** Jde vždy o vítěze celkového pořadí komerčně nejúspěšnějších filmů, které daná společnost uvedla v loňském roce premiérově do kin. Pořadí filmů bylo sestaveno z hlediska tržeb daných filmů v USA a Kanadě podle oficiálních monitorovacích serverů provozovaných filmovými distributory.

Zdroj: Bloomberg, www.boxofficemojo.com, HN

Disney bojuje

Zdaleka ne tak dobře se v uplynulém roce dařilo dalšímu zábavnímu koncernu, společnosti Walt Disney Company. Hned na začátku roku 2004 totiž oznámil jeho nejvýznamnější spojenec z posledních let, studio počítačové animace Pixar, že už znovu neprodlouží smlouvu o spolupráci.

Pro Disneyho a především pro jeho výkonného šéfa Michaela Eisnera to byla velká rána: Pixar stál za všemi kasovními úspěchy společnosti za posledních deset let. Pixar vyrobil pro Disneyho nejprve Příběh hraček v roce 1995, tehdy vnesl do světa tradiční animace novátorské postupy a především – dokázal o možnostech počítačové animace přesvědčit diváky. Vrcholem mnohaleté spolupráce, v níž vznikla řada veleúspěšných filmů, byl předloňský snímek Hledá se Nemo. Příběh o ztracené rybce vydělal celosvětově v kinech přes miliardu dolarů, další stovky milionů poté inkasoval Disney v roce 2004 z prodaných DVD merchandisingů, který byl v případě Nema nevídaný. Takové zisky, jaké přinesl Nemo, nedokázal vygenerovat žádný jiný animovaný film.

V době, kdy se Disneyho zábavní parky stále ještě vzpamatovávaly z krize, do níž je uvrhl teroristické útoky v roce 2001, kdy o všechna čistě americká zábavní centra opadl ze strany turistů veškerý zájem, představoval Pixar v podstatě jediný jistý zdroj Disneyho příjmů. V lednu 2004 šéf Pixarů Steve Jobs jasně oznámil, že dál hodlá pokračovat jen po samostatné dráze. Není divu: Pixar vynesl za bezmála deset let spolupráce Disneymu přes tři miliardy dolarů, z každého filmu mu však byl odváděn jen určitý podíl. Nyní byl Disney Pictures postaven před hotovou věc: jeho postavičky zřejmě opět ztuhnou.

Různé

Další rána přišla v únoru: o Disneyho začalo tvrdě usilovat impérium kabelových televizí Comcast. Telekomunikační společnost nabídla za Disneyho konglomerát 66 miliard dolarů: mluvilo se o největší zábavní fúzi všech dob. Spojením by vznikl gigant s ročním obrátem přes 45 miliard dolarů – tolik nevykazuje ani stávající jednička zábavního trhu Time Warner. Vedení Disneyho v čele s Eisnerem na nabídku nepřistoupilo, Comcast se však nevzdal a pohrozil násilným akciovým převzetím. Hlavním zájmem Comcastu byla především výnosná televizní síť ABC a sportovní kanály ESPN, které do Disneyho stáje patří.

Šéf Comcastu Brian Roberts však narazil na finanční analytiky: ti od začátku upozorňovali, že Comcast ve své nabídce Disneyho akcie výrazně podhodnotil, když hodlal kus vykoupit za 23 dolarů. Skutečná hodnota akcií se i díky úspěšným filmovým hitům pohybovala dlouhodobě okolo 25 dolarů, v březnu 2004 dokonce překročila hranici 27 dolarů za kus, což Comcastu v uskutečnění jeho záměru bránilo.

Comcast nakonec na konci dubna svou nabídku na akciové převzetí koncernu Disney definitivně stáhl. Tříměsíční zápas s vedením Comcastu však oslabil pozice Michaela Eisnera, který se nakonec rozhodl odejít od Disneyho sám.

Irena Zemanová, Hospodářské noviny

Sport, etika, byznys

Vlastně se nic převratného nestalo, jen byly potvrzeny trendy nastoupené už na přelomu tisíciletí. Hledání rovnováhy mezi komerční a soutěžní stránkou špičkového sportu ukázaly zcela jasně olympijské hry. Potřebu napřít ještě větší úsilí k potlačení dopingu demonstrovala nová velká aféra kolem kalifornské laboratoře Balco. A důkazů, že sport může výrazně ovlivňovat obecně společenské dění, bylo znovu dost.

