

únor 2017

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Martin Kortus

Josef Moravec

Miroslav Culka

Jaroslava Rezlerová

Petr Paksi

Jan Gonda

Marco Venturini



Martin Kortus

Doporučuji zapojit
zdravý rozum

rozhovor na stranách 2–3

Doporučuji zapojit **zdravý rozum**



Martin Kortus

Bageterie Boulevard je pro mne tak trochu posvátným občerstvovacím místem. Historický odkaz k tisku, byť zejména bulvárnímu, napovídá, že novinář, který má vztah ke svému řemeslu, nemůže než tento český koncept nevnímat. Restaurace rychlého občerstvení vlastní dnes franchisové pobočky nejen v České republice, ale rovněž v zahraničí. Základ strategie je v zpracování čerstvých surovin nejvyšší jakosti a originálních recepturách. Jsou to restaurace pro zaneprázdněného městského člověka, který přestože spěchá, nehodlá dělat kompromisy a chce jíst kvalitně.

Na půdě zrekonstruované bageterie v Praze na Národní třídě jsem měla možnost setkat se tváří v tvář také s ikonou kuchařského světa Martinem Kortusem. Překvapil mne. Nedělal marketingovou show. Mluvil k věci, stručně, jasně, zasvěceně a přátelsky. Snažila jsem se poslouchat, zapisovat si, ale několik komentářů jsem prostě nezachytila. Nejen proto, že moje tužka byla pomalejší než tok myšlenek Martina Kortuse, vznikl tento rozhovor:

Pro Bageterii Boulevard jste společně s odborníky značky a jako šéfkuchař projektu Laboratorio vytvořil zimní Chef Menu, na němž si od 5. ledna pochutnávají nejen zvědavci, ale také milovníci novinek a svým způsobem i vyznavači zdravé výživy. V čem je princip?

Nová nabídka je inspirována alpskou kuchyní z oblasti italského Trentina. Snažili jsme se propojit prvky moderní gastronomie s tradičními chutěmi této horské oblasti. A myslím, že jsme

se docela trefili, i když jsme časovali pokrmy se značným předstihem. Letos však i v České republice hodně mrzne, takže se horská kuchyně určitě dá využít jak v naší metropoli, tak všude tam, kde má Bageterie Boulevard své pobočky. Hlad zaženete vydatnými bagetami s pečeným vepřovým bokem nebo kachními prsíčky, můžete si však dát také dietní alternativu pojmenovanou Fit Calories, která představila například ořechový chleba z vlastní pekárny bageterií. Snažili jsme se o nabídku jak pro ty, kteří se potřebují opravdu pořádně nasytit, tak pro ty, kteří spíše hledají jídelníček, na jehož základě neporuší návyky vedoucí ke spokojenosti po tučných vánočních svátcích.

Čím byste mne zlákal?

Pozváním k dobré náladě. Tedy třeba na chutný oběd nebo svačinu. Na zimní polévku Krém Verdura, což je výrobek z pečené kořenové zeleniny s tymiánem zjemněný smetanou a podávaný s kousky kaštanů a osmaženou cibul-

kou. Ta zahřeje i zasytí každou promrzlou duši. K tomu bych přidal Pork Belly s vepřovým bokem pečeným ve sladkoslané krustě se sýrem čedar s majonézou s konfitovaným česnekem. Nebo bych doporučil druhou možnost, bagetu Kachní prsa D'Arancia, což jsou kachní prsa s dijonskou majonézou, rukolou a dressingem z kandované pomerančové kůry.

Což o to, ráda ochutnám, ale na druhé straně mi vůbec nevádí, když mne takové dobroty míjí a jako oběd mi poslouží zeleninový salát, jako svačina koktejl z listové zeleniny. Pořád mám co shazovat...

Pozvání se přece neodmítá. Co třeba jiná volba. Mohu vás inspirovat řadou Fit Calories. Na složení menu dohlížela stejně jako v prvním případě výživová poradkyně Bageterie Boulevard Iva Veselá, ta dbá na zásady zdravé výživy. Ochutnávku nemusí stíhat výčitky svědomí. Právě z této řady si můžete zvolit bez obav, pokud hubnete, začínáte s dietou a jste rozhodnutá neustoupit ani o píď. Takže: arktický siven, to je salát z lososovité ryby arktického sivena, jablek a řápkatého celeru prokládaný okurkou a salátem little gem zabalený v rozpečené tortille. Určitě zkuste i ořechový chléb s cizrnovou pastou, marinovanou červenou řepou, mungo výhonky, baby špenátem a balzamickou redukcí.

Mám hlad, to je pravda, a chuť ještě větší. Nahráváte mi, okusila bych nejraději všechno a hned, jenže moje dosavadní znalosti i praktické zkušenosti z vlastní cesty stravování vnášejí do mé hlavy chaos. Co je vlastně zdravé a co ne? Jak jíst? Ublíží nám více sádlo a škvarky, nebo bezhlavě popijeme smoothie? Má vůbec v té záplavě informací o zdravé a nezdravé kuchyni smysl o takových věcech s diskutovat?

Řekl bych, že ano, určitě. Naše názory mění nové poznatky o výživě, své k tomu všemu přidává jiný životní styl, než měli naši předci, zdvižený prst je sedavý způsob práce, který s námi dělá divy. Technika a technologie se rozvíjejí překotným směrem a člověk leniví. To ovlivňu-



je jeho zdravotní stav. Z druhé strany slyšíme, že když to a to jedli naši dědové, a nic jim nebylo, je to dobré i pro nás. Vyznat se v tom, co a za jakých okolností konzumovat, je na jedné straně naprosto jednoduché, na straně druhé více než složité. Mnozí z toho mají v hlavě zmatek. Nedivím se. Osobně doporučuji zapojit zdravý rozum a jídlo nepovažovat jen za to, co člověku zahání hlad.

Co poradíte?

Nebát se zkoušet novinky. Česká populace je ve stravování poměrně konzervativní. Do nových receptů a zážitků ze stolování se lidem moc nechce. Vepřo knedlo zelo, svíčková, řízky, omáčky, tučné dorty, polévky s jíškou, hojnost pečiva, to jsou stálice, které jen tak z nebe českého gastra nezmizí. Neříkám, že to není dobré jídlo, potěšit se jím člověk může, a tradice je tradice. Ale i tak bychom se měli všichni více zaměřit na zeleninu, na nové kombinace a ochutnat i to, o čem spíš pochybujeme.

Není to generační záležitost?

Do jisté míry ano. Mladší lidé, třeba i tím, že více cestují než jejich rodiče, snáze pronikají k nejrozmanitějším trendům stravování v zahraničí, ochutnávají nejrůznější světové kuchyně. Seznamují se servírováním zeleniny v netušných podobách. Je to jedna z možností, jak si uvědomit, že jídelníček se dá poskládat i jinak než typicky česky.

Vy jste vlastně také docela světoběžník a vaše jméno není ve světě gastronomie neznámé...

Zní to pěkně, ale dá se to tak říci. Zhruba dvacet let jsem pobýval v USA v New Yorku a zde pracoval v různých restauracích. Ještě před tím jsem vystudoval francouzský kulinářský institut. Měl jsem tu čest poznat řadu odborníků a hodně se naučit.

Jak se prezentujete v České republice?

Působím jako privátní kuchař, gastronomicky poradce, ale hlavně mne najdete v pozici šéfkuchaře vyhlášené školy vaření Laboratorio. Věnuji se zde úplným začátečníkům i těm zkušenějším kuchařům.



Kam vás dovedly zkušenosti a jak jste je zúročil právě ve spolupráce s Bageterií Boulevard?

Držím se zásady: V jednoduchosti je síla. S tím jsem se ujal i sestavení nového menu pro Boulevard. Ta síla má navíc v tomto případě dvojitý rozměr: Jednak vás toto jídlo dokáže plnohodnotně nasytit, na straně druhé vyniká i jeho složení a příprava některých surovin. Chtěl jsem poukázat na to, že pokud nemáte zrovna čas se naobědvat v klidu v restauraci, doma nebo v práci, lze využít i tento typ podniků, kde se dnes dá najíst na velmi dobré úrovni. Byl bych proto rád, kdyby námi navržené menu oslovilo co nejvíce strávníků a dali nám za pravdu. To by pro mne bylo největším poděkováním, uspokojením i radostí.

Není někdy lepší než myslet na šílené diety a shazování kil rozumně se najíst a být spokojený, než se stresovat z toho, co mluví a co nikoli?

Dnes je už prokázáno, že diety nefungují, a že ti, kteří je absolvují a zhubnou, stejně se po určité době vrátí do svého původního režimu. A kila zase vyletí nahoru. Myslím si, že člověk by měl jíst všechno. Udržet si správnou hmotnost je o velikosti porcí a životním stylu. Pokud do postele jdete jako kulička, prostě najezená k prasknutí, asi dolů s váhou nepůjdete. Vyplácí se bohatě posnídat, pak si dát lehčí svačinku, třeba ovoce, patřičně poobědvat, nespěchat, odpoledne zase myslet na přiměřenou svačinu a večeřet kolem 18. až 19. hodiny, v rozumnou dobu. Celé to je o sebeohleduplnosti.

Proč ženy stále milují cukrárny a muži ovárek, ze kterého se kouří?

Češi to prostě takhle mají nastaveno. Ženy touží po dortíku, chlapi jdou na ovárek a pivo. Nakonec, proč ne, čas od času... Podstatné však je nevyčítat si to, pokud člověk mlsá, ane-

bo se nají nadměru. Naopak by si to měl užít, radovat se z chutného či výjimečného jídla. Ne se peskovat, že hřešil. To organizmus nemá rád. Když si dáte něco vydatnějšího, vyrovnáte to třeba v ten den už jen symbolickou večeří. I to je řešení. Souvisí to svým způsobem i s vaší předchozí otázkou. Odpověď tedy je: všeho s mírou a chytře!

Zajdete někdy sám od sebe do Boulevardu a dáte si bagetu, jejíž recepturu jste vytvořil?

Ano, určitě! Bydlím v Praze na Letné, do jedné z bageterií této značky to mám kousek. Vlastně tam chodí celá naše rodina, nyní si může objednat „moje“ menu, a já taky. Není to samozřejmě stravování na každý den, ale jako jistá alternativa, když má člověk naspěch, to funguje. Bageterie Boulevard navíc skutečně vystupuje z obvyklého pojetí fast foodu, chce dělat věci jinak, odlišit se, koncept vychází z využívání čerstvých surovin a míří k tomu, co je pro člověka zdravé. Má také své jisté technologické know-how, doma třeba nikdy neuděláte tak křupavé bagety. Suroviny zde používané jsou čisté, neobsahují barviva, cizorodé látky. Chodím sem rád i proto, že se tu dobře stoluje, je zde útulno. Sám jsem byl docela šokovaný, když jsem letenskou bageterii navštívil poprvé – bylo tu plno. A tak je tomu kdykoli, když sem vstoupím. O něčem to vypovídá. Nabídka je přizpůsobena celospolečenské poptávce, aniž by se podobala něčím, co je v rozporu s vyváženým jídelníčkem.

Když byste dostal nabídku účastnit se dalšího projektu Bageterie Boulevard, přijal byste?

