

duben 2015

fresh[®] TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Vladimír Mikel

Miroslav Kotík

Jiří Halbrštát

Pavel Kusý

Tým redakční rady Prosperita

Věra Krumphanzlová



Vladimír Mikel:

Staneme se širiteli myšlenek
zodpovědného podnikání

rozhovor na stranách 2–3

Staneme se šířiteli myšlenek zodpovědného podnikání

Na tiskovou konferenci, která se uskutečnila na půdě Ministerstva průmyslu a obchodu ČR začátkem dubna v Praze u příležitosti významného podpisu ještě významnější smlouvy, přišel jako jeden z prvních. S úsměvem i zvědavostí, o čem všem se bude hovořit. Především však s myšlenkami na to, co všechno drogerie parfumerie ROSSMANN již pro rozvoj společenské odpovědnosti chystá, co brzy uvede do života, i když projektů a zkušeností má za sebou v tomto smyslu hodně. Vzpomněla jsem si v té souvislosti na jeho loňské vyprávění o pomoci dětem, o tom, že sobectví je přinejmenším společenský trapas a že podílet se na zušlechťování vztahů mezi lidmi má stále větší smysl. Přiznám se, že u šéfa firmy, která potřebuje energii na to, aby dobře, lépe a více prodávala, bych taková slova skoro nečekala. Jednatel Vladimír Mikel má však zvláštní dar v duši: nevidí jen sám sebe.

Členství v této významné celosvětové síti zároveň vnímáme jako obrovskou formu inspirace a získávání dalšího know-how, jak se v této oblasti smysluplně rozvíjet a jak ji dále šířit mezi naše stakeholdery.

Společenská odpovědnost je vaším velkým tématem. Proč zrovna ona?

Společenská odpovědnost je nedílnou součástí naší firemní strategie ve formě spolupráce s Nadací Naše dítě již od r. 2009. Na základě pozitivního ohlasu ze strany našich zákazníků a zaměstnanců se společenské zodpovědnosti věnujeme celofiremně dále a neustále naši CSR oblast prohlubujeme.

Nejen že jste byli loni za přínos k rozvoji a uplatňování společenské odpovědnosti oceněni v rámci soutěže Národní cena kvality, ale pokračujete dál. V únoru jste se přihlásili do největší světové platformy Global Compact, jejíž pobočka byla právě nyní založena i v České republice. Co od této aktivity očekáváte?

Očekáváme to nejdůležitější, tedy že se zvýší povědomí pojmu CSR v České republice a staneme se šířiteli myšlenek zodpovědného podnikání. Zároveň členství v této významné celosvětové síti vnímáme jako obrovskou formu inspirace a získávání dalšího know-how, jak se v této oblasti smysluplně rozvíjet a jak ji dále šířit mezi naše stakeholdery.

Společenská odpovědnost se projevuje také v detailech, drobnostech každodenního života. Jak v prodejnách značky ROSSMANN?

V oblasti společenské odpovědnosti vštěpujeme svým zaměstnancům zásady férového jednání vůči sobě navzájem, v přístupu k zákazníkům i našim obchodním partnerům. Soustředujeme se na každodenní péči o zaměstnance, podporuje jejich možnosti vzdělávání a osobního rozvoje. V budoucnu plánujeme i dobrovolnické aktivity. Velký důraz klademe na ekologii, prodáváme ekologicky šetrné výrobky a všechny provozní jednotky třídí odpad, který ekologicky likvidujeme.

Poznala jsem vás jako nesmírně citlivou osobnost, která vnímá nespravedlnost světa ostře a snaží se přispět ve firmě, již říká, ke zmírnění těchto projevů, například směřujete finanční prostředky na nákup přístrojů pro nejmenší pacienty v nemocnicích. Co vás na tom hřeje u srdce?

Pocit, že se finanční prostředky od našich rossmannských zákazníků dostaly tam, kde

Vladimír Mikel



pomáhají, zachraňují životy a dávají šanci těm, vůči kterým osud nebyl tak vstřícný jako k ostatním. Mají šanci na lepší život díky námi věnovaným finančním prostředkům. Člověk je v moderní společnosti vystaven řadě životních situací, které není schopen zvládnout vlastními silami. Naším cílem je přispět k tomu, aby se lidé přestali zabývat jen sami sebou, ale byli vnímaví i k dění okolo sebe. Každý z nás má možnost dobrým skutkem obohatit život toho druhého, který nemá to štěstí žít svůj život plnohodnotně. Náš dobrý skutek ve formě činu či konkrétního finančního daru pomáhá posouvat společnost k lepší budoucnosti a zároveň obohacuje ty, kteří dávají. Svými aktivitami přímo i nepřímo ovlivňujeme naše spoluobčany a komunitu, ve které působíme, a nabádáme je k tomu, aby mysleli i na druhé, kteří jsou v nepříznivé životní situaci.

Celý váš marketing se snaží jít po stopě společenské odpovědnosti. Máte na letošní rok nějaké překvapení?

Překvapení pro své zákazníky chystáme neustále, a ano, i na poli společenské odpovědnosti nebudeme zaostávat. Již brzy s uceleným konceptem CSR budeme nejprve seznamovat své zaměstnance, a posléze i své zákazníky. Prozradím pouze název celého projektu, pod kterým bude naše CSR strategie vystupovat, a sice ROSSMANN inspiruje. Jsem přesvědčen, že půjde o další krok směrem k naší nejdůležitější zákaznické skupině, kterou jsou maminky s dětmi a ženy celkově. Ale ani na muže a naše zákazníky seniory přitom nezapomínáme.

Jsem přesvědčen, že naše společnost postrádá v poslední době kladné příklady pozitivního přístupu, a někdy je dobré začít u sebe.

Osobně jste se zúčastnil v Praze aktu podpisu memoranda, tedy okamžiku, kdy Georg Kell, zakladatel a ředitel United Nations Global Compact a Lucie Mádlová, představitelka sítě Global Compact, Česká republika a ředitelka Asociace společenské odpovědnosti, stvrdili, že i naše země se prostřednictvím firem a organizací začne otázkami udržitelnosti systematictěji a efektivněji zabývat. Čím vás vlastně myšlenka národní platformy oslovila?

Naše CSR strategie vnímáme podobně jako UN Global Compact velmi komplexně a při všech našich aktivitách se jimi řídíme. Oslovila nás hlavně akceptace této platformy v celosvětovém měřítku, velmi cenné zkušenosti, které šíří do jednotlivých národních sítí a také možnosti ve formě učení se, inspirace a motivace k tomu, abychom se mohli posouvat dále. Stručně opakují: chceme šířit principy odpovědného chování mezi své zaměstnance, zákazníky, veřejnost a všechny obchodní partnery.

Každý člověk má své sny, svá přání. Každý touží žít šťastně a spokojeně. Ne každý si však uvědomuje, jak významné k tomu může sám přispět. Už jenom svým optimismem, vstřícností, snahou porozumět druhému. Jak to vidíte?

Ano, je důležité žít spokojeně a snažit se měnit pohled na své okolí tím, že se na dobré



skutky jasně zaměřujeme, a činíme tím tak náš okolní svět lepším. Možná tím nutíme k zamyšlení a k přehodnocení vlastních životních hodnot a jejich nastavení, zamyšlením nad svým životem a osudem a sama nad sebou. Jsem přesvědčen, že naše společnost postrádá v poslední době kladné příklady pozitivního přístupu, a někdy je dobré začít u sebe.

Udržitelnost také začíná sázet na vztahy v regionech. Souvisí to s morálkou, odpovědným podnikáním. Myslíte, že je to ten správný směr?

Určitě, i naše aktivity v této oblasti jsou mířeny nejen na velká města, ale hlavně na jednotlivé regiony. Vyváženost je alfou a omegou v celkovém vnímání a my máme díky ideálnímu nastavení fungování naší firmy příležitost být šířiteli kvalitního CSR know-how po celé České republice a zavádění best practices, které fungují v západních státech, také do českého prostředí. Jako konkrétní příklad našich aktivit v regionech je možné uvést nedávno započatou spolupráci se Sítí mateřských center v České republice, na kterou jsme velmi hrdí.

otázky připravila Eva Brixi

Když si dospělí umějí hrát

Psychiatři radí: hrejte si. Koučové doporučují: naučte se hrát si. Poradci pro harmonický rozvoj osobnosti přikazují: vraťte se k hrám, i když to není vůbec jednoduché. J. A. Komenský by se jistě přidal. Čeští výrobci hraček tato tvrzení násobí a předávají dál. Jedním z nich je Miroslav Kotík, majitel firmy EFKO – karton, s.r.o., kterou najdete v Novém Veselí.

I dospělí by si měli hrát, tak to tvrdí specialisté řady oborů a stále častěji. Určitě s nimi souhlasíte. A hraje se. S čím nejvíce?

Je nepochybné, že hra a hraní samotné je pro vývoj dítěte nenahraditelné. Nejenom že rozvíjí schopnosti dětí, ale pomáhá formovat jejich osobnost, je důležitým nástrojem pro komunikaci, uvolnění, odreagování a pobavení sebe i kamarádů. To vše potřebuje pro spokojený život i dospělý člověk. Já rozhodně patřím mezi lidi, co si rádi hrají. Mám rád klasické společenské hry, karty, ale mezi hry můžeme určitě počítat i sport a společenská vystoupení. Určitou hravost a kreativitu je možné do určité míry vnést i do každodenní práce. Jsem přesvědčený o tom, že kdo si umí v životě hrát, je spokojenější.

Vaše firma vyrábí hračky a společenské hry. Jakou novinku byste koupil na jaře dětem do školky a jakou byste doporučil ven, na píseč?

Máme v nabídce mnoho společenských her, mezi stále velmi populární patří například hra Kloboučku hop. A na ven mohou klukům posloužit naše nové autíčky MultiGo, kde se velmi snadno vyměňují různé nástavby, a tím se mění samotný účel aut. Snadno se tak z popeláře stane cisterna, sklopká, nebo přepravník zvířat.