Co jiného považovat za doklad postupující globalizace než pokles významu slova »národní«. V roce, kdy se řecká vlna národního sebeuvědomění přelila díky fotbalovému titulu mistrů Evropy, je to zdánlivě protismyslné. Ale je tomu tak. Právě fotbal je poměrně rigorózní v posuzování, zda ten který hráč smí nastoupit v dresu jiné země, než k jaké ho původně poutala státní příslušnost. Ale jinde je to mnohem snazší.

Máme příklady sportovců, kteří reprezentují země, o nichž do té doby možná jen tak letmo slyšeli. Nejde o to, že formálně splňují kritéria pro udělení občanství (i když zhusta využívají různých výjimek), jedná se spíš o to, že se dopředu na změně rozhodli v jakémisi soukromém výběrovém řízení. Podle kritéria výhodnosti, nikoli proto, že by je k nové »vlasti« (o tomto pojmu snad nemůže být ani řeči) přitahovalo cizí pouto. Je to prostě kšeft.

Jak se sport stává čím dál populárnějším v dalších částech světa, roste konkurence na špičkové úrovni. Soutěž národů na olympiádě je stále sledovaná, až by se dalo naopak hovořit o polaritě – proti stírání národních identit vybičovaný nemilitantní nacionalismus. Stále více zemí je v různých disciplínách schopno získávat medaile, struktura sportů a odvětví se mění, obliba se přelévá. To vše se snaží zachytit řídicí organizace, aby na jejich místa nepřišly jiné a jim neutekl zisk.

Stoupá vliv manažerů, skautů a marketingových expertů. Výchova mladého sportovce v určité chvíli přerůstá ve výrobu hvězdy. Výkonnost je jen základem, v určité chvíli nastupuje rozhodnutí moderního průmyslu, že finanční prostředky budou vloženy do rozvoje tohoto a ne jiného talentu. Celebritami se dnes už spíše stávají mediálně využitelné typy hráčů a závodníků, zatímco tuctový a nezajímavý kolega to má těžší. Nejvyužitelnější je samozřejmě sexy dívka.

I rok 2004 potvrdil, že špičkový sport je stále více šou. Boj o diváka, širokou fanouškovskou obec, a tím pádem o lepší sponzory mnohdy zastihuje samu podstatu výkonu. Za ním se stále ještě skrývá velké množství dřiny a tréninkového drilu. Základ zůstal stejný – bez maximálního úsilí se na vrchol stoupá dost těžko.

Různé

Doping i skvělé výkony

Olympijské hry v Aténách silně zadlužily řeckou ekonomiku a tato situace je varováním pro každou zemi, která se v budoucnu neobejde při organizaci takové gigantické události bez státních dotací a čerpání z veřejných zdrojů. Tedy i pro případnou českou kandidaturu na hry v roce 2016 či 2020.

V zemi, jejíž antická minulost dala zrodit myšlenku sportovního soutěžení v dobách »kdy mlčí zbraň«, se uskutečnila olympiáda za zpřísněných bezpečnostních opatření a bez velkých incidentů. V době, kdy svět straší hrozba terorismu, je to jednoznačné pozitivum. Nakonec i sama organizace dopadla dobře, takže – úspěch.

Mezinárodní olympijský výbor lpí na omezení gigantismu her a hlídá přísně počet účastníků jak mezi sportovci, tak i v jiných profesích. To je správný trend, v němž je ještě místo pro rozumné rozrůstání.

Hry přinesly spoustu špičkových výkonů a neuvěřitelných dramát. Největší hvězdou se stal americký plavec Michael Phelps, držitel šesti zlatých a dvou bronzových medailí. Stejně jako jeho výkon však zasluhuje absolutní ocenění i ti, kteří měli pro získání cenného kovu k dispozici jedinou možnost a plně ji využili. Byl mezi nimi i desetibojař Roman Šebrle, jediný zlatý Čech v Aténách, jehož role favorita nesrazila do útlumu. Mnohým se zdál jediný vavřín pro domácího reprezentanta málo, ale mohutný nástup třetího světa a stoupající fenomén čínského sportovního průmyslu jsou důkazem, že prosadit se na samotný vrchol je dnes ve sportu rozhodně těžší než kdykoli předtím.

