


DŘEVO BLÍZKÉ DUŠI



Lukáš Masár (vlevo) a Jan Valenčík (vpravo) v pražském showroomu společnosti Valen&Masar.



Svou filozofií jdou proti proudu levných náhražek a navzdory mýtům, jež si Češi o dřevu v minulosti vytvořili, ho propagují jako ideální materiál, z něhož lze vyrobit nejen podlahu. „*Dřevo je to nejlepší, co může člověk doma mít. Pocitově nejde ničím nahradit,*“ jsou přesvědčeni **JAN VALENČÍK A LUKÁŠ MASÁR**, majitelé společnosti **VALEN&MASAR**, kteří se v Česku etablovali realizací zakázkových dřevěných podlah od nejlepších evropských výrobců.

TEXT ANDREA VOTRUBOVÁ / FOTO ONDŘEJ PÝCHA

Nábytek ze dřeva je dnes trendy. Jak je to s podlahami?

Jan Valenčík: Na českém trhu panuje vůči dřevěným podlahám stále jistá skepse. Ostatně v době, kdy jsme zhruba před deseti lety začali podnikat, tu nebyly žádné kvalitní podlahy. Všude bylo množství dřevěného nábytku nebo designových prvků do interiéru, ale podlahy chyběly. Do jisté míry to vytvořilo kýč a dojem levnosti, protože i ti, kdo si pořizovali sedačku za stovky tisíc, měli doma vinylovou podlahu za pět set korun, což vypadalo otřesně.

Výrobci vinylových podlah se předhánějí v tom, jak dobře dřevo napodobí. Je to důvod, proč se tomuto materiálu daří?

Lukáš Masár: Trend oblíbenosti vinylu nastoupil zejména v období po finanční krizi, nicméně dřevěné podlahy celkově ostromohaly už v době komunismu, kdy se hodně tlačilo na ceny. A protože v Evropě se tehdy šířily náhražky dřeva od laminátu po vinyl, zasáhlo to samozřejmě i tehdejší Československo. Tuzemský klient je navíc zvyklý vysoce hodnotit užitek, a když mu řeknete, že vinyl vypadá jako dřevo, ale na rozdíl od dřeva na něj může bez obav vylít vodu, má pocit, že to je úžasný řešení. Dodnes mají lidé ze dřeva strach, protože nevědí, jak se k němu chovat.

„Dřevo je to nejlepší,
co člověk může doma mít.
Je to přírodní antioxidant, který
čistí vzduch. My s ním jako
lidi souzníme, cítíme se v jeho
blízkosti dobře.“

Když jste začali s dřevěnými podlahami, tak jste si řekli, že lidi tohoto strachu zbavíte?

LM: Dřevo v té době nabízela i jiná podlahová studia, ale spíš jako doplněk – hlavní příjem jim dělaly jiné materiály. Zatímco naší myšlenkou bylo propagovat dřevo jako unikátní materiál, do kterého není důvod se bát investovat, pokud ho lidé dostanou od kvalitních výrobců s letitými zkušenostmi.

JV: Dřevo je totiž to nejlepší, co člověk může doma mít. Je to přírodní antioxidant, který

čistí vzduch. My s ním jako lidi souzníme, cítíme se v jeho blízkosti dobře. Ostatně ne nadarmo se výrobci alternativních materiálů, ať je to beton, plast, nebo sklo, snaží napodobit jeho vzhled a navodit stejný pocit. Jenže to nejde. Dřevo nejde pocitově ničím nahradit.

Má i nějaká negativa?

JV: Samozřejmě, ale ta dokážou kvalitní výrobci, s nimiž spolupracujeme, stabilizovat nebo eliminovat. Tak, aby třeba po pěti letech nevybledlo nebo se při běžném používání neponičilo. Dřevo umí být složitým materiálem, má například suky, trhlinky. Ale zároveň to je přesně to, co dělá dřevo dřevem. Piha na obličejích také není vnímána jako vada, ale jako znaménko krásy. Ke dřevu je potřeba přistupovat s respektem – když ho budete násilím lámat, nikam se nedostanete. Je zkrátka krásné v tom, že je pokaždé jiné, i ono má své vady a chyby a v tom je nám lidem velmi blízké.

