

Madam Business

únor 2007

Žena, která se neztratí

Malá podnikatelská...
Eva Brixí

*Život se někdy točí
úplně jinak
než zeměkoule
kolem své vlastní osy
Naschvál je někdy pánem světa
Přítel zas povídává teta
Člověk si nelže Jen si protířečí
Sám sebe totiž nepřekřičí*

*Všední den sedá v kolotoči
Bageta Úsměv Prostořeké oči
Ztišený mobil a na dálku líbání
Na dně šálku trochu vyvonělé kávy
Tvůj parfém na diáři jiné dámy
Na okamžik je má firma
jak na dálkové ovládání*

*Morseovka soudních síní
Úžasný kšeft a bankovní účet není líný
Faktury Objednávky Rauty
Odjíždíme zrychlenými auty
a skádáme verše potají Spřádáme vize
když hvězdy do kláves nám blýskají*

str. 10 – 11

Garáž je prý základní prvek úspěchu

str. 3 – Balila jsem dvanáct houpacích křesel

str. 8 – Bára Nesvadbová dostala
k narozeninám Alteu XL

str. 16 – Nanotechnologie do našich koupelen

zdj: archiv ProMoPro

Na snímku Lady Pro a svět kongresů Milena Veselá z firmy ProMoPro



Cosmetic Karl Hadek International s.r.o.
Ústí nad Labem

Společnost CKHI patří mezi
první výrobce v České republice,
která je oprávněna užívat
značku ORGANIC PRODUCT
zařazenou do Programu Česká kvalita.
www.czechmade.cz



www.ckhi.cz

Na vyžádání zašleme katalog výrobků ZDARMA

ORIGINAL ATOK

AROMATERAPEUTICKÁ OLEJOVÁ KOSMETIKA

- Vždy čerstvé výrobky zhotovené až po obdržení objednávky
- Komplexní program šetrné péče o celé tělo pro muže, ženy i děti

365

ÉTERICKÉ OLEJE OD BĚŽNÝCH
AŽ PO NEJVZÁCNĚJŠÍ

- Z divoce rostoucích rostlin a kontrolovaných zdrojů

POD CHRÁNĚNOU ZNAČKOU LA CHÈVRE SYMBIONATURA NAJDETE KOSMETIKU, KDE ZÁKLADEM JE KOMPLEX VZÁCNÝCH, ŽIVOTNĚ DŮLEŽITÝCH PRVKŮ, KTERÉ BLAHODÁRNĚ PŮSOBÍ NA VŠECHNY DRUHY PLETI. JE TO SPOJENÍ ČISTÝCH PŘÍRODNÍCH EXTRAKTŮ V JEDEN VÝJIMEČNÝ CELEK.

PRINCIPEM TĚTO KOSMETIKY JE NAVRÁTIT PLETI JEJÍ HARMONII. OJEDINĚLÁ SYMBIÓZA PRODUKTŮ ZEMĚ A MOŘE STIMULUJE A CHRÁNÍ PLEŤ PŘED NEŽÁDOUCÍMI NÁSLEDKY VĚKU, STRESU A ŠKODLIVÝMI VLIVY ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ.



Lucidite Jour K

Denní krém s hydratačními a omlazujícími účinky. Rozjasňuje a regeneruje, podporuje tvorbu kolagenu III a elastinu. Přírodně chrání pleť před účinky slunečního záření. Vhodný pro zralou a suchou pleť.

Obsahuje extrakty z mořských řas, vitaminy rozpustné v tucích, fosfolipidy a ceramidy v přírodním stavu a deriváty olivového oleje.



Lucidite Nuit K

Noční krém vhodně doplňující denní péči o citlivou, zralou a suchou pleť. Hydratuje, podporuje tvorbu kolagenu III a elastinu. Obnovuje přirozený ochranný film pleti.

Obsahuje extrakty z mořských řas, vitaminy rozpustné v tucích, fosfolipidy a ceramidy v přírodním stavu a deriváty olivového oleje.



Anti-ageing sérum

Podporuje tvorbu kolagenu a elastinu, vhodné k ošetření očního okolí.

Pro zvýšení účinků používat pod denní nebo noční krém, např. Trésor Crème.



Kontakt:

Kosmetika CAPRI spol. s r. o.

Zelená linka: 800 191 999

E-mail: lachevre@lachevre.cz

<http://www.lachevre.cz>

Přírodní česká značková kosmetika, jež využívá unikátních složek kozího mléka a vzácných výtažků z léčivých rostlin a mořských řas, určená pro zdravou, ale i citlivou až alergickou pleť.





RADKA KŘIVÁNKOVÁ, MISTRYNĚ V OZDOBNÉM BALENÍ DÁRKŮ, JE ČASTÝM HOSTEM RŮZNÝCH TELEVIZNÍCH POŘADŮ, VELETRHŮ A VÝSTAV... JEJÍ UMĚNÍ JE OBDIVUHODNÉ. DÁRKY, KTERÉ BALILA, JSME NAPOSLEDY MOHLI VIDĚT NAPŘÍKLAD VE VÁNOČNÍ REKLAMĚ JEDNOHO MOBILNÍHO OPERÁTORA. V KVĚTNU 2005 OTEVŘELA V PRAZE PRVNÍ SAMOSTATNOU PRODEJNU. NEJVĚTŠÍ SVÉHO DRUHU V ČESKÉ REPUBLICCE.

tečně krásně zabalené věcičky. Většinou jde jen o pár jednoduchých triků a figlů, které se dají rychle naučit. Prozrazují je ve svých čtyřech knihách.

JSTE DRŽITELKOU DVOU REKORDŮ ZAPSANÝCH V GUINNESSOVĚ KNIZE, ZA CO TO BYLO?

První rekord, zapsaný v roce 2001, se váže k nejmenšímu zabalenému dárku. Na Festival rekordů jsem přivezla ukázat australský opál o průměru tří milimetrů. Na něj jsem vyrobila krabičku čtyři krát šest milimetrů a tu pak ozdobně zabalila do tenkého papíru s vějířkem, mašlí a peříčkem. O rok později jsem ozdobně

BALILA JSEM DVANÁCT

houpacích křesel i s figurínami, a také slečnu

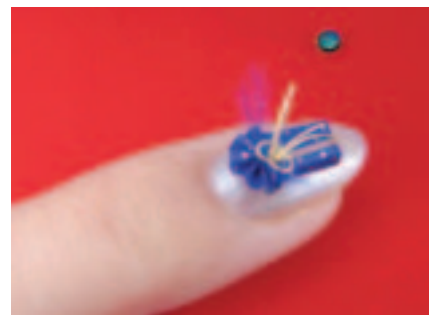
JAK JSTE SE DOSTALA K OZDOBNÉMU BALENÍ DÁRKŮ, TO ASI NEMŮŽE DĚLAT KAŽDÝ, MUSÍ BÝT PRO TO FANTAZIE, ESTETICKÉ CÍTĚNÍ, TRPĚLIVOST A HLAVNĚ TALENT?

Je pravda, že estetické cítění a výtvarné nadání jsem měla už od malička. Bavilo mne vytvářet různé věci z papíru a také malování. K balení dárků jsem se však dostala spíše náhodou. Po mateřské dovolené zrušili mé místo aranžérky v obchodním domě. Musela jsem tedy hledat práci a protože jsem byla samoživitelka s dvěma dětmi, nebylo to vůbec snadné. Uvažovala jsem i o podnikání - na mateřské jsem se živila písmomalářstvím. Ale pak mě napadlo pronajmout si stánek v obchodním domě a nabízet zákazníkům balení dárků. Jako první v Čechách jsem se rozhodla poskytovat službu balení dárků celoročně. Do té doby to bylo možné pouze v předvánočním období. Startovala jsem zcela bez peněz. To, co jsem za den vydělala, jsem druhý den hned investovala do zboží, a tak to zpočátku šlo stále dokola. Myslím, že ozdobně balit dárky se může naučit každý. Ale musí to člověka bavit. Vidím to na kurzech, které pořádám. Přijdou ke mně naprostí amatéři a po jednodenním kurzu si každý odnáší sku-

zabalila naopak největší dárek. Nákladní automobil IVECO, který měl rozměry osm krát čtyři krát tři metry. A to je můj druhý rekord zapsaný v Guinnessově knize rekordů.

S JAKÝM NEJBLÁZNIVĚJŠÍM POŽADAVKEM NA ZABALENÍ DÁRKU JSTE SE SETKALA, BALILA JSTE NĚKDY NĚCO ŽIVÉHO, TŘEBA ČLOVĚKA?

Těch bláznivých přání bylo mnoho. Například jsem balila kus syrového hovězího masa - byl to dárek od kamaráda pro přítele vegetariána. Balila jsem dvanáct houpacích křesel i s figurínami a také slečnu... Tedy ne, že jsem ji "balila", ale zabalila jsem ji do papíru s mašlí a velkou ozdobou. Bylo to pro jeden pánský časopis.



Kontakt:
Radka Křivánková
www.darkovebaleni.cz

za rozhovor poděkovala
Markéta Bartíková ☞

Vůně jako životní styl

Vůně čistoty se pro většinu z nás rovná vůni naší oblíbené aviváže nebo gelu na mytí nádobí. Pro někoho je to pach chloru, pro někoho citrusů, pro někoho zase vůně lesa. Všechny tyto speciální vůně vyvíjí společnost Henkel ve svém vlastním oddělení - Henkel Fragrance Center.

Vůně jsou nezbytnou součástí značkových výrobků společnosti Henkel. Parfém obsahují nejen kosmetické výrobky a prací nebo čisticí prostředky, ale dokonce i lepidla. A nejde jen o příjemné vůně. Například tuhé lepicí tyčinky, které používají děti při ručních pracích, dostávají méně atraktivní vůni, aby děti nenapadlo lepidlo ochutnávat. Naopak průmyslové produkty z oblasti technologií Henkel jsou pomocí aromatických látek upravovány tak, aby byly pachově co nejneutrálnější. Samotné

kombinace chemických látek by totiž bez přidání aromat natolik čpěly, že by s nimi bylo těžké pracovat. To samé platí i pro barvy na vlasy. I v tomto případě mají látky obsažené v přípravku velmi silný vlastní pach, bez vonných silic by snad žádná žena nechtěla proces absolvovat dvakrát.

Vlastní oddělení vývoje vůní má společnost Henkel od roku 1955. Sídli v Krefeldu, v areálu někdejších Dreiring-Werke, kde se od roku 1920 vyráběla mýdla. (Právě tady se mimochodem "narodilo" Fa.) Nejprve se vyráběly v takzvaném oddělení aromatických látek Henkel vonné substance pro mýdla, tehdy jediný parfémovaný výrobek. Pracovalo tu jen několik lidí. Se zvyšující se poptávkou se někdejší oddělení aromatických látek vyvinulo v dnešní Fragrance Center. V areálu o rozloze 20 000 m² pracuje přibližně 70 odborníků, kteří se podílejí na výrobě téměř 9 tisíc tun parfémových olejů ročně. (tz)

Poselství nového

Přijít za vámi s tematicky zaměřenou přílohou pro ženy - podnikatelky a manažerky a všechny, koho toto výsostné téma zajímá či kdo jím žije, touto myšlenkou jsme se v naší redakci zaobírali již přece jen nějaký čas. Jistě know how máme, protože žen, které podnikají, které znají radost z manažerské práce, které se učí zvládat nemožné, rodinou počínaje a novými firemními strategiemi konče, jsme na našich stránkách prezentovali hodně. Dovolím si říci, že víme, jak na to, že tušíme, co udělat, aby ženy, které osud vybídl k vlastnímu osobitému poslání, měly tímto novým titulem zase o jednu drobnou radost více.