Přijal. Byl bych potěšen a rád bych si to zopakoval. Spolupracovalo se mi skutečně výborně, všechny nás to bavilo. Věřím, že výsledek našeho snažení bude mít odezvu, že hostům bude chutnat.

ptala se Eva Brixl

Češi v kancelářích: bojují s únavou, prim hraje příjemná teplota

Ideální teplota, technická vybavenost, kvalitní židle, dostatek světla a klid na práci jsou nejdůležitější podmínky pro příjemný život v kanceláři. To vyplývá z průzkumu výrobce osvětlení HALLA a výzkumné agentury IPSOS Češi a světlo v kanceláři, který proběhl mezi více než 500 zaměstnanci a 200 manažery. Výsledky dále uvádějí, že přes 98 % zaměstnanců občas pocituje v práci únavu.

Nejen výše platu, ale i mezilidské vztahy či celkové prostředí jsou nesporně důležitými faktory k tomu, aby se zaměstnanci cítili dobře na svých pracovištích i s ohledem na to, že skoro polovina dotázaných (46 %) uvedla, že tráví v kanceláři více než sedm hodin denně.

Preference zaměstnanců

Z průzkumu dále vyplývá, že na prvním místě zaměstnanci oceňují především příjemnou teplotu (55 %) na pracovišti, dále pak funkční techniku, jako počítače či mobilní telefony (52 %), kvalitní židle (48 %), a v neposlední řadě dostatek světla (35 %) a klid na práci. Až za touto pětkou se umístila možnost občerstvení, soukromí či dostatek úložného prostoru.

„Výsledky výzkumu jsou pro nás v mnoha ohledech zajímavé. Více než čtvrtina respondentů odpověděla, že se v práci velmi často cítí unavení. Naopak téměř nikdy necítí únavu pouze necelá 2 % respondentů,“ uvedl Daniel Černý, předseda představenstva společnosti HALLA a dále pokračoval: „Nejčastěji se přitom cítí unavení zaměstnanci,

kteří nemají v kanceláři dostatek přirozeného světla. To potvrzuje narůstající poptávku firem po osvětlení reagujícím na změnu teploty chromatičnosti a intenzity denního světla, což moderní technologie na principu Human Centric Lighting umožňují.“

Posvíťme si na světlo

Čtvrtina lidí v kancelářích potvrdila, že nemá během dne dostatek přirozeného světla z venku a umělým osvětlením, ať už stropním, nebo stolním světlem, si už během dne, než se setmí, přisvětluje dokonce v 7 z 10 kanceláří. Dostatek světla je nejméně důležité pro mladé lidi ve věku 18–26 let. Jen 28 % z nich je označilo jako důležité. Více se zajímají o občerstvení, které upřednostňuje 40 % dotázaných. „Zvláště mladí lidé bohužel přistupují ke svému zdraví lehkovážněji. Přitom kvalitní náby-



tek a dostatek světla jsou investicemi, které se jim v pozdějším věku několikanásobně vrátí,“ řekl Daniel Černý. Jeho slova potvrdila i Jana Hradecká, zakladatelka interiérového studia a školy Intermezzo: „To, že barva, teplota a intenzita světla zásadně

ovlivňují lidské funkce, je známá věc. Proto bychom měli při výběru osvětlení myslet především na svůj přirozený biorytmus a na atmosféru, kterou svitem chceme navodit. Mnoho lidí se domnívá, že stačí, když v kanceláři vidí na obrazovku počítače, ve skutečnosti je silný kontrast rozzážené obrazovky a přítomnosti v okolí velmi náročný a pro oči velmi vyčerpávající.“ Rovněž vysvětlila: „Světlo by mělo působit naprosto přirozeně, nemělo by být moc ostré, ale ani by interiér neměl být příliš podsvícen. Kromě kvalitního osvětlení doporučují také investovat do dobré polohovatelné židle a stolu se správnou výškou a dostatkem úložných prostor.“

A co na to zaměstnavatelé?

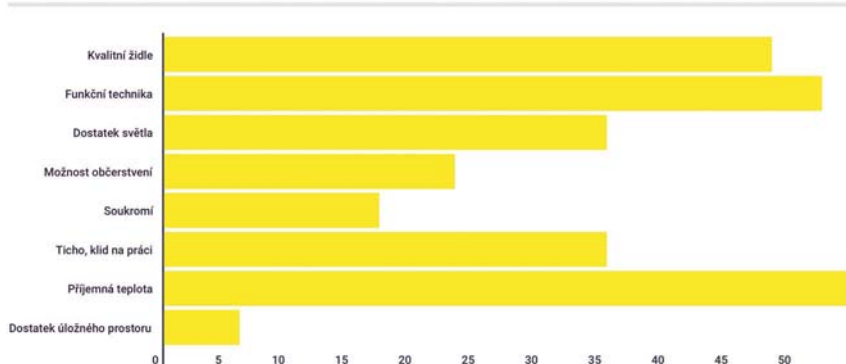
Každý manažer uznává, že prostředí, ve kterém lidé pracují, má vliv na jejich pracovní výkon a efektivitu. Dostatek světla je potom pro zaměstnavatele obdobně důležitý jako pro jejich zaměstnance, a to v 35 % případů. Nejvíce manažerů (70 %) si myslí, že pro jejich zaměstnance je nejdůležitější právě funkční technika.

Světová úroveň

Společnost byla založena v roce 1992 Jiřím Jelínkem a Karlem Květoněm. Z výrobce halogenových lamp se pracovalo na předního českého výrobce designového osvětlení technického rázu. Spolupráce s talentovanými českými i zahraničními designéry navíc přinesla uznání na světové úrovni. O kvalitě svítidel HALLA svědčí získané ceny Red Dot Design Award, German Design Award, iF Design Award, Lighting Design Awards a další. V současnosti stojí v čele společnosti předseda představenstva Daniel Černý. (tz)

www.halla.cz

Co je v kanceláři nejdůležitější k tomu, aby se vám dobře pracovalo?



ČEŠI A SVĚTLO V KANCELÁŘI



25 %

Počet zaměstnanců, kteří nemají v kanceláři během dne dostatek přirozeného světla.



70 %

Tolik lidí si během dne přisvětluje stropním či stolním osvětlením.



98 % zaměstnanců občas pocituje v práci únavu. Z toho 26 % velmi často.

Nejčastěji se přitom cítí unavení zaměstnanci, kteří nemají v kanceláři dostatek přirozeného světla.

Nezkreslený pohled na svět

Věděli jste, že za často nevysvětlitelnou únavou se může skrývat oční vada? Většina lidí považuje za normu kvalitu ostrosti zraku totiž to, na co jsou zvyklí, a nemá ani tušení, že je to omyl, který může vést k nesoustředěnosti, chybování i podrážděnosti, jež často správně nevyhodnotí jako důsledek zrakové zátěže. Vysoká zraková náročnost jako dopad každé neřešené oční vady tak zhoršuje kvalitu života.



foto Pixabay

Toto riziko se týká významné části obyvatelstva, jak vyplývá z průzkumů, které ukazují, že v současné populaci lidí produktivního věku trpí asi 65 % větší či menší zrakovou vadou. Proto by měli používat brýle nebo kontaktní čočky vyrobené na míru na základě nejnovějších vyšetřovacích možností i výrobních technologií. Tyto parametry dokáže splnit jen několik málo optik. Jednou z nich je i specializované pracoviště Oční optik Žilka, které poskytuje periodické a odborné služby v péči o zrak. Celoživotní kompletní péče o zrak a s ní související nabídka profesionálních služeb poskytovaných vysokoškolsky vzdělanými optometry, to je filozofie značky Oční optik Žilka. Její majitel, Blahoslav Žilka, díky využívání

kombinace znalostí fyziognomie, image, řemesla a neustálého vzdělávání může zákazníkům nabídnout plnohodnotný a ucelený systém péče, který pomáhá řešit příslušné vady zraku. Od počáteční refrakční diagnostiky na přístroji renomované firmy Carl Zeiss až po výrobu brýlových čoček vsazených do obrub z kolekce předních světových značek. Pouze přesná měření a posuzování jednotlivých výstupů z nich umožňují spontánní a pohodlné vidění na všechny vzdálenosti. Základem dobrého vidění je intenzivní a komplexní vyšetření zrakových funkcí prováděné optometristou, jenž na základě měření odborně diagnostikuje zrakové potíže a doporučí nejefektivnější řešení, navrhne vhodné brýle ne-

bo kontaktní čočky, naučí klienta danou korekční pomůcku správně používat a případně určí další postup. Jako zkušený odborník vidí Blahoslav Žilka problémy, které tento obor zatěžují: „Je zarážející, že v některých očních optikách jsou zaměstnaní prodavači bez patřičného odborného vzdělání. Optometrista je podle platné legislativy vysokoškolsky vzdělaný specialista v oboru oční optiky a optometrie. Je oprávněn vyšetřovat zrakové vady, aplikovat kontaktní čočky, provádět preventivní péči o zrakové vady a samozřejmě poskytovat odborné poradenství. Ke své činnosti musí být akreditován ministerstvem zdravotnictví.“ (tz)

optik-zilka.cz

INZERCE



Univerzita
Jana Amose Komenského Praha

www.ujak.cz

UJAK žije - přidejte se k nám!

Navštivte nás na dnech otevřených dveří
8. března 2017.

PŘIPRAVUJEME
NOVÉ
OBORY!



Ryze česká, bez zahraničního kapitálu, pro náš klid a bezpečí



Pro laika je někdy těžké vyznat se ve slovníčku pojišťoven. Dnes nejen sofistikované názvosloví, ale i obsah jednotlivých produktů vyžadují dobrou koncentraci proto, aby se daný subjekt dobře

rozhodl a uzavřel takovou smlouvu, která mu dá záruku jistoty pro případ, kdyby... Hasičská vzájemná pojišťovna je pamětníkům dobře známá na základě historie, kterou má za sebou, současníkům však také – je to jediná česká komerční pojišťovna s českým kapitálem. V podobě, do jaké se dnes vyprofilovala, je na našem trhu 25. rokem. Loni ještě výrazněji než kdy dříve zacílila na podnikatelskou klientelu. I to byl důvod k otázkám, na které odpovídal Ing. Josef Moravec, ředitel odboru tvorby pojistných produktů:



Ing. Josef Moravec

Jaký produkt byl v loňském roce nejuspěšnější? Oč měli vaši klienti největší zájem?

Hasičská vzájemná pojišťovna má široké portfolio pojistných produktů a můžeme říci, že v roce 2016 se nejlépe dařilo podnikatelskému pojištění a povinnému ručení. Co se týká podnikatelského pojištění, prošlo v loňském roce proměnou a byl vytvořen i zcela nový produkt. Veškeré inovace v produktové oblasti byly podpořeny i marketingově. Povinné ručení vždy bylo důležitým pojistným produktem naší pojišťovny, jde o produkt, který následně

umožňuje propojení klientů v oblasti majetkových a odpovědnostních pojištění v malých městech a na venkově.

A jak se zapsala do povědomí novinka, pojištění Fortel? Z jakých oborů byla nejvyšší odezva?

Vzhledem k tomu, že jde o nový produkt, neumíme ještě přesně říci, který obor má nejvýraznější zastoupení, tuto situaci budeme moci vyhodnotit a kvantifikovat zpětně, nejdříve po roce, dle skutečných poznatků. Produkt je ale

primárně určen pro drobné podnikatele a živnostníky. Snad lze zatím říci, že velmi zajímavé je pro klienta v rámci FORTELU pojištění odpovědnosti za škodu.

