

TropicoLife

2. vydání | duben 2025 | čtvrtletník

25 LET



Milníky | Značky TROPICO a Hilding Anders ČR

Miloš Haken | Naším jednoznačným cílem je zdravý spánek

Tereza Blažková | Snažím se žít přítomným okamžikem



4.



4. ANKETA ZAMĚSTNANCŮ

ANKETA

5. MILNÍKY ZNAČKY TROPICO

6.



6. MILOŠ HAKEN OBCHODNÍ ŘEDITEL

ROZHOVOR

8.



8. MARTINA JALOVECKÁ ŘEDITELKA MARKETINGU

ROZHOVOR

11. TEREZA BLAŽKOVÁ AMBASADORKA

ROZHOVOR

11.



NÁZEV PERIODIKA: TROPICO LIFE, PERIODICITA: ČTVRTLETNÍK, MÍSTO VYDÁNÍ: JILEMNICE, ČÍSLO A DATUM VYDÁNÍ: 2. ČÍSLO, DUBEN 2025, EVIDENČNÍ ČÍSLO: MK ČR E 24698, VYDAVATEL: HILDING ANDERS ČESKÁ REPUBLIKA A.S., BRANSKÁ 329, 514 01, JILEMNICE, IČO: 26173212

Druhé vydání TropicoLife

Společnost Hilding Anders si v letošním roce připomíná 25. výročí své existence. V této souvislosti si vzpomínám, jak jsme společně s kolegy koupili výrobní prostory bývalého podniku Mileta v Roztokách a začali jsme si plnit sen, že budeme největší výrobce matrací v České republice a na Slovensku.

V roce 2000 začala výroba a využili jsme kontakty na prodejce nábytku na trhu. Paradoxní je, že jsme ještě ani neměli patřičné strojní vybavení, ale už jsme měli prodané výrobky. Záhy se nám však podařilo nakoupit technologie, instalovat je a získat šikovné lidi, kteří pracovali pro Miletu, a postupně jsme nabírali další nové zaměstnance.

Vyráběli jsme matrace, které lidé očekávali, vyhledávali a dobře se na nich vyspali. V průběhu prvních let, i přes omezené investice do marketingu, se mezi spotřebiteli a zákazníky šířila nejen dobrá aura kolem těchto produktů, ale také naše spolehlivost, kvalita, a to byl asi nejsilnější motor k tomu, že jsme získávali stále více zakázek a rostli na trhu. V roce 2006 jsme se zařadili počtem vyrobených a prodaných kusů matrací mezi největší dodavatele na českém a slovenském trhu.

Nepochybně velkým milníkem pro naši firmu byl rok 2007. Tehdy nás oslovil největší evropský výrobce matrací, postelí a dalších výrobků souvisejících se spánkem, Hilding Anders, s přáním, zda bychom chtěli vstoupit do rodiny této společnosti. V průběhu jednání jsme našli shodu a od 1. června toho roku jsme se stali součástí této nadnárodní společnosti se sídlem ve švédském městě Malmö, která má téměř třicet výrobních závodů v Evropě i Asii. Od té doby se nám otevřelo více možností ve vztahu s technologickými investicemi, vstupními materiály a v následujícím roce jsme byli schopni vyrábět stále více matrací. Posunovali jsme se kupředu, i když přicházely krize na trhu, které se střídaly s dobrými časy tak, jak to vždycky bývá. Od roku 2017, kdy odešli kolegové, kteří tady byli od samých začátků, jsem tady z původních zakladatelů zůstal sám. V současné době řídíme firmu společně s finančním ředitelem Janem Peluňkou.

Musím se ještě na chvíli zastavit u dalšího, i když pro firmu nešťastného milníku v jeho historii. Dne 28. října roku 2020, kdy jsme si už mysleli, že je společnost postavená na maximum, měli jsme spoustu zakázek a výrobní procesy byly dobře nastavené, došlo kvůli technické závadě na výrobním zařízení k devastačnímu požáru, který kompletně zničil naše dvacetileté úsilí budování značky v Roztokách u Jilemnice. Přesto všechno jsme se jako tým semkli! Postupně jsme velmi rychle našli alternativu a pronajali si prostory v Nové Pace a také v Průšánkách na jižní Moravě. Díky tomu jsme zůstali na trhu. Navíc se k situaci skvěle postavili naši zákazníci a nikdo s námi neukončil spolupráci. Poměrně rychle se podařilo najít náhradní prostory v Jilemnici, čtyřikrát větší a kvalitnější než v Roztokách. V dubnu roku 2022 byl oficiálně otevřen náš výrobní závod, pořídili jsme novou technologii,



zahájili vlastní výrobu a od té doby se posunujeme stále dál, rosteme a minulý rok byl rekordní v historii firmy co do počtu vyrobených matrací i výše tržeb.

Náš podíl na trhu je určitě významný, což také ukazuje naše zákaznické portfolio, kdy u nás vyrobené produkty dodáváme nejen do většiny nábytkových řetězců, ale i do onlinů či ke klasickým a speciálním odběratelům. S ohledem na růst firmy, a to i přes všechny nepříznivé peripetie, bych chtěl poděkovat zákazníkům za velkou podporu zejména v době krize po zmíněném požáru, kdy jsme žili ve velké nejistotě a nebyli jsme nějakou dobu schopni vyrábět. Právě tehdy se ukázal jejich úžasný charakter a byl to dobrý začátek pro rozvíjení další vzájemné spolupráce. Stejně poděkování patří i kolegům – zaměstnancům, kteří prošli všemi krizemi, jež nás postihly, vydrželi a pomohli firmu vybudovat znovu. Protože fluktuace v naší firmě je velmi nízká, těším se, že 25. výročí firmy u nás oslavíme se spoustou kolegů, kteří jsou s námi od začátku. Máme naplánovány dvě akce, z nichž první se uskuteční v polovině května jako společenská událost pro naše obchodní partnery. Druhá akce spojená s kulturním programem vypukne v září a je určená pro naše zaměstnance a jejich rodinné příslušníky.

V letošním roce bychom rádi jako firma Hilding Anders udrželi lehký nárůst výroby a soustředili se na rozvoj nového portfolia produktů zahrnujícího příkrývky, polštáře a čalouněné postele. Plánu je samozřejmě více a před sebou toho máme hodně nejen v letošním roce, ale i v časovém úseku dalších pěti let. Máme však jasno, co chceme vyrábět, dodávat našim zákazníkům a čeho chceme na trhu dosáhnout.

