

TropicoLife

7. vydání | léto 2026 | čtvrtletník



Královny pořádku | X-Sensor | Živé Vinohrady
Logistické centrum | Daniel Polman





5.

**5. ŽIVÉ
VINOHRADY**
FOTOREPORTÁŽ



8.

**8. KRÁLOVNY
POŘÁDKU**
ROZHOVOR



10.

10. X-SENSOR
ČLÁNEK



12.

**12. LOGISTICKÉ
CENTRUM**
ČLÁNEK



14.

**14. DANIEL
POLMAN**
ROZHOVOR

NÁZEV PERIODIKA: TROPICO LIFE
PERIODICITA: ČTVRTLETNÍK | MÍSTO VYDÁNÍ: JILEMNICE
ČÍSLO A DATUM VYDÁNÍ: 7. ČÍSLO, LÉTO 2026
EVIDENČNÍ ČÍSLO: MK ČR E 24698
VYDAVATEL: HILDING ANDERS ČESKÁ REPUBLIKA, A.S.,
BRANSKÁ 329, 514 01, JILEMNICE | IČO: 26173212

Úvodník

Petra Vašíčka,

generálního ředitele
společnosti HILDING ANDERS



Když se ohlédnete za uplynulým obdobím, co považujete za největší úspěch společnosti Tropico a na co jste osobně nejvíce pyšní?

Uplynulé období pro nás bylo velmi intenzivní. Za největší úspěch považuji to, že jsme i v náročné době dokázali udržet stabilitu, kvalitu výroby a důvěru našich obchodních partnerů i zákazníků.

Osobně jsem pyšný především na náš tým. Na lidi, kteří každý den pracují na tom, aby značky Tropico, Curem, Spirit a další zůstaly spojené s poctivou výrobou, inovacemi a spolehlivostí. Právě díky nim se nám daří posouvat naše produkty dál a přinášet zákazníkům řešení, která mají skutečný smysl.

Poslední roky přinesly řadu změn nejen na českém, ale i světovém trhu. Promítá se současné mezinárodní dění nějakým způsobem do fungování společnosti Tropico?

Ano, promítá. A poměrně výrazně. Letošní rok je z pohledu světového dění velmi turbulentní a nutí nás reagovat rychleji a operativněji

než dříve. Stejně jako mnoho jiných odvětví, i naše výroba je do určité míry závislá na ropném průmyslu. Ropa je vstupní surovinou pro výrobu pěn a zároveň ovlivňuje také dopravu.

Vlivem celosvětového dění, vládních sporů a nejistoty na trzích dochází k nemalým komplikacím. Náš základní vstupní materiál pro výrobu matrací – pěna – prošel v letošním roce několika vlnami zdražování. Vedle ceny byla náročná i samotná dostupnost materiálu.

Díky našemu obchodnímu postavení, velikosti firmy a dlouhodobým vztahům s dodavateli jsme se naštěstí nepotýkali ani tak s otázkou, zda pěnu vůbec budeme mít, ale spíše za jakou cenu ji dokážeme zajistit. I tak to bylo pro naše oddělení nákupu velmi náročné období.

Věřím, že se situace ve světě začne dlouhodobě uklidňovat. To bych si přál nejen pro naši firmu a náš obor, ale vlastně pro nás všechny.

Jak se firmě daří na tyto změny reagovat? Museli jste upravit některé procesy, strategii nebo způsob spolupráce s dodavateli či obchodními partnery?

V takové době je důležité neztratit přehled, jednat rychle a zároveň zůstat rozumný. Museli jsme velmi pečlivě sledovat vývoj cen, dostupnost materiálů, kapacity výroby i dopady na obchodní partnery.

Velkou roli sehrála naše dlouhodobá spolupráce se silnými a spolehlivými dodavateli. Právě v náročných obdobích se ukazuje, jak důležité je mít kolem sebe partnery, na které se můžete spolehnout. A stejně se snažíme vystupovat i my směrem k našim odběratelům.

Reagovali jsme v nákupu, výrobě i obchodní strategii. Některé kroky bylo nutné dělat velmi operativně, jiné jsme nastavovali s ohledem na dlouhodobou stabilitu. Naším cílem vždy bylo, aby dopad na naše partnery a zákazníky byl co nejmenší, ale zároveň abychom dokázali udržet kvalitu, dostupnost a spolehlivost našich výrobků.

Pocítil podle vás tyto změny i konečný zákazník? Jakým způsobem se snažíte zajistit, aby si zákazníci i nadále mohli užívat stejnou kvalitu výrobků a služeb, na kterou jsou u značky Tropico zvyklí?

Bohužel ano. Několik vln zdražování vstupních materiálů se nakonec muselo promítnout i do našich obchodních cen. Čekala nás plošná úprava celého portfolia, ke kterému jsme v takovém rozsahu nemuseli přistoupit poslední roky.

Zároveň je ale důležité říct, že jsme do cen nepromítli celé navýšení nákladů na pěny. Nechtěli jsme zdražovat o plnou výši, protože vnímáme, že situace je složitá pro celý trh – pro výrobce, obchodní partnery i koncové zákazníky. Hledali jsme proto základní, nejnужnější cestu, která nám umožní

udržet kvalitu výroby, ale zároveň zbytečně neublíží značce ani našim odběratelům.