Hry přinesly rekordní počet dopingových případů. Tento fakt sám o sobě nelze klasifikovat jako pozitivní či negativní. Zesilují se kontroly a mění se systém práce komisařů. Dříve by se nemohlo stát, že by se přišlo na ne zrovna čistý štít domácích trumfů Kostase Kenterise a lekaterini Thanuové. Zde se dá dokonce hovořit o prevenci, protože jejich nedostavení se na plánovaný odběr bylo správně klasifikováno jako vyhýbání se testům. Sprinteři nebyli na aténský start vůbec připuštěni, zabránilo se pozdějšímu skandálu a tahanicím o medaile. Těch bylo už tak dost. Například maďarskému kladiváři Adrianu Annusovi trvalo dva měsíce, než se nechal přesvědčit a své zlato po odhalení, že bral nedovolené podpůrné prostředky, konečně vrátil, i když jen skrze prostředníka.

Doping by ale neměl zastírat skvělá představení skutečných mistrů svého řemesla. V tak nervové vyjaté závodě, jakými ty olympijské bývají, jde spíš o výhru než o maximální výkon. Ruská tyčkařka Jelena Isinbajevová přesto dokázala vytvořit nový světový rekord výkonem 491 centimetrů. K vidění byly legendy, například německá kanoistka Birgit Fischerová. V kontroverzním kanále dopádlovala ke svému osmému zlatu na hrách.

V Aténách také padaly modly. Po šestnácti letech utrpěl první olympijskou porážku americký basketbalový tým, a sice od Portorika. Nakonec zmitán vnitřními rozpory nevyhrál, zlato získali Argentinci, stejně jako jejich kolegové ve fotbale – ti navíc impozantním způsobem bez obdržené branky.

Vysoká stěna

Za jinou padlou modlu by se dal považovat i Roger Federer. Švýcarský tenista podlehl v olympijském turnaji českému soupeři Tomáši Berdychovi a málokdo chápe, že se to stalo. Absolutní suverén sezóny pak zahájil sérií bez prohry, která přesáhla hranici roku a skončila až v tom následujícím. Federer vyhrál po Australian Open i Wimbledon a US Open. Mužský tenis dlouho neměl hráče, jenž by dokázal porážet špičku na všech površích.

Podobným suverénem se ve zcela jiném odvětví stal Michael Schumacher. Ne však v roce 2004, už dávno předtím. V další sezóně ve spojení s fenomenálním uměním stavitelů aut z italského Maranella doťáhl sebe i značku Ferrari k dalším titulům mistra světa, v individuálním hodnocení jezdců Němec triumfoval už posedmé a stal se světovým rekordmanem.

Bohužel nejsledovanější motoristickou disciplínu zachvátila krize. Nejen naprostá dominance rudých vozů začala odrazovat diváky. Stále nákladnější sport, z něhož je postupně zákonodárstvím Evropské unie

Různé

vytlačována tabáková reklama, měl za následek ztenčení závodního pole na deset týmů a dvacet vozů, což je považováno za minimum. Silní výrobci vozů a motorů začali hrozit osamostatněním a vytvořením vlastního šampionátu po roce 2007, kdy končí současná smlouva o účasti v F1.

Na rozcestí je i světový seriál v rallye. Provozovat soutěžní vozy je nákladné jak pro soukromníky, tak pro továrny. Značka Škoda proto, v kombinaci s problémy přechodu z typu Octavia WRC na Fabii WRC, obelstla jen vybrané díly mistrovství a raději testovala.

Mladoboleslavská firma je tradičním sponzorem hokeje a má dlouhodobou smlouvu na výsostná práva pro mistrovství světa. I tentokrát hodlal český tým, nabitý hvězdami z NHL, zopakovat sérii úspěchů, pojmenovanou zlatý hatrick, z nedávné doby. Vždyť se hrálo doma!