A co bych naší společnosti popřál do další pětadvacítky? Nejdůležitější je pochopitelně zdraví všech, kteří u nás pracují, a platí to i pro firmu. Pokud je zdravá po ekonomické a výrobní stránce, mohla by být budoucnost příjemná, firma by se mohla dále rozvíjet a být tady stále s námi. •

Petr Vašíček
generální ředitel společnosti
Hilding Anders Česká republika a. s.

Anketa zaměstnanců

- 1) Co vás přivedlo do společnosti Hilding Anders, kdy to bylo a ve které profesi v ní pracujete?
- 2) Čím je pro vás pracovní rozvoj důležitý?
- 3) Jste ve firmě spokojeni, vyhovuje vám prostředí a vzájemná komunikace?
- 4) Kam byste chtěli, aby v příštím čtvrtstoletí firma směřovala, a co byste jí popřáli?

Lukáš Kadavý, manažer projektů správy budov a údržby

1) Do společnosti Hilding Anders mě přivedla možnost pracovat v oboru, který jsem vystudoval. Bylo to v roce 2012 a nastoupil jsem jako grafik do oddělení marketingu. Nyní jsem zhruba čtyři roky v pozici manažera projektů správy budov a údržby.

2) Důležitý je pro mě hlavně kvůli získávání nových zkušeností a možností, jak se podílet na chodu společnosti.

3) Ve firmě jsem spokojený. Vzájemná komunikace se za těch spoustu let, co zde pracuji, výrazně posunula k lepšímu, a to je fajn. Velmi mě těší, jak funguje spolupráce s výrobou, což historicky ne vždy bylo ideální.

4) V příštím čtvrtstoletí bych chtěl, aby se firmě podařilo prosadit na zahraničních trzích, aby mohla nadále růst a rozvíjet se. To jí také přeji.

Dominik Máslo, grafik

1) Do firmy mě před sedmi lety přivedla letní brigáda, což byla práce na expedici. Po maturitě jsem dostal doporučení na marketing, tak jsem to zkusil.

2) Pracovní rozvoj je v grafickém designu klíčový, protože trendy, nástroje i potřeby trhu se neustále mění. Pro mě znamená možnost zlepšovat své dovednosti, objevovat nové techniky a udržovat si kreativní náskok. Kromě toho mi pomáhá přinášet originální a efektivní řešení pro marketingové kampaně, což zvyšuje jejich úspěšnost a můj vlastní profesní růst. Neustálé učení mi také dodává motivaci a umožňuje rozvíjet se nejen jako grafik, ale i jako strategičtější tvůrce vizuální identity značek.

3) Ve firmě jsem spokojen, výplata by mohla být malinko větší, ale na to společně nějak přijdeme.

4) Určitě bych firmě popřál hlavně štěstí v rozvoji. Vydržela 25 let, tak to už dalších 25 let určitě zvládne. Osobně bych více tlačil cestu luxusního zboží, jak matrace, tak i postele a ložní doplňky.

Roman Filip, obchodní zástupce

1) Bylo to v říjnu roku 2011 v pozici obchodního zástupce. Zaujala mě nabídka pracovat pro lídra na trhu. Zároveň i sortiment byl dostatečně atraktivní a zajímavý. Na obchodních pozicích jsem předtím již několik let pracoval, obchod mě baví... Mám rád sport a sport i obchod mají k sobě velmi blízko. Člověk chce v obou těchto činnostech vyhrávat, zdolávat výkonnostní cíle, získávat na svou stranu spoluhráče.

2) Získávání zkušeností a poučení se z chyb.

3) Ale jo, v pohodě... Jak se však říká, všude se něco najde. Jsem rád, že díky mé náplni práce a schůzkám u obchodních partnerů je mé pracovní prostředí proměnlivé. Převažuje práce v terénu se zákazníky. Potom je zase příjemné se jednou za čas vidět na centrále s kolegyněmi a kolegy a občas zase home office pro řešení administrativy, nabídek, prezentací a podobně. Jen bych přivítal nějaké firemní akce, teambuildingy – kolo, lyže, voda, hory. Dříve byly častější.

4) Firmě přeji, aby se zařadila do portfolia firem tak zvaného rodinného stříbra naší republiky po bok tradičních českých značek Škoda, ETA, Baťa, Botas... Aby pro značku Tropicco platilo – super kvalitní české výrobky za přijatelné ceny. A naopak, aby neplatilo přísloví – Kdo chce zapálit, musí hořet.

Daniela Vagenknechtová, asistentka marketingu

1) Našla jsem inzerát a hned mě zaujal, bylo to na administrativní pozici. Byl to začátek doby covidové, teď po mateřské pracuji na marketingovém oddělení.

2) Je pro mě důležité, aby se člověk posouval a případně se učil dalším a dalším věcem.

3) Jsem spokojená, mám to kousek od bydliště, to je také výhodou. Prostor mi vyhovuje i komunikace s kolegy. Zlepšovat se dá stále něco, jak pracovními podmínkami, tak i ohodnocením.

4) K ještě větším úspěchům. A přeji jen to dobré, ať se firmě daří a vzkvétá.

Tomáš Konečný, Sales Team Manager a Brand Manager

1) Hledal jsem mladou rozvíjející se firmu, štiku v rybníku, a takovou Hilding, v té době Tropicco, bylo. Je tomu již 22 let. Mám rád, když někdo ví, co chce, tak jako náš CEO. Na pozici Sales Team a Brand Managera prožívám poměrně pestrou škálu situací, v podstatě je každý den jiný a to mi vyhovuje. I proto jsem u HACZ vydržel takovou dobu. Je to druhá rodina!

2) Měl by být důležitý pro každého, bez osobního či pracovního rozvoje na výsledek nedosáhnete. A my jedeme na výsledek, jdeme si pro 1 000 000 000 korun.