A tak jsme se nakonec pustili do práce. Naše příloha dostala jméno Prosperita Madam Business. Výsledkem, prvním číslem právě listujete. Rádi bychom vás našimi stránkami potěšili, navodili ovzduší dobré a příjemné komunikace, přispěli k novým přátelstvím, výměně zkušeností. A dali prostor eleganci a noblese, která v životě ženy mívá své zvláštní, poetické místo.

Naše příloha Prosperita Madam Business nebude o životním stylu, nebude o módě či kosmetice, nábytku nebo prostředcích na hubnutí. Bude spíše nikdy nekončícím příběhem žen, které jsou mezi námi a něco dokázaly. Měly a mají úspěch, ledacos se jim podařilo, jsou inspirací pro své okolí. Ať už je to švadlena, masérka, patentová zástupkyně, generální ředitelka výrobní firmy, manažerka nadnárodní společnosti, lékařka či advokátka. Každá má své kouzlo osobnosti, každá má své poselství.

Eva Brixi

Tiráž

Prosperita Madam Business

Vychází jako příloha časopisu Prosperita

Ročník 1, únor 2007

Vydává RIX, s. r. o.

Ocelářská 2274/1

190 00 Praha 9

pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové

E-mail: brixiprosperita.info

Mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel Martin Šimek

Mobil: 606 615 609

Design Kateřina Svobodová

Zlom Petr Červenka

Korektury Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk Moravská typografie

Distribuce 5P Agency

www.madambusiness.cz

První žena brandmanažerkou systému Helios Green

Novou manažerku značky má nyní informační systém Helios Green. Je jí Mgr. Monika Musílková, v historii LCS první žena na této pozici, která vyžaduje schopnosti a zkušenosti jak technického, tak i marketingového zaměření.

Mgr. Monika Musílková je absolventkou gymnázia se zaměřením na programování a poté Matematicko-fyzikální fakulty Univerzity Karlovy, oboru učitelství matematika a fyzika pro střední školy. Na Matematicko-fyzikální fakultě zahájila také doktorandské studium.

Společnost LCS je nejvýznamnějším českým producentem podnikových aplikací (ERP). Zabývá se vývojem, implementací a podporou specializovaných informačních systémů pro výrobu, služby a obchod. Produkty společnosti LCS - podnikové informační systémy Helios Red, Helios Orange a Helios Green - pokrývají nejširší spektrum potřeb podniků. Všechny systémy jsou doplněné širokou nabídkou služeb a partnerských programů.

Bližší informace lze nalézt na www.helios.eu



OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE:

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

Josef Duchan, akademický malíř a autor četných prestižních projektů:
Disciplinovanost.



Plaťte kreditní kartou AVON

Společnosti Avon Cosmetics a GE Money Multiservis představily na českém trhu ve svém společném programu nové kreditní karty. Společnosti GE Money a Avon totiž podepsaly globální dohodu o vydávání kreditních karet Avon ve střední a východní Evropě. Česká republika je první zemí, kde je karta vydávána. Kreditní kartu Avon již vlastní tisíce obchodních zástupců této značky. Obchodní zástupci mohou rychle platit za své internetové a telefonické objednávky produktů AVON.

"Jsem potěšen, že GE Money Multiservis uzavřel na českém trhu partnerství s tak úspěšnou a inovativní společností, jako je Avon Cosmetics. Jsem si jistý, že v nové kartě Avon získají obchodní zástupci této značky nejlepší kreditní kartu ve své třídě jako obchodní a osobní platební nástroj. Jsem rovněž přesvědčen, že karty Avon se stanou především pro ženy oblíbenou platební kartou na českém trhu," uvedl Charlie Coode, generální ředitel GE Money Multiservis.

Kreditní karty Avon mají dva atraktivní designy a na českém trhu jsou opravdovými kráskami. Navíc mají standardní vlastnosti kreditních karet a jsou akceptovány všemi maloobchodníky a bankomaty s logem MasterCard po celém světě. Karty rovněž nabízejí až padesátidenní bezúročné období a úrokovou sazbu 1,65 %. Představují jedinečnou metodu platby v rámci značky Avon a jejich věrnostních služeb.

Věrnostní program nabízí speciální hodnotu zákazníkům, kteří sbírají body za všechny nákupy placené kreditní kartou Avon. Body automaticky přibývají na účtu a po dosažení určitého limitu je zákazníkovi vydán kupon.

(tz)

POUŽITOU ZÁŘIVKU

můžete nechat v prodejně zdarma

PŘESTALA VÁM SVÍTIT ZÁŘIVKA V KUCHYNI? CHYSTÁTE SE PRO NOVOU? PŘI NÁKUPU MŮŽETE V PRODEJNĚ BEZPLATNĚ VRÁTIT I TU STAROU, NEFUNKČNÍ. I KDYŽ BY SE KLIDNĚ VEŠLA DO ODPADKOVÉHO KOŠE NEBO DO POPELNICE, URČITĚ TAM NEPATŘÍ. VÍCE UŽ PROZRADÍ ING. EVA SMĚŠNÁ, ŘEDITELKA PROVOZU SYSTÉMU SPOLEČNOSTI EKOLAMP, S. R. O. FIRMA SE ZABÝVÁ ZPĚTNÝM ODBĚREM POUŽITÝCH OSVĚTLOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.

PROVOZUJETE SÍŤ SBĚRNÝCH MÍST, ZAJIŠŤUJETE LOGISTIKU SBĚRU A SVOZ ELEKTROZAŘÍZENÍ A JEHO ZPRACOVÁNÍ. MŮŽETE NÁM VAŠI ČINNOST POPSAT TROCHU PODROBNĚJI?

Výrobci a dovozci osvětlovacích zařízení mají ze zákona povinnost financovat náklady spojené se sběrem a recyklací použitých osvětlovacích zařízení. Mají organizovat sběr a recyklaci a informovat o způsobu sběru. Proto byl nejvýznamnějšími výrobci zářivek, výbojek a svítidel založen kolektivní systém EKOLAMP, ve kterém je dnes zaregistrováno na 230 účastníků. Podstatnou podmínkou pro to, abychom mohli zajišťovat plnění zmíněných povinností a vstupovat do smluvních vztahů, bylo rozhodnutí Ministerstva životního prostředí ČR, že tuto činnost můžeme provádět a že jsme pověřeni zajistit financování a nakládání s tzv. his-



torickým elektrozařizováním skupiny 5, což jsou právě zářivky, výbojky a svítidla. EKOLAMP spolupracuje při sběru použitých světelných zdrojů zejména s obcemi a velkoobchody s osvětlovacím zařízením. Jejich sběrná místa vybavuje vlastními nádobami - kovovými kontejnery nebo kartonovými boxy.

CO VŠE BY MĚLO SKONČIT VE SBĚRNÉM DVOŘE? URČITĚ TO NEJSOU JEN OBJEMNÁ ZAŘÍZENÍ JAKO PRAČKY, TELEVIZE, SPORÁKY.

I když si lidé začínají více uvědomovat nutnost využívat suroviny získané z použitých výrobků a odevzdávají nefunkční elektrozařízení na místech k tomu určených, stále málo spotřebitelů ví, že se zářivkami a výbojkami je třeba dělat totéž. Mohou totiž obsahovat látky škodlivé pro lidské zdraví a pro životní prostředí. Velká i drobná elektrozařízení lze bezplatně odevzdat ve sběrném dvoře nebo přímo v obchodě při nákupu nových výrobků.

POKUD MÁME DOMA NĚJAKÉ NEFUNKČNÍ SPOTŘEBIČE A CHCEME SE JICH ZBAVIT, JAK BYCHOM MĚLI POSTUPOVAT, KDE NAJDU POTŘEBNÉ INFORMACE JAKO NAPŘÍKLAD SEZNAM SBĚRNÝCH DVORŮ APOD.?

Informace o všech místech zpětného odběru světelných zdrojů zapojených do naší sběrné sítě najdete na www.ekolamp.cz. Zeptat se můžete i na obecním úřadě, kde vám sdělí adresy míst zpětného odběru. Povinnost informovat o tom, kde je možné zářivky vrátit, mají také jejich prodejci. Při nákupu nového elektrospotřebiče máte právo ponechat v prodejně vysloužilý spotřebič obdobného typu ve stejném množství, jaké kupujete. Víme, že veřejnost má stále ještě málo informací o této problematice. Proto během roku organizujeme řadu školení, přednášíme na akcích pořádaných obcemi a připravujeme i vzdělávací programy pro školy.

POTÝKÁTE SE PŘI PLNĚNÍ SVÝCH NÁROČNÝCH POVINNOSTÍ S NĚJAKÝMI PROBLÉMY?

Bohužel ano. Aby mohly kolektivní systémy pověřené ministerstvem investovat do rozšiřování systému sběru, potřebují jistý právní rámec, který nám však současná legislativa neposkytuje. Vedle provozovatelů kolektivních systémů našeho typu totiž existují další, kteří využívají slabin současné legislativy a prezentují svou činnost v rozsahu, ke kterému nejsou ministerstvem oprávněni. Toto nejisté právní prostředí a konkurenční boj naší činnost zpomaluje a prodražuje. V horším případě může vést i k nedodržení stanovené kvóty sběru elektrozařízení čtyři kilogramy na domácnost za rok, kterou se ČR zavázala splnit k 1. 1. 2009.

MÁTE PŘI SVÉM PRACOVNÍM VYTÍŽENÍ ČAS NA SEBE? CO VÁM UDĚLÁ RADOST?

Protože je práce významnou součástí mého života, udělá mi radost, když se našemu malému kolektivu práce na tak velkém projektu, jako je sběr a recyklace osvětlovacích zařízení na celém území ČR, daří. Alespoň o víkend se však snažím najít si čas na dlouhou procházku s naším německým ovčákem, což mám moc ráda. Nejspokojenější bývám, když si jdu zahrát squash nebo když vyrazím na kolo či na běžky do Jizerek, kde bydlím.

za rozhovor poděkovala Markéta Bartíková ☞



Lázně Velké Losiny patří mezi nejstarší moravské lázně

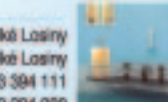
Návštěvníky a lázeňskými hosty jsou vyhledávány především kvůli léčebným účinkům místních minerálních vod, ale rovněž i pro svojí příjemnou polohu v podhůří Hrubého Jeseníku. Léčíme děti a dospělé s neurologickým onemocněním, dále děti s pohybovým a respiračním onemocněním. Přírodní síla termální voda je hlavním léčebným prostředkem.

Nabízíme:

- kompletní lázeňskou péči
- příspěvkovou lázeňskou péči
- rekondiční pobyty
- balíčky rehabilitačních služeb pro podniky a odbory
- rehabilitační procedury pro širokou veřejnost
- využití vnitřního termálního bazénu

Lázně Velké Losiny v sobě spojují to nejlepší, co nabízí velká lázeňská města, a lázeňským prostředím uprostřed přírody.

Lázně Velké Losiny
Lázeňská 240, 788 15 Velké Losiny
Ústředí: +420 583 394 111
Přijímací kancelář: +420 583 394 200
fax: +420 583 394 252
e-mail: info@vl.cz Další informace: www.vl.cz



UŽ DÁVNO NENÍ PRAVDA, ŽE ŽENY VYBÍRAJÍ AUTA PODLE BARVY SVÝCH KLOBOUKŮ. OSTATNĚ, TY SE UŽ ANI MOC NENOSÍ. ŽENY TAKÉ PŘESTALY BÝT VE VOZECH PASIVNÍMI SPOLUJEZDCI. STALY SE AKTIVNÍMI ŘIDIČKAMI. AUTA JIM PŘIROSTLA NEJENOM K SRDCI, ALE POVAŽUJÍ JE ZA NEZBYTNÉ POMOCNÍKY.

