

Náboje z Mexika

MGR. JAN TETŘEV



Firma s původním názvem Cartuchos Deportivos de México byla založena v roce 1961 a zabrala areál muničky, kterou na 6. kilometru silnice spojující město Cuernavaca (hlavní město státu Morelos) s Tepoztlánem už někdy předtím založila firma Remington. On přesun výroby z dražších do levnějších zemí není jen hitem posledních desetiletí, ale dělalo se to vždycky, když se to vyplatilo. Ostatně ctihodná firma Remington zůstala dlouhou dobu významným podílníkem mexické muničky. Slovo Aguila, které nacházíme

v názvu těchto mexických produktů, znamená ve španělštině orla. Orel je také v mexickém státním znaku.

Jako skoro pro každého, kdo se pohybuje na trhu se zbraněmi a střelivem, taky v případě značky Aguila je klíčový severoamerický trh. Však také k jeho zásobování levným a kdysi zřejmě nepřilíš kvalitním střelivem tenhle podnik vznikl. Na americkém trhu dnes firmu zastupuje firma Texas Armament & Technology (TxAT), což je soukromý podnik několika amerických veteránů ozbrojených sil. Aguila je dnes hlavním produktem, který TxAT nabízí, ale nikoli jediným. Součástí nabídky jsou brokovnice Perazzi. Firma prodává také „útočné pušky“ Grey Ghost, což jsou zbraně na bázi M4, a pod značkou Grey Ghost se dodávají také výstrojí součástky, které nabízí také další značka patřící této firmě, nazvaná Gladiator Solutions.

» Vstup do továrny, v pozadí věž pro lití olověných broků



Svět civilních nábojů do ručních palných zbraní je svět globalizovaný. Není výjimkou, že český střelec proháni hlavní své české (nebo americké, turecké či ruské) pušky či pistole náboje, které byly vyrobeny v USA, Rusku, Německu, Itálii nebo Brazílii. Naopak české náboje létají vývrty zbraní, jimiž střílí Američané, Němci nebo příslušníci jiných národů a pronárodů. Produktem globalizace je také mexická značka nábojů Aguila. Oficiální název firmy, která je vyrábí, zní Industrias Tecnos SA de CV.

» První náboj pro dlouhé palné zbraně v nabídce značky Aguila byl 30 Carbine. Firma ho nabízí dodnes.

Značka Aguila je svojí produkcí přítomna i u nás. Poprvé jsme její výrobky v podobě malorážkových nábojů zaznamenali na českém trhu někdy v letech 1999 až 2000 a toto střelivo se u nás vyskytuje dodnes. Především malorážkové. Ze skutečnosti, že jsme zástupce této značky v březnu letošního roku potkali na veletrhu IWA v Norimberku, usuzujeme, že Mexičané se budou víc tlačit na evropský (tedy i český trh), protože prostor pro další růst je v USA zřejmě na nějakou dobu vyčerpán. Munička, jež se ohání vtipným reklamním sloganem *guns are hungry* (zbraně mají hlad), se tedy vydává víc do světa.

Moderní firma

Od doby, kdy munička v Cuernavace začala svoji samostatnou pouť, se v ní mnohé změnilo. Vevnitř i zvnějšku. Původně byla kvalita jejích nábojů prostě mexická či latinskoamerická a konzument nesměl očekávat za své malé peníze velké věci. Dnes je to jinak. Kdyby podnik setrval na původní kvalitě, už by neexistoval, protože nároky dnešního trhu jsou mnohem vyšší a dosáhnout vysoké kvality umožňují vedle kvalifikované pracovní síly také spolehlivé technologie.

Solidní kvalita byla u mexických nábojů možná už na přelomu tisíciletí, kdy jsme o nich poprvé psali. Už tehdy se s nimi Mexičané vydali do světa. Ovšem další skok, který opravdu vedl do 21. století, přišel v roce 2011, »