Kvalita pro nás zůstává klíčová. Nehceme jít cestou kompromisů v materiálech nebo zpracování. Zákazník, který si vybere matraci Tropico, Curem, Spirit nebo některou z našich dalších značek, musí mít jistotu, že dostává produkt, za kterým si stojí.

Naštěstí se nám nyní daří trend postupně otáčet. Jedním z konkrétních kroků na podporu našich odběratelů je nová kampaň s názvem „VICHŘ Z HOR“. Název odkazuje na náš původ z Krkonoš a samotná kampaň přináší výběr oblíbených bestsellerů za velmi výhodné ceny. Chceme tím obchodním partnerům pomoci nabídnout zákazníkům atraktivní produkty i v době, kdy lidé cenu sledují velmi citlivě.

Inovace jsou s firmou Tropico dlouhodobě spojené. Na jaké novinky nebo projekty se mohou zákazníci a obchodní partneři v nejbližší době těšit?

Novinek připravujeme opravdu hodně. V nejbližším období se mohou zákazníci i obchodní partneři těšit například na novou kolekci regionálních matrací. Chceme dále rozvíjet sortiment tak, aby byl srozumitelný, praktický a dobře uchopitelný pro prodejce i koncové zákazníky.

Vedle matrací připravujeme také rozšíření sortimentu o péřové produkty. Spánek nevnímáme pouze jako samotnou matraci, ale jako celý systém pohodlí, hygieny a zdravého odpočinku. Proto dává smysl rozvíjet i doplňkový sortiment, který zákazníkovi pomůže vytvořit kvalitní prostředí pro spánek jako celek.

Velkým inovačním milníkem pro nás bude také implementace robotické technologie do výroby. Je to náš velký sen, který se začíná stávat realitou. Vždy jsme se snažili využívat při výrobě matrací moderní technologie, kvalitní stroje a postupy, které posouvají přesnost i efektivitu výroby. Jsem hrdý na to, že se nám v tom daří pokračovat.

Inovace pro nás ale nejsou jen o technologiích. Jsou také o přemýšlení nad tím, co zákazník skutečně potřebuje, jak se mění jeho životní styl a jak mu můžeme pomoci lépe spát.

Co považujete za největší konkurenční výhodu značky Tropico na současném trhu a proč si podle vás zákazníci vybírají právě vaše matrace?



Nevím, jestli bych použil pouze slovo konkurenční výhoda. Spíše bych řekl, že naši silnou stránkou je kombinace několika věcí, které dlouhodobě držíme pohromadě.

Máme silné značky, vlastní vývoj, zkušenosti, moderní výrobu a široké portfolio. Zároveň si ale pro svou práci a spolupráci vybíráme silné a spolehlivé partnery – a přesně taková se snažíme být i my pro ně.

Pracujeme tvrdě, poctivě, inovujeme a do našich produktů dáváme i kus sebe sama. Myslím, že to trh vnímá. Obchodní partneři oceňují naši stabilitu, šíří nabídky a podporu. Zákazníci zase oceňují, že za našimi matracemi stojí poctivá výroba, zkušenosti a dlouhodobá odpovědnost.

Důvěra se nedá vybudovat jednou kampaní. Vzniká postupně – kvalitou výrobků, férovým přístupem, spolehlivostí a tím, že značka dlouhodobě plní to, co slibuje. A právě toho si velmi vážím.

Jaké jsou hlavní vize a priority společnosti Tropico pro následující roky? Kam byste chtěl firmu posunout?

Naší prioritou je dál posilovat značky, rozvíjet obchodní spolupráci a přinášet výrobky, které budou pro zákazníky opravdu přínosné. Chceme být moderním, spolehlivým a inovativním výrobcem, který dokáže reagovat na změny trhu, ale zároveň si zachová své hodnoty.

Velké téma pro nás bude další modernizace výroby, efektivita, automatizace a práce s novými technologiemi. Zároveň chceme rozvíjet portfolio tak, aby bylo přehledné, kvalitní a obchodně silné.

Důležitá je pro nás také podpora našich partnerů. Vnímáme, že

prodej matrací je odborný obor. Nestačí nabídnout produkt. Je potřeba umět zákazníkovi poradit, vysvětlit rozdíly, pomoci mu vybrat správně. Proto chceme i nadále posilovat materiály, kampaně a nástroje, které našim partnerům pomohou v každodenním prodeji.

A samozřejmě chceme dál budovat důvěru zákazníků. Protože kvalitní spánek není módní trend. Je to základ zdraví, energie a dobrého života.

Pokud byste měl na závěr poslat jedno sdělení zákazníkům, obchodním partnerům i zaměstnancům, co byste jim chtěl vzkázat?

Žijeme ve velmi komplikované době, která nás zkouší, ale zároveň nás i posiluje. Každá podobná situace ukáže, jak pevné jsou vztahy, na kterých stojíme – vztahy se zákazníky, obchodními partnery, dodavateli i mezi lidmi uvnitř firmy.