ŽENY a jejich auta

NEJSME STEJNÍ

Muži sice ženy občas pomlouvají, ale skoro žádný už to nemyslí vážně. Ostatně v ČR je 3,5 milionu řidičů a 2,5 milionu řidiček. Přitom z celkového počtu nehod zaviní přibližně jen čtvrtinu. I to je vypovídající. Nevíme ovšem, jak často jezdí a kolik kilometrů vůz pod jejich koly spolká. O tom žádná statistika nevyovídá. Skutečností však zůstává, že ženy v Česku způsobí čtyřikrát méně těžkých nehod než muži a na smrtelných se podílejí pouze 11 %.

Jakkoli se to mužům nelíbí, tak dámy jezdí bezpečněji než pánové. Vyplývá to i z nатуry a ze skutečnosti, že muži pocházejí z Marsu a ženy z Venuše. Důležitým faktem také je, že naprostá většina žen své schopnosti nepřeceňuje. Spíš je podceňuje. Jízda je pro ně pouze rychlým a pohodlným přemístěním z bodu A do bodu B. Ve vši opatrnosti. Jsou totiž odpovědnější, tolerantnější a neprosazují se za každou cenu. Víc si uvědomují, že ve hře je život a nejenom jejich, většinou i jejich dětí, o které se na rozdíl od mužů daleko víc starají.

Chlapi se spíše rádi předvádějí. Jsou agresivní, zatímco ženy nechávají ostatní řidiči chladnými. Vůbec jim nevádí, že je předjíždějí a naprosto je nerozčílí, je-li to slabší auto. Muži toto vnímají jako výzvu a sešlápnou plyn. Prostě riskují. To je příčinou toho, proč mají ve srovnání s ženami mnohem víc nehod. Bez ohledu na to, kdo za volantem sedí, však na silnicích vidíme mnoho naprosto zdemolovaných aut. Pojišťovací potom hovoří o totální škodě. To znamená, že cena za opravu vozu by byla vyšší než časová cena auta, čili jeho běžné opotřebení.

ZLODĚJI, ZLODĚJI A ZASE ZLODĚJI

Loni, stejně jako v minulých letech, se zloději měli k světu. Z parkovišť zmizelo 19 313 osobních aut (stav k 30. 6. 2006) a našlo se jich ani ne 8000. Česko si tak vysloužilo smutný primát. Spolu s Itálií se drží na evropské špičce. Z každého milionu zaregistrovaných aut je jich ukradeno v obou zemích ročně přes 6500. Přitom v sousedním Rakousku je to pouze necelých 1500 a v Maďarsku 2800. Zajímavé je i tvrzení České asociace pojišťoven. Až 30 % nahlášených krádeží je podle asociace spojeno s pojištěným podvodem.

Počet registrovaných a ukradených vozidel celkem

Rok	registrováno aut	ukradeno aut
2006	4 036 815*	19 313*
2005	3 958 708	20 456
2004	3 815 547	21 117
2003	3 706 012	22 147

Pozn.: *registrované k 30. 6. 2006, odcizené k 1. 1. 2007 Zdroj: SAP, Policie ČR

Uvedené údaje nikoho nepotěší. Na druhé straně vysoký počet odcizených vozů vede řidiče a ženy obzvláště (jsou vždy odpovědnější), ke snaze zaplatit víc peněz nejenom za zabezpečení svého vozu, ale také za jeho vhodné pojištění.

V ČEM JE PROBLÉM

Automobilky vyrábějí stále dokonalejší zabezpečovací zařízení a zloději jsou stále chytřejší. Nebo jim stačí zakoupit si klíč, který se loni objevil na českém trhu a s jeho pomocí se během několika minut dostat téměř do všech vozů.

Druhým problémem je totální havárie. Z ní mají havarijné pojištění motoristé stejně velké obavy jako z odcizení svého miláčka. Příčinou je skutečnost, že při těchto pojistných událostech pojišťovna při likvidaci škody vychází z časové ceny vozu. A jak je každému známo, tak ta je již v den koupě automobilu nižší než pořizovací cena vozu a v průběhu vlastnictví vozidla stabilně klesá, během tří let téměř o 50 %.

Zatímco při odcizení vozidla pojišťovna vyplácí výši časové ceny, tak při dopravní nehodě, kdy rozsah poškození převyší časovou cenu, je praxe rozlišná. Pojišťovna odmítne uhradit opravu auta (cena opravy nabouraného vozu převyšuje jeho obecnou cenu) a vlastníku vyplatí jen časovou cenu minus hodnotu zbytků vozidla. Vychází totiž ze skutečnosti, že auto se z ekonomických i bezpečnostních hledisek už nevyplatí opravovat a motorista může kola, volant, sedadla, levé zadní či přední dveře, prostě všechno, co bylo nepoškozeno, prodat na náhradní díly.

Toto se ale pojištěným vlastníkům automobilů samozřejmě

Příklady ukradených aut na 1000 zaregistrovaných vozů podle výrobních značek rok 2006

Značka vozu	Zaregistrováno motorových vozidel	Ukradeno vozidel	koeficient	nalezeno vozidel
Audi	49 654	737	14,84	29
BMW	41 883	615	14,68	247
VW	247 186	2710	10,96	773
Mercedes	55 926	479	8,57	183
Škoda	1 855 976	15 865	8,54	4139
Fiat	207 838	1257	6,05	642
Citroen	113 568	516	4,54	142
Peugeot	249 257	1079	4,32	294
Ford	334 920	1370	4,01	476
Renault	287 349	1083	3,77	277
Opel	236 636	879	3,71	335

Výše pojistného u pojištění MAXIGEP (za 36 měsíců)

Cena vozidla	MAXIGEP	MAXIGEP s pojištěním spoluúčastí	Limit pojistného plnění
0 - 700 000 Kč	12 000 Kč	15 000 Kč	500 000 Kč
700 000 - 1 100 000 Kč	15 000 Kč	19 000 Kč	600 000 Kč
1 100 000 - 1 500 000 Kč	18 000 Kč	23 000 Kč	700 000 Kč
1 500 000 - 2 000 000 Kč	24 000 Kč	29 000 Kč	800 000 Kč

moc nelíbí. Ne nadarmo se říká, že každý problém má řešení. Jedno z nich se týká i motoristů, majitelů aut. Na trh s ním vstoupila mnohým zatím neznámá Maxima pojišťovna. Je jím pojištění, které kryje rozdíl mezi pořizovací cenou vozidla a obecnou cenou vozidla v případě totální škody nebo odcizení. Při zajišťování tohoto doplatku vůbec nevádí, jestli je automobil havarijně pojištěn u jiné pojišťovny. Prostě jedná se o samostatnou smlouvu, na vyrovnání vznikajícího cenového rozdílu při totální škodě nebo odcizení. Nelze však pojistit auta o hmotnosti nad 3500 kg, vozidla v pronájmu a vozidla, jejichž nová cena převyšuje 2 miliony Kč.

Generální ředitel Maxima pojišťovny Vladimír Pulchart nám k tomu řekl, že vůz se připojišťuje na dobu tří let a pojistné je splatné předem na celé tři roky s možností sjednat i pojištění spoluúčastí stávajícího havarijního pojištění. Případně je

možné uzavřít komplexní havarijní pojištění, včetně rozdílu v ceně.

Důležitou skutečností také je, že pojistné plnění z pojištění MAXIGEP je vypláceno občanovi i v případě, že zlikvidoval auto pořízené na leasing. Pokud součet uhrazených leasingových splátek a pojistného plnění z havarijního pojištění nepokryje leasingové společnosti náklady vynaložené na pořízení vozidla, leasingová společnost vyžaduje tento rozdíl od leasingového nájemce. V. Pulchart tvrdí, že MAXIGEP ochrání nájemce před dluhem u leasingové společnosti.

Podle V. Pulcharta je důležitá i vazba Maxima pojišťovny na asistenční službu mezinárodní společností Inter Partner Assistance (IPA) a AXA Assistance CZ, které nejenom v České republice, ale kdekoli na světě zajišťují pomoc motoristům po dvacet čtyři hodin denně a po celý rok. Stačí zavolat na stanovené telefonní číslo Maxasistence a na základě uzavřené smlouvy mezi Maxima pojišťovnou a IPA se v okamžiku akutní potřeby motoristovi dostane nejenom rady, ale i praktické pomoci včetně právní asistence. Administrativně právní pomoc je do připojištění zahrnuta, i když se jedná o klienta havarijně pojištěného u jiné pojišťovny.

PŘÍKLAD:

Nový automobil zakoupený za 600 tis. Kč. Kromě povinného pojištění odpovědnosti za škodu uzavřeno ještě havarijní pojištění s 10% spoluúčastí pro případ krádeže a výše zmíněné pojištění. Za dva roky je automobil ukraden. Pojišťovna, u které je sjednána havarijní pojistka, vyčíslí vzniklou škodu na 350 tis. Kč a od té odečte 10% spoluúčast, tj. 35 tis. Kč. Poté vyplatí pojistné plnění 315 tis. Kč. Zde by příběh končil nebýt sjednaného připojištění. V tomto případě totiž přichází likvidační proces pojišťovny a ta vyplácí rozdíl mezi novou cenou a vyplaceným pojistným plněním primárního pojistitele. V našem případě tak částku 285 tis. Kč. Postižený si za celkové obdržené pojistné plnění může koupit nový vůz. Podobný je postup i při totální škodě.

(red)

VÁŽENÉ PODNIKATELKY A MANAŽERKY, KVALITNÍ POJIŠTĚNÍ CHRÁNÍ VÁŠ MAJETEK A INVESTICE

VÁM NABÍZÍ:

OBČANSKÁ POJIŠTĚNÍ

- havarijní pojištění **MAXAUTO** s připojištěním **MAXIGEP**, které kryje plnou pořizovací cenu vozidla do 3,5 t
- samostatné pojištění **MAXIGEP** pro havarijně pojištěné osobní vozy
- pojištění nemovitého a movitého majetku, odpovědnosti za škody s domácí asistencí
- životní kapitálové pojištění **MAXLIFE**, rizikové pojištění **MAXJISTOTA** a pojištění úrazu

POJIŠTĚNÍ PRO VĚTŠÍ FIRMY I DROBNÉ PODNIKATELE

- majetek a odpovědnost průmyslu a podnikatelů, včetně profesní odpovědnosti
- flotilové havarijní pojištění
- programy životního pojištění s daňovou optimalizací pro zaměstnance i zaměstnavatele

Komplexní asistenční a informační služba **MAXASISTENCE** pro naše klienty na telefonnu +420 272 099 900

Na Dlouhém lánu 508/41
160 00 Praha 6

MAXIMA
POJIŠŤOVNA, a.s.

www.maxima-as.cz



BÁRA NESVADBOVÁ

dostala k narozeninám Altea XL

Importér vozů SEAT se stal oficiálním partnerem nového českého snímku Bestiář, který od loňského léta natáčí režisérka Irena Pavlášková. Scénář k filmu, o němž tvůrci hovoří jako o lovestory s tragikomickými prvky, napsala podle své stejnojmenné knihy právě Bára Nesvadbová. Na otázku, proč si z nabídky značky SEAT vybrala zrovna tuto horkou novinku, autorka odpověděla, že ji Altea XL nadchla jako "velké, prostorné auto, které přitom, že je rodinné, působí velice sexy a žensky, ne hřmotně, jako většina 'rodinných' vozů."

Bára Nesvadbová, která na své narozeninové oslavě doslova rozpálila desítky přítomných fotografií odvážným stříhem svých rudých šatů, je, pokud jde o barvu vozu, podstatně zdrženlivější. Jak říká, miluje černou barvu, protože je decentní a elegantní. "Nikdy s ní nic nezkažte - je prostě vhodná na každou příležitost - výlet s dětmi i rande v lese," prozradila s úsměvem. Jedním dechem přitom doplnila, že zatímco dříve bývala



velmi temperamentní řidičkou, "až nerozvázně rychle, od doby, co jsem mámou, řídím naopak jako šnek a furt se rozhlížím." A kam povedou první kilometry Báry Nesvadbové s její novou Alteou XL? Nejprve do Měchenic, kde spisovatelka bydlí, ale pak naloží čtyřletou dcerku Bibianu a vyrazí do německého Legolandu. "Doufám, že to zvládnou," uvedla.