A z novinek pro dospěléky pro chladné jarní večery je jistě také z čeho vybírat. Oč je největší zájem?

V posledních letech velmi stoupá zájem o společenské hry pro dospělé. Převážně mladí lidé se chtějí bavit společně se svými přáteli. Ani v našem portfoliu nemohou tyto hry chybět. Mohu doporučit naši satirickou párty hru Jak nedostat infarkt, nebo úplnou novinku přicházející na trh, originální rychlou akční hru Nimble.

Nezapomenutelnou nostalgií dětství jsou cvrnkací kuličky. Také je vyrábíte nebo prodáváte? Hliněnky i skleněnky patřily do parků, na dvorky i do kapes každého předškoláka i školáka. Co dnes?

Nebudu si vymýšlet, že každé dnešní dítě touží mít v kapse skleněnou kuličku. Je to spíše ten chytrý telefon, kterým se chtějí v parku chlubit. Jsou tady ale našťástí lidé, kteří si kuličky pamatují a snaží se je dětem zpopularizovat spíše jako jednu zajímavou pohybovou aktivitu. Jednou z těchto akcí je například pořádané Mistrovství ve cvrnkání kuliček. A jsme zase u toho, jak je důležité, když si umí dospělí hrát a tím rozdávat ostatním radost. My dnes vyrábíme i prodáváme dětské nerozbitné kuličky a to dokonce s návodem, jak cvrknat.

Váš sortiment nutí člověka přemýšlet – nepodbízíte se levnými „vychytávkami“, ale takovými hračkami, které rozvíjejí dětskou fantazii i um, dospělé zase nutí kombinovat, vymýšlet si, zkrátka cílem je nekonzumat, ale bystřit rozum. Je do budoucna šance uspět? Nejsme stále lenivější a pohodlnější?

Lenost je přirozená vlastnost člověka, ale nemyslím si, že jsou lidé lenivější, jen mají více možností, a to i v „lenošeni“. Ale většina lidí chce se svojí pohodlností bojovat a naším



Miroslav Kotík

úkolem je nabídnout a ukázat, že hra, interakce, fantazie, přemýšlení a s tím spojená zábava je lepší alternativou. A to se, myslím, daří a jsem tomu rád.

Energii nám dává první sluníčko, ale vy máte v hlavě určitě už příští Vánoce. Máme začít šetřit?

Je sice pravda, že v době, kdy v našich domácnostech ještě stojí vánoční stromček, musíme již plánovat Vánoce nové. Ale mnoho inovativních náročnějších produktů se musí chystat i dva a více roků dopředu. Málkdo tuší, že na Vánoce 2014 uvedená novinka Igraček MultiGo dostala první ideu již v roce 2011. Rozpracování myšlenky, design, vzorování, testování a následná výroba sady forem je poměrně zdoluhavý proces. Jsou ale výrobky, kde první myšlenku až po uvedení na trh dělí pouze několik měsíců, nebo jen týdnů. Příkladem toho je například Igraček fanoušek Mistrovství světa v ledním hokeji, kde jsme licenci dostali několik týdnů před samotným začátkem mistrovství.

Na letošní zimní svátky máme pochopitelně nachystané zajímavé novinky, ale šetřit od jara na ně opravdu nemusíte! Naše výrobky nepatří rozhodně do kategorie cenově nedostupných, spíše naopak, může si je pro své děti dovolit téměř každá rodina.

za rozhovor
poděkovala
Eva Brixl ■■



Firmy, technologie a „virtuálové“ v pohybu

Internet, počítače, smartphony mění náš život i práci s lidmi ve firmách. Kam se dostává personalistika, jak informační technologie ovlivňují mikroekonomiku a kde jsou hranice v zaměstnávání „virtuálů“, o tom jsme si povídali s Ing. Jiřím Halbrštátem, marketingovým manažerem společnosti ManpowerGroup.

Mají a budou mít moderní technologie zásadní vliv na práci s lidmi a řízení firem?

Ano, můžeme hovořit o převratných změnách a důsledcích, které z toho plynou. Zatímco někteří lidé se zdají být dnes ještě přitaženi za vlasy, jiné nikoli. Například revoluční proměna pracovního místa už žádné sci-fi není. S rozvojem internetu a využitím videa lze předpokládat, že důležitou součástí pracovních vztahů bude komunikace prostřednictvím kamery. Moderní technologie mění způsob práce napříč celou ekonomikou a také přináší mnohé výzvy. Dovolují zavést odlišné způsoby práce a poskytují mnoho příležitostí ke zlepšení stávajících procesů. Ale rychlost, s jakou se změny prosazují, mohou způsobit i problémy, na které podniky nejsou připraveny. Udržet krok s rozvojem bude obtížné.

Musí zaměstnavatelé reagovat na nové trendy, nebo je mohou ignorovat?

Je na firmách, aby zvážily, jaké technologie jsou pro ně důležité a pro jejich chod zásadní, nelze podléhat módním trendům. Takové otázky si budou pokládat kupříkladu s příchodem umělých inteligencí a při zacházení s obrovským množstvím dat. Zavádění špičkových technologií v současnosti směřuje nejen k tomu, aby sloužily pouze jako samostatný nástroj, ale aby se staly výkonnými pracovníky.

Ano, ekonomice i společnosti se otevírají netušené obzory, ale s očekávanými úspěšnými efekty přijdou i nové problémy. Umělá inteligence, „virtuálové“ mohou například brát lidem práci...

Není pochyb, že v ohrožení se ocitnou některé pozice, které dosud zastávají lidé. Na to se však musí ve firmách připravit. Proto se zmiňuje a používá nový termín podniková agilita.

Co si pod ní v praxi představit?

Stručně ji můžeme popsat jako strategii řízení zahrnující veškeré kulturní i technologické změny. Ve firmě jde o co nejrychlejší a neefektivnější proces přizpůsobení se změnám při využití všech dostupných možností. Tato strategie zafunguje velmi účinně v situacích, kdy jsou podmínky ekonomického prostředí proměnlivé a nejisté. Pokud se přechod dobře podaří a do důsledků hladce zvládne, stane se podnik velmi konkurenceschopný. Zároveň si vytvoří prostor k dalšímu růstu v budoucnosti.



Ing. Jiří Halbrštát

Můžete být ještě konkrétnější?

Představte si, že se podaří zapojit všechny zaměstnance do rozhodovacích procesů. Dostanou dokonce příležitost reálně se spolupodílet na vedení podniku. A to právě díky kooperativnímu prostředí, které umožní oživit nové technologie. Tyto technologie na jedné straně lidem propůjčí požadovanou kreativní volnost, na druhé straně je zaváží nutnou zodpovědností za konkrétní rozhodnutí a činy.

Zmínili jste se o možném ohrožení pracovních pozic. Nevyřeší naopak problém nedostatku kvalifikované pracovní síly?

Zcela jistě technologie podpoří různé formy alternativních úvazků. Podnik bude mít vý-

hodnější pozici při vyhledávání talentů na trhu práce. Šance se zvýší znevýhodněným skupinám, jako jsou např. rodiče s malými dětmi, senioři, hendikepovaní... V současné situaci, kdy se společnosti potýkají se získáním osob s potřebnou kvalifikací, může přinést tato strategie výhodu, která umožní být atraktivnější na trhu práce a přilákat nové šikovné lidi. Jiným, například starším zaměstnancům, kteří už nejsou tak flexibilní, mohou však revoluční novinky tvořit jistou bariéru.

Nabízí se tak i řešení vysokých personálních nákladů?

Zcela určitě. Dnes si již neumíme představit většinu kancelářských pracovních pozic, které by mohly fungovat bez internetu. S rostoucími možnostmi chytrých telefonů a tabletů jsou zaměstnanci stále na příjmu i mimo kancelář.

To jim dává volnost pohybu a flexibilitu nutnou ke skloubení pracovního a soukromého života. Ke slovu přicházejí také video hovory, které šetří čas všem zúčastněným i peníze podniku. Zaměstnavatelé ušetří část provozních nákladů. Další úspory přinesou cloudová řešení IT struktury. Na druhou stranu si víc peněz vyžádá ochrana dat.

A kde vidíte nepřekročitelné hranice v práci s „virtuály“?

Technologie a od nich odvinuté nové fungování firmy umožňuje zaměstnan-

cům být velice pružnými, podporuje jejich kreativitu i zodpovědnost. Firma ušetří obrovské náklady, pokud platí své virtuální zaměstnance, kteří mají svou kancelář doma nebo kupříkladu v kavárně. Nic se ale nesmí přehánět a s virtuálním fungováním firmy by se nemělo zacházet do extrému. Základem dobré spolupráce týmů je to, že se osobně potkávají, v kuchyňce u vaření kávy si řeknou i osobní věci, a tím upevňují vzájemnou důvěru. Někdy dokonce nejlepší nápady vznikají právě při neformálních příležitostech. S podporou virtuálních možností fungování týmu je dobré přizpůsobovat pracovní prostředí, aby se tam lidé cítili příjemně a rádi se s kolegy pobavili.

otázky připravil Pavel Kačer

T-SOFT Eternity nejen v knihovnách v Londýně a Washingtonu

Představitelé pětileté nadace T-SOFT Eternity, již založila společnost T-SOFT a.s., se v březnu setkali se svými dárci, partnery a přáteli, a to, jak se již stalo příjemným zvykem, v Domově sv. Karla Boromejského v Praze. Předseda správní rady nadace Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, neděkoval pouze za podporu jednotlivých akcí a počínů, ale především nastínil, co všechno uplynulý rok i léta předcházející přinesly. A bylo toho opravdu hodně, více, než patrně zakladatelé kdysi zamýšleli.

