

časopis nejen pro zaměstnance Colognia press, a.s. | červen 2011



Vážení přátelé,



čas neuvěřitelně letí a půl roku 2011 je téměř za námi. Za posledních šest měsíců se u nás ve firmě mnoho věcí změnilo, mnoho věcí dostalo svou novou tvář, mnoho věcí bylo nově pojmenováno. Doba je velmi rychlá a jedno má s naší firmou společné. Dynamiku.

První finanční měsíc roku 2011 byl z pohledu obchodního více než pozitivní. Další období nám však opět ukázalo, že krátkodobý úspěch se nepočítá. V příštích měsících se nám totiž nedařilo úplně podle našich představ. Přesto naše plány na rok 2011 zůstávají ambiciózní.

O nových technologiích informujeme pravidelně a není třeba znovu zmiňovat ani naši vlajkovou loď, stroj Gallus RCS 330. Učinili jsme však další zásadní rozhodnutí v investici do digitální technologie, která nám umožní nabídnout zakázky z opačného pólu, tedy zakázky krátké, které tak doplňují naše portfolio produktů.

Nelze si nevšimnout, kolik změn se stalo za posledních devět měsíců, kdy finišovaly práce na rozšíření naší výroby, stejně jako na budování školícího centra naší společnosti tak, aby nabízela co nejoptimálnější podmínky pro pokračování vzdělávacího plánu firmy.

Tato stavební investice jde ruku v ruce i s budováním zázemí pro naše zaměstnance.

WorldStar for Packaging, tak se jmenuje cena, kterou naše společnost získala za obal **tuby s Braillovým písmem**. Zároveň obdržela zlatou medaili prezidenta World Packaging Organisation. To jistě představuje další mezník v historii naší společnosti a zároveň i přináší zadostiučinění naší dlouholeté vývojové a inovativní práce. Za úspěch patří díky všem, kteří se na něm podíleli.

Před námi je druhá polovina roku. Ta bude jistě náročná, věřím ale, že se společně s dalšími výzvami popasujeme úspěšně.

Protože je léto, většina z nás se chystá na dovolenou. Přeji Vám tímto hodně pěkných zážitků a hlavně čas na relaxaci a nabrání nových sil.

Ing. Jaroslav Vendl,
předseda představenstva



Tiskárna se rozrostla



Cognia press pořídila nové technologie



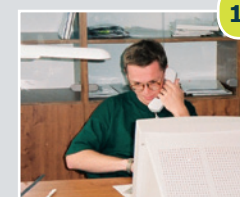
Cognia press na veletrhu Reklama – Polygraf



Podporujeme...



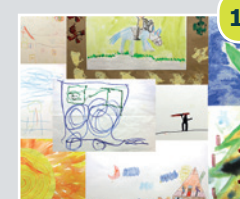
S míčem to umí, teď kope za Cognii



První krůčky byly nejisté. A bolely



Věrný muž Milan Vácha



Výtvarná soutěž

Z obsahu

Máme zlato!



Oscara na poli filmu nebo Stanleyův pohár ve světě hokeje. Cenu takového významu získala Cognia press od Světové obalové organizace.

Vedení společnosti převzalo 17. května na veletrhu Interpack v německém Düsseldorfu trofej za laminátovou tubu s Braillovým písmem. Tu Cognia vyvinula společně se slovenskou firmou Tubapack. Žádný podnik z někdejšího Československa přitom dosud zlatou, tedy první, Cenu prezidenta Světové obalové organizace nezískal. V soutěži bojovalo 278 přihlášených ze třiceti zemí světa.

„Vážíme si ocenění, jsme na něj hrdí, ještě více pak ale na samotný produkt, jímž

jsme některým lidem do nepředstavitelné temnoty přinesli kousek světla,” uvedl jeden z majitelů společnosti Pavel Kubáč.

Kromě přidáné sociální hodnoty obalu ocenili odborníci také unikátní metodu tisku Braillova písma. Tu nyní nechává Cognia patentovat. Na bezmála dvouletý vývoj technologie získala příslib dotace z evropského operačního programu Podnikání a inovace.



Tiskárna se rozrostla



Výrobní prostory firmy se zdvojnásobily, zaměstnanci získali lepší zázemí, interní logistika větší logiku a tiskaři možnost rozvoje.

Na začátku podzimu loňského roku začala největší stavební akce Colognie press od roku 2002. „Zjistili jsme, že nejsme schopní umístit nový stroj, který jsme měli v úmyslu pořídit,” vzpomíná technický specialista Dušan Převrátíl, na jehož bedrech celá stavební akce ležela, na hlavní důvod, proč se vedení společnosti rozhodlo investovat do přestavby. Místo na novou mašinu už totiž v hale nebylo a vyměnit ji za provozu za starý stroj určený k prodeji by znamenalo omezení výroby.

V září se proto do země zařizly bagry a začaly najíždět stroje i dělníci. Těch se do doby, než začátkem května úřady povolily zkušební provoz v přístavbě, při práci na rozšíření zadní části továrny vystřídalo nejméně sto z více než desítky firem. Pomohli Colognii press zlepšit se hned v pěti ohledech.

Konec Tetrisu

Výrobní hala mohla už nějaký čas působit stísněným dojmem.

Jak se firma rozrůstala, přibývalo totiž technologií, aniž by se ovšem zvětšoval prostor pro ně.

„Stroje jsme už skládali jako Tetris,” přiznává s nadsázkou Převrátíl. Kvůli tomu se společnost ocitla na hranici dodržování některých bezpečnostních norem.



Nynější větší rozestupy dodaly hale na vzdušnosti. Aby ne, firma se zvětšila přibližně o patnáct set metrů čtverečních, čímž se

zdvojnásobila plocha výroby. Jednou tak velký prostor ovšem dostala také administrativa a zázemí zaměstnanců.

Prostornější zákulisí

Pracovníci haly si mohli donedávna občas připadat jako sardinky. „Šatny byly dimenzované na poloviční počet lidí, než nyní ve výrobě pracuje. Proto jsme během let postupně museli jejich skříňkami zastavět také některé chodby,” popisuje Převrátíl. V nudličku se proměnila i původně rozlehlá denní místnost.

Nově má každý prostoru dost. Zázemí je dokonce lehce naddimenzované, aby v nejbližších letech expanze šatních skříněk na chodby nehrozila.

Logická logistika

Nepřehlédnutelnou výhodou přístavby Colognie press je také vytvoření smysluplné trajektorie pohybů v tiskárně. Dosud bylo místo příjmu surovin také místem expedice. Tam se proto během

denní směny nahromadilo množství materiálu i hotových výrobků. Semifinalizovaný a finalizovaný produkt putoval přes celou továrnu, trasy se křížily, čímž komplikovaly a protahovaly výrobu. Prašnější dokončovací práce navíc škodily při tisku.