Chtěl bych poděkovat našim zákazníkům za důvěru, kterou našim značkám dávají. Naším obchodním partnerům za loajalitu, spolupráci a každodenní práci se zákazníky. A našim zaměstnancům za dobře odváděnou práci, nasazení a odpovědnost.

Díky této kombinaci společně zvládneme i náročná období. A letošní rok nám znovu potvrzuje, že když máme kolem sebe silné partnery, poctivé lidi a jasný směr, dokážeme zvládnout opravdu hodně.

Věřím, že před námi stojí dobré období. A že i nadále budeme společně přinášet zákazníkům to nejdůležitější – kvalitní spánek, pohodlí a jistotu, že si vybrali správně.

Tropico na prvním ročníku festivalu Živé Vinohrady

Vinohradská ulice v Praze má své osobité kouzlo. Když hledáte luxusní módu, zamíříte do Pařížské. Když ale hledáte kvalitní matraci, nábytek nebo designové doplňky do domácnosti, vaše kroky velmi pravděpodobně povedou právě na Vinohradskou. Ulici, která je dlouhodobě spojená s bydlením, spánkem, interiérovým designem a poctivým obchodem.

A právě zde se od 28. do 31. května 2026 konal první ročník nákupního festivalu Živé Vinohrady. Festival propojil obchodníky působící především na Vinohradské ulici a návštěvníkům nabídl čtyři dny plné výhodných nákupů, zajímavého programu, soutěží i příjemné sousedské atmosféry.

Značka Tropico se společně s podnikovou prodejnou Ráj Snů stala hlavním partnerem festivalu. A protože ke kvalitnímu spánku patří nejen dobrá matrace, ale i radost, pohoda a osobní setkávání, nemohli jsme u této události chybět.



Slavnostní zahájení plné hudby, známých osobností i dobré nálady

Festival odstartoval ve čtvrtek 28. května slavnostním zahájením, které se neslo ve velmi příjemné a společenské atmosféře. Celou akcí provázela moderátorka **Dominika Branišová**. O kulturní program se postarala houslová virtuoska **Markéta Muzikářová** a dobrou náladu podpořila také hudební vystoupení **Sofie Kovářové** a muzikálových herců **Natálie Němcové** a **Filipa Vlastníka**.

Velkým lákadlem pro návštěvníky byla také autogramiáda nejúspěšnějšího českého horolezce **Radka Jaroše**, který na akci přinesl inspiraci, energii a příběh člověka, jenž ví, jak důležitá je vytrvalost, odhodlání a regenerace.

A hlavně – byli jsme tam i my. Se značkou **Tropico**, dobrou náladou a programem pro malé i velké návštěvníky.

Tropico stánek: soutěže, zábava i fotokoutek v posteli

U našeho stánku si návštěvníci mohli zasoutěžit o **anatomický polštář** i o **voucher do podnikové prodejny Ráj Snů**. Nezapomněli jsme ani na malé návštěvníky,

pro které bylo připravené stavění **Tropico puzzlí** nebo stavění věže z pěnových kostek **Tropico** ve stylu **Survivor**.

Velký úspěch měl také náš **fotokoutek v posteli**, který ukázal, že postel nemusí být jen místem pro spánek, ale také pro úsměv, zábavu a společné zážitky.

O slavnostní závěr úvodního dne se postarala **Iveta Kořínková**, dlouhodobá ambasadorka značky **Tropico**, která vylosovala výherce voucheru do prodejny **Ráj Snů**.

Festival pokračoval přímo v prodejně Ráj Snů

V následujících dnech se dění festivalu přeneslo především do prodejny **Ráj Snů**, kde na zákazníky čekaly speciální festivalové slevy, soutěže i odborné poradenství.

Jedním z hlavních bodů programu bylo také měření na podložce **X-Sensor**. Tato moderní technologie pomáhá díky optickým vláknům ukázat, jak tělo na matraci skutečně leží a zda je daná matrace pro zákazníka tou pravou volbou. Výběr matrace tak není jen otázkou pocitu, ale také přesnějšího měření a odborného doporučení.

Zákazníci si mohli vyzkoušet různé typy matrací, poradit se s odborníky a využít výhodné festivalové nabídky. Těšila nás vysoká účast i pozitivní reakce návštěvníků, kteří si do prodejny přišli nejen nakoupit, ale také se inspirovat a dozvědět se více o kvalitním spánku.

První ročník, který ukázal sílu Vínohradské

První ročník festivalu **Živé Vínohrady** ukázal, že **Vínohradská** ulice má co nabídnout. Spojuje tradici, obchod, design, kvalitu i osobní přístup. A právě to jsou hodnoty, které jsou blízké také značce **Tropico**.

Jsme rádi, že jsme mohli být hlavním partnerem akce, která podporuje lokální obchodníky, přivádí zákazníky zpět do kamenných prodejen a připomíná, že osobní zkušenost, odborná rada a možnost si produkt vyzkoušet mají při výběru matrace nenahraditelnou roli.

Děkujeme všem, kteří se u nás během festivalu zastavili, zasoutěžili si, vyzkoušeli matrace, nechali se změřit na podložce **X-Sensor** nebo si jednoduše přišli užít příjemnou atmosféru.





Domov, který vám slouží.