Dobře jste zapsaní v regionech, lépe řečeno v obcích. Co všechno dokážete pojistit?

V podstatě dokážeme pokrýt veškerou pojistnou potřebu v oblasti pojištění majetku a odpovědnosti jak obcí, tak i organizací zřizovaných obcemi. V případě, že majetek obce zahrnuje např. lesní porost, dokážeme i zde nabídnout kvalitní pojištění. V obcích se nám dlouhodobě daří i díky spolupráci se sbory dobrovolných hasičů.

Liší se od sebe v principu pojištění obce a většího města?

Z pojistné technického hlediska, tedy z pohledu rozsahu pojistného krytí, v podstatě rozdíl není. Rozdíly jsou v nasmlouvaných pojistných částkách, limitech plnění, případně ve výši spoluúčasti. U větších měst se ale setkáváme častěji s konkurenčními nabídkami ostatních pojišťoven, a také zadávací dokumentace v případě výběrových řízení obsahuje mnohdy velmi specifické požadavky na pojištění. I v těchto případech je však Hasičská vzájemná pojišťovna schopna zadavateli vyhovět a vypracovat konkurenceschopnou nabídku.

Lze ještě přemýšlet o nějakém speciálním pojištění pro ženy, které by chtěly podnikat, drobné živnostnice, maminky na mateřské dovolené, babičky? Mnohé z nich mají ještě stále své nesplněné sny...

O specializovaném pojištění pro ženy podnikatelky neuvažujeme. Myslíme si, že naše stávající pojištění pokryjí potřeby podnikatelů bez rozdílu pohlaví, národnosti i barvy pleti. Navíc je to v našem právním prostředí nepřijatelné. Vzpomeňme na životní pojištění, kde úmrtnostní tabulky dlouhodobě hovoří ve prospěch žen, a přesto i zde je rozdílný přístup podle pohlaví nepřipustný.

Bohatou škálu pojištění skýtá skupina produktů nazvaná Pojištění organizací, například pojištění dobrovolných hasičů, myslivců, pojištění odpovědnosti charitativních a sociálních organizací. Spadá sem také pojištění odpovědnosti nadací? Mohou se vůbec pojistit?

Samozřejmě i nadace odpovídají za újmou, kterou způsobí jinému, a takového riziko umí Ha-

KOMPLEXNÍ POJIŠTĚNÍ OBČANŮ

Pojištění přesně takové, jaké je potřebujete mít

**RODINNÉ ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ**

Pojištění přesně takové, jaké je potřebujete mít

**pojištění podnikatelů FORTEL**

sičská vzájemná pojišťovna pojištit. Může jít o standardní pojištění odpovědnosti za újmu na zdraví, životě či škodu na věci, včetně následných finančních škod. Jsme samozřejmě připraveni v těchto případech vyjít klientovi vstříc a pojištit mu i jeho speciální požadavky, které mohou vyplývat z vlastního charakteru jeho nadační činnosti.

A co profesní uskupení, jako jsou svazy, sdružení, asociace, komory? Třeba Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, nebo Sdružení automobilového průmyslu, Hospodářská komora hlavního města Prahy? Mají nárok uzavřít nějaké pojištění?

Zajisté, i tato uskupení mohou/měly by uzavřít příslušné pojištění nejen na svůj majetek, ale i pojištění odpovědnosti za újmu, kterou mohou – jako každý jiný subjekt – způsobit. Hasičská vzájemná pojišťovna je i v těchto případech samozřejmě schopna připravit i těmto subjektům pojištění přesně na míru a podle jejich požadavků a potřeb.

V nabídce HVP je rovněž pojištění odpovědnosti zaměstnance. Co to v praxi znamená?

Pojištění odpovědnosti za újmu, kterou způsobí zaměstnanec zaměstnavateli, je jedním z nejrozšířenějších a nejdůležitějších pojištění vůbec. V tomto pojištění jsou kryty škody, které zaměstnanec způsobí při každodenní pracovní činnosti svému zaměstnavateli. Rozsah takovýchto škod a jejich pojištění po-

V podstatě dokážeme pokrýt veškerou pojistnou potřebu v oblasti pojištění majetku a odpovědnosti jak obcí, tak i organizací zřizovaných obcemi. V případě, že majetek obce zahrnuje např. lesní porost, dokážeme i zde nabídnout kvalitní pojištění. V obcích se nám dlouhodobě daří i díky spolupráci se sbory dobrovolných hasičů.

krývá širokou škálu možných nepříjemných událostí – od poškození vybavení kanceláře v částce jednotek tisíc až po např. poškození sofistikovaného pracovního stroje v částce dosahující statisíce.

Hasičská vzájemná pojišťovna oslaví 25. výročí na českém pojistném trhu. Co to pro ni znamená?

Rok 2017 je rokem, ve kterém Hasičská vzájemná pojišťovna oslaví 25 let trvání své no vodobné pojišťovací činnosti. Ačkoliv se od roku 1900, ve kterém byla pojišťovna založena, i od roku 1992, ve kterém byla obnovena, mnoho změnilo, něco se přeci jen nemění – stále jde o pojišťovnu ryze českou, bez zahraničního kapitálu a stále je naše pojišťovna patronem vašeho klidu a bezpečí. Věříme, že i následujících 25 let na trhu si udržíme svůj osvědčený standard a budeme stále rozšiřovat své služby ve prospěch svých spokojených klientů.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl ■■■
www.hvp.cz

Valentýnské oslavy plánuje až šest z deseti lidí

Svátek svatého Valentýna má své stále příznivce. Stejně jako loni ho i letos plánuje oslavit až 6 z 10 Čechů. Větší obliby se překvapivě dočkal u mužů, až dvě třetiny z nich ho letos chce slavit, zatímco k oslavám se chystá jen polovina žen. Ačkoliv průběh Valentýnského večera plánují partneři především společně (84 %), představy o jeho ideálním průběhu se přeci jen trochu liší. Muži i ženy se nejčastěji shodují na večeři i na společných chvílích v soukromí, pětina mužů by dále ráda pokračovala v oslavách v ložnici, zatímco tuto představu má jen 5 % žen. Naopak pětina žen by ráda jela na romantický zájezd. Průměrně se letos chystáme za oslavy utratit 1500 korun. Vyplývá to z každoročního průzkumu Equa bank.

Svátek svatého Valentýna se v Čechách již za bydlel a našel si své stále příznivce i odpůrce. Slavit ho letos bude až 60 % lidí, naopak za komerční, nečeský a nevhodný oslavy ho považuje pětina Čechů. Nejčastěji plánujeme svátek zamilovaných slavit s partnerem či partnerkou (90 %), ale zkrátka nepřijdou ani děti či další rodinní příslušníci, na které si například vzpomene pětina žen. Stranou na-

opak budou stát milenci i milenkyně, na ně si na Valentýna vzpomene jen 3 % Čechů. Pokud se k oslavám chystáme, plánujeme kromě romantické večeře, oslavy v soukromí či procházky, také svůj protějšek obdarovat. Muži nejčastěji koupí ženě květinu (63 %), sladkosti (29 %) nebo parfém (27 %). Ženy darují sladkosti (31 %) nebo parfém (24 %), třetina žen nedá svému protějšku dárek žádný. Téměř polovina dotazovaných také přiznala, že kdyby dostala od svého protějšku dražší dárek, než očekává, byla by šťastná. Pětina žen by na svého partnera byla v tomto případě dokonce pyšná. Naopak třetinu mužů by dražší dárek znepokojil. „Za valentýnské oslavy se letos chystáme utratit průměrně 1500 korun. A sedm z deseti žen také přiznává, že kdyby od partnera dostalo dražší dárek, než čeká, byly by šťastné, či dokonce



kresba Pixabay

na partnera pyšné. Řešením, jak ke štěstí ženě pomoci, by pro muže mohla být zlatá karta Equa bank, která nabízí až 30 % slevy u více než 10 000 obchodníků po celé ČR. V záloze mohou mít muži i kontokorent, který od ledna klientům nabízíme. A v neposlední řadě, každá desátá žena tvrdí, že zlatá karta přidává muži na atraktivitě,“ řekl Tomáš Veselý, ředitel depozitních produktů Equa bank. (tz)

Jak ušetřit za valentýnské oslavy

	cena bez Sphere	cena se Sphere	úspora
květiny	230 Kč	184 Kč	20 %
sladkosti	150 Kč	135 Kč	10 %
útrata v restauraci	750 Kč	600 Kč	20 %
parfém	1100 Kč	990 Kč	10 %
dvoudenní romantický pobyt na zámku	10 299 Kč	9270 Kč	10 %
celková úspora		1350 Kč	



Jak se zimní zahradou naložíte, záleží jen na vaší fantazii

Zimní zahrady již dávno neslouží pouze pro pěstování rostlin, ale jejich specifické prostředí se čím dál tím více stává přidanou hodnotou pro domácí wellness, herny, anebo i klasické obývací prostory. O zkušenostech se stavbou zimních zahrad i možnostech jejich využití jsme hovořili s Ing. Miroslavem Culkou, obchodním ředitelem společnosti DAFE-PLAST Jihlava, s.r.o., která se jejich výrobou zabývá.

Co byste poradil těm, kteří přemýšlejí, že by si pořídili zimní zahradu?

Hned na počátku by si měli ujasnit, k čemu vlastně zimní zahradu chtějí využívat. Zda celoročně jako další obytnou místnost domu, či pouze jako sezonní místnost, anebo například jenom jako prostor pro přezimování květin. Důležitou roli hraje také to, zda se zimní zahrada vytváří společně se stavbou rodinného domu, nebo je připojována k již stojící budově.



Ing. Miroslav Culka

Ideální je samozřejmě stavět zimní zahradu společně s domem. V takovém případě je zahrnuta do projektové dokumentace, díky čemuž je možné ji navrhnout tak, aby v ní byly vytvořeny ty nejlepší podmínky. Pokud se ale zimní zahrada připojuje k již stávajícímu domu, tak to často znamená hledání kompromisů, například v souvislosti s kotvením k domu nebo orientací ke světovým stranám. Pro zkušeného výrobce by však ani v tomto případě neměl být problém najít to nejschůdnější řešení.

Na koho se tedy obrátit, aby stavba zimní zahrady dopadla podle mých představ?

Určitě se obraťte na výrobce s dostatkem pozitivních referencí, jehož pracovníci by vám ve spolupráci s architekty měli navrhnout funkční, estetickou a cenově dostupnou zimní zahradu. Kvalitní výrobce by navíc měl být schopen vám již v základní nabídce zdarma vyhotovit jednoduchý 3D náhled. My pro tento účel máme například na svých webových stránkách jednoduchý konfigurátor, díky kterému si laik udělá rychlou představu o tom, jak jeho zimní zahrada může vypadat. To je takový ten první nejjednodušší krok.

Co vše by měla zimní zahrada splňovat, abychom v ní měli po celý rok příjemné prostředí?

Pokud chceme využívat zimní zahradu celoročně, je nutné především zajistit, aby v ní byl po celý rok příjemný tepelný komfort a nedocházelo v ní k nežádoucí kondenzaci vlhkosti. Pro to je zásadní zejména správné vytápění, zastínění a větrání. Ideální volbou pro vytápění je například podlahové vytápění, u kterého máme jistotu, že teplo bude distribuováno rovnoměrně.

ně, díky čemuž nedojde k nežádoucí kondenzaci vody. Vhodně zvolené zastínění v podobě screenových clon nebo předokenních rolet zase zabrání přehřívání interiéru, které může být problémem zejména v horkých letních měsících. Dostatečnou výměnu vzduchu pak zajistíme vhodným osazením otevíracích výplní nebo větracích mřížek. Pro úplně bezstarostný relax je případně možné zvolit systém automaticky řízeného větrání a zastínění. Takovýto systém je pak schopný řídit celé klima přesně podle potřeb uživatele zimní zahrady.

