

Madam Business

duben 2007

Žena, která se neztratí

V kanceláři
Markéta Bartíková

*V kanceláři
prostor mezi námi vyplňují
tiskopisy
Roztahují ruce
Možná v úleku
Možná jen tak
Možná jako ti kteří
se vzdávají*

str. 10 – 11
**Trému občas samozřejmě mívám
a myslím si, že je to dobře**

**str. 3 – Na většině činností dokážu najít něco,
co mě osloví**

str. 14 – Když se emoce koncentrují do slov

str. 16 – HENKEL a jeho magie vůní

Den pro charitu s Českou spořitelnou má již své datum

Česká spořitelna stanovila datum svého Dne pro charitu, o kterém informovala v prosinci loňského roku. Tento den připadá na 18. května 2007. Zaměstnanci Finanční skupiny České spořitelny (FSČS) se tak mohou aktivně zapojit do charitativních a obecně prospěšných projektů realizovaných Českou spořitelnou nebo Nadací České spořitelny. O první Den pro charitu je mezi zaměstnanci velký zájem a každý den přibývají nově registrovaní. Proto ČS nabízí svým zaměstnancům dalších více než 80 termínů a na podzim tohoto roku připravuje další podobnou akci.

"Den pro charitu s Českou spořitelnou navazuje na dlouhodobé projekty a aktivity jak České spořitelny, tak Nadace České spořitelny a úzce souvisí s koncepcí Banka první volby a celkovou CSR (Corporate Social Responsibility) strategií ČS," řekla Jarmila Plachá, ředitelka odboru korporátního marketingu a sponzoringu České spořitelny a zároveň Předsedkyně Správní rady Nadace České spořitelny. "Ráda bych upřímně poděkovala všem zaměstnancům FSČS, kteří věnují den na charitu. Tímto lidským přístupem dokazují, že nejsou lhostejní vůči potřebám jiných," dodala Jarmila Plachá.

(tz)

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.



VÝŽIVNÝ DENNÍ KRÉM

Zajišťuje hydrataci a optimálně vyrovnává pH pleti. Zklidňuje a osvěžuje unavenou pleť. Nezanechává pocit mastnoty.

Krém je určen pro základní denní ošetření všech typů pleti, nejlépe pleti namáhané.

Aktivní látky: syrovátka a máslo z kozího mléka.



PLEŤOVÉ ČISTÍCÍ MLÉKO

Jemně odličuje, příznivě reguluje a upravuje kyselý kožní film.

Pleťové mléko je určeno pro ošetření každého typu pleti, zvláště pleti citlivé a alergické.

Aktivní látky: syrovátka a máslo z kozího mléka.



VÝŽIVNÝ NOČNÍ KRÉM

Vyživuje a regeneruje pleť. Krém je obohacen významnými antioxidanty vitamíny A a E, které chrání pleť před předčasným stárnutím.

Krém je určen pro noční ošetření všech typů pleti.

Aktivní látky: syrovátka a máslo z kozího mléka, vitamíny A a E.



PLEŤOVÁ ČISTÍCÍ VODA

Neobsahuje alkohol, nevysušuje a nedráždí. Čistící pleťová voda je nezbytnou součástí správného ošetření pleti před aplikací vhodného krému.

Pleťová voda je určena pro ošetření všech typů pleti, zvláště pleti citlivé a alergické.

Aktivní látky: syrovátka z kozího mléka.



Kontakt:

Kosmetika CAPRI, spol. s r. o.

Zelená linka: 800 191 999

E-mail: lachevre@lachevre.cz

<http://www.lachevre.cz>

nakoupíte ve vaší lékárně

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



KOLIKRÁT SE KDO Z NÁS PTÁ, KDE JE VLASTNĚ PRAVDA? KOLIKRÁT NEUMÍME ODPOVĚDĚT? KOLIKRÁT HLEDÁME ARGUMENTY, JIMIŽ BYCHOM PŘESVĚDČILI OSTATNÍ O TÉ NAŠÍ PRAVDĚ, KOLIKRÁT NEUSPĚJEME A KOLIKRÁT ANO? KAŽDÁ PRAVDA JE DILEMA A ŽÁDNÉ ANO NEMŮŽE BÝT ČERNÉ NEBO BÍLÉ. MNOZÍ NÁM DÁVAJÍ ZA PRAVDU, A NEJEN Z TOHO DŮVODU, ŽE S NÁMI SOUHLASÍ NEBO ŽE JSME JIM SYMPATIČTÍ. JEŠTĚ VÍCE LIDÍ O NAŠÍ PRAVDĚ POCHYBUJE A JE JIM MILEJŠÍ TA JEJICH.

