

TRNKOVINY

FIREMNÍ OBČASNÍK RUDOLF JELÍNEK a. s., Razov 472, Vizovice, tel. 577 686 120

Číslo 4, DUBEN 2006

Úvodní slovo výrobně-technického ředitele

R. JELÍNEK



Vážení přátelé,
není to ještě ani 5 měsíců, co jsem převzal žezlo po svém předchůdci a už se mi dostalo cti napsat úvodník do dalšího čísla našeho firemního časopisu – Trnkoviny. Rád bych tedy využil této příležitosti a roze-psal se o tom, co se děje na výrobně-technickém útváru.

Po několika měsících na konci minulého roku, strávených v činorodém ruchu, jsme očekávali poněkud volnější začátek tohoto roku, ale opak je pravdou. Stáčení běží již od ledna na 120% běžné kapacity, a to díky prodlouženým a sobotním směnám, za které bych rád vyjádřil našim pracovním dík a uznání. Naše úsilí směřuje jednak k pokrytí veškerých aktuálních objednávek, ale i k vybudování dostatečné zásoby hotových výrobků a tím k předcházení situacím, kdy jsme nebyli schopni kvůli vysokým objednávkám včas dodat zákazníkům veškeré požadované zboží.

V průběhu ledna jsme kolkovali desítky tisíc láhví již dříve prodaných výrobků se značkou RUDOLF JELÍNEK, které si naši zákazníci nestihli okolkovat sami.

Rozbíhají se některé plánované investiční akce, jako například nové vymražovací zařízení na destiláty, nebo technické zdokonalení jedné z našich výrobních linek, které nám umožní výrazně zefektivnit stáčení a snížit pracnost celého procesu. Na stáčení jsme zvýšili standardy hygieny a sanitace, takže v současné době nejen splňujeme, ale i překračujeme požadavky potravinářské legislativy ČR a EU.

Ale kromě spousty práce nás čekají i příjemné povinnosti – probíhá převoz whisky, kterou jsme získali při aukci v našem v Dolanech a Těšetících a pro tuto whisky připravujeme v zásob aréálu sklad pro další zrání a míchání. Slibujeme našim zákazníkům, že budou mít brzy možnost tento náš nový výrobek ochutnat a náležitě ocenit.

Zdeněk Kohn



Zrání whisky, Těšetice

Distillery Land bude rozšířen o expozici whisky

Návštěvníci Distillery Landu se mohou těšit na novou atrakci v rámci exkurzní trasy po firmě RUDOLF JELÍNEK a. s., jejíž otevření se předpokládá v polovině roku. Budova nyníjší egalizace 2, která je připravována pro provoz zrání whisky, bude totiž veřejnosti přístupná a nabídne pohled do zákulisí této výroby. Připomeňme, že v loňském roce firma RUDOLF JELÍNEK a. s. získala ochranné známky na bylinný likér Praděd a whisky Gold Cock z produkce zkrachovalé Likérky Dolany. Zatímco Praděd z Vizovic byl k dispozici již na předvánočním trhu, u whisky byla situace poněkud složitější. Zrající destilát po zaniklé firmě zůstával ve skle-pích v Těšetících a byl držen Celním ředitelstvím v Olomouci až do dražby, v níž jej získala právě RUDOLF JELÍNEK a. s.

Budova egalizace 2 je proto nyní

upravována na sklad whisky, který by měl pojmut až 1500 sudů o průměrném objemu 340 l. Ještě v tomto roce by se zákazníci měli dočkat tříleté a dvanáctileté whisky značky Gold Cock. Atraktivní expozice podle projektu arch. Jana Konečného (autora Distillery Landu) však vzniká už nyní. Po jejím dokončení budou moci návštěvníci zhlédnout výstavu o výrobě whisky (suroviny, postup výroby, zrání, bed-nářství a související řemesla) a z vesta-věného troustranného ochozu přehléd-nout skladovací prostory, ve kterých whisky zraje v sudech. V rámci architek-tonického řešení je pamatováno i na umístění nových archivních boxů Spolku přátel Jelínkovy slivovice. Spol-kař je v současnosti totiž už 170 a dosa-vadní prostory s archivními boxy (ega-lizace 1, Valašský šenk) jsou již zcela zaplněné.

Marcel Sladkowski

R. JELÍNEK
Original Czech Distilleries

*„Když první hruška padá, noc je ještě mladá,
kdo to nezná, ten to spatří, k hruškovici hruška patří.“*

Rituál s hruškou

Do skleničky nalijte hruškovici, přidejte kousek kompotované hrušky na párátku a doleďte přidáním několika kapek šťávy z kompotu.

Párátko s hruškou vytáhněte ze skleničky, přitukněte si s přáteli skleničkou nebo hruškou a vychutnejte si hruškovici, poté snězte sladkou hrušku.

RUDOLF JELÍNEK a. s. • Vizovice www.rjelinek.cz

Jaký byl uplynulý rok 2005

Uplynulý rok byl bezesporu jedním z neúspěšnějších v novodobé historii naší společnosti. Celkové tržby dosáhly 282 mil. Kč, což bylo o 40% více než za rok 2004.

Zvýšení výnosů bylo dosaženo systematickou prací s distributory podpořenou kvalitním týmem obchodních zástupců, zkvalitňováním portfolia a výraznou marketingovou podporou, základem které byla velmi úspěšná televizní reklama v posledních měsících minulého roku, na níž navazuje v roce 2006 rozhlasová reklama na rádiu Impuls.

Tržby byly tvořeny více než dvěma třetinami ovocných destilátů (slivovice, hruškovice, meruňkovice, třešňovnice, jablkovnice atd.). Na rekordních tržbách se významně podílel i rostoucí export, jehož podíl na tržbách činil 23%, přičemž v roce 2004 to bylo „jen“ 19%. Vývoz, především na Slovensko, byl ovlivněn zvýšením sazby spotřební daně pro rok 2006 a trh reagoval logicky předzásobením, což pomohlo společnosti k rekordnímu hospodářskému výsledku.

V roce 2005 bylo dosaženo celkového zisku před zdaněním ve výši 8,9 mil. Kč,

což znamená zvýšení o 37% ve srovnání s rokem 2004.

Minulý rok byl také ve znamení rostoucího počtu zaměstnanců. Průměrný počet pracovníků dosáhl počtu 107, což je o 15 zaměstnanců více než v roce 2004 a průměrná mzda činila 18 024 Kč.

Investice především do technologických zařízení, stavebních úprav budov, výroby reklamních spotů, ochranných a dopravních prostředků přesáhly v roce 2005 20 mil. Kč. Mezi nejvýznamnější jednorázové investice roku 2005 patří nákup kolkovacího stroje KRONES, který společnost podílela na základě legislativních předpisů o povinném značkování (kolkování) lihovin.

Za strategickou investici považujeme nákup ochranných známek Praděd a Gold Cock. Tyto značky mají své pevné místo na spotřebitelském trhu a společnost nemusí tak intenzivně investovat do jejich image. Společnost tímto rozšířila portfolio výrobků v oblasti likérů a nově vstoupila na trh whisky výrobků.

