

září 2019

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Josef Kratochvíl

Lukáš Tvrđý

Eduard Bláha

David Kostka

Jiří Kopáček

Jiří Vládík



Josef Kratochvíl

**Patentové informace
ušetří spoustu peněz a času**

rozhovor na stranách 2–3

Patentové informace ušetří spoustu peněz a času



Vymyslet něco nového, detail do mozaiky přesložitěho světa, najít způsob, jak zdokonalit to, co je dobré, na ještě lepší, vynalézt způsob, jak to či ono vyrábět levněji, a přitom kvalitněji, dát lidem šanci žít zdravěji, šetřit čas nebo suroviny, s nadsázkou řečeno obrátit ten či onen fyzikální zákon naruby a... To je hodno ocenění a zaslouží si i náležitou péči. Zjednodušeně řečeno: vědět, jak se co dělá, a dovést to na vrchol možností doby je asi to nejčennější, co lidstvo má. A toto duševní bohatství by si mělo i náležitě chránit. Slouží k tomu řada nástrojů například v kompetenci Úřadu průmyslového vlastnictví v Praze i neutuchající aktivity jeho pracovníků, odborníků nad jiné. Letos slaví toto pracoviště sto let od svého vzniku. Předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví Mgr. Ing. Josefa Kratochvíla, Ph.D., jsem se zeptala:



Mgr. Ing. Josef Kratochvíl, Ph.D.

K Úřadu průmyslového vlastnictví patří v tomto roce významné jubileum. Co za dobu své existence dal české ekonomice?

Úřad průmyslového vlastnictví, tak, jak jej známe dnes, se konstituoval současně s Českou republikou v roce 1993. Jeho historické kořeny jsou však o dost starší. Jsou spojeny se vznikem samostatného Československa. Představíme-li si ono množství nejrůznějších úkolů, které musel vznikající stát řešit, je jisté hodno pozornosti, že už v listopadu 1918 se první československá vláda zabývala otázkou vytvoření Patentového úřadu. Ten následně vznikl na základě zákona o prozatímních opatřeních k ochraně vynálezů z května 1919. Nešlo však jen o osvícenost tehdejších politiků, zajištění řádné ochrany nehmotného vlastnictví si vyžadovali majitelé starších patentových práv, udělených ještě v Rakousko-Uhersku, a hlavně rychle se rozvíjející

průmysl, výzkum a vývoj. Jak se uvádí v historickém úředním zápisu, po činnosti Patentového úřadu „se již ze všech stran naléhavě volá“. Rok 2019 proto považujeme za jubilejní nejen pro fakt, že před sto lety vznikl předchůdce našeho úřadu, ale také a především, že před sto lety se začala psát samostatná historie systému ochrany průmyslových práv v Čechách, na Moravě a také na Slovensku. Ptáte se, co úřad dal naší ekonomice. Podle mne především umožnil seznámit se se světovými technickými novinkami již ve stádiu přihlášek vynálezů a zároveň nabídl patent jako účinný nástroj ochrany oprávněných ekonomických zájmů.

Mluvíme o patentech. Jak to bylo s ochrannými známkami?

Působnost Patentového úřadu byla rozšířena o agendu ochranných známek až v roce 1950.

Samotné ochranné známky mají však historii o mnoho delší, sahající do doby Rakousko-Uherska. Pro úpravu poměrů v Československu byl v roce 1919 přijat zákon týkající se zatímních opatření k ochraně známek, který platil až do roku 1952. Zákon v podstatě převzal rakouský systém. Ochranné známky se přihlašovaly u obchodní a živnostenské komory, v jejímž obvodu byl příslušný podnik nebo živnost. Celostátní právní ochranu pak získávaly po zápisu do ústředního rejstříku a uveřejnění v Ústředním věstníku ochranných známek. Dnes v České republice platí ochranné známky národní, mezinárodní a ochranné známky Evropské unie, na konci roku 2018 to bylo víc než 1 500 000 známek.

A jaká pozoruhodnost se váže k založení úřadu?

Pozoruhodnost? Nevím. Snad ta, že první československá patentová přihláška byla podána ještě před faktickým vznikem úřadu hned 31. října 1918. Jisté je, že Patentový úřad od samého počátku měl vysoké ambice ohledně kvality udělených patentů, když po vzoru vídeňského nebo berlínského úřadu prováděl takzvaný úplný průzkum přihlášky vynálezu. Musel zvládat převedení patentů z Rakouské monarchie i vysoký počet nových přihlášek, kterých jen v letech 1918 a 1919 bylo podáno přes 5200. Neopomíjel význam mezinárodní spolupráce, když v roce 1919 stál u přístupu Československa do rodiny členů Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví a Madridské dohody o mezinárodním zápisu ochranných známek.

V čem je náš „patenták“ v rámci Evropy svébytný či výjimečný?

Velká svébytnost se u úřadů našeho typu nepředpokládá. Skoro bych řekl, že je tomu právě

Mnohdy je nehmotný majetek cennější a z hlediska podnikání perspektivnější než firemní vybavení hmotné. O to více udivuje, že ne všichni podnikatelé systém ochrany průmyslových práv dostatečně využívají, a to ani tu jeho podstatnou část, která je poskytována zdarma a s vysokým uživatelským komfortem na internetu.



naopak a že mezinárodní harmonizace ochrany průmyslových práv je to, oč tu běží. Příkladem může být poslední dění v oblasti ochranných známek. Evropská unie přijala směrnici, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách, a my, stejně jako ostatní členské státy, jsme museli upravit příslušný zákon. Je vcelku pochopitelné, že pro uživatele tohoto systému ochrany označení zboží nebo služeb je výhodné, pokud jsou pravidla, podle kterých se v jednotlivých státech hraje, shodná nebo velmi podobná. Mimořádně, zmíněná novela zákona o ochranných známkách byla v anketě odborné veřejnosti „Zákon roku“ jednou ze tří nominovaných právních norem, které nejlépe slouží veřejnosti z hlediska kvality právního předpisu a jeho dopadu na podnikatelské prostředí. Tím se dostává k pojmu výjimečnost. Usilujeme, aby úřad plnil své úkoly kvalitně. Zavedli jsme a zdokonalujeme systém řízení kvality certifikovaný podle norem ISO. V analytické studii pro vládní program Digitální Česko byl úřad v roce 2018 vyhodnocen jako nejvýspější, co se stavu řízení zejména v oblasti IT týká. Ve světě snaha o vysokou kvalitu nezvyklá není, u nás v tom ještě určitá výjimečnost je.

Nehmotný majetek se nedá zvážit, změřit, často ani vyčíslit penězi. Mám pocit, že jeho význam stále nedoceňujeme, ať již jednotlivci, firmy, celá společnost. Změní se to někdy?

Nehmotný majetek se skutečně nedá vážit a měřit, chápáno fyzikálně. Určitě se dá vyčíslit penězi. Mnohdy je nehmotný majetek cennější a z hlediska podnikání perspektivnější než firemní vybavení hmotné. O to více udivuje, že ne všichni podnikatelé systém ochrany průmyslových práv dostatečně využívají, a to ani tu jeho podstatnou část, která je poskytována zdarma a s vysokým uživatelským komfortem na internetu. Hovořím o patentových informacích nabízejících mnoho možností, jak z nich těžit. I ti, kteří novátorská řešení nevyvíjejí, se mohou prostřednictvím patentových databází seznámit s nejnovějším stavem v jejich oboru, mohou nalézt potenciální možnosti spolupráce nebo odhalit budoucí záměry konkurence. Patentové informace jim ušetří spoustu peněz a času tím, že nebudou znovu vynalézat, co je již známo a v patentových přihláškách a patentech zveřejněno. Současně se vyvarují nemalých finančních a dalších problémů, které si mohou způsobit

porušováním chráněných průmyslových práv někoho jiného. Pro malé a střední podniky a veřejné instituce výzkumu a vývoje je optimální cestou jimi vytvořená nová technická řešení přihlásit k patentové ochraně, s výhodou prostřednictvím systému PCT, a komercializovat je především prostřednictvím prodeje licencí. Dobré příklady existují, ale není jich dost, výsledky zdaleka neodpovídají prostředkům, které se do vědy a výzkumu vkládají. Nejsem pesimista, situace se postupně mění k lepšímu, ale na můj vkus by to mohlo jít rychleji.

Jak tomu napomoci? Už výukou ve školách, specializací na vysokých školách, větší osvětou cílenou na odbornou veřejnost, speciálními projekty celonárodního charakteru?

Úřad se dlouhodobě snaží zvyšovat veřejné povědomí o smyslu a možnostech systému ochrany průmyslového vlastnictví. Už v roce 1963 zahájil činnost tehdy Podnikový institut, dnešní oddělení Institutu průmyslové právní výchovy. Vedle seminářů a odborných konferencí pořádáme dvouleté specializační studium určené především pro pracovníky z průmyslového výzkumu a vývoje, z technologických center vysokých škol, pro ty, kteří se připravují na povolání patentového zástupce a další zájemce o danou problematiku. Za období existence Institutu studium absolvovalo více než 3500 posluchačů. S výukou souvisí i publikační činnost. Od roku 1990 jsme nabídli více než 120 odborných knih, vydáváme též časopis Průmyslové vlastnictví a řadu informačních brožur a letáků. Na zásadní změnu vnímání systému ochrany průmyslových práv však nestačíme. K tomu je potřeba zavést výuku do škol, a to od základních po vysoké, začít od znalostí orientačních, pokračovat po odborný detail. Nejdál jsou vysoké školy a univerzity, mnohde je již výuka zavedena, někde jako samostatný



předmět, jinde je problematika zařazena do vybraného, většinou právního nebo ekonomického, předmětu. Často je součástí programů v technologických a inovačních centrech.

Za vaší působnosti v ÚVP jste pomohl do života řadě novinek a nápadů k popularizaci vnímání duševního vlastnictví. Mohl byste připomenout to zásadní, co se povedlo?

Napadají mě dva dost nespořodné příklady. Předně se podařilo prosadit, a ne zcela snadno, aby se problematika ochrany duševního vlastnictví stala jedním z obsahových pilířů vládního dokumentu Inovační strategie 2019–2030. Velmi to oceňuji. Pokud mi paměť sahá, je Strategie prvním vládním dokumentem stavícím aspekty ochrany duševního vlastnictví na roveň dalším důležitým aktivitám směřujícím k podpoře vědy, výzkumu a inovací s cílem vytvořit z České republiky zemi, která se stane symbolem znalostí a pokročilých technologií a hostitelem nejvýznamnějších světových vědeckých kapacit. Naš strategický pilíř cílí ke zvýšení povědomí o systému ochrany duševního vlastnictví nastavením těsnější spolupráce se všemi stupni vzdělávání, ke zvýšení využívání nástrojů ochrany duševního vlastnictví, zejména patentů s komerčním potenciálem, využívání patentových informací před formulací vědeckých, výzkumných a inovačních záměrů. Ke konkretizaci cílů zpracováváme ucelenou koncepci podpory ochrany duševního vlastnictví. A druhý příklad: musíme začít u dětí. Přemýšleli jsme, čím dalším, vedle názorných brožur, her a speciální rubriky na internetu, mládež a děti zaujmout. Napadla nás spolupráce s mladými nadšenci provozujícími ÚDIF – Úžasné divadlo fyziky. Opakovaně a s velkým zájmem základních škol se v prostorách úřadu konala zábavná představení plná zajímavých pokusů podnětující k přemýšlení a rozvíjejících nápaditost. Nebo jsme se účastnili programu Mladý vynálezce pořádaného Asociací rozvoje invencí a duševního vlastnictví. A jak se rodily dětské nápady, hned jsme je porovnávali s informacemi v patentových databázích a vystavovali dětem certifikáty. Ano, nic nového, prostě škola hrou, tak jak si ji představoval už Jan Amos Komenský. Jsem si však jist, že tyto děti už slovo patent nezapomenou, nebudou se ho bát, a v pravý čas začnou systém ochrany průmyslových práv aktivně využívat.

otázky připravila Eva Brixi ■■■



Kytice pro muže:

přísnější, tvrdší, s neobvyklým detailem



Lukáš Tvrdý

Když po schůdkách sestoupíte do květinového ateliéru luka:sh na pražských Vinohradech, pár kroků od Náměstí Míru, ocitnete se v jiném světě. V prostoru, kde neplyne čas, ale voní vesmír. Kde nepřetržitě vznikají květinová aranžmá překypující fantazií, energií, potřebou vymýšlet si, zkoušet, překvapovat i sebe sama. Těžko slovy vyjádřit to, čemu se trendově říká kreativita. Tady je to něco víc: hromy a blesky v poezii ticha a klidu. Květy, barvy, tvary, vůně, pokusy, vášeň, i dřina, kdy Lukáš Tvrdý nevnímá rozbolavěné ruce, protože potřeba duše vykouzlí kytici jinou než před chvílí, to je jeho zaříkadlo dne. Florista a spolumajitel květinové dílny a obchodu květinami rád experimentuje a přináší do našich dnů pohodu:

Proč jste založil květinový ateliér v Praze? A proč vás zajímají kytičky, keře, stromy, aranžování přírodnin?