Cena nadace za nejlepší projekt roku 2014 byla udělena výjimečné publikaci o českých podnikatelích meziválečného Československa s názvem Pivo, zbraně i tvarůžky. Knihou se nadace rozhodla přispět k obohacení pohledu na hospodářské dějiny i názoru na podnikání a jeho souvislosti. Vznikla ve spolupráci s odborným týmem Univerzity Karlovy v Praze a na jednotlivých kapitolách podnikatelských příběhů se podílela řada autorů včele s prof. PhDr. Drahomírem Jančíkem, CSc., a Mgr. Barborou Štolleovou, Ph.D. Michal Vaněček v úvodním slově píše: „Jaká je vlastně skutečná historie podnikání v Čechách?



Chvilé slávy, která potěšila nejen autorský tým

Zaslouží si hrdost, pokoru? Nejspíš obojí, ale především úctu.“ Z dosavadních ohlasů je patrné, že publikace zaujala širokou podnikatelskou veřejnost. A nejen v České republice. Zájem o to, aby se jmenovaná výjimečná práce dostala do považovaných archivů, projevíli také odborníci v zahraničí. Stala se součástí knižních fondů British Library v Londýně a Library of Con-

gress ve Washingtonu. A publikace putovala za velkou louží ještě prostřednictvím jednoho z autorů, a to do knihovny Brown University na Rhode Islandu. Takže: Michal Vaněček měl skvělý nápad a s týmem specialistů z Karlovy Univerzity hodně houževnatosti. Na světě je dílo, které si zaslouží velkou pozornost.

Eva Brixi

Nebe odborné literatury září díky partnerství HELIOS

Slavnostní křest nové knihy Vladimíra Smejkal s názvem **Kybernetická kriminalita se odehrál v dubnu v Praze. Prof. Ing. Vladimír Smejkal, CSc., LL.M., je vysokoškolským profesorem v oboru ekonomika a management, soudním znalcem v mnoha oborech a odborníkem na ekonomiku, právo a management, zejména v oblasti informačních systémů, včetně jejich bezpečnostních a právních aspektů. Věnuje se rovněž legislativním pracím. Je také oblíbeným autorem řady publikací na rozmanitá témata.**

Patrony knihy z produkce Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk se staly dvě právnické osobnosti – Helena Válková a Tomáš Sokol. Třetím patronem byl Jiří Hub, generální ředitel společnosti Asseco Solutions, díky jejíž podpoře mohla objemná publikace vyjít. Lidstvo jako celek, ale prakticky i každý člověk je dnes více ohrožován kriminalitou kybernetickou než násilnou či majetkovou, zaznělo na setkání významných osobností několikrát.

Ing. Jiří Hub vyjádřil potěšení ze spojením renomovaného jména Vladimír Smejkal s renomovaným produktem – informačními systémy

HELIOS. Téma kybernetické kriminality je pro výrobce podnikových informačních systémů mimořádně důležité.



Zleva: Tomáš Sokol, Helena Válková, Vladimír Smejkal, Jiří Hub a Aleš Čeněk při křtu knihy

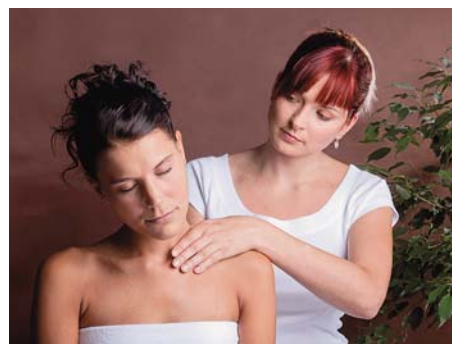
Asseco Solutions, a.s., je největším producentem podnikových informačních systémů na českém a slovenském trhu. Softwarové aplikace z jeho produkce jsou distribuovány i na dalších trzích v rámci střední Evropy. Společnost se zabývá nejen vývojem, ale také implementací a podporou specializovaných systémů pro organizace všech velikostí v nejrůznějších oblastech jejich působení. Produktové portfolio sahá od informačních systémů pro nejširší spektrum podniků, zabývajících se výrobou, obchodem či službami, přes produkty pro oblast veřejné správy, až po např. projekty pokrývající specializované potřeby ubytovacích a stravovacích zařízení. Všechny produkty jsou doplněné širokou nabídkou služeb a partnerských programů. Kromě základních modulů a funkcionalit poskytují též řešení pro jednotlivé oblasti podnikání, tzv. oborová řešení. Asseco Solutions je nositelem certifikátu kvality ISO 9001:2008 a je členem nadnárodní skupiny ASSECO Group. (tz)

Program Janských Lázní: zacvičte s bolestmi zad!



Bolesti šíje, ramen nebo zad přivádějí do ordinací stále větší počet lidí. Aktuální statistiky uvádějí, že se s nějakým typem bolesti zad setkalo přes 80 procent populace. Přitom stačí své špatné návyky rozpoznat a naučit se je kompenzovat. S Programem proti bolestem zad nyní přicházejí Janské Lázně.

Chronickou bolestí zad trpí podle statistik lékařů až 40 procent Čechů. „Žáda bolí jedince pracující vsedě i vestoje, obzvláště pokud se pohybují ve vynucených a jednostranně přetěžujících polohách. V takovém případě mohou bolet dokonce i sportovci,“ uvedla primářka MUDr. Lenka Smetanová. Pokud před zahájením vlastního pohybu není „startovací“ poloha a stabilizace kloubů a páteře



optimální, dochází téměř pokaždé k přetížení jedné a oslabování jiných svalových skupin. To má za následek negativní dopad na pohybový aparát. „Prvním signálem je pocit nepohody, dalším již bolest, nejprve akutní, poté chronická,“ doplnila MUDr. Lenka Smetanová.

Kvůli nesprávným pohybovým návykům dochází k tomu, že nám ochabují spirální svalové řetězce, a to vede k přetěžování vertikálních svalových řetězců. Mimo jiné se tak nezdravě namáhají meziobratlové ploténky a tkáně mezi obratli,“ doplnila ještě MUDr. Lenka Smetanová. Rada, jak se bolestí zbavit, je podle ní jednoduchá: naučit se špatné nebo jednostranné pohybové stereotypy rozpoznávat a průběžně je mírnit, zbavovat se jich. Pravidelné, dlouhodobé a správně prováděné cvičení, cílené na problém pacienta, zvyšuje pravděpodobnost, že se člověku budou obtíže posléze vyhýbat.

Janské Lázně proto připravily unikátní týdenní program s využitím cvičení podle MUDr. Richarda Smiška. Metoda, pojmenovaná jako SM Systém (Stabilizační a mobilizační systém) je mimořádně vhodná pro lidi s chronickými bolestmi zad nebo pro ty, kteří chtějí poruchám páteře předcházet, a to bez ohledu na věk. Cvičit ji mohou senioři, pacienti s artrózou v kyčelním a kolenním kloubu nebo také těhotné ženy. SM Systém využívá 25 let klinických zkušeností s léčbou bolestí páteře v bederní, hrudní i krční oblasti, a také s léčbou akutních výhřezů plotének a skolióz. „Skvěle funguje i jako prevence proti poškození ramenních, kloubních a kyčelních kloubů nebo nožní klenby,“ zdůraznila MUDr. Lenka Smetanová. Cvičení se skládá ze sestavy cviků podle MUDr. Richarda Smiška,

kteří pomáhají aktivovat spirální svalové řetězce, a protahují tak páteř směrem vzhůru, což odlehčí ploténky a regeneruje je. Základních cviků je dvanáct a v Janských Lázních se je během týdne jistě bez problémů naučíte. (tz)

www.janskelazne.com

Týdenní Program proti bolestem zad obsahuje:

- ✓ 7x ubytování v pokoji se sprchou a WC, WiFi, TV-SAT
- ✓ stravování formou plné penze
- ✓ individuální léčebný plán s 15 procedurami:
 - vstupní lékařská konzultace
 - 10 procedur podle rozpisu lékaře
 - 5x cvičení podle MUDr. Smiška
- ✓ volný vstup do Aquacentra na 2 hodiny denně
- ✓ lázeňský poplatek 15 Kč/osoba/den, místní poplatek 5 Kč/osoba/den
- ✓ parkování

Pobyt s plnou penzí pro jednoho pořídíte od 9000 korun.

Janské Lázně patří k evropské špičce v léčbě pohybového aparátu, neurologických a respiračních onemocnění. Světovou proslulost získaly v 1. polovině 20. století léčbou následků dětské obrny a staly se první léčebnou svého druhu v Evropě. Dnes se do Janských Lázní jezdí léčit děti s pohybovými obtížemi ze všech kontinentů.

Jak sportují naši potomci:

zdatnější jsou školáci ve velkých městech

Domnívali jste se, že děti na venkově či v menších městech jsou zdatnější a pohybují se lépe než jejich vrstevníci ve velkoměstech, protože tráví víc času venku? Pak jste se mýlili. Unikátní analýza výsledků více než 50 000 dětí, které v prvním pololetí tohoto školního roku splnily všech osm disciplín sportovního projektu Sazka Olympijský víceboj, ukazuje pravý opak. Děti z velkých sídel předčí v pohybové zdatnosti školáky z menších obcí a měst.

„Díky společnému projektu Sazky a ČOV vznikla unikátní analýza dat, která v Česku neproběhla více než čtvrt století – od doby spartakiád. V rámci Sazka Olympijského víceboje se nám daří zapojit do sportování desítky tisíc dětí a výsledky jasně prokazují, že v této snaze musíme vytrvat. Pomůžeme dětem najít sporty, které je budou bavit, i místa, kde se jim mohou věnovat,“ uvedl Robert Chvátal, generální ředitel Sazky. Analýza navazuje na srovnání výsledků dětí z loňského jara s výsledky dětí v letech 1997–2007. „Ty pro nás byly alarmující. Tentokrát jsme zašli ještě hlouběji, chtěli jsme vědět, kde dochází k problému. Věříme, že díky výjimečné spolupráci se Sazkou, za kterou moc děkujeme, nepřicházíme s tak významnými informacemi naposled. Výsledky této analýzy mohou být překvapující, ale jasně dokazují, že sport v Česku potřebuje výrazně vyšší podporu na všech úrovních a že je nutná jasná koncepce jeho financování,“ řekl Jiří Kejval, předseda Českého olympijského výboru.