Naproti tomu společnost odvedla do státního rozpočtu 51,4 mil. Kč na dani

z přidané hodnoty a 249,3 mil. Kč na spotřební dani, celkem tedy 300,7 mil. Kč.

Z hlediska marketingu pokračovala reklamní kampaň na Plum vodku a dále pak nově na hruškovici a slivovici - její těžiště spočívá především v televizní reklamě. Mediální kampaň probíhala úspěšně celý rok 2005 a dopomohla ke zvýšení podílu společnosti na alkoholovém trhu České republiky.

V průběhu minulého roku vyhlásil majoritní akcionář společnosti dvě dobrovolné nabídky převzetí listinných akcií za 750 Kč minoritním vlastníkům. Nabídky proběhly v prvních měsících a pak v září až listopadu roku 2005.

Další významnou změnou v podniku byla jmenování nových členů do vedení společnosti na post výrobně-technického ředitele a na post ekonomického ředitele. Představenstvo schválilo managementem vypracovaný hospodářský plán na rok 2006, který předpokládá zisk ve výši 13 mil. Kč a tržby ve výši 243,7 mil. Kč. Věříme, že vytyčené cíle jsou dosažitelné za předpokladu naší společné a tvrdé práce v tomto roce.

Jaroslav Burkart

Výstava o slivovici na cestě kolem světa dobývá i mexickou Tequilu

Výstava věnovaná historii pálení slivovice na Valašsku úspěšně pokračuje ve své světové pouti. Po úspěchu prvního páru a následně velkého zájmu ze stran zastupitelských úřadů ČR, musela být výstava vyrobena ještě v jedné kopii. První kopie byla po své prezentaci v Sydney a Adelaide odeslána do Kapského města, kde by měla být celé jaro.

Druhá kopie výstavy je momentálně v Mexiku a vystavena by měla být od konce března. V Mexiku bude výstava prezentována celkem na 3 místech a jedním z nich má být i město Tequila,

kde by rádi k výstavě uspořádali i malý slivovicový košt. Poté poputuje do Argentiny a o její další cestě se ještě rozhoduje.

Tomáš Harabiš

VÝSTAVNÍ PLÁN 1. PARE:

1. Adelaide - leden
2. Kapské město - únor - březen
3. Pretoria - duben
4. Luanda - květen
5. Katovice - červen
6. Dublin - červenec
7. Kodaň - srpen-září
8. Bělehrad - říjen
9. Taškent - listopad
10. Almaty - prosinec
- 2007 Asijská cesta
1. Soul - leden



Je slivovice košer nebo kosher?

Slivovici, k jejíž výrobě jsou užity jen suroviny, výrobní zařízení a postupy, které odpovídají předpisům židovské víry, vyráběl Rudolf Jelínek již od roku 1934. Zkráceně se pro zmíněnou definici užívá slovo košer – anebo snad kosher? Tak to je otázka, kterou se zabývají možná stejně tak dlouho nejen vizovičtí páleníčiři, ale i ti, kteří si rádi dopřejí doušek této exkluzivní slivovice.

Problém vzniká nutností fonetického přepisu hebrejského slova כֹּשֶׁר („kšr“, tj. čistý) do latinky. S tím se každý jazyk užívající jako písmo latinky vyrovnává v rámci svého pravopisného úzu. Slovo má tudíž v různých jazycích různé pravopisné varianty: košer (česky, chorvatsky), kosher (slovensky), koszer (polsky), kosher (anglicky), koscher (německy, švédsky), cachère (francouzsky), kasher (italsky), kóser (maďarsky). Můžeme si všimnout, že výslovnost je ve všech jazycích prakticky stejná, což je při fonetických přepisech z jiných písemných soustav do latinky běžné. Platí to samozřejmě i pro nás

nejznámější azbuku: analogicky tedy jméno ruského hokejisty Jašina bude v angličtině napsáno ve formě Yashin.

Každý jazyk je obohacován slovy z cizích jazyků. V češtině je například spousta latinismů, germanismů, poslední dobou také anglicismů atd. Slovo košer je typicky hebraismus a v české větě může proto být užíván výhradně ve tvaru „košer“ (což se často stává), máme najednou s české větě hebraismus s anglickým pravopisem. A to už je docela slušný jazykový Kocourkov.

A jak se s tím vyrovnávali ve Vizovicích? Je pravda, že i označení košer zboží již po desítky let kolísá. Téměř po celou dobu (i dnes) najdeme u Rudolfa Jelínka košer i kosher slivovici, v 50. a 60. letech se velice často užívalo i německého pravopisu koscher. Pravda je však taková, že v České republice si můžeme pochutnat jen na košer slivovici – kosher slivovici přenecháme americkým manažerům. Nebo snad managerům? **Marcel Sladkowski**



Vyšla kniha o Valašském krúžku

Před loňskými Vánoce vydalo město Vizovice spolu se závděčickým vydavatelstvím Region knihu Vizovice v písní, tanci, muzice a vyprávění autorů Miroslava Zahoráka a Jana Zetka. Vizovický učitel a jeho žák vzpomínají na slavný čas místního folklórního souboru „Valašský krúžek“, jehož nejpřednější obdoba byla padesátá léta dvacátého století. Měl přes sto dvacet členů, mezi nimiž byli skvělí hudebníci, zpěváci, vypravěči a tanečníci. Sklízeli úspěchy nejen na Valašsku, ale i jinde na Moravě, v Čechách i na Slovensku. Jeho následníci vystupovali na mnoha místech v Evropě. Vizovický krúžek měl zásluhu na obnově místního kroje, rozvíjení tradice zdejšího pečiva, kraslic a lidových zvuků. Téma s neopakovatelnými ději zasluhuje zaznamenání!

V knize je věnován prostor kulturním osobnostem Vizovic, vzpomínkám na

soubor i město, ale i vzniku nových folklórních souborů, které navázaly na tradice zakladatelů – „krúžkarů“. Kniha o 236 stranách shromažďuje kresby a fotografie dvou desítek umělců, především Jana Kobzáně, Aloise Holíka a Miroslava Pokorného. Najdeme v ní kromě příspěvků pamětníků také slovo představených města, které vydání financovalo s pomocí chápacích sponzorů.

Jedním z nich je také firma RUDOLF JELÍNEK a.s. Kapitoly Muzika a slivovice, Pásmo o ovoci a Velestručná historie akciové společnosti RUDOLF JELÍNEK dokládají spolupráci souboru se slavnou vizovickou firmou, u níž soubor našel morální i hmotnou podporu pro svoji činnost a jež je také moudrým podporovatelem současného literárního mistopisu.