Nyní přijíždí materiál doprostřed haly, kde je dost místa na jeho převzetí. Je tam uložen do skladu, z něž míří ke strojům ve staré hale a posléze do přístavby na finalizaci, na jejímž konci sídlí expedice s vlastním skladem a odkud putuje prostřednictvím logistických společností rovnou k zákazníkovi.

„Bohužel se nedalo vyhnout částečnému křížení. Z výroby totiž potíštěné velké role musí projít přes sklad materiálu. To pro nás ovšem představuje pouze to, že musí zůstat prázdný koridor mezi prostory, kde tiskneme a kde finalizujeme,” vysvětluje Převrátíl.

Výuka praxe

Nepřehlédnutelným plodem přestavby je rovněž vznik školícího centra. To vyrostlo v patře nad novou halou. Učit se v něm ovšem nebude teorie jako obchodní či jazykové dovednosti, v nichž zaměstnanci Colognie press již obstojí, ale tiskařská praxe.



„Uvědomili jsme si, že by nám velmi pomohlo, kdybychom nebyli limitováni tím, že určitý typ zakázek umí jen jeden tiskař a my musíme čekat, až přijde do práce. Že by se nám hodil prostor, kde by se mohli naši tiskaři rozvíjet,” vypráví jeden z majitelů Colognie press Pavel Kubáč.

Právě jej napadlo koupit technologii, na níž by se mohli od nejlepšího využití i úplně nezkušených, a také se mu na ni podařilo získat příslib dotace od Evropské unie.

Ta Colognii press z operačního programu Podnikání a inovace přispěje bezmála dvanáct milionů korun.

„Je to určitě úspěch,” hodnotí Kubáč. Projektu se věnoval několik měsíců, absolvoval mnoho admini-

také nutnost inovace některých základních technologií. Vedle plánovaného nákupu digitální ústředny, která nahradí stávající s nedostatečným počtem linek, zprovozní Colognia press v brzké době nový docházkový systém firmy.

Víte že?

369 průměrných Čechů by si muselo stoupnout na miskou vah, aby vyrovnalo tíhu sádrokartonových desek použitých při přestavbě Colognie press. Celkem jich dělníkům prošlo rukama 1 200 o celkové hmotnosti 27 600 kilogramů.

Až ke vchodu do Chrámu svaté Barbory v Kutné Hoře by po silnicích od Colognie press dosáhly kabely, které natáhli řemeslníci při rozšiřování tiskárny. Položili 3,5 kilometrů ethernetových a více než 7 kilometrů elektrických kabelů.

Skoro čtyři vagóny klasického motoráčku, který projíždí osmkrát krát denně v blízkosti tiskárny z Kolína do Ledečka, váží stejně jako množství železa použitého na konstrukce. Potřeba ho bylo 72, 8 tuny.

strativy, spolupracoval s poradenskou firmou a obstál.

„Postavili jsme projekt dobře a na reálných základech. Také jsme se mohli opřít o historii firmy a její slušné výsledky, díky kterým jsme bonitním klientem pro banky



i partnery,” vysvětluje Kubáč. Nad přístavbou haly tak vyrostly dvě menší a jedna velká přednášková místnost koncipovaná také jako prostor, kde se mohou sejit všichni zaměstnanci podniku. K dispozici je samozřejmě sociální příslušenství, kuchyňka a technické místnosti jako počítačová serverovna.

Modernější evidence

Stavební rozvoj s sebou přinesl

„Využijeme bezkontaktní technologie RFID. Tu lze lépe integrovat do našich informačních systémů, navíc do budoucna slibuje různá další využití,” říká Pavel Kružík z IT oddělení společnosti. Stejnou kartou či čipem, která komunikuje přes rádiové vlny a není třeba ji přikládat ke čtečce, by se mohli výhledově zaměstnanci například přihlašovat k počítačům.

Už nyní pracovníci výrobní části podniku vstupují novým vchodem, který je zavede rovnou do šaten nebo právě do školícího centra. Tam bude možné názorně předvádět či vysvětlovat, co lidé a stroje Colognie press umí, také zákazníkům.

Výukový stroj připomene Gallus RCS 330, ovšem na rozdíl od něj nabídne pouze čtyřbarevný tisk. Na něm by se v budoucnu ve spolupráci s polygrafickými ústavy v Praze či Pardubicích mohli školit také učňové. Do Kolína mašina dorazí na podzim. Tehdy si nové prostory prohlédnou také zájemci z řad zákazníků Colognie press. Takzvaný open day bude včas vyhlášen.



Columbia press pořídila nové technologie

Tisk bez přípravy

Digitální přírůstek do strojového parku společnosti zrychlí krátké zakázky. Přicestoval přes oceán.

Termíny jako just in time či nulové sklady ovládly již i tiskařské prostředí. Zatímco ještě před dvěma lety sjížděly ze strojů v Columbii press zakázky dlouhé průměrně dva kilometry, nyní měří o pět set metrů méně. A toto číslo bude ještě klesat.

„Tiskárny se v dnešní době obecně přeorientovávají na krátké série vyrobené na digitálních strojích, díky kterým odpadávají náklady na přípravu tisku,“ potvrzuje technický specialista Columbie press Dušan Převrátíl. Díky tomu ušetří na výrobě tiskových forem, přípravě barev, mnohdy i na výsecích. Proto se po nové mašině poohlédla také Columbia press.

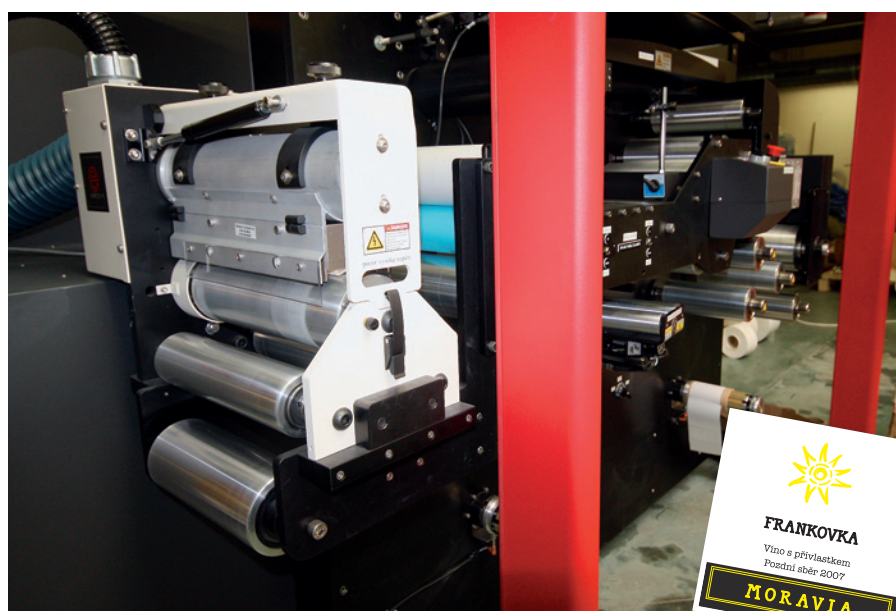
„Máme pěkné stroje, které dokážou jet rychle, ale v případě krátké zakázky je nám to k ničemu,“ vysvětluje technický specialista Dušan Převrátíl. Před časem se proto v hale poprvé rozjel červený digitální inkjet Jetrion 4830. Volba na něj padla, protože na něm vyrobené produkty hodně vydrží. Inkoust má totiž vyšší odolnost proti otěru i teplotě. Etikety tak odolají déle slunci, což ocení v automobilovém průmyslu, kvůli nutným sterilizačním procesům budou vyhledávané v potravinářství.