Je to splněný sen. Květinovou dílnu jsme založili v centru Prahy právě proto, že skvěle kontrastuje s městem jako takovým. Chceme vnést do městského prostředí více přírody, rostlin, květů... Dát klientům možnost užít si tvorbu s materiálem a zapomenout na každodenní shon. Nebo se jen přijít podívat a trochu vstřebat tu naši atmosféru.

Vaše práce přináší lidem radost. Poznáte to na první pohled, když někoho kyticí potěšíte?

Dělat lidem radost a předávat ji dál prostřednictvím květin je jeden ze silných motorů, proč to děláme. Většinou je na klientech poznat, když odcházejí s kyticí, že jsou spokojeni. I když občas mají z počátku obavy, jak z té skrumáže materiálu může vzniknout něco působivého. Málodky se stane, že kytici doupravujeme. Možná



Kytice pro muže? To je stále mezi klienty velká neznámá, ale myslím, že je zbytečné se jich bát.



proto, že se každého snažíme nejprve vyzpovídat, kdo je obdarovaný a co má rád, podpořit ho ve výběru. V případě, že si kytici chce uvázat sám, a to je u nás možné, pomoci mu ji vytvořit.

Několikrát jsem u vás v prodejně byla a vždy jsem odcházela přímo nabitá energií a s chutí měnit svět. Čím to, že je to místo tak okouzlivé? Vybírali jste je podle určitých, nebojím se tvrdit, magických prvků, jež by mělo splňovat?

Moc mě těší, že na vás takhle pozitivně naše centrum působí a doufám, že ho tak vnímají všichni. Byli bychom rádi, aby to tak zůstalo. Ono to místo vlastně přišlo do cesty náhodou, když jsme sídlo pro naši květinovou dílnu hledali. A Vinohrady jsou srdeční záležitost. Je pravda, že pro-

stor má své limity, ale jinak je velmi příjemný. A ta okouzlivá atmosféra je určitě zapříčiněná tím, že máme kolem sebe spousty květin a rostlin, a troufám si tvrdit, že také naším vztahem k nim i lidem, kteří k nám zavítají.

Nespoutanou fantazii rozdáváte vazbami z řezaných květin, také si umíte zahrát s těmi hrnkovými a zákazníkovi je nabídnout s noblesou a velkou přidanou hodnotou. Jak si poradíte s přáním, jež se vymyká zvyklostem, pravidlům, zkušenostem? Snažíte se zájemci vysvětlit, že volí špatně a doporučit jiné řešení? Anebo hledáte kompromis, aniž by to poznal?

Myslím, že jsme otevření, a pokud je něco špatně, snažíme se vysvětlit, proč. Pokud však klient trvá na svém, pak přichází na řadu hledání kompromisu. Musíme mít čisté svědomí, že jsme udělali maximum a produkt bude klientovi fungovat. Ať je to kytice, rostlina, či věnec. Jinak bychom to raději nedělali.

Pořádáte i malé prezentace s rozmanitými náměty, třeba svatební stůl, velikonoční variace, budete připravovat kytice pro říjnové vyhodnocení soutěže Česká chuťovka. Nač se můžeme těšit na podzim a před Vánocemi?

Od září bychom rádi zavedli na každý měsíc téma. Bude se týkat nejen květin, jejich dru-

hů a barevnosti, ale i stylu vazby, doplňků a dekorací. Jednotlivé měsíce budou v rámci trendových barev se specifickým akcentem. Jsme napjatí, jak to klienti přijmou.

Výhledově byste rádi organizovali komorní semináře, výstavy a setkávání zajímavých osobností mezi květinami. Už je koncept hotový?

Je tolik věcí, na kterých pracujeme, a tak se bohužel zahájení jednotlivých projektů v loka:sh stále posouvá. Tohle je jeden z případů. Ale věřím, že se nám podaří první event brzy.

Připravujete speciální výzdobu také na firemní akce, večírky, obchodní jednání? Jsou na programu i kytice pro muže? Čím se vyznačují?

čírky, obchodní jednání? Jsou na programu i kytice pro muže? Čím se vyznačují?

Samozřejmě i dekorace společenských akcí je naše práce, která nás nesmírně baví. Protože vždy jsou jiná témata, barvy, přístup a celé to vymyslíme od začátku až do konce.

Kytice pro muže? To je stále mezi klienty velká neznámá, ale myslím, že je zbytečné se jich bát. Neřekl bych, že je to změkčilost, dát muži květinu. Obzvlášť, pokud je milovníkem flóry, pak není co řešit. Většinou jsou to kytice přísnější, tvrdší, jednodušší, případně s neobvyklým detailem.

ptala se Eva Brixí



Základ českého lázeňství se zásadně nemění

Jet do lázní znamená naordinovat si kousek zdraví, pohodu v duši, odpočinek. Myslet na sebe v tom nejlepší slova smyslu. Možností, kam zavítat, je u nás mnoho. Jedno slavnější místo než druhé. S MUDr. Eduardem Bláhou, generálním ředitelem Léčebných lázní Jáchymov a.s. a Lázní Luhačovice, a.s., jsem hovořila o tom, co mohou nabídnout právě tato dvě ikonická místa:



MUDr. Eduard Bláha

Lázeňství v České republice získává na popularitě, lázně mají co nabídnout, a touha strávit dovolenou právě v lázních se stala takřka módní záležitostí. Lidé se přesvědčují, že lázeňská péče, krásné prostředí i síla pramenů mají skutečně blahodárné účinky na jejich kondici. Jakou roli hraje skupina Spa & Wellness Nature Resorts na českém trhu?

Naše lázeňská skupina Spa & Wellness Nature Resorts, kterou tvoří Léčebné lázně Jáchymov a Lázně Luhačovice, je s 2200 lůžky pro dospělé a téměř 300 lůžky pro děti největší v České republice. To odpovídá 10 % lůžkové kapacity na českém lázeňském trhu. S celkem 1200 zaměstnanci jsme také významným zaměstnavatelem v Karlovarském a Zlínském kraji. Jedinečnost jáchymovských lázní je dána mimořádnými léčivými účinky radonové vody. V Luhačovicích jsme doslova synonymem lázeňského města samotného. Spravujeme centrální park, kolonádu, architektonické poklady

a většinu léčivých minerálních pramenů v čele s Vincentkou.

Co užitečného dokážou nabídnout Lázně Luhačovice, a.s., unaveným podnikatelům a manažerům, přepracovaným šéfům, kteří si životním stylem koledují o civilizační choroby?

Základem je samozřejmě lázeňská léčba od onemocnění dýchacích cest přes pohybový aparát až po nervová onemocnění. Na lázeňskou medicínu klademe velký důraz. Můžeme tak klasické léčebné pobyty doplňovat relaxačními, rekondičními nebo wellness pobyty. Pro načerpání sil a jako prevenci bych doporučil některý z pobytů v našem ALEXANDRIA**** Spa & Wellness hotelu s největším wellness centrem v Luhačovicích. Unikátní je i samotné místo. Luhačovice lákají jedinečným architektonickým výrazem i bohatým společenským životem. Neopakovatelná atmosféra odlišuje tyto lázně od řady jiných.

Po rekonstrukci je hala Vincentka a v listopadu se můžeme těšit na novou, opravenou kolonádu v Luhačovicích. Proč jste investovali zrovna do nich a jaké benefity lázeňským hostům přinesou?

Podobně jako před pěti lety dokončená revitalizace zeleně v lázeňském parku a následná obnova hlavních komunikací je i současná rekonstrukce kolonády a haly Vincentka dalším „filantropickým projektem“ naší společnosti. Jde o stavbu, která je organizačně i finančně nesmírně náročná. Bez dotační podpory z programu IROP bychom na její realizaci hned tak nedosáhli. Rozhodně ne po zmíněných předchozích investicích. Naším cílem je záchrana objektů kulturního dědictví s rozšířením o výstavní expozici a z kvalitnější prostor pro hosty. Snažíme se této monumentální stavbě lázeňského středu vrátit její původní lesk. I přes dotace vložila naše společnost do areálu během posledních pěti let více než 50 milionů korun a v dalších letech to bude ještě násobně více.

Podzim a zima nebývají pro mnoho lidí obdobím, kdy do lázní jezdí rádi, ale není to škoda? Právě v tento čas si mohou procedury, masáže, koupele i bazén vychutnat do libosti, sluníčko neláká k dalším aktivitám, na ty lázeňské je tedy možnost se plně soustředit...

Právě nyní na podzim je dobré zvážit výhody, které přináší absolvování lázeňské péče mimo hlavní sezonu. Rozsah a úroveň poskytované léčby se po celý rok nemění. Především pro osoby s chronickým onemocněním dýchacích cest jsou však zimní měsíce zvláště vhodným obdobím pro lázeňskou léčbu. Na čistém vzduchu v Luhačovicích se lépe překonává zvýšená zátěž v podobě inverzí. Další výhodou





zimního období je, že hosté také výrazně ušetří, protože lázeňská péče hrazená zdravotní pojišťovnou je v převážné většině našich kapacit bez doplatku. Tato možnost je sice celoroční, ale v hlavní sezoně je nabídka kapacit, kde se nedoplácí, výrazně menší. Poptávka po lázeňské péči je stále vysoce sezonní, což se potvrzuje i letos, kdy jsme během hlavní sezony nemohli uspokojit z kapacitních důvodů všechny pacienty.

Lázně Jáchymov prosluly jedinečným složením léčebné vody. Nemění se? Pro koho je nejvhodnější? Svého času sem mířily často podnikatelky a manažerky na prodloužené víkendy, když potřebovaly radikálně odhodit starosti za hlavu a trochu si odpočinout. Najdeme v programu těchto lázní i speciální nabídky, které jsou zaměřeny především na odbourání stresu? Zlepšení nálady?

Základní pilířem jáchymovského lázeňství vždy zůstane unikátní léčba radonovou vodou. Její kvalita se dlouhodobě nemění. S úspěchem léčíme nemoci pohybového ústrojí a nemoci nervové. Rada pacientů k nám do Jáchymova přijíždí za léčbou Bechtěrevovy choroby. Největší zájem je o tradiční léčení, kdy pacientům kombinace koupelí v radonové vodě, rehabilitace a fyzikální terapie přináší významnou úlevu od bolesti i sníženou spotřebu léků. Kromě léčebných pobytů nabízíme také pro-

gramy pro ty, na které doléhá stres a hektický způsob života. Dlouhodobě se také spolu s provozovateli okolních lyžařských regionů snažíme zvýšit atraktivitu našich lázní i Jáchymova pro lyžaře, cyklisty a rodiny s dětmi. Investovali jsme do aquacentra, řady apartmánů a penzionů, a letos jsme pro veřejnost otevřeli úžasný saunový komplex inspirovaný hornickou historií města, a to tzv. Saunový důl Agriola, kterým jsme symbolicky přivítali zápis tamní hornické krajiny na seznam UNESCO.

I v lázeňství se prosazují nové trendy. Mohl byste je charakterizovat?

Je potřeba zdůraznit, že základ českého lázeňství se zásadně nemění. České lázně jsou založeny na využívání přírodních léčivých zdrojů, kvalitní lékařské péči a progresivních léčebných a rehabilitačních metod. Díky této skutečnosti mohou souběžně s využitím všech výhod lázní rozvíjet relaxační, sportovní, antistresové, redukční, beauty a wellness programy. Obecně roste poptávka po lázeňských a wellness hotelech poskytujících komplexní služby pod jednou střechou.

Kdybyste potkal kouzelného dědečka, který by vám mohl splnit jedno velké přání, které by to bylo?