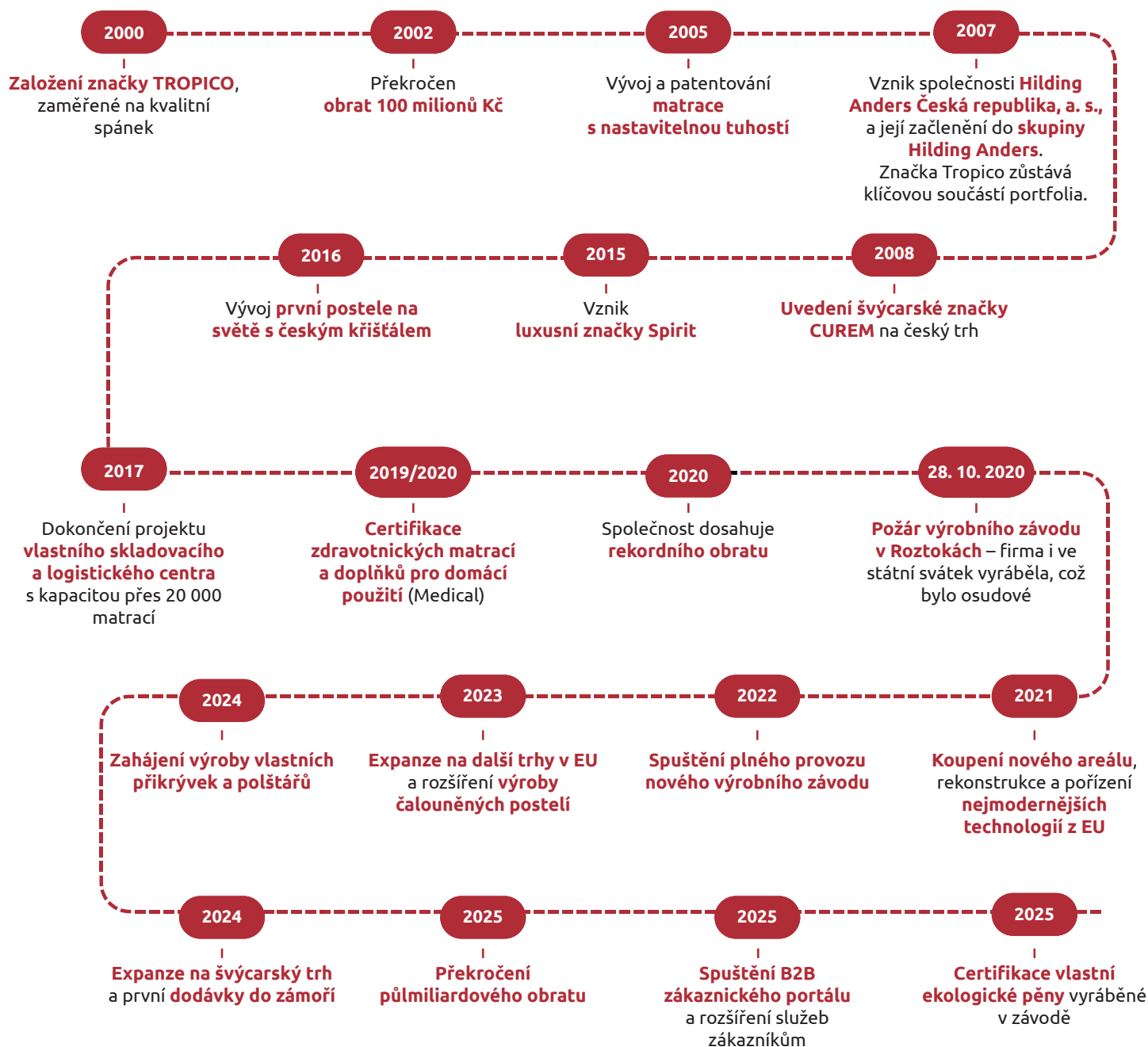
3) Zřejmě ano, jinak bych tu nebyl. S čím spokojený nejsem, to se snažím změnit nebo k tomu přispět!

4) Obrátově jsem to naznačil v jedné z odpovědí 1 000 000 000 korun plus šikovné lidi minimálně takové, jako jsou tu dnes, nebo hromadu ještě šikovnějších! Firma na to má, aby byla lídrem širšího regionu, než jsou Česká republika a Slovensko, to už dnes vím. •

Milníky značky

Tropico a Hilding Anders ČR

Z malé značky, která vznikla s odhodláním měnit kvalitu spánku v českých ložnicích, se během čtvrtstoletí stala klíčová postava na evropském trhu s matracemi a ložnicovým vybavením. Tropico, dnes vlajková loď Hilding Anders Česká republika, a. s., prošla inspirativní cestou inovací, technologického pokroku, růstu i náročných zkoušek. Každý milník na této trase ukazuje nejen na obchodní úspěchy, ale především na odhodlání vytvářet produkty, které zlepšují život. Přinášíme přehled těch nejzásadnějších momentů, které utvářely příběh značky Tropico až do dnešních dnů – a které nastavují směr i pro další roky.





Naším jednoznačným cílem je zdravý spánek zákazníků

Miloš Haken je obchodním ředitelem české divize firmy Hilding Anders v Jilemnici, která se zaměřuje především na výrobu matrací. Za jeden rok firma vyprodukuje čtvrt milionu kusů. Haken je nedílnou součástí této společnosti již šestnáct let. V rozhovoru nám přiblížil úspěchy firmy, její inovace a plány do budoucna.

Hilding Anders působí na českém trhu již dvacet pět let. Co přispělo k tomu, že se firma udržela tak dlouho?

Je to především velká píle, s níž pracujeme, a hlavně se snažíme naslouchat zákazníkům. Zjišťujeme, co si přejí, potřebují a žádají, a snažíme se jim ve všech směrech vycházet vstříc. Působíme hlavně na českém a slovenském trhu, ale rozvíjíme obchod také v Rakousku. S naší sesterskou společností se nám podařilo prorazit i do Švýcarska a snažíme se rovněž rozvíjet německý trh.

Které období v existenci firmy považujete za nejúspěšnější?

Myslím si, že kromě ničivého požáru našeho závodu v říjnu roku 2020 v Roztokách to bylo vlastně každé období, protože firma stále rostla a neměla žádný propad. S pohledem do budoucna je nejúspěšnější období právě v současné době, kdy firma stále roste, i přesto, s čím se musíme denně potýkat.

Kdo jsou vaši zákazníci a v čem spočívá výhoda vašich výrobků?

Jsou to odběratelé, kteří svým zákazníkům chtějí poskytnout kvalitní české matrace a tím i kvalitní spaní. Na prvním místě pro ně není cena, ale právě kvalita, dostupný servis a spokojenost. Cílem je tedy zdravý spánek, který naše matrace zákazníkům přinášejí. Pouhou výměnou původní matrace za tu kvalitní lze zlepšit život, protože spánek je třetinou lidského života. V této souvislosti spolupracujeme s lékaři, bioinženýry, nemocnicemi, rehabilitačními centry a hotely. Tyto získané zkušenosti přenášíme i do sektoru výroby matrací pro domácnost.

Vyrábíte také postele. Je pro vás v tomto směru důležitý i design?