Během prvního pololetí tohoto školního roku splnilo všech osm disciplín Sazka Olympijského víceboje, které testují základní pohybové schopnosti dětí, 50 404 dětí ve věku 5 až 16 let. Jejich výsledky ve spolupráci se společností SportAnalytik zkoumal doc. Tomáš Perič, odborník na sport dětí z Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy.

„Ukázalo se, že neplatí léty zažitá pravda, podle které se děti na venkově a v malých městech více pohybují. Naopak, jejich průměrné výsledky jsou v porovnání s dětmi z velkých měst v testovaných disciplínách horší. Tuto tezi podporuje také analýza BMI, podle které je nejvyšší poměr hmotnosti vůči tělesné výšce u dětí v krajích, které ze srovnání pohybové zdatnosti vycházejí nejhůře,“ uvedl docent Tomáš Perič.

Doktor Miroslav Petr, proděkan FTVS UK, pracovník katedry fyziologie a biochemie, doplnil: „Naopak u výšky, jež je geneticky daná a kterou neovlivňuje prostředí nebo možnosti pro sportování, jsou rozdíly jen minimální. To také potvrzuje spolehlivost naměřených dat.“

Nezdatnější jsou podle analýzy děti v Libereckém kraji, na druhém konci žebříčku je kraj Plzeňský, který však sport intenzivně podporuje stále více. Už v červnu se zde například koná Olympiáda dětí a mládeže.

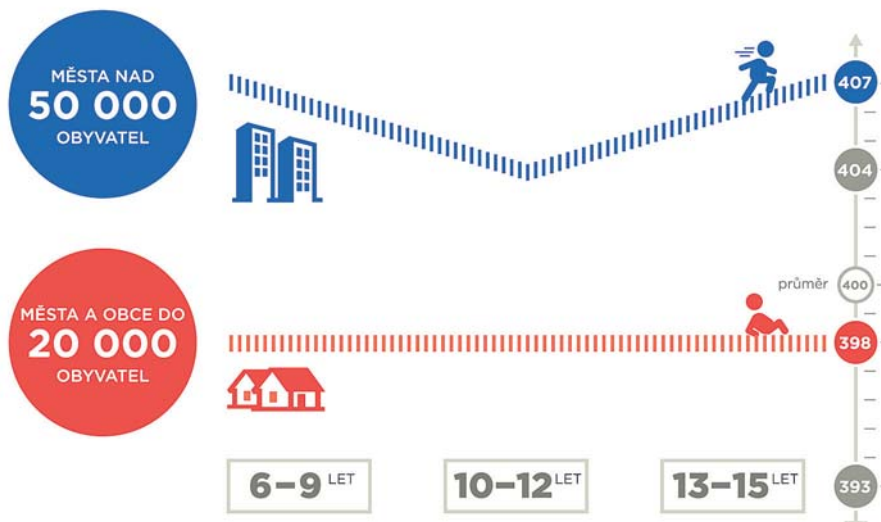
Zajímavé zjištění přinesla analýza také v porovnání věkových kategorií v rámci krajů. Zatímco děti ve věku 6 až 9 let jsou ve většině krajů na zhruba stejné „startovní čáře“, s rostoucím věkem rozdíly narůstají na téměř dvojnásobek bodů mezi nejlepším a nejhorším krajem.

„Rozdíly ve zdatnosti mezi školáky z velkých a menších obcí mohou být způsobené tím, že

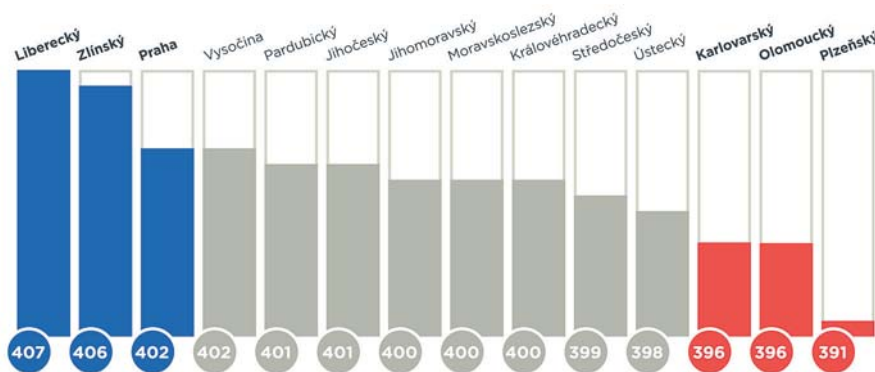
děti z menších obcí musejí za sportovními aktivitami často dojíždět. Naopak ve velkých městech dětem často organizují čas rodiče. Roli mohou hrát i sociální poměry,“ komentoval Robert Chvátal.

Sport v okolí je internetový portál, na který mohou kluby, oddíly či jednoty ze všech sportovních organizací v Česku umístit své kontaktní údaje a informace o nábořech. Za významné podpory České unie sportu tak vznikne jedinečná mapa sportovišť a oddílů pro širokou veřejnost, která zároveň propojí kluby se školáky. Všichni žáci ze základních škol zapojených do Sazka Olympijského víceboje, kteří splní všech osm disciplín ve druhém pololetí, získají v červnu sportovní vysvědčení s určením svého pohybového typu, s doporučením vhodných sportů pro daný typ a s propaním na kluby ve svém okolí. (tz)

Děti z velkých měst jsou zdatnější než školáci z malých sídel



Pořadí krajů podle pohybové zdatnosti odpovídá i hodnotám BMI v krajích



Jídlo k práci patří

Na dobrý oběd si potrpíme, ať už je svátek, nebo všední den. Ideální řešení nabízejí stravenky Ticket Restaurant. Ke kvalitě a dostupnosti přidávají dnes také v dostatečném výběru i zdravý jídelníček. Hovořili jsme o tom s Pavlem Kusým, Marketing & Strategic Propositions Directorem společnosti Edenred CZ.

Jak se stravují Češi v práci? Podle své pěněženky, podle zdravotních doporučení nebo naprosto nahodile, když skončila doba velkých závodních jídelen?

Společnost Edenred v roce 2009 odstartovala s podporou Evropské komise program Food za účelem zlepšování stravovacích návyků zaměstnanců v průběhu pracovního dne. Díky průzkumu Barometr každoročně monitorujeme vývoj stravovacích návyků zaměstnanců na straně jedné a poptávku po kvalitnějším stravování v průběhu pracovního dne na straně druhé.

Z našich dat vyplývá, že lidé mění své stravovací návyky. V porovnání s rokem 2009 se letos o deset procent zvýšila poptávka po kvalitním a vyváženém stravování (2009 – 30 %; 2015 – 40 %). Naopak méně se již při výběru oběda zajímáme o velikost porcí (2009 – 34 %; 2015 – 27 %). Zkrátka chceme jíst zdravěji a nechceme se přejídat. Fenomémem jsou rovněž polední menu, která mají konstantní hodnoty okolo 30 % za obě dvě měřené období.

V rámci programu Food vznikla stravovací doporučení, jak si v restauracích vybírat jídla, aby splňovala pravidla vyváženého stravování. Díky stravenkám Ticket Restaurant s těmito doporučeními seznamujeme zhruba 500 000 každodenních strážníků v České republice. Stravovací doporučení jsou uplatnitelná nejen v restauracích, ale i jídelnách a dalších provozovnách veřejného stravování.

Co může nabídnout Edenred lidem, kteří se chtějí během dne najíst chutně, kvalitně a levně?

Edenred nabízí řešení ve formě stravenek Ticket Restaurant. Strážníci mají možnost vybírat v jedné z nejširších sítí restaurací v ČR, kde akceptují stravenky Ticket Restaurant. Celkem jde o 32 000 partnerských provozoven. Díky nově vzniklé síti restaurací Food nabízíme od letošního března možnost najít si restauraci, která v okolí každého strážníka nabízí nové a moderní trendy v poledním stravování. Tyto restaurace nabízejí obědy složené podle pravidel programu Food (boje s obezitou) a umožňují zaměstnancům se vyváženě stravovat. Většina těchto restaurací nabízí tzv. polední

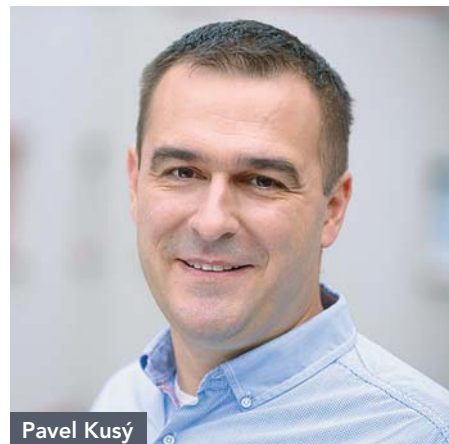
menu, která jsou i cenově výhodná oproti běžnému jídelnímu lístku.

Edenred přišel s programem zdravé a vyvážené výživy Food. Můžete popsat jeho hlavní přednosti, komu je určen a jaké s ním už máte praktické zkušenosti?

Program Food (boje s obezitou) podporuje kvalitní a vyvážené stravování během pracovního dne, které přispívá ke zlepšování zdravého životního stylu. Věříme a z výzkumů se potvrzuje, že kvalitní jídlo během pracovního dne dodá lidem energii,lepší náladu, produktivitu i soustředění v práci. Dlouhodobě při pravidelném kvalitním a vyváženém obědvání zaměstnanců může program pozitivně ovlivnit míru obezity nebo výskytu cukrovky u nás. Firmám přinese program lepší výkon jejich zaměstnanců i zlepšení pracovního prostředí a atmosféry na pracovišti. Cílem programu Food je také práce s majiteli restaurací na zlepšení nutričních hodnot jídel nabízených v restauracích a informovat spotřebitele o této nabídce, k čemuž slouží právě nově vytvořená síť restaurací Food.