Rozhovor s Lucií Kocman a Pavlínou Štefanovou z projektu O domově

Pořádek není o dokonalosti. Je o tom, aby nám domov usnadňoval život a dával prostor k odpočinku. Právě s tím pomáhají Lucie Kocman a Pavlína Štefanová, zakladatelky projektu O domově, které jsou známé také jako Královny pořádku. Povídali jsme si o tom, proč nestačí jen uklidit, jak souvisí domov s psychickou pohodou a proč je ložnice tím nejdůležitějším místem v bytě.



Jak vznikl projekt O domově?

Lucie Kocman: Začalo to organizací šatníků. Postupně jsem ale zjišťovala, že lidé nepotřebují vyřešit jen jednu skříň, ale celý systém fungování domácnosti. Spojila jsem síly s Pavlínou, která se věnovala home stagingu, a vznikl projekt O domově. Dnes pomáháme lidem s organizací prostoru, návrhy úložných systémů i optimalizací dispozic při rekonstrukcích.

Pavlína Štefanová: Velkým impulzem byl také covid. Lidé trávili doma mnohem

více času a začali si uvědomovat, jak moc prostředí ovlivňuje jejich každodenní život. Tehdy vznikl i náš seriál Královny pořádku, díky kterému nás objevilo mnoho lidí.

Kdy je správný čas zavolat si odborníka?

Lucie: Ve chvíli, kdy doma cítíte frustraci. Nemusí jít o nepořádek. Často je to pocit, že vám domácnost bere energii místo toho, aby vám ji vracela. Stejně jako si necháme poradit od lékaře nebo kadeřníka, není ostuda požádat o pomoc i s domovem.

Kdo jsou vaši nejčastější klienti?

Pavlína: Nejčastěji jsou to ženy, které zvládají práci, děti i domácnost a už jednoduše nestíhají. Často nás ale oslovují i jejich partneři nebo rodiče, kteří chtějí ženám ulevit. Naším cílem není hodnotit, ale pomoci nastavit domácnost tak, aby fungovala celé rodině.

Je tedy pořádek hlavně otázkou systému?

Lucie: Přesně tak. Nejde o to mít dokonale uklizené. Důležité je, aby každá věc měla

své místo a aby systém odpovídal konkrétní rodině. Když začnete zakopávat o věci nebo neustále něco hledáte, je čas se zamyslet, co změnit.

Pavčina: Stejně důležitá je komunikace. Rodina by si měla říct, co komu vadí. Pro někoho je nejdůležitější uklizená předsíň, pro jiného čistá kuchyň nebo klidná ložnice. Když všichni chápou proč, mnohem lépe spolupracují.

Často říkáte, že jste „psychologové domácností“. Proč?

Lucie: Protože lidé nás pouštějí do svého nejintimnějšího prostoru. Nestačí přesunout skříň nebo koupit nový nábytek. Musíme pochopit, jak rodina žije, co potřebuje a co jí bere energii. Domov není statický. Děti rostou, mění se práce i životní styl a domácnost by se měla vyvíjet společně s nimi.

Jakou roli podle vás hraje ložnice?

Pavčina: Obrovskou. Je to místo, kde

bychom měli skutečně odpočívat. Proto by měla působit klidně a harmonicky.

Lucie: Bohužel bývá ložnice často skladištěm všeho, co nechceme mít na očích. Kufry, hromady prádla, papíry nebo věci pod postelí. Jenže mozek všechno vnímá. Místo odpočinku pak přemýšlíme, co ještě musíme udělat.

Co do ložnice rozhodně nepatří?

Lucie: Ideálně televize ani další technologie. Ložnice je partnerský prostor, který by měl podporovat klid a intimitu.

Pavčina: Když už v ní musí být pracovní kout, měl by jít večer jednoduše „schovat“. Odložený notebook nebo uklizené dokumenty mají na psychiku větší vliv, než si myslíme.

A jak by měla ložnice vypadat?

Pavčina: Doporučujeme klidné barvy, minimum dekorací a symetrii – například dva noční stolky nebo párové doplňky. To vytváří pocit rovnováhy.

Lucie: A hlavně by měla být místem, kde se cítíte bezpečně a nic vás neruší.

Jak souvisí prostředí ložnice s kvalitním spánkem?

Lucie: Velmi úzce. Lidé často řeší jen „hardware“ – tedy matraci nebo postel. To je samozřejmě důležité. Stejně důležitý je ale i „software“ – atmosféra prostoru. Když je kolem vás vizuální chaos, mozek nevypne ani na té nejlepší matraci.

Jaká je vaše nejdůležitější rada na závěr?

Pavčina: Mějte doma jen tolik věcí, kolik opravdu používáte. Každá věc potřebuje péči a bere vám čas i energii.

Lucie: Domov má obrovský vliv na naši psychiku. Neměl by být zdrojem stresu, ale místem, kde si odpočnete a načerpáte sílu. Když tomu tak není, stojí za to něco změnit. Často stačí mnohem méně, než si lidé myslí.





Spánek pod lupou. Co o nás během několika minut prozradí technologie X-Sensor?

Kolikrát jste si při výběru matrace lehli na pár minut, otočili se na bok a řekli si: „Jo, tahle je příjemná.“ Pocit z matrace je při výběru vždy zásadní a měl by zůstat na prvním místě. Jenže první dojem ještě neznamená, že právě na ní bude vaše tělo spokojeně odpočívat každou noc.