Zajištění dostatku kvalitních pracovních sil. Růst celého oboru je limitován právě aktuální

situací na trhu práce. Chybí nejen kuchaři, číšníci nebo pokojské, ale i fyzioterapeuti a lékaři.

Myslíte si, že by firmy měly do svého programu benefitů pro zaměstnance nebo pro management více zařazovat i pobyty v lázních?

Podle našich zkušeností z Jáchymova i Luhačovic firmy vnímají pobyty v lázních pro své zaměstnance jako prospěšnou formu investice, která přináší nespočet benefitů. S některými firmami navíc spolupráce trvá řadu let.

Do jaké míry využívají lázně v České republice samoplátci? Převažují asi stále klienti zdravotních pojišťoven, tedy lidé trpící chronickými nemocemi, po úrazech a operacích. Mění se poměr těchto dvou skupin?

Tuzemští samoplátci jsou zdaleka nejčastějšími návštěvníky českých lázní. Pojištěnci už řadu let tvoří v tuzemských lázních menšinu. Tedy pokud se na jejich návštěvnost díváme optikou počtu osob. Jezdí ale na nejdelší pobyty, jde totiž v průměru o něco více než tři týdny, a proto se bez nich tuzemské lázně rozhodně neobejdou. Tuzemští samoplátci jezdí většinou na týdenní pobyty a cizinci na pobyty okolo čtrnácti dnů. Většina cizinců navštěvuje ale lázně v karlovarském kraji a pro jiné tuzemské lázně tak významnými návštěvníky nejsou.

Vlastnit a řídit dvoje velké lázně znamená velkou zodpovědnost. Jak business model takových komplexů dovést k dokonalosti, aby přinášel náležitý zisk a návštěvníkům co nejvyšší kvalitu služeb?

To jsou přesně otázky, které si den co den pokládám, s větším či menším úspěchem na ně hledám odpovědi a nacházím jejich řešení. Ale ne sám. Bez skvělých a pro věc zapálených kolegů by to nešlo. Musíte si vážit jich i svých hostů. Jen těžko lze generalizovat. Obecně bych asi řekl, že to chce od všech vytrvalost, neusínat na vavřínech, učit se u těch nejlepších v oboru i mimo něj, poctivě pracovat a nic neošidit.

ptala se Eva Brixí



Podporujeme prevenci, protože chceme, aby se lidé dožívali stáří ve zdraví



MUDr. David Kostka

Pro klienta vše, co je možné. Snad i tak by se dala charakterizovat strategie Zdravotní pojišťovny Ministerstva vnitra ČR, již prosazuje vlastně od začátku svého působení na českém trhu. Co to však znamená? Pojišťovna již řadu let velmi výrazně sází na prevenci a osvětu v tomto směru. Snaží se lidem nabídnout alternativu, která je nic nestojí a je příjemná: zvládat vlastní já s rozumem v hrsti. Uvědomit si, že stojí za to vlastní život nepodceňovat, ale radovat se z něj. Nejen o tom jsem hovořila s generálním ředitelem jmenované pojišťovny MUDr. Davidem Kostkou:

Někteří lidé se těžko smířují s názorem, že by měli být především sami zodpovědní za své zdraví a nespolehat jen na lékaře, prášky, náhodu nebo štěstí. Jak se vaše pojišťovna snaží právě jim vysvětlovat, že by svůj postoj měli pozměnit?

Chceme, aby občané měli šanci dožít se soběstačnosti i v seniorském věku. A jestliže budeme vycházet z toho, že vznik současných, především civilizačních, onemocnění až ze 70 % ovlivňuje náš životní styl – to, co jíme, jak se hýbeme, jak trávíme volný čas, jak snášíme stres – pak je naší povinností motivovat lidi k jeho změně. Takže to děláme. Prevenci podporujeme, jak se dá. Vyzýváme je ke změně životního stylu z nezdravého a pohodlného na zdravý a aktivní. Vysvětlujeme, že stačí malá obměna: vynechat výtah a chodit po schodech, vystoupit o několik zastávek tramvaje dříve a zbytek cesty dojít pěšky... Říkáme klie-

tům, že změna může být pozvolná, nenásilná, a už vůbec nemusí být drahá. Píšeme jim o tom na našich webech, v našem časopise, hovoříme o tom v médiích.

Prevence má souvislosti nejen zdravotní, ale i sociální či ekonomické. Jak právě ona dokáže šetřit státní prostředky a prodloužovat dobrý zdravotní stav člověka?

Úspora finančních prostředků je jistě důležitá, ale nejdůležitější je zachování zdraví co možná

Jsmo rádi, že naše filozofie serióznosti a vstřícnosti byla ohodnocena i tím, že jsme jedinou zdravotní pojišťovnou v zemi, která drží mezinárodní ocenění kvality Czech Superbrands.

do nejpozdějšího věku. Zatím si ČR v tomto směru nevede příliš dobře. Ačkoliv se u nás díky stále vyspělejší medicíně prodloužila délka dožití, občané poslední léta života tráví většinou v nemoci. Pokud se srovnáme například se Švédskem: lidé zde prožijí ve zdraví v průměru 71 let. To je o devět let více než v ČR.

Jaké směry preventivní péče podporujete zejména?

Jak už jsem zmínil, zdraví populace nejvíce ovlivňuje životní styl, zejména obezita, nedostatek pohybu, kouření, konzumace alkoholu. Takže důležité je především vlastní rozhodnutí o stravování, pohybu atd. Dále je zapotřebí, aby se lidé přestali nesmyslně bát preventivních prohlídek. Známost obavu: „A co když mi něco najdou?“ je třeba vymazat z našich myslí. Protože většinou nenajdou, a když ano, pak je velká šance, že v počátečním stádiu nemoci, tedy v dobře léčitelném stádiu. Když na prevenci chodit nebudeme, čeká nás, bohužel, obávaný verdikt: „Najdou.“ Ale na léčení už může být pozdě nebo bude zbytečně zatěžující. Řada preventivních prohlídek je hrazena z veřejného zdravotního pojištění, takže je máme zadarmo. A na ty, které hrazené nejsou, vám může přispět zdravotní pojišťovna z fondu prevence.

Škodí opravdu stres našemu zdraví? Nevyrovná tyto negace třeba prostá, obyčejná dobrá nálada a optimismus?

To jste řekla přesně. Dnes už se veřejně hovoří o tom, že stres ovlivňuje vznik civilizačních nemocí, jako je cukrovka či vysoký krevní tlak, ale také vznik některých druhů rakoviny. Je třeba se trochu zamyslet nad svým životním stylem a vypnout. Nehonit se tolik za kariérou, či penězi, alespoň na nějaký čas vypínat mobily, relaxovat, užívat pěkných chvil s rodinou a přáteli... Kompenzovat nějak to stresující životní tempo, které nás neustále žene k dalším a dalším výkonům.

Především podnikatelská a manažerská veřejnost je tak zvanému tlaku doby vystavena den co den. Mnozí hledají cesty k nápravě speciálními kurzy relaxace, meditací, zklidňují se jógou, procházkami, o víkendů neotvírají počítač. Co funguje vám?

To, o čem jsem se zmínil. Chvilky volna a relaxace s rodinou či přáteli, dobré kvalitní jídlo,

výlety do přírody, přiměřené sportovní aktivity. To vše vás nabije mnohem víc než celé balení léků proti stresu.

Ostatně pro firmy máte nový program, který také vybízí k uvážlivější péči o zdraví. Oč jde?

Je to program nazvaný Zdraví do firem. Je založen především na prevenci nemocí a na jisté edukaci. Mohu potvrdit, že má velmi dobrou odezvu, i když ho nemůžeme nabízet plošně. Je určen firmám, kde alespoň 25 % zaměstnanců je našich pojištěnců nebo v absolutních číslech je alespoň 300 zaměstnanců pojištěno u nás.

V čem spočívá podstata tohoto programu?

Organizujeme a z fondu prevence podporujeme preventivní vyšetření, nehrazená z veřejného zdravotního pojištění. Když se pak vyskytne zdravotní problém, přechází pacient pod běžnou úhradu ze základního zdravotního pojištění. Do programu patří také vzdělávání o zdravém životním stylu. Vedení firem i zaměstnanci sami jsou spokojeni. A pro nás je to indikátor, že jdeme dobrou cestou.

Hodně se začíná mluvit o významu fyzické práce, třeba na zahradě, jako o důležitém prvku přispívajícímu k upevnění zdraví. Je vhodnější než třeba pravidelné návštěvy fitka?

Myslím, že je jedno, jakou relaxační aktivitu si lidé zvolí. Důležité je, aby je bavila a naplňovala. Aby si při ní „vyčistili mozek“, vyplí sta-



rosti, vyplavili nějaké ty endorfiny – hormony štěstí!

Módní diskuzí je také vhodné stravování. Ale upřímně – nepřeháníme to, neděláme vědu z toho, co bylo ještě před 60 lety samozřejmostí?

Jsem zahlcen informacemi a dostali jsme se do situace, že si s nimi nevíme rady. Takže

Chvilé volna a relaxace s rodinou či přáteli, dobré kvalitní jídlo, výlety do přírody, přiměřené sportovní aktivity. To vše vás nabije mnohem víc než celé balení léků proti stresu.

osobně bych doporučil zklidnit se a vzít zdravý rozum do hrsti. Souhlasím se specialistkou na zdravotní prevenci a výživu Margit Slimákovou, která pro náš časopis Zdraví jako vášň řekla: „Existuje vlastně jediné základní pravidlo zdravé výživy: jíst skutečně kvalitní potraviny a jídla z nich. Pak nemůžeme udělat chybu.“ Zapomeňme tedy na všechny ty polotovary, upravená, dochucovaná, doslazovaná jídla plná stabilizátorů a konzervantů. Uvařme si něco dobrého ze základních surovin, omezme cukr, sůl, sladké limonády a alkohol, a věřím, že nám bude lépe.

Jste stále druhou největší zdravotní pojišťovnou na trhu a velmi dbáte na vztahy se svými pojištěnci. Mohl byste komentovat vaši filozofii?

Dbáme nejen na vztahy se svými více než 1 300 000 klienty, ale také na vztahy s lékaři

a dalšími poskytovateli zdravotních služeb. Snažíme se být jim seriózním partnerem, který platí za své závazky řádně a včas. Jsme rádi, že naše filozofie serióznosti a vstřícnosti byla ohodnocena i tím,

že jsme jedinou zdravotní pojišťovnou v zemi, která drží mezinárodní ocenění kvality Czech Superbrands.

otázky připravila Eva Brixi ■■■

Přes 30 milionů za přeplatky na léky

Celkem 30,4 milionů korun rozešle Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra ČR svým klientům za přeplatky na léky, které uhradili v prvním pololetí letošního roku.

„Částka se rozdělí mezi 37 557 našich klientů, což znamená, že vratku za přeplatek na léky dostane o 4557 lidí víc než za stejné období loňského roku. Vrácená částka se oproti prvnímu pololetí 2018 zvýšila téměř o osm milionů korun,“ uvedla mluvčí pojišťovny Hana Kadečková.

Většina klientů dostává peníze zpět prostřednictvím poštovní poukázky. Za druhé čtvrtletí letošního roku přijde složenka 30 624 klientům pojišťovny. Nejvyšší částka vyplacená poukázkou za první letošní pololetí dosahuje hodnoty 21 435 Kč. Další dostanou vratku nadlimitu na svůj bankovní účet. Nejvyšší vyplacená částka na účet činí 21 639 Kč.

V případě, že si klient ZP MV ČR chce zkontrolovat, jaké doplatky za léky mu byly do limitu započítány, může pojišťovnu požádat o roční výpis z účtu, kde jsou jednotlivé evidované doplatky uvedeny, nebo si zřídit elektronickou komunikaci a nahlédnout v počítači do svého výpisu vykázané zdravotní péče, kdykoliv bude chtít. Pro mobily existuje aplikace ZP211.