Jaké jsou nejčastější chyby, podle kterých se dá odhalit špatný projekt takové stavby?

Kvalitní projektant by se měl při přípravě projektu zimní zahrady vyvarovat zejména nesprávného použití plastových profilů, které jsou zcela nevhodné pro konstrukci střechy a nosné konstrukce. Zatímco například výplňové prvky do svislých částí zimní zahrady mohou být vyrobeny i z plastu, použití plastových profilů pro nosnou část zimní zahrady se z důvodu omezené statické únosnosti plastu nedoporučuje. Na materiálu pro stavbu zimní zahrady tedy rozhodně nešetřete. Ideální volbou může být například hliník, a to především pro jeho trvanlivost, nenáročnost na údržbu a pevnost.

A máte ještě nějaká další praktická doporučení pro přípravu a stavbu?

Pokud se chystáte připojit zimní zahradu až dodatečně k již stojícímu domu, rozhodně si

pohlíďte, aby v důsledku malé výšky u hřebene neměla zimní zahrada příliš nízký spád střechy. Než začnete stavět vlastní zimní zahradu, nezapomeňte také předpřipravit řádnou základovou desku, která by ideálně měla být armovaná a se základovým pásem s hydroizolací a tepelnou izolací v přední části. Pozornost věnujte rovněž výběru skel, u kterých jsou důležité zejména dobré tepelně-izolační vlastnosti. Pro tento účel jsou vhodná dvojskla či trojskla vyznačující se nízkou hodnotou součinitele prostupu tepla.

Dříve byly zimní zahrady víceméně určeny pro celoroční skleníkové pěstování rostlin. Dnes je ale jejich využití daleko širší...

Máte pravdu! Je to díky moderním materiálům. Konstruktivní řešení zimních zahrad jsou dnes již na takové úrovni, že umožňují připravit prostor, který svými vlastnostmi zcela odpovídá standardnímu interiérovému pokoji. Díky tomu se kromě rostlin může do zimní zahrady umístit například kulečnickový stůl, knihovna či piano, domácí wellness centrum s vířivkou a bazénem nebo zahrada využít jako prodloužení obývacího

pokoje. Záleží zkrátka jen na vaší fantazii, jak s prostorem zimní zahrady naložíte.

Myslím, že by se krásně hodily k využití v administrativních nebo kancelářských budovách. Jak se na to díváte?

Rozhodně tam patří! Stávají se v nich velmi osvěžujícím prvkem, který dovede vítaným způsobem „polidštit“ a zútulnit prostory, jež mnohdy působí příliš sterilním až chladným

dojemem. A podobně jako u rodinných domů mohou zimní zahrady i v těchto budovách nalézt širokou škálu nejrůznějších uplatnění a sloužit například jako oáza klidu pro zaměstnance v době přestávky, místo neformálního setkávání obchodních partnerů nebo třeba jako netradiční showroom. Navíc se skvěle doplňují s dalšími prosklenými prvky,

kteří jsou pro moderní architekturu těchto budov typické, takže mi přijde využití zimních zahrad v takových případech zcela logické.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer
www.dafe.cz



Digitalizace a robotizace znásobí potenciál tvořivosti



Mgr. Jaroslava Rezlerová

Víte, co je revoluce dovedností? Řekli byste, že lidé se brzy uplatní v pracovních pozicích, které dosud neexistují? Bojíte se, že vám „zaměstnání“ ukradnou roboti? Zřídka uplyne den, aniž bychom slyšeli zprávy o tom, jak digitalizace, umělá inteligence nebo virtuální realita ovlivňují pracovní prostředí. Napsalo se mnoho článků předpovídajících vznik více pracovních příležitostí, nástup jiných druhů pracovních pozic, ale také částečný nebo úplný zánik pracovních míst. Společnost ManpowerGroup prezentovala na Světovém ekonomickém fóru v Davosu výsledky svého nejnovějšího průzkumu Skills Revolution, v jehož rámci se ptala 18 000 zaměstnavatelů ve 43 zemích, jaký dopad bude mít automatizace na počet jejich zaměstnanců v příštích dvou letech, jaké pozice a činnosti budou nejvíce zasaženy a jakou strategii zvolí, aby si zajistili potřebné dovednosti související s technologickým pokrokem. O rozhovor na toto téma jsme požádali generální ředitelku ManpowerGroup Mgr. Jaroslavu Rezlerovou:

Nedostatek kvalifikovaných odborníků, ale nekvalifikovaných lidí, nutí zaměstnavatele hledat inovativní a dosud nepoužité prostředky, aby se s tímto fenoménem vyrovnali. Do jaké míry už dnes mohou nahradit pracovní sílu moderními technologiemi?

Více než 90 % zaměstnavatelů očekává, že jejich společnost bude v příštích dvou letech ovlivněna digitalizací a automatizací. Nebojíme se tvrdit, že jsme na počátku největší změny v požadavcích firem na své zaměstnance. Až 45 % každodenních pracovních činností, za které jsou dnes lidé placeni, by mohlo být automatizováno s aktuálně dostupnými technologiemi. Nové technologie mohou být drahé a vyžadují lidi se specifickými dovednostmi, takže zaměstnavatelé stále váhají, zda přijmout automatizaci a dát sbohem pracovníkům. Podle našeho průzkumu je v krátkodobém horizontu budoucnost práce pozitivní. Většina zaměstnavatelů předpokládá, že zavedení automatizace a digitalizace přinese v konečném důsledku nárůst zaměstnanosti. Na 83 % má v úmyslu zachovat nebo zvýšit počet zaměstnanců a zvyšovat jejich kvalifikaci v příštích dvou letech. Pouze 12 % zaměstnavatelů plánuje v důsledku automatizace snížení počtu zaměstnanců.

Kde je už možné nasadit roboty, plně robotizované systémy a vybudovat pracoviště bez dotyku lidské ruky? Které obory a činnosti jsou pro ně nejvhodnější?

Často se nástup 4. průmyslové revoluce spojuje s robotizací výroby. Jsou ale obory v sektoru služeb, kde digitalizace mění poptávku po nových profích zaměstnanců ještě rychleji. Nejvíce proniká digitalizace a automatizace do oblasti prodeje, financí a bankovníctví nebo administrativy.

V roce 2020 se bude více než třetina požadovaných klíčových dovedností u většiny profesí skládat z těch, které dnes ještě nejsou považovány za zásadní pro výkon dané pozice. Dva klíčové směry, na které se nyní musí manažeři ve své personální politice zaměřovat, je výběr lidí s vysokým stupněm učení a potom vytváření systému neustálého rozvoje zaměstnanců, pro udržení klíčových znalostí a dovedností ve firmě.

Co vyžaduje úspěšná robotizace a digitalizace od managementu? Budou na manažery vytvářeny vyšší nároky?

Management v tomto procesu hraje klíčovou roli. Jde vlastně o kompletní restrukturalizaci firmy, změnu procesů a změnu profilů zaměstnanců, kteří se budou zaměřovat na jiný typ aktivit. Pracovní pozice budou v příštích letech vyžadovat jiné dovednosti a zaměstnavatelé se budou muset zaměřit na rekvalifikaci a zvyšování kvalifikace lidí více než kdy jindy, aby vyřešili dnešní problémy s nedostatkem lidí s potřebným profilem, a také budou nuceni více předvídat budoucí poptávku. V roce 2020 se bude více než třetina požadovaných klíčových dovedností u většiny profesí skládat z těch, které dnes ještě nejsou považovány za zásadní pro výkon dané pozice. Dva klíčové směry, na které se nyní musí manažeri ve své personální politice zaměřovat, je výběr lidí s vysokým stupněm učenlivosti a potom vytváření systému neustálého rozvoje zaměstnanců, pro udržení klíčových znalostí a dovedností ve firmě.

Změní se vzdělávání a doškolování nových a stávajících zaměstnanců v souvislosti s nástupem etapy Průmysl 4.0?

Zaměstnavatelé očekávají změny. Tři ze čtyř business lídrů věří, že automatizace bude vyžadovat nové dovednosti v průběhu příštích několika let. Nemůžeme zpomalit rychlost technologického pokroku či globalizace, ale můžeme investovat do zlepšování dovedností zaměstnanců, abychom zvýšili schopnost svých lidí a organizací se přizpůsobovat rychlým změnám. Jednotlivci se rovněž potřebují seberealizovat a mít schopnost učít se nové dovednosti, aby zůstali zaměstnatelní. Musíme okamžitě přistoupit ke zrychlení zvyšování kvalifikace a rekvalifikace stávajících zaměstnanců s cílem mít pracovní sílu s dovednostmi

potřebnými v dalším období. Musíme se také zaměřit na skupiny lidí, kteří momentálně nemají dostatek vhodných příležitostí na trhu práce. Musíme být připraveni na nová pracovní místa a nové dovednosti budoucnosti. Jsme na počátku „Revoluce dovedností“.

Jak se promění kultura práce v digitální ekonomice?

Pomáhat lidem zvyšovat svou kvalifikaci a přizpůsobit se rychle se měnícím podmínkám na trhu práce bude hlavní výzvou naší doby pro jednotlivce, firmy a stát. Lidé se správnými dovednostmi si budou moci stále více vybrat jak, kde a kdy budou pracovat, a budou vytvářet nové příležitosti.

Ti ostatní se mohou dívat do budoucnosti, ale nebudou schopni vidět, jak se mohou jejich životní podmínky zlepšit. Tato polarizace populace, která se právě odehrává před našimi očima, není dobrá ani pro společnost, ani pro podnikání. Potřebujeme zásadní změnu v rozvoji dovedností zaměstnanců, abychom zmírnili rozšiřující se propast mezi těmi, co mají, a těmi, co nemají potřebné dovednosti.

Máme se těšit i na nové věci, pokud jde o regeneraci fyzických, a hlavně duševních sil, na jiné formy relaxace po práci, v přestávkách apod.?

Předchozí průmyslové revoluce vždy vedly k tomu, že lidé potom mohli pracovat méně.



Odhadujeme, že dvě třetiny pracovních pozic, které bude nastupující generace Z vykonávat, dosud ani neexistují. Technologie nahradí jak kognitivní, tak manuální rutinní úkoly, a lidé se tak budou moci věnovat více naplňující práci. Kreativita, emoční inteligence a kognitivní flexibilita jsou klíčové lidské dovednosti, a umožňují tak lidem zvyšovat svou efektivitu pomocí robotů než být jimi nahrazeni.

Pracovní týden se postupně omezil na pět dní v týdnu a osm hodin denně. Již nyní se seriózně diskutuje o zavádění ještě kratších, například třicetihodinových pracovních týdnů. Pokud digitalizace zvýší efektivitu ekonomických aktivit, tak pro lidi nedopřát více volného času, když je to věc, kterou lidé stále více upřednostňují před vyššími příjmy?

Stane se lidská práce jednou vzácností, budou lidé na pracovištích plně nahraditelní?