Některé zákazníky, obzvlášť v kosmetickém segmentu, by zase mohl na výsledku zaujmout hmatatelný reliéf vzniklý díky většímu nánosu barvy.

Jetrion 4830

- je digitální UV inkoustová tiskárna
- vyrobila ji firma EFI
- přicestovala z USA
- podrobnosti na w3.efi.com

Navíc stroj umí dotiskovat na již vysekané etikety, ať bílé nebo předtiskované. Půjdu mu malé série



či doplňování etiket o variabilní údaje jako jsou čárové kódy nebo šarže spotřeby. To si ověřil hned zadavatel první zakázky, který si z válců Jetrionu odvezl etikety na víno (na snímku).

„Zákazníkovi se líbily. Hned druhý den se ozval, že je spokojen,“ vypráví Převrátíl.

Jetrion 4830 pořídila Columbia press jako první česká továrna. Cestou do Kolína překonal oceán, zprovoznil jej anglický technik z německé pobočky.

Nákup vedení společnosti pečlivě promýšlelo. Uvažovalo ještě například o stroji HP Indigo. U něj je však třeba veškerý materiál koupit upravený, nebo na něj ještě před tiskem nanést tenkou vrstvu laku. Navíc se výrobcí stroje platí cosi jako tantiémy za provoz.

I Jetrion má ovšem jednu nevýhodu. Produkty inkjetu, který umí i při plném využití nanášení barev vytisknout dvacet metrů etiket za minutu a předpokládá se, že se vyplatí pro výrobu zakázek do tisíce metrů, se musí finalizovat. Zatím umí etikety vysekat stroj Omega ABG. Brzy mu přibude kolega.

Odpad bez asistence

Zrychlení výroby, méně práce pro zaměstnance a ohleduplnost vůči přírodě, to vše přinese nová technologie. Columbia press ji pořídila jako první tiskárna na samolepky v Česku.

Na první pohled je to jen soustava trubek s kontejnerem na konci. Jenže zvládne hodně z toho, co dřív musel vykonat člověk. Doposud speciální systém od tisknoucích strojů odsával pouze silikonový ořez. Mřížka se namotávala do velkých rolí, které musel tiskař sundávat z mašiny a předat je do rukou přípravářů a skladníků. Ti je ručně vkládali do klecí a ještěrkou odváželi do dva metry vysokého kontejneru. Slušná dřina, velké zdržení.

Nyní? Každá tiskařská mašina je napojena na soustavu trubek. Ta odpad rozseká na malé kousky a dopraví do kontejneru za továrnou, kde jej hydraulický lis směštnává, odkud následně v kontejneru odjede na skládku nebo k recyklaci. Tímto elegantním způsobem navíc z firmy odcestují nejen okraje,

ale také samotná mřížka, takže se stroje při delších zakázkách nemusí zbytečně zastavovat. V tomto směru by pořízení nové technologie mohli zaznamenat také zákazníci továrny.

„Zkrácení termínů dodávky by mohlo být zajímavé, výroba se totiž zrychlí. Zatím když jsme měli hodně dlouhou zakázku, naplnila se hřídel za jednu až dvě hodiny a museli jsme kotouč sundat. Stroj Gallus RCS 330 přitom má nekonečný návin i odvin a teoreticky jej nemusíme zastavovat vůbec,“ vysvětluje technický specialista Dušan Převrátíl.

Nové řešení je navíc ekologičtější. Za firmou totiž stojí kontejnery dva a tiskař se podle materiálu rozhodne, zda odpad nasměruje do plastu nebo do papíru. Ve druhém případě bude jeho součástí bohužel také silikonový papír. Ten



je sice snadno zrecyklovatelný, ale snižuje výkupní cenu odpadu. I tak však jde o zlepšení. „Za jeho odvoz už díky tomu nemusíme nic platit,“ říká Převrátíl s tím, že podrobnější třídění je zatím co do praxe hubbou budoucnosti. Nové zařízení si dokáže poradit s každým materiálem, na který se v Columbii tiskne a jež není tlustší než půl milimetru. Pneumatický odtah bude připojen na všechny tiskové i finalizační stroje továrny.

Technologii, kterou dosud nemá žádná česká tiskárna vyrábějící samolepky, dodala německá firma Max Solution Systems. Zaručuje nejnížší dlouhodobé náklady.

ultrazvuku. Kapalina, která obklopuje válec uchycený v pohyblivých držácích, se rozechvívá při frekvenci 40 kHz, čímž vyklepává barvu ze zanesených jamek. Zaměstnanci budou mít rychleji válce čisté a neměl by je trápit ani žádný nepříjemný zvuk.



Opakovatelnost bez blednutí

Columbia press již delší čas potřebovala novou myčku rastrových válců. Koupila Miu.

Dosud technici pracovali se zařízením z druhé ruky, které už dávno dosáhlo plnoletosti. Válce Gallusu RCS 330 se do něj navíc nevešly. Do konce června by jej proto měla vystřídat nová myčka.

Rastrové válce totiž mají na keramickém povrchu pravidelné buňky různého půdorysu a průřezu, do nichž nabírají barvu, která se později vylévá na zvýšená místa tiskové formy. Nečištěné jamky

se časem zanáší, kvůli tomu se do nich vejde méně barvy a samolepky jsou bledší, než když je mašina tiskla poprvé. Tomu má předejít myčka pojmenovaná britským výrobcem Mia.

„Kvalita čištění nyní půjde nahoru a s ní se zvýší i opakovatelnost pro zákazníka. Měl by tedy být spokojenější,“ věří technický specialista Dušan Převrátíl.