Ano, provedli jsme akvizici malé firmy na výrobu postelí, která sídlí u Ostravy, a postupně ji přenášíme k nám do Jilemnice. Na poli zdravého spánku chceme být komplexním hráčem. Design postelí je pro nás určitě důležitý. Pracujeme nejen s tím, co zákazník žádá a očekává, ale také si děláme vlastní průzkumy trhu. Design samozřejmě podléhá určitým módním vlivům a my musíme držet krok, případně být o krok vpředu. Podstatná je však pro nás kvalita jednotlivých výrobků.

Kolik matrací vyrobíte ročně?

Minimálně čtvrt milionu kusů matrací, což představuje zhruba tisíc kusů denně. Počty příkrývek a polštářů jdou ke statisícům kusů ročně. Postelí je méně, protože nejdeme úplně do nejlevnějšího segmentu, naším cílem je udržet zejména kvalitu.

Využíváte také takzvaná chytrá řešení. Můžete nám o nich něco říct?

Už v bývalém působišti v Roztokách jsme byli autory několika patentových řešení. Dnes jsou to například



gelové matrace nebo paměťové matrace Curem, které optimalizují svoji tuhost dle hmotnosti uživatele. Unikátním řešením byly také matrace s nastavitelnou tuhostí. V souvislosti s moderními technologiemi bych rád zmínil i postele Spirit Continental, které se dají napojit na chytrou domácnost.

Mohl byste vypíchnout nějakou zásadní „perličku“ z historie vaší společnosti?

Zastavil bych se u značky Tropicco. Byl to název původního materiálu, kterým byla přírodní mykaná vlna, a ta se dávala do prvních matrací. Vyznačovala se skvělou termoregulací, snižováním vlhkého prostředí a výskytu roztočů. To jsou materiály, které jsou mezi zákazníky opět trendy. Letos jsme se v produktovém vývoji vrátili zpět ke kořenům, k tomu, co se v minulosti osvědčilo.

Jak jste se vypořádali s požárem v Roztokách?

Bylo to sice neštěstí, ale později se ukázalo, že se firma postavila na nový start. Snažili jsme se postavit fabriku zpátky na nohy. Náš generální ředitel Petr Vašíček se zachoval jako skutečný lev, když nám hned po požáru řekl, že do toho půjde znova, a zeptal se nás, zda půjdeme s ním. A my jsme řekli, že ano. Nakonec jsme měli velkou kliku, že továrna, kde nyní v Jilemnici působíme, byla v té době na prodej. Do roka a do dne jsme se přesunuli do nových prostor a tam se postupně rozjížděla výroba.

Co vám práce ve společnosti Hilding Anders přináší?

Přináší mi takový koktejl dobrodružství, potěšení, tvůrčí svobody, radosti z práce i trochu stresu. Jsem tady šestnáct let a pořád mě ta práce baví.

A co byste firmě popřál do dalšího čtvrtstoletí?

Šťěstí na lidi uvnitř firmy i mezi zákazníky. Firma jsou lidi, kteří mají chuť do práce. Bez nich by tady byly jen prázdné haly. •



Bez dobré komunikace nefunguje žádná spolupráce

V čele marketingového oddělení jilemnické společnosti Hilding Anders stojí sice poměrně krátkou dobu, ale vzhledem ke svým dosavadním zkušenostem z předchozího zaměstnání má jasno, kam by se měla firma v této oblasti ubírat. Martina Jalovecká je cílevědomá mladá dáma, které záleží na tom, aby se mohla od začátku podílet na této úspěšné značce soustředěné primárně na výrobu matrací. „Pracuji na tom, abych marketingové oddělení nejen převzala, ale zároveň také posouvala dál,“ prozradila ředitelka firemního marketingu.

Na vašem profilu LinkedIn máte motto: Chcete-li vybudovat velký podnik, vybudujte nejdříve sebe. Mohla byste přiblížit, co tím konkrétně myslíte?

Je to pro mě hodně osobní motto, protože sebe vnímám jako člověka, který se nebojí učit, rád poznává nové věci, nevadí mu technická ani fyzická práce a vše kombinuje se svým oborem, což je marketing. Tím chci říci, že se člověk musí učit, být otevřený tomu, co přichází, a tím se obohacovat a posouvat dál. Myslím si, že budování firmy je o tom mít stále otevřené oči, vnímat svět kolem sebe i to, co se v byznysu děje, a nebýt uzavřený do své vlastní bubliny. Některým velkým firmám a podnikatelům se často projekt nepovedl proto, že se v určité fázi budování podniku zaslepili. To vzniká z dlouhodobosti a vyhoření. Proto je třeba se obklopovat lidmi, kteří mají do firmy co přinést, nebojí se dál posouvat sami sebe i firmu. A to je podstata tohoto motta.

Jste novou marketingovou ředitelkou společnosti Hilding Anders. Proč jste si pro své další zaměstnání zvolila právě ji?

Předtím jsem pracovala ve firmě, kde jsem se zabývala přeprodejem zboží konečnému zákazníkovi, což znamená trochu jiný úhel pohledu na marketing. Chtěla jsem změnu, přeskupit svoje marketingové myšlení, lákalo mě být součástí značky od jejího základu, od výrobce. To se nyní nabízí právě v mé nynější pozici. Moje oddělení dává tvář značkám, jako jsou Tropico, Curem či Spirit. Značky marketingově definujeme a prezentujeme našim prodejčům a konečným zákazníkům. A to mě baví.

Co vás přivedlo k marketingu? Proč jste se vydala touto cestou?

To se musím vrátit v čase hodně nazpátek, možná až do svého útlého dětství. Vzpomínám si, když jsem u nahraných VHS kazet a u začátků televize Nova koukala na reklamy a každou z nich jsem znala nazpaměť. Bavilo mě zachytit poselství reklamy a propagované značky. Dodnes si pamatuji, jaká měla televize Nova předělovací pásma při reklamních spotech, jak vznikl pes Novák, což byl legendární maskot této televize. Stále si myslím, že nejlepší česká marketingová práce po éře Tomáše Bati byly čtyřcípé Orion hvězdy v oknech domů po celé České republice. Tyto útržkovité vzpomínky ve mně zůstaly zapsány, byly to pro mě i zásadní prvotní marketingové momenty a díky nim se domnívám, že jsem to podprahově a přirozeně měla v sobě vždycky. Jenom jsem si k tomu postupem času potřebovala najít cestu.

Co máte v Hilding Anders na starosti? Získala jste v minulém zaměstnání dovednosti a zkušenosti, které by vám mohly pomoci v současném působišti?