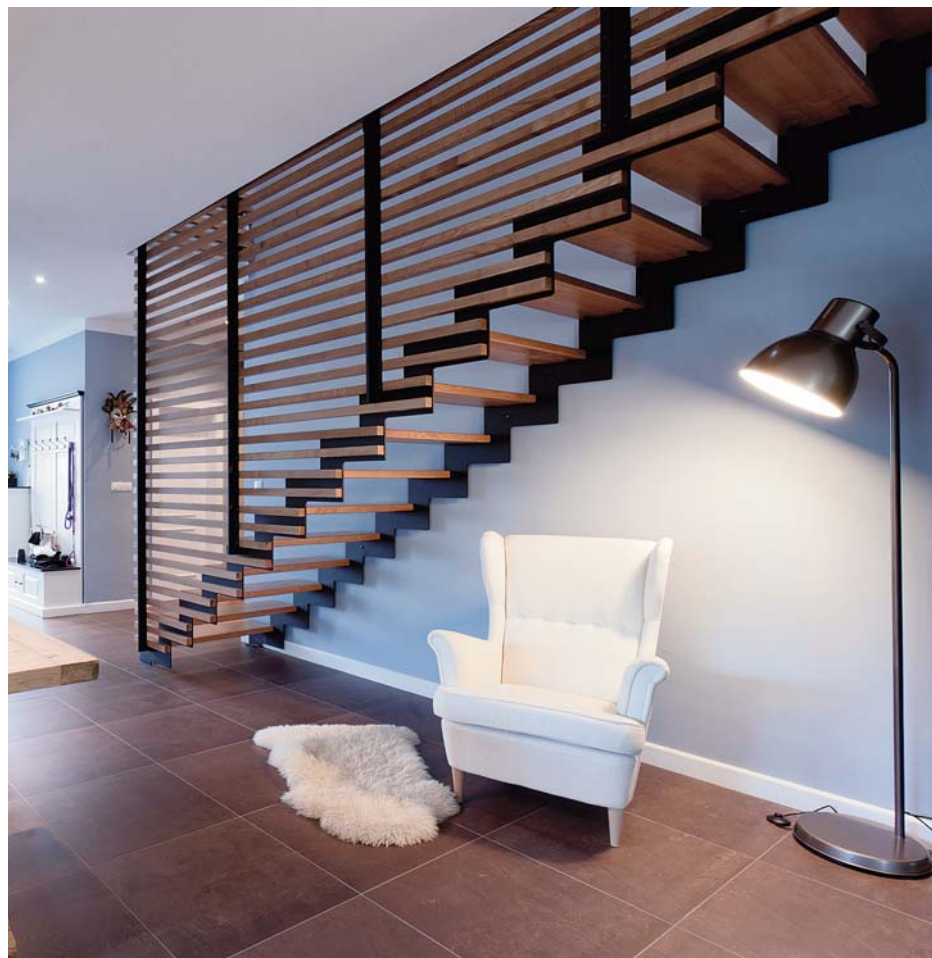
Když se podíváme na historický vývoj zaměstnanosti od 1. průmyslové revoluce, tak celková zaměstnanost již 200 let neustále roste. Mění se ale zaměstnanost v jednotlivých sektorech. Nejprve docházelo k mohutnému přesunu lidí ze zemědělství do průmyslu, potom do služeb a technologií a nyní pozorujeme velký nárůst zaměstnanosti v sociálních službách, zdravotnictví, školství atd. V době „Revoluce dovedností“ se bude hodnota jednotlivých dovedností měnit. Jakmile budou lidé a organizace připraveny, digitalizace a rostoucí podíl kvalifikované pracovní síly přinese nové příležitosti. Odhadujeme, že dvě třetiny pracovních pozic, které bude nastupující generace Z vykonávat, dosud ani neexistují. Technologie nahradí jak kognitivní, tak manuální rutinní úkoly, a lidé se tak budou moci věnovat více naplňující práci. Kreativita, emoční inteligence a kognitivní flexibilita jsou klíčové lidské dovednosti, a umožňují tak lidem zvyšovat svou efektivitu pomocí robotů než být jimi nahrazeni. Lidé budou čím dál více zjišťovat, že potřebují zvyšovat svou kvalifikaci a uplatňovat se i v nových oblastech. Schopnost přizpůsobit své dovednosti, flexibilita a učenlivost budou klíčové.

připravil Pavel Kačer



Schodiště je živý prostor...

Co očekávat od dnešních schodišť a jak se vyvarovat jejich chybnému výběru? Pro odpovědi jsme oslovili pana Petra Paksiho, výkonného ředitele společnosti J.A.P. spol. s r.o., která je českým výrobcem schodišť, segmentu, který dnes nabízí mnohem více než před pár lety.



Úvodem otázka ke správné terminologii. Prý je rozdíl mezi schody a schodištěm...

Ptáte se správně! Laikovi to může připadat jako slovíčkaření, ale rozdíl mezi těmito pojmy opravdu je. Schodiště je klasické tzv. velké interiérové, ale pod pojmem schody se v přesném označení ukrývají stahovací schody, třeba do půdních prostor, tedy takové, které jsou po většinu času schované ve stropě, a stahujeme je pouze pro případ použití.

Už v tom máme jasno, proto pojďme na klasická schodiště. Dnes a dřívě. Proměnila se nějak jejich úloha v interiéru?

Myslím, že funkce schodiště zůstává stále stejná. V první řadě propojuje jednotlivá podlaží domu. Často to bývá centrální dominantní

prvek celého interiéru, živý prostor, kterým proudí členové domácnosti sem a tam. Nesmíme opomenout ani jejich design. Schodiště většinou zabírá velkou část prostoru, a jeho podoba tak ovlivňuje vzhled celého interiéru. Vhodně vybrané schodiště pomůže celý interiér pozdvihnout, ale to špatně vybrané naopak může ublížit.

Jaká jsou tedy pravidla nebo omezení při výběru schodišť?

Především je potřeba si uvědomit, jak velký prostor pro schodiště v interiéru můžeme vyhradit a také, jak často jej budeme využívat. Pokud bude schodiště sloužit pouze ke vstupu do pokoje pro hosty, přičemž návštěva k vám jezdí dvakrát do roka, nemá smysl volit metr a půl široké schodiště a naopak, budete-li se

mezi patry přesouvat několikrát denně, tak volba úzkého točitého schodiště také nebude to pravé.

Představte nám základní typy schodišť...

Na toto se lze podívat z několika úhlů pohledu. Schodiště můžeme rozlišovat podle použitého materiálu nebo podle tvaru celého schodiště, ale třeba také podle typu uchycení. V případě typu uchycení máme čtyři základní typy. Do menších prostor je vhodné schodiště točité, které obrůstá středový sloup ukotvený v podlaze. Tento typ je častou volbou do moderních loftových bytů, podpoří funkcionalistický vzhled celého interiéru. Velmi variabilní je pak schodiště segmentové, z jehož dílců – segmentů – lze složit tvar schodiště, jaký vyžaduje daný prostor, nejčastější je varianta do „L“ či do „U“. Jednotlivé dílce se propojují v páteřním podpůrném pásu schodiště, který se vine jeho středem. Oproti tomu třetí typ – bočnicové schodiště – je kotveno do nosné boční zdi. Tato varianta je velmi vzdušná a elegantní. Velmi rozevláté, a jakoby poletující v prostoru, je čtvrtý typ, a to schodiště třmenové. Každý stupeň je kotven přímo do zdi, absence jakýchkoliv konstrukcí velmi odlehčuje celý prostor. Tato varianta je velice často volena architekty, protože přesně naplňuje jejich představy o schodišti plující prostorem. Při použití skla či průhledných plastů schodiště doslova zmizí, a přitom designově upoutá.

A jsme u materiálových trendů... Co je dnes u schodišť tzv. IN?

Z mého pohledu jdou dnes trendy dvěma základními směry. První jsou již zmiňované totálně subtilní a odlehčené varianty, tzv. neviditelných schodišť. U nich je dominantním materiálem sklo, které se uplatňuje jak na vlastní nášlapy schodů, tak jako výplň zábradlí. Většinou bývá doplněno kovem, nejčastěji nerezí. Vůči sklu dnes nejde pouze o klasické čiré sklo, které má bezesporu své přednosti, jako je propustnost světla a schopnost být takřka neviditelné v prostoru. Ale své uplatnění nachází i celá řada skel od tónovaných, přes pískovaná a lakovaná až po Grafosklo, do kterého laminujeme libovolné dekory. Navíc sklo je stále častěji voleno i u tradičních dřevěných schodišť jako jejich zábradlí. Díky němu totiž i rustikálně laděné schodiště získává moderní nádech. Tím druhým směrem jsou naopak masivní betonová schodiště, která ale nejsou nijak obkládána krycím materiálem a zůstávají u nich přiznaná právě surová hmota betonu. Mnohdy jsou jasně patrné obtisky šalovacích desek. A i u těchto betonových schodišť často nacházíme skleněné nebo nerezové zábradlí. Jednoduše tu velkou hmotu architekti někde odlehčí.



Petr Paksí

A co když už doma mám staré betonové schodiště obložené keramickými obklady? Máte nějakou radu na jeho modernizaci?

Rozhodně jej není třeba hned bourat! Mnohdy postačí nový obklad, a hlavně výměna zábradlí. Dnes existují tzv. stavebnicové typy zábradlí, jejich sloupky jsou kulaté, ploché i hranaté, materiál nerez, a k nim lze vybírat z různých druhů výplní – lanka, nerezové pruty i sklo. Pokud otevřete boční otevřenou stranu schodiště subtilním zábradlím, můžete i ze schodiště z minulého století vykouzlit trendovou záležitost.

Pojďme se vrátit k samotné výrobě schodišť. Kdy je vhodné během stavby nebo rekonstrukce začít schodiště řešit?

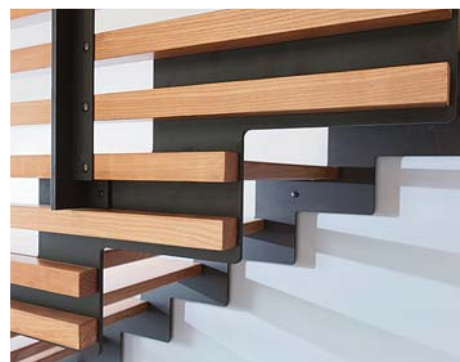
V této souvislosti bych rád upozornil na jeden důležitý fakt, který si laici často neuvědomují, ale který je často stojí velké finance. Schodiště je potřeba vyrábět až dle skutečného prostoru, kde má stát, a nikoliv pouze podle projektové dokumentace! Stavba často přináší různé úpravy, které ale mohou být pro schodiště zcela zásadní a pak již nelze na míru vyrobený produkt do interiéru zabudovat. Proto všem

doporučuji, pozvěte si zaměřovací techniky, až do prostoru, kde bude schodiště umístěno, aby zaměření ukázalo všechny anomálie oproti plánům.

Máte ještě nějaká další doporučení, co u výběru schodiště neopomenout nebo na co se zaměřit?