Změnily se stravovací návyky zaměstnanců, manažerů i podnikatelů, v posledních letech? Mám na mysli důsledky krize, které se do jisté míry musely v jídelníčku projevit.

Ekonomická krize měla zásadní dopad na stravování hlavně na západ od nás. Ve Francii, Belgii, Itálii i Španělsku rapidně narostla důležitost ceny jídla při rozhodování o výběru oběda. U nás cena již nehraje tak důležitou roli jako nutriční hodnoty nebo chuť. Vysvětlujeme si to hlavně tím, že krize nás zasáhla v době, kdy už v ČR dlouhodobě fungovala nabídka poledních menu v restauracích, které nabízejí i cenově výhodnější jídla. Na druhou stranu Češi tráví v práci více času než zaměstnanci v jiných zemích EU a na obědy nechodí tak pravidelně. Jen 52 % Čechů obědvá denně, zatímco ve Francii to je až 75 % zaměstnanců. Mohli bychom říci, že svou polední pauzu často využijeme jinak než k tomu, abychom se naobědvali.



Pavel Kusý

V čem vidíte hlavní výhodu stravování s Edenred a kterým směrem chcete svoji nabídku dále rozšiřovat?

Díky stravenkám Ticket Restaurant má zaměstnanec možnost každodenního stravování v průběhu pracovního týdne. Pravidelné stravování přispívá k eliminaci řady zdravotních problémů způsobených nekvalitním životním stylem, jejichž následkem je obezita a nadváha. Obezita je tak rizikovým faktorem u řady zdravotních problémů (vysoký krevní tlak, cukrovka, kardiovaskulární onemocnění, choroby pohybového ústrojí apod.). Chceme toto sdělení dostat mezi lidi, aby se každý z nás mohl vědomě rozhodnout, zda dnes a každý den udělá něco víc pro své zdraví. Jídlo k práci patří.

Vznikem sítě restaurací Food, které nabízejí kvalitní a vyvážené stravování v průběhu pracovního dne, zjednodušujeme zaměstnancům orientaci při výběru restaurace v jejich okolí.

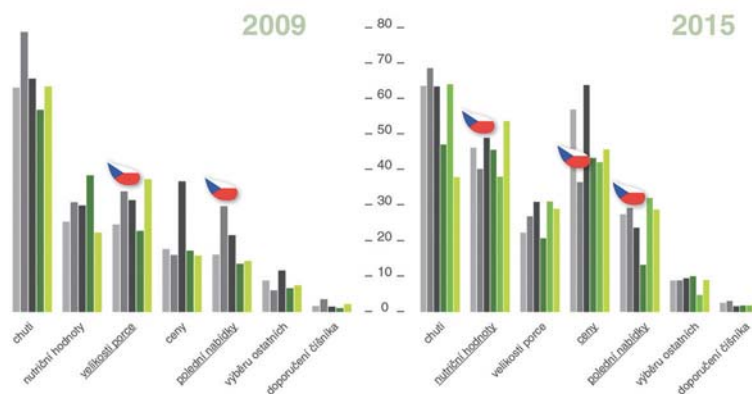
V současné době síť obsahuje více než 600 restaurací po celé České republice a jejich počet stále narůstá. Aktuální seznam naleznete na www.edenred.cz nebo na www.ticketka.cz. Stejně tak si můžete stáhnout aplikaci Ticketka do svých mobilních telefonů.

dobrou chuť s Ticket Restaurant
popřál Pavel Kačer ■■■

Chuť a nutriční hodnoty jídel rozhodují o výběru oběda.

Zaměstnanci
Podle čeho se rozhodujete, co budete jíst?

■ Belgie
■ Česká republika
■ Francie
■ Itálie
■ Slovensko
■ Španělsko



Redakční událost roku



Ing. Vladimír Feix a PhDr. Eva Brixi s cenným dárkem pro Muzeum historických nočníků a toalet

Především si náš tým přál, abychom se společně se členy naší redakční rady pěkně pobavili, aby nechyběla legrace ani vtipné historky z natáčení. O tom, že se náš záměr 26. března vydařil, vypovídají fotografie. Setkání se uskutečnilo v místě, kam jsme se všichni těšili, tedy v Muzeu historických nočníků a toalet, které patří manželům Renátě a Janu Sedláčkovým, nadšeným sběratelům předmětů, které člověka provázejí, ale o kterých se zas až tolik nemluví... Mnohé z nich, které se v největší sbírce tohoto typu na světě ve Vyšehradské ulici 12 v Praze 2 nacházejí, mají své neuvěřitelné příběhy, jež se váží k významným osobnostem, které psaly dějiny.



Věříme, že i my naším časopisem Prosperita s oběma přílohami Madam Business a Fresh Time do historie přispíváme také mapováním podnikání a podnikavosti v naší zemi ve spolupráci s talentovanými lidmi, předními odborníky naší ekonomiky, majiteli a manažery firem. Snažíme se vám, našim čtenářům, přinášet a zprostředkovávat v autorských rozhovorech a článcích informace a názory, které mají hodnotu a mohou inspirovat. Hosty, kteří přišli povzbudit náš předvelikonoční apetit po novinkách, jsme na našich stránkách již několikrát měli a vy je dobře znáte. Po roce jsme s naší redakční radou a hosty chtěli oslavit své mladistvé 17. narozeniny a při té příležitosti sdělit, že jsme nezůstali stát

na místě, ale že postupně rozvíjíme služby a budujeme několik našich značek, které dělají čest našemu jménu. Součástí jejich DNA je Prosperita. Značku VitaPR, jež se stala novou součástí portfolia služeb pro klienty, představila Kateřina Šimková, která ji bude reprezentovat. Název sám evokuje život a my dnes víme, že mediální komunikace a služby, jež vytvářejí skvělé vztahy s veřejností i vlastním zázemím firmy, jsou nepostradatelné pro růst, spokojenost a energii, s níž lze překonat dosavadní hranice a pohlédnout s chutí novým obzorům vstříc. Martin Šimek se ujal slova za značku Media Know. Základním kamenem její filozofie, stejně tak Martina, je preciznost, chytrost a efekti-

vita v oblasti marketingové podpory. Především ve vodách virtuální reality, internetovém prostředí, kde by se klient s námi neměl cítit jako obyčejný kapr, ale mohl by si dovolit i štičí tempo, přidanou hodnotu a využívat příležitostí, které mu naše vzájemná spolupráce otevírá. Na přípitek pamatovala Dana Odehnalová, ředitelka firmy ResVinia z Brna, lahodným a ušlechtilým moravským vínem Aurelius, výběr z hroznů 2013. Odrůda Aurelius byla vyšlechtěna v České republice, na Moravě, a je to kříženec Ryzlinku rýnského, který je označován jako král vín, a Neuburského. A proč právě víno Aurelius? Je vzácné, pěstuje se u nás pouze na 0,28 procentech vinic. Rozlévalo se



do malých keramických nočníčků, které se prodávají v muzeu. Na naše setkání přijel jeden z prvních členů redakční rady, Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán z Dubí u Teplic, který s sebou přivezl nočník s cibulovým vzorem, prostě nočník cibulák, protože i ten patří do širokého výrobního sortimentu proslulé porcelánky, která exportuje do celého světa. Slavnostně ho předal do sbírky muzea, protože pravý český cibulák tady zatím chyběl. Tomáš Milich, jednatel společnosti OVUS ve Slaném, nás seznámil s neuvěřitelným sortimentem vajíček, které snášejí slepice s genetickými kořeny v Jižní Americe, chovají je tamní Indiáni. Ta nejvzácnější se dají koupit již v ně-

kterých obchodních řetězcích v ČR, a jsou dodávána do vybraných hotelů nebo k významným kulinařským příležitostem. Jejich barva je přirozeně červená, namodralá a nazelenalá. Jarmila Janurová, zakladatelka firmy Jaja Pardubice, autorka neskutečných sladkých inovací a žena, která je pro každou legraci, stylově přivezla perníkové nočníky a kadibudky nazdobené, až oči přecházely. I ty si u ní můžete koupit. Také malované perníkové kraslice a spousty jiných perníkových dobrot, které patří do celoroční nabídky, včetně oblíbených minidezertů. Tomáš Hruška, majitel pražské firmy Hruška-Design, přední český florista, nám ukázal, jakou kyticí plnou jara lze naranžovat do cibulá-

kového nočníku a jak to báječně vypadá i voní. Kytice do ložnice? Proč ne? Pugéty vázal k nejrůznějším příležitostem a zdobil mnohé neobvyklé interiéry, ale s nočníkem pracoval poprvé. Jednu variaci na téma nočník a květiny připravil i pro Zdeňka Juračku, který je v naší redakční radě od loňského roku, slavil totiž významné narozeniny. Vyhrávalo se v tombole, do níž přispěl Miroslav Kotík z firmy Efko společenskými hrami Záchod a Blábol, Dana Odehnalová z firmy ResVinia svým vzácným vínem Aurelius, akademická malířka Věra Krumphanzlová originálními obrázky nočníků na veselou notu. Losování měl na starost Jan Sedláček, který si podle všudypřítomného zákona schvál-



nosti vylosoval sám sebe i výhru vpravdě trefnou – největší perníkovou kadibudku, kterou jsme měli schovanou právě pro tuto příležitost.

K tomu všemu patřila spousta dáreků všech příchozích a také nádherný dort s nočníkem v trávě z dílny Petry Dezortové a pražské cukrárny Dortydomu.cz.

Všem členům redakční rady, ale i hostům, a dalším významným osobnostem, které jdou s námi společnou cestou, děkujeme za přízeň, inspiraci a čas, který nám věnují.