V Hilding Anders mám kompletně na starosti marketingové oddělení, což je poměrně široký pojem.

U výrobce to znamená, že se zabýváme nejen běžně vnímanými marketingovými aktivitami, ale i například vkladovými listy k produktům, řešíme také etikety, produktové štítky, rozmanité všivky, obaly výrobků apod. Pro mě byla tato oblast marketingu úplná novinka. Z minulého zaměstnání, kdy jsem pracovala jako obchodní marketingový manažer v nadnárodní síti parfumérií, si odnáším cenné obchodní i marketingové zkušenosti, spolupracovala jsem s výrobcí a distributory značek a díky této příležitosti jsem získala důležité informace a zkušenosti, které mohu nyní v nové pozici aplikovat.

Jak se vám zatím v nové roli daří?

Myslím, že se mi daří dobře, ale je to náročné. V poslední době, když se mě někdo zeptá, jak se mám, odpovídám, že se mám rychle. To je asi v tuto chvíli to nejvýstižnější. V současné době začínáme realizovat spolupráce a aktivity plánované na tento kalendářní rok a zároveň připravujeme nové aktivity, které firma zatím nevyužívá, a ráda bych to do budoucna změnila. Pracuji na tom, abych marketingové oddělení nejen převzala, ale zároveň také posouvala dál. V této souvislosti připravujeme velké projekty a spuštění nových webů. V letošním roce se řeší klíčové a asi největší komunikační marketingové téma a to je pětadvacáté výročí vzniku firmy. To je pro nás jeden z nejzásadnějších projektů.

Máte recept na to, jak budovat funkční marketingový tým?

Základem úspěchu je správně sestavený tým. Jsem vždycky ráda, když mám kolem sebe lidi, z nichž každý má trochu jiný lidský i pracovní rukopis, je něčím specifický a lidsky výjimečný, což může být pro moje oddělení velice přínosné. Kolegy se snažím správně motivovat a směřovat, abych využila jejich talentu a plného potenciálu. Snažím se být pro svůj tým silným lídrem, ve kterém mohou nalézt oporu a mají k němu důvěru.

Je ve vaší profesi klíčová komunikace?

Velmi. Bez dobré komunikace nefunguje žádná spolupráce. Ta je důležitá nejen na konkrétním oddělení, ale i pro celou firmu. Také marketingová komunikace jako obor je téma samo o sobě. Správně komunikovat značku a produkt je veliký oříšek. Ale když se marketingová komunikace a strategie nastaví správně, je to cesta k úspěchu.

Co ve vašem týmu děláte pro budování důvěry?

Snažím se svým kolegům naslouchat, pochopit jejich pozitivní i negativní zkušenosti z předchozích dob a pomoci jim k tomu, aby se jim pracovalo lépe. Samozřejmě nejde vždy všemu vyhovět, ale snažím se být v reakcích na tuto projevenou důvěru aktivní, abych jejich důvěru nezklamala. Chci, aby za mnou mohli přijít s čímkoliv, co potřebují. Je to celé postavené na upřímnosti a vzájemné důvěře, tedy potřebuji věřit i já jim. Jinak by tým nefungoval správně.



V čem spočívají vaše marketingové plány? Čeho byste chtěla ve své pozici dosáhnout?

Můj cíl je velmi odvážný. Základním principem pro mě je budování značek. Je mi líto, že značky, které mají velmi dlouhou historii, kvalitu i přesah, jsou přesto málo známé. Ono je to trochu dané spánkovým sortimentem, kdy zákazník jde kupovat produkt, ale už se nezajímá o značku. Nemyslím si ale, že by nebylo možné tento trend změnit. V rámci teleshoppingů, které běžely každé ráno, zněla stále jedna značka matrací, všichni jsme ji podvědomě měli zarytou v hlavě a napadla nás první, pokud někdo řekl slovo matrace. Byla bych ráda, když se tady potkáme například při třicátém výročí, aby se podařilo více a ideálně všude dostat do povědomí lidí, že značka Tropicó je synonymem slova matrace. Ze značek, které zastupujeme, je totiž určena pro nejširší masu našich zákazníků. V sortimentu značky Tropicó si vybere téměř každý. A pro

zákazníka, který by si chtěl dopřát ještě více péče, máme specializované, prémiové značky Curem či Spirit. Koupí si je zákazník, který si rád dopřeje luxusnější spánek, nebo třeba i ten, který musí řešit kvalitní spánek, protože má nějaký zdravotní hendikep. Spánkem strávíme třetinu svého života, mým cílem je poselství lepšího spánku předávat dál a učit naše zákazníky spát líp, s našimi produkty.

Jako výrobce matrací firma na trhu působí již 25 let. Je to podle vás známka toho, že si ve svém oboru vede skvěle?

Jednoznačně ano. Jako marketingová specialistka bych odpověděla: když firma existuje dvacet pět let, nic to ještě neznamená, pokud je pouze registrovaná v obchodním rejstříku. Existuje spousta firem, které si sice do propagace napíší, že jsou tady pětadvacet let, ale nemají to čím podložit a ničeho nedosáhly, nemají za sebou historii ani čísla. To ale není případ společnosti Hilding Anders, která má ohromnou historii, za sebou kus práce včetně pozitivních i negativních situací, které se za tu dobu odehrály. Tím negativem samozřejmě myslím požár v Rostokách. Firma se ale vzpamatovala, v současné době stále roste, expanduje, je zde velká chuť se posouvat. Za marketing vnímám tu chuť extrémně, protože mám volné ruce věci rozvíjet a posouvat, a to svědčí o tom, že firma je zdravá a nestagnuje. Máme krásný a prostorný závod s nejmodernějšími stroji v Evropě, využíváme také nejmodernější technologie a materiály, které svět nabízí. Firma Hilding Anders v Jilemnici se má skutečně čím pochlubit a těch dvacet pět let dokáže podložit čísly, skutky, lidmi i produkty. To je přesně to, co firmu dělá kvalitní a dlouholetou.

Co vy a zdravý spánek? Využíváte k němu matrace z Jilemnice?

Budu naprosto upřímná. Matrace jsem kupovala před dvěma lety, tedy mnohem dříve, než jsem se ucházela o práci v Hilding Anders. Protože žiji poměrně rychlý a dynamický život, teprve před nedávnem jsem zjistila, že spím na matracích Tropicó z Jilemnice. Byl to naprosto náhodný, ale úžasný objev.

Čemu se ráda věnujete ve volném mimopracovním čase?