Roční limit na započitatelné doplatky za léky činí podle zákona pro děti a seniory od 65 let 1000 Kč a pro důchodce nad 70 let 500 Kč. Ostatní občané mají roční limit ve výši 5000 Kč. Výši započitatelných doplatek svým klientům „hlídá“ sama pojišťovna, která peníze posílá klientům zpět zcela automaticky. Pojištěnci tedy nemusejí o přeplatek žádat. (tz)

Kolik peněz vrátila ZP MV ČR pojištěncům za doplatky na léky za 1. pololetí roku 2018, 2017, 2016:

1. pol. roku 2018	22 532 700 Kč
1. pol. roku 2017	2 112 780 Kč
1. pol. roku 2016	1 751 300 Kč

Kolika pojištěncům vrátila ZP MV ČR za doplatky na léky za 1. pololetí roku 2018, 2017, 2016

1. pol. roku 2018	33 000 pojištěnců
1. pol. roku 2017	1160 pojištěnců
1. pol. roku 2016	907 pojištěnců

Mléčné dráhy českého zákazníka

Když mám před spaním hlad, ba co víc, když lednička zve k návštěvě, zkouším situaci řešit kompromisem, tedy soustem sýra nebo tvarohu. Víím, že i tak hřeším, ale hřešit je radostné, a navíc, po takové teče za vyčerpávajícím dnem se mi neskutečně dobře usíná. Má to nějakou logiku? Netuším, ale třeba se v závěru tohoto rozhovoru dovíme více od osobnosti, jejíž znalosti překračují mez odbornosti a vstupují v rozmanitých podobách do povědomí nás všech. Jedním ze špičkových odborníků v oboru mlékárenství je totiž Ing. Jiří Kopáček, CSc., předseda Českomoravského svazu mlékárenského.



Ing. Jiří Kopáček, CSc.

O mléce, výrobcích z něj a vlivu na zdraví člověka předává léta našim spotřebitelům nové a stále zajímavější poznatky z tohoto oboru. Reprezentuje rovněž kampaň Mléko vás zdraví. Jde o informační a edukační projekt zmíněného svazu, jehož cílem je naladit širokou veřejnost ke vnímání prospěšnosti mléka a mléčných výrobků pro lidský organizmus. Prezentované argumenty jsou podloženy vědeckými studiemi. Jedním z úkolů je vyvracet mýty a nepravdivá tvrzení, která o mléce a mléčných výrobcích kolují mezi lidmi. I proto projekt finančně podpořilo ministerstvo zemědělství. A protože mléko od pradávna patřilo do našeho jídelníčku, ale životní styl se překotně mění, Jiřího Kopáčka jsem se zeptala:

Dá se na výrobcích z mléka vysledovat dnes něco pozoruhodného?

Tak především: za poslední roky se tato kategorie potravin dostala na úplně jinou úroveň, než bývala před 20–30 lety. Spotřebitelé vlastně určují budoucí trendy a vás možná překvapí, co všechno se už z mléka vyrábí. Ale je tu ještě jeden fenomén – jakousi módou jako by se stalo pomlouvání mléka a mléčných výrobků a vyvracení jejich přínosů v naší stravě, a to vše bez jakékoli odborné znalosti podstaty věci. Vědecky nepodloženým povídačkám a pomluvám musí stále čelit i roky prověřené kravské mléko. Přitom výrobky z mléka jsou v našich zeměpisných šířkách součástí výživy člověka už po tisíciletí. Již v roce 1541 bylo vydáno odborné pojednání středověkého lékaře Conrada Gessnera nazvané Knížka o mléku a mléčných výrobcích, kde autor s vysokou erudiicí vyzdvihuje skutečný význam mléka.

Pochopím, že každému nemusí mléko chutnat, přesto za většinu populace lze tvrdit, že mléko a mléčné výrobky byly a jsou stále populární, jejich konzumace u nás stoupá, ale samozřejmě se mění jejich nabídka. Dnes najdete v obchodech

rozmanité mléčné výrobky v moderních obalech prodlužujících jejich trvanlivost. Mlékáři reagují na současné potřeby zákazníků a vyrábějí také potraviny a produkty pro speciální skupiny spotřebitelů, jako jsou děti, senioři, lidé trpící laktózovou intolerancí, a popřípadě některými nutričními či zdravotními omezeními. Sortiment se stále a rychle inovuje a složení výrobků zase reformuluje, aby odpovídalo požadavkům moderní a zdravé výživy. České mlékárny naslouchají svým spotřebitelům a snaží se plnit jejich přání. Servírují jim mléčné výrobky ušité přímo na míru jejich potřeb. Motivací pro ně je nejenom spokojený kupující, ale také soutěž o Mlékárenský výrobek roku, kterou organizuje náš svaz, a ve které jsou produkty hodnoceny přísnou odbornou porotou. Získání tohoto ocenění je nejenom prestižní záležitostí, ale také dobrou reklamou při prodeji jejich výrobků na trhu.

Populární je mluvit o intoleranci na laktózu...

Faktem je, že v naší současné populaci je přibližně 10–12 % těch, kteří mají skutečně problémy s trávením mléčného cukru, tedy laktózy. Jde o tzv. laktózovou intoleranci. Počet spotřebitelů s určitou nesnášenlivostí mléčného cukru ale také narůstá v souvislosti se stárnutím populace. Pro tyto skupiny lidí naše mlékárny vyvinuly již dříve konzumní mléka a smetany (Mlékárna Pragolaktos, Mlékárna Kunín), a nyní již také fermentované výrobky, jako jsou jogurty a zakysané smetany, a dokonce i mléčné dezerty (výrobci Hollandia Karlovy Vary a Madeta). Takže i lidé s dietou si mohou mléčné produkty dopřát.

Mnoho dnešních zákazníků vyhledává vysokoproteinové výrobky. Jak se to promítá do inovací mlékárenského průmyslu?

Mléčné bílkoviny neboli proteiny jsou složeny z tzv. nezbytných (esenciálních) aminokyselin.

Jejich stravitelnost je vysoká, téměř 95 %. Mléčné bílkoviny jsou zároveň konzumenty dobře vstřebávané ve střevě a přinášejí lidskému organismu aminokyseliny potřebné pro jeho vývoj. Bílkoviny mají ale také řadu fyziologických funkcí týkajících se především kardiovaskulárního a nervového systému, obranyschopnosti organismu, přenosu minerálů (železa, vápníku) a trávicího systému. Obohacování mléčných výrobků dalšími mléčnými proteiny je proto vhodné nejenom pro lepší růst svalů či jako prevence řady civilizačních chorob, ale je dále vhodnou výživou například pro sportovce, ale také pro naše seniory, kteří potřebují právě zvýšený příjem proteinů. Mezi tyto výrobky patří zejména vysokoproteinové, tzv. „řecké“ jogurty (Polabské mlékárny, Bohušovická mlékárna, Mlékárna Kunín), ale také tzv. skyr a skyr-drinky (Bohušovická mlékárna, Olma, Polabské mlékárny). Novinkou v této kategorii jsou zeleninové jogurtové dipy.

Co můžeme zařadit mezi tzv. etnické potraviny?

Trh s etnickými potravinami má v tuzemsku výrazný růstový potenciál. Potvrzuje to také skutečnost, že stoupá počet cizinců trvale pobývajících na našem území. Navíc Češi bohatnou a stále více cestují a poznávají zahraniční kuchyně a potraviny. Požitky z jejich konzumace si chtějí přinést i do svých domovů. Příkladem etnických potravin mohou být jednak již zmíněné vysokoproteinové („řecké“) jogurty, které pocházejí opravdu z Řecka, ale také skyr, pro jejichž výrobu se naše mlékárny nechaly inspirovat původní islandskou technologií. Letošní horkou novinkou českých syrářů jsou pak zejména sýry na grilování – napodobeniny sýra halloumi rozšířeného například na Kypru, v Řecku a dalších blízkovýchodních zemích. Českými ekvivalenty jsou skvělé sýry Grillami (Brazzale Moravia) a Allami (Laktos).



Lidé touží po novinkách, ale není lepší návrat k tradičním potravinám?

Každému podle jeho přání. Na výběr je toho skutečně mnoho. I v tomto ohledu mají domácí výrobci co nabídnout. Návratem k tradičním oblíbeným pokrmům našich babiček mohou být dva nedávno na trh uvedené tvarohy tradiční chuti a konzistence: první Staročeský Jaroměřický tučný tvaroh z Jaroměřické mlékárny, který se hodí nejlépe rovnou na chléb či jako náplň do buchet, druhý Olešnický tvaroh z Mlékárny Olešnice, nabízený v ideální formě a praktickém balení, je zase vhodný pro posypání ovocných knedlíků. Úspěch zaznamenalo řešení, jak praktičtěji zabalit oblíbený sýr Lučina pro konzumaci menších porcí, a navíc ještě zcela bez použitých přídatných látek při výrobě. Tento výrobek nazvaný Lučina Mini pochází od výrobce Savencia Fromage & Dairy Czech Republic a vyrábí se v závodě Hodonín. Tento inovovaný produkt se stal absolutním vítězem letošního ročníku soutěže Mlékárenský výrobek roku 2019.

Mnoho zákazníků vyloženě vyhledává potraviny podle čerstvosti, původu a dalších měřítek. Ovlivňují hodně sortiment na trhu?

Určitě ano, a trh na tyto požadavky reaguje velmi pružně. Právě letos v naší soutěži přinesly nejvíce novinek české mlékárny opět v programu čerstvých mléčných výrobků, a to zejména zakysaných, které se skvěle hodí zejména pro letní konzumaci jako osvěžující nápoje, svačinky či lehké večere. V letošní soutěži byla zajímavá i nová sezonní ochucení, např. kombinace pomeranče s citronem z Chocenské mlékárny či rebarbory s mátou z mlékárny Hollandia Karlovy Vary. Avšak na své si přijdou i spotřebitelé preferující výrobky nezakysané. Jejich sortiment byl tentokrát obohacen o dvě nové „ledové kávy“ (jedna z Mlékárny Kunín a druhá z Mlékárny Hlinsko) stvořené pro horké letní dny, ale mezi vítězné produkty se dostalo i „obyčejné“ selské mléko a biomléko z mlékárny Olma, jež konzumenty může těšit i to, že kromě dobré chuti svou preferencí přispějí také k šetrnějšímu hospodaření v krajině.



Češi začali být v posledních letech milovníky sýrů. To je jistě pro vaše členy ta nejlepší zpráva...

Čechy lákají dobré sýry již mnoho let, nyní je však potěšitelné, že se mění kvalita a preference ve stravování. S tím jde ruku v ruce nový směr v sýraštví, kterým je výroba vysoce prozrálých kvalitních sýrů. Letošní soutěž je toho důkazem. Letos v ní uspěl především tvrdý sýr Herold ze společnosti Moravia Lacto s dobou zrání 12 měsíců a tvrdý Tylžský sýr z jihočeské Madety zrající 6 měsíců. V soutěži ale zaujal také polotvrdý sýr Zlatá Praha z Mlékárny Polná na Vysočině, který spadá do kategorie archivních, nebo chcete-li uležaných sýrů. Mezi měkkými zrajícími sýry pak zvítězila tradice, a to opět dokonale velmi dobře vyzrálé tradiční Olomoucké tvarůžky malé (A.W. Loštice), které nesou rovněž jakostní certifikát výrobku s chráněným zeměpisným označením.

Na druhé straně jsme my spotřebitelé také čím dál tím více zaneprázdnění a pohodlní, všechno chceme hned, abychom ušetřili čas... Jak na toto naše chování reagují mlékárny?

Ano, i tuto skutečnost berou firmy v úvahu. Konvenientní výrobky, které spotřebitelům usnadňují přípravu pokrmů, jsou stále více žádané. V této kategorii se letos představily dvě varianty populárního extratvrdého sýra Gran Moravia ze společnosti Brazzale Moravia, a sice verze Scaglie, představující malé hoblínky, a verze Julienne, což je zase hrubě nastrohaný sýr. Obě tyto nové formy populární značky Gran Moravia se hodí především k rychlé přípravě salátů nebo na gratinování pokrmů.

Módním směrem se stalo přidávání tvarohu a jogurtu do sladkého i slaného pečiva, zeleninových koláčů či omelet. Neníci se pečením některé nutriční hodnoty?

Mléčné komponenty v pečicích směsích mají nejenom dobrý vliv na chuť zmíněných výrobků, ale také na jejich texturu. Pomínou-li změny vitaminů při vysokých pečicích teplotách, pak se nutriční hodnota hlavních mléčných složek v těchto pokrmech významně nezmění, ba naopak zvýší výživovou hodnotu připravovaného produktu.

Slyšela jsem, že konzumaci mléčných dobrot stárneme pomaleji. Je na tom něco pravdy?