ROZHODČÍ ŘÍZENÍ JE TAKÉ O PRAVDÁCH VE SMYSLU SPRÁVNOSTI, OBJEKTIVITY A NEZÁVISLÉM POSOUZENÍ STRAN, KTERÉ SE NEMOHOU DOMLUVIT. MOŽNÁ TO ŘÍKÁM NEPŘESNĚ, ALE MÍŘÍM K ZOPAKOVÁNÍ PRAVDY PRAVDOUCÍ, TEDY SDĚLENÍ O TOM, ŽE ROZHODČÍ SOUD PŘI HOSPODÁŘSKÉ KOMOŘE ČR A AGRÁRNÍ KOMOŘE ČR JE VÝZNAMNÝM POMOCNÍKEM PŘI ŘEŠENÍ SPORŮ ZEJMÉNA OBCHODNÍ POVAHY, TEDY ŽE PŘED JEHO ROZHODCI STANOU POVĚTŠINOU REPREZENTANTI FIREM. O ČINNOSTI ROZHODČÍHO SOUDU DOKÁŽE ZAJÍMAVĚ HOVOŘIT JEHO TAJEMNICE, JUDR. MARIE MORAVCOVÁ. MANAŽERKA, KTERÁ CTÍ SVOU PROFESI, ZÁROVEŇ SE RÁDA UČÍ STÁLE NĚCO NOVÉHO A NEZAPOMÍNÁ ANI NA TO, ŽE SMÍCH LÉČÍ:



...NA VĚTŠINĚ ČINNOSTÍ dokážu najít něco, co mě osloví

ČÍM SE PODLE VÁS LIŠÍ ŽIVOT MUŽE MANAŽERA A ŽENY MANAŽERKY?

Já si myslím, že v manažerském prostředí je profesionální přístup samozřejmostí, jak pro ženy, tak pro muže. O mužích se tvrdí, že mají strategické myšlení, ženy ještě navíc možná uplatní vyšší míru komunikativnosti, empatii a někdy i emoce. Je to třeba trochu jiný styl práce, ale výsledek je srovnatelný. A pokud vaše otázka mířila na soukromý život, pak žena bez problémů přechází do role chápající partnerky, starostlivé maminy; a vedle toho by si měla vyhradit čas na sebe a pro sebe. Nejsem si však stoprocentně jistá, jestli lze takto paušálně popsat několika slovy případné odlišnosti.

ROLE TAJEMNICE ROZHODČÍHO SOUDU, JIŽ ZASTÁVÁTE, S SEBOU NESE HOJNOST NEJRŮZNĚJŠÍCH ÚKOLŮ A POVINNOSTÍ. JAKÝ PROJEKT SE VÁM ZAPSAL DO DUŠE?

Projekt, který se týkal otevření soudiště pro spory o doménová jména s koncovkou .eu pro celou Evropskou unii a který realizoval Rozhodčí soud při HK ČR a AK ČR navzdory silnému konkurenčnímu tlaku mezinárodních arbitrážních institucí, byl rozhodně projektem, který nejen zvyšuje prestiž našeho Rozhodčího soudu v obecné rovině, má smysl a je v Evropě ojedinělý, ale zůstává i mojí srdeční záležitostí. Snad proto, že v jeho úspěch mnozí nevěřili, že bylo potřeba neustále přesvědčovat o jeho životaschopnosti. A navíc tento projekt mi přinesl i množství teoretických a praktických poznatků, se kterými mohu dále pracovat.

Statistika nárůstu sporů u RS při HK ČR a AK ČR

rok	celkový počet sporů	mezinárodní	vnitrostátní
2004	598	54	544
2005	869	60	609
2006	1237	79	1158
2007	341	17	324
rok	Adr doménové spory		
2006	743		
2007	70		

A UPŘÍMNĚ - KTERÉ ČINNOSTI NEDELÁTE S NADŠENÍM, KTERÉ S NADHLEDEM PROKLÍNÁTE?

