

# INDAL - expanze pokračuje

Před více než třemi lety vstoupila do České republiky, resp. do celého regionu střední a východní Evropy společnost Indal. Nyní, po této době, jsme položili několik otázek řediteli společnosti Bedřichu Quadrátovi a zeptali se ho na hodnocení vývoje postupu společnosti během těchto let, vývoje odvětví a na plány rozvoje do budoucna.

**Jak těžký byl pro Indal vstup v roce 2004 do tohoto odvětví?**

Ačkoliv Indal byl jednou z posledních velkých společností v tomto oboru, která na středoevropský trh vstoupila ta-

kovýmto způsobem, náš vstup byl poznamenán mnoha těžkostmi, ale i mnoha úspěchy, mezi které bych zařadil získání několika prestižních projektů nejen v oblasti technického tunelového osvětlení, ale i v oblasti osvětlení sportovišť. Indal velice rychle získal renomé jednoho z předních hráčů v oblasti technického a exteriérového osvětlení, tedy přesně to renomé, které Indal zaujímá v celé vyspělé Evropě.

**Jak byste hodnotil s odstupem času největší těžkosti, s kterými jste se museli vyrovnávat?**

Nejočekávanější odpovědí na tuto otázku by ve standardně fungujícím odvětví byla konkurence. Paradoxně v tomto oboru tomu tak nebylo a doposud není. Největším problémem, s kterým se evropský výrobce svítidel potýká, není konkurence jako taková, ale samotná kvalita výrobků a služeb, která odpovídá úrovni před patnácti, dvaceti lety. Svítidla, která vyrábějí lokální výrobci, nebo ta, která se sem dovážejí, jsou svítidla, jež nejsou akceptovatelná vyspělým evropským zákazníkem. Český zákazník, mám na mysli zejména municipalitu měst a obcí, které jsou největšími spotřebiteli a uživateli veřejného osvětlení, je tak dlouhodobě a trvale mystifikován a nezískává kvalitu za své peníze, ale pouze levný šrot.

**Můžete toto silné prohlášení o zákazníku, který získává levný šrot, blíže popsat?**

Jistě. Tomuto odvětví vládnu více či méně průměrně světelně a ekonomicky vzdělaní elektrikáři na všech možných úrovních, kteří v uvozovkách zasvěceně radí skutečným zákazníkům, bez sebelepší znalosti ekonomiky a investičního rozhodování jako takového. Za celé tři roky, kdy jsem v této pozici, jsem se v tomto oboru neseťkal s jediným odborníkem, který by byl schopen kvalifikovaně zákazníkovi vysvětlit ekonomickou podstatu související s pořízením takovéto dlouhodobé investice, kterou veřejné osvětlení bezesporu je.

**A Indal má recept, jak toto změnit?**

Samozřejmě, Indal má více než 80 let evropských zkušeností. Moje role tady není vymýšlet nové české kolo, to už bylo dávno vymyšleno a věřte, jezdí velmi dobře a ekonomicky. Moje role je najít nejhodnější převodový stupeň a dobré cyklisty. Podstatou tedy není kolo jako takové, podstatou je kvalita cyklisty a jízdy. My kromě toho, že máme kola osvědčené kvality, také víme, jaké cyklisty na jaká kola posadit, a umíme jim dát patřičný trénink, jak jezdit.

**Můžete to přiblížit?**

Můžu, ale jednak pro to zde není prostor a jednak to považuji za určité know-how, o které se nechci dělit na stránkách vašeho časopisu. Obrátí-li se na nás skutečný zákazník, mám na mysli skutečného spotřebitele, uživatele, municipalitu, my nebo některý z partnerů Indal mu velmi rádi poradíme.



Obr. 1. Uliční svítidlo Stela Wide s 52 LED, celkový příkon 68 W



Obr. 2. Stela Square s 18 LED, celkový příkon 24 W



Obr. 3. Vzorokovna svítidel v pražském středisku firmy Indal

**Indal ale přece není jen pouhým výrobcem veřejného osvětlení?**

To máte samozřejmě pravdu, ale veřejné osvětlení tvoří pro každého výrobce exteriérového osvětlení, nejen pro Indal, majoritní složku ve výrobním programu a zároveň veřejné osvětlení zde reprezentuje největší problém. V ostatních segmentech technického exteriérového osvětlení, jako je tunelové osvětlení, osvětlení sportovišť atd., vládnují již jasnější pravidla a větší pořádek. Takže v těchto segmentech se již setkáváme s ověřenou konkurencí stejně jako v jiných evropských zemích.

**Jste tedy spokojen s dosavadním vývojem společnosti Indal ve vašem regionu?**

Spokojen by člověk neměl být nikdy, ale aby to neznělo jako klišé, tak řeknu,

že všechny dílčí cíle, které jsme si vytkli, jsme splnili a velmi razantně a konzistentně naplňujeme naši střednědobou strategii, a to i v kontextu celkového evropského rozvoje.

**Máte na mysli expanzi společnosti Indal v Evropě?**

Ano, od roku 2004 Indal téměř zčtyřnásobil svoji velikost a obrat v Evropě a v současné době se blíží 200 mil. eur ročního obratu. V roce 2006 Indal koupil skupinu firem Industria v Nizozemí, která má velmi významné postavení v této části Evropy. Dále Indal koupil několik menších firem ve Francii v oblasti tzv. klasického osvětlení. Tato expanze nám nejenom zpřístupnila další vyspělé evropské trhy, ale roz-

šířila, a to velmi významně, naši vývojovou kapacitu.

**Plánuje tedy Indal masivnější expanzi i směrem na východ?**

Ano.

**Jaké významné projekty Indal připravuje?**

O projektech jako takových bych hovořit nechtěl, ale připomenu, že Indal představil na nedávném veletrhu Ligh+Building ve Frankfurtu nad Mohanem kompletní řadu svítidel pro veřejné osvětlení na bázi LED, která již prošla všemi testy a od července tohoto roku bude k dispozici i českým zákazníkům. Indal dále disponuje mimořádnou kapacitou v oblasti vývoje tunelového osvětlení, máme vlastní a samostatné vývojové pracoviště a disponujeme jediným dedikovaným inteligentním řídicím systémem tunelového osvětlení. Žádný hybrid, systém vyvinutý jen a pou-



Obr. 5. Ředitel společnosti Indal v Praze Bedřich Quadrát při rozhovoru s šéfredaktorem časopisu Světlo Jiřím Novotným



Obr. 4. Předváděcí systém řízení tunelového osvětlení Indal

ze pro řízení a optimalizaci osvětlení v tunelech. Toto je důkazem mimořádné technické a vývojové kapacity a síly, kterou má v současné době Indal k dispozici.

**Chtěl byste závěrem něco vzkázat našim čtenářům?**

To je nejtěžší otázka. Spektrum čtenářů časopisu Světlo je velmi široké. Nicméně slova, která bych použil a která nejvíce chybějí tomuto odvětví, jsou hrdost, jež chybí světelným konzultantům, kteří projektují světlo zadarmo, odvaha, jež nedostatek vede výrobce a obchodníky k prapodivným hybridním strategiím typu „jehly, biče, olejovky“, a respekt, jež nedostatek vede „českého kutila“ k vymýšlení a hledání třetích cest. ☒