No, i tak by se to dalo říci. Konzumace mléčných výrobků má pozitivní dopad na celou řadu fyziologických funkcí našeho organismu, je prevencí proti civilizačním onemocněním, např. obezitě, diabetu, střevním chorobám, ale i kardiovaskulárním nemocem, a mnoha dalším. A nesmím zapomenout hlavně na význam mléčného vápníku při růstu a obnově kostního skeletu a obraně proti zákeřné osteoporóze. No, a když je člověk zdravý, tak samozřejmě také dé-



le žije. Ale zdravý život není podmíněn pouze vhodně sestavenou a nutričně vyváženou stravou. Při tom všem se musíme ještě také dostatečně hýbat – no a pak bychom tu mohli být třeba i na věky. Mnoho z nás toto vše dobře ví, bohužel dnešní uspěchaný život nám tu správnou životní praxi někdy trochu hatí...

A může večere z mléčných dobrot napomoci lepšímu usínání?

Přijde na to, jaké mléčné dobroty byste měla na mysli. Konzumace mléčných výrobků je vhodná po celý den a světová výživová doporučení vybízejí alespoň ke třem mléčným porcím denně. Večere by ale měla být spíše střídá a zde bych volil například dobrý jogurt s nějakým pečivem či chutnou pomazánku z tvarohu zase na chlebu a v kombinaci třeba se zeleninou. Dát si po večeri jako dezert kousek sýra je určitě také na místě. A když se těch všech mléčných dobrot nepřejím, pak určitě budu i dobře usínat a spát.

Jste velký znalec sýrů. Co z nabídky našich mlékáren však mlsáte nejraději?

Já mám mléčné výrobky, a to nejenom sýry, skutečně velice rád. Každý den začínám sklenicí mléka, ale konzumuji ho pouze čerstvé pasterované. O sýrech mohu s klidem říci, že jich sním s určitostí o mnoho více než průměrný Čech, a dokonce možná že i více než průměrný Francouz. Z tvarohu si dělám dobré pomazánky a máslo bych v mém jídelníčku nikdy za nic nevyměnil. A na co jsem zapomněl – na jogurty. I zde u mne platí nepsané pravidlo, které zní: každý den jogurt. A ptáte-li se na značky, tak má odpověď je jednoduchá. České výrobky střídám – ne že bych se tím chtěl zavděčit všem, ale prostě že naše mlékárny dobré výrobky umějí. Mám rád sýry z Madety, kde jsem začal před lety svoji kariéru, z Klatov, z Litovle, z Jihlavy, jogurty si kupuji nejraději choceňské nebo z Valašského Meziříčí, ale také z Danone a Olmy, z tvarohů nedám dopustit na ty z Poděbrad a Jaroměřic, v másle u mě vede Hlinsko a Madeta, ale pomazánkové mám nejraději z Chocně. A pak nesmím zapomenout na mléčnou rýži z Kunína. A mléko – to mi chutná ode všech, ale nejvíce když ho mám plnotučné...

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Existuje dnes hotel ideál?

Časté cestování, pobyty a přenocování daleko od domova, náročná jednání s obchodními partnery v nejrůznějším prostředí, to vše vyžaduje dnešní business od podnikatelů a manažerů. Není se co divit, že k tomu potřebují dokonalé služby a zázemí, ať se pohybují kdekoli. Každý z nich však může mít svou, trochu jinou představu. A proto jsme respektovaným osobnostem položili dvě otázky. Dostali jsme velmi zajímavé odpovědi, které se sice v základních aspektech příliš neliší, odlišují se však v podstatných, a někdy i překvapivých detailech.

Partnerem ankety je společnost Regata Čechy, a.s., v čele s předsedou představenstva Iljou Šedivým. Jeho úkolem také bude vybrat z publikovaných odpovědí dvě nejlepší a autory odměnit pěkným dárkem. O tom, jak anketa dopadla, se dočtete v říjnovém čísle naší přílohy Fresh Time a na www.freshtime.cz.

Jak by měl vypadat hotel snů?

Co by měl nabídnout účastníkům konference, semináře, setkání obchodních partnerů?



Mgr. Pavel Löffler

jednatel
Ježek software s.r.o.



Základem všeho jsou lidé – schopný management a profesionální a přátelský personál. Od nich se totiž odvíjí jak objektivní kvalita servisu, tak subjektivní pocity, které si všichni odnášejí. Na lidech záleží, zda vše bude fungovat tak, jak má, zda budou hosté spokojeni s kuchyní i obsluhou a zda bude všude чисто. Správný partner pro pořádání konferencí nejen naslouchá vašim potřebám a představám o příslušné akci, ale aktivně přichází s případ-

nými korekcemi a užitečnými nápady. Odhaluje možná slabá místa a problémy, a dvojitě je jistí. Velmi důležitá je vyrovnanost a úroveň všech aspektů služeb: odpovídající prostory, technické vybavení, občerstvení a stravování, ubytování, a ideálně i nějaké doplňkové aktivity, něco navíc. Jeden slabý článek totiž snadno pokazí celkový dojem. Všechny složky spolu musí komunikovat a na sebe hladce navazovat i v případě, kdy se úplně nedaří dodržovat časový plán.

Mám osobní zkušenost s hotelem Port. Před lety jsme pro své zákazníky začali pořádát třídní legislativní semináře, které jsou doplněny all inclusive službami – ubytování, stravování, wellness... Původně jsme pro každý ročník chtěli využít jiný hotel, a postupně tak procestovat celou republiku. Úspěch akce v Portu však byl natolik výjimečný, že jsme tento záměr přehodnotili, v Doksech zůstali a ze semináře na tomto místě učinili tradici. Letos již podeváté.

Ing. Pavel Ráliš, MBA

obchodní ředitel
Artesa, spořitelní družstvo



Má představa o hotelu, do kterého bych se rád vracel na firemní akce nebo setkání s obchodními partnery, je vcelku prostá. V prvé řadě musí jít o hotel s pozitivní atmosférou, která v sobě snoubí okolí, architekturu a účelové a vkusné vybavení hotelu. K pohodlí a dostupnosti hotelu patří i dostatek vhodných parkovacích míst.

Host by měl od prvního kontaktu s hotelem a hotelovým personálem nabýt pocit, že je tu

vítán a že personál si váží toho, že si vybral právě tento hotel. A k tomu stačí leckdy jen vlídné slovo či projevení zájmu.

V případě školení nebo semináře očekávám funkčně vybavené konferenční místnosti, které budou respektovat nerušený průběh akce. Velmi důležitá je nabídka gastronomických a relaxačních služeb. Jídelníček by měl být sestaven vyváženě tak, aby si v něm každý našel to své a odcházel z restaurace v příjemném rozpoložení, aby se mohl věnovat večerním aktivitám, a to již v kavárně, při sportovních aktivitách nebo procházce po okolí.

Každý si potřebuje po rušném dni odpočinout a i já ocením čistý, funkčně vybavený pokoj, ve kterém nebudu sdílet po celou noc prožitky ostatních ubytovaných.

A hotel snů je pak pro mě ten, ve kterém si řeknu: Sem se ještě chci vrátit se svojí rodinou.

JUDr. Čestmír Sajda, MBAjednatel
BIKEPROJECT s.r.o.

Vzhledem k tomu, že neexistuje „jednotný“ sen, nemůže být hotel snů nikdy postaven. Ale díky krásnému prožitku a kvalitním službám během pobytu se hotelem snů může stát každý hotel. V současné době musí mít všechny konference a semináře k dispozici nejen dobře klimatizovanou místnost, ale také kvalitní audio a video techniku. Možnost napojení na internet je také samozřejmostí. Nabídka samoobslužného výběru nápojů a drobného občerstvení, dostupné zázemí na potřebné úrovni (čistota, toalety apod.) výsledný dojem jen vylepší. Obchodní jednání vyžaduje diskrétní prostředí, v kterém účastníci mají jistotu, že jsou opravdu sami.

Ing. Jiří Dědek, MBAvýkonný ředitel
Lázně Luhačovice, a. s.

Podle mého názoru by to ani hotel v dnešním pojetí být neměl. Mělo by jít spíše o místo připomínající domov, kde znají vaše potřeby, umí je s lehkostí splnit, a kde vše působí přirozeně a logicky. A nejen to. Hotel snů by měl rozpoznat a uspokojit také latentní, dosud neprojevenou potřebu hosta. Příjemné ho tím překvapit. Měl by být takovou „konkurencí“ domova.

Hotel by měl umět plně využít potenciál, který mu tato setkání nabízí. Služby by měly být připravené individuálně pro každého hosta. Propojení mezi pracovními a volnočasovými aktivitami by mělo být nenásilné. V konkurenčním prostředí, kde je odborná úroveň kongresů a seminářů často srovnatelná, je pro účastníky mnohdy rozhodující právě přidaná hodnota v podobě mimo pracovních aktivit, kde mohou zažít, vidět nebo se dozvědět něco výjimečného. Nejlepší vizitkou a zpětnou vazbou by pak bylo, že se právě do tohoto hotelu budou vracet i soukromě.

Ing. Petr Kotenvýkonný ředitel
Česká společnost pro jakost

Naše společnost má zkušenosti s pořádáním konferencí v kongresových hotelích, na druhou stranu naši pracovníci se mnoha takovýchto akcí účastní jak v České republice, tak v zahraničí.

Co by měl podle našich zkušeností takový ideální hotel nabídnout?

- parkovací místo
- check in a check out bez fronty
- early check in, late check out

- spolehlivé wifi připojení
- možnosti tisku a kopírování
- lobby bar pro neformální jednání
- možnost sportovního vyžití
- bufety bez dlouhých front
- dostatečné kapacity pro sezení v rámci snídaní a obědů
- dostupnost veřejné dopravy
- a točené pivo.

Z pohledu organizátora akcí pak navíc vstřícnou kontaktní osobu, která je vždy po ruce a je připravena řešit všechny vzniklé požadavky.

Martin Dusíkvedoucí obchodního oddělení
Trachea, a.s.

Snový hotel je v mých představách koncipován především tak, aby ctil ducha přírody, evokoval klid a pomáhal hostům během pobytu udržovat jejich duševní rovnováhu. Zkrátka by z něj za každých okolností měla číset pozitivní energie! Tyto akce bývají někdy náročné, a to jak na přípravu, tak i na následnou realizaci. Hotel by proto měl určitě umět pomoci nejen kvalitním zázemím pro samotnou prezentaci či setkání, ale také dostatečným zázemím pro vyváženou dávku relaxace po jejich skončení.

Ing. Luděk Pfeiferchairman
M.C. TRITON, spol. s r.o.

Hotel, který okouzlí, zláká k návratu a ani při něm nezklame, by měl podle mého mít trojí výjimečnost.

1. Výjimečnost místa. Konec konců, genius loci obestírá každý hotel, který funguje po generace. Smyslem návštěvy hotelu není hotel sám, ale možnost pobýt díky němu v místě, které je hodné naší pozornosti, zájmu a obdivu.

2. Výjimečnost personálu. Lidi dělají podnik. Jejich hodnoty, přístupy, nálady. Lidi v hotelu

navodí atmosféru, posílí naši radost, pomůžou překonat starost. Personál hotelu rozhoduje o tom, jaké emoce tam prožijeme a s jakým dojmem budeme odjíždět.

3. Výjimečnost odlišnosti. Každý hotel by měl mít svou erbovní zvláštnost. Především v tom, co je podstatou jeho provozu – v gastronomii, ubytování, lázeňském, wellness nebo sportovním zázemí...

Po pravdě, nejsem velkým příznivcem kongresové, seminární nebo obchodní turistiky. Když už ale obě stránky – odbornou nebo obchodní a „výletní“ spojuji, volím spíš komornější rozměr akce. A přeju si, aby hotel vytvořil skvělé zázemí v tom, co je jeho primárním posláním – dobře jíst a dobře spát v milé a vstřícné atmosféře. Nepotrpím si na vyumělkované hotelové programy a technologické extravagance. Dívám se prostou optikou výše zmíněné trojí výjimečnosti.

Ing. Petr Studnička, Ph.D.jednatel a vedoucí katedry hotelnictví
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.

Hotel snů musí splňovat náročné požadavky, které zabezpečí kvalitní a dobře motivovaný personál. Hotel by se měl nacházet buď v historickém centru atraktivní destinace cestovního ruchu, nebo v nenarušené malebné přírodě, která je dobře dopravně dostupná. Musí poskytovat kvalitní ubytovací, stravovací a doplňkové služby a disponovat odpovídající moderní technikou. Gastronomická nabídka musí být pestrá, vyvážená, s dostatkem jídel

a nápojů, ideálně propagujících lokalitu, resp. region, ve kterém se hotel nachází. Po náročném jednání je příjemné posezení v baru s přáteli, ale chybět nesmí ani prostor na kvalitní spánek. V Evropě je pro mne takovým hotelem Wellnessresidenz Schalber****S v destinaci Serfaus v rakouském Tyrolsku, kam pravidelně jezdím. Ale i v tuzemsku rád navštěvuji některé hotely, zejména dva, kde mi je velmi příjemně.