Ted' se asi podíváte, ale nenašla jsem žádnou činnost, která by ve mně vzbuzovala negativní emoce, já snad dělám s určitou dávkou (někdy menší někdy větší) nadšení všechno, co funkce tajemnice přináší. Na základě vašeho dotazu jsem zjistila, že si na většině činností dokážu najít něco, co mě osloví a co mě baví. Jestli ono to nebude tím, že vlastně práce je můj koníček a slovo workholik pro mě není symbolem negativního rysu osobnosti.

SAMA SE ČASTO ÚČASTNÍTE ROZHODČÍHO ŘÍZENÍ. STALO SE VÁM NĚKDY, ŽE JSTE SKUTEČNĚ NEVĚDĚLA, JAK SE K ŘEŠENÉMU PROBLÉMU POSTAVIT? ŽE MĚLA KAŽDÁ ZE STRAN ČÁST PRAVDY A VY JSTE NEMOHLA NAJÍT VÝCHODISKO?

V mnoha případech má každá strana část pravdy a z jejího subjektivního pohledu má ta "její" pravda větší sílu, větší opodstatnění. Někdy je to na hození kostkou, obě strany udělaly chybu, a někdy těžko hledáte řešení, protože podle selského rozumu byste nějak rozhodla, nicméně podle práva tak rozhodnout nelze.

Jsou ale i případy, že máte o případném řešení jasno od samého počátku. Východisko musíte najít vždycky a musí být v souladu s právem, i když vám může být strany, která ve sporu prohrála, líto.

DALO BY SE ODHADNOUT, JAKÝ JE POMĚR ŽEN A MUŽŮ, KTERÍ VSTUPUJÍ DO FIREMNÍCH SPORŮ?

pokračování na straně 6

Udělal vám radost?

Jestli vám naše nová příloha Prosperita Madam Business udělala alespoň trošku radosti, pak to celý náš tým upřímně těší. I když o ženách podnikatelkách a manažerkách publikují mnohá média daleko více informací, než tomu bývalo v minulosti, i když vzrostlo uznání věnované těmto dámám v celospolečenském povědomí, i když stoupá význam rovných příležitostí, přesto si troufám říci, že neuškodí věnovat velkému tématu žena soustavnou pozornost třeba právě prostřednictvím specializovaného titulu jako je ten náš.

V tom, který je součástí dubnového vydání Prosperity, najdete nejen rozhovory se zajímavými osobnostmi, ale také novou stránku číslo 18 pojmenovanou Drobnosti, radosti, inspirace. Budeme tu uveřejňovat vždy několik příkladů a zajímavostí, které se hodí znát, koupit, přemýšlet o nich. Ať patří do oboru móda, zdraví, služby, výroby, finance...

Novinkou je rovněž rubrika na str. 4 nazvaná Můj, ale pracovní čas. Věnujeme ji ženám, jejichž práci sami dobře známe: tiskovým mluvčím. Tedy těm, které zprostředkovávají tok informací z firem a institucí k vám, čtenářům a samy zůstávají tak trochu zastíněny, vzadu, za oponou dění ve velkém světě. A přitom dokáží při budování jména příslušné společnosti dělat zázraky. Zpravidla mívají takové know how, jako málokdo.

Přejeme vám všem, čtenářkám i čtenářům, krásné jaro plné rozesmátých květů na záhonech, keřích i stromech a také v lidských srdcích. Buďte nám stále nakloněni! A nebojte se napsat či zavolat, poslat námět a připomínku.

Eva Brixi



Tiráž

Prosperita Madam Business

Vychází jako příloha časopisu Prosperita

Ročník 1, duben 2007

Vydává RIX, s. r. o.

Ocelářská 2274/1

190 00 Praha 9

pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové

E-mail: bixi@prosperita.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

MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

CO DĚLÁTE, KDYŽ ZJISTÍTE, ŽE VÍC SPĚCHAT UŽ NENÍ V LIDSKÝCH SILÁCH?

Hana Janišová, manažerka komunikace společnosti LCS International, a. s.