Nová myčka funguje na principu

Cognia nabídla stroj snů, Obamovy vizitky a suchý rohlík

Poprvé v historii se tiskárna prezentovala na veletrhu Reklama – Polygraf. Její netradiční expozice zaujala i odborníky.



„Mohu vám nabídnout suchý rohlík nebo placku, mladá paní?“ ptá se muž v bílé kombinéze. V ruce drží táč s oschlým kouskem pečiva a vizitkami Cognia press, na kterých ovšem překvapí jména Madonna nebo „brankař manager“ Dominik Hašek. Dámy v kostýmcích a páni v kravatách s taštičkami plnými úhledných letáků sebou v těchto místech trochu trhnou. Jsme na osmnáctém ročníku veletrhu Reklama - Polygraf, kde se vůbec poprvé prezentuje také Cognia press.

Její expozice představuje nový stroj Dream machine 376/e. Ten ovšem místo samolepek vyrábí humor. Už vizuálně evokuje ponorku Nautilus z románu Julese Verna. Navíc mašinu ovládá trojice herců představujících uhozené dělníky, kteří komunikují ztřeštěnou směsicí španělštiny, italštiny, angličtiny a češtiny.

„Kartone bianco,“ volá do telefonu připevněného na stroji jeden z nich. Má bílou kombinézu, ochranné brýle a točí válcem na boku mašiny. Z jiného vyjede velká bílá čtvrtka. „Kartone



figuranto,“ oznámí další krok. Čtvrtka putuje zpátky do stroje, za okamžik se jinde objeví vyseknutý obrys muže.

Další z dělníků na stropě mašiny vhadzuje do široké trubky černou krychli. Připomíná kuchaře nad hrncem s kostičkou bujónu. „Figurante negro,“ říká přitom, aby vzápětí ze stroje vyjela postava muže v podobě urostlého černocho.

„Contra, contra! Figurante unseriôzo,“ křičí ale obsluha a rychle výrobek zasunuje zpět. Černoch se napodruhé vynoří v bílých boxerkách. Dělník ještě přihodí kostky zbývající do CMYK modelu, jiný zapumpuje tyčí a z válce vyjede černoch v pestrém oblečení.

Skeč spolu s dalšími scénkami parafrázoval možnosti Cognie press vytisknout v podstatě cokoliv a přesně podle přání zákazníka. Strategie zaujala, a to nejen přímo v pražském Průmyslovém paláci. Vyzdvihl ji například týdeník Marketing & Media či odborný časopis Brands & Stories.

„Expozice Cognie press byla nepřehlédnutelná a způsob prezentace produktů naprosto ojedinělý a velmi nápaditý,“ uvedl Brands & Stories s tím, že vzhledem k pozitivním reakcím návštěvníků se může budoucnost tuzemského výstavnictví ubírat i tímto, dosud u nás neobvyklým, směrem.

Ten byl netypický nejen humorným nadhledem, ale i svou bezprostřední a v daném prostředí

sympaticky drzou komunikativností. Jeden z dělníků například zacházel s trubicí od vysavače jako s hadem, který občas „uštkl“ procházejícího, jiný s výrazem dealera návštěvníkům ukazoval cedulky „Rum?“ nebo „Chceš potetovat?“

Nápad objevit se na akci vzešel

z hlavy obchodního manažera Cognie press Karla Bohaboj. „Zareagoval jsem na letošní změnu obchodní značky veletrhu, jehož logem se stala samolepka jako zástupný symbol reklamního průmyslu. S ředitelem veletrhu jsme se domluvili na spolupráci. Naše expozice měla na změnu loga upozornit,“ vzpomněl Bohaboj.

Samotné realizace se ujala společnost Commercial Underground, jež začala znovu pečovat o mediální obraz tiskárny. Dění kolem stánku režíroval Jan Jirků. Za tři březnové dny konání veletrhu prošlo pražským Výstavištěm takřka deset tisíc návštěvníků. Z toho více než dvanáct set dorazilo ze zahraničí.

Podporujeme...

Radost dětí

Cognia press se opět stala jedním ze sponzorů akce Oregon dětem aneb Budeme si hrát. Tu každoročně na Kmochově ostrově v Kolíně pořádá Tábornický klub Oregon. V sobotu 7. května tak malí příchozí plnili úkoly, od zdolávání horolezecké stěny

až po zábavu na velké trampolíně, za což na stanovištích dostávali razítka. Podle jejich počtu si později mohli vybrat odměnu. Děti dorazilo více než tisíc. Všechny organizátory však dobře poznaly – podle cogniálních triček z kolekce No limit.

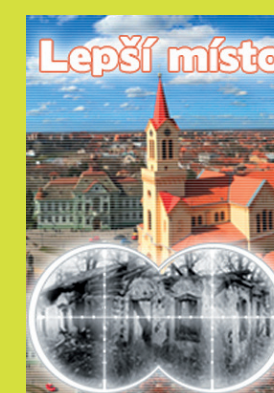


Život na Lepším místě

Cognia press myslí nejen na své zaměstnance, ale chce pomoci celému Česku. Podporuje totiž vývoj nového internetového projektu Lepší místo. Ten si klade za cíl upozorňovat na problémy, které kolem sebe spatřují obyvatelé vesnic a měst.

„Někdy na radnici nebo obecním úřadě netuší, že by lidem hodně pomohlo, kdyby jen nalajnovali parkoviště. Nebo že se někde rozpadá chodník či vandlové poničili lavičku. Náprava není příliš nákladná ani časově náročná, přesto leckdy trvá měsíce, než k ní dojde,“ říká Hana Kružíková z Lepšího místa.

Nově může být cesta rychlejší. Člověk problém vyfotí a s krátkým popisem jej vloží na webové stránky. V ideálním případě si úředníci věci sami všimnou a začnou se jí zabývat. Pokud ne, ten, kdo kauzu zadal nebo kdokoliv další, koho také trápí a takzvaně ji sleduje, pošle na radnici či obecní



nebo ji sdílet je velmi snadné a časově nenáročné. Pro další postup se na stránky připravují návody a jednoduché formuláře. Brzy začne tým Lepšího místa oslovovat i starosty obcí s nabídkou na spolupráci.

úřad žádost o informaci nebo podnět. Těmi se úředníci musí ze zákona zabývat.

Vložit kauzu

Má cenu se přidat? „Rozhodně má. Před lety si například děti stěžovaly, že se jim cestou do školy špatně přechází na konci naší ulice. Nebyl tam přechod pro chodce. Stačilo poslat na úřad e-mail s popisem situace. Dnes je v ulici přechod i s dopravní značkou,“ vzpomíná autor projektu Jiří Rozvařil.