Mgr. Petr Paksi, DBA

obchodní ředitel
JAP FUTURE s.r.o.



Snový hotel by měl být takový „malý svět“ na jednom místě, kde vám splní všechna představitelná i nepředstavitelná přání. Co se týče praktické stránky, v mých představách by měl být rozhodně umístěný v centru města, aby všude bylo blízko a kolem živo. Na druhou stranu bych ocenil i dostatečně velké parkoviště, kde bych měl připravené auto, pokud by bylo přeci jen potřeba ujet z ruchu velkoměsta do ticha přírody...

Hotel by měl být připravený poskytnout maximální komfort pro zúčastněné. Nejen, že by prostory měly skýtat dostatek technického zázemí, aby vše mohlo probíhat bez komplikací a zbytečného čekání, ale především dostatek denního světla a čerstvého vzduchu. Při takovém setkávání totiž často vznikají velmi podnětné nápady a řešení, proč tomu tedy takto nenuceně nepomoci? Když k tomu přidám občerstvení v podobě nějakého gastronomického zážitku, navíc třeba na terase nad střechami velkoměsta, byl by to opravdový hotel snů...

Michal Hanáček

ředitel
Pilulka Distribuce s.r.o.



Nacházíme se v době, kdy nás technologie obklopují ze všech stran, proto bych uvítal, aby hotely byly vždy připraveny na tuhle dobu. Očekávám, že check-in bude velmi jednoduchý, bude kvalitně fungovat konektivita k internetu a sál, kde se semináře, přednášky a podobně pořádají, bude mít vždy perfektně zařízené osvětlení, připojení na monitory a další. Návštěvníci obvykle slyší na dobré a designově servírované jídlo, velmi často se

mi stává, že například vegetariáni nemají prakticky žádný výběr, nebo například, že na oběd jsou pouze těžká jídla, a poté se velmi těžko soustředí na jakoukoliv práci. Velmi důležitou věcí jsou také jistě oddělené prostory pro individuální jednání, telefony a další. Poslední věcí je světlo a ovzduší, pokud při delších konferencích není zajištěna možnost rychlého nadýchání se čerstvého vzduchu, spouště návštěvníkům odpadá příležitost načerpání energie, tedy je dobré myslet i na zeleň, ať prostory nejsou pouze „kámen“.

prof. MUDr. Tomáš Zima, DrSc.

rektor
Univerzita Karlova



Klid, zázemí, světlé místnosti s klimatizací, skvělé vybavení technikou, spolehlivý personál – stručně řečeno. Vždy ocením existenci místností nejen pro oficiální jednání, ale i pro jednání dodatečná, individuální. Bezesporu je nutností kvalitní občerstvení za rozumnou cenu (a více fantazie než smažený řízek a bramborový salát) i zázemí k večernímu posezení, když zásadní jednání skončila a je čas už „jen“ na přátelské rozhovory a konverzaci. Mnoho

věcí se vyjasní, vytříbí, rozřeší a domluví někdy právě až v těch neformálních časech jednání. Vhodné proto jsou nejen bazén s wellness, ale i pěkné okolí na procházku s možností posezení v přírodě. Dále ocením, když je jedna kontaktní osoba k dispozici po celou dobu trvání akce. Osoba, která nejen zajišťuje přípravu akce, ale pomůže a zprovozní nefunkční projektor, zajistí nabíječku k mobilu, kterou někdo zapomněl, a dokáže i o půlnoci sehnat silnou a dobrou kávu a neoschlé sendviče, když se jednání protáhne. To jsou pak vždy body navíc!

Ing. Tomáš Březinamajitel
BEST, a.s.

Nepotřebuji ve svém životě, ani tak nepřemýšlím, hotel snů. Ani neumím chápat existenci a smysl hotelů jako snové místo, ať už pro profesionální, nebo rodinné využití. Přestože je v těchto obou dimenzích využívám často. Nebo právě proto!

Potřebuji jen dvě věci: Vzornou, skutečnou, čistotu. A pocit, že v hotelu jsem opravdu vítaným hostem. Každý, kdo trochu cestuje, zná rozdíl z Evropy oproti Česku. A každá zpráva

hodnotící pocity cizinců v Česku hovoří o příkladné nasr... Čechů obecně, tedy i ve službách. To je celé.

Zbývá jen vědět, tušit, proč to tak je. Například: Potřeba vymření třech generací po komunistech. (Ne)znalost nejzákladnějších ekonomických procesů, tj. kdo koho živí. A zejména, (ne)příkladné chování elit, protože, jak každý hodnotný rodič ví, děti se vychovávají osobním příkladem, nikoliv hrubostí a kriváctvím, přikrytým falešnou rétorikou.

Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBAředitel a místopředseda představenstva
T-SOFT a.s.

Hotel snů? To znamená hotel, kam jezdí sny? Kde se sny ubytovávají? A kde možná i vznikají?

No jistě, i naše sny, které si sníme, si musí čas od času odpočinout. I ten nejlepší sen se někdy unaví a začne uvadat a vytrácet se. A pak je pravý čas poslat jej do hotelu!

Inu, hotel snů tedy musí být po všech stránkách pohodlný. Takový sen totiž, rozumějme, je substance křehká, někdy pomíjivá. Hotel musí snu

nabídnout pohodlnou postel, kde si sen může lenořit. Samo sebou musí tam být prostor i pro sportovní vyžití a relaxaci, aby se sen, až se k nám opět z hotelu vrátí, cítil odpočínutý a posílený, vybízející k naplnění a realizaci. Potřebujeme totiž zdravé sny. Co bychom si počali s nějakým unaveným, umolousaným snem? A jistě je potřeba, aby se sen i dobře najedl a napil. Při dobrém jídle se totiž sny obzvláště dobře rozvíjejí. V hotelu se jistě sen setká s jinými sny. Nejsme přece sami, kdo svoje sny posílá na zotavenou. Vzájemně se sny mohou obohacovat a inspirovat. Dokonce z takového pobytu mohou vzniknout úplně nové sny. Pošlete takový sen na dovolenou do hotelu, a on se vám vrátí s úplně novým snem, možná i lepším! Prostě se super nápadem, který se může zrodit jenom v báječném hotelu pro vaše sny!

Ing. Petr Burešmajitel
VESKOM GROUP

Hotel snů musí připomínat domov. Klidná oáza s plně fungujícím zázemím. Prostě cítíte se tam dobře, nic vám nechybí, a přitom je vše jednoduše dostupné a pohodlné. V dnešní době plně fungující technické zázemí a příjemný full servis je asi standard, k tomu ale zajímavý prostor zajišťující klid a soukromí, ideálně s propojením s vlastním venkovním prostorem se zelení a vodou.

Ing. Vladimír Pikora, Ph.D.hlavní ekonom
Next Finance s.r.o.

Má představa hotelu je asi taková, jak by člověk u ekonomů čekal: kvalita musí odpovídat ceně, což často neplatí, a to v obou směrech. Někdy hotel překvapí a někdy zklame. U všech cenových kategorií však očekávám hlavně čistotu. Nemám rád, když hotel šetří a já najdu na WC jeden toaletní papír, mnohokrát vypraný ručník nebo mýdlo, které vysušuje ruce. Zásadu pH neutrálního mýdla by mohli dodržet všichni.

I v levném hotelu mám rád na pokoji ledničku, kde najdu večer džus a vodu. Po nepříjemném dni je příjemný i nějaký alkohol. To vše považuji za samozřejmost, ale někdy ubytování zklame.

Co se týče snídaně, jsem náročný. Mám bezlepkovou dietu, a proto ocením, když u všech potravin vidím alergeny. Některé hotely už mají ráno vše označené cedulkou a mají i bezlepkový chleba. Zatím je to ale spíš výjimka. Čekám, že tady přijde velká změna, protože nás „bezlepkářů“ je každým dnem více.

Jako součást ubytování mám rád také parkování někde v podzemí nebo za plotem a závorou. Jako host ovšem očekávám, že je tato služba v ceně a nedostanu nějaký příplatek. Nesnáším příplatky, když mám pocit, že už jsem jednou platil. Podobné to je s wifi. To má být standard podobně jako ramínko na šaty.

Naopak nepotřebuji v pokoji televizi. Nikdy jsem se na ni v hotelu nedíval. Nejhorší je, když na ní běží hotelový program s nějakou reklamou a automaticky se pustí při vstupu do pokoje. To jen obtěžuje. V době internetu je televize překonané médium.

Ing. Zdeněk Juračkapředseda
Asociace českého tradičního obchodu

Zřejmě se můj názor odvíjí od mého věku a životních zkušeností a příběhů, které s hotely souvisejí. Poznal jsem dobré i horší a hodně takových, které by splňovaly přísné limity jak na ubytování, tak služby.

Ve svém věku však preferuji ubytování v malém hotýlku s komplexním vybavením pouze základních služeb (když bude wellness, bude líp), a hlavně s milým a příjemným personálem, který vždy dovede přes mnohé problémy

zpříjemnit pobyt. Když ten „hotýlek“ bude na horách u potoka plného pstruhů, o to lépe. Přejí všem naplnění jejich přání pro tuto službu, neb žijeme moc rychle a nestačíme mnohé výhody vůbec zaregistrovat.

Ing. Alan Vápeníček, CSc.jednatel
DTO CZ, s.r.o.

Bazén, whirlpool, masáže jsou jistě příjemnými doplňky. Pokud hotel krátkodobě nahrazuje domov nebo práci, pak je prima, když hra „Najdi logicky umístěnou zásuvku na pokoji“ netrvá moc dlouho. Když se neobávám sáhnout za postel pro zapadlou propisku.

Vrcholem je příjemný, vstřícný, a dokonce usměvavý personál. Pak i nesvítící lampička je prkotina.

anketu připravili Eva Brixí a Pavel Kačer

Dvě pětiny Pražanů tráví víkendy doma, roste zájem o předzahrádky

Vlastní dům či byt si přeje většina Čechů. Při rozhodování hraje roli vedle tradičních hodnot jako dopravní dostupnost či občanská vybavenost i řada dalších faktorů. Jedním z nich je venkovní prostor, tedy balkony, terasy či předzahrádky. Ty své rostoucí popularitě vděčí zejména schopnosti alespoň zčásti naplnit touhy po vlastní zahradě, ale za dostupnější cenu, a často s mnohem lepší dopravní dostupností než v případě rodinného domu. Důležitost venkovního prostoru potvrzují i výsledky průzkumu agentury IPSOS pro Central Group, podle nichž tráví volný čas doma či v místě bydliště více než dvě pětiny obyvatel hlavního města.