Ve skutečnosti je výběr matrace mnohem osobnější, než si většina z nás připouští. Každé tělo je jiné. Má jinou stavbu, jinou hmotnost, jiné návyky i oblíbenou spánkovou polohu. To, co jednomu přináší dokonalé pohodlí, může druhému způsobovat přetížená ramena nebo bolest zad.

Navíc se naše tělo během života mění. Ovlivňuje ho věk, povolání, sport, úrazy, nemoci i každodenní návyky. To, co nám vyhovovalo v mládí, nemusí být ideální ve středním věku. A někdy mohou vzniknout nové potřeby těla, o kterých ani nemusíme vědět.

Právě proto se do světa zdravého spánku stále více dostávají technologie, které dokážou lidský pocit doplnit o skutečná data. Jednou z nich je X-Sensor.

Když pocit dostane oporu ve faktech

Představte si, že si lehnete na matraci a během několika okamžiků vznikne detailní mapa toho, jak vaše tělo s matrací spolupracuje. Kde je tlak příliš vysoký. Kde naopak chybí dostatečná opora. A zda má vaše páteř v poloze vleže podmínky pro skutečnou regeneraci.

To všechno dokáže technologie X-Sensor ukázat. Ne proto, aby rozhodovala místo člověka, ale aby pomohla ověřit, zda matrace danému tělu poskytuje optimální podporu a nevyvíjí na něj nepřiměřený tlak.

Nenápadná měřicí podložka pracuje s citlivými optickými vlákny, která zachytí rozložení tlaku mezi tělem a matrací. Výsledkem není jen barevný obrázek na monitoru. Je to cenná informace o tom, co vaše tělo skutečně potřebuje.

Často totiž zjistíme, že matrace, která se na první vyzkoušení zdála příjemná, nemusí být tou nejvhodnější volbou pro dlouhodobý spánek. A naopak jiná matrace může tělu poskytnout podporu, kterou by člověk při krátkém ležení nemusel hned rozpoznat.

Každá noc se počítá

Během života prospíme přibližně třetinu času. Přesto výběru matrace často věnujeme méně pozornosti než výběru telefonu nebo pohovky.

Přitom právě během spánku tělo regeneruje svaly, odpočívá nervový systém a mozek zpracovává informace z celého dne. Pokud matrace neposkytuje správnou oporu, organismus musí pracovat i ve chvíli, kdy by měl odpočívat.

Správná matrace není luxus. Je to investice do energie, dobré nálady i zdraví.

Moderní technologie, lidský přístup

V Tropicu věříme, že ani ta nejvyspělejší technologie nenahradí osobní pocit člověka ani zkušenosti odborníků. Pocit při ležení na matraci je vždy důležitý. X-Sensor je pomocníkem, který umožňuje spojit subjektivní komfort s objektivním měřením.

Specialista dokáže výsledky měření vysvětlit, porovnat jednotlivé matrace a doporučit řešení přesně podle potřeb konkrétního člověka. Ne podle obecné tabulky, ale podle jeho vlastního těla.

A právě v tom spočívá největší síla této technologie. Každý zákazník odchází s jistotou, že si nevybral matraci jen podle krátkého dojmu, ale podle kombinace vlastního pocitu, odborného poradenství a přesnějšího měření.

Budoucnost výběru matrací je tady

Technologie dnes pomáhají sportovcům zlepšovat výkon, lékařům stanovovat diagnózy nebo automobilům předcházet nehodám. Proč by nemohly smysluplně doplnit i výběr matrace?

X-Sensor přináší nový pohled na to, jak vybíráme matraci. Vedle pocitu nabízí poznání. Vedle doporučení přináší data. A místo univerzálních závěrů respektuje jedinečnost každého člověka.

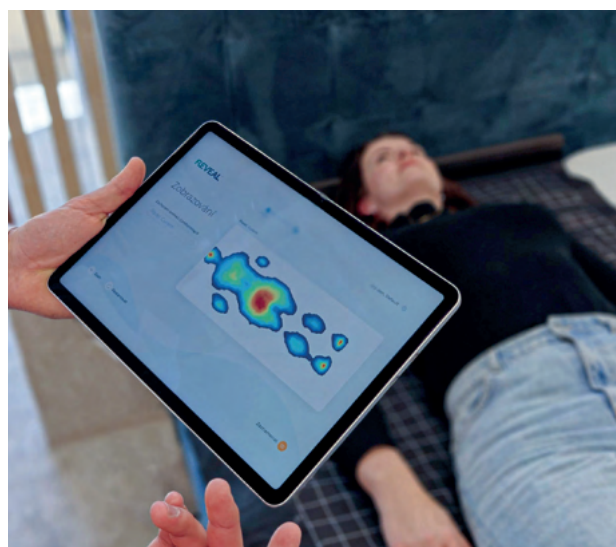
Protože kvalitní spánek nezačíná tím, že za vás rozhodne technologie. Začíná tím, že se na matraci cítíte dobře – a pokračuje jistotou, že vaše matrace rozumí vašemu tělu.