Více na www.lepsimisto.cz. Projekt můžete podpořit také sdílením jeho facebookové stránky www.facebook.com/lepsimisto. Nyní je na webu 21 kauz převážně z okolí Kolína a Mladé Boleslavi, 2 se již podařilo vyřešit.

S míčem to umí, teď kope za Cognii

Cognia press má novou posilu. Na pozici manažera systémů vystřídala Jana Širce Kateřina Šemíková.

Na první pohled působí šestadvacetiletá žena jako vždy upravená dáma. Člověk by si nedovolil nazvat ji holkou. Jenže když si s ní začne povídat, zjistí, že právě tohle slovo ji nečekaně dobře vystihuje. Hraje fotbal, fandí hokeji a jako správná Šemíková miluje koně.

Cestou do nové práce mine tři okresy, probouzí se totiž ve vesničce Druhanov kousek od Světlé nad Sázavou. Nasedne do auta a popojede na nádraží, dál hodinu pokračuje vlakem.

„Na dojíždění si zvyknu. Nebo když se budu cítit unavená, najdu



si tady postupem času nějaké bydlení,“ říká Kateřina.

O místě v Cognii press se dozvěděla ze stránek pracovního úřadu. Polabské město však už znala.



„Jezdila jsem na brigády do Obchodních tiskáren Kolín, mám tady proto pár přátel,“ vysvětluje Kateřina. Do stejné továrny směřovala také na praxe, absolvovala totiž tříletou polygrafii a fotofyziku na Univerzitě Pardubice. Po získání bakalářského titulu pokračovala tamtéž ještě dvouletou ekonomikou a managementem chemického a potravinářského průmyslu, díky čemuž si před jméno připojila titul inženýr.

Obor si oblíbila, ačkoliv původně směřovala trochu jinam. Lákala ji práva a přihlášku na pardubickou univerzitu si dala spíše pro jistotu, kdyby žádná jiná nevyšla. „Po praxi mne ale obor začal zajímat. Také jsem pochopila, že mě láká kvalita, že je to směr, kterým bych se chtěla ubírat,“ vypráví Kateřina. Přesto nejprve nastoupila do stavební firmy. Až nyní v Cognii tedy začala pracovat v oblasti, kterou vystudovala.

„Najít si zaměstnání, které by mne bavilo, byl v poslední době můj nejdůležitější cíl, doufám, že

se mi splní,“ věří nová manažerka Cognie press, která povinnosti související se svou pozicí přebírala během pouhých několika dní s tím, že se jednoduše musí naučit plavat. Ostatně pokud by šlo pouze o kraul či třeba motýlka, žádný problém v jejím případě nehrozí. Sporty totiž ráda. A to dokonce takové, jež ženy lákají jen hodně zřídka. Žádný aerobik nebo kolečkové brusle, Kateřina Šemíková hraje fotbal.

„Bavil mě vždycky, chodím fandit a asi osm let ho hraji také aktivně,“ říká Kateřina. Jak se k němu dostala? Vlastně náhodou.

„Zapíjely jsme na začátku prázdnin konec školy, to mi bylo asi osmnáct. Tehdy přišel kamarád, že jeho známý v Tasicích pořádá turnaj, kde budou bojovat také ženské týmy. V tu chvíli už jsme měly hodně upito, takže jsme účast slíbily a kamarád nás ještě ten večer přihlásil. Ráno jsme se hodně divily. A začaly trénovat,“ vzpomíná Šemíková, jak jim kluci začali vysvětlovat, co je to míč a jak do něj kopat.



Od té doby se letních turnajů neregistrovaných zúčastňuje s kolegyněmi pravidelně. Setkávají se s týmiž hráčkami, s nimiž se vlastně skamarádily, takže se omlouvají, když jedna druhé ublíží. „Ženský fotbal není tolik o taktice jako spíš o tom, trefit se do míče, ne do nohy,“ popisuje a s nadsázkou líčí, jak jim pomůže, když prší, protože do bláta balón pěkně přistane a ony nemusí míč zpracovávat.

Muži mají z jejich koníčku většinou legraci, případně si myslí, že je spíš pro ostudu. Najdou se však i tací, kteří svým partnerkám chodí fandit. Nebo se rozhodnou ženský tým trénovat. „Jednu dobu jsme také trenéra měly, všude s námi jezdil, staral se o nás, nakonec to ale s námi nevydržel. Bylo na něj moc ženských,“ směje se obrádkyně, která začínala v útoku, ale zkusila dokonce i chytat.

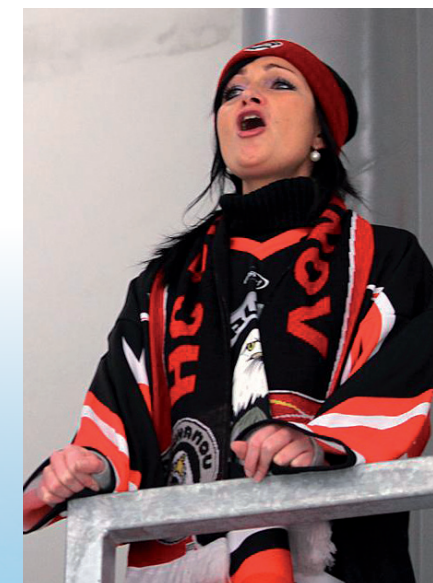
„Jeden rok musela naše brankářka na operaci, tak jsem nastoupila na její pozici. Šlo mi to. Z prvního zápasu jsem si ale odnesla zlomený nos,“ vzpomíná Kateřina na svou krátkou brankářskou kariéru. Na hřišti však prožila také otřes mozku nebo kolík vražený v noze. „Představujeme takovou humornou vložku na turnajích.

Ale co, děláme to rády,“ zvažní Kateřina.

Kateřina Šemíková

- narodila se 5. června 1985
- po gymnáziu ve Světlé nad Sázavou vystudovala Polygrafii a fotofyziku a navazující Ekonomiku a management chemického a potravinářského průmyslu na Fakultě chemicko-technologické Univerzity Pardubice
- bydlí v Druhanově u Světlé nad Sázavou
- ve společnosti Cognia press pracuje od 1. dubna jako manažerka systémů kvality, BOZP a životního prostředí
- je svobodná

Se stejnou vervou se chce nyní pustit také do hokeje. S týmem Druhanova, který hraje místní ligu neregistrovaných, začne totiž v příští sezoně trénovat. Domácí mužstvo ostatně dosud podporovala z tribuny, a to tak dobře, že nedávno převzala trofej Nejlepší fanyнка týmu HC Druhanov 2010/2011.