Jak jste se k tomuto oboru dostali?

LM: Potkali jsme se už během studia na vysoké škole na zkoušce z toxikologie. Začali jsme nejdříve obchodem se dřevem, od dodávek surových kmenů až po materiály na výrobu nábytkářských a podlahových produktů. Při té příležitosti jsme se seznámili s výrobcem prémiových podlah z Holandska či Dánska, kteří nám poskytli cenné know-how a hodně nás naučili o možnostech výroby, a my s nimi začali užze spolupracovat.

JV: Původně jsme u nás s holandskou firmou Chapel vytvořili dceřinou firmu, kterou jsme po čtyřech letech přetransformovali do Valen&Masar s cílem dodat podlahám punc kvality a prestiže, které si zaslouží. Dnes spolupracujeme s několika špičkovými výrobci z Itálie, Francie a Holandska, kteří našim klientům vyrábějí podlahy na zakázku. Každý klient dostane unikátní produkt s vysokou mírou customizace, přičemž si může vybírat z více než deseti tisíc kombinací dřevěné podlahy, co se týče skladby dřeva, šířky, typů, barev či třídění. Každý od nás dostane svou jedinečnou podlahu, která souzní s jeho životním stylem, charakterem a duší.

To zní až příliš vzletně.

JV: Ono to s tím ale souvisí. Historicky bylo trendy pořídít si obývací stěnu a do ní a kolem ní všelijaké věci, které přitom k životu vůbec nepotřebujete. Jenže ono to na vás a vaši psychiku působí. Naštěstí se to začíná obracet, protože prostoru je málo a bude ho



Come in WE'RE
OPEN

Po - Pa
7:30 - 17:00
So - Ne
9:00 - 17:00

ještě méně a člověk musí velmi přemýšlet, co si dá do domu. A pokud zvolíte podlahu dobře, tak s ohledem na designovou estetiku ani moc nábytku nepotřebujete.

LM: Podlaha je totiž největší kus nábytku v domě. Když si pořídíte kvalitní designovou podlahu, ostatní věci už jen doladíte. Kombinace minimalismu a s určitým uživatelským zvládnutím prostoru je něco, co je dnes zvláště trendy.

Dřevěnou podlahu si člověk kupuje na několik desítek let. Prosazují se v nich nějaké módní trendy?

JV: Otázka je, kdo určuje trend. Trend dnes možná určuje Instagram, který řekne, že letos bude v módě bílá. Lze ale určit trend u dřevěné podlahy, která vám má sloužit po generace, a ne na jednu sezonu? Proto chceme, aby klient prostřednictvím své originální dřevěné podlahy vyjádřil svoji unikátní osobnost a tím tak nastavil svůj vlastní trend. Není to otázka názoru zvenčí, je to otázka vlastního pocitu.

LM: Každý zákazník je samozřejmě specifický. Máme klienty, kteří mají domy postavené ve třicátých letech a chtějí zachovat jejich historickou hodnotu, tudíž jim v podobném stylu navrhujeme i podlahu. A pak má někdo jiný rád styl art deco a chtěl by i takovou podlahu. Záleží tedy na typu nemovitosti a stylu, v jakém ji její majitelé chtějí ladit, ale také na lokalitě a životním stylu dotyčného člověka.

Kdo si od vás nejčastěji podlahu kupuje?

JV: Převládají soukromé rezidence a zbývající pětinu tvoří developeri, přičemž se zaměřujeme na takové partnery, kteří chtějí trhu nabídnout něco prémiového a odlišit se. Z hlediska úrovně klientů se totiž zaměřujeme na luxusní segment.

Hraje pro ně roli i značka, tedy výrobce, který jim podlahu vyrobí?