Kde si můžete měření X-Sensorem vyzkoušet?

Měření pomocí technologie X-Sensor probíhá v rámci vybraných akcí Dny zdravého spaní, které se konají u smluvních prodejců matrací Tropicu po celé České republice.

Aktuální termíny a místa konání najdete na stránce Dny zdravého spaní, kde je k dispozici přehledný kalendář plánovaných kampaní. Díky tomu si můžete snadno vybrat nejbližší prodejnu a nechat si odborně změřit, jak vaše tělo spolupracuje s matrací.

Aktuální kampaně a kalendář termínů najdete na:
<https://www.matracetropico.cz/dny-zdraveho-spani>



Čtvrt milionu matrací ročně. Za každou z nich stojí tým, který není vidět



Když si zákazník objedná novou matraci, většinou přemýšlí jen o tom, kdy mu dorazí domů. Málokdo si ale uvědomí, kolik lidí a pečlivě navazujících kroků stojí za tím, než se výrobek dostane z výroby až do ložnice. Každá matrace urazí cestu dlouhou desítky i stovky kilometrů a projde rukama řady lidí, kteří zajišťují, aby dorazila bezpečně, včas a na správnou adresu. Právě tuto neviditelnou část celého procesu má na starosti logistické centrum v Hořicích, kterým každoročně projde přibližně čtvrt milionu matrací. Jak takový provoz funguje a co všechno se skrývá za cestou jednoho výrobku?

Logistika začíná tam, kde výroba končí

Práce logistického týmu nezačíná ve skladu, ale už ve chvíli, kdy hotové výrobky opustí výrobní závod v Jilemnici. „Zajišťujeme již přepravu výrobků do logistického centra v Hořicích, převzetí, evidenci, správné uskladnění a následnou expedici k zákazníkům,“ vysvětluje Marcela Spilková, vedoucí logistického centra.

Na první pohled se může zdát, že jde především o přesouvání zboží z místa na místo. Ve skutečnosti je logistika mnohem

složitější proces. Součástí každodenní práce je komunikace s dopravci, plánování tras, příprava nakládek, kontrola dokumentace i koordinace distribuce po celé České republice a do zahraničí. „Musíme zajistit, aby se správný výrobek dostal ve správný čas na správné místo.“

Tisíc matrací denně

Rozsah provozu logistického centra je působivý. Každý pracovní den projde skladem přibližně tisíc matrací, což za rok představuje zhruba čtvrt milionu výrobků.

Takové množství samozřejmě neznamená, že je každý den stejný. „Objem není v průběhu roku stejný. Máme klidnější období, ale také týdny, kdy je výroba i expedice výrazně vytíženější a musíme velmi pružně reagovat.“

Ve skladu se přitom nepřipravují pouze velké zásilky pro obchodní partnery. Každý den odcházejí jak celé kamiony plné matrací, tak jednotlivé kusy určené přímo koncovým zákazníkům.

Každá matrace má svůj příběh

Aby bylo možné zvládnout tak obrovské množství výrobků bez chyb, musí mít každý z nich svůj vlastní „životopis“. „Každý výrobek je označen štítkem s názvem, rozměrem a unikátním QR kódem. Díky tomuto kódu jsme schopni přesně sledovat pohyb každého výrobku. Víme, kdy byl vyroben, převezen do logistického centra, zaskladněn i vyexpedován k zákazníkovi.“

Právě důsledná evidence umožňuje, aby se v logistickém centru s kapacitou přibližně 20 tisíc matrací nikdo neztratil – ani lidé, ani samotné výrobky. „Základem jsou jasně nastavená pravidla a jejich důsledné dodržování. Každý výrobek má svou přesnou pozici.“

Velkou pomocí jsou moderní skladové systémy, čtečky čárových kódů i zpracovaný informační systém. Přesto technologie samy o sobě nestačí. „Moderní technologie jsou při tak velkém objemu výrobků nezbytné. Technologie ale samy o sobě nestačí. Stále je potřeba zkušený člověk, který dokáže informace správně vyhodnotit, reagovat na změny a řešit situace, které každodenní provoz přináší.“

Od jedné matrace až po celý kamion

Objednávky, které logistické centrum odbavuje, mají velmi rozdílnou podobu. Jeden den putuje na cestu jediná matrace pro konkrétního zákazníka, druhý den odjíždí plně naložené vozidlo pro velkého obchodního partnera.

Významnou roli dnes hrají také komprimované matrace. Díky tomu, že jsou ve výrobě stlačené a zarožované, zabírají výrazně méně místa. „Komprimované matrace se snadněji uskladňují, umožňují lépe využít přepravní kapacity a výrazně jednodušší je také manipulace. To je příjemnější pro skladníky, řidiče, prodejce i konečné zákazníky.“



Vedle matrací ale logistické centrum expeduje také postele. Ty patří mezi nejnáročnější výrobky z hlediska přepravy. „Jednotlivé komponenty jsou samostatně balené, liší se rozměry i hmotností a jsou citlivé na poškození. Při manipulaci, nakládce i samotné přepravě je proto potřeba postupovat obzvláště opatrně.“

Tým, který drží vše pohromadě

Sebelepší technologie by však bez lidí nefungovaly. Podle Marcely Spilkové stojí úspěch logistiky především na sehraném kolektivu. „Tým je pro fungování logistiky naprosto zásadní. Každý jeho člen je součástí jednoho řetězce a práce jednoho člověka ovlivňuje všechny ostatní.“

Nejdůležitější jsou podle ní spolehlivost, zkušenosti, vzájemná komunikace a ochota pomoci kolegům. Právě během nejvytíženějších období se ukáže, jak dobře tým funguje.