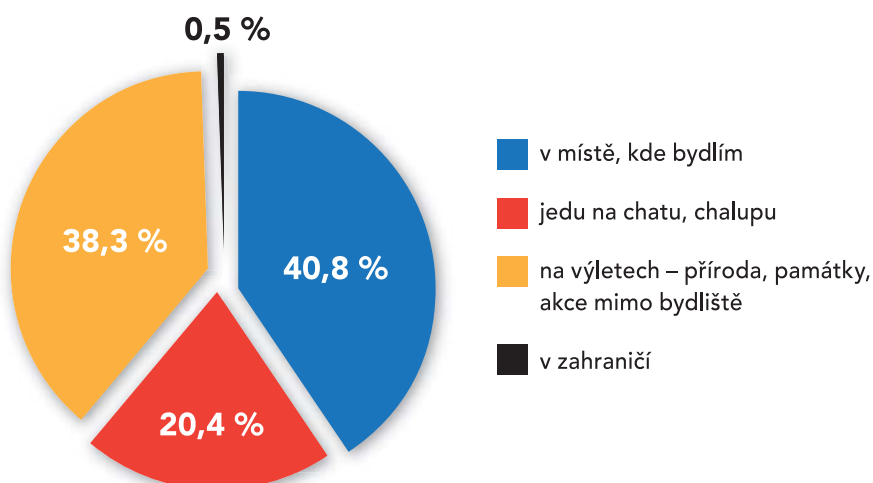
Předzahrádka Park Zličín

Z průzkumu vyplynulo, že obyvatelé Prahy čím dál častěji prožívají víkendy v místě, kde bydlí (40,8 %). Na výlety či akce mimo své bydliště vyrazí 38,3 % dotázaných, na chaty či chalupy poměrně překvapivě jen 20,4 % z nich. Úměrně tomuto trendu pak roste důležitost venkovních prostor, které jednotlivé byty a projekty v metropoli nabízejí. „Předzahrádky ve svých projektech nabízíme všude tam, kde nám to situace dovolí. Velké oblibě se vedle mladých rodin s malými dětmi těší například i u majitelů domácích mazlíčků

a často se prodávají rychleji než další byty v projektu,“ uvedla výkonná ředitelka Central Group Michaela Tomášková. „Vedle možnosti nechat po oploceném pozemku běhat své rastrostě či domácí mazlíčky však mají předzahrádky i celou řadu dalších výhod,“ dodala. Tou nejzásadnější je významné zvětšení životního prostoru za přijatelnou cenu. Není ostatně nic příjemnějšího než se společně s rodinou či partnerem najíst pod širým nebem nebo si ráno udělat piknik v trávě přímo před obývacím pokojem. Část předzahrádky lze navíc využít

například i k pěstování čerstvých bylinek. Není přitom třeba se bát ani o soukromí či bezpečnost. Od sousedů lze prostor oddělit například živým plotem či jinou vhodnou zástěnou a bezpečnost obstarají předokenní rolety. Ty jsou u těchto bytů často již v základu nebo s jejich budoucím osazením projekt předem počítá. V nabídce etablovaných developerů si zájemci mohou navíc přímo objednat i kvalitní zabezpečovací systémy věhlasných značek, včetně možnosti byt dálkově kontrolovat. Největšímu zájmu se byty s předzahrádkami těší především v projektech, které se nacházejí v lokalitách ideálních pro rodinné bydlení, s dobrou dopravní dostupností a dostatkem zeleně v okolí. Oblíbené jsou zvláště byty 3+kk, které často mizí z nabídky mezi prvními. Pokud tedy zájemci uvažují o koupi bytu s předzahrádkou, neměli by příliš váhat. Nespornou výhodou je i cena samotných pozemků. U Central Group se v závislosti na lokalitě a velikosti pohybují od 6000 do 25 000 korun za čtvereční metr, vyjdou tedy na zlomek ceny samotného bytu. V průměru vychází cena jednoho metru čtverečního předzahrádky na 9700 korun, což je méně než desetina současné průměrné ceny u pražských nemovitostí. Central Group nabízí byty s předzahrádkami téměř ve všech svých projektech za ceny od 3,4 milionu korun. Aktuálně je největší výběr v projektech Park Zličín a Zahrady Bohdalec, kde si zájemci mohou vybírat byty s předzahrádkami o dispozicích 1+kk až 3+kk. (tz)

Jak nejčastěji trávíte víkendy a prodloužené víkendy?



zdroj: IPSOS pro Central Group, duben 2019 (500 respondentů. Praha, 18–65 let

Od alkoholu k limonádám a hledání smyslu života

Měl před sebou velkou kariéru v klasickém korporátu. Byl úspěšným manažerem, cestoval po celém světě, přespával v pětihvězdičkových hotelích od San Franciska po Šanghaj, potkával se s lidmi, kteří na schůzku létali vlastním tryskáčem. Jenže to bylo draze vykoupeno. Nekončící stres, rozhodování o osudech druhých, neexistující volný čas. A tak si Jiří Vládík řekl dost! Před čtyřmi lety dal výpověď a pustil se do vlastního projektu. Založil společnost Snowball s.r.o., která vyrábí přírodní limonády Bohemscas. Dnes „Limonádový Joe“ vůbec nelituje, naopak je šťastný.



Jiří Vládík

Postavit se na vlastní nohy a vzdát se zajištěného života top manažera, to chce odvahy. A zřejmě nejen tu?

Když jsem po škole nastoupil do svého prvního zaměstnání, myšlenkově byl český korporát stále v pionýrských časech. Co nebylo zakázáno, bylo dovoleno. Když jste makal, mohl jste jít rychle nahoru. Tehdy dosazovaní lidé z mateřských firem představovali manažerskou špičku a bavilo mě se od nich učit. Posledních deset let jsem pracoval pro Becherovku. Měl jsem touhu dělat pro domácí značku, i když už dávno nepatří do českých rukou. Byla to výzva, protože v tuzemsku prodeje stagnovaly, export byla jasná priorita. Nám se dařilo a já měl štěstí tuhle partu řídit a radovat se s nimi z úspěchu. Jenže to bylo vykoupeno ztrátou volného času, nepředstavitelným stresem a stále více hlodajícím svědomím, zda jdu správnou cestou.

A nebyla správná?

Nebyla. Čím výše v hierarchii korporace se nacházíte, tím pravděpodobněji je, že budete narážet na lidi s nějakou psychopatologickou poruchou, nejčastěji s narcizmem. U mě hrálo také roli to, že jsem prodával alkohol. Vznikaly vnitřní pochybnosti, jestli obchodovat s takovým pitím je opravdu správné. Zkrátka sešlo se více faktorů a nějak jsem vycítil, že život mi ukazuje, že tudy už cesta nevede. Jednoho dne jsem se vzbudil a řekl si, že přišel čas na zásadní změnu. Podal jsem výpověď a začal pomalu realizovat svůj dávný dětský sen. Zase mě věci začaly bavit. Pracoval jsem ještě víc než v korporaci, tvořit mě totiž neuvěřitelně naplňuje. Více než rok jsem pořádně nespál

a jediné, na co jsem myslel, byly receptury a design nových limonád. Ochutnával jsem a sháněl bylinky, extrakty, testoval kombinace, cestoval po stáčírnách, potkával nové lidi. Najednou se mi ale zhroutil osobní život. Přítelkyně se ze dne na den vypařila a já se takříkajíc rozsypal.

Tedy zas bylo něco špatně?

Přesně tak. Musel jsem se zastavit. Pochopit, kdo jsem a kam jdu. Postupně jsem zpomalil. Začal jsem meditovat a zajímat se o nějaký vyšší princip, o to, co mě přesahuje. Je to vnitřní proces. Vyprávět by se dalo hodiny. Člověk je zvyklý vše ovládat a posuzovat mozem. Já se to musel postupně odnaučit. Daleko více pracuji s intuicí, pořád se učím ji naslouchat. Někdy jsou to až fascinující věci, které zažívám. Začaly se dít „náhody“. Potkával jsem lidi, kteří pomohli s tímhle a tamtím. Věci se udály v ten správný čas...

Vraťme se však k podnikání. Je těžké stavět ho na zelené louce?

S podnikáním v oblasti limonád je spojená obrovská byrokratická zátěž. Náš stát nepodporuje malé české firmy, ať už přímo, nebo nepřímou. Přitom ty nikdy do zahraničí neutečou. Pořád budou tady podnikat, zaměstnávat místní lidi, platit daně a případný zisk znovu investovat. Vidím tu obrovský dluh státu. A český trh je poměrně malý. V prodeji nealko nápojů vládne velmi tvrdá konkurence již zavedených zahraničních značek, které si občas i nevybíravým způsobem drží pozice. Najít volné místo pro startup s poctivou přírodní českou limonádou není vůbec jednoduché.

Lidé při výběru stále dávají přednost nízké ceně před kvalitou a zdravějším složením potravin. Jsem ale optimista. Vznikají nová a nová bistra, kavárny, a tam už málokdy potkáte světoznámé značky. Stále více lidí přemýšlí nad tím, co konzumují a jaký to má dopad nejen na jejich zdraví, ale i na životní prostředí. A přesně pro tyhle zákazníky vyrábíme naše limči přírodní, bez konzervantů a s typickými domácími chutěmi. Navíc se postupně mění i preference majitelů podniků. Dávají šanci malým českým firmám. Chtějí se odlišit, nabídnout něco nového, a doufám, že i lepšího. Zkrátka věřím, že moje práce má smysl. Jsem v businessu každý den a dobře vidím, jak rychle se mění. To motivuje.

Nevymyslel jste jen originální produkt, ale i jeho marketingovou podporu. Prozradte o tom víc.

Dlouho jsem dělal propagaci Bohemscas limonád na koleni jen za pomoci svých přátel. Jenže to nestačilo a měl jsem v podstatě dvě možnosti: investovat nemalé peníze do profesionální agentury, nebo zkusit něco nového. Rozhodl jsem se dát šanci mladým lidem, proto jsem přijal nabídku Vysoké školy kreativní komunikace. Kampaň na naše limonády se stala pilotním projektem studentů této školy. Výhody to má zcela zjevné. Snížili jsme náklady, avšak především se ukázalo, že studenti přicházejí s neotřelými nápady. A vytvářejí kampaň v podstatě sami pro sebe, protože právě mladí lidé jsou jednou z hlavních cílovek.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer





Když nefunguje bankomat

V půli léta v místě, kde bydlím, tedy na okraji Prahy, přestal na rohu ulice fungovat bankomat. Na tom by nebylo nic divného. Rozbít se může cokoli, člověk to pochopí. A když přestane jeden stroj vydávat peníze, budiž, není to tak životně důležité, zvlášť ve velkoměstě, kde je alternativ, jak se dostat ke svým penězům, víc než dost.

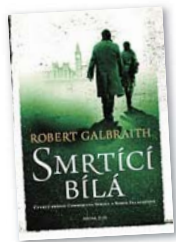
Jenže – tam u nás nastala prazvláštní situace. Jako by porouchaný mechanismus rázem vyvolal

paniku a přetnul touhu lidí vybírat hotovost právě zde. Nálada každým dnem houstla, spolu s letním dusnem atmosférickým. U našeho bankomatu se zastavovali místní, ale i náhodní chodci, a všichni chtěli peníze. Lidé se srocovali do hloučků a nadávali. Někteří se svými slovními obraty jako výrazem nespokojenosti putovali na poštu, kde se dožadovali nápravy. Jiní si mysleli, že ráno moudřejší večera, ale opak byl pravdou. Skoro měsíc ten chudák automat nikomu nedal ani korunu. Život v obci byl krutě poznamenán. Smutkem, nejistotou. Jako by přestalo bít srdce našeho centra, jako by se tam zastavil čas. Začalo být divno namísto radosti z bankovek, které tak rádi utrácíme. Samozřejmost, na niž jsme si zvykli stejně jako na mobil nebo otvírací dobu v supermarketech. Dnes už bankomat obězivo zase vydává a u nás je o poznání veseleji. Máme svůj komfort, můžeme se na něj spolehnout. Jsme závislí?

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Těšme se na detektivku



Fanoušci úspěšné detektivní série s charismatickým vyšetřovatelem Cormoranem Strikem a odvažnou Robin Ellacottovou se již brzy dočkají čtvrtého dílu. Dosud nejrozsáhlejší román Roberta Galbraitha Smrtící bílá se na knižních pultech v ČR objeví v těchto dnech. Vychází opět ve vynikajícím překladu Ladislava Šenkyříka a čtenáři se podobně jako u předchozích děl Volání kukačky, Hedvábník a Ve službách zla mohou těšit na dechberoucí jízdu.

Robert Galbraith je pseudonym pro J. K. Rowlingovou. Pod tímto pseudonymem začala psát sérii knih, které patří do žánru klasické britské detektivky. J. K. Rowlingová je autorkou série knih o Harrym Potterovi. Ty vyšly ve dvou stovkách zemí, přeloženy byly do desítek jazyků. Na základě série vzniklo několik úspěšných velkofilmů.

(tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.clarioncongresshotelprague.com

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, září 2019

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz

triangl print

Distribuce: S P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Brašnářů je stále málo

Brašnářských dílen je v Česku jako šafránu. Zájem o řemeslo, kterému ještě před několika málo lety hrozil zánik, ale roste. Sehnat nové zaměstnance je však stále problém. Zejména před Vánoci,

kteří jsou pro brašnáře nejvytíženějším obdobím roku, hledají dílny po celé republice nové pracovní síly. Sehnat nové posily je otázka i několika měsíců. „Před Vánocemi vždy posilujeme tým. Jako pro mnoho firem jsou tyto svátky i pro nás vrcholem roku. Vždy musíme zvládnout nárůst poptávky o několik set procent. Tento rok čekáme 10 000 objednávek k tomuto datu. A ty musí někdo nejen vyexpedovat, ale zejména vyrobít, a navíc v omezeném čase. Lidé, kteří se věnují brašnářskému řemeslu, je v Česku strašně málo, navíc v Praze se všichni více méně známe. Obsazení volné pozice trvá někdy i tři měsíce, v předvánočním období je shánění nových lidí z našeho oboru téměř nemožné,“ řekl Ivan Petrův, ředitel Brašnářství Tlustý a spol.