Kateřina Šemíková však má i jednu klidnější zálibu, která jako by jí byla díky příjmení předurčena. Baví ji koně. Kvůli české pověsti, v níž skokem z Vyšehradu bájný bělouš Šemík zachránil Horymíra, si z ní kupodivu nikdo nikdy neutahoval, dokonce ani spolužáci. Spíše prý lidé její příjmení komolí. Aby ne, má ho jen kolem sedmdesáti žen v Česku.

„Jsem ráda, že je originální,“ říká Kateřina, která by jej pro sebe ráda uhájila, i až se bude jednou vdávat. Zatím je ale prý na rodinu čas. Neplánuje ji, stejně jako nic dalšího.

„Nechávám životu volný průběh. V tuto chvíli chci jen jedno: aby mě práce bavila a naplňovala mě,“ uzavírá Kateřina Šemíková, která od 1. dubna kope za Cognii press.



První krůčky byly nejisté. A bolely

Před patnácti lety se začala psát historie společnosti Colonia press. Zřejmě ani Sibyla by tehdy ovšem nedala ruku do ohně za věštbu, že z firmy vyroste nynější patnáctiletá slečna. Pro zákazníky i dodavatele atraktivní, spolehlivá a sebevědomě si krácející pro pomyslný občanský průkaz.

Někdy začátkem roku 1996 sháněl Ludvík Bělina dvacet milionů na rozjezd podnikání pro někdejší oddělení Obchodních tiskáren Kolín (OTK), které vyrábělo samolepky a chtělo se osamostatnit. Jejich záměrem bylo zhotovovat cenové etikety do kleští, jimiž se tehdy označovalo zboží v samoobsluhách. K tomu si vytipovali „dvoubarevku“ Arsomu s karuselem. Stála jedenáct a půl milionu.



„Za mnou tenkrát Ludvík přišel s otázkou, zda mohu sehnat úvěr na podnikání,“ vzpomíná Pavel Kubáč (na snímku v roce 1999 s účetní Květou Bezkočkovou na firemní akci ve Svatošově), který v té době společně s Jiřím Rozvařilem vedl úspěšnou firmu Mýval, jež se zabývala signmakin-

gem, tedy výrobou reklam na auta a výlohy. Z počátku mu Bělina ani nechtěl říct, na co peníze potřebuje. Postupně z něj ale vylezlo vše konkrétní, totiž že mají lidi, stroj, odbyt a chybí jim jen finance.

„Projekt nás z počátku zajímal spíš okrajově. Nedovedli jsme si představit, co všechno společnost s deklarovaným obratem 120 milionů znamená. Možná ale právě proto jsme si na celou věc nakonec troufli a pustili se do realizace myšlenky, která mi dnes připadá přinejmenším odvážná,“ rekapituje prapůvodní začátek Kubáč.

„Přemýšleli jsme ale, zda nás nebude omezovat, že stroj umí jen dvě barvy a jestli mají ještě cenové etikety perspektivu,“ říká Kubáč. Tehdy už je totiž začínaly nahrazovat čárové kódy EAN. Pak víceméně náhodou Kubáč objevil stroj Arsoma. Byl šestibarevný, čtyři roky starý, stál ve Štrasburku a majiteli už se nehodil, potřeboval širší. Tehdy se budoucí společníci rozhodli přehodnotit zaměření budoucí výroby a projekt rozjet.

„Trochu se to samozřejmě v hlavě

převalovalo. Ale kdo se bojí, nesmí do lesa,“ říká dnes o tehdejšímu kroku Jiří Rozvařil (na snímku v původní kanceláři). Účet na 481 tisíc německých marek za Arzomu poslala firma Reiner Diez 16. dubna, na obálce stálo „Myval GmbH, z. Hd. Herrn Kubac“.



13. června vystavila česká strana platební příkaz.

Stroj vyrobený v roce 1992 ovšem musel v sehnaných prostorech na Pražské ulici také někdo obsluhovat. Oslovili proto Milana Váchu, tehdy tiskaře v OTK.

„První oficiální setkání bylo u nás doma. Nabídce jsem se bránil, měl jsem své jisté ve velké tiskárně. Vztahy tam ale byly špatné, takže jsem nakonec přijal,“ vysvětluje dnes Milan Vácha.

Obchodní rejstřík zapsal novou společnost 12. srpna 1996, kdy papírově zanikl Mýval. Pavel Kubáč a Jiří Rozvařil přibrali další společníky, kterými se stali Jiří Ptáček, Ludvík Bělina a Jan Dvořák. Byla to sestava značně okleštěná od původních plánů, kde figuroval i ředitel divize a celé obchodní oddělení OTK. Z jeho velkolepých plánů nezbylo v podstatě nic. Vedle Váchy a Dvořáka přešel do Cologne už jen tiskař Mirek Svoboda, který se přidal asi o tři měsíce později. Ludvík Bělina z ní odešel přibližně po dvou letech a Jiří Ptáček, který byl dřív odborářem v OTK, v podstatě záhy.

Ptáček se měl v Cologne starat o zakázky. „Říkal, zajedeme do Barumky a budeme dělat samolepky na gumy, tam je toho mrak. Zajeli jsme do Barumky v Otrokovicích, kde nám ale řekli, že nemají důvod měnit dodavatele a my jeli zase domů. To se stalo ještě několikrát. Úvěr byl vyčerpaný, museli jsme ho splácet a neměli vůbec nic. Tehdy jsme nabyli jistoty, že nás odborář dostal do pěkné šlamastyky,“ líčí Kubáč.

Situace vygradovala, když Ptáček přinesl k proplacení doklad za cestu do Českých Budějovic a zpět. Naučtoval si o sto kilometrů víc, jeden za dvanáct korun. Kubáč jej upozornil, že tak to na rozdíl od odborů v soukromém sektoru nefunguje. Ptáček se cítil nesmírně dotčen a po několika

ústních, málem i fyzických, konfliktů ve firmě skončil.

Získávat zákazníky, což bylo v začátcích firmy nejtěžší, proto začal Kubáč. Jiří Rozvařil se staral o kalkulace, účetnictví a softwarové věci. Jan Dvořák (na snímku s půllitry na firemní akci v roce 2008 v Nebovidech) se stal šéfem výroby.

První roky zažívali dobu temna. „To nebylo ani z ruky do huby, jako spíš bída s nouzí. Dost drsné období, které jsme nevěděli, zda



přežijeme. Ale když je člověk vprostřed oceánu, snaží se prostě plavat,“ říká Kubáč.

Za první měsíc vyrobili asi tři zakázky. Premiérou pro nový stroj byly tři role samolepek na ponožky. Špatně prý tehdy koupili barvy, ale poradili si.

Při druhé objednávce přišel větší průšvih. Etikety pro firmu vyrábějící plastové obaly na lihová rozpouštědla totiž nenalakovali. Jak

zákazník lahve začal plnit, stékal ze samolepek text. Některé dolakovali štětcem, většinu vyrobili znovu. Škoda? 140 tisíc.