Jak je všeobecně známo, pracovníci v oboru PR či komunikace si žijí příjemným životem, který vesměs tráví po restauracích s novináři. Jak by tedy někoho vůbec mohlo napadnout, že bychom mohli spěchat, dokonce tak, že už to není v lidských silách? Jen se zeptejte kohokoli z lidí mimo marketing - určitě vám to potvrdí...

OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

Christophe Scarfogliero, umělecký ředitel francouzské sítě kadeřnických salónů HAIR CITY v ČR a SR:

Jsou to ženy, které mají charakter, které velice rychle reagují, aniž by jim člověk pokládal mnoho otázek. Podnikatelky a manažerky jsou mistry rozhodování. Jsem s nimi díky mé profesi často v kontaktu a naučil jsem se číst v jejich osobnosti. Vypovídají o nich mimo jiné jejich přání, která se týkají úpravy účesu. Mají nejraději jednoduché střihy, které se dobře upravují a nespouštějí příliš času, kterého se jim tak jako tak nedostává. Takže - fascinuje mne na nich rychlá reakce, smysl pro vnímání času, chápání jeho hodnoty. Oceňuji jejich iniciativu, schopnost zvládnout věci pohotově, umění okamžitého řešení.



HAIR CITY a návrat ženskosti pro jaro a léto

Ženskost je namíchána ze všeho, co se objevuje na módní scéně.

Trocha klasického stylu 50. let, dívčí nádech z let 60. a mocně provokující osobnosti let 80.

Nová citlivost signalizuje potřebu harmonie a koncentraci na podstatné - na výjimečnou krásu a smyslnost každé ženy.

Účes už není jedním z detailů! Přímě vychází z výrazu, z osobnosti každé ženy.

Hlavní inspirací je lidské tělo, tvary jeho křivek a barva pleti.

Barvy vychází z přírody - z barev minerálů a drahých kamenů. Evokují svěžest moře a vodního světa, duhových lastur, jantarových perel. Odstíny vlasů se přirozeně odvíjejí od barvy kůže, a zdůrazňují tak její dokonalost. Spektrum je od studených blond tónů, zářivých studených odstínů, přes zlaté, měděné až po tmavší jantarové, popelavé, teplé hnědé - až po nejnovější kávové a moka odstíny prezentované firmou Matrix. Hitem sezony jsou jednoznačně melíry. Mohou být přirozené, jako by od sluníčka, nebo jemné kombinace teplejších barevných odstínů tón v tónu. Objevují se v nich zlatavé tóny nebo stříbřité odlesky. Barva nesmí být tolik patrná, musí podtrhnout vnější vzhled a dodat osobité charisma.

Vlasy a pleť harmonicky splývají.

Nová sezona hlásá návrat k něžnosti. Pohyb je velmi přirozený a vytváří jemnější a měkčí linie.

Velmi aktuální je ofina, celistvá a zároveň vzdušná. Účes je načechraný, působí bohatě.

Vlasy jsou úžasně, zdravé, vlny vynášejí objem a zdůrazňují světlo v očích.

Podstata ženskosti vyzařuje všechen svůj šarm.

Plné ofiny, lehce asymetrické linie, které zvýrazňují tvary obličeje, dlouhé patky poodhlaňující a zdůrazňující barvu očí a pleti.

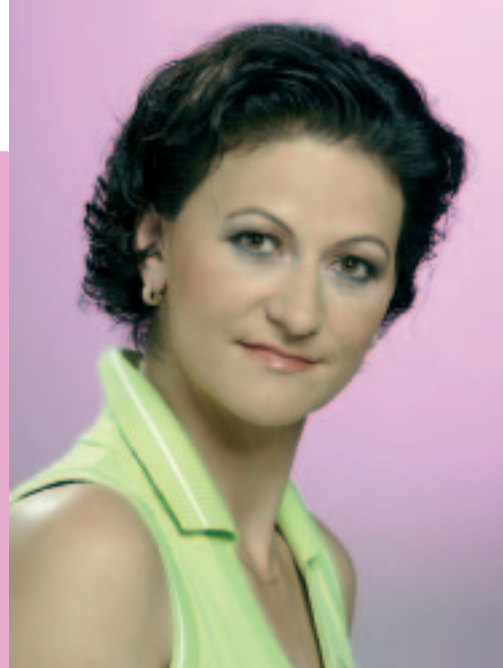
Jarní kolekce střihů Hair City je v čistých liniích a v lehké asymetrii. Kolekce vychází z francouzského umění střihu. Umělecký ředitel Hair City Christophe Scarfogliero důsledně sleduje, aby všichni kadeřníci Hair City pracovali s každým klientem jako s jedinečnou osobností - každý detail účesu musí být adaptován v harmonii s linií obličeje klienta a také do stylu jeho života.