JV: Naše portfolio výrobců je sestaveno tak, že dohromady tvoří velmi komplexní nabídku, která dokáže pokrýt nejrozličnější přání a požadavky zákazníka. Nejenom z hlediska designu, ale samozřejmě i funkčnosti. Každá značka totiž nabízí trochu něco jiného, takže si navzájem nekonkurují. Jedna představuje například italský design včetně mozaik a intarzií. Francouzský výrobce zase vyrábí extrémně trvanlivé povrchy, protože Francouzi jsou coby ležerní národ zvyklí chodit doma v botách, v nichž si občas přinesou i kamínky. Holandský Chapel zase vyrábí nádherně olejované podlahy, které takto kvalitně ni-

„Cena vstupní suroviny rapidně roste, což má za následek, že nůžky mezi luxusním zbožím a vším ostatním se pomalu zavírají. Levnější výrobky už paradoxně nejsou o tolik levnější než top produkty.“

kdo jiný dělat neumí, protože Chapel má velmi dobré strojové vybavení a díky tomu podlahy nemusí přebušovat tak, jak to dělají ostatní výrobci.

LM: Nepreferujeme před klienty žádného výrobce. Naším cílem je spokojený klient, případně architekt, a nikoli, kolik toho prodáme. Proto si v současnosti velmi pečlivě vybíráme, s kým bychom chtěli spolupracovat. Na evropském i světovém trhu není moc značek, které by nabízely něco tak nevšedního, aby to pro nás bylo zajímavé.

Jak důležité jsou v oboru dřevěných podlah inovace?

LM: Inovace jsou extrémně důležité a naši dodavatelé jim věnují velkou pozornost, zejména co se týká povrchových úprav. Povrch musí být samozřejmě trvanlivý, musí udržet stálou barvu, řeší se také různé reakce, ke kterým by mohlo běžným používáním dojít. Ostatně vytvoření nového produktu předtím, než se pustí na trh, trvá tři až čtyři roky. Kromě toho pracují výrobci také s designéry nábytku s cílem vytvořit něco zajímavého. Navrhnout podlahu, která by nepůsobila kýčovitě, není jednoduché.

JV: Aktuální inovací je fakt, že dřevo začíná být dominantnějším materiálem v interiéru, používá se na stěny, podlahy a další prvky. Dominantou bývá často podlaha nebo stěna – na rozdíl od minulosti, kdy hlavní roli v interiéru hrála třeba sedačka. Kromě toho už to nechodí tak, že jedna firma zařídí podlahu, druhá schodiště a třetí obklady stěn. Naši výrobci jsou schopni klientům zařídit veškeré doladění tak, aby celek vypadal jednotně, moderně a čistě.

Horkým problémem stavebnictví je dnes nedostatek materiálu a jejich rostoucí cena včetně dřeva. Odráželo se to na ceně nebo prodeji podlah?

LM: Cena vstupní suroviny rapidně roste, což má za následek, že nůžky mezi luxusním zbožím a vším ostatním se pomalu zavírají. Levnější výrobky už paradoxně nejsou o tolik levnější než top produkty. A firmy, včetně řady velkých zahraničních, které měly dřevo jako doplněk výroby, zatímco primárně vyráběly lamináty nebo vinyly, od něj v současnosti upouštějí, protože už na dřevo nemají finance.

JV: Velkým problémem je i válka na Ukrajině, protože hodně levnějších výrob v Litvě, Lotyšsku, Maďarsku nebo Polsku bralo surovinu mimo jiné i z Ukrajiny, kde se nachází jedno z dubových pásem. Letošní rok trh výrazně pročistí, zejména od firem, které neměly mentální kapacitu ani ekonomickou sílu vytvořit vlastní produkt a žily pouze na vlně kopírování a čerpání dotací. Přežijí jenom fabriky, které mají silný kapitál a dokážou se ke vstupnímu materiálu dostat.

Odkud berou dřevo vaši výrobci?

LM: Sedmdesát procent dubu v Evropě pochází z Francie. Dále jsou dubové pásy u nás a na Slovensku, v Karpatech a na Balkáně – v Chorvatsku, Srbsku a Slovinsku. Francouzi z valné většiny používají vlastní zdroje, Holanďani nakupují nejvíce z Francie a zbytek z Evropy, Italové čerpají z dubových pásů, které jsem zmiňoval.