Ve filmu Bestiář si zahrají i vozy SEAT - hlavní hrdinka v podání Danici Jurčové bude jezdit Ibizou, její mužský protějšek, ztvárněný Karlem Rodenem, zase v Leónu FR. Filmový štáb dostal k užívání tři vozy značky SEAT: dvě Toleda a jednu Alhambru. Premiéra filmu bude v dubnu 2007. (tz)

KRÁSNÝ DÁREK K NAROZENINÁM DOSTALA ZNÁMÁ SPISOVATELKA A ŠÉFREDAKTORKA MÓDNÍHO ČASOPISU BÁRA NESVADBOVÁ. NA NEDÁVNÉ NAROZENINOVÉ PARTY NA PRAŽSKÉM ŽOFÍNĚ PŘEVZALA Z RUKOU PETRA TÁBORSKÉHO, VEDOUcíHO ČESKÉHO ZASTOUPENÍ ZNAČKY SEAT, KLÍČE OD ELEGANTNÍ ČERNÉ ALTEY XL, KTEROU JÍ IMPORTÉR V RÁMCI ZAHÁJENÉ SPOLUPRÁCE ZAPŮJČIL. "JSEM SI JISTÝ, ŽE ALTEA XL BUDE BÁŘE NESVADBOVÉ SLUŽET," ŘEKL TEHDY PETR TÁBORSKÝ. "PRO ATRAKTIVNÍ, DYNAMICKOU A AKTIVNÍ ŽENU - MATKU SE SPOUSTOU ZÁJMŮ, ALE TAKÉ S CITEM PRO KRÁSU A ČISTÝ MODERNÍ DESIGN JE TO VŮZ JAKO STVOŘENÝ!"



ALE POZOR! Neberte mne za slovo!

Od Vltavy foukal studený víchř a ona pózovala kolegům, fotografům, novinářům v šatech s holými rameny. Byla příjemná, ochotná, rozverná a hodně se usmívala. Věděla, že jinak to nejde, a snažila se začátek ledna nevnímat. Věděla, že má narozeniny, že je v roli obdarované a zároveň hostitelky, že bude ukrajoval dort, věděla, že musí a přeje si být krásná, vtipná i sama sebou. Věděla, že se sluší být zdravě sebevědomou i pokornou, být celebritou, kamarádkou. Byla taková, jakou ji známe. V roli manažerky vlastních nápadů jí to prostě slušelo.

Bára Nesvadbová stručně pro Prosperitu Madam Business:

PRACUJETE O NAROZENINÁCH?

Zpravidla ano, protože tyto dny tak neprožívám. Většinou pracuji, bývají to dny jako každé jiné, tu více tu méně slavnostní, prostě dny, kdy se toho hodně děje a hodně se musí stihnout.

DOSTALA JSTE V DEN SVÝCH NAROZENIN NĚJAKÝ BÁJEČNÝ NÁPAD, VNUKNUTÍ, DÁVÁTE SI PŘEDSEVZETÍ?

Víte, na žádný supernápad si nevzpomínám. Z toho mi plyne, že dny, na které někteří hodně sázejí, pro mne nejsou opravdu zas tak výjimečné, nepřinášejí ostatním takové hodnoty, které by byly poselstvím dál. Jsou to normální všední či sváteční dny s trochou radosti navíc. A předsevzetí - určitě ne. Kromě jiného se snažím bavit, být s kamarády, nemyslet na nic zatěžujícího, prostě slavit, když na to přijde čas. A protože předsevzetí nejsou zrovna jednoduchou záležitostí, už ho právě na ně nějak nezbývá. Ne, doopravdy - předsevzetí, to není můj styl.

JAKOU VLASTNOST CTÍTE NA LIDECH Z BYZNYSU?

Jako na všech lidech kolem sebe. Pravdomluvnost. Nemám ráda, když si lidi v tom špatném slova smyslu vymýšlejí.

KDYŽ BYSTE SE ROZHODLA ZALOŽIT FIRMU - V JAKÉM OBORU?

Udělala bych si restauraci, noční klub, kavárnu s čítárnou... Takové zařízení by se mi asi líbilo nejvíce, do toho bych s očekáváním šla. Ale pozor! Neberte mne za slovo!



O TEMPERAMENTU, svůdném charakteru a optimizmu

hovoří Petr Tábořský, vedoucí Divize SEAT společnosti Import VOLKSWAGEN Group

SEAT A SLOVÍČKO EMOCE - CO MÁ TATO FILOZOFIE PŘINĚST? NA DRUHÉ STRANĚ - ŽIJEME V ČASE, KTERÝ SE NAZÝVÁ STOLETÍM EMOCÍ...

Dynamika, temperament, atraktivní a originální design, vzrušující a svůdný charakter, life-style, sportovní ambice, optimizmus - to vše jsou hodnoty, na kterých staví SEAT svoji filozofii, a kterou nazývá "Auto Emoción". V dnešním světě plném sterilních, "bez-tvarých" a neutrálních produktů chceme lidem nabídnout to, co považujeme v souvislosti s automobilovou technikou za velmi důležité - a to emoce a charizma. To vše samozřejmě při maximálním důrazu na bezpečnost, ekonomiku a ekologii provozu.

JAKÉ JSOU CÍLE VAŠÍ ZNAČKY V ROCE 2007? CO NABÍDNE MUŽSKÝM PŘÍZNIVCŮM SEATU A CO VŠECHNO ČEKÁ NA DÁMY?

Naším hlavním cílem nejen v tomto roce, ale všeobecně je spokojený zákazník. Zní to možná až trochu fádně, ale toto je skutečný základ. Co se týká novinek, tak letos uvádíme na trh nejsilnější SEAT všech dob, León Cupra, a hlavně Altea XL. Toto vozidlo nabízí kromě již zmíněných typických vlastností vozidel značky SEAT největší zavazadlový prostor ve své třídě, aniž byste museli slevit z nároků na sportovní zážitky. A na podzim k modelu Altea XL představíme ještě jeho crossover variantu s pohonem všech kol.

ŽENA - AUTO - BARVA. TO NENÍ O ÚSMĚŠČÍCH, JAK JSME

TOHO NĚKDY SVĚDKY, ALE O CHYTRÉM MARKETINGU, O ZNALOSTECH JAK A KAM CÍLIT. JAK PRACUJE SEAT S BARVIČKAMI A CO JIMI CHCE SDĚLOVAT?

Jsem skutečně dalek toho "předepisovat" ženám, co je pro ně ten pravý model, jaká motorizace, jaká barva a jaká výbava. Připadá mi to minimálně nezdvořilé. Na druhou stranu je zřejmé, že je rozdíl, když auto vybírá žena nebo muž. Ženy totiž vybírají vůz daleko emocionálněji než pragmatičtí muži. A jsem zpět u "Auto Emoción" a hodnot, které představuje. A po pravdě řečeno, většinou, i když vybírá muž, tak poslední slovo má žena!

NEDÁVNO TO BYLA MAGIC HELENA, NYNÍ BÁRA NESVADBOVÁ, KTERÁ SE SPOJILA S IMAGE SEATU V ČESKÉ REPUBLICCE. JAKÁ TVÁŘ PŘIBYDE DO TŘETICE? MODELKA, ZPĚVAČKA, VÝTVARNICE, DESIGNÉRKA, PROSLULÁ CUKRÁŘKA, KVĚTINÁŘKA, SPORTOVKYNĚ? ANEBI TO BUDE KRASAVEC - MILÁČEK VŠECH ŽEN?

Je pro nás samozřejmě ctí, když můžeme spojit naši značku s projektem nebo osobností, která, jako Bára Nesvadbová, koresponduje s naší filozofií. Spolupracujeme s nejlepším cyklistou v ČR Michalem Prokopem, jsme partnerem AVU, sponzorujeme hudební soutěže a mnohé další. Mám určitou představu, jak bychom v této oblasti chtěli dále postupovat, ale nechte mě, prosím, možnost vás v budoucnu překvapit.

**společně s agenturou AC & C Public Relations, s. r. o.
připravila Eva Brix**

GARÁŽ JE PRÝ

základní prvek úspěchu

SAMA O SOBĚ ŘÍKÁ, ŽE JE PRO KAŽDOU ŠPATNOST, MYŠLENO V OPAČNÉM SLOVA SMYSLU. ŽE JE PRO KAŽDOU LEGRACI, PRO KAŽDOU NOVOTU A NEZATRACUJE ŽÁDNOU VÝZVU. JEDNATELKA, SPOLUHAJTELKA A EKONOMICKÁ ŘEDITELKA MILENA VESELÁ JE V NAŠEM SVĚTĚ PODNIKATELSKÉM A MANAŽERSKÉM OSOBNOSTÍ ZNÁMOU. S MANŽELEM ZALOŽILI PŘED LETY V PRAZE FIRMU PROMOPRO, KTERÁ DNES AUDIO A VIDEO SLUŽBAMI OBSLUHUJE V ČESKÉ REPUBLICE I V ZAHRANIČÍ NEJVĚTŠÍ MEZINÁRODNÍ KONGRESY, KONFERENCE, MÓDNÍ PŘEHLEDKY I AKCE CHARAKTERU DROBNĚJŠÍHO. TAKÉ NYNÍ, BYŤ V JINÝCH LETECH LEDEN A ÚNOR NEPATŘILY K NEJVYTIŽENĚJŠÍM MĚSÍCŮM, PROMOPRO NEVYŠLO Z RYTMU PŘÍJEMNÉHO STRESU: ZAKÁZEK JE HOJNOST.

Loni v listopadu obdržela Milena Veselá krásný titul Lady Pro. Moc si ho vážím, řekla mi, když jsem se za ní do firmy přišla nedávno podívat. Myšlenky o životě a vzpomínky na roky, které se zapsaly do historie českého podnikání, plynuly. A do tajemství, které si každý z nás tak trochu nese v sobě, můžete s námi nahlédnout:

ROK 2007 PRÝ BUDE PODLE NEJRŮZNĚJŠÍCH PŘEDPOVĚDÍ ŠTASTNÝ. JAKÝ BY MOHL BYT PRO VAŠI FIRMU?

Myslím, že dobrý. Věřím tomu. Já totiž chodím každý rok ke kartárce. Nechávám si vyložit, co mne čeká jak v osobním životě, tak v tom firemním. Dost na to spoléhám. Ať si o tom myslí, kdo chce, co chce. Funguje to. Moje kartářka se ze 70 % trefí. Víte, nedělám z toho vědu, ale je to jistě nasměrování. Naposledy jsem od ní odcházela plná energie.

Samozřejmě - příznivý rok 2007 bude, když budeme především pilně a poctivě pracovat. Když neslevíme z toho, co umíme, když budeme poskytovat prvotřídní kvalitu, když na nás bude spoleh. Nakoupili jsme hodně špičkových zařízení a technologií, musíme je tedy umět uplatnit v praxi. Leden byl naštěstí plný zakázek, byl to doslova raketový start.

A JAKÝ BYL TEN LOŇSKÝ ROK? PODAŘILO SE VŠE, CO JSTE SI PŘEDSEVZALI? POKUD VÍM, KONČIL BÁJEČNĚ, VŽDYŽ JSTE VÝZNAMNĚ POMÁHALI K VYSÍLÁNÍ SILVESTRA TELEVIZÍ NOVA Z VÁCLAVSKÉHO NÁMĚSTÍ...