Svatava Kučíková



Distillery Land - zážitek s vůní slivovice

Společnost RUDOLF JELÍNEK a.s. ctí tradici páleníství, jehož počátky sahají do druhé poloviny 16. století, a chce ji přiblížit veřejnosti. Proto se rozhodla aktivně věnovat oblasti cestovního ruchu a vybudovala exkurzní a návštěvnické centrum Distillery Land. Hlavním záměrem projektu Distillery Land je přiblížení tradice a umění přeměny ovocných plodů v kvalitní destiláty a prezentace původní „fabriky“, kde se snoubí tradiční výrobní postupy a nejmodernější technologie. Projekt má přispět k propagaci regionu a rozvoji cestovního ruchu v něm.

Exkurzní trasa zahrnuje návštěvnické centrum s podnikovou prodejnou, kinosál, pěstiselskou pálenici, provoz egalizace s obřmi dřevěnými sudy (zrání destilátů) a „slivovicopádem“, stáčírnou (plnění láhví) a degustační místnost. K dispozici jsou i odborné varianty s prohlídkou rektifikace (zušlechťování destilátů) a pálenice pro první destilaci včetně fermentace (kvašení). Součástí prohlídek je ochutnávka výrobků. Každý návštěvník dostává dárek na památku.

Jistě stojí za zmínku vzpomínout

největší akce, které se v Distillery Landu konaly v minulém roce. Takovou byl bezesporu červnový závěrečný večer Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež pořádaný ve spolupráci se společností FILMFEST, s.r.o. Zúčastnilo se ho 800 pozvaných hostů, mezi nimiž se objevily také známé herecké osobnosti jako Jan Přeuhil, Ljuba Skofeopová, Vojta Kotek, ale také Felix Sliváček nebo tehdejší prezident festivalu a nyníšší ministr kultury Vítězslav Jandák.

V dubnu 2005 nás poctil svou návštěvou prezident republiky pan Václav Klaus, který také nahlédl do tajů výroby ovocných destilátů v rámci exkurzní trasy a nechyběla ani praktická část exkurze, kterou je samozřejmě ochutnávka, o kterou jsme pana prezidenta nemohli připravit.

Mezi pravidelné každoroční akce patří ty, které jsou pořádané jako součást aktivit Spolku přátel Jelínkovy slivovice. Takovou je Jelínkův vizovický košer soubor s cimbálovou muzikou, vystoupení krojovaných tanečních párů, dobré valašské jídlo atd. Kulturní program obohacují různé výstavy v kinosále. V těchto týdnech je to například výstava fotografií Valaško – krajina a lidé.

Také v tomto roce již proběhla řada exkurzí, připravili jsme několik akcí a chystáme spoustu zajímavých věcí, kterými navazujeme na tradice z let minulých. Samozřejmě začínáme spolupracovat s novými klienty a oslovujeme další cestovní agentury, společnosti a firmy jako potenciální zákazníky. Na začátek června opět chystáme večer pro účastníky Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež, další velká akce se organizuje ve spolupráci se společností IMA Production, s.r.o. pro jejich významného klienta. V nejbližší době přivítáme klienty cestovních agentur, kanceláří, zástupce společnosti a firem na exkurze, z nichž některé budou obohaceny o kulturní zážitek s cimbálovou muzikou, vystoupení krojovaných tanečních párů, dobré valašské jídlo atd. Kulturní program obohacují různé výstavy v kinosále. V těchto týdnech je to například výstava fotografií Valaško – krajina a lidé.

Tímto si tedy dovoluujeme pozvat všechny čtenáře Trnkovin, jejich známé a rodiny na exkurzi do Distillery Landu. **Veronika Jakobová**

Výrobky se značkou R. JELÍNEK v Polsku



Prodejna dárků, Varšava, ulice Krucza

Polsko (Rzeczpospolita Polska) - významná severní soused naš země, patří z hlediska exportu společnosti RUDOLF JELÍNEK mezi prioritní trhy. Vidíme jej jako trh s významným potenciálem, který chceme pro odby našich výrobků využít.

V Polsku žije asi 38,7 mil. obyvatel na 312,6 tis. km². Polská ekonomika vytváří ca 805 mld. zlotých (asi 5 630 mld. Kč) HDP, nezaměstnanost se pohybuje kolem 20 % (!), hlavním motorem hospodářství v posledních letech je export. Polsko je členem EU od 1. 5. 2004 shodně jako my. Dle

dostupných informací mají Poláci kladný vztah k Čechům, České republice a všeobecně české produkty přijímají jako kvalitní a oblíbené. Například škoda je po Fiatu druhou nejprodávanější značkou osobních automobilů v Polsku.

Polsko představuje čtvrtý největší trh s vodkou na světě, analitici odhadují jeho hodnotu na 2,3 mld. dolarů ročně. Udáváná oficiální roční spotřeba alkoholu se pohybuje okolo 150 ml. l.a., z čehož asi 100 ml. l.a. představuje spotřeba tvrdého alkoholu. Výroba a obchod s alkoholickými výrobky jsou

pod přísným státním dohledem, všechny láhve musí být označovány kolky (většinou miniaturní), import, velkoobchod a maloobchodní prodej jsou licencovanými a placenými činnostmi (např. licence pro velkoobchodní prodej tvrdého alkoholu stojí ročně v přepočtu asi 315 tis. Kč) a je třeba získat zvláštní licenci pro obchod s pivem, vínem a alkoholickými nápoji nad 18% alkoholu. Zajímavostí je, že společnost LIDL v Polsku licenci pro prodej tvrdého alkoholu má pouze pro určité provozovny.

Na polském trhu jsou přítomny četné mezinárodní maloobchodní řetězce (METRO, Auchan, TESCO, Ahold, Carrefour a mnoho dalších), ale jejich podíl na maloobchodním prodeji dosud není významný. Údaje se různí, ale jejich podíl na obchodu s alkoholickými nápoji údajně dosahuje 10 - 20%. Velmi významnou roli v distribuci alkoholu si zachovávají velkoobchody (tzv. hurtownie) a klasické maloobchodní prodejny (sklepy), které jsou často specializované pouze na prodej alkoholických nápojů. I přesto se v několika příštích letech očekává výrazná segmentace a restrukturalizace zejména velkoobchodního sektoru, nicméně s narůstající aktivitou mezinárodních řetězců lze tento vývoj následně očekávat i u maloobchodu.

Národním nápojem číslo jedna neochybně zůstává čistá vodka, nejčastěji konzumovaná v láhvích o objemu 0,5 litru se 40% obsahem alkoholu. Polský trh je vysoce konkurenční, akční velkoobchodní nabídky levných vodek často

neobsahují žádný příspěvek na tvorbu zisku a pro pokrytí materiálových nákladů přináší asi 2,10 Kč u půllitrové láhve!

V květnu loňského roku došlo k podpisu rámcové obchodní smlouvy mezi naší společností a firmou SHU

Na základě konzultací s importérem byl pro distribuci v Polsku vybrán následující sortiment: slivovice bílá a zlatá v provedení košer (standardní láhve 0,5 l, láhve budík 0,5 l a miniaturní), dále Plum vodka, Dry gin a Švejkův tuzemák. V souladu s polskou legislativou byly připraveny zadní etikety v polštině, přičemž přední etikety zůstávají české pro zvýšení původu našich nápojů. V září a listopadu 2005 proběhly první dvě dodávky našich výrobků v rozsahu 6432 láhví a 2592 miniaturní. Celkový objem loňského prodeje činil 795 tis. Kč.