„Milan Vácha pak říkal, že mu bylo divné, že je nelakujeme. Myslel ale, že to tak má být. Jenže my o tom neměli tušení,“ vypráví Kubáč, jak zpočátku museli bývalé zaměstnance OTK odnaučit pouhému vykonávání úkolů. A na vše nové si přijít. Všichni také zpočátku dělali všechno. Jako v případě nešťastných etiket na rozpouštědla.

„Byla to naše první velká zakázka, v práci jsme strávili dva dny v kuse, abychom ji zvládli. Spal jsem na paletě, zatímco Pavel Kubáč hlídal stroj. Pak to ještě v noci řezal,“ popisuje Vácha. Rozvařil zase často zakázky balil.

V prosinci 1996	V květnu 2011
■ 7 zaměstnanců, z toho 7 mužů a 0 žen	■ 79 zaměstnanců, z toho 44 mužů a 35 žen
■ průměrný věk 31,9 let	■ průměrný věk 39,6 let
■ na sociální a zdravotní pojištění odvedla firma 27 792 korun	■ na sociální a zdravotní pojištění odvedla firma 697 276 korun

Historické milníky

1996	2000	2002	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011
nákup stroje Arsoma	transformace na akciovou společnost Colonia press, a.s.	stěhování do nových prostor, investice do flexo-tiskového stroje Gallus EM 280	certifikace systému řízení ISO 9001	pořízení stroje ILMA MP 340	certifikace systému ISO 14001:2005 a OHSAS 18001:1999, nákup druhého Gallusu EM 280, instalace nejmodernější technologie CtP	pořízení třetího Gallusu EM 280, investice do technologie na výrobu čistých bílých etiket ABG Omega	získání stoprocentní kontroly tisku a DPG certifikace	počátek rozšiřování výrobních prostor v souvislosti s nákupem rotačky Gallus RCS 330	pořízení digitálního inkjetu Jetrion 4830, kolaudace přestavby, získání první ceny za nejlepší obal od World Packaging Organisation

„Asi jsme rozjezdu věnovali patřičné úsilí, protože se nám začalo časem dařit,“ říká Kubáč. Zprovoznit a rozjet již částečně potopený prám jim pomáhali ještě Petra Poláková s Ditou Pecinovou na finalizaci, balení a expedici, obchodník Milan Marek a v administrativě vše držela pohromadě Zlata Kukalová. „Firma tehdy a dnes se vůbec nedá srovnávat. Pracovalo nás tam kolem deseti a byli jsme víc spolu,“ vybavuje si mnohem domáctější atmosféru asistentka Zlata Kukalová (na snímku z večírku v lednu



2009 s Milanem Váchou). Dveře mezi kanceláří a dílnou byly pořád otevřené. Na obědy chodili všichni do blízkého Bistra u Elišky, kde ale měli i pivo a kořalku. „Kvůli tomu nám pak Pavel zařídil, že nám obědy začali vozit,“ směje se Vácha.

Prožili spolu také řadu dnes až neuvěřitelných historek. Třeba mladé podnikatele napadlo, že zapálí ořezy večer v sudech, aby se zbavili odpadu. Do deseti minut přijela policie. Takže je navozili do díry v zemi v Polepech. „Hořely čtrnáct dní, museli jsme místo chodit hlídat,“ připouští Vácha.

Jak se firmě začínalo dařit, nabírala další lidi. Rostla i o sto procent ročně. Vedení začínalo být jasné, že potřebují větší prostory. Vytipovali vhodný pozemek na Havlíčkově ulici, který mohli koupit dohromady s dalším podnikatelem. Na stavbu ovšem nebyly peníze. A banky půjčit odmítly. „Řekli nám, že jsme malí a pitomí. Na jazykovém kurzu jsem pak

náhodou potkal člověka, který vlastnil leasingovou firmu a který nám půjčil. Spláceli jsme osm let,“ vzpomíná Kubáč.

Samotné stěhování bylo náročné, na pár dní se musela přerušit i výroba. „Pak to ale byla úleva,“ míní Jiří Rozvařil.

Ne nadlouho. „Přišly nečekané problémy. Lidé začali brblat, že nemají a nechtějí, nastal téměř krizový stav, kdy chtěl odejít i jeden obchodník, že takhle si to nepředstavoval. Měli asi pocit, že když si můžeme dovolit investovat, můžeme také dávat zaměstnancům dvakrát vyšší plat,“ vypráví Kubáč. Krizi nicméně překonali. Stejně jako ty „manželské“ mezi majiteli.

„Byly asi čtyři. Zvládnout je bylo hodně důležité. Bez Pavla bych dnes už v tiskárně nebyl,“ přiznává Rozvařil.

Hned po stěhování koupila firma druhý stroj a do modernizace investuje dodnes. Důležitými mezníky byly kolem roku 2003 také začátek výroby etiket tištěných termotransferem či možnost jejich číslování, později pak zahájení spolupráce s bratislavskou tiskárnou Purgina.

A také návrat majitelů. Ti byli v jednu chvíli ze starostí v začátcích natolik unavení, že se z provozních pozic vyvázali. Díky tomu se později na její fungování dokázali podívat z nadhledu. A spatřili řadu podstatných problémů. Proto odešel vedoucí IT oddělení Jiří Sýkora a ředitel společnosti Josef Squerzi, který nyní působí v OTK, čímž se kruh historie prozatím uzavřel. „Pracuje přesně na pozici, kde nám poslouží nejvíce,“ glosuje Kubáč. Vedení Colognie press se ujal Jaroslav Vendl.

„Zásadním cílem nyní je firmu zdokonalit. To další, jako že do pár let budeme nejlepší na českém trhu,

přijde samo sebou. A pokud ne, nebudu naštvaný. Nepotřebuji další peníze, ale potřebuji, aby v Colognii bylo příjemně a lidé se tu měli dobře, našli ostrůvek před zubatým světem za dveřmi,“ říká Kubáč s tím, že jelikož člověk tráví nejméně třetinu života právě v práci, je klíčové, aby pro něj byla alespoň zčásti zábavou. V duchu této vize vedení Colognie nastartovalo řadu provozních změn a v loňském i letošním roce proinvestovalo více než 90 milionů korun.

Colognia press

- **je velká rodina:** 79 pracovníků má 61 dětí
- **je oblíbená u zaměstnanců:** za posledních deset let firmou prošlo 217 lidí, z nichž více než třetina, ti kmenoví a důležití, ve společnosti zůstávají. Přibývá zaměstnanců, kteří jsou věrní více než deset roků.
- **je kolínská:** název tiskárny vymyslel bratranec Pavla Kubáče, který tehdy studoval medicínu. Kolín se latinsky řekne Colonia, od čehož byl jen kousek ke graficky zajímavějšímu Colognia. Press znamená anglicky tisknout.