To byla skvělá zakázka a velmi příjemná spolupráce. S televizí Nova spolupracujeme asi šestým rokem, s týmem jsme dobře sehnali. Vždy nás to posune dál o další zkušenost.

VY JSTE V ROCE 2006 ZÍSKALA TITUL LADY PRO, KTERÝ SE PŘEDÁVÁ V PROSTORÁCH PRAŽSKÉHO HRADU U PŘÍLEŽITOSTI SOUTĚŽE ČESKÝCH 100 NEJLEPŠÍCH, JIŽ ORGANIZUJE SPOLEČNOST COMENIUS. JAKÉ TO JE, PATŘIT KE ŠPIČCE ŽEN, KTERÝM SE DOSTANE TAKOVÁ POCTA?

Určitě všechny, které jsme tam na pódiu stály, jsme prožívaly okamžiky, na které se nezapomíná. Vy mne znáte, neprozrazuji o sobě všechno do detailů, ale v tomto případě musím: dostat Lady pro, to byl můj sen. Stát ve Španělském sále Pražského Hradu, v té jedinečné atmosféře, v tom duchu přívětivosti, naprosté uvolněnosti... prostě, na to se nedá zapomenout.

ALE ZAZÁŘILA JSTE UŽ NA KONFERENCI KLÍČOVÉ FAKTORY ÚSPĚCHU, KTERÁ SLAVNOSTNÍMU VEČERU A PŘEDÁVÁNÍ CEN PŘEDCHÁZELA...



Pražský hrad, Lady Pro a zážitky na celý život

Netušila jsem ani v nejmenším, že sklídím takové uznání. Tím více mám radost, že se mé vystoupení líbilo. Shrnout 15 let našeho podnikání a říci, co je pro nás podnikatelský úspěch? Co to je? A tak jsem řekla, že úspěch závisí především na tvrdé práci. Možná to bude znít paradoxně, ale náš úspěch vlastně začal neúspěchem. V roce 1990 nastoupil do společnosti, kde téměř 25 let pracoval můj manžel, nový ředitel. Když na pracovním setkání přednesl svoji představu o rozkvetu podniku, na jeho vystoupení reagoval můj muž příspěvkem, který vykreslil situaci na trhu a navrhl propustit polovinu zaměstnanců a další záležitosti. Výsledek byl ten, že druhý den ráno měl na stole výpověď z důvodu nadbytečnosti. A tak jsme byli před otázkou: co dál? Vzali jsme do hrsti odvahu a finanční prostředky z manželova odstupného a řekli si: když nebude manžel do pěti měsíců vydělávat víc než v zaměstnání, končíme. Neskončili jsme.

S PODNIKÁNÍM SE TU PO NĚKOLIKA DESETILETÍCH ZASE ZAČÍNALO, VĚDĚLI JSTE, JAK NA TO?

Učil nás život. Účtárna v kuchyni, sklady v garáži. Garáž je prý základní prvek úspěchu. Většina úspěšných amerických gigantů začínala v garáži. V začátcích jsme patřili mezi tisíce podobných firmiček, zdaleka jsme nevzhlíželi k nějakým výšinám.

Zpočátku jsme se zabývali hlavně pronájmem techniky na kulturní akce. Z hovorů se zákazníci jsem ale vycítila převažující poptávku po technice na kongresy a semináře. Požádala jsem manžela, abychom rozšířili sortiment tehdy o diaprojektory a zpětné projektory. Dost jsem ho udivila. Tehdy řekl: Jiná ženská by chtěla nějaký kostýmek a ty chceš techniku? Čas však ukázal, jak důležité rozhodnutí to bylo.

OBJEVILI JSTE VLASTNĚ PRÁZDNÉ MÍSTO NA TRHU.

Ano, vlak stál ve stanici a my jsme nastoupili. V kongresové technice nikdo nepodnikal a my se stali průkopníky. V tomto oboru rovněž neexistovali odborníci, vychovávali jsme si je sami. Zaměstnali jsme naše syny a vsadili i na jejich kamarády. Na mládež, která měla k novinkám techniky generačně jiný vztah. Převzali jsme klasické postupy, které se osvědčily již za první republiky, každý u nás nejprve nosil techniku, postupně se učil ji zapojovat a až následně ji mohl obsluhovat. Vyrostla z nás úspěšná, ale malá firma. Zahraničí nás nebralo na vědomí. A to jsme se rozhodli zlomit.



Koupili jsme projektor - žhavou novinku, jako jediní a první v Evropě. Jeho cena se rovnala našemu celoročnímu obratu, ale investice se vyplatila. Západ s námi začal počítat. Používáním nejnovější techniky, flexibilitou i našimi výkony jsme zvyšovali prestiž ProMoPro.

Vyústilo to v členství v celosvětové síti firem CRN Congress Rental Network, to je firem, které se zabývají pronájmem kongresové techniky. V této síti může být z každého státu pouze jedna firma a ta musí být nejlepší na trhu. To rozšířilo možnosti našeho podnikání.

A tak jsme již zapůjčovali techniku do Brazílie, Jihoafrické republiky, Japonska, Tchajwanu, po celé Evropě. Naše mezinárodní prestiž nám umožnila pracovat na takových zakázkách jako bylo zasedání Mezinárodního Měnového Fondu a Světové banky v roce 2000 a Summitu Nato 2002. V témže roce jsme dostali na zasedání CRN v kanadském Vancouveru ocenění Agent of Year 2002, to znamená, že jsme byli označeni jako nejúspěšnější firma roku 2002 na světě v oblasti kongresové techniky. Já sama jsem k tomu přidala v roce 2004 titul manažer odvětví ze soutěže Manažer roku.

KLÍČOVÉ FAKTORY ÚSPĚCHU TEDY PODLE VÁS JSOU...

Krise-garáž-risk-flexibilita-rozšíření činnosti-zaměstnanci. A tím posledním faktorem pro nás bylo štěstí.

JSTE ŽENA ODVÁŽNÁ, TO JE JASNÉ, PODNIKÁTE, A TO DOKONCE S VLASTNÍM CHOTĚM. KDY JSTE RISOVALI NEJVÍCE?

Bylo to bezesporu v roce 2001, v době útoku na Newyorská dvojčata. Dopoledne jsme podepsali smlouvy na velmi vysoký úvěr. Když jsme sedli do auta a pustili rádio, mysleli jsme, že posloucháme reklamu na nový film. Při návratu do kanceláře nám volal úředník z banky a nabídl nám, že jsou ochotni od smlouvy odstoupit, že si uvědomují změnu situace. Odmítli jsme. Ještě týž den přišlo storno třech velkých kongresů. Byla to velmi složitá situace, ale zvládli jsme i tu.

POKUD VÍM, NEPODCEŇUJETE MEDIALIZACI, NAOPAK JSTE VSTRÍCNÁ A RÁDA SPOLUPRACUJETE. DOSTALA JSTE NĚKDY OTÁZKU, NA KTEROU JSTE NEUMĚLA ODPOVĚDĚT?

Odpověděla jsem na tu předchozí, asi bych si poradila i s jinou.

Ale zatím mi média žádné záludné otázky nedávala. Mám spíše ty příjemné zkušenosti.

JAKÁ JE VAŠE ŽIVOTNÍ FILOZOFIE?

Stojím pevně nohama na zemi. Jsem realista, na rozdíl od mého muže. Ten je spíše vzletným vizionářem, člověkem nad věcí. Což je báječné, ale ty otěže se vizionářům musí občas přitáhnout. Nic ve zlém. Není jen nebe, ale i země. Ctím jeho umění obchodní, smysl pro pohyb ve společnosti, kouzlo jeho osobnosti. Přesvědčila jsem se však, že i můj praktický přístup k řadě otázek má opodstatnění a že zase on v tomto dává za pravdu mně.

Každý máme své. Manžel je pohodář a hodně tolerantní a musím uznat, že mi v práci dává hodně prostoru.

VÍM VŠAK, ŽE MÁTE RÁDA HUMOR, ŽE NIKDY NEZKAZÍTE ŽÁDNOU LEGRACI, ŽE SE RÁDA SMĚJETE. JE TO VE VÁS. POMOHL VÁM PŘESTÁT I NĚKTERÉ SLOŽITĚJŠÍ ŽIVOTNÍ SITUACE?

Humor asi přichází po určitých zkušenostech. Jednou jsme dostali pozvánku, abychom přišli na večírek v golfovém oblečení. Přišli jsme. Byli jsme jediní, ostatní měli tmavé společenské róby a obleky. Tehdy jsem se tedy nesmála, ba naopak. Byla tam totiž velice vážená sešlost lidí a jediní výstředníci byli zástupci ProMoPro... Ale pobavili se alespoň ostatní.

NĚKOLIKRÁT JSTE MI POTVRDILA, ŽE PŘI SESTAVOVÁNÍ ŠATNÍKU I RÁDA EXPERIMENTUJETE A NEBOJÍTE SE VARIANT, O NICHŽ JSTE VNITŘNĚ PŘESVĚDČENA, ŽE JSOU TY PRAVÉ. UPLATŇUJETE BARVY, KTERÁ DOKRESLUJÍ VAŠE "JÁ", PROTOŽE POTŘEBUJETE BÝT VIDĚT...

Nejraději nosím džíny a kalhotové kostýmy. Prostě, co je pohodlné, ležérní. Samozřejmě, že v mém šatníku nechybí i kostýmy a společenské šaty pro různé příležitosti.

O ČEM JSOU VAŠE SNY?

Jeden jsme si s manželem splnili - postavili si za Prahou dům. Byl to jakýsi akt osamostatnění, nezávislosti, místo, kde volně dýcháme, kam utíkáme. Z těch menších snů - třeba vylepšit HDC v golfu. Říká se o mně, že ráda v tom, co dělám, vynikám, prostě vím, že pokud to, čím se zabývám, není dokonalé, nejsem spokojená.

za odpovědi srdcem poděkovala Eva Brixí



A to byl Manažer roku...

Na čtyři otázky odpovídá profesor Vladimír Smejkal:

PROČ ASI?

1. JSTE MUŽEM SPOUSTY PROFESÍ. BAVÍ VÁS MNOHO OBORŮ A TO JE ÚŽASNÉ. OD POČÍTAČOVÉ KRIMINALITY, PŘES EKONOMIKU A MANAGEMENT, PŘEDNÁŠÍTE NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH A BYL JSTE REKTOREM JEDNÉ Z NICH, JSTE MILOVNÍKEM KOČEK, BÝVALÝM TANEČNÍM MISTREM I VYZNAVAČEM NOBLESY V CHOVÁNÍ LIDÍ. K TOMU JSTE SPOLEČNĚ S HANOU BACHRACHOVOU NAPSAL KNIHU VELKÝ LEXIKON SPOLEČENSKÉHO CHOVÁNÍ. PRODÁVÁ SE PRÝ DOSLOVA SAMA. CO VÁS VYPROVOKOVALO K TAK ROZSÁHLÉMU POJETÍ?

Dvě skutečnosti. Jednak to, že máme tolik informací o problematice společenského chování, že již nebylo únosné dále zvětšovat rozsah dosavadní naší knihy, "malého" Lexikonu společenského chování, který se v Gradě prodává asi 15 let a dosáhl na české poměry závratného počtu 50 000 prodaných výtisků. Druhou bych nazval titulkem "Impérium vrací úder!", neboť jsme nemohli nereagovat na vydání konkurenční, leč dle našeho názoru nepřilíš objevené knihy, "spíchnuté" mediálně obratným autorem. Chtěli jsme proto udělat opravdu reprezentativní knihu, jaká u nás nevyšla od druhé světové války.