**Eva Brixí, Kateřina Šimková,
Martin Šimek, Jiří Novotný
a Pavel Kačer, který je také
autorem fotografií**

Rozverná téma, které nám sedí

Nočník je dobře uchopitelný předmět i slovo. Dá se s ním prostě pracovat. Nočník ponočník, odvozeno od slova ponocovat a třeba tvořit, vánočník od slova Vánoce, sranočník od slova sranda, velikonočník od slova veliký, a zbytek si domyslete, a jak znám vynalézavost a sklon člověka českého k humoru a zlehčování i překérných situací, dalo by se vymyslet ještě hodně a moc všelijakostí, aby nám bylo s nočníkem dobře. S opravdovým, imaginárním, dětským i nemocničním, neb i ve špitále by se měl člověk smát, aby se lépe uzdravoval.

Proč zrovna tohle téma? Inu, nabídl se samo. Na naší redakční radu, setkání lidí s noblesou, kteří mají smysl pro rozličné taškařice, vtípky a elegantní náhled na mnoho životních situací, které řeší, přišla i naše věrná paní akademická malířka, která nás svými obrázky a obrazy už nějaký ten pátek provází: Věra Krumphanzlová.

Její laskavé pojetí světa perem, tužkou, štětcem i čímkoli, co je po ruce, je hřejivé a inspirující, roztančené, prostě veselé, ono jiskří a vybízí k jiskření. Její ilustrace jsou pro mne, a zcela jistě i pro všechny osobnosti naší redakční rady, vzpruhou a chodníčkem do světa

radostí, porozumění, chechtání i tichého pozastavení, kdy se člověk usmívat musí, protože chce. Naše poslední, březnová sešlost se odehrála v Muzeu historických nočníků a toalet v Praze. Bylo se nač dívat a co poslouchat z příběhů těchto prazvláštních lidských společností porcelánových, kovových, skleněných i plastových. Manželé Sedláčkovi, majitelé pozoruhodné expozice, vyprávěli o jednotlivých kouscích nadšeně a dramaticky, my naslouchali, a Věra Krumphanzlová rozdávala kresby-originály nočníků. Nahlédněte s námi do rozvernosti tématu. A bavte se.

Eva Brixi



Moderní technika nás nenechá **správně relaxovat**



Foto Freeimages

Moderní technika a mobilní technologie se staly nepostradatelným doplňkem a každodenním pomocníkem většiny z nás. Soustavné online připojení přes smartphony, tablety nebo notebooky umožňuje okamžité nabývání informací a jejich rychlé zpracování. Pomáhají nám vyřizovat práci, poskytují zábavu i kontakt s blízkými.

Tito velcí pomocníci ale mohou lehce přerůst v nebezpečí, které nás plíživě začne okrádat o volný čas. Běžný majitel smartphonu mu totiž denně věnuje pohled až stopadesátkrát. Pro manažery je přirozené kontrolovat pracovní e-maily ještě těsně před spaním nebo ráno u snídaně. Při cestě do práce pak čtou pracovní zaměřené internetové stránky nebo odborné časopisy. To, co se zdá v pořádku z pohledu kariérního růstu, není ale dlouhodobě udržitelné z pohledu osobní psychohygieny. Pro-

dlužování pracovního nasazení na úkor volného času vážně narušuje vyvážení mezi pracovním a osobním životem. Navíc až třetina manažerů navštěvuje několikrát ročně pracovní školení večer nebo o víkendech. Tato disharmonie je důvodem dřívějšího vyhoření a poklesu výkonnosti.

Nebojte se vypnout techniku i sebe!

Odpočinek je zásadní pro zvládnání našich běžných povinností. Čím lépe se cítí naše tělo a mysl, tím snadněji si poradíme s nástrahami každodenního nasazení. Když ale ani po vydatném spánku necítíme dostatek energie, je čas si dopřát pořádný wellness zážitek, aktivní rozptýlení nebo vyčistit hlavu v jiném prostředí. Nezáleží na tom, jak čas strávíme. Hlavní je udělat něco, co nás přivede na jiné myšlenky, nebo je naopak úplně potlačí a „vygumuje hlavu“. Rovněž není důležité, jak daleko se za svou relaxaci vydáme, hlavní je, jak kvalitně si ji užijeme. Někdy stačí pár hodin nebo prodloužený víkend, jindy týden nebo dva na horách či u moře. Můžeme se procházet, sportovat, zajít na masáž, do sauny nebo na dobré

jídlo. Anebo chytře zkombinovat vše jmenované... Stačí si vybrat ten pravý zájezd nebo výlet. Příjemné skloubení kvality a ceny najdeme například u společnosti Tchibo, která kromě kávy a spotřebního zboží nabízí širokou škálu nejrůznějších zážitkových a pobytových zájezdů prostřednictvím e-shopu www.tchibo.cz, v záložce Cestování.

Ve čtyři či pětihvězdičkových hotelech se relaxuje velmi příjemně kdekoli, ať už v České republice, nebo v zahraničí. A právě na tento typ hotelů se Tchibo přes svého partnera pro cestovní ruch, renomovanou mezinárodní cestovní kancelář Eurotours, zaměřuje. Nabídka se mění podle sezony a aktualizuje se vždy v úterý. Nechybí lyžařské zájezdy, poznávací expedice, pobytové zájezdy k moři nebo relaxační prodloužené víkendy, a to vše pro jednotlivce, dvojice i celé rodiny.

Správný výběr té pravé relaxace je velmi důležitý, protože jen kvalitní dovolená nám nechá zcela zapomenout na techniku a umožní „dobít baterky“ především nám samotným. A po návratu nás každodenní shon nebude mít šanci stresovat. (tz)

Vůně pro vaše léto

Značka Tommy Hilfiger přišla na trh s limitovanou edicí vůní pro léto 2015. Toaletní voda Tommy Summer určená pro muže je tvořená osvěžujícími tóny ginu, cypřišového oleje, doplněného bylinkami, jako je levandule, šalvěj a andělíka.

V srdci dominuje kardamonovník, semena koriandru a muškát. Celou kompozici uzavírá cedrové a santalové dřevo, tonka, iris a břečtan, které vůni dodávají hladkost a eleganci. Tommy Summer má navodit atmosféru odpočinku, kdy slunce dopadá na vodní hladinu a člověk si užívá jen krásu kolem sebe. (tz)



Čeští kutilové jsou kreativní:

téměř dvě třetiny z nich si pomáhají vlastními vynálezy

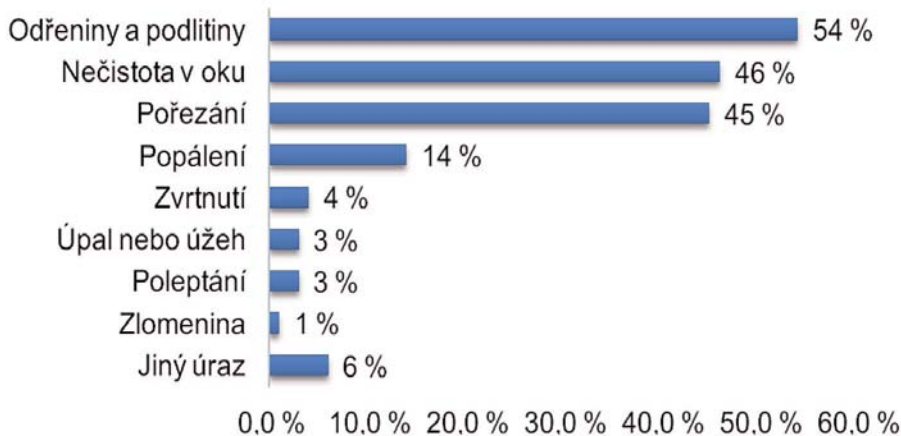
Je to až k nevíře, ale je to tak. Skoro dvě třetiny českých kutilů se minimálně jednou ročně pouštějí do úprav bydlení. A ne vždy na to jdou důkladně, až 92 procent z nich se alespoň občas spokojí s provizorním řešením. PET láhve jako izolace mezistropních mezer, psací stůl ze staré kuchyňské linky nebo pingpongový míček použitý jako vodováha – i takové inovace vymýšlejí kreativní kutilové. Vyplývá to z průzkumu Raiffeisen stavební spořitelny.

Nejlépe se speciální „vychytávky“ vymýšlejí rovnou při akci. Jejich využití přiznává přes 60 procent kutilů. Nejčastěji si pomáhají vlastnoručně zhotovenými držáky, kladkami, lešením, podpěrami či nástavci. Někteří si vylepšují pracovní nářadí a vytvářejí např. zahnuté štětce pro natírání za roh, vlastní vzor válečku na malování nebo „šmirglukavici“. Najdou se i kutilové, kteří přemýšlejí ekologicky. Odchytávají dešťovou vodu a používají ji ke splachování nebo si staví vlastní větrnou mini elektrárnu.

Vysokoškoláci si připadají méně šikovní

Alespoň jednou ročně vylepšuje své bydlení celých 61 procent kutilů. Několikrát do roka se pak do modernizace či rekonstrukce pouští 37 procent dotázaných. „I přesto, že se 15 procent kutilů vlastně ani nepovažuje za manuálně zručné, od vylepšování bydlení je to neodradí. Za šikovné

Privodil jste si při úpravách bydlení nějaký úraz?



se považuje více respondentů se základním vzděláním než vysokoškoláků,” komentovala výsledky průzkumu Jitka Jechová z Raiffeisen stavební spořitelny.

Kutilové na sebe nedávají pozor

Při úpravách bydlení už téměř polovina respondentů zažila nějakou nepříjemnost. Největší problémy způsobuje vodní živel – prasklé či omylem navrtané trubky, příliš velký proud nebo průtrž mračen. Najdou se ale i kurióznější nehody jako ohořelé trenýrky. Téměř všichni kutilové

(86 procent) už se také někdy potýkali s drobnějším nebo závažnějším zraněním. Nejčastěji šlo o odřeniny, do očí se jim dostala nečistota nebo se o něco řízli.