Kvůli nedostatku pracovních sil musejí brašnářské dílny často přijímat i lidi vyučené v jiných oborech. „Přestože jsme zakázková dílna, dokážeme v tomto individuálním režimu obsloužit tisíce zákazníků. Pro každého děláme jeho zakázku zvlášť. To každý řemeslník nezvládne, hodně lidí z tovární výroby toho není schopno. Proto hledáme mezi zakázkovými krejčími, které přeučujeme na práci s kůží. V dnešní době ale mnoho lidí pochází z úplně jiných profesí a v brašnařině se našli. V naší dílně tak například pracuje vyučený řezník, truhlář nebo bývalý fotograf, který nechtěl fotografovat, ale zalíbilo se mu zcela jiné řemeslo. Navíc roste počet vysokoškoláků, kteří se po absolvování školy rozhodnou ještě pro výuční list, i takové v týmu máme,“ popsal Ivan Petrův. Zájem o brašnářské řemeslo meziročně stoupá, málokdo ale tvrdou práci vydrží, navíc pracovat „sám na sebe“ je pro mnoho lidí nepříjemný risk. Podle šéfa jednoho z největších brašnářství v Česku ale jiná cesta není. „Tím, že se všude píše, že řemeslo má zlaté dno, chodí stále více lidí, kteří by to chtěli zkusit. Málo z těchto nadšenců ale u řemesla opravdu zůstane. Řemeslo totiž bolí. A ne každý má na to, aby šel na volnou nohu. Jiná cesta ale skoro není. Průmyslové odvětví v tomto oboru pracovní místa nenabízí, vše se dělá v Číně. Pokud chcete být brašnářem v Česku, musíte počítat s tím, že budete na volné noze, a toho se spousta lidí bojí,“ vysvětlil Ivan Petrův.

Brašnářství Tlustý a spol. není klasikou firmou v pravém slova smyslu, jde o společenství svobodných řemeslníků, živnostníků a malých rodinných firem, což je v Česku naprosto ojedinělé. „Protože se problém se sháněním nových zaměstnanců neustále prohluboval, rozhodli jsme se vytvořit unikátní koncept, který podle nás odpovídá dnešní době. Ač jsme firma stále malá, jsme virtuální továrna, máme v týmu spolupracující firmy různých profesí – od jednočlenných živnostníků rozestých po Čechách i po světě přes malé rodinné firmy z moravských vísek, kovoličskou rodinu z Japonska, programátory z Ruska, Polska a Arménie až po spolupracovníka z Austrálie, který je tvář našich produktových videí pro anglofonní trh, copywritera máme z Německa, projektového manažera z Kazachstánu. Spojuje nás chuť dokázat něco, co ostatní nedokázali,“ poznamenal Ivan Petrův. Největším benefitem, který tato forma spolupráce nabízí, je svoboda. „Ctíme svobodu jednotlivce a rovnost v podnikání, každý se může svobodně rozhodnout, zda a na jak dlouho bude v týmu k dispozici. Každý z našich spolupracovníků si může v dílně zpracovat i zakázky pro své další zákazníky. Naším cílem je podporovat podnikatelského ducha lidí, se kterými spolupracujeme, a samozřejmě záchranu řemesla, které je stále na pokraji zániku. Navíc musíme být velmi flexibilní, na dnešním trhu práce je situace taková, že je třeba vyjít lidem vstříc i kratšími úvazky nebo brigádami. Hlavní je chuť se něco naučit, patřit k nejlepšímu a pracovat na sobě,“ komentoval Ivan Petrův. Pokud je člověk šikovný, může se jeho výdělek přehoupnout i přes měsíční plat vrcholových manažerů. „Výdělek je samozřejmě individuální, odvíjí se podle toho, kolik výrobků je brašnář schopen zhotovit a jak je kvalifikovaný. Když dělá sám na sebe, pohybuje se měsíční výdělek od 35 000 do 70 000 korun. O Vánocích mají nejvýkonnější z týmu i přes 90 000 korun. Pokud má živnostník vlastní skupinu spolupracovníků, kteří si uřídí a zpracují dohromady více výrobků, je výdělek i vyšší,“ uzavřel Ivan Petrův.

(tz)

Firmy se v ČR koncentrují ve velkých městech

Obchodní společnosti se v České republice koncentrují především v největších městech. Z celkového počtu 523 000 společností jich má 298 000 své sídlo v Praze, Brně, Ostravě nebo Plzni. V těchto městech tak má sídlo 57 % všech firem z ČR, přestože zde žije pouze pětina obyvatel ČR.

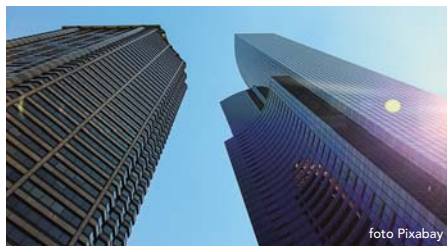


foto Pixabay

Čtyři z deseti firem mají sídlo v Praze, téměř desetina v Brně a dalších 6 % v Ostravě a Plzni. Naopak podnikatelé jsou po republice rozmístění mnohem rovnoměrněji. Ve čtyřech největších městech má sídlo čtvrtina podnikatelů v ČR. Vyplyvá to z analýzy dat portálu www.informaceofirmach.cz, kterou provedla společnost CRIF. „V celé České republice připadá v průměru na tisíc obyvatel 49 obchodních společností. Například v Brně však tento poměr dosahuje 105 společností, a v Praze dokonce 177 společností na tisíc obyvatel. Důvodů přitom může být více. Adresa ve velkém městě je pro řadu společností prestiží, zároveň zde ve větší míře fungují virtuální adresy sídel firem a více ready-made společností,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau. Větší města při-

tom častěji přitahují společnosti bez obrátu a bez zaměstnanců nebo s velmi nízkým obrátem a malým počtem zaměstnanců. Čím vyšší obrát společnosti mají, tím rovnoměrněji jsou rozmístěné po ČR. V Praze, Brně, Ostravě a Plzni má sídlo 62 % všech společností, které nevykazují žádný obrát, 58 % společností s obrátem do 200 000 korun, polovina firem s obrátem od tří do třiceti milionů korun a méně než polovina firem s obrátem vyšším než třicet milionů korun. Ze všech firem v ČR, které nemají ani jednoho zaměstnance, jich v těchto čtyřech městech sídlí 64 %. Firem s 1–5 zaměstnanci zde sídlí 53 %, ale firem s 20–24 zaměstnanci už pouze 41 %. Ze 2,08 milionu fyzických osob, které mají v ČR oprávnění k podnikání, jich je ve čtyřech největších městech 517 000, tedy čtvrtina.

A 16 % všech podnikatelů má sídlo v Praze, zatímco v dalších třech velkých městech sídlí dohromady 9 % všech podnikatelů v ČR. „U fyzických osob podnikatelů už velikost města nehraje takovou roli jako u obchodních společností, protože fyzická osoba podnikatel má často sídlo na adrese svého trvalého bydliště,“ sdělila Věra Kameníčková. V celé ČR připadá v průměru na tisíc lidí 196 registrovaných podnikatelů, ale v Ostravě jde pouze o 181 podnikatelů. V Brně podniká 223 lidí z každého tisíce obyvatel, v Plzni 225 a v Praze 264. „Poměr podnikatelů na tisíc obyvatel mnohem lépe ukazuje, jaké podmínky pro podnikání v jednotlivých regionech panují. Pro podnikatelské příležitosti je potřeba dostatečný počet lidí, kterým mohou podnikatelé své služby nabízet, a také kupní síla těchto lidí,“ upřesnila Věra Kameníčková.

To, že v případě podnikatelů nedochází k cílenému stěhování určité skupiny do velkých měst, ukazuje i to, že zde nejsou žádné výrazné rozdíly mezi podílem aktivních a neaktivních podnikatelů. Ze všech podnikatelů bez obrátu jich ve čtyřech největších městech sídlí čtvrtina. Stejně tak zde sídlí čtvrtina ze všech podnikatelů s obrátem. Významné rozdíly nejsou ani v podílu podnikatelů s různou výší obrátu. (tz)

INZERCE



Vyberte si Dražice

Klimatizační jednotky

Vnitřní jednotka s řízením směru proudění vzduchu s dálkovým ovládáním

- Chladicí výkon:
 - 2,6 kWx
 - 3,5 kW
 - 5,3 kW
- SCOP > 4,0
- SEER > 6,1
- Energetická třída A+ (topení)
- Energetická třída A++ (chlazení)

www.dzd.cz

 **DRAŽICE**
ČLEN SKUPINY NIBE

E.ON, trafostanice a umělci

Budovy trafostanic v řadě český měst slouží jako veřejné galerie. Na konci srpna v Brně přibýly další dvě, které oživil velkoplošnými malbami autoři z ateliéru Malujemejinak a Nikola Vavrous vystupující pod uměleckým jménem KHOMA. „Umělcům jsme dali k dispozici dvě trafostanice. První se nachází přímo ve dvoře společnosti E.ON v brněnské Lidické ulici, druhá stojí v lužáneckém parku. V sobotu 31. srpna jsme uspořádali pro veřejnost den otevřených dveří, kde lidé viděli, jak taková velkoplošná malba vzniká,“ uvedla Božena Herodesová ze společnosti E.ON.

Nápad pomalovat zařízení na distribuci elektrické energie vznikl v rámci projektu E.ON Smart City, do kterého se zapojují obce a města na celém distribučním území od Šumavy po Bílé Karpaty. Oslovování jsou nejen umělci, ale také děti, senioři nebo tělesně postižení, díky nimž vznikají originální malby na různá témata.

Na fasádě trafostanice v Lidické ulici vznikla malba, která ukazuje, jak energetici osazováním speciálních konzol výrazně snižují riziko zranění ptáků. „Poměrně dlouho jsme přemýšleli, co na trafostanici namalujeme. Nakonec jsme se rozhodli připravit sestavu z ohrožených druhů ptáků, jako je moták, orel, čáp nebo výr velký. Ptáci jsou v technické kompozici, není to realistická malba a vyznačuje z toho energie,“ prozradil jeden z autorů díla Lukáš Veselý z ateliéru Malujemejinak. Autoři velkoplošné malby spotřebovali přibližně 60 litrů fasádních barev a třicet až čtyřicet sprejů.

S tvorbou umělců z ateliéru Malujemejinak se Brňané mohou setkat i na dalších místech. Například zeď u zastávky Ondrouškova v brněnské Bystrci nedávno oživil obraz na téma 150 let hromadné dopravy, graffiti zdobí garážový dům v Brně-Lišni a velkoplošná malba zase trafostanici na Kolišti.

Trafostanice v parku Lužánky upozorňuje na problematiku týraných dětí v Česku. O tomto problému se na veřejnosti moc nemluví, přitom nahlášených případů ročně napočítáme mnoho. Nikola Vavrous spolupracuje s nekomerční iniciativou Bytůstka.cz, což je webová stránka, která na týrání dětí upozorňuje. „Te-



matická malba pokryje celou trafostanici. Využili jsme prvky z grafiky stránek Bytůstka.cz, aby došlo k propojení toho, co lidé vidí v ulicích, s tím, co je na webu. Trafostanice je umístěna v lužáneckém parku v Brně, kde se pohybuje spousta rodin, které chceme na problém týraných dětí upozornit,“ sdělil Nikola Vavrous. Grafiku připravoval autor malby spolu s ilustrátorem Janem Augustou, který vytvořil vizuál zmíněného webu. Další díla Nikoly Vavrouse mohou lidé vidět například na trafostanici na náměstí Republiky ve Žďáru nad Sázavou nebo na bývalém cukrovaru v Praze Modřanech. (tz)

INZERCE



Trachea
domov za každými dvířky



fólie



lak



akrylát



dřevo



lamino



sklo



nábytkové korpusy



digitální potisk

NEJLEPŠÍ ČESKÁ DVÍŘKA JIŽ 25 LET

www.trachea.cz