„Na sezonní špičku se snažíme připravovat s předstihem. Plánujeme skladové, přepravní i personální kapacity a intenzivně komunikujeme s výrobou a dopravci. Přesto se mohou objevit neočekávané změny. V takových chvílích rozhoduje rychlá komunikace, zkušenost a schopnost celého týmu společně najít řešení.“

Nejnáročnější období přichází tradičně na podzim a pokračuje až do Vánoc, kdy výrazně roste počet objednávek i očekávání zákazníků na přesné termíny doručení.

Cesta až na druhý konec světa

Většina výrobků míří k zákazníkům po České republice a zemích Evropské unie.

Občas se ale objeví i opravdu výjimečné zakázky. „Nejvzdálenější zemí, do které jsme naše matrace dopravovali, byl Vietnam. Matrace tam část své cesty absolvovaly po moři.“ Takové expedice jsou spíše výjimkou. Princip práce ale zůstává stejný – pečlivě naplánovat každou cestu tak, aby výrobek dorazil bezpečně a včas.

Každá doručená matrace je společným úspěchem

Když se Marcela Spilková ptáme, na co je ve své práci nejvíce pyšná, odpovídá bez dlouhého přemýšlení. „Nejvíce jsem pyšná na to, že náš tým dokáže dlouhodobě zvládat opravdu velké množství výrobků a udržet logistiku v chodu i během nejnáročnějších období.“

Dodává, že za každým číslem se skrývá obrovské množství práce. „Není samozřejmě každý den převzít, uskladnit, připravit a expedovat takové množství matrací, postelí a dalšího zboží. O to více si vážím toho, že se na sebe můžeme spolehnout a společně dokážeme řešit i mimořádné situace.“

A právě to je poselství, které by si podle ní měli čtenáři odnést.

„Přála bych si, aby si uvědomili, kolik práce se skrývá za cestou jednoho výrobku. Logistika možná není na první pohled tolik vidět jako samotná výroba, ale je jejím nezbytným pokračováním. Naším úkolem je propojit výrobu se zákazníkem a zajistit, aby se každý výrobek dostal bezpečně a včas tam, kde má pomáhat ke kvalitnímu spánku.“

„Tělo si o spánek řekne samo.“

Jak odpočívá ultracyklista Daniel Polman

Patří mezi nejvýraznější české ultracyklisty a vytrvalce. Daniel Polman se letos zapsal do historie závodu 1000 Miles Adventure, když jižní trasu dlouhou více než 1 600 kilometrů projel v rekordním čase. Jako ambasador matrací Tropicó dobře ví, že o špičkovém výkonu nerozhodují jen odhodlání a trénink, ale také kvalitní regenerace. V rozhovoru prozrazuje, co bylo během závodu nejtěžší, jak zvládal spánek v extrémních podmínkách i proč je kvalitní matrace po návratu domů tou nejlepší odměnou.





Před startem jste říkal, že hlava radila severní trasu, ale srdce vás poslalo na jih. Kdy jste během závodu poprvé zjistil, že to byla opravdu správná volba, i když byla možná těžší?

Poznal jsem to hned, jelikož jsem po pár společných kilometrech obou tras byl najednou v krajině, kterou jsem ještě neznal. To byl hlavní důvod, proč jsem zvolil pro mě neznámou jižní trasu 1000 Mil. Samozřejmě závodit na severní, kterou jsem už jel, by bylo jednodušší. Znalost trasy je velká výhoda.

V reportu píšete, že jižní trasa vás donutila sáhnout si na dno sil častěji než severní. Který úsek byl psychicky nejnáročnější a čím vás tolik prověřil?

Byly to úseky kolem řek – hlavně Dyje, Sázavy a Vltavy – kde trasa vedla často velmi úzkými a technicky obtížnými stezkami. A taky zde byly úseky totálně zarostlé trním a kopřivami. Razit tu cestu jako první bylo místy fakt psycho a celkem to i bolelo.

Během více než šesti dnů v sedle rozhoduje každá minuta odpočinku. Jak jste přemýšlel o tom, kdy si dopřát spánek a kdy naopak pokračovat dál?

Tělo si řekne samo. Jakmile na mě padne velká únava, vytáhnou spacák a na chvíli do něj skočím. Spím na zemi, karimatku nevozím. Většinou se po hodině probudím a jedu dál. Poslední dva dny závodu jsem takto dohromady nespál jen tři hodiny. Dopřál jsem si ale i ubytování v apartmánech se sprchou a postelí. Tam spím většinou 3–4 hodiny.

Jako ambasador matrací Tropico dobře víte, jak důležitý je kvalitní spánek. Změnil vám podobný extrémní závod pohled na regeneraci i v běžném životě?