Pokud ho mám, nejvíce času věnuji svému synovi a také kocourovi. Když mám čas vyloženě jen pro sebe, ráda čtu, běhám, trávím čas v přírodě, což je pro mě velký relax, a také ráda cvičím jógu. To všechno nedělám proto, abych se vyloženě udržovala fit, ale abych si vyčistila hlavu a duševně si odpočinula.

Čím se v životě řídíte?

Myslím si, že se neřídím ničím, život řídí mě. Zároveň si ho ale chci co nejvíce užít. Jsem člověk, který si rád dělá drobné radosti, večer s knížkou a čajem nebo s dobrou večeří a skleničkou vína. •

Snažím se žít přítomným okamžikem

Mladá a talentovaná herečka, kterou je možné spatřit na divadelních prknech i ve filmech a seriálech, z nichž ten, který ji asi nejvíce proslavil, má název Zoo. Terezu Blažkovou (32), rodačku z Ústí nad Orlicí, lze vidět na divadelních prknech Městského divadla v Mladé Boleslavi a rovněž Vršovického divadla MANA. Zároveň je také ambasadorkou firmy Hilding Anders v Jilemnici soustředěné na výrobu matrací pro zdravý spánek. Herectví je však její životní cesta. „Mám ráda divadlo i film, přestože to jsou odlišné disciplíny. V divadle se mohu více odvázet a otevřít, což ve filmu není úplně možné. Před kamerou se trochu hlídám, protože moje mimika je velmi výrazná, jsem plná energie, a proto musím ubírat,“ řekla herečka v rozhovoru pro firemní časopis **Tropico Life**.



Terezo, dozvěděl jsem se, že jste urputná. Jak se to projevuje ve vaší profesi herečky?

Dříve tomu tak skutečně bylo, ale z urputnosti jsem už trochu slevila, protože herecké povolání tuto vlastnost nesnese. Čím víc herec o něco až moc usiluje a tlačí na pilu, tím méně je přirozený. Začíná a něj nastupovat strnulost, křeč a prohlubuje se nervozita. Negativně se to pak může projevit nejen před filmovou kamerou nebo na jevišti, ale už při samotném castingu.

Měla jste s tím někdy problém?

Myslím, že jsem někdy až tak moc chtěla, že jsem sama sebe mnohdy paralyzovala natolik, že jsem nedokázala úplně svobodně fungovat nejen

v textu a v prostoru, ale i ve vlastním těle. To bylo občas patrné právě na castinzích, kdy jsem nebyla tak úspěšná, jak bych si představovala, což ve mně hned vyvolávalo pochybnosti, zda jsem vůbec v této profesi dobrá. Proto bylo důležité onu snahu vyvážit nenuceností a smířit se s tím, že to buď vyjde, nebo taky ne a že obě možnosti jsou v pořádku.

Jste rodačka z Ústí nad Orlicí. Bylo to právě tam, kde jste přičichla k herectví?

V této souvislosti musím určitě zmínit tamní divadelní spolek Vicena, k němuž jsem se přidala ve svých patnácti letech. V něm jsem se více než pět let herecky formovala a potkala správnou

partu lidí. I když většina členů byla starší než já, bylo mi mezi nimi moc dobře. Navíc je spolek Vicena oproti jiným ochotnickým souborům specifický v tom, že jsme jednu inscenaci hráli třeba v padesáti reprízách v různých městech a obcích. A tohle kočování mě také hodně bavilo.

Jsou z té doby nějaká představení, na která ráda vzpomínáte?

Bavila mě asi všechna představení, která jsem s Vicenou absolvovala. Začínala jsem Pohádkou o Popelce, potom to byl Zdravý nemocný, kde jsem hrála nejmladší dceru Ludvičku. Zajímavé na tom je, že jsem si tuto roli, i když trochu jinak, o několik let později zopakovala v Městském divadle

v Mladé Boleslavi. Pak to třeba byly Hříčky o královnách, kde jsem ztvárnila princeznu Marii Antoinettu, nebo velmi zábavná inscenace se strašně dlouhým názvem Bylo nebylo aneb Jak švédové l. p. 1645 Brno marně dobývali. Spolek Vicena mi také umožnil si vyzkoušet režii na detektivní komedii Madam Colombová zasahuje aneb Kam zmizel ten diamant?, kde jsem si ještě zahrála záladnou redaktorku. No, a mojí poslední rolí zde byla sekretářka Kostomlatská v Deskovém statku.

Co vám spolek předal?

Řekla bych, že hlavně radost z hraní. Tu považuji za přednost ochotnického divadla, protože ta v profesionálním prostředí někdy chybí. Je to už víc práce a bohužel také rutina. Po představení se navíc všichni rychle rozprchneme, protože každý máme ještě buď další práci, nebo jiné zájmy. V ochotnickém prostředí ale panovala větší pospolitosť. Často jsme se scházeli i nad rámec a vedli pestřejší komunitní život.

Měla jste ve vašem hereckém směřování podporu rodiny?

Rodiče mě nechávali jít touto cestou s tím, že se vyblbnu a pak mě to opustí, což se ale nakonec nestalo. Herectví bych charakterizovala jako bacil, který na vás sedne a už vás nepustí. Měla

jsem prostě puzení se v něm realizovat, přestože jsem někdy nevěděla proč.

To, co říkáte, je ale trochu v rozporu s vaším studiem. Pokud vím, vystudovala jste nejdříve dvě vysoké školy jiného zaměření, a to jazykovou a literární kulturu na Univerzitě Hradec Králové a management v kultuře na Masarykově univerzitě v Brně, než v roce 2020 došlo na Vyšší odbornou školu hereckou v oboru herectví a moderování. Proč jste se na ni nevydala hned?

Už tehdy jsem věděla, že herecké povolání není lehké, bývá velmi nestálé a nejisté. Proto jsem si říkala, že si připravím zadní vrátka a vystuduji něco, co mně přinese větší profesní i životní stabilitu. Ani během těchto studií mě ale neopouštěla touha vyjádřit se kreativněji a umělečtěji, a to na jevišti nebo před kamerou, proto jsem ještě absolvovala Vyšší odbornou školu hereckou.

Jaká byla vaše další cesta k profesionálnímu herectví? Kde jste získala první roli?

Hned na začátku této odpovědi bych chtěla moc poděkovat Janě Uherové, dramaturgyni Východočeského divadla v Pardubicích, která mi dala příležitost zahrát si v inscenaci Rasputin. Byla

to sice menší, ale pro mě v tu chvíli ohromná role a můj splněný sen. Být součástí této inscenace a stát na jevišti po boku skvělých herců, které jsem často obdivovala z hlediště, byl neskutečný zážitek. Zároveň to byla velká profesionální škola, které si nesmírně vážím.