2. TU SI BERU, TU BUDU POTŘEBOVAT! ZAHLAHOLILA NA MNE ŠESTNÁCTILETÁ DCERA PO CHVÍLI LISTOVÁNÍ V LEXIKONU A ODMÍTLA MI JEJ VRÁTIT. Z TOHO USUZUJI, ŽE KVALITY JSOU JASNÉ. BYLA PUBLIKACE STVOŘENA ZEJMÉNA PROTO, ŽE VÁS TRÁPÍ, JAK SE LIDÉ K SOBĚ NEDOKÁŽÍ VHDNĚ CHOVAT, A TÍM SI KOMPLIKUJÍ ŽIVOT?

Ano. Když jsem napsal první knihu na toto téma, což byla v roce 1989 "Abeceda společenského chování", byl toto jediný motiv, který zůstává doposud. Jak se setkávám s lidmi a vidím, jaká společenská zvěrstva páchají - a mnohdy je v tom podporují i autoři různých novinových článků - bere mne u toho vždy čert.

3. V KOMUNIKACI OCEŇUJI VTIP A ELEGANCI, NEVTÍRAVÝ HUMOR I SARKAZMUS. TÍMTO STYLEM JSTE POJAL



TÉMATA VÁŽNÁ - ŽENSKÉ A MUŽSKÉ ROLE VE SPOLEČNOSTI, SOUKROMÁ SETKÁNÍ A VESELICE, FIREMNÍ VEČÍRKY, CHOVÁNÍ V ZAMĚSTNÁNÍ...

Děkuji. Ale to není otázka, spíše konstatování. Jen bych snad dodal, že od samého počátku mého přednášení a psaní na toto téma jsem věděl, že školometské poučování stylem socialistických autorů nikam nevede. Velice mi v tom pomáhá ilustrátor, jak já říkám "druhý Kája Saudek", Roman Kliský.

4. PODNIKATELKY A MANAŽERKY MÁTE URČITĚ VELICE RÁD - JAKO CITLIVÝ ČLOVĚK DOKÁŽETE VNÍMAT KOUZLO OSOBNOSTI MNOHÝCH Z NICH. CO VÁM NA ŽENÁCH, O NICHŽ SE VÍCE MLUVÍ A VÍ (NA ŽENÁCH, KTERÉ SE NEZTRATÍ) NEJVÍCE UČAROVALO?

Mám rád ženy, které jsou krásné i chytré (a znám takové i blondýnky), které jsou osobnostmi, jsou cílevědomé a usilovné, ale současně, které nejsou úzkoprsé a mají smysl pro humor. Je jich málo, ale nejvíce jich je právě mezi podnikatelkami a manažerkami. Proč asi?

stránku připravila Eva Brixl

Dali nám to, co všichni potřebujeme

Velký lexikon společenského chování

Vladimír Smejkal, Hana Bacharachová
Grada Publishing
První vydání, Praha 2007

Nejraději bych vám z té knihy ocitovala skoro všechno. Čte se doslova jedním dechem, lépe než tímto klíse se to snad vyjádřit nedá, a nejen proto, že v ní jsou samé užitečné informace a žádané rady či praktické návody, jak co v životě zvládnout, ale také proto, že je to psáno s nadhledem, jemným humorem a noblesou autorům vlastní. Myšlenky prof. Ing. Vladimíra Smejkal, CSc., a JUDr. Hany Bacharachové jsou naším bytím žádanější, než sami tušíme. Ilustrace Romana Kliského jsou přitom stylizovaným komiksem života a nutí nejen k listování a čtení, ale dokonce k přeskakování stránek, otáčení stran na přeskáčku, z čtenáře činí nenasytu. A to je dobře. Snad mi autorská dvojice promine, když vytrhnu názvy kapitol, jimiž bych ráda upoutala pozornost čtenářek a čtenářů: Společenská významnost lidí, Líbání, Jezdíme na kole, Promoce, Jak prodat znalosti, Dopisy obchodní a soukromé, Brigáda na živnostenský list, Tetování, Typologie podniků, Pohřeb, Výpravy za erotikou, Obecná práva pacientů, Ochrana osob, Přepadení, Výskyt podezřelé situace...

Ne vždy a ne v každém oboru lidské činnosti se povede přijít na to, co všichni potřebují. Nakladatelství Grada Publishing, autorce a autorovi Velkého lexikonu společenského chování a rovněž ilustrátorovi se to podařilo úchvatným způsobem.

Nakladatel si tuto publikaci zapsal již do svého zlatého fondu. Jemu i nám všem dělá radost a působí potěšení.



MAJITELÉ/-KY A PERSONALISTÉ/-KY, KTERÍ SE ZÚČASTNILI VÝZKUMU NA TÉMA ROVNÉ PŘÍLEŽITOSTI MUŽŮ A ŽEN V ČESKÝCH FIRMÁCH, TVRDILI, ŽE PŘI PŘÍJÍMÁNÍ NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ NEMOHOU DODRŽET ROVNÉ PŘÍLEŽITOSTI MUŽŮ A ŽEN Z OBJEKTIVNÍCH DŮVODŮ - JSOU PROFESY, KTERÉ MŮŽE VYKONÁVAT POUZE MUŽ, NEBO NAOPAK JEN ŽENA: "...EXISTUJÍ POVOLÁNÍ, KTERÁ JSOU VYHRAZENA ŽENÁM ... A POVOLÁNÍ VYHRAZENA MUŽŮM... TAK TO JE A TAK TO BUDE ... NĚKDY TO JSOU PŘEDPOKLADY FYZICKÉ, PSYCHICKÉ ... A AŽ PAK JE TO O SCHOPNOSTECH..."

V souvislosti s rozdělováním profesí na "mužské" a "ženské" se ve výzkumu projeví dva aspekty:

1. Zástupci/-kyně některých firem přenášeli hledisko vyložené ženských a vyložené mužských profesí i na pozice, kde tyto atributy platit nemusí. Aniž by si to uvědomovali, podíleli se tak na vytváření nerovnosti nejen ve vztahu k ženám, ale i k mužům. Velmi typické bylo poukazování na to, že muž je stejně jako žena diskriminován, pokud se hlásí na pozici, kde je očekávána žena.

Za tímto postojem jsou skryty existující stereotypy myšlení:

- žena se hodí více na administrativní práce, muž na technické profese
- muži nebudou vykonávat "ženské profese", protože je zde nízký plat pro živitele rodiny

2. Zástupci/-kyně některých firem hovořili o rovném přístupu ke všem profesím. To znamená, že ženy by podle jejich názoru měly mít možnost vykonávat jakoukoliv práci, tedy i typicky "mužskou".

JSOU ŽENY

při výběrových řízeních znevýhodněny?

Tento postoj vyvolával negativní reakce některých zástupců/-kyň firem, protože si představovali práci žen především ve fyzicky náročných profesích jako je například stavebnictví.

Ve výzkumu jsme se setkali i s názorem, že ženy znevýhodňují také stereotypně "ženské" vlastnosti: "... ženy jsou hysterky, vše si berou osobně... s chlapem to bude jednodušší, bude to lépe fungovat..."

Zda péče o rodinu, domácnost či stereotypně "ženské" vlastnosti skutečně ovlivňují příjem do zaměstnání, závisí na typu firmy a lokalitě, v níž se nachází. Pokud je v místě nedostatek pracovních sil, jsou zásadním výběrovým kritériem kvalifikační předpoklady a ochota vykonávat danou práci. Pohlaví nemá žádný vliv na příjem do zaměstnání. Dokonce je potlačeno hledisko rozdělení na "mužské" a "ženské" profese: "...je takový nedostatek lidí, že toto jsou podružnosti, na kterých se domluvíme..." "..." nás jsou ženy strašně důležité, proto je chceme a o všem se výborně dohodneme..."

V případě, že je zájemců dostatek, vstupují do výběrového řízení hlediska pohlaví, věku a rodinného stavu: "...firma i za menší peníze najde vždy někoho... raději ženu bez praxe, ale bez dětí, je to pro mě ekonomicky výhodnější."

Převzato z výzkumné zprávy, kterou organizace Gender Studies, o. p. s., nechala vypracovat od společnosti SC&C, spol. s r. o.

SEDM LET ZÁRUKA PRO VŠECHNY

Mimořádný vůz s mimořádnou KIA zárukou*



Nová KIA cee'd

*7 let/150 000 km na přirovnání motoru a 5 let/150 000 km na celý vůz. Platí pro KIA cee'd ve všech zemích EU (+ Norsko, Švýcarsko, Island a Gibraltar).
emise : 126 – 184 g/km, kombinovaná spotřeba EU 99/100 : 4,7 – 7,7 l/100 km



KIA MOTORS
The Power to Surprise™

AČ TO POSKYTOVATELŮM INTERNETOVÝCH SLUŽEB MŮŽE PŘIJÍT KRAJNĚ NEPRAVDĚPODOBNÉ, NE KAŽDÝ UŽIVATEL SI POŘIZUJE OSOBNÍ POČÍTAČ ZA ÚČELEM BROUZDÁNÍ. NEJINAK TOMU BYLO V PŘÍPADĚ VELMI SYMPATICKÉHO PÁNA, KTERÝ SE NEMOHL DOSTAT KE SVÝM DATŮM SBÍRANÝM V POTU TVÁŘE A PRACHU CEST VÍCE NEŽ DESET LET. TEDY PŘESNĚJI, DATA SE NA CESTÁCH NEPOVALOVALA, NÝBRŽ SE PRACHU TÝKALA, NEB PÁN BYL A SNAD STÁLE JE, AMATÉRSKÝ GEOLOG. PŮVODNÍ PAPIŘOVOU KARTOTÉKU PŘEVEDL DO DATABÁZE V POČÍTAČI, LÉPE SE S NÍ PRACUJE, ZABERE MÉNĚ MÍST A HLAVNĚ, VÁŽENÍ, ELEKTRONICKÁ DATA SE DAJÍ SDÍLET. A JAKÉ JE TO DNES SDÍLENÍ BEZ INTERNETU?

MALÝ PŘÍBĚH o datech v prachu

Počítač stál na stejném stole jako telefon pevné linky, volba padla na ADSL a brzy technik "na místě a v ceně" vše zapojil. První zapnutí a chvíle práce a pojdte, bylo to snadné, mám ještě čas, ukážu vám, jak to funguje. Klik, klik, bílý obdélník a ... pořád bílý obdélník prázdného okna. Hmmm, nějak to nejde, ale modem je určitě v pořádku, podívejte se, jak správně bliká - všechno zelený. Asi máte nějaký problém na počítači, jenže to já nedělám, ne, nemůžu se na to mrknout ani u kávičky a úžasného koláče, musíte si zavolat na hotlajn, tady máte číslo, vidíte? Nebojte, je to zadarmo, můžete volat, jak dlouho chcete, a oni to vyřeší.

800-xxx xxx, zvoní, kovový hlas se ptá, zda chcete komunikovat česky a pak každému volajícímu nabízí, co on už dávno má. Je to zdarma a svůj čas zákazníci firmě účtovat nemohou. Chvilu správné hudby a zákazník se nemůže dočkat, až ho některý z operátorů vysvobodí a představí se mu. Jménem. Co kdyby někoho napadlo, že operátoři pracují inkognito a mají přezdívky?