V současné době se naše výrobky prodávají ve vybraných provozovnách řetězce Leclerc, intenzivní jednání probíhají s řetězci Auchan a Selgros. Z velkoobchodních společností naši slivovici distribují např. HASIS Piaseczno, Galeria Alkoholi Łódź, což jsou velkoobchody zásobující vlastní maloobchodní síť. Mají tak možnost lepší kontroly cash flow a tudíž předpoklad pro jejich dobrou platební morálku. Jednání s dalšími velkoobchody a distributory probíhají.

Marketingové akce a podpory v roce 2006 budou zaměřeny na komunikaci s potenciálními zákazníky. Budeme vysvětlovat, v čem se naše pravá slivovice odlišuje od podobných polských výrobků, jakým způsobem je vyráběna, které faktory garantují její přírodní charakter a vysokou kvalitu. Část marketingových prostředků bude využita pro motivaci prodejního personálu v maloobchodních prodejnách. **Martin Děva**



Varšava, která je součástí velkoobchodního uskupení Mazowieckie Centrum Alkoholi (MCA) Varšava. MCA v žebříčku distributorů alkoholu zaujímá 8. místo s ročním prodejem přesahujícím 3,3 mil. l.a. alkoholu.

Když první hruška padá...

Úspěšná televizní reklama odstartovala nový způsob konzumace tradiční Jelínkovy hruškovice. Věřím, že možnost k vyzkoušení rituálu s hruškou již dostal každý a kdo této možnosti doposud nevyužil, tak by to měl při příležitosti napravit.

A jak odborněji rituál představit veřejnosti? Jelínkova hruškovice je díky trojstupňové destilaci a patřičnému zrání výjimečná jemnou chutí s dlouhotrvajícím tónem čerstvých hrušek. Výtečnou kombinací je tzv. „rituál s hruškou“, tedy sklenička právě Jelínkovy hruškovice s kouskem kompotové hrušky na párátku.

Příprava nápoje není vůbec složitá: do skleničky nalijte hruškovici, přidejte kousek kompotované hrušky na párátku a dolaďte přidáním několika kapek šťávy z kompotu. Párátka s hruškou vytáhněte ze skleničky, přitukněte si s přáteli skleničkou nebo hruškou a vychutnejte si hruškovici, poté snězte sladučkou hrušku.

Kdo by si chtěl rituál s hruškou vychutnat stejně „dokonale“ jako v televizní reklamě, může pro seriování použít netypické hrušky – tzv. baby hrušky. Tyto tradiční mini hruštičky jsou speciální svoji velikostí, a proto je možné do skleničky

vložit celou polovinu plodu. Baby hrušky



rozveselit nejen sebe, ale případně i ostatní na baru.

sice nejsou standardním sortimentem maloobchodů, ale zájemci je mohou sehnat v prodejních Makro a Tesco. Takže co zbývá? Říct si: „Když první hruška padá, noc je ještě mladá...“ a společným přituknutím s hruškou doprovázeným pokřikem „mazlíky, mazlíky“ pak rozveselit nejen sebe, ale případně i ostatní na baru.

Petra Dvořáková

Projekt modernizace pálenice pokračuje

Představenstvo naší společnosti v loňském roce rozhodlo, že je nezbytné věnovat intenzivní pozornost projektu modernizace pálenice. Co všechno pod tento projekt spadá? Je to komplexní procesní řešení modernizace všech činností spojených s výrobou ovocných destilátů zahrnující příjem ovoce, jeho zpracování, fermentaci, destilaci kvasu do hotového polotovaru vlastní výroby. Co se od té doby událo? Především bylo nutné si ujasnit základní koncepci celkového řešení a také vlastní rozsah celkové modernizace.

Prvním krokem bylo oslovení inženýrských firem, které se zabývají projektováním a realizací technologických celků v potravinářském průmyslu, spe-

managementu. Každá ze studií měla své přednosti i nedostatky. Bylo nutné pokračovat a dopracovat jednu studii do konečné, celkově akceptovatelné podoby. Pro tuto práci byly vybrány firma Alfa Laval Praha, se kterou byla uzavřena smlouva o zpracování celkové koncepce všech provozních souborů. Během zpracování se k celkové koncepci ještě přidaly dvě technologie, a to zpracování výpalků v bioplynové stanici a spalovna pecek, hlavně z důvodu zajištění tzv. bezodpadové technologie celé modernizace.

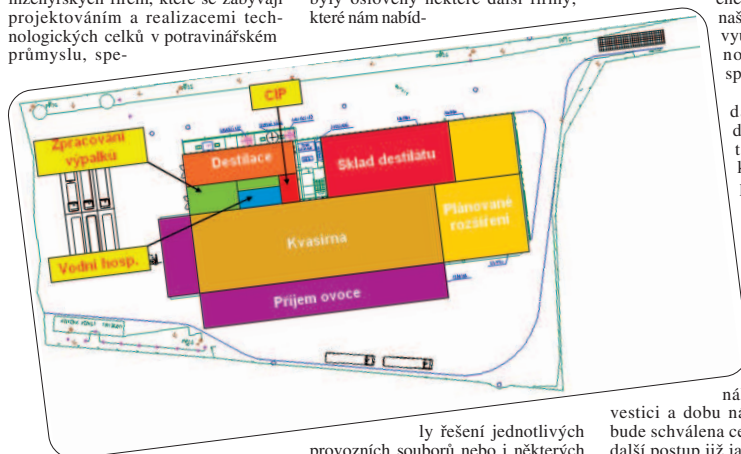
V průběhu zpracování koncepce byly osloveny některé další firmy, které nám nabíd-

technologii a poskytly mnoho cenných informací k celkové koncepci. Vzhledem ke složitosti celkové modernizace jednámi nadále pokračují a probíhá upřesňování jednotlivých detailů v návaznosti na celek.

V rámci oslovení firem byly vypracovány jednotlivé nabídky, např. na výkonná čerpadla ovoce i kvasu, na sušičku pecek, na bioplynovou stanici, na parní vyvíječe, úpravy kvasných tanků, pasírků, v současné době jsou zpracovávány nabídky na kvasnou halu, bioplynovou stanici, spalovnu pecek, a také studie energetické náročnosti naší firmy pro případné využití tepla z bioplynové stanice a ze spalovny pecek.

Jak bude vypadat další postup? Především je nutné dořádnout celkovou koncepci do takové podoby, aby mohla být podkladem pro vypracování realizačního projektu. Na této fázi se nyní intenzivně pracuje. Dále je nutné propočítat všechny ekonomické ukazatele a spočítat celkový náklad na danou investici a dobu návratnosti. Jakmile bude schválena celková koncepce, je další postup již jasně dán následující posloupností – zpracování realizačního projektu, výběrová řízení na jednotlivé provozní soubory a inženýrskou firmu, stavební povolení, vlastní realizace a rozjezd nové pálenice. Každý z těchto kroků vyžaduje velkou časovou i odbornou náročnost, ale pokud vše půjde dle časového harmonogramu a pokud se nevyskytnou nepředvídané komplikace, měli bychom vše zrealizovat do konce roku 2007.