A kde jste nabírala další zkušenosti?

Po Pardubicích jsem měla možnost hostovat v Městském divadle Mladá Boleslav v inscenaci Tajemství v režii izraelské autorky Hadar Galron, kde jsem ztvárnila postavu Balhy. Poté jsem hrála v inscenacích Šumaři na střeše, Zdravý nemocný a 1000 tváří Adiny, kde jsem byla obsazena do role malé Adiny Mandlové, mimochodem rodačky z Mladé Boleslavi. Pak jsem se přesunula do Městského divadla Kladno, kde jsem měla možnost hrát v inscenaci Sexmise podle stejnojmenného filmu z osmdesátých let. A nejnověji jsem nazkoušela v pražském Vršovickém divadle MANA inscenaci Ptáci, zvířata a moji příbuzní podle knihy britského spisovatele Geralda Durrella.

Kdy jste se dostala před objektivy kamer?

Vždycky jsem se snažila, být možná nerozumně, si svou cestu vyšlapat sama,



od základu a poctivě. A to byl případ i mé filmářské kariéry, kdy jsem si na začátku říkala, že přece nemůžu dostat hned hlavní roli, ale musím postupovat od komparsu. První moje zkušenosti jsou tedy skutečně komparsní, což se málokomu stane, protože většina začínajících herců chce rychle prorazit ve velké roli. Já jsem si ale zase zažila fungování na place z jiné pozice. A navíc to netrvalo dlouho a brzy ke mně začaly přicházet i větší role.

Co z natáčení vám uvízlo v paměti?

Jsem velmi vděčná, že mi hned na začátku dal velmi zajímavou hereckou příležitost režisér Jiří Svoboda, který mě rovnou obsadil do vypjaté scény ve dvoudílném filmu Rašín.

Ze kterého kusu si vás diváci asi nejvíce pamatují?

Nejvíce jsem se zapsala do diváckého povědomí asi skrze dlouhodobý seriál Zoo. A možná je to i proto, že jsem v rámci tohoto projektu absolvovala i mnoho autogramiád a setkání s fanoušky seriálu. V Praze jsem sice anonymnější, ale pokud jsem v menším městě, stává se, že mě lidé poznávají a chtějí se se mnou vyfotit. Toho si moc vážím. Naposledy jsem se na televizních obrazovkách objevila v detektivním seriálu Hrdina v režii Jana Haluzy. Diváci mě však mohli zahlédnout i v seriálech Tátové na tahu, Bohéma, Doktor Martin či ve filmech Ženy a život, Já, Olga Hepnarová, Vysoká hra či Prvok, Šampón, Tečka a Karel.

Přitahuje vás více film, nebo divadlo, nebo je to tak půl na půl?

I když jsou to odlišné disciplíny, je to půl na půl. V divadle se mohu více odvázat a otevřít, což ve filmu není úplně možné. Před kamerou se trochu hlídám, protože jsem plná energie, která se projevuje i v mé mimice, proto musím vždy ubrat a trochu víc se vyklidnit. Časem bych si ráda víc vyzkoušela i práci v rozhlase a dabingu, byť mám k těmto disciplínám hodně velký respekt.

Prý mluvíte několika jazyky. Které to jsou?

Jsou to na různých úrovních slovenština, angličtina, ruština a němčina, ve které jsem hrála zatím asi nejvíce. Ať už v seriálu Oktoberfest, nebo v pohádce o Rapunzel.

A teď odbočka. Když se řekne



Hilding Anders, co se vám vybaví na první dobrou?

Jilemnická firma vyrábějící matrace Tropicco.

Jste ambasadorkou této společnosti. Jak jste se k tomu dostala?

Oslovila mě Ida Turayová z Ústí nad Orlicí, zda bych měla čas a chuť se do této spolupráce zapojit. Kývla jsem na to a udělala dobře.

Vystupovala jste také v několika reklamách této firmy.

S matracemi této společnosti jsem byla v úzkém kontaktu v rámci focení nebo při natáčení videí. Dalo by se s nadsázkou říci, že jsem jakousi testovačkou jejich skvělých produktů. Propůjčuji tvář různým kampaním této firmy. Moc hezká byla vánoční a teď naposledy valentýnská, jejíž součástí byla vtipná scénka, kdy se loučím se starou matrací a vítám novou. Většinou jsou tyto reklamy k vidění na sociálních sítích.

Spíte zdravě a využíváte k tomu její matrace?

Myslím si, že pro herce je zdravý spánek velmi důležitý, protože ho většinou máme málo. Proto je podstatné, aby byl intenzivnější, klidný a pohodový. Matraci Tropicco jsem už mohla mít před minulými Vánocemi, ale měla jsem moc práce a nedošlo k tomu. V současné době je však celá věc v jednání a už bych ji měla v nejbližší době vlastnit jako uživatel. Jsem na ni moc zvědavá a těším se.

Letos bude mít tato firma pětadvacet let. Máte pro ni nějaký vzkaz?

Jilemnické společnosti přeji nejen dalších úspěšných pětadvacet let, ale také, ať má stále energii, vytrvalost ve svém dalším podnikání, pořád tvoří

kvalitní produkty, které dělají lidi šťastnými a dobře vyspanými.

Jak vypadá herecká současnost Terezy Blažkové? Kde vás mohou diváci spatřit a co máte na aktuálním repertoáru?

V Mladé Boleslavi stále hraji malou Adinu v 1000 tváří Adiny, se kterou v květnu pojedeme také do Lanškrouna ve východních Čechách. Diváci mohou přijít i do Vršovického divadla MANA na představení Ptáci, zvířata a moji příbuzní. Do kina brzy půjde film Jak se nám to mohlo stát!? v režii Petra Zahradky, ve kterém hraji a kde se v hlavních rolích objeví Miroslav Donutil, Bolek Polívka anebo Jitka Čvančarová. S tou jsem se potkala i na natáčení filmu Léčivé účinky sebeklamu, který by měl jít do kin letos v září.

Co ráda děláte, když zrovna nestojíte na divadelních prknech nebo před filmovou kamerou?