Určitě je potřeba nepodceňovat bezpečnostní prvky, které se pojí ke každému schodišti. Dobře zvolené zábradlí správné výšky a s vhodnou výplní ušetří mnoho starostí zejména rodičům malých dětí. Tady doporučuji takovou výplň, po které nemohou děti šplhat, tedy svislé pruty či lanka, s malou vzdáleností od sebe, aby se naopak zabránilo průlezu mezi jednotlivými pruty. Také výplň z kaleného skla znemožní propadnutí malého obyvatele domu. Stále častěji dodáváme ke schodištím také ochrannou branku, která uzavře horní část schodiště, a zamezí tak nechtěným pádům. Vždy ji vyrábíme v designu zábradlí daného schodiště, takže nijak nenarušuje vzhled a její funkce je nezastupitelná. Jak pro děti, tak starší osoby.

Za odpovědi poděkoval Pavel Kačer
www.japcz.cz





pomáhá šířit šeptanda



Jan Gonda



Jan Gonda je od roku 2008 jednatelem společnosti REDUCCIA, s.r.o., která je držitelem master-franchisové licence sítě výživových poraden NATURHOUSE pro Českou republiku a Slovensko. Od stejného roku je se svým systémem také členem České asociace franchisingu. A nejen to. Jan Gonda dnes zastává pozici prezidenta této profesní organizace,

a o rozvoj podnikání u nás na principu franchisingu se hodně zasloužil. K tomu, aby byl úspěšnou osobností v oboru, mu dopomohla atraktivní specializace: více než 15 let zkušeností v oblasti zdraví, přírodní medicíny a obchodní činnosti na mezinárodní úrovni. Velká města nabízejí svým obyvatelům nepřetržitě množství poradenských služeb, na venkově však zůstává nabídka podstatně chudší. To se snaží změnit síť výživových poradců NATURHOUSE, která se rychle rozšiřuje do menších sídel. O projektu jsme si povídali s Janem Gondou:

Nejprve jste začali ve velkých městech s pobočkami standardního typu. Poté jste přišli s projektem uzpůsobeným menším městům. Jak se v praxi osvědčil tento mikrokoncept?

Jednoznačně mohu říci, že splnil naše očekávání a dobře se ujal. Tyto pobočky dosahují obrátu srovnatelného s obraty poboček ve větších městech. Drobnější lokality mají tu výhodu, že na malém městě se rychle šíří „šuška“. Lidé si mezi sebou řeknou, že je tam něco nového a jaké to je. Ukázkovým příkladem je doporučení, které se na malém městě předává skutečně rychle. Pobočky typu mikrokoncept například působí ve městech: Turnov, Žatec, Brandýs nad Labem, Kralupy nad Vltavou či Nový Bor. Měst do 20 000 obyvatel je opravdu hodně. Hledáme nové franchisanty tam, kde zatím nejsme, například ve Svitavách, Jičíně, Dvoře Králové nad Labem, Hlinsku, Pelhřimově, Rakovníku, Bohumíně či Jeseníku. Právě v poradnách typu mikrokoncept vidíme potenciál k zahuštění sítě až na 150 poraden v ČR.

A lokality s méně než 10 000 obyvateli necháte ležet ladem?

V těchto městech je vysoká poptávka po službách a zároveň příznivé náklady na provoz. Služby týkající se zdravého životního stylu na malém městě často zcela chybí. Loni jsme proto otevřeli pilotní provozovnu tohoto typu s pracovním názvem „mikro-mikro“ koncept v Dobříši. Nyní ověřujeme a vyladujeme pro-



NATURHOUSE

je celosvětová síť výživových poraden s vedoucím postavením v České republice, na Slovensku i v zahraničí. Koncept byl založen v roce 1992 ve Španělsku a nyní provozuje na 2262 výživových poraden téměř ve 40 zemích světa. Přidaná hodnota konceptu tkví v osobním výživovém poradenství zdarma, dlouhodobé práci s klientem a širokém sortimentu exkluzivních produktů. Více než 6 500 000 osob dosáhlo díky NATURHOUSE svého cíle snížit a kontrolovat svou váhu. V současné chvíli působí na českém trhu 89 poboček, které jsou ve valné většině provozovány samostatnými podnikateli – franchisanty a další výživové poradny se plánují otevřít. Společnost předpokládá, že na českém trhu najde uplatnění až 150 poradenských center. První pobočka byla zřízena společností REDUCCIA, s.r.o., v roce 2008.

dejnu tohoto typu. Letos máme v plánu mimo jiné otvírání také těchto poraden, které budou určitě atraktivní nejen svojí nízkou vstupní investicí dosahující částky 250 000 Kč. V tom jsou zahrnuty jak závoz zboží, tak veškeré náklady na otevření a vybavení poradny a finanční rezerva na první měsíce provozu.

Čím se toto pojetí liší od již dříve zavedeného mikrokonceptu?

Provozovna je menší. Prostor je organizován jako malá ordinace s čekárnou. Výživový poradce zde bude pracovat zcela sám, čímž se snižují provozní náklady. Tomuto konceptu je přizpůsoben speciálně marketing pro rozjezd malých poboček a systém obsluhování klientů.

Jaké budou podmínky pro získání licence?

Investice je řádově nižší oproti standardnímu konceptu. Pro otevření této pobočky stačí i menší skladové zásoby. Poplatek za licenci činí 600 eur ročně, což je shodné i se standardním konceptem.

Je velký zájem o odkup již zavedených poboček? Kolik jich předáte do rukou franchisantů?

Tato strategie se velmi osvědčila. Loni se nám podařilo předat devět zavedených prodejen novým majitelům a dalších 14 poboček jsme otevřeli. Pobočky si přebírali noví franchisanti a několik poboček odkoupili ti stávající. Nově se ukázalo, že personál na dané pobočce, který má chod a management pobočky zažitý, se dostává do role majitele. Rovněž tak je vidět, že jsou na trhu franchisanti, kteří hledají již rozjetý business v podobě zavedených poboček a jsou ochotni si připlatit ve formě success fee.

V současné chvíli tedy nabízíme zavedené pobočky v krajích: Severočeský, Plzeňský, Severomoravský, Pardubický a Karlovarský.

Franchisantům poskytnete nadstandardní podporu od samotného začátku po celou dobu spolupráce. Pilířem těchto aktivit je NATURHOUSE University...

V oblasti vzdělávání společně s americkou LIGS University již 4. rokem připravujeme ucelený vzdělávací program NATURHOUSE University, který je přímo přizpůsoben potřebám sítě NATURHOUSE. Úspěšní absolventi mohou získat titul MBA. Lektori toho programu jsou vyhlášení odborníci z oblasti zdravého životního stylu, lékaři i manažeři. Rozhodnutí uceleného vzdělání vzešlo z podnětu od výživových poradkyň a franchisantů a my jsme moc rádi, že se nám podařilo tento projekt rozjet a úspěšně v něm pokračovat. Franchisanti nově mohou získat příspěvek až 100 % nákladů z fondů EU na podporu vzdělávání svého i svých zaměstnanců. Umožňuje jim to akreditace na vzdělání v rámci NATURHOUSE University u Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR.

Ale nejen to budí zájem těch, kteří by rádi shodil nějaké to kilo navíc, avšak i odborné veřejnosti...

Minulý rok jsme například rozšířili portfolio produktů o dalších pět na 130, a to z nás dělá jediné ve svém oboru s tak širokou a ucelenou škálou produktů pod jednou střechou. Naším franchisantům přinášíme devátým rokem prověřené a neustále propracované know-how, které inovujeme a doplňujeme o nejnovější poznatky v oblasti zdravého životního stylu, výživy, ale také marketingu. Následně pracujeme na snižování nákladů v síti,

franchisantům poskytujeme nové manuály a pracujeme na novém software.

Jste zároveň prezidentem České asociace franchisingu. Co letos chystáte?

Opět jsme vyhlásili další ročník soutěže Franchisa roku, čili 2017. Více je možné se dozvědět na webu www.franchisa-roku.cz. Cílem soutěže Franchisa roku je zviditelnění franchisingu jako jedné z možných, prosperujících a solidních forem podnikání a představení kvalitních franchisových konceptů, které fungují na bázi čistého franchisingu a dodržují Evropský kodex etiky franchisingu. Stejně jako v předchozím ročníku předá Česká asociace franchisingu (ČAF) ceny v kategoriích Franchisor roku, Skokan roku a Cena ČAF za podporu a rozvoj franchisingu. Pro připomenutí – držitelem titulu Franchisor roku v historicky prvním ročníku soutěže Franchisa roku se stal původní český koncept kaváren CrossCafe. Ocenění se budou předávat v rámci mezinárodní konference Franchising Forum 2017.

Jak se lze do soutěže Franchisa roku přihlásit?

Do soutěže se může přihlásit každá fyzická a právnická osoba, která na území České republiky prokazatelně vlastní nebo rozvíjí franchisový koncept a dodržuje Evropský kodex etiky franchisingu (kategorie Franchisor roku a Skokan roku), nebo se aktivně podílí na podpoře a rozvoji franchisingu v České republice (kategorie Cena ČAF za podporu a rozvoj franchisingu). Franchisový koncept může být do soutěže přihlášen klasicky, ale může být také nominován. Online přihlášky či nominace je třeba podat do 15. března 2017.

ptal se Pavel Kačer

Žebříček nejvýkonnějších fondů ČSOB v roce 2016:

Stále zajímavější se jeví investování do vodního hospodářství

Ačkoliv průměrný výnos korunových otevřených fondů ČSOB dosáhl v loňském roce 1,65 %, celkem čtyři ČSOB fondy meziročně překonaly hranici 10% růstu. Vůbec nejvyššího výnosu dosáhl fond ČSOB Komoditní (+15,94 %) následovaný akciovými tituly: ČSOB Akciový vodního bohatství (+12,92 %), ČSOB Akciový BRIC (+10,79 %) a ČSOB Akciový Amerika (10,27 %). Také v roce 2017 očekáváme, že nejlepších výsledků dosáhnou akciově zaměřené fondy díky pozitivní odezvě trhů na předpokládaný globální ekonomický růst.



Stejně jako v roce 2016 bude i letošní rok podle expertů ČSOB prát akciovým portfoliím. „Ačkoliv nám loňský rok přinesl řadu překvapení – a mám tím na mysli i ta méně příjemná jako třeba brexit – dařilo se v první řadě akciovým titulům. Konkrétně v ČSOB činil průměrný výnos našich akciových fondů krásných 8,62 % ročně. Osobně proto očekávám, že akcie budou hrát prim i v roce 2017, a to nejen ty americké, ale i evropské. Akcie rozvíjejících se trhů budou pravděpodobně muset čelit tlaku silícího amerického dolaru, nicméně v případě silnějšího světového hospodářského růstu mohou překvapit,“ předvídá budoucí vývoj roku 2017 Aleš Prandstetter, hlavní investiční stratég ČSOB Asset Management.

Situaci na světových trzích dobře reflektuje výkonnost otevřených podílových fondů ČSOB. V roce 2016 totiž 10% hranici překonal jeden komoditní fond a tři čistě akciové tituly. „Růst našeho vůbec nejvýkonnějšího korunového fondu Horizon ČSOB Komoditní v roce 2016 především navázal na růst cen ropy. Že by se podobná situace na trhu opakovala i letos, ale

nečekáme. Fond navíc dokáže výrazně zakolísat, což dokládá i výkonnost fondu za delší období,“ konstatoval Václav Lepič, produktový manažer ČSOB Asset Management. „Tento fond se jmenovitě váže na komoditní index Commodity ex-Agriculture and Livestock Capped Index, který obsahuje nejen energetické, ale i průmyslové komodity a drahé kovy,“ dodal.

