

dokola, se dá udělat za jednu vteřinu kliknutím," říká. A tak vzniklo Fiddo. Název, který znamená zkratku Find the Dog, stejně jako evokuje postavu z českého animovaného seriálu Příběhy Típa a Tapa nebo odkazuje na jméno psa amerického prezidenta Abrahama Lincolna. Prostě Fiddo.

Základním posláním aplikace je najít ztracené psy. Každému psovi vytvoří jeho majitel v aplikaci kartu se jménem a dalšími údaji, které se při hledání hodí. Třeba jestli kouše, je to junior nebo senior. Fiddo pracuje s umělou inteligencí, která na základě daných informací včetně místa ztráty psa dokáže odvodit, kde se může pohybovat, a všem ostatním majitelům aplikace pošle upozornění.

### Jak se rodí pesbook

Všechno je to skvělé, jenže pes se ztratí párkrát za život a David Navrátil potřeboval fanoušky na aplikaci udržet, aby vůbec měl kdo se do hledání zapojit. A tak se začaly nabalovat další funkce, některé z nich zatím nejsou dostupné. Aplikace má zeď s příspěvky (tím je podobná Facebooku), fungují v ní ale také influenčníři, kynologičtí odborníci a vzniká vlastní redakční obsah pro pejskaře. Brzy přibude magazín a televize.

Fiddo má také přichystanou seznamku pro psy i jejich páničky. Připravuje tržiště. Skvěle by se v tom daly inzertně využít velké peníze, které se v byznysu točí, ale to David Navrátil nechce. „Nechceme být jako Facebook, který se stal mírou reklamy postupně toxickým. Ne že bychom nechtěli, aby aplikace vydělávala, ale pokud bude chtít jiný inzert našim uživatelům něco představit, tak to bude třeba formou testu, kam dá svůj produkt, a my ho buď doporučíme, nebo ne. Nechceme si stát za něčím, co bychom sami nepoužívali," říká ke konceptu David Navrátil.

### Jak zobchodovat zvíře

Aplikace má ještě jednu velkou příležitost. Jsou to data, jejichž získávání a držení je přirovnáváno ke zlaté horečce. Aplikace bude jednou také umět díky speciálnímu obojku sbírat data o základních zdravotních ukazatelích psů, což zase využijí majitelé při návštěvě veterinářů, s nimiž se chce Fiddo také propojit.

Ve vývoji je i další velký zdroj dat pracovně nazvaný čenich ID. Aplikace by uměla psy rozeznávat podle čenichu, jehož struktura je stejně unikátní jako lidský otisk prstu. Mohla by tak nahradit čipování nebo pomoci registrovat chovy, a tím odhalovat psy získané z nelegálních množení.

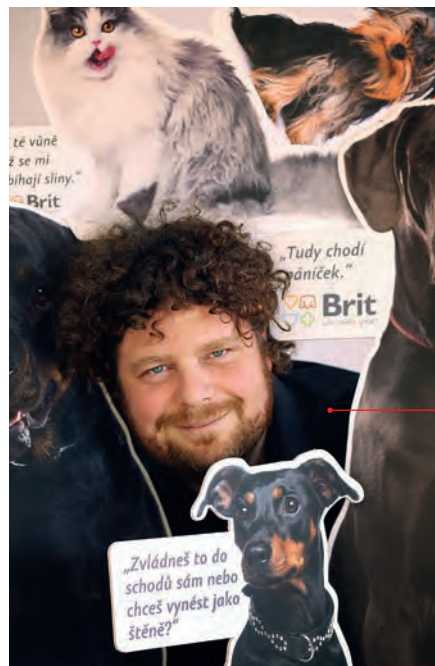


# 66

milionů psů žije v EU.  
Je jich zhruba stejně jako obyvatel Francie.

# 2,3

milionu psů žije v Česku.



Fiddo je důkazem, že za byznysem se zvířaty mohou stát opravdu velké cíle i peníze. Vědí to i čeští miliardáři. Už počátkem roku přišla zpráva, že síť zverimexů Pet Center CZ a Pet Center SK mění majitele. Koupila ji rodinná firma Supernius Pet, kterou řídí podnikatel Tomáš Chrenek junior. MVM Invest je projektem podnikatele Vladimíra Pelána. A ten českou část Pet Center koupil v roce 2014 od skupiny Penta Investments.

Pavel Bouška je šéfem společnosti Vafo Praha od roku 2006, kdy ji převzal po otci. Jejich zdroj pro mazlíčky, například značky Brit, je dnes zastoupeno v 70 zemích světa, kupuje ho i královská malajská rodina a Pavlu Bouškovi to vyneslo nejen majetek odhadovaný týdněkem Euro na 7,3 miliardy korun, ale i ocenění Global Pet Award čili jakéhosi Oscara v oboru.

### Pes na kolečkách

Zpátky ale k nadějím, které mohou Pavla Boušku následovat. Vedle Davida Navrátila a jeho Fidda pracuje na světově ojedinělém projektu také tým firmy AnyoneGo. Jde o spojení pomůcek pro handicapované psy a moderního trendu 3D tisku. Jeden ze zakladatelů, Jan Jiránek, je sám více než 30 let upoutaný na invalidní vozík.

Když potkal v roce 2015 na konferenci o 3D tisku nadšence Ivana Lukáše a Martina Schenka a představil jim svůj koncept inovativních vozíků pro lidi, začali přemýšlet, jak ke složitému cíli dojít. Tou správnou cestou se ukázaly být vozíky pro psy. „Chtěli jsme od začátku

12

miliard ročně se protočí v Česku v byznysu s domácími mazlíčky.

90

miliard dolarů je objem celosvětového „pet“ trhu.

1

miliarda eur je meziroční nárůst tržeb firem vyrábějících zvířecí žrádlo v EU podle organizace Fediaf.