Opravdový trend spočívá v umění naslouchat, poradit a vytvořit harmonický look.

Žena se cítí skutečně krásná (okouzluje - charming) pouze v případě, že její image koresponduje s její osobností, s jejím nitrem. Kolekce je vytvořena na míru pro současnou ženu, která touží prožít opravdový život a zmocnit se každé jeho vteřiny.

www.haircity.eu

VERONIKA JAKUBCOVÁ JE TISKOVOU MLUVČÍ SPOLEČNOSTI HYUNDAI MOTOR CZ, OFICIÁLNĚ SE JEJÍ PRACOVNÍ POZICE OZNAČUJE JAKO PUBLIC RELATIONS MANAGER. MEZI AUTY A MOTORISTICKÝMI NOVINÁŘI PROŽILA UŽ PĚKNÝCH PÁR LET. ZA VOLANTEM TAKÉ. TROUFÁM SI TVRDIT, ŽE O AUTECH TOHO VÍ HODNĚ, BA VÍC NEŽ LECKTERÝ MUŽ. TOTIŽ - FORMULOVAT TISKOVÉ ZPRÁVY, VÉST TISKOVÉ KONFERENCE, V KOMUNIKACI DOBRĚ PRODÁVAT ZNAČKU, PEČOVAT O JEJÍ IMAGE, REPREZENTOVAT, ONA TO ZAS AŽ NENÍ TAKOVÁ LEGRACE, JAK BY SE NEZASVĚCENÉMU MOHLO ZDÁT. JE TO SPOUSTA POVINNOSTÍ, KTERÉ "CIZÍMU" OKU ZŮSTÁVAJÍ SKYTÉ, SPOUSTA NOVÝCH A NOVÝCH INFORMACÍ, MNOŽSTVÍ HODIN NAD BĚŽNOU PRACOVNÍ DOBU. JE TO VOLNOST, ALE SVÁZANÁ VELKOU VNITŘNÍ DISCIPLÍNOU, PROTKANÁ RADOSTÍ Z TOHO, CO SE CHYSTÁ I CO PROBÍHÁ. INU, MANAŽERSKÁ POZICE A ROLE TISKOVÉ MLUVČÍ JSOU SICE KRÁSNÉ DOBRODRUŽSTVÍ, ALE NA DRUHÉ STRANĚ, A PROČ TO NEŘÍCI, DOCELA DŘINA. A TAK JSEM SI DOVOLILA POLOŽIT PÁR OTÁZEK SPÍŠE CHARAKTERU ROZVERNĚJŠÍHO:



RŮŽOVÝ ŘIDIČÁK

v neporušeném stavu

KOMU DŮVĚŘUJETE ZA VOLANTEM VÍCE - ŽENÁM NEBO MUŽŮM?

Pokud sedím na sedadle spolujezdce, tak již během prvních pár metrů dokážu odhadnout jaký řidič či řidička sedí za volantem - pohodový se zkušenostmi, zběsilý zmatkář, kaskadér či váhavý a bojácný řidič. Nejlépe se mi jezdí vedle klidného řidiče se zkušenostmi. Rozhodně však nedělím řidiče podle pohlaví, ale podle řidičských dovedností.

KDY JSTE SI VY SAMA "UDĚLALA" ŘIDIČÁK A JAKÉ AUTO JSTE SI KOUPILA JAKO PRVNÍ, TEDY SVÉ, VLASTNÍ?

Řidičák jsem dělala hned po maturitě, tedy v první moment, kdy jsem jej pro automobil mohla získat. Moje první auto mi dal táta, a to starou škodovku 1000, abych se naučila jezdit a získala praxi. U starého modelu bylo výhodné, že jsem se nemusela bát případné kolize mezi blatníky auta a sloupky u silnice či jiných "nečekaných" překážek, které začátečníka mohou potkat. První auto, které jsem si pak koupila, byl Peugeot 309.