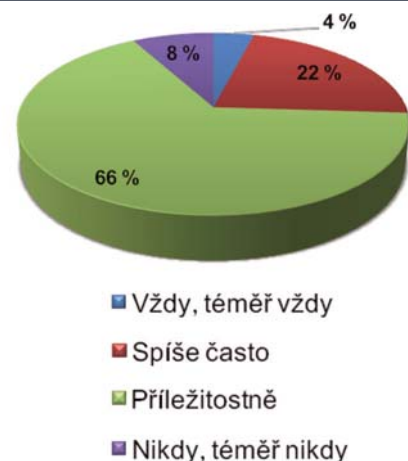
Na výsledku nám záleží

Ať už Češi kutí jen pro radost, nebo z nutnosti, konečný výsledek a jeho podoba jim není fuk. „Více než polovina kutilů přiznává, že jim záleží na názoru ostatních lidí na to, jak bydlí. Pouze pět procent dotázaných tvrdí, že je názor okolí vůbec nezajímá,“ doplnila Jitka Jechová. (tz)

Jak často se pouštíte do úprav bydlení?



Využil jste někdy při úpravách bydlení provizorní řešení?



Vědci zkoumají unikátní nález

sto let starých piv ze záhlinického pivovaru

Věřte nevěřte – tým vědeckých pracovníků z Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, a. s., otevřel tři neporušené zakorkované lahve s pivem. Jde o výjimečný a ojedinělý nález piv, které byly v minulých dnech náhodou nalezeny při rekonstrukci dávno zaniklého pivovaru v Záhlinicích na Kroměřížsku. Dvě piva, světlé a tmavé, nesou na lahvích o objemu 0,7 litru embosovaný nápis Pravovárečný pivovar Záhlinice a jedna láhev se světlým pivem nápis Pivovar Holešov.

Výzkumníci pod vedením RNDr. Jany Olšovské, PhD., a RNDr. Dagmar Matoulkové, PhD., prozkoumají fyzikální vlastnosti a chemické složení přibližně sto let starých piv, která jim předal k výzkumu jeden z majitelů pivovaru Aleš Přinosil, jednatel společnosti Raven Trading s. r. o.

Firma plánuje po rekonstrukci, která má skončit v příštím roce, obnovit výrobu piva v minipivovaru, který nahradí pivovar zaniklý v roce 1925. Otevření a první degustace nalezených piv byl přítomen i Ing. Jan Šuráň, prezident Českomoravského svazu minipivovarů. „Za téměř 130 let existence našeho výzkumného ústavu jsme doposud nikdy neměli příležitost prozkoumat takový historický nález, jakými jsou přibližně sto let stará piva,“ objasnil RNDr. Karel Kosař, CSc., ředitel Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, a. s. „Je pravdou, že mnozí ctitelé piva by nejraději nalezená piva podrobili osobní degustaci, ale nalezený objem umožní jen velmi pečlivě a komplexní laboratorní analýzy. I tak očekávám s velkým napětím, co nám zkoumání přinesou,“ dodal s úsměvem Karel Kosař.

K prvnímu zasedání Zařizujícího výboru Rolnického akciového pivovaru se sladovnou v Záhlinicích došlo 25. února 1895 a se stavbou pivovaru se započalo již v dubnu. V únoru roku 1896 se mohly ochutnat dva



druhy piv, tehdejší terminologií pivo obyčejné, odpovídající dnešnímu výčepnímu, a pivo bock, dnešnímu ležáku.

Plánovaný výstav pivovaru 40 000 hektolitřů však nebyl nikdy dosažen. Maximální výstav činil v letech 1907–1908 celkem 28 539 hl. Válečná léta výrazně negativně ovlivnila jeho celkovou produkci. V poslední kampani let 1921–1922 bylo uvařeno pouhých 700 hl piva, a tak byla v roce 1921 výroba zastavena. V roce 1925 byl pivovar definitivně zrušen. Není bez zajímavosti uvést, že jeden z předních českých malířů Mikoš Aleš v roce 1896 vytvořil pro akciový pivovar v Záhlinicích reklamní plakát, který se podařilo zachovat.

„Pokusíme se pomocí nejmodernějších přístrojů a vědeckých metod, které

máme u nás k dispozici, poodhalit, z jakých surovin a jakým způsobem byla piva vyrobena, a vyhodnotit je z hlediska fyzikálně-chemického i mikrobiologického. Také se pokusíme prozkoumat senzory aktivní látky a odhadnout původní typ piva,“ uvedla Ing. Věra Hönigová, manažerka výzkumu Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, a. s. „Vynasnažíme se najít pojitko mezi současným Českým pivem a těmito historickými pivy a provést celou řadu kvalitativních srovnání,“ dodala Věra Hönigová.

Výsledky výzkumu, o němž se předpokládá, že zaujme nejen naši, ale i mezinárodní odbornou veřejnost, budou publikovány v odborných vědeckých médiích. (tz)





Kachna s pozitivním myšlením

Honíte termíny, posíláte omluvné maily, zhluboka dýcháte, když se vám neozve někdo, na jehož práci spoléháte? Jsou to každodenní stresy, ale běžná praxe. Co s tím? Nevím.

Mám před pracovní zahradu a každé roční období tam něco kvete. V dubnu fialky, v led-

nu čemeřice, v létě orlíček nebo růže, na podzim listopadky. V počítači zase bují človecí naivita, přehmaty i překlepy, blbost, ale i chytrolínství, a také celoročně. Snažím se vymanit se z blázince dne a kombinovat tyhle drobné atributy, dělat si raduštky. Připomínám si k tomu citace z publikací o moudrech světa a pozitivním myšlení. Jde to, hlavně když je čemu se zasmát.

Onehdy jsem pekla kachnu, která ještě za syrova skýtala nespočet podnětů chuti a gurmánských iluzí. Když jsem posléze nahlédla do pekáče, dcera vedle mne pravila: to je urážka běžného spotřebitele. Měla pravdu, zdomácnělý pták, který byl ozdobou nedělního oběda českých rodin, byl tentokrát předurčen snad jen k výrobě domácí paštiky, protože to jediné se z kůže a tuku dá připravit, a jídelníček k tvrdé práci na zahradě nám tu energetickou hodnotu snad odpustí. Kachna tentokrát nenovinářská chladne a já se probírám mailovou korespondencí. Fialky odkvetly a já mám hlad. Na divy všedního dne se dívám s láskou a porozuměním...

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Pro muže **exkluzivní novinka** plná vůní

Značka Ermenegildo Zegna rozšiřuje portfolio luxusních produktů o kolekci Essence Grooming, která zahrnuje hydratační balzám, peelingové tělové mýdlo a vonnou svíčku. Každý z produktů je okoušen exkluzivní vůní Zegna Italian Bergamont, v níž dominují akordy neroli, rozmarýnu, vetiveru a kalábrijského bergamontu. Vše úhledně uzavřené v černých obalech, z nichž vyzáruje čistý design, promyšlený minimalismus dotvářející jedinečnost stylu značky Ermenegildo Zegna. (tz)



Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, duben 2015

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: Eva Brixí, e-mail: brixí@iprosperrita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperrita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Nejrizikovější podnikání u nás: obchod, pohostinství, doprava a stavebnictví

K nejrizikovějším oborům podnikání v ČR patří obchod, pohostinství, doprava a stavebnictví. Nejstabilnější a nejméně rizikové je podnikání v oblasti zdravotní péče, výroby elektřiny, vzdělávání, nemovitosti a zemědělství. Analýzu rozložení rizikovosti a stability firem v jednotlivých sektorech podnikání v ČR a na Slovensku zveřejnila v dubnu poradenská společnost Bisnode. Výsledky vycházejí z metodiky skóringového modelu Bisnode, jehož cílem je odhadnout riziko úpadku firmy v následujících dvanácti měsících. Detailní analýza ukázala, že zvýšeným rizikem krachu je ohrožena každá třetí firma podnikající v oblasti obchodu, pohostinství a ubytování, každá čtvrtá firma z dopravy a každá pátá stavební firma. V těchto oborech působí největší podíl společností se skóringovým stupněm „rizikový“ (CCC, CC, C).

„Každý obor má svá specifika a důvody stojící v pozadí zvýšeného rizika. Investiční trojúhelník riziko–výnos–likvidita je platný i pro obory. Obchod je schopen poskytnout relativně vyšší výnos, avšak za cenu vyššího rizika, větší konkurence. Restaurace a ubytování je velmi závislé na cestovním ruchu a reflektuje aktuální i historický stav domácí a zahraniční ekonomiky. Dlouhodobě se potýká s problémy poptávky. V dopravě je extrémní konkurence a velmi vysoký tlak na efektivitu a produktivitu, čímž se část méně zdatných podnikatelů ocitá ve zvýšeném riziku. Stavebnictví je obecně známé zvýšeným rizikem projektů, které však nabízejí zajímavé zhodnocení, pokud se povedou. Nicméně riziko oboru jasně ukazuje na náročnost podnikání v tomto oboru,“ komentoval výsledky analytik Bisnode Michal Řičař. K nejstabilnějším oborům činnosti v ČR, z pohledu největšího zastoupení firem se skóringovým stupněm „vynikající“ (AAA, AA, A), patří zdravotní a sociální péče, výroba elektřiny a vzdělávání. V těchto oblastech činnosti současně podniká velmi malý počet rizikových subjektů. „Zdravotní a sociální péče je méně rizikovým oborem proto, že existuje stálá poptávka po těchto službách – jde o základní a nevyhnutelnou potřebu občanů. Dále proto, že je na tento obor úzce napojen státní sektor přes VZP, a také proto, že v tomto oboru podnikají zpravidla erudovaní podnikatelé. Taktéž u vzdělávání můžeme nalézt podobné faktory, zejména nutnost užítí občanem. V neposlední řadě, výroba elektřiny je v podmínkách ČR tradičně velmi profitabilním oborem podnikání, jenž přináší svým investorům jednak značné zisky, jednak výsadní a stabilní postavení v ekonomice,“ uvedl dále Michal Řičař. (tz)