Regenerace je pro sportovce alfa a omegou dobré formy a taky dlouhověkosti. Kvalita spánku je vůbec to nejdůležitější. Takže dobře fungující matrace by neměla v ložnici sportovce chybět.

Zažil jste několik hodin brutálního deště v Bílých Karpatech, protivítr na Moravě i tři defekty. Která z těchto překážek vás stála nejvíce energie a proč?

Defekty. Je to věc, která přijde neplánovaně, a jedná se o materiál. Vítr a déšť jsou příroda a беру to tak, že jsem její součástí a nic s tím nenadělám. Defekty mě letos zlobily celkem dost a jejich opravování mě stálo opravdu dost času a sil. Musel jsem si kvůli nim i zajet několik kilometrů do cykloservisu.

Popisujete krásné okamžiky – setkání s rysem, východy a západy slunce nebo překvapivou podporu rodiny a fanoušků. Který z těchto momentů vám nejvíc pomohl dobít psychické baterky?

Určitě setkání se s lidmi. Když mě někdo na trase překvapí, a navíc třeba i s nějakým transparentem, je to moc fajn chvíle. Cítím, jak mi fandí, jak mi přeje úspěch, a to vždy potěší a nakopne! A pohled do očí rysa sluníčního se ráno vedle cesty. To taky nikdy nezapomenu.

V závodě bez podpory je člověk odkázaný hlavně sám na sebe. Co jste se během těch více než 1 600 kilometrů naučil o vlastní hlavě, co jste o sobě předtím nevěděl?

Já už těch závodů jel tolik, že o sobě už těžko něco nového zjistím. Ale ověřil jsem si jednu věc. Že jet týden opuštěnou krajinou mě už ke konci začínalo trochu nudit. Přeci jen ty stromy, potůčky, kameny, louky, kořeny jsou všude dost podobné a stejné. Asi mi vyhovují více ultramaratony vedoucí více civilizací a městy, kde člověk každý den vidí stále něco nového.

V cíli jste překonal rekord jižní trasy a zároveň jste říkal, že před startem nebylo jisté vůbec nic. Myslíte si, že právě respekt k závodu je jedním z důvodů vašich dlouhodobých úspěchů?

Určitě do něčeho nevstupuju s přehnaným sebevědomím a optimismem. Naopak. Dobře si uvědomuju, jak malý a zranitelný v přírodě jsem. I k ní chovám velkou úctu. Myslím, že tento přístup, kdy se nedívám někam do cíle, ale dva metry před přední kolo, kde se odehrává to nejdůležitější, je ten správný přístup k ultracyklistice.

Po tak extrémním výkonu – téměř 60 tisících spálených kalorií, přes 30 tisíc nastoupaných metrů a více než 290 tisících šlápnutí – jak vypadá vaše ideální první noc po závodě? Co je pro vás při regeneraci nejdůležitější?

Ideální noc je vyspat se na kvalitní matraci doma v posteli. Většinou nespím dlouho, tak pět hodin. Tělo je totiž zvyklé moc nespát a po pěti hodinách se probudí dokonale odpočaté. Skvělou zprávou pro něj je, že nemusí dál makat.

Kdybyste měl jednou větou přesvědčit někoho, kdo o závodu 1000 Miles Adventure nikdy neslyšel, proč stojí za to vystoupit z komfortní zóny, co byste mu řekl?

V prvé řadě já nikdy nikoho nepřesvědčuji. Ani na sociálních sítích a ve videích, jak je dnes běžné. Víím, že mnoho lidí inspiruji a pomáhám jim třeba se rozhodnout do nějaké výzvy. Často to od nich slyším na přednáškách, kdy za mnou osobně zajdou. Takže s 1000 Miles to je stejné. Zpracovávám film na YouTube, mnoho toho už zaznělo. Třeba to někoho zláká. Každopádně Mile jsou extrém v těžkém terénu. Silné zážitky na trase jsou proto naprostou jistotou.



Autor fotografií: Tomáš Srb



VÝPRODEJ

Postele & Matrace od 500 Kč



- Polštáře
- Přikrývky
- Jiné doplňky

 Pá **18. 9. 2026** / 10⁰⁰ - 16⁰⁰
So **19. 9. 2026** / 9⁰⁰ - 12⁰⁰

V areálu firmy
Hilding Anders
Česká republika a.s.,
Branská 329, Jilemnice



PODMÍNKY PROVOZU:

Nabídka výprodejového zboží je do vyprodání zásob. Zákazník si může vyzkoušet vystavené, zabalené zboží a na místě odkoupit s možností okamžitého odběru. Pokud by měl zákazník zájem o doručení zboží, cena a termíny jsou dle standardních dodacích podmínek Hilding Anders Česká republika a.s., osobní odběr v jiném termínu je možný po předchozí dohodě. Platby jsou možné v hotovosti i kartou. Při objednávce nad 10.000 Kč vč. DPH může být požadována záloha. Montáž výrobků nabízíme pouze k postelím Spirit. Ceny uvedené při výprodeji jsou uvedeny včetně DPH, platné pouze po dobu trvání výprodeje v termínu od 18. 9. 2026 do 19. 9. 2026.

Pro více informací kontaktujte: Tomas.Konecny@hildinganders.com (+420 736 753 782)