204,5

tisíce tun krmiva pro domácí zvířata se vyrobilo v Česku v roce 2015.

využít nejmodernější technologie a spojit je s unikátním designem. Vývoj jsme ladili přes tři roky, ale už v roce 2017 jsme představili první funkční koncept vyvinutý na míru pro pejška Luku. Od té doby ještě vzniklo pár dalších verzí a dnes už máme konečně finální výrobek,“ popisuje Schenk.

Základem tvorby každého vozíčku je měření. Pro to, aby bylo možné vytvořit vozík, který psovi dokonale sedne, potřebují výrobci znát celkem pět parametrů, které zvládne změřit chovatel sám podle návodu. „Z naměřených hodnot potom určíme jednak nejvhodnější velikost vozíku, ale také rozměr jeho nejdůležitější části – sedla, které psovi poskytuje základní oporu. Vozík sám je v mnoha ohledech pohotovatelny – lze jej nastavovat na výšku, do délky, upravovat umístění zadních nohou v závěsu a další,“ popisuje Martin Schenk.

AnyoneGo má před sebou několik výzev. Musí jednak zrychlit výrobu, protože nestíhá uspokojit zákazníky z celého světa. A pak jsou tu inovace. Kromě vozíku pro zadní nohy proto letos firma představila i ortézy pro psy, tedy nikoli kompenzační, ale rehabilitační pomůcku. Ve fázi testování je koncept vozíku pro přední končetiny a také rehabilitační vozík, který by měl pomáhat s nácvičkem takzvaně



**Značnou část našich zákazníků tvoří cizinci. Začali se ptát, jestli tu něco podobného je, kde třeba seženou narozeninový dort pro psa.**

spinální chůze a rehabilitací po operacích končetin.

Trojice podnikatelů se samozřejmě nevzdala svého původního plánu na vozík pro lidi. „Bližší informace ale zatím nemůžeme uvolnit, snad jen, že bychom rádi představili řešení – opět na bázi 3D tisku, které významně usnadní život vozíčkářům. Věříme, že o tomto řešení se po jeho představení bude hodně mluvit,“ říká Schenk.

#### Hýčkání na Letné

V Česku žije zhruba 2,3 milionu psů, což je v přepočtu na obyvatele jedno z nejvyšších čísel v Evropě. Jen v krmivech se protočí kolem osmi miliard korun a částka stále roste. Faktorů je mnoho. Češi bohatnou, země má rekordně nízkou nezaměstnanost. Mění se také trendy. Chuť zákazníků nakupovat jen ty nejlevnější výrobky pro psy není už tak velká jako před lety. Tedy alespoň takové jsou zkušenosti lidí

z oboru. Patří k nim i Linda Vacovská, provozovatelka obchodu Dogtown sídlícího na pražském Letenském náměstí. Je to nejlepší důkaz toho, jak se píše o psy a také ochota zákazníků zaplatit si za kvalitní produkty zvedla.

Linda Vacovská otevřela obchod v roce 2011 jako specializovanou prodejnu a psí salon v jednom. „Pro své vlastní psy jsem tehdy hledala kvalitní krmivo, pečující kosmetiku, ale i další chovatelské potřeby. Našla jsem jen díru na trhu. Takže se dá říct, že obchod jsem si otevřela hlavně pro sebe,“ říká dnes. Postupně sháněla produkty ze zahraničí, oslovovala dodavatele, kteří na českém trhu chyběli. Dnes prodává i výrobky pod vlastní značkou, ať to jsou konzervy z výběrového masa, nebo přírodní kosmetika Furnatura, do které se promítla dlouholetá praxe.

Zhruba tři roky po otevření obchodu přibyla také speciální psí pekárna. „Značnou část našich zákazníků tvoří cizinci. Začali se ptát, jestli tu něco podobného je, kde třeba seženou narozeninový dort pro psa. Začala jsem tedy experimentovat doma v kuchyni a testovat na svých psech. Takový dort musí dobře vypadat, aby se líbil platícím páničkově, ale především musí chutnat psovi,“ popisuje Vacovská.

Výjimkou není, že na stříhání a mytí vozí majitelé své miláčky z Německa nebo že si mohovitější zákazníci z jiných měst posílají řidiče pro konzervy. „Ten trend kopíruje změny ve společnosti. Je to pár let zpátky, kdy si lidé začali číst etikety na potravinách, aby zjistili, co vlastně jedí. Dnes si je čtou i u žrádla pro své psy, protože je nechtějí krmít odpadem či chemií. A jsou ochotni si připlatit za kvalitu,“ říká Linda Vacovská. Svět v jejím byznysu se rychle mění. Sleduje, jak vznikají desítky malovýrobců obojků či oblečků, jak přibývají nové pekárny a ona už pár let nemá tu jedinou v Praze. Navíc na trh přicházejí i dříve neobvyklé novinky. Jde třeba o doplňky stravy, trackovací zařízení, lázeňské procedury, rehabilitace, sportovní aktivity, hlídání psů nebo i speciální pojištění. „Rozšiřujícím se sortimentem a nárůstem dodavatelů se také zvyšuje objem utracených peněz. Proto náš obor roste,“ domnívá se.

Průzkum společnosti GfK před pár lety odhalil, že 56 procent obyvatel planety žije alespoň s jedním domácím mazlíčkem. A že největšími trhy z hlediska budoucnosti jsou Čína, Indie a Latinská Amerika. Důvodem je tamní bohatnoucí střední třída. Přesto právě tam žije stále hodně místních, kteří by českou psí manii asi těžko pochopili. Země, jejíž obyvatelé vydají ročně za mazlíčky 12 miliard, se nejen z jejich pohledu nemůže mít špatně. ●