Ještě více než dosud pak má platit, že úspěch a peníze jsou vedlejší produkt dobře odvedené práce. Bude-li jí i nadále dost, dospěje patnáctiletá Colognia press, která má za sebou trochu bolestivé dětství a dost nejisté první krůčky, v okouzlující ženu.

„Stane se synonymem pro etikety. Když je bude kdokoli chtít, vezme mobilní telefon, vyťuká 72-ETIKETA a bude vědět, že dostane nejširší nabídku a brilantní servis za nejlepší možné peníze,“ je si jistý Jiří Rozvařil.

Nejcennější plody

Tiskárna nerodí jen samolepky.

Za patnáct let partnerské dvojice ze zaměstnanců společnosti přivedly na svět (nejméně) tři děti. Samé kluky.

Obchodní ředitel Jan Herbe se oženil s asistentkou Lucií Kadečkovou a jejich rodina se rozrostla o syna Jana. Expedientce Kateřině Skalníkové a jednomu z bývalých obchodníků se narodil syn Matěj. Když se jeho máma, ještě

v očekávání, fotila v lednu 2009 na firemním večírku s kolegyní z expedice Klárou Trumpusovou (na snímku vlevo), ani jedna zřejmě netušila, že právě Klára porodí další „cogniální“ dítě. Na svět přišlo jako pro zatím poslední v květnu 2011. Tatínkem malého Jirky je skladník Jiří Navrátil.

Díky Colognii se ovšem seznámila také Alena Hanousková, která



pracovala v DTP oddělení, se zákazníkem společnosti Liborem Žižlavským z A studia group v Kyjově. Na jižní Moravu odešla nejen za příjmem Žižlavská. Jejich dvě děti jsou proto rovněž Colognie, i když tak trochu „nevlastní“.

Věrný muž Milan Vácha

S Colognií press prožil nejisté začátky.

Když ve čtrnácti končil základní školu, nevěděl o tiskařině zhora nic. Jeho táta ale přišel s tím, že tahle práce vydělává. Absolvoval proto polygrafickou školu v Praze. Nabídku ze začínající Colognie dostal po deseti letech v OTK. Hodně ji zvažoval, doma měl malé děti a v práci jistotu zavedené firmy. Jenže vztahy v ní byly špatné. Dokonce natolik, že se mu zdály sny, ve kterých se tam musel vrátit. „To bylo v době krize, když Colognia snižovala platy. Probouzel jsem se úplně zpocený,“ přiznává Milan Vácha.

Že je šikovný, se o něm vědělo. Když dal v OTK výpověď, dostal okamžitě nabídky z tiskárny v Poděbradech a Praze. Místo toho se vydal na Pražskou ulici. „Byl to šok. Přешel jsem z moderní tiskárny do garáže,“ hodnotí dnes.

První den a několik dalších se ostatně k práci vůbec nedostal. „Francouzi jsou čuňata, Arsoma byla celá zanesená od barvy, vyčistili jsme ji, natřeli, zrepasovali a jak pak jela krásně, mašinka,“

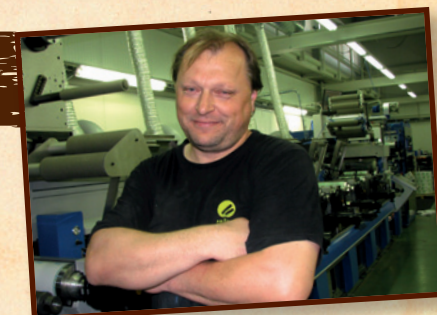
vzpomíná. Pokud ovšem bylo co tisknout. Zpočátku se dělalo dva, možná tři dny v týdnu.

„Všichni to nesli s obavou. Jen Milan Vácha, to je takový zlatý člověk, ten nám od začátku věřil. I když určitě trpěl, že není co dělat,“ domnívá se Pavel Kubáč. A malinko se plete. „Myslel jsem, že firma nebude mít dlouhé trvání, kluci byli mladí a moc se nám nedařilo,“ vypráví Vácha. Přesto nikdy nelitoval svého rozhodnutí.

Zpočátku měl i bizarní zážitky. Třeba když sledoval barevnost a najednou uslyšel za sebou zaběčení. Protože bylo hrozné vedro a dílna dokořán, na návštěvu z pastvy přišel beran s ovci.

U Arzomy strávil tisíce hodin. „Bylo mi líto, když ji prodali do Jižní Koreje. Byla to srdeční záležitost nás všech,“ míní Vácha.

S novými stroji, které přicházely, se učil bez problémů. „A dočkal jsem se i Gallusu RCS 330, což je Mercedes mezi



stroji,“ raduje se. Významně se podílel na vývoji oceňované metody tisku Braillova písma a pro Colognii vychoval několik tiskařů.

„Vyučil jsem Marcela Jiráka, který přišel z úplně jiného řemesla, Milana Petra nebo Roberta Saulicha. To je můj soused, který neměl práci a nastoupil nejdříve na řezačku. Dnes je jedním z nejlepších tiskařů. Těší mě, když jim umím poradit,“ říká Vácha, který na hale dává také skutečnou první pomoc při úrazech. Sám si odnesl naštěstí jen díрку v noze od neukotvených válců, které na něj jednou spadly.

Už dávno mohl být mistrem. „Jenže já od mašiny zatím nechci, baví mě to. Třeba jednou, až mě budou bolet nohy,“ přemítá milovník fotbalu a otec dvou dospělých synů, který je z duše věrný. Od narození vesničky Hluboký Důl, jedenadvacet let manželce a patnáct roků společnosti Colognia press.

Výtvarná soutěž

Co dělá v Cognii můj dospělák?

„Mami, a co v práci děláš?“ „A jak táta ty samolepky tiskne?“ Takové a mnohé další otázky možná padají v domácnostech zaměstnanců Cognie press. Jak si děti pracovní náplň svých blízkých představují? Právě to je námětem nové výtvarné soutěže. Zúčastnit se jí mohou všechny malé i takřka

dospělé děti, jejichž příbuzní je denně opouští pro práci v Cognii press. Těšit se mohou na drobné odměny. Obrázky předávejte do konce září 2011 Haně Kružíkové v IT oddělení, ve výrobě je od



Vás převezme mistr František Kampe.

Kružovka

Vyluštěnou tajenku ušitou tentokrát na míru společnosti Cognia press pošlete do konce září na adresu cognoviny@etiketa.cz. Kromě dobrého pocitu můžete získat i malý dárek.