Druhý nejúspěšnější fond ČSOB Akciový vodního bohatství (registrovaný pod názvem KBC Eco Fund CSOB Water) nabízí investici do firem, v jejichž středu zájmu je modré zlato.

„Když si uvědomíme, že pouhé procento z celkového množství vody na Zemi je vhodné pro lidskou spotřebu a celosvětová poptávka po vodě značně převyšuje její nabídku, pak se investice do této komodity jeví jako více než zajímavá. Konkrétně náš fond se zaměřuje na firmy, které se zabývají čištěním i odsolováním, dodávkami kvalitní vody či obnovou vodní infrastruktury. Výběr akcií konzultujeme s nezávislým poradním výborem pro životní prostředí, fond tak podléhá přísným kritériím tzv. sociálně zodpovědné investice. Fond má dlou-

hodobě dobrou výkonnost a my na něj zůstáváme pozitivní,“ popsal základní rysy fondu Václav Lepič.

Třetí příčku nejvýkonnějších fondů loňského roku obsadil titul, v jehož koši nalezneme firmy operující v rámci volného uskupení největších rozvíjejících se zemí, tedy Brazílie, Ruska, Indie a Číny. Investiční fond ČSOB Akciový BRIC (registrovaný pod názvem KBC Equity Fund ČSOB BRIC) sdružuje země, jejichž význam od počátku milénia rapidně roste. „Jeho výkonnosti loni pomohly trhy typických komoditních producentů Brazílie a Ruska, které se také mimo jiné vezly na vlně rostoucí ceny ropy. Ceny akcií čínských firem naopak patřily k těm nejvíce klesajícím kvůli pochybnostem o zdraví čínské ekonomiky. A ačkoliv se Indie snaží svými reformami probudit spotřební aktivitu domácích obyvatel a je otevřená novým investicím, musí zároveň řešit palčivé problémy s chudobou. I proto se fond navzdory téměř 10% růstu v loňském roce nachází pod maximálními hodnotami dosaženými v dubnu 2015,“ upozornil Aleš Prandstetter. (tz)

Výkonnost Top 10 podílových fondů ČSOB k 30. prosinci 2016

název	typ fondu	1 rok (%)	3 roky (%)	3 roky ročně (%)	5 let (%)	5 let ročně (%)	7 let (%)	7 let ročně (%)
ČSOB Komoditní	komoditní	+15,94	-40,48	-15,88	-48,62	-12,47	-51,46	-9,81
ČSOB Akciový vodního bohatství	akciový	+12,92	+14,74	+4,69	+90,27	+13,73	+91,55	+9,73
ČSOB Akciový BRIC	akciový	+10,79	+15,60	+4,95	+21,37	+3,95	+5,30	+0,74
ČSOB Akciový Amerika	akciový	+10,27	+46,95	+13,69	-	-	-	-
ČSOB Akciový střední a východní Evropa	akciový	+9,70	-1,76	-0,59	+22,13	+4,08	+4,71	+0,66
ČSOB Akciový dividendových firem	akciový	+8,15	+18,53	+5,83	-	-	-	-
ČSOB Akciový Německo	akciový	+4,04	-	-	-	-	-	-
ČSOB Flexibilní portfolio	smíšený	+3,09	-	-	-	-	-	-
ČSOB Vyvážený	smíšený	+1,06	+6,56	+2,14	+23,31	+4,28	+26,46	+3,41
ČSOB Akciový	akciový	+1,05	+7,78	+2,53	+48,30	+8,20	+49,67	+5,93

Zdroj: ČSOB Asset Management

Na zimní dovolenou se pojišťuje polovina z nás, nejčastěji online

Pokud už Češi v zimě vycestují na zahraniční dovolenou, nejčastěji volí k rekreaci hory (42,6 %). Více než 10 % (konkrétně 10,8 %) respondentů uvedlo, že jezdí na hory i k moři. Polovina lidí se do zahraniční také pojistí, nehlédě na to, zda míří za mořem, či sněhem (47,8 %). Vyplyvá to z průzkumu ČSOB.

Na zimní dovolenou podle omnibusového šetření vůbec nejedí 62,9 % Čechů. To se však hodně mění s věkem. Lidé od 18 do 26 let jezdí v zimě na dovolenou ve více než 51 % případech. Průzkum rovněž ukázal, že do zahraničí se během tohoto ročního období vůbec nechystá 37,4 % lidí. K moři pak zamíří jen 9,2 % dotázaných. Na zimní dovolenou se přitom vždy nějakým způsobem pojišťuje 47,8 % respondentů. Bezmála 24 % lidí naopak pojištění do zahraničí vůbec neřeší. Zajímavým zjištěním je i fakt, že na pobočku míří kvůli pojištění o 4 % méně lidí než na internet. Sjednat si pojistku do „kamenné pojiš-

tovny“ zajde podle průzkumu 37 % zájemců, zatímco 41 % si sjednává pojištění přes internet. Ve věkové kategorii 27 až 35 let sjednává pojištění online dokonce nadpoloviční většina klientů (54,3 %). „Obľiba sjednat si pojištění online nebo přes chytrý telefon bude pravděpodobně ještě narůstat. V loňském roce bylo tímto způsobem sjednáno přibližně 56 % z celkového počtu sjednaných cestovních pojištění. U lidí ve věku 27 až 35 let tento podíl činil dokonce 70 %,“ uvedla Ivana Někviňová, produktová manažerka cestovního pojištění z ČSOB Pojišťovny.

Zimní dovolená se mnohdy neobejde bez úrazu a je znát, že lidé na to myslí. Na úrazové pojištění spoléhá ve věkové kategorii 36 až 44 let 93,5 % lidí. Rizikové druhy sportovní činnosti pravděpodobně provozují zejména mladší ročníky (27 až 35 let), které se také nejvíce na tato rizika pojišťují (26 %). Na pojištění proti možným léčebným výlohám dle průzkumu ČSOB myslí 81 % lidí. Téměř 63 % dotazovaných na zimní dovolenou nejedí vůbec.

Lidé ke svým nákupům a platbám stále častěji využívají platební kartu a v zimních měsících

tomu není jinak. Při svých dovolených a pobytech v zahraničí klienti ČSOB a Ery Poštovní spořitelny během prvních třech měsíců loňského roku uskutečnili o 10 % transakcí více než ve stejném období roku 2015. „Abychom je v používání karty ještě více povzbudili, připravili jsme pro ně speciální soutěž,“ vysvětluje Oldřich Fremr, manažer útvaru Platební karty ČSOB.

„S Mastercard nyní může klient na cestách ušetřit až 25 000 korun. Až do 31. března 2017 totiž každý týden vylosujeme dva výherce, kterým proplatíme všechny platby v zahraničí za uplynulý týden, a to až do výše uvedené částky,“ doplňuje Oldřich Fremr.

Pro zapojení do soutěže, která trvá od 10. ledna do 31. března 2017, stačí alespoň jednou zaplatit v zahraničí platební kartou Mastercard a ČSOB své klienty automaticky do akce zařadí. Každý týden banka vylosuje dva výherce, které následně kontaktuje a proplatí jim všechny zahraniční platby s Mastercard za uplynulý týden, až do výše 25 000 Kč. Více informací o akci je k dispozici na stránkách www.priveztesidarek.cz. (tz)

INZERCE





Valentýnské postýsknutí: Proč mne muži nechtějí

Mám příliš mnoho mužské energie, a proto žiju, jak žiju, je mi 37 a jsem sama, řekla oнеhdy jedna kolegyně a mne zamrazilo. Když si to už žena uvědomí, nic proti tomu, ale uvědomit si něco znamená, že o tom vím a mohu to změnit. Ona však tuto skutečnost prezentovala jako samozřejmost, která je a bude. Jenže jak mi

jednou připomenul jistý muž, člověk je tvor párový a jeho základní touhou je žít s někým, prostě v páru. Sdílet s ním dobré i zlé, starat se o něj, naslouchat mu, přinášet radosti i oběti. Ubrat ze svého pohodlí, dělat kompromisy. Jak to jde v dnešní době dohromady, když se ženy chtějí stále ve větší míře seberealizovat, a to ještě v profesích, o nichž dříve lidstvo nemělo ani ponětí? Jak sladit mužský a ženský princip v dohodu, z níž vyjdou oba partneři jako vítězové? Přestože odpověď nabízí nespočet odborných publikací, vzniká k řešení spousty poraden, problém je čím dál více neřešitelný. Sociální sítě z nás modelují anonymní snílky, i když máme na dosah milion přátel z celého světa. Myslím, že otázka, jak to udělat, aby člověk nebyl sám, bude brzy tíživější než otázky, jak zhubnout, jak zajistit důstojné pracovní prostředí pro lidi z poloviny zeměkoule, nebo jak to vymyslet, aby farmaceutické firmy rozšiřovaly své zisky, aniž by vyráběly přípravky již novými poznatky dávno překonané.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Novinky ze sortimentu bezlepkového pečiva firmy Penam koupíte v Tesco



Zdravé či dietetické stravování není jen výsadou žen, také mnohým mužům nezbyvá, než se zajímat o to, co jedí, a to kvůli nejružnějším intolerancím a alergiím. Například poptávka po bezlepkovém pečivu narůstá. Také už dávno

neplatí, že bezlepkové produkty nechutnají tak dobře jako ty, co lepek obsahují.

Také už není pravdou, že není z čeho vybírat. Jednu z nejširších nabídek bezlepkových produktů na maloobchodním trhu má společnost Tesco, která dává zákazníkovi na výběr více než 160 položek, navíc přehledně na jednom místě. Nově se sortiment rozšířil o řadu bezlepkového pečiva Vitacelia od společnosti Penam, která je dostupná exkluzivně v Tesco (Penam je dovozce této řady ze zahraničí). Pečivo bylo vyvinuto přímo s celiaky, ale pochutnají si na něm všichni bez rozdílu na snášenlivost lepku. Je určeno k přímé konzumaci. Ochutnejte bezlepkové chlebíky plné vápníku od klasického světlého přes tmavý a jemný toustový až po slunečnicový. (red,tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, únor 2017

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@iprospersita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprospersita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Rampouchy, neupevněné lyže i nerozvážnost a zimní pojistné události

Sníh a rampouchy padající ze střech, ale také nedbale uchycené lyže – to jsou příčiny typických zimních pojistných událostí, které postihují řidiče. Vyplývá to z dat leasingové společnosti LeasePlan. Firma každým rokem eviduje na vozidlech klientů desítky takových škod. Velkým problémem je neopatrnost při parkování. Pokud je to jen trošku možné, nikdy nezastavujte pod zasneženými či namrzlými střechami nebo stromy. Spadlý sníh a rampouchy mohou poškodit kapotu i skla vašeho vozu. Nemusí jít přitom o drobné škrábance, zmrzlá voda padající ze střechy dokáže auto velmi poničit, škody jdou potom do desítek tisíců. Zdaleka ne všichni majitelé nemovitostí navíc uznají svou vinu, případné vymáhání náhrady proto bývá velice komplikované. Dalším zimním nešvarem jsou špatně uchycené předměty převážené ve voze anebo na jeho střeše – lyže, lyžařské boty, snowboardy, saně a podobně. „Každou zimu řešíme případy, kdy lyže volně položené uvnitř vozidla mezi sedáčkami poničí přístrojovou desku anebo rozbijí čelní sklo. Stačí jedno prudší zabrzdění,“ varoval manažer likvidace pojistných událostí společnosti LeasePlan Michal Prokopec. Upozornil také na nebezpečí, které pro posádku představují další neupevněné těžké věci, třeba přeskáče.