Jiří Koňářik



ciálně v nápojovém průmyslu, nejlépe ve výrobě lihu, případně ovocných lihovarů nebo pěstičských pálenic. Na základě výběrového klíče byly vybrány 4 firmy (Alfa Laval spol. s.r.o. Praha, VPS engineering a.s. Hradec Králové, SINDAT Engineering, s.r.o., Praha, ProjectSoft s.r.o., Hradec Králové), které zpracovávají základní studii celkové modernizace. Postupně proběhla prezentace všech čtyř firem představenstvu a vybraným členům

ly řešení jednotlivých provozních souborů nebo i některých důležitých detailů. Nejdůležitější jednání probíhá s potenciálními dodavateli destilační technologie. Jak všichni víme, je to srdce nejen nové technologie, ale i naší firmy. V dřívější době proběhlo jednání se zástupci výrobců tuzemských destilačních technologií a v současné době probíhá jednání i se zástupci zahraničních firem, např. s nám již známou firmou Arnold Holstein nebo z další německou firmou Christian Carl. Obě firmy nabídky kompletní destilační

Slivovice ročníku 1956

Mezi největší unikáty historického archivu firmy patří košer zlatá slivovice 50% z roku 1956. Vzorek této košer slivovice byl odebrán 3. dubna 1956, kdy se odesílala exportní zakázka v množství 1212 ks do USA. Byl to jeden z prvních vzorků, které se začaly archivovat, proto má také vysokou cenu, a to nejen historickou. Tento archiv založil pan Jiří Žabka, jenž byl zodpovědný za exportní dodávky, právě na počátku roku 1956. Byly v něm většinou ukládány kontrazorky odebrané z exportních dodávek. V současné době tento archiv čítá asi 250 lahvi, převážně slivovice.

Oldřich Kalenda



R. JELÍNEK v knize o Zlínském kraji

Série reprezentativních publikací pražského vydavatelství ACR Alfa, s.r.o. představujících jednotlivé kraje České republiky, pokračuje knihou o Zlínském kraji, která vyšla na začátku tohoto roku. Objemná publikace seznamuje s krajinou, městy a obcemi daného kraje a vedle toho přináší prostor pro prezentaci mnoha dalších zajímavostí z regionu. V nové knize o Zlínském kraji pro najdeme celou skupinu článků představujících Město Vizovice, Vizovické pečivo, Zámek Vizovice nebo Bolka Polivka. V této sluhví vyprávěné knize samozřejmě nechybí ani dvoustrana věnovaná firmě RUDOLF JELÍNEK a.s. a její největší kulturní akci, Tradičnímu Vizovickému trnkobraní. Publikace bude poprvé představena na slavnostním večeru v hotelu Moskva ve Zlíně 5. dubna 2006. Večer proběhne pod záštitou předsedy Senátu Parlamentu České republiky MUDr. Přemysla Sobotky.

slad

Griotka a Luhačovka v novém kabátě

V rámci sjednocování designu líkeroých karaf byla upravena podoba etiket Luhačovické bylíně a griotky. V případě první jmenované je dominujícím prvkem nápis Luhačovická bylíně na pásku v dolní části karafy a výšeč bylín bylín na přední etiketě ilustrující škálu léčivěk užívaných k výrobě tohoto lahodného líkeru. Naproti tomu nový design griotky zaujme zlatou ražbou nápisu „GRIOTTE“ a R. JELÍNEK na červeném podkladu a dominujícím obrázkem šňavnatě višně, která vybízí k ochutnání tohoto nápoje. Obě nové upravené karafy se zařadí po bok švestkového Plum líkeru uvedeného na trh v loňském roce.

slad

Jelínkova americká inzerce 1935

Vedoucím pálenice Oldřichu Kalendovi se podařilo objevit skutečně ojedinělý doklad o počátcích vývozu košer slivovice Rudolfa Jelínka do USA. Je to inzerce Jelínkovy firmy v měsíčníku American Wine and Liqueur Journal z ledna 1935. Vzhledem k tomu, že Rudolf Jelínek zahájil zámožský export v roce 1934, jedná se o jeden z nejstarších dokladů formování americké distribuční sítě prostřednictvím firemního zástupce v New Yorku Pavla Fantla a výhradních distributorů pro New York a New Jersey.

slad

Historický archiv firmy bude zpracován

Součástí firemního archivu je poměrně obsáhlý soubor písemností pocházejících z éry těsně poválečné a potom z období národního podniku po roce 1948. Písemnosti jsou v různé míře dochované zůstatkem archivu vizovického závodu 06 Slovackých konzerváren, který byl ve firmě uložen na několika místech. Relativně neucelenější část se nacházela na půdě správní budovy. Ta část archivu, která byla umístěna v suterénu nové administrativní budovy, byla z větší části zničena při povodni v červnu 1987. Část archivu byl postupně přemístěn do skladu bývalých etiket, kde se nacházel v poměrně neuspokojeném stavu v lepenkových krabicích. V lednu tohoto roku byl celý archiv základně utříděn a uložen do kartonů. Mezi nejzajímavější části archivu budou jistě náležet rozsáhlé soubory korespondence, ať už se týkají exportu, tuzemského obchodu či vnitřního chodu podniku. Tyto soubory obchodní korespondence jsou dochované v celkem ucelené podobě od roku 1945. Co přesně obsahuje, bude jasné až po podrobném zpracování a inventarizaci, které by měly proběhnout ještě v tomto roce.

slad

Historické materiály rodin Singrů a Roubičků



Ochotou ing. Pavla Roubička a jeho maminky paní Evy Roubičkové byly pro firemní muzeum získány velmi cenné materiály vztahující se k rodině a firmě Karla Singra, největšího předválečného palníka ve Vizovicích. Karel Singer založil svou První vizovickou pálenici v roce 1895 a vedl ji až do druhé světové války. Po roce 1945 se firmy ujal jeho syn Bedřich Singer spolu se svým švagrem Richardem Roubičkem. V roce 1948 byl však podnik znárodněn a Bedřich Singer odešel do emigrace do Chile, kde již předtím přežil válku. Mezi nejzajímavější získané materiály patří osobní korespondence Bedřicha Singra a Richarda Roubička, která od 40. do 80. let 20. století probíhala mezi Santiagu de Chile a Prahou. Dokládá mimo jiné dosud neznámý fakt, že Bedřich Singer provozoval v Chile továrnu na výrobu líkerů.

slad

Ročníková slivovice 53% z roku 2005

Už posedmé uvedla firma RUDOLF JELÍNEK a.s. na trh sérii jubilejní ročníkové slivovice. Švestky na tuto slivovici byly použity z ovoce tuzemského. Dodány nám byly od společnosti TAGROS Troubelice a VVIS, sady Žernov v měsíci září 2005. Destilace a rektifikace proběhla v měsíci říjnu. Slivovice pak byla v listopadu upravena a technologicky zpracována a v prosinci stočena do lahvi. Uplynulá sezóna byla na ovoce dost skoupá. S ohledem na teplý podzim však bylo ovoce velmi dobré na založení kvasu, protože mělo vysoký obsah cukru. Tim i tato ročníková slivovice 2005 dosahuje mimořádné kvality.



