

Jak se z internetového podnikatele stal stavitel nekonvenčních obydlí

– TEXT – Radek Novotný – FOTO – Tomáš Nosil



Ladislav Trpák dnes na své zahradě ladí třetí fázi své byznysové kariéry, kterou symbolicky pojmenoval Secret Garden.

Odbočka z hlavní silnice kousek nad údolím Berounky se stáčí mezi pole a nerovná cesta vede kolem lesa až k okraji středočeských Černošic. Na rozlehlé zahradě u cihlového domku na kraji obce vznikají prototypy domů, které si budou zákazníci stavět podobně jako nábytek z Ikey. Ladislav Trpák v nich nyní ladí poslední detaily a s úsměvem a čajem v ruce vypráví o další fázi své podnikatelské kariéry. Zatímco dříve sázel zakladatel digitální marketingové agentury Advertures a e-shopu s oblečením Zoot hlavně na internetový byznys, nyní se z něj stává stavitel nekonvenčního bydlení.

Jeho značka, kterou symbolicky pojmenoval Secret Garden, zastřešuje obyvatelné rekreační posedy, nízkoenergetické chaty a domy ve formátu stavebnice nebo příblytky vytisknuté na 3D tiskárnách. Díky tomu se Trpák dostal i do výběru nejkreativnějších osobností Česka minulého roku Innovators 20, kterou pořádají Hospodářské noviny a server CzechCrunch.

Trpákův v současnosti neortodoxní přístup k podnikání se odráží i ve vlastnickém modelu, který zvolil. Ve firmách TreeBee, Bayaya nebo Scoolpt, jež pracují na jeho nových projektech, mu oficiálně nepatří majetkový podíl. Uzavřel ale dohody, díky kterým vydělá

až ve chvíli, kdy se rozjíždějícím se projektům bude dařit. „Neinvestoval jsem peníze, ale intelektuální kapitál. Myslím si, že v budoucnu se bude tento model vstupu do firmy uplatňovat víc a víc. I v tom tkví udržitelnost podnikání,“ myslí si Trpák, který pojmenoval své pozice ve firmách jako chief dreamer nebo chief idealist, tedy hlavní snilek či idealista.

Byznys do kopce a z kopce

Ladislav Trpák vystudoval informatiku a před 20 lety začal podnikat v digitálním marketingu. O sedm let později prodal svou agenturu Advertures jedné z největších reklamních a marketingových skupin světa Ogilvy & Mather. Na transakci vydělal desítky milionů korun, které investoval spolu s Josefem Havelkou, zakladatelem české pobočky reklamní agentury Leo Burnett, do dalšího digitálního projektu – Zoot. K nim se pak připojil ještě investor a spoluzakladatel portálu Centrum.cz Oldřich Bajer.

Zoot byl původně jakýsi slevový klub, který propojoval značky s jejich fanoušky na principu sociálních sítí. Projektu se ale nedařilo, a tak jej majitelé proměnili na e-shop s oblečením. A ze Zootu se postupně stala

Trpákův neortodoxní přístup k podnikání se odráží i ve vlastnickém modelu, který zvolil.

jedna z nejrychleji rostoucích firem v Česku. Její obrat se v roce 2016 meziročně téměř zdvojnásobil na 806 milionů korun.

Zootu se dařilo nalákat zákazníky na internetový nákup oblečení tím, že je motivoval k objednávkám mnoha kusů zboží. Když si vybrali, ostatní oblečení vrátili. Do skladu se tak obratem vracelo až 70 procent zboží. To ovšem prudce zvyšovalo náklady firmy, která přesto expandovala do zahraničí a rozšiřovala síť kamenných výdejen. E-shop postupně nabíral dluh a na začátku roku 2019 se dostal do finančních potíží, když nebyl schopný splácet úvěry u bank. Musel proto požádat insolvenční soud o ochranu před věřiteli.

Do vedení e-shopu vstoupili krizoví manažeři spojení s největším věřitelem, investiční skupinou Natland Tomáše Rašky, a začali osekávat náklady. Městský soud v Praze pak loni povolil reorganizaci Zootu, jež měla řešit dluh ve výši 783 milionů korun. Nyní e-shop vlastní společnost Company New, která je součástí Natlandu.