S něčím takovým nepočítají ani urážlivé vtipy o blondýnkách. Chuť situaci jadrně komentovat se krčí kdesi v koutku - hovor může být nahráván a jak by nebohá firma zlepšila své služby, kdyby se zákazníci nechovali slušně? Technik na druhé straně objevuje přílohu pro případ, že všechny pokusy selhaly. Aha! Dávejte pozor, budu vám diktovat příkazy. Cmd, dir, chdir, divné

slovo stihá ještě podivnější, ale úleva - počítač konečně dělá, co se po něm žádá. Technik je spokojený a uživatel se přestává bát, že špatně nakoupil. Uff. Vložte disk, teď zadáme toto, bude to trvat, ale počkáme, žádný problém. Vyjměte disk, stiskněte Enter... Trvalo to věčnost. Počítač se úplně změnil, na nic se neptá a ochotně ukazuje pozadí. Tedy tak tomu alespoň technik říkal, když chtěl zákazníka potěšit pěkným obrázkem. Tady to nastavíte a můžete na ploše mít děti i pejska. Paráda ty počítače, vidíte? Dobrý den, Alois Novák, co pro vás můžu udělat? Nemůžu se připojit k internetu a váš technik říkal... Abyste nám zavolal! Samozřejmě, projdeme spolu instalační postup a hned to zprovozníme. Můžete si spustit instalačního průvodce? Průvodce?... O deset minut později spouštíme průzkumníka. Průzkumníka? O dalších deset minut později je volajícímu trapně, že zadarmo tak obtěžuje a internet pořád nic. Potvora! Po další době vzdoru začíná být jasné, že pánův počítač není zcela v pořádku a ochotnému mladíkovi na druhé straně se ho nedaří srovnat do formy předepsané v příručce. Odkud se jen bere tolik rozdílů, když návod uvažuje všechny možné varianty?

Klik a klik a co vidíte? Stránky naší firmy? Výborně, zobrazí se vám vždy automaticky, stejně jsou nejlepší, aspoň zjistíte, co je u nás nového. Tak hodně úspěchů a na shledanou. Výsledek je třeba oslavit, od včera má sympatický pán v plánu poslat data ze zajímavé (ale tajné!) lokality kolegovi ze spolku. Jenže pozor! Ikona, co mu syn pro data udělal, na ploše chybí. Kde jen může být - chytrá kartička - v koši také nic. Že by koš někdo vysypal? Volání do firmy nic neřeší, jméno technika se za tu dobu vykouřilo

z hlavy a ten nový je sice také ochotný, ale omlouvá se, že o případu nic neví, a tudíž pomoci nemůže.

Já ale nemám svou ikonu! Svoje data! Dostává kontakt na oddělení reklamací. S chutí si ho bere, ale ikonu mu to nevrátí. Naštětí se domů vrací syn a rychle zjišťuje, že jsou data prostě pryč. Pryč? Pryč! Co jste to tady dělali? Nic! Nic? Ano, dělal jsem jen to, co chtěl ten ochotný mladík z hotlajnu. Kdo nám pomůže? Pokud jde o počítače, syn ví, jak na to...

Snad jsem ten příběh příliš nezkomolil, sympatický pán má klasické vzdělání, krásnou mluvu a umí řecky. Dobrá rada nad zlato, mumlal jsem si zuřivě nesa disk do naší laboratoře, emočně zcela vyčerpan hrůzou, která mne sevřela při představě, že se budu muset vrátit do recepce naší firmy a říci, že to prostě nejde. Že data jsou ta tam

a bůhví, jestli tam vlastně vůbec kdy byla. Inu, jsou věci mezi nebem a zemí, i když se lidstvo snaží, aby jich bylo co možná nejméně. Nasadil jsem těžký kalibr - chytrého kolegu s jeho vlastním, ještě chytřejším programem. Hledáme. Hledáme data. Data, která v prach se možná obrátí. Díky synovi víme, co hledáme a... Heuréka! Nacházíme! Kopírujeme, zkoušíme otevřít a cítíme se skvěle! Vypadá to dobře. Dáváme pánovi vypálené DVD jako bonus a radíme mu, kam si ho má schovat. Schovat? Ano, schovat! Máme své zkušenosti a vy máte pejska. Roztomilý rošťák, co už rozkousal něco bot, vidíte?

PS pro techniky - po naformátování disku a reinstalaci operačního systému byl počítač rázem kompatibilní s příručkou. A výhoda - zmizely i problémy s místem na disku...

Václav Šamša

Autor pracuje ve společnosti TDP-Ontrack, která dokáže zachránit většinu dat, a nejen z disku počítačů.



MILÉ ČTENÁŘKY, VÁŽENÉ DÁMY, ZNEJISTÍTE-LI VÝJIMEČNĚ U SVÉHO POČÍTAČE A NABYDETE-LI DOJMU, ŽE NEMŮŽETE NAJÍT CENNÁ DATA, ŽE SE VÁM ZTRATIL TO, CO NEJVÍCE POTŘEBUJETE A NAČ SPOLÉHÁTE, NEVÁHEJTE NÁS KONTAKTOVAT. VĚTŠINU "ZMIZELÝCH" INFORMACÍ JSME ZÁKAZNÍKŮM, AŽ NA SKUTEČNÉ VÝJIMKY, VŽDY ZACHRÁNILI. NAŠE LABORATOŘ JE VYBAVENA UNIKÁTNÍ TECHNOLOGIÍ A TÝM ODBORNÍKŮ DISPONUJE CENNÝMI ZKUŠENOSTMI A KNOW HOW. METODY NAŠÍ ČINNOSTI DOPOMOHLY NALÉZT NEJEN PŘÍSLUŠNÁ DATA, ALE ROVNĚŽ UDĚLALY RADOST MNOHA FIRMÁM I JEDNOTLIVCŮM. NEPŘÍŠLI O TO, CO MÁ CENU NADE VŠE - O LETITÉ VÝSLEDKY SVÉ PRÁCE.

POMÁHÁME ŽENÁM PODNIKAT

aneb Asistenční centra po roce

LONI TOUTO DOBOU ZAŽÍVALA ASISTENČNÍ CENTRA NA PODPORU PODNIKÁNÍ ŽEN SVOJI PREMIÉRU. V LEDNU 2006 BYLO OTEVŘENO PRVNÍ CENTRUM NA DVOŘÁKOVĚ ULICI V BRNĚ, V ÚNORU A BŘEZNU POSTUPNĚ VZNIKLA DALŠÍ DVĚ ASISTENČNÍ CENTRA, SÍDLÍCÍ PŘI OBCHODNÍCH A HOSPODÁŘSKÝCH KOMORÁCH V BRNĚ A VE ZLÍNĚ. JAKÉ JSOU JEJICH VÝSLEDKY PO ROCE? NAŠLY SI DO NICH ŽENY CESTU? PŘÍŠLY SE PORADIT O SVÉM PODNIKATELSKÉM ZÁMĚRU? PLNÍ CENTRA SVOJE POSLÁNÍ? OTÁZEK JE CELÁ ŘADA. A POTĚŠITELNÉ JE, ŽE SE NA NĚ DÁ PŘÍZNIVĚ ODPOVĚDĚT, POKUD SE OHLÉDNEME ZA ROKEM JEJICH ČINNOSTI.

"Počet klientek, které se v roce 2006 obrátily s dotazem či prosbou o radu týkající se podnikání, se pomalu blíží pěti stům. Velký zájem byl o semináře, kterých se podařilo uspořádat 19, vyškolen bylo na 170 účastníků. Vzniklo 20 firem, které založily ženy, a 28 nových pracovních míst. Máme z těchto výsledků velkou radost, neboť se ukazuje, že o daný způsob poradenských služeb je zájem a když už se ženy o Asistenčních centrech dozvědí, nebojí se zavolat nebo se přijít zeptat na podrobnosti," řekla Mona Nechvátalová, prezidentka Moravské asociace podnikatelek a manažerek (MAPM), která projekt Asistenčních center realizuje.

Asistenční centra, která pomáhají ženám při založení podniku nebo během prvních tří let podnikání, jež obvykle bývají pokládána za nejobtížnější i za jistý průběžný kámen, vznikla díky projektu, který je částečně financován z evropských fondů (Iniciativa Společenství Equal 75 %) a částečně ze státního rozpočtu České republiky (25 %). "Díky tomuto způsobu financování jsou veškeré služby ženám poskytovány zdarma. Považujeme to za velký klad projektu," dodala Mona Nechvátalová. "Pozitivní je také jeho mezinárodní aspekt," doplnila. "Máme partnery v irském hrabství Longford a ve španělské Granadě, kteří realizují projekt Equal ve svých zemích, a také se zabývají otázkami, jež se dotýkají podpory podnikání a jeho udržitelnosti. Můžeme se od nich mnohé naučit a také vzájemně porovnat, jaké vstupní podmínky mají ženy i muži při vstupu do podnikání, rozvoji svých firem a jak dokážou využít příležitostí, které se jim reálně nabízejí. V současné době připravujeme společnou publikaci, která mapuje finanční podpory v jednotlivých zemích i regionech, a budeme tyto výsledky prezentovat v červnu na mezinárodní konferenci v Granadě a poté i v České republice. Součástí publikace je také česko-irský srovnávací průzkum, který se v těchto dnech vyhodnocuje. V rámci tohoto průzkumu, na

němž Moravská asociace podnikatelek a manažerek spolupracovala s Fakultou sociálních studií Masarykovy univerzity, bylo osloveno na 200 podnikatelek z jižní Moravy a Zlínského kraje. Průzkum, který mapuje ženské podnikání v obou regionech, přinesl některá zajímavá čísla a zjištění. Patří mezi ně i to, že nejvíce podnikatelek je vdaných a má v průměru dvě děti.

Průzkum, ale také roční zkušenosti Asistenčních center potvrdily, že ženy nejvíce podnikají ve službách, nejčastěji se pouštějí do byznysu samy nebo se svými přáteli a příbuznými a vytvářejí menší firmy do 5 zaměstnanců. Když se na několika posledních setkáních podnikatelek představovaly ženy, které využily poradenství Asistenčních center, bylo tomu přesně tak. Jako předmět jejich nového podnikání uváděly např. kurýrní službu, obchod s dárkovými předměty, masážní a relaxační studio, malování obrazů na tělo, stříhání psů, jazykovou školu specializovanou na výuku angličtiny pro děti od jednoho roku...

Motto projektu Asistenčních center zní "Pomáháme ženám podnikat!" Platí to však i naopak - projekt může pomáhat jen tehdy, najdou-li ženy dostatek chuti a odvahy postavit se na vlastní nohy a převzít odpovědnost za svá rozhodnutí. Dobrý a promyšlený podnikatelský záměr jim může ukázat jednu z cest ke změně i k novému životu. (vs)

Více informací najdete na www.mapm.cz/equal



www.mapm.cz

Tento projekt je financován z Evropského sociálního fondu EU a státního rozpočtu ČR.

Kontakty na Asistenční centra:

Asistenční centrum 1 - Brno
Dvořákova 14, Brno
Kontaktní osoba:
Eva Lorenčíková, konzultantka
Tel.: 542 425 266
E-mail: lorencikova@mapm.cz

Asistenční centrum 2 - Brno
Pracoviště RHK Brno
Výstaviště 1
Kontaktní osoba:
Ing. Jitka Florianová, konzultantka
Ing. Alena Šafránková, konzultantka
Tel.: 532 194 923
E-mail: celni@ohkbrno.cz

Asistenční centrum 3 - Zlín
Pracoviště OHK ve Zlíně
Štefánikova 167
Kontaktní osoba:
Radka Hašková, konzultantka
Tel.: 576 011 502,
576 011 503
E-mail: radka.haskova@ohk.zlin.cz



NANOTECHNOLOGIE, OBOR ZABÝVAJÍCÍ SE TVORBOU A VYUŽÍVÁNÍM TECHNOLOGIÍ V MĚŘÍTKU NANOMETRŮ (COŽ JSOU PŘÍBLIŽNĚ ROZMĚRY ODPOVÍDAJÍCÍ TISÍČINĚ TLOUŠTKY LIDSKÉHO VLASU), NACHÁZÍ STÁLE VĚTŠÍ UPLATNĚNÍ PŘI VÝROBĚ SANITÁRNÍ KERAMIKY, JAKO JSOU UMYVADLA, VANY, ZÁCHODY A DALŠÍ ZAŘÍZENÍ KOUPELEN. UKAZUJE SE, ŽE ČLOVĚK POČÁTKU JEDENADVACÁTÉHO STOLETÍ JE NA JEDNÉ STRANĚ POSEDLÝ HYGIENOU A ČISTOTOU VŮBEC, ALE NA DRUHÉ STRANĚ NEMÁ ČAS NA JEJÍ UDRŽOVÁNÍ, MNOHDY ANI VŮLI. PROTO SE HLEDALO A HLEDAJÍ MATERIÁLY, KTERÉ USNADNÍ ÚDRŽBU HYGIENICKÝCH ZAŘÍZENÍ, A PŘITOM BUDOU ODPOVÍDAT STÁLE PŘÍSNĚJŠÍM HYGIENICKÝM POŽADAVKŮM A NORMÁM.