Potíže se stavbou haly a roční odklad MS na české půdě jsou dalším důkazem, jak zásadně peníze ovlivňují špičkový sport. Sazka Arena na rozhraní pražských čtvrtí Libeň a Vysočany nakonec postavena byla, ale zůstaly jen otazníky – jak bude nadále využívána, není jasné ani rok po její kolaudaci; kdy bude pokračovat úprava okolí a dokončen takzvaný areál Zelený ostrov je ve hvězdách.

Šampionát, který vyhrála Kanada, byl ovšem ziskový a organizačně jakžtakž zvládnutý, jen nebyť vypadnutí Čechů, do té doby suverénních, už ve čtvrtfinále s Američany. Ani přítomnost hvězdného Jaromíra Jágra (jenž krátce předtím vyměnil Washington za dres NY Rangers) a dalších vynikajících hráčů nepomohla. Sport je prostě také o štěstí a jak se ukázalo, neúspěch od triumfu odděluje ona pověstná tenká stěna. Stačí maličkost a stane se z ní nezdolatelná zeď.

Hurá do televize

Naopak téměř pyramidu, a hned několikrát, zdolali čeští fotbalisté. V základní skupině mistrovství Evropy byli dvakrát – proti Lotyšsku a Nizozemsku – blízko prohry. Nesmírné vzepětí sil v závěru obou utkání a riskantní tahy horečně pracujícího trenéra Karla Brücknera pokaždé otočily výsledek a Češi byli prvním týmem ve vyřazovací části. Když náhradníci na závěr zdolali i Němce, pronikla základní sestava přes Dány hladce až do semifinále. Tam však stál šik nebojácných Řeků a v prodloužení určil Česku bronzový úděl. Ve finále zdolal domácí Portugalce a máme tu další projev »multikulturnosti« sportu – k tak vynikající organizaci práce a veškeré herní činnosti přiměl Řeky muž jménem Otto Rehhagel. Němec.

Šeblre la fotbalisté – výraznější stopu čeští sportovci během roku 2004 ve světě neotiskli. Ke zbylému dění proto jen stručně. Profesionální mistr světa v boxerské supertěžké kategorii Lennox Lewis ukončil kariéru. Vijay Singh sesadil po letitém kralování z místa golfové jedničky Tigera Woodse a vytvořil rekord v počtu vydělaných peněz na turnajích za jednu sezónu. Američan ovšem vydržel v čele žebříčku sportovců podle celkového výdělku. Jeho smlouvy se sponzory jsou skutečně astronomické.

Lance Armstrong vyhrál jako první cyklista šestkrát za sebou Tour de France. Příklad muže, jenž překonal zhoubný rakovinový nádor, se už za jeho života stal nehynoucí legendou. Jaký kontrast s těmi, kdož si k vrcholným výkonům pomáhali nedovoleným způsobem. Kdyby to bylo selhání v nouzi, ale máme k dispozici stále více údajů o tom, že doping je v dnešním sportu řízenou záležitostí. Dosud neuzavřená aféra kolem laboratoře Balco, vyvíjející záměrně »neodhalitelný« syntetický steroid s dobře vymyšlenou distribucí za velké peníze pro vyvolené, ta hovoří sama o sobě za všechny jiné kauzy a kauzičky.

Co uvést na závěr? Sport na vrcholové úrovni dnes neumí žít bez televize. Ta některá odvětví přímo vynáší do nebes a otevírá před nimi netušené možnosti, což je příklad biatlonu. V jiných nutí představitele experimentovat s pravidly a jak se ukazuje, často marně, o čemž moc dobře vědí stolní tenisté. Ani David Beckham by bez kamer, přenášejících jeho pečlivě volenou a měněnou image do nejvzdálenějších konců planety, nebyl ani z desetiným, čím se stal.

A byla to televize, díky níž se celý svět dozvěděl, že v Česku, přesněji v moravské Ostravě, se může uskutečnit perfektní sportovní událost, jež předčí ty zahraniční. Vítkovická Zlatá tretra je výkladní skříň moderního manažerského přístupu ke sportu. V ní se spojují špičkové výkony atletů a těch, kdož stojí v pozadí a hybou děním s nemenším vlivem.

Josef Káninský, Hospodářské noviny