JV: Původ suroviny hraje velkou roli. Například dub z Francie má největší podíl taninů, které skvěle reagují s oleji. Naproti tomu dub z Ukrajiny má mnohem nižší podíl těchto antioxidantů, takže i barvy jsou mdlé.

LM: Dalším faktorem je doba kácení dubu – na východě se začíná od osmdesáti let věku stromu, zatímco ve Francii od stovky. Starší dřevo je hustší, tvrdší a reaguje pak při dalším zpracování s chemikáliemi mnohem lépe než mladší. Což se odráží na kvalitě a ve finále i ceně výsledného produktu. Cena dřeva totiž souvisí s udržitelností.

V jakém smyslu?

JV: Dříve se kácelo v daleko větším měřítku bez ohledu na to, zda má surovina hodnotu, jakou zasluhuje. Stromy nedorůstají tak rychle, chce to péči a trpělivost. A právě značky, s nimiž spolupracujeme, na tom pracují. Mají veškeré certifikáty udržitelnosti, dřevo pochází z legálních zdrojů a má jasný původ. Nechceme pracovat

s firmami, jejichž politikou je cena díky levné a nekvalitní surovině a levné výrobě. Pro nás je důležitá udržitelnost, know-how, kvalita a design.

Máte v Česku ještě prostor pro další růst?

LM: Vidíme na českém trhu velký potenciál. Máme tu skvělé designéry a architekty, kteří zatím nevědí o všech kreativních a designových možnostech, které dřevo nabízí, a ty bychom jim chtěli stále více představovat. Nastupující trendy budou o komplexnosti zakázek, jak jsem zmínil, a na to u realizací cílíme také my.

JV: Podobně, jako dnes saturujeme Česko, chceme do budoucna více saturovat i Slovensko. Zakázky ovšem máme i v zahraničí, kde děláme společné projekty s našimi spolupracujícími výrobci. Jedním z důvodů, proč o to mají zájem, je náš tým montážníků specializujících se výhradně na pokládání dřevěných podlah. Máme opravdu šikovné lidi, které pravidelně školíme a cvičíme, a využíváme jen to nejlepší zařízení a stavební chemii, které jsou na trhu k mání. Lidé potřebují kvalitu a tu my jim chceme poskytnout.

Dokážete na závěr shrnout, proč zainvestovat do dřevěné podlahy?

JV: Pro mě osobně jsou argumenty jasné: dřevo je nadčasový, ekologický, udržitelný materiál, který dodá interiéru neopakovatelnou atmosféru a pocit pohodlí a komfortu. Je to kus přírody ve vašem domě. Nekupujete si pouze dřevěnou podlahu, ale vše, co daná značka představuje – tedy prvotřídní kvalitu a zpracování, unikátní design a v neposlední řadě hodnotu udržitelnosti.

LM: A když to vezmeme z praktické stránky, kvalitní dřevěná podlaha vám vydrží desítky let. Navíc je vhodná třeba i pro alergiky – dřevo je hygienické a antibakteriální. Taniny neboli třísloviny, které jsou v něm obsaženy, přirozeně zabíjí bakterie na povrchu a vzniká tzv. čistá špína. Dřevo je také antistatické a nemusíte se bát, že se na něm budou tvořit chumáče prachu, jak tomu bývá u jiných krytin. ●

Jan Valenčík (35) a Lukáš Masár (35)

Seznámili se při vysokoškolských studiích VUT v Brně. Do společného podnikání se pustili ihned po dokončení vysoké školy v roce 2011. Od začátku pracovali se dřevem – cestovali zejména do Číny a prodávali řezivo z českých pil po Evropě a Asii. V roce 2014 se seznámili se Svenem van Royem, který je synem zakladatele společnosti Origineel Chapel Parket. Tak začali prodávat prémiové dřevěné podlahy v České republice, Slovensku a Rakousku. V roce 2020 otevřeli showroom Valenčík&Masár na pražských Vinohradech.