NANOTECHNOLOGIE

si hledá cestu do našich koupelen

Příkladem takového přístupu je firma Laufen, která na trhu nabízí nový druh povrchové úpravy materiálů Wondergliss®, a španělská společnost Roca zase úpravu MaxiClean®. Oba povrchy mají společné to, že po glazování a výpalu keramického materiálu, tzv. keramického střepe, se na povrch výrobku nanese vrstva hmoty, která nemění strukturu povrchu vany, umyvadla a jiné sanitární keramiky, ale rovnoměrně jej pokryje. Tím vzniká voda odpuzující neboli hydrofobní vrstva, která tvaruje kapky vody do kuliček, jež snadno, bez ulpívání, odtečou z povrchu. Povrchová úprava tak zabraňuje usazování vodního kamene, solí a nežádoucích nečistot a snižuje náročnost údržby. Právě tento proces umožňují nanočástice, které dodávají povrchu výrobku pevnost a odolnost a zároveň výrazně omezují ulpívání vody a nečistot.

"Člověk dnešních dnů má méně času a zůstane-li mu nějaký, chce jej věnovat rodině a svým zálibám, nechce jej trávit péčí o hygienu a čistotu. Přitom, paradoxně, na obou velmi, nebo spíše stále více, lpí," uvedla Alena Machátová, produktový manažer společnosti Laufen CZ. "A právě nové technologie nám mohou velmi rychle přinést dvojí užitek, a to v podobě úspory času a nesrovnatelně nižší spotřeby vody, která je oprávněným ekologickým požadavkem současnosti," dodala.

Společnost Roca, reprezentovaná na českém trhu značkami Jika, Laufen a Roca, je největším výrobcem sanitární keramiky na světě. V České republice je zastoupena výrobními závody v Bechyni a ve Znojmě. Portfolio produktů zahrnuje sanitární keramiku, nábytek do koupelen, vany, sprchové kouty, vodovodní baterie a hydromasáže. Za dobu své existence se Roca a její výrobky staly pojmem v oblasti koupelnového designu díky kvalitě zpracování, modernizaci výrobků a v neposlední řadě i díky péči o zákazníka. (tz)



ŽENY MILUJÍ

Audi Q7

ŽENÁM SE LÍBÍ AUDI Q7 - VYPLÝVÁ TO Z VÝSLEDKU ANKETY O NEJKRÁSNĚJŠÍ ŽENSKÉ AUTO, KTEROU VYHLÁSIL JEDEN Z NEJČTENĚJŠÍCH ZPRAVODAJSKÝCH SERVERŮ IDNES.CZ A V NÍŽ JEDNOZNAČNĚ ZVÍTĚŽILO NEKOMPROMISNÍ SUV OD AUDI - NOVÉ AUDI Q7.

"Výsledek ankety, o kterém rozhodovala výhradně ženská porota složená z předních českých celebrit z oblasti sportu, showbusinessu či politiky, nás velice těší," ohodnotil získaná ocenění Petr Neústupný, vedoucí Divize Audi společnosti Import Volkswagen Group. "Jsme rádi, že naše Q7 pomohla k boření mýtu, že ženy preferují menší vozy, pejorativně označované jako nákupní tašky," dodal ještě Petr Neústupný s úsměvem.

Porota, ve složení: herečka Alice Bendová, novinářka Michaela Jílková, modelka Jitka Kocurová, policistka Blanka Kosinová, pilotka Marie Kuncová, zpěvačka Ester Ládová, vedoucí redaktorka Ona.iDNES.cz Pavla Matějů, běžkyně na lyžích Kateřina Neumannová, rychlobruslařka Martina Sáblíková, bývalá ředitelka TV Nova Libuše Šmuclerová a místopředsedkyně poslanců sněmovny Lucie Talmanová, volila z následujících finalistů, které vybrali čtenáři serveru iDNES.cz z novinek, které se začaly prodávat v České republice v loňském roce: Alfa Romeo 8C Competizione, BMW 3 Coupé, Audi Q7, Porsche Cayman, Toyota RAV 4, Kia cee'd, Citroën C4 Picasso, Peugeot 207, Alfa Romeo Brera a Škoda Roomster.

Nejkrásnějším autem roku 2006 z pohledu žen je Audi Q7, druhé je BMW řady 3 a třetí Alfa Romeo 8C Competizione. Jednoznačně nejdůležitějším "ženským" kritériem při rozhodování o koupi vozu je bezesporu vzhled, hned po něm ale následuje bezpečnost a praktičnost. "Auta vybírám podle dojmu a tvaru. Bezpečnost mě zajímá každopádně víc než rychlost a technika. Sporták bych nechtěla, protože mám dvě malé děti, mám radši čtyřdveřová auta. U mě vítězí Audi Q7, ale chtěla bych, aby bylo červené," řekla novinářka a moderátorka Michaela Jílková.

Ocenění "nejkrásnější ženské auto" rozšířilo řadu tuzemských cen a vítězství, které má na kontě Audi Q7 od doby uvedení na trh v loňském roce. Je mezi nimi například vítězství v kategorii terénních automobilů v anketě Best Cars - Nejlepší auta roku 2006, kterou vyhláší časopis auto motor a sport, další titul prestižnímu SUV udělili čeští čtenáři specializovaného časopisu 4x4 AUTO-MAGAZÍN, díky jejichž hlasům Audi Q7 zvítězilo v 5. ročníku ankety Automobil 4x4 roku 2006, a to v kategorii off-road a SUV v základní ceně nad 1 milion Kč.

Audi Q7 získalo řadu ocenění i v zahraničí, například v Německu zvítězilo v 30. ročníku prestižní ankety Zlatý volant a i čtenáři magazínu Auto Bild vybírali nejkrásnější automobily roku: Značka Audi s přehledem "převálcovala" i nejdádnější konkurenci a Audi Q7 zvítězilo v kategorii SUV. (tz)



Máme radost, že jsme pomohli vrátit tento příběh do hry.

Atos 1.1i Dynamic - nyní 194.900 Kč* vč. DPH

BONUS

- autorádio s CD
- zámek zpátečky za 1 Kč*
- **záruka 4 roky zdarma**

VÝBAVA

- ABS
- 2x airbag
- posilovač řízení



Getz 1.1i Dynamic - nyní 239.900 Kč* vč. DPH

BONUS

- autorádio s CD
- zámek zpátečky za 1 Kč*
- **záruka 4 roky zdarma**

VÝBAVA

- ABS
- 2x airbag
- **klimatizace**



Tucson 2.0i CVVT - nyní 519.900 Kč* vč. DPH

BONUS

- zdarma přestavba N1
- zámek zpátečky za 1 Kč*



*platí u GE Money Auto, a.s.



GRANÁT

s náručí růží

KVĚTINY KE 14. ÚNORU? NO SAMOZŘEJMĚ! GRANÁT, DRUŽSTVO UMĚLECKÉ VÝROBY, ŠLO NA VALENTINA OD LESA. TEDY OD ZAHRADNICTVÍ. JAKO GALANTNÍ FIRMA, KTERÁ VÍ, CO SE PRO ŽENY HODÍ, CO MAJÍ RÁDY, CO NIKDY NEODMÍTNOU. V ROLI SVĚTOVÉ PROSLULÉHO VÝROBCE ŠPERKŮ UMÍ GRANÁT OSLOVIT MISTROVSKÝM UMĚNÍM ČESKÝCH KLENOTNÍKŮ NEJEN VYBRANOU KLIENTELU, ALE TAKÉ PŘIDAT K VLASTNÍ IMAGE PÁR KOUZEL... TENTOKRÁT SE SNAŽILI JEHO REPREZENTANTI OSLOVIT NÁHODNÉ KOLEMJDOUNCI DÁMY NÁRUČEMI RŮŽÍ.



Bylo to veselé a rozvorné a zcela jistě to každé oslovené ženě přidalo na prima náladě. Ať již spěchaly k domovu, na nákup, vracely se do firmy z náročného obchodního jednání nebo mířily pro děti ke škole...

Granát právě otevřel novou prodejnu v Liberci, a to se počítá. Je nutné nasměrovat kroky, a nejen žen, právě do ní. Což takhle místo velkého rodinného nákupu v sobotu zajít právě do prodejny, kde se plní sny něžného pohlaví? Květinou ani ženu neuhodíš, natož abys ji českým granátem urazil!

Granát to umí. Dát o sobě vědět ve správný čas a na správném místě. A co ženy musí mít? Šperk s jasným okem nebo kytičku? Oboje, přece...

Eva Brixl

Jednoduchost tvaru spolu s účelností designu pro současný životní styl, to je Bohemia Cobalt a Bohemia White



ČESKÝ PORCELÁN
akciová společnost
DUBÍ



www.cesky.porcelan.cz

Rytířská 10/406
110 00 Praha 1
tel. + fax: 224 210 955

Rooseveltova 2
301 12 Plzeň
tel. + fax: 377 237 011

Tovární 17
417 01 Dubí I
tel.: 417 518 308

5.května 39/30
460 00 Liberec
tel. + fax: 485 105 719

U Císařských lázní 19
415 01 Teplice I
tel. + fax: 417 539 636

e-mail: prodejna.tce@seznam.cz

(na této adrese můžete získat zboží i na dobírku)





RENAULT
RENAULT TVOŘÍ AUTOMOBILY

Limitovaná edice



Mégane Grandtour

Cena již od 357 900 Kč

Nyní limitovaná edice

s klimatizací a mlhovkami, 6 airbagy, kartou místo klíče, ABS s EBV, palubním počítačem, elektrickým ovládním oken

se zvýhodněním až **138 900 Kč**



Kangoo

Cena již od 287 900 Kč

Nyní limitovaná edice

s ABS s EBV, klimatizací, mlhovkami, 6vojnásobným dvojitým, centrálním zamýkáním s dálkovým ovládním, elektrickým ovládním oken a zpětných zrcítek, palubním počítačem, zavazadlovým prostorem o objemu 650 l

se zvýhodněním až **65 000 Kč**



Mégane Sedan

Cena již od 327 900 Kč

Nyní limitovaná edice

s klimatizací a mlhovkami, 6 airbagy, kartou místo klíče, ABS s EBV, palubním počítačem, elektrickým ovládním oken

se zvýhodněním až **168 900 Kč**



nový Scénic

Cena již od 399 900 Kč

s 6 airbagy, ABS s EBV, kartou místo klíče, elektrickým ovládním oken a zpětných zrcítek, palubním počítačem

se zvýhodněním až **110 000 Kč**

Cena s výpočtem včetně DPH platí od 1. 1. do 31. 3. 2007 při vyplácení Renault leasing. Vyhodnocení není je pouze ilustrativní. Více informací na www.renault.cz

Renault: spotřeba 6,0-11,0 l/100 km, emise CO₂ 120-180 g/km; Mégane: spotřeba 6,0-11,0 l/100 km, emise CO₂ 120-200 g/km; Kangoo: spotřeba 6,0-11,0 l/100 km, emise CO₂ 120-180 g/km

AA AUTOAVANT
K O N C E S I O N Á Ř

Děbická 2, 182 00 Praha 8, tel.: 286 001 111 - 131