Často se stane, že lyže ulétnou ze střechy vozu. Potom se z nich stává smrtící zbraň namířená na lidi jedoucí v autě v závěsu. Je proto nezbytné věnovat usazení lyží, snowboardů a dalších předmětů maximální pozornost. Zároveň počítejte s tím, že když jste pečliví vy, nemusí být pečliví ostatní – dbejte tedy na větší odstup mezi vozidly. Ten dodržujte i tehdy, když jedete po silnici posypané šterkem, protože nějaký kámen může odletět od kola vozu před vámi a rozbít vám přední sklo.

V souvislosti se zimní sportovní výbavou je třeba vnímat i riziko její krádeže. Každou zimu pokazí dovolenou bezpočtu lidí. „Pravidelně evidujeme řadu krádeží zavazadel a lyžařského vybavení, které řidiči ponechají v autě bez dozoru. Pro zloděje je velice snadné tyto věci odcizit. Jedné rodině způsobí škodu i v řádech desítek tisíc korun. Je-li to jen trošku možné, nikdy výbavu ve vozidle nenechávejte,“ doporučil Michal Prokopec. Klasickým sezonním problémem jsou zamrzlé zámky dveří. Když nemáte k dispozici vlastní prostředky k odmrazení, případně je máte uzamčeny ve voze, kde vám nejsou nic platné, je vhodné zavolat asistenční službu. Jinak hrozí, že vůz poškodíte. Ani poničení zámků vlastní neopatrnou manipulací nebývá kryto pojištěním.

Velké části zimních škod by se přitom dalo předejít. Podle Michala Prokopce by stačila trocha předvídatosti a obezřetnosti: „Někteří řidiči ale naopak s příchodem zimy jako by ztratili rozum. Vyrážejí na zasnežené silnice na letních pneumatikách, i to může být z pohledu pojišťovny problém. Největší hazardéři se dokonce nebojí vydat přes zamrzlé rybníky nebo vodní nádrže. Chvilkové zvýšení hladiny adrenalinu v krvi však bývá draze vykoupeno. Když se led prolomí a auto se „utopí“, pojišťovna zakrouží zamítavě hlavou. Být opatrný se opravdu vyplatí.“ (tz)



Následky pádu ledu nebo sněhu ze střechy domu mohou být pro váš vůz drastické

Foto: LeasePlan

S tučným portfoliem objednávek



Nový Peugeot 3008 posunul lačku v segmentu SUV zase o kousek výš, zájem o něj je obrovský



První letošní novinka – nový Peugeot 301



Modely Peugeot vynikají vysoce komfortním interiérem

K mužům auta patří stejně tak jako fotbal, dobré jídlo a lechtivé rozhovory. O autech se mluví v práci, debatuje v hospůdce, mezi přáteli, kolegy, spolužáky. Je to téma vděčné, atraktivní, nesoucí spousty informací o postupu vědy, inovací, nejnovějších technologiích. Je to tedy téma nejen zábavné, ale i navýsost užitečné. Fandové stejně tak jako odborníci již vědí, že loňský automobilový trh u nás výrazně rostl. Jednou z automobilek, která významně bodovala, byl Peugeot. Značka prosperovala ve znamení rekordů, i když, pravda, prodejní rekord z roku 2003 překonán nebyl. Ředitel značky Peugeot v ČR Marco Venturini přesto mluví o nejlepší prodejní výsledku v dvacetileté historii Peugeot na českém trhu.

V čem tedy spočívá takový úspěch?

Statistiky a prodeje někdy nemusí vyjadřovat totéž. V roce 2016 bylo sice registrováno 10 766 vozů Peugeot, což je o 15 méně než v úžasném roce 2003, nicméně objednávek jsme loni uzavřeli 12 822, což je jednoznačně nejlepší výsledek v naší historii. Bohužel nás brzdila výrobní kapacita továren, takže jsme nestihli všechny vozy klientům předat. Pozitivem je, že do nového roku vcházíme s tučným portfoliem objednávek, které udrží nastavený prodejní trend.

Které modely se prodávaly nejlépe?

Nejvíce se prodalo modelu Peugeot Boxer. Je zároveň nejprodávějším lehkým užitkovým vozem v ČR. Ovládl celou pětinu svého segmentu. Daří se také modelu 2008, kterému prospěl nový facelift, a je druhým nejžádanějším malým SUV na trhu. Skokanem roku se však ukázal nový Peugeot 3008. Toto SUV jsme uvedli na trh v závěru loňského roku

a takřka okamžitě se strhla lavina objednávek. Za necelé tři měsíce jsme jich nasbírali skoro 500, což je více než celoroční prodeje minulých generací tohoto modelu.



Marco Venturini

Letošní rok vás ale nedrží jen objednávky z loňska, hned v lednu jste spustili akci „7 dní Peugeot“. Měla úspěch?

Jednoznačně měla! V akčním týdnu navštívilo naše showroomy přes 2000 potenciálních zákazníků. Uzavřelo se přes 1400 objednávek, hlavně šlo o Peugeot 208, 2008 a Partner Tepee.

Co zajímavého ještě chystáte v letošním roce?

Osvědčila se nám akce Peugeot Emotion Day. Jde o roadshow po více než 40 českých a moravských městech, kde si návštěvníci mohou prohlédnout a otestovat naše novinky i ostřílené bestsellery. Letos bychom zájemcům opět rádi nabídli testování automobilů, které bude doplněné o zajímavý doprovodný program pro celou rodinu.

A novinky? Nač se můžeme těšit?

Nejočekávanější novinkou letošního roku bude naše další SUV Peugeot 5008. Z hlediska designu, zajímavých technologií i kvality se skokově dostal nad původní generaci. Očekáváme tedy, že se prosadí stejně dobře jako Peugeot 3008.

Další novinkou je facelift sedanu Peugeot 301, který už nyní mohou zákazníci objednat v našich koncesích. A na druhou polovinu roku máme připraveno třetí překvapení. Letos tedy rozhodně budeme mít co dělat.

ptala se Eva Brixi ■■■

Nejmedializovanější osobnosti roku 2016 v ČR

Analytici společnosti Monitora Media zveřejnili žebříček mediálně nejzmiňovanějších osobností roku 2016. V českých médiích byli pod drobnohledem vrcholní politici v čele s Andrejem Babišem, Bohuslavem Sobotkou a Milošem Zemanem, ale i sportovci, například Jaromír Jágr. Nejsdílenějším článkem na sociálních sítích byl ten, který popisuje, že práce škodí.

Společnost Monitor Media, jednička na trhu monitoringu nové generace, na základě statistiky výrazů sestavila žebříček nejvíce medializovaných známých osobností. Zaměřila se na pořadí nejzmiňovanějších politických a sportovních osobností roku 2016. První patnáctka v médiích vůbec nejskloňovanějších osobností dokazuje, že Češi se stále zajímají především o politiku. Žebříček tak ovládli vrcholní čeští i zahraniční politici, kterým patří hned dvanáct míst. Na prvních třech pozicích stojí Andrej Babiš, Bohuslav Sobotka a Miloš Zeman. V první desítce se nenachází ani jeden sportovec. Jaromír Jágr figuruje až na jedenáctém místě a Karolína Plíšková na dvanáctém.

Žebříček ovlivněn prezidentskými volbami v USA

Není překvapením, že v tuzemsku se nejmedializovanější zahraniční osobností stal Donald Trump. Podobně jako jinde na světě se i čeští novináři podrobně věnovali prezidentským volbám v USA, čímž byla statistika výrazně ovlivněna. Pokud by Donald Trump volby prohrál, nejspíše by se na jeho místě umístila bývalá první dáma USA Hillary Clintonová. Kdyby se volby nekonaly, pravděpodobně by ani Vladimir Putin neskončil tak vysoko, protože to byl právě on, kdo byl v médiích pojednávajících o prezidentských volbách hodně zmiňován ve spojitosti s jejich ovlivňováním. Česká média si také všimla zahraniční politiky. Nejvíce zmiňovanou političkou byla Angela Merkelová, a to nejen za svůj postoj k uprchlíkům, ale také díky tomu, že se v srpnu objevila v ČR. Na Baracka Obamu, jakožto dosluhujícího prezidenta USA, zbyla až desátá příčka a čtrnáctou si vysloužil turecký prezident a samovládcе Recep Tayyip Erdogan.

Jágr stále na výsluní

Ačkoliv Jaromír Jágr již nepatří mezi nejlépe placené české sportovce, jeho jméno stále



ilustrace Pixabay

pořadí	medializovaná osobnost	funkce
1.	Andrej Babiš	ministr financí
2.	Bohuslav Sobotka	předseda vlády
3.	Miloš Zeman	třetí prezident ČR
4.	Donald Trump	45. prezident USA
5.	Vladimir Putin	prezident Ruské federace
6.	Angela Merkelová	kancléřka Spolkové republiky Německo
7.	Hillary Clintonová	americká politička a bývalá první dáma USA
8.	Václav Havel	první prezident ČR
9.	Karel IV.	jedenáctý český král
10.	Barack Obama	44. prezident USA
11.	Jaromír Jágr	hokejový útočník
12.	Karolína Plíšková	nejlepší česká tenistka
13.	Miroslav Kalousek	předseda TOP 09
14.	Recep Tayyip Erdogan	turecký prezident
15.	Václav Klaus	druhý prezident ČR

hodně přitahuje mediální pozornost. I proto byl z našich sportovců v loňském roce tím nejmedializovanějším. Raketový nárůst medializace zaznamenala Petra Kvitová v souvislosti s útokem na její osobu na konci loňského roku. V Top 15 ji však díky celoročním výborným sportovním výsledkům s přehledem předběhla Karolína Plíšková, které k tomuto místu dopomohla především bulvární média sledující její soukromý život.

Top 5 českých politiků

Pořadí s ryze českými politiky s přehledem vyhrál Andrej Babiš. Tomu pomohlo nejen to, že je druhý nejbohatší český občan a ministr financí, ale zejména jeho každodenní medializování ve spojitosti s podnikáním a politickým životem. Výrazným akcelerátorem bylo zmiňování v souvislosti zákonu o střetu zájmů, tzv. lex Babiš. Bohuslav Sobotka se jako předseda vlády ČR umístil na druhém místě. Až třetí příčka patří prezidentovi Miloši Ze-

manovi, a to i přesto, že se snaží, aby byl hodně vidět. Čtvrtá pozice náleží bývalému prezidentovi Václavu Havlovi, k čemuž výrazně pomohly jeho nedožité 80. narozeniny a pětileté výročí úmrtí. Na posledním místě se umístil Miroslav Kalousek, který je nejaktivnějším opozičním poslancem vystupujícím před médii.

Top 15 nejsdílenějších článků

Služba Monitora.cz také zveřejnila informace o 15 nejsdílenějších zpravodajských článcích na sociálních sítích. První příčka patří článku pojednávajícímu o tom, jak práce škodí mozku více než totální nečinnost. „Možnost sledovat sdílení článků v naší službě jsme spustili v loňském roce a u firem používajících monitoring médií se těší velkému zájmu. Mohou z ní například vyčíst, že nejsdílenějšími tématy se stala ta, která nějakým způsobem lidem něco radila, vysvětlovala či objasňovala,“ řekl Tomáš Berger, CEO Monitora Media. (tz)