Přehled obchodních manažerů RUDOLF JELÍNEK a.s.

	obchodní manažer pro ČR	telefonní číslo	e-mailová adresa
Praha	Vladimír Halgaš	+420 724 814 028	halitoursro@quick.cz
Praha	Daniel Provazník		
Severní Čechy	Soňa Eliášová	+420 724 814 030	sona.eliasova@volny.cz
Západní Čechy	František Náhlik	+420 724 814 029	nahlík.frantisek@quick.cz
Jižní Čechy	Vlastimil Březka	+420 724 814 034	brevla@seznam.cz
Východní Čechy	Vladislava Tatarová	+420 724 814 031	tatarovav@tiscali.cz
Severní Morava	Milan Mirga	+420 724 814 032	milan.mirga@volny.cz
Jižní Morava	Libor Zakrvač	+420 724 814 033	arnost.z@seznam.cz
	ambulant ČR	telefonní číslo	e-mailová adresa
Valašsko, Vsetínsko	Jana Mojžišová	+420 607 714 330	ambulant@rjelinek.cz
Zlínsko	Drahomíra Vřlová	+420 723 846 637	ambulant@rjelinek.cz
	obchodní zástupce pro SR	telefonní číslo	e-mailová adresa
Obchodní ředitel pro Slovensko	Lubomír Čul	+421 905 942 002	cul@rjelinek.sk
Bratislava	Tomáš Takacs	+421 907 300 588	takacs@rjelinek.sk
Západní Slovensko	Karol Czabany	+421 907 735 585	czabany@rjelinek.sk
Střední Slovensko	Branislav Hažík	+421 908 854 133	hazik@rjelinek.sk
Východní Slovensko	Peter Hreško	+421 905 271 249	hresko@rjelinek.sk

ROZHOVOR

R. JELÍNEK

Člověk by měl o sobě stále pochybovat

Rozhovor s generálním ředitelem a předsedou představenstva
RUDOLF JELÍNEK a.s. Pavlem Dvořáčkem

Když jste začal v roce 1990 podnikat, bylo vám 18 let. Těsně před revolucí mladý člověk většinou ještě příliš nevnímá, že režim spíše ke konci a nevědí, jaká ho čeká budoucnost. Jaké jste měl tehdy představy o tom, co byste chtěl dělat?

Musím potvrdit, že jsem neměl představu o změně režimu, žil jsem v něm a nějak zásadně o tom nepřemýšlel. Chodil jsem na gymnázium, kde jsme tehdy s Lumírem Zakravacem a Jurou Koňáčkem organizovali spoustu sportovních a kulturních akcí a přiznám se, že jsem neplánoval co bude za pět nebo deset let. Když přišla revoluce, byl jsem ve čtvrtém ročníku na gymnáziu a spíš jsem se zajímal o to, abych v pořádku odmaturoval. Pak jsem se dostal na Vysokou školu ekonomickou do Prahy, rozhlédl jsem se a teprve tehdy zjistil, že došlo k tolní změně všeho. Praha kypěla, bujela a já jsem pochopil, že je potřeba se postarat sám o sebe. Jelikož je můj otec ekonom a vedl nějaké účetnictví, měl jsem možnost mu pomáhat a koncem roku 1990 jsem si vyřídil tehdy ještě ne živnostenský list, ale povolení městského úřadu v Kroměříži a začal jsem dělat nejdříve pro jednu a pak pro několik firem účetnictví. V té době jsem také s kamarády organizovali dětské tábory pro různé firmy. V roce 1991 jsme začali organizovat tábory samostatně a protože jsme zjistili, že je na to potřeba různých povolení a živnostenských listů, tak jsem si vyřídil živnostenské listy na provozování cestovní kanceláře, na hostinskou činnost atd. Zároveň jsme i studovali, měl jsem dost čerstvých informací, díky kterým jsem pochopil, že dojde k majetkové změně, které je třeba se zúčastnit. Tak velké změny se tedy historicky děly např. v roce 1948, za druhé světové války a předtím třeba po bitvě na Bílé hoře. A k těmto datům lze přiřadit i období po roce 1990, kupónovou privatizaci a vše, co s tím souvisí.

Jak se vám dařilo skloubit podnikání se studiem?

Tehdy to byla ideální varianta, protože ačkoliv by to mělo být tak, že to co

se člověk naučí ve škole, pak použije v praxi, fakticky to bylo naopak. Mě podnikatelské aktivity se vyvíjely tak, že v letech 1992 – 1993 jsem byl lektorem školitelské firmy, kde jsem dělal rekvalifikační kurzy na účetnictví a související věci. Od 1. ledna 1993 se u nás úplně změnila daňová soustava na základě zákonů přijatých těsně před koncem roku 1992. Vzpomínám si, že tehdejší Vánoce jsme trávil přípravou způsobů účtování dle nového zákona do svých vyučovacích osnov, abych mohl začátkem ledna učit kurs podle aktuálních pravidel. To, co jsem vypracoval, jsem pak poskytl naší profesore účetnictví, které to posloužilo k vydání nejen skript, ale i knihy souvztažnosti. To byl klasický most mezi praxí a studiem. Také jsem se tehdy s kolegy začali věnovat investování v rámci kupónové privatizace. Protože jsem nestihal, přepustil jsem rekvalifikace kroměřížské firmě a chtěl se naplno věnovat studiu. Dlouho mi to nevydrželo, začal jsem pracovat jako analytik a obchodník s cennými papíry pro několik makléřských společností a investičních fondů. V této době jsem strávil nějakou dobu v Londýně na kurzu portfolio managementu.

Jak jste se do Londýna dostal a co vám to dalo?

Dostal jsem se tam přes svého tehdejšího zaměstnavatele, českou pobočku americké brokerské firmy Dominick & Dominick. Posunulo mě to dál v oblasti obchodování s cennými papíry, které tehdy bylo neprobádanou končinou. Také to byla celková životní zkušenost. Přitahovala mě nesmírná aktivita lidí, kteří se tomu věnovali, nutnost vstřebávat a kombinovat informace a určovat politické a ekonomické strategie. Casem jsem přišel na to, že postupujeme (jako firmy) jako by naopak – nejdříve jsme pracovali s penězi a cennými papíry, potom jsme se učili obchodovat se zbožím a nakonec přicházeli na to, jak zboží vyrobit. Ano, bylo to opačně, ale taková byla hektická doba, kdy se převracely hodnoty.