Třebaže na divadle i před kamerou neustále tvořím nějaké postavy a čtu k nim hodně textu, i volný čas vyplňuji zajímavými knihami, filmy nebo návštěvami divadelních představení. Ráda ale také chodím do přírody, skrze kterou se nechávám unášet přítomným okamžikem, nebo se naopak kochám architekturou při toulkách Prahou. V neposlední řadě je mou velmi oblíbenou činností spánek, který si už brzy užiji na matraci Tropicco.

Chtěla byste do roku 2025 něco popřát čtenářům firemního časopisu Tropicco Life, který vychází ve společnosti Hilding Anders?

Ať se jim splní všechna jejich přání a hlavně, ať je pro ně letošní rok klidnější, pohodovější a lepší než ten loňský. •



Zdravý spánek našich hostů je pro nás prioritou

Hotely Wellness hotel Gendorf a Hygge hotel U Zvonu ve Vrchlabí se zákazníkem výrobce matrací, společnosti Hilding Anders v Jilemnici, staly před osmi lety. „V té době jsme uváděli do provozu nejnovější část hotelu U Zvonu a chtěli jsme, abychom hostům v rámci pobytu v našem hotelu nabídli i co možná nejvyšší spánek,” řekl v rozhovoru pro Tropic Life ředitel obou hotelů Tomislav Tryzna, který se těší na další vzájemnou spolupráci.

Proč jste si vybrali právě tuto společnost?

Spolupráce s Hilding Anders vznikla na bázi osobní iniciativy vedoucích manažerů pobočky v Roztokách u Jilemnice, kteří naše hotely pravidelně navštěvovali, a jak věřím, pro spokojenost s našimi službami i nadále navštěvují. Stejně tak na druhé straně nás přesvědčila kvalita matrací vyráběných společností Hilding Anders, o čemž svědčí i jejich dlouhodobě úspěšné působení v tomto segmentu.

Kolik matrací a jakého typu jste už od ní odebrali?

V současnosti máme v našich

hotelech několik desítek matrací s výškou 24 centimetrů od Hilding Anders pro hotelové provozy. Tuším, že se jmenují Regata.

Jakým způsobem o ně pečujete? Mohl byste prozradit, jak často je měníte?

Než jsme nakoupili matrace Regata, měnili jsme matrace i po čtyřech letech. Matrace od Hilding Anders jsme ještě neměnili. Pečujeme o ně v rámci pravidelného úklidu pokojů. Kromě toho dbáme na to, aby byly chráněny kvalitními chrániči a povlaky, které prodlužují jejich životnost.

Základem pro vás určitě bude

spokojenost zákazníků a jejich zdravý spánek. Je to také jeden z důvodů, proč k tomu využíváte matrace jilemnické společnosti?

Ano, zdravý spánek našich hostů je pro nás prioritou. Hosté se k nám vracejí nejen kvůli výjimečným wellness službám, ale právě i kvůli kvalitnímu spánku, který u nás mají. To je dnes velmi vzácná komodita. Hilding Anders nám pomáhá tento komfort a spokojenost našich zákazníků zajistit. Jsme rádi, že můžeme u nás na hotelích mít tyto produkty, které podporují pohodu našich hostů.

Kolik hostů ročně se na nich v obou hotelech vyspí?



Přesné číslo vám takto z hlavy asi neřeknu, ale jde o vyšší jednotky tisíců hostů ročně, kteří u nás přespí průměrně dvě až tři noci.

Mají v tomto směru nějaké specifické požadavky?

Požadavky našich hostů se nejspíš nebudou příliš lišit od běžných požadavků hotelových hostů v České republice či jinde ve střední Evropě. Kvalitní spánek je samozřejmě jedním z hlavních kritérií, která ovlivňují výslednou spokojenost hosta.

Existuje v této souvislosti nějaká zpětná vazba?

Ano, zpětná vazba od našich hostů je většinou velmi pozitivní. Lidé si často kromě našich jiných služeb chválí pohodlí a kvalitu spánku, což je pro nás největší odměnou. Na základě jejich zpětné vazby jsme schopni optimalizovat nabídku a stále se zlepšovat.

Jste rovněž odběrateli postelí od této firmy?

Vzhledem k mým dřívějším aktivitám v oblasti dřevovýroby a našemu technickému zázemí jsme se rozhodli od určité doby vyrábět hotelový nábytek včetně postelí vlastními silami. Dovoluje nám to bez kompromisu realizovat naše designové představy při splnění kvalitativních požadavků plynoucích z nároků hotelového provozu.

Co vy a zdravý spánek? Využíváte k němu také matrace od zmiňované společnosti?

Upřímně se musím přiznat, že

za posledních patnáct let jsem toho mnoho nenaspal. Vzhledem k tomu, že máme s mojí skvělou manželkou čtyři děti v rozestupch zhruba čtyř let, tak s námi v naší posteli neustále bydlí nějaká kolínka, lokty a patičky a nocí, kdy nás nikdo každou hodinu nevzbudí, je opravdu jako šafránu.

Ale matrace od Hilding Anders jsem si samozřejmě osobně vyzkoušel. Rádi občas i s rodinou zkusíme, jak se v našich pokojích může našim hostům líbit, a někdy zde pro zábavu i přespíme. I na základě těchto zkoušek jsme dětem pořídili matrace právě od této společnosti. Rád dětem před spaním čtu knížky, ale možná i díky těmto matracím

se mi občas podaří uprostřed čtení usnout.

Kam směřuje nebo se bude ubírat spolupráce vašich hotelů a Hilding Anders?

Naše spolupráce s Hilding Anders bude i nadále pokračovat. Plánujeme ještě poslední fázi výměny starých matrací od původních dodavatelů v jednotkách kusů a poté budeme postupně obnovovat nejvíce použité nebo poškozené kusy za nové.

Jak byste tuto společnost charakterizoval?

Jako spolehlivého a kvalitního partnera, se kterým máme oboustranně pozitivní vztah. Rádi spolupracujeme s dodavateli prostřednictvím osobních vztahů a referencí, což u Hilding Anders rozhodně dlouhodobě platí.

V letošním roce oslaví pětadvacet let existence. Je to podle vás právě kvalita výrobků, která rozhodla o tom, že je čtvrtstoletí na trhu?

Rozhodně. Kvalita jejich výrobků i příznivá cenová politika jsou základem úspěchu, kterému se dlouhodobě může těšit.

Co byste jí popřál k tomuto milníku v její historii?

Hilding Anders bych popřál mnoho dalších let úspěšné existence a zástupy spokojených zákazníků. Doufám, že naše spolupráce bude i nadále plodná a úspěšná! •



PEČUJEME O VÁŠ SPÁNEK



25
LET



www.matracetropico.cz