„Neudržitelnost podnikání byla v tom, že jsme se příliš orientovali na růst firmy,“ myslí si Trpák, který se postupně z vedení Zootu stáhl. Současný šéf Milan Polák zmiňuje i to, že e-shop měl příliš vysoké náklady na zaměstnance, kanceláře nebo na prodeje, protože například dovoval slevové akce nebo nabízel vrácení zboží i za stovky dnů. Trpák naposledy působil v Zootu minulý rok jako člen dozorčí rady, z níž vystoupil v září.

Do třetí fáze

„Přišel jsem téměř o všechno,“ říká Trpák, který dnes bydlí s početnou rodinou ve starším domku a na zahradě rozjíždí svůj podnikatelský restart. Vlastníma rukama a ve spolupráci s Petrem Šindelářem

z architektonického ateliéru VLLNNA testuje a ladí „stavebnici“ Bayaya. Z ní lze svépomocí postavit nízkoenergetický dům, chatu či saunu ze dřeva. Na vybavení spolupracuje například s producentem designového osvětlení Brokis, výrobcem kuchyní Oresi nebo koupelnovým studiem Dorint.

V budoucnu se budou domy vyrábět s pomocí 3D tiskáren a robotů a architektonická data budou na e-shopech.

Cena stavby je zatím stanovená na 25 tisíc korun za metr čtvereční, ale po zjednodušení stavebního postupu by měla jít podle Trpáka níž. Stavebnice chaty tak nyní přijde asi na milion korun a menší dům pro čtyřčlennou rodinu kolem dvou milionů korun. Při stavbě na klíč si ale zákazník připlatí.

Na trhu jsou i další firmy, jež prodávají domky stavěné částečně svépomocí. Například dřevostavby firmy Modul-Leg vycházejí přibližně na 16 až 22 tisíc korun za metr čtvereční, zatímco při stavbě na klíč je to 25 až 30 tisíc za metr čtvereční.

Dům z tiskárny

„Vždycky mě bavilo něco tvořit a táhlo mě stavebnictví, ale hlavně design,“ říká Ladislav Trpák. To má společné se svým bratrem Michalem, sochařem, který rád experimentuje s materiály a technologiemi. Loni pod hlavičkou designového a architektonického studia Scoolpt společně s Jiřím Velem a Kateřinou Novákovou vytvořili z betonu na 3D tiskárně plovoucí dům s organickými tvary Prvok. Ten nyní kotví v holešovickém rezidenčním areálu a přístavu Dock.

Autoři zvažují prodej díla, aby získali peníze na další vývoj a nové materiály.

První pokusná verze domu s plochou 43 metrů čtverečních přišla na více než pět milionů, které z velké části zaplatili sponzoři. V sériové výrobě by však cena bez prémiového vybavení mohla jít i pod tři miliony a klasický domek bez organických tvarů by podle Trpáka stál kolem dvou milionů. Z cihel nebo ze dřeva by ovšem byla stavba i tak o něco levnější. „Připouštím, že v tuto chvíli u nás není 3D tisk domu ještě masivně rozšířený. To bude podle mě možné během tří až pěti let, kdy se technologie ještě hodně zlevní,“ odhaduje.

3D tisk domů se už ale rozvíjí v řadě západních zemí, zejména v Německu, Nizozemsku či Spojených státech. V současnosti vyjdou podle serveru BusinessInsider.com hrubé stavby menších objektů i na 10 tisíc dolarů, tedy kolem 220 tisíc korun. Netiskne se přitom jen z betonu, ale třeba italská firma Wasp využívá už také půdu vykopanou v blízkosti stavby.

K hlavním výhodám domů z 3D tiskáren patří to, že hrubá stavba vznikne i za dva dny a dům může mít prakticky jakékoliv tvary. Podle Trpáka budou v budoucnu ve stavebnictví dominovat malé firmy, které budou domy vyrábět s pomocí 3D tiskáren a robotů a zákazníci si budou kupovat data k architektonickým projektům na e-shopech.

Zatímco Trpákovy stavebnicové dřevostavby a domy z 3D tiskáren jsou spíše v přípravné fázi, prodej a pronájem obyvatelných posedů už začal. Tyto přírodní minichaty usazené na stojanu nad terénem mají k dispozici i elektřinu ze solárních panelů na střeše, výklopné postele a stůl, malou koupelnu, kuchyňku nebo topení a širokoúhlý výhled do krajiny. ■