Asi od roku 1994 jste jako akcionář vstupoval do firmy RUDOLF JELÍNEK a.s. Napadlo vás tehdy, že byste v budoucnu mohli s touto firmou spojit své další osudy?

V té době určitě ne, spíše jsem si dokázal představit budoucnost investičního bankéře. Je však potřeba říci, že do let 1996 – 1997 jsme s kolegy dokázali vydělávat zajímavé peníze na burze. V roce 1997 – po tzv. „Klausových balíčcích“ – burza spadla a já s kolegy jsme měli zainvestovano spoustu peněz – i půjčených, a protože jsme byli mladí, neměli jsme šanci půjčit si v bankách. Peníze jsme si proto půjčovali od fyzických osob, a pak je vraceli s úroky 24 – 36%. Před krachem burzy to bylo díky výdělkům relativně bezproblémové. Ale najednou jsme byli v situaci, kdy jsme měli porůznu ve firmách podíly a ty firmy jsme neuměli řídit. A po pádu burzy jsme zjistili, že i kdybychom vše prodali, ani nezaplátíme všechny závazky, které máme. Takže bylo jasné, že buďto je opravdu nezaplátíme a odjedeme někam „na doživotí“, anebo jsme se mohli začít těm jednotlivým podílům ve firmách věnovat a zkusit vydělat na jejich zhodnocení. Tak jsme třeba zhodnotili Kyselku Praha, která, když jsme do ní vstoupili, měla 10 milionů třeb, a když jsme prodávali byl to osmánsobek a jasně dané zákazníkovi. V Jelínkově jsme neměli majoritu, ale pod tlakem věřitelů jsme se s tím museli nějak vyrovnat. A zdálo se nám, že RUDOLF JELÍNEK a.s. je firma, která má značnou dobrou potenciál.

Do firmy jste tedy vstupoval jen pod tlakem situace nebo svou roli sehrála i nějaká dlouhodobější idea?

Tak vedla nás i selská úvaha, že talkohol provází lidské dějiny odnepaměti a nelze předpokládat, že by tomu bylo v budoucnu jinak. Takže to byla úvaha o dlouhodobém předmětu činnosti. A v Praze jsem cítil, že Morava a Moraváci jsou vnímáni přes slivovici a víno. Podvědomě jsem sice vnímal, že v Praze jsou možnosti nejzajímavějších obchodů, ale na druhou stranu jsem věděl, že doma jsem tady na Moravě.

Takže lze říci, že jste také uvažoval udělat něco pro kraj, ze kterého pocházíte?

Takhle bych tu otázku neformuloval, protože by si vyžadovala jednoznačnou předpověď o odpovědi... Ale řeknu to jinak: opravdu to bylo tak, že burza tehdy spadla a už nebyly možnosti výdělků na burze jako v předcházejícím období. Bylo nutné splácet dluhy a já jsem člověk, který když někomu dluží peníze, tak se snaží dělat všechno proto, aby je vrátil. A nevnímám jsem, že mám jinou možnost, než ještě tvrději pracovat a věnovat se účastem, které jsme měli nakupeny. Dnes je jasně dané, že se chceme věnovat výrobě alkoholu a všemu, co s tím souvisí, až už je to zábava, orientace na volný čas. Ano, dnes to tak jednoznačně vnímám, že chci i pro tento kraj něco udělat a chci pomoci jej pozdvihnout.

K RUDOLFU JELÍNKOVÍ jste nastoupil zvenku jako šestadvacetiletý manažer téměř bez zkušeností. Přitom bývalo zvykem, že na řídící posty se postupně pracovali lidé z firemní praxe. Jak jste přesvědčoval zdejší lidi, že právě vy a váš tým jste ti správní?

Já jsem tu nastoupil v roce 1998 jako předseda představenstva. Reditelem byl ing. Bartoš, nicméně on měl zájem o politickou kariéru a já měl pocit, že firma by se mohla řídit trochu intenzivněji. A měl jsem dojem, že jako výkonný manažer jsem schopen firmě přinést víc než jen jako spoluvlastník a předseda představenstva. Být v šestadvaceti letech ředitelem takové firmy není standardní, ale měl jsem už zkušenosti z jiných firem a hlavně akcionářskou podporu a jistě i pracovní výsledky. Samozřejmě přiznávám, že jsem neměl spoustu lidských a manažerských zkušeností, do kterých člověk prostě musí dorůst; a nevím zda je mám teď – myslím, že člověk by měl o sobě stále pochybovat. V době, kdy tady proběhla změna poměrně, byla v určitém okamžiku většina lidí na stejné startovní čáře, a ať mu bylo osmáct, čtyřicet nebo šedesát, každý mohl běžet. Někdě věděl, kam má utíkat, ale už nemohl tak rychle, někdo mohl rychle, ale zase nevěděl kam. A můžu vám říct, že jsem si mockrát říkal, jak jsou na tom dobaře na Západě, kdy můžeš otec předávat zkušenost synovi, kde lze ve firmě postupovat a máte se od koho učit. A to jsem tady mnohdy nemohl, ale nebyl jsem sám. Zkušenosti jsem si prostě musel nasbírat sám, projít riziky a dělat chyby.

RUDOLF JELÍNEK byla kdysi rodná firma předváňaná z otce na syna. Vy máte tři syny – chcete je vést k tomu, aby po vás jednou převzali žezlo?

Ne. Já si myslím, že rodiče mají svým dětem dát dobré vzdělání a vychovávat a ony se pak mají samy rozhodnout, co budou dělat. Když jsou děti chytré a dobře vychované, umí se o sebe postarat samy. Nemám vůbec ambice, aby tady pokračovali. Nehledě na to, že jsme akciovou společností a nikoliv klasickou rodinnou firmou. Být vzhledem k historii firmy je mi to určitě sympatické. No, bylo by to hezké a příjemné, ale nechci bych k tomu nikoho nutit.

Máte za sebou ve firmě osm úspěšných let. Když se za nimi ohlédnete, jste rád, že jste se rozhodl vstoupit do tohoto oboru?

Uřít. Ani ne tak do tohoto oboru, ale do této konkrétní firmy. Je to pro mě škola, jsem přesvědčen, že lidé se mají, pokud mohou, maximálně věnovat práci a být prospěšní svému okolí. Mám pocit, že teď tomu dávám všechno. Naopak už se nějaký pátek zabírám myšlenkou, jak přibrzdit sebe, ale ne firmu. Abych měl víc času i na nějaký normální život.



Jaké máte sny a plány, které byste chtěl uskutečnit?

Těch vizí je celá řada. Myslím si, že jsme je poměrně přesně specifikovali ve Strategii společnosti na 2006 – 2010.

Čeho chcete ještě s firmou dosáhnout?