Rozložení rizikovosti a stability firem v jednotlivých oborech podnikání v ČR

NACE	vynikající (AAA, AA, A)	dobré (BBB, BB, B)	rizikové (CCC, CC, C)
Zemědělství, lesnictví, rybářství	56,0 %	35,6 %	8,4 %
Těžba a dobývání	42,3 %	42,7 %	15,0 %
Zpracovatelský průmysl	38,6 %	44,7 %	16,7 %
Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu	74,5 %	24,0 %	1,5 %
Zásobování vodou, čin. související s odpad. vodami, odpady a sanacemi	37,9 %	42,4 %	19,7 %
Stavebnictví	33,1 %	46,3 %	20,6 %
Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel	26,2 %	43,4 %	30,4 %
Doprava a skladování	39,0 %	35,7 %	25,2 %
Ubytování, stravování a pohostinství	35,3 %	35,3 %	29,4 %
Informační a komunikační činnosti	47,0 %	45,2 %	7,8 %
Činnosti v oblasti nemovitosti	61,1 %	32,6 %	6,4 %
Profesní, vědecké a tech. činnosti	45,4 %	45,7 %	8,9 %
Administrativní a podpůrné činnosti	36,0 %	51,6 %	12,5 %
Vzdělávání	67,0 %	32,3 %	0,8 %
Zdravotní a sociální péče	81,8 %	17,8 %	0,4 %
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	44,1 %	51,5 %	4,4 %
Ostatní činnosti	45,3 %	50,3 %	4,5 %

Čeho by se měly české firmy bát nejvíce? Nejen škod z přerušení provozu

Čtvrtý ročník Allianz Barometru rizik odhalil největší podnikatelská rizika pro letošní rok. Pro střední Evropu jsou jimi podle více než 500 odborníků na podnikatelské pojištění ve 47 zemích stejně jako loni přerušeni provozu a dodavatelského řetězce, přírodní katastrofy, a na třetím místě požár či výbuch. Studie upozorňuje na to, že ačkoli mnoha hrozbám lze předejít, na některé z nich firmy nepamatují – v Česku se to týká hned té nejnebezpečnější kategorie: škod z přerušeni provozu.

„Mnoho českých firem škody plynoucí z přerušeni provozu stále podceňuje. Soustřeďují se na ochranu majetku jako takového, přitom třeba kvůli výpadku výroby například po požáru často hrozí násobně vyšší finanční ztráty, než jsou náklady na nové postavení vyhořelé

výrobní haly,“ komentoval výsledky studie Václav Bohdanecký, odpovědný v Allianz pojišťovně za zajištění. Například na třech největších škodách, se kterými se Allianz pojišťovna setkala v roce 2014, měly drtivý podíl právě ztráty vzniklé v důsledku přerušeni provozu firmy. Vždy šlo o stamiliony korun. Přerušeni provozu a dodavatelského řetězce zaujímá nejvyšší příčku i celosvětově, stejná je také celá první pětice hrozeb. Za čtvrtý nejrizikovější faktor pro business vyhodnotili odborníci legislativní a regulatorní změny a jejich vliv na podnikatele, kteří svou obchodní strategii vytvářeli za jiných podmínek. Oproti loňsku také jak v Česku, tak ve světě, vzrostlo riziko „kyberzločinu, poruchy informačních technologií, špionáže a úniku dat“, jež se umístilo na páté příčce.

Podle Allianz Barometru rizik 2015 platí, že pro strojírenství a stavebnictví jsou největší hrozbou

přírodní katastrofy jako například povodně nebo zemetřesení, oproti tomu přerušeni provozu a dodavatelského řetězce představuje problém hlavně pro velkovýrobce – ačkoli za jedno ze tří největších rizik ho označilo 46 % respondentů bez ohledu na odvětví podnikání. Legislativní a regulatorní změny pak zůstávají největším strašákem pro finanční sektor, vyplývá z výsledků studie.

(tz)



Kreaba SXC

ČSOB Pojišťovna má havarijní pojištění dronů

Ještě před dvěma až třemi lety jich „pracovalo“ v České republice jen několik kusů, dnes už jich je registrováno v evidenci Úřadu pro civilní letectví téměř 70. Řeč je o bezpilotních letadlech neboli dronech, které se stávají stále oblíbenějším nástrojem při mapování těžko dostupných terénů, při bezpečnostním monitorování rozsáhlých areálů či při komerčním filmování. A jako takové musí mít tzv. povinné ručení, stejně jako například automobily.

To už některé pojišťovny v ČR nabízejí, ČSOB Pojišťovna je však první, která nabízí i havarijní pojištění těchto strojů.

„Jde o dynamicky se rozvíjející odvětví. Trh dosud nabízí pouze pojištění odpovědnosti

z provozu. My chceme tuto nabídku doplnit o havarijní pojištění, což otevře cestu nejen k snadnějšímu financování dronů prostřednictvím leasingových společností, které tím budou mít ošetřenou svoji investici, ale i k dalšímu rozvoji v této oblasti,“ uvedl Pavel Kaplan, produktový manažer ČSOB Pojišťovny.



Foto MergueFile

Havarijní pojištění pro drony se vztahuje i na jejich vybavení. „Jde o takzvanou mimořádnou výbavu, kterou jsou různá čidla, fotoaparáty nebo kamery – od běžných typů až po ty s termovizí. Vše je pojištěno jak proti nahodilým událostem během letu, tak proti krádeži či živelným událostem během nečinnosti dronu při uskladnění nebo přepravě,“ vysvětlil Pavel Kaplan s tím, že zákonné pojištění odpovědnosti tzv. „povinné ručení“, kryje pouze škody způsobené při provozu dronu třetím osobám. Pojištění odpovědnosti přijde ročně podle maximální vzletové hmotnosti dronu na částku od zhruba 9000 Kč. U havarijního pojištění záleží nejen na typu dronu, ale také na hodnotě jeho mimořádné výbavy (kamera, fotoaparát a další různorodá zařízení). Cena se zde tedy určuje individuálně.

(tz)

ČPP startuje jarní kampaň se zajímavou nabídkou na cesty

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group odstartovala jarní kampaň na podporu prodeje pojištění. Motto kampaně zní: Vracíme věci do pořádku už 20 let. Slavte s námi a získajte cestovní pojištění zdarma.

„Kampaní chceme připomenout široké veřejnosti, že ČPP letos působí na trhu již 20 let. Klienti, kteří si u ČPP sjednají smlouvu životního nebo neživotního pojištění, získají speciální dárek v podobě cestovního pojištění pro

rodinu na 20 dní zdarma,“ uvedl Igor Rolínek, vedoucí úseku marketingu. „Nabídku cestovního pojištění ČPP promovala už v roce 2012, z hlediska ohlasu se jednalo o nejuspěšnější kampaň posledních let. Proto jsme využili tento typ pojištění také pro nabídku benefitu v rámci letošní jarní kampaně,“ doplnil Igor Rolínek.

Ke svému výročí natočila ČPP spot, který je ve svém zpracování trochu netradiční. Příběh Pata a Mata tentokrát začíná v okamžiku, kdy několik nehod a karambolů končí utopeným autem. Následně v rychlém tempu sledujeme

pozpátku vše, co oba kutilové během krátké chvílky dokázali svou nešikovností způsobit. Spot doprovází klasická znělka a příběh končí šťastně díky ČPP, která pomáhá svým klientům a vrací věci do pořádku již 20 let. Spot bude k vidění na televizních kanálech společností Nova Group, Prima Group a TV Barrandov. Dále se TV spot objeví na obrazovkách městských úřadů, dopravních inspektorátů, monitorů BUS TV v MHD a nemocnicích. Kampaň bude vidět také na billboardech a velkoformátových plochách po celé ČR i v tisku nebo teploměrech čerpacích stanic.

(tz)

Farmet®



Být mezi pěti nejlepšími v rámci oboru v Evropě, aktivně pracovat se zákazníky, nalézat chytrá konstrukční a jedinečná řešení, využívat moderní materiály a technologie, vytvářet podmínky pro motivovaný a nadšený tým zaměstnanců – tak by se dala charakterizovat společnost Farmet a. s. z České Skalice.

Farmet a. s. se zabývá:

- vývojem, výrobou a prodejem vysoce kvalitních a produktivních zemědělských strojů na zpracování půdy a setí
- vývojem, výrobou a dodávkami technologických celků na lisování olejnatých semen, extrudérů na výrobu krmiv hospodářských zvířat



Farmet a.s. je bezesporu významným zaměstnavatelem Královéhradeckého regionu. Za 23 let trpělivého postupného zlepšování a investování se firma rozrostla na prosperující společnost s více jak 250 zaměstnanci a ročními tržbami přes půl miliardy korun. Díky podpoře dotačních projektů společnost v poslední době realizovala značný posun v oblasti inovací, vývoje, vlastního výzkumu, zpracování dlouhodobých projektů a patentovaných řešení.

Systematicky podporujeme technické vzdělávání, spolupracujeme s technickými školami, nabízíme možnost odborných praxí, stáží, poskytujeme odbornou pomoc při zpracování bakalářských a diplomových prací, umožňujeme exkurze v prostorách společnosti.

Jednou z podpůrných akcí je firemní den Farmet spojený s praktickým předvedením celého sortimentu a exkurzí ve výrobním závodě, který se uskuteční dne 29. 4. 2015.

V rámci této akce, pod záštitou Zemědělského svazu ČR, jsme se přihlásili k projektu Zemědělství žije s cílem zvýšit povědomí o atraktivitě zemědělství, zejména u žáků základních a středních škol, a také u těch nejmenších, dětí z mateřských škol, proto jsme s pozvánkou nezapomněli ani na ně.

více informací o společnosti na www.farmet.cz