Musíme znásobit tržby, výkony a zisk, musíme vstoupit nejen obchodně, ale i výrobně, do jiných zemí, kde je dostatek surovin a nižší výrobní náklady. Samozřejmě bych byl rád, kdyby Jelínek výrobně a technologicky předběhl špičkové evropské firmy. A těším se, až v celém okolí Vizovic budou švestkové sady, budeme vyrábět nejenom slivovici, ale i povídla a sušené švestky. Dále až budeme moci ještě kulturněji nabídnout našemu zákazníkovi úplný servis i třeba ve vlastních restauracích s hotelem atd. A nejvíce se těším, že to bude fungovat bez mé.

Vždycky, když poslouchám víze, o kterých mluvíte, když vidím, že RUDOLF JELÍNEK není jen továrna na slivovici, ale také zakládá firemní sady, buduje hotel, muzeum, exkurzní trasu, penzion na Bunč, rozhlednu v Chříbech, tak si uvědomím, že to jsou věci, které v lečems připomenou Tomáše Baťu, který začal s obuvi a postupně nabaloval další obory podnikání. A i když jeho firemní impérium proniklo do světa, zůstal pevně svázan s tímto krajem.

Není absolutně možné srovnávat Jelínka s firmou Baťa. Na druhou stranu firma RUDOLF JELÍNEK je v tomto kraji tradiční a i my se snažíme dělat něco pro to, aby zůstala zakořeněna v myšlích lidí tak dobře jako firma Baťa. Ale jinak platí, že firma Baťa je dimenzionálně někde jinde než my.

Máte nějaké osobní vzory v podnikání? Až se jednou budete ohlížet za svou kariérou, komu byste se chtěl podobat?

Kdybychom ještě mluvili o Baťovi, tak to je jistě obrovský pojem. On dokázal ze země vydupat nejen firmu, ale i celé město, prosadil se nejen u nás, ale po celém světě. To je výkon dictyhoedný, ale nejsem si jist, zda v dnešní době následovatelný. Byl bych rád, kdyby jednou za mnou a za kolegy byla vidět nějaká práce – to mě bude těšit. Je dobré, když můžu spolupovíňovat věci, aby šly správným směrem. Když se ohlédnu, mám pocit, že něco jsme udělali, ale když se podívám dopředu, tak mi připadá, že mnohem více práce je před námi.

Odlehčenější otázka na závěr: který Jelínkův výrobek ředitel RUDOLFA JELÍNKY chutnat nejvíce?

Když jsem poprvé v roce 1995 nebo 1996 přijel na představenstvo, tak se mě kolegové ráno v osm hodin ptali, co si dám. Tak jsem na ně zkoušel čaj, ale oni na to, že to ne, že začneme panákem. Polil mě horký pot a říkal jsem, že když se Vizovice rovná slivovici, tak že tedy slivovici. Oni převrtili oči v sloup a prohlásili, že čtyři z pěti členů představenstva pije borovičku. Představil jsem si typickou zakoufenou čtyřku a obával jsem se, že to po ránu nezvládnou. Ale musím říci, že dnes máme tříčlenné představenstvo a všichni tři členové pijeme slivovici a borovičku. A v posledních letech mi nejvíce chutná hruskovice Williams.

Děkuji za rozhovor
Marcel Sladkowski

Vizovické trnkobraní se nezadržitelně blíží

Nezdá se být tak dávno doba, kdy areál likérky RUDOLF JELÍNEK i celé město Vizovice žilo hudbou a pestrým programem. Nezdá se být tak dávno doba, kdy Vizovice vítaly tisíce návštěvníků. Nezdá se být tak dávno doba, kdy Bolek Polívka spolu s 2.418 pomocníky vytvářel český rekord v přípitku slivovici.... A přesto již od posledního srpnového víkendu roku 2005 uplynulo více než půl roku. V této chvíli celý pořadatelský tým pilně připravuje program a technické zajištění, aby poslední prázdninový víkend roku 2006, 25. – 27. srpna, mohl ve Vizovících proběhnout 39. ročník Vizovického trnkobraní.

Na konání festivalu se letos opět podílí, spolu se zakladateli festivalu Kulturně-společenským sdružením Vizovické trnkobraní, také společnost RUDOLF JELÍNEK a město Vizovice.

Krásný zvyk oživit celé město se věrme letos opět podarí. Hudební program je připraven nejen pro hlavní pódium v likérce. Areál společnosti RUDOLF JELÍNEK nabídne hudebních koutů hned několik. Cirkusový stan, který bude přes den sloužit jako útočiště pro děti, nabídně ve večerních hodinách taneční hudbu. Amatérské začínající skupiny nejrůznějších žánrů dostanou prostor na „hudebním Radegast kamionu“.

Hudební mix je připraven opravdu

pro každého. Na 39. ročníku uslyšíte No Name, Support Lesbiens, Tři sestry, Odpolední směnu, Mňága a Žďorp či Pangeu – Beatles Revival. Mnoho

39. TRADICNÍ VIZOVICKÉ TRNKOBRAŇÍ

25. – 27. 8. 2006

RADEGAST

gastrobar

PAULI CAS

klub

Město Vizovice a areál likérky RUDOLF JELÍNEK spolusponzorují

Svatý Plátek
Wahout – Promiér – Ziráň
Odpolední směna – Kasoví – Nevim
Pangeu – The Beatles Revival
Patrik Hezucký a Renata Angelov
Fleret a Jarmila Suláková • UDG • Turbo
Mňága a Žďorp
muzikálový koktejl • Vašo Patejdl

Petr Bende Band
Bolek Polívka
Support Lesbiens • Clou
Tři sestry
No Name

PŘEDPRODEJ VSTUPENEK ZAHÁJEN!

www.vizovicketrnkobraní.cz
VIZOVICE +25. – 27. 8. 2006

fanošů jistě potěší vystoupení Petra Bendeho a jeho bandu, Vašo Patejdl a skupiny Wahnout. Chybět nemůže skupina Fleret s Jarmilou Sulákovou, Turbo, UDG, Svatý Plátek, a pro skutečné hudební fajnšmekry připravili pořadatelé vystoupení dvojnásobných držitelů prestižní hudební ceny Anděl za rok 2005 – skupiny Clou.

Program však bude probíhat v celých Vizovicích. Návštěvníky jistě potěší II. tradiční vizovický jarmark řemesel, II. vizovický trnkobraní, Folklorní a dechovkový festival či výstava historických automobilů.

Ve spolupráci s generálním partnerem akce, společností Pízeňský prazdrog, a.s. a jeho značkou Radegast, budou po pobavení dospělých připraveny atrakce pivního městečka. Vrcholem celého programu Vizovického trnkobraní bude již tradičně GRAND PRIX VIZOVIC v pořádání švestkových knedlíků. Celou GRAND PRIX Vás bude provázet Patrik Hezucký a Renata Angelov. Nebude ani chybět stánek Trnky Brnek, Město rekordů agentury Dobry den z Pelhřimova a oblíbený Trnkovaček.

Poslední srpnovy víkend bude ve Vizovicích opět o zábavu postaráno. Buďte proto všichni rádi, že... Na počátku byla švestka... a teď jsme se dočkali trnkobraní!

Petra Dvořáková