ZA CO BYLA PRVNÍ POKUTA?

Vlastně jsem nikdy moc pokut neměla (túk túk) a tu první si již za ty roky nevybavuji. Mám dodnes onen původní růžový řidičský průkaz ještě s " kuponem" (vlozkou k řidičskému průkazu), kde se "štípaly" body, a mohu říct, že jej mám v původním, neporušeném stavu.

MOHLA BYSTE JEZDIT DO PRÁCE AUTEM JINÉ ZNAČKY NEŽ TĚ, JIŽ REPREZENTUJE VÁŠ ZAMĚSTNAVATEL?

Pracuji pro společnost Hyundai Motor CZ, která je oficiálním

dovozcem vozů Hyundai do ČR a do práce jezdím vozem Hyundai Elantra a jezdím ráda.

JAK VLASTNĚ AUTOMOBIL VNÍMÁTE? JAKO NĚCO RYZE ÚČELOVÉHO NEBO I COSI, NA ČEM MŮŽE OBČAS ČLOVĚK OČI NECHAT?

Primárně vnímám vůz jako příjemný dopravní prostředek. Jízda automobilem je navíc skvělé odreagování, ovšem nesmí to být v dopravní zácpě. A pohled na krásný vůz vždy potěší.

BÁLA JSTE SE NĚKDY NA SEDADLE V ROLI SPOLUJEZDCE? ZAŽILA JSTE NĚJAKOU DIVOKOU SLUŽEBNÍ JÍZDU?

S dobrým řidičem se nebojím. Jednou jsem dokonce měla možnost nechat se svézt na závodním okruhu v autě, které řídil tehdejší mistr Evropy. Byl to velice příjemný adrenalinový zážitek. Bojím se pouze vedle již zmíněných váhavých řidičů, u kterých nedokážu odhadnout, co udělají v další minutě.

CO CTÍTE U MUŽŮ ŘIDIČŮ?

U každého řidiče oceňuji klid a rozvahu při jízdě. Rovněž i dobrou schopnost předvídat děj na silnici.

MYSLÍTE, ŽE SE DÁ V AUTĚ I RELAXOVAT? DOOPRAVDY?

Pro některé řidiče je jízda jistě i relaxací, záleží však na momentální situaci.

MÁTE RÁDA SILNIČKY, TAKOVÉ TY ČESKÉ OKRESKY LEMOVANÉ STARÝMI ŠVESTKAMI A OŘEŠÁKY, ANEBU NEKONEČNÉ ANONYMNÍ DÁLNIČKY V CIZINĚ?

Ta relaxační jízda, o které jsem se zmínila, je právě o těch klikatých silničkách v hezkém prostředí.

MÁTE ČETNÉ ZKUŠENOSTI Z POBYTU V ZAHRAŇICÍCH, PŮSOBILA JSTE PRACOVNĚ NAPŘ. V ČINĚ, ŘADU LET ORGANIZUJETE NOVINÁŘSKÉ CESTY DO NEJRŮZNĚJŠÍCH ZEMÍ - LIŠÍ SE NĚČÍM MOTORISTA ZAHRAŇIČNÍ A ČESKÝ?

Určitě liší. Ze všeobecného hlediska jsou již rozdíly patrné na evropském kontinentě. Půjdeme-li dál, rozdíl se zvětší. Paradoxní však je, že v Asii, kde je výrazně větší doprava a počet účastníků na komunikacích (včetně oslíků, chodců a dalších), je nižší počet dopravních nehod. Dle mého názoru je to dáno tím, jak se všichni vzájemně na komunikacích respektují.

za rozhovor takřka za volantem poděkovala Eva Brixl



ČESKÉ PRŮMYSLOVÉ PODNIKY SI POMALU ZAČÍNÁJÍ ZVYKAT NA NOVÝ TREND: ČASY, KDY STROJÍRENSTVÍ BYLO VÝHRADNĚ DOMINANTOU MUŽŮ - JSOU NENÁVRATNĚ PRYČ. VE SPOLEČNOSTI OSTROJ A.S. JE PŘITOM ŽEN VE VEDOUČÍCH POZICÍCH A V POZICÍCH OBCHODNÍKŮ VÍCE, NEŽ JE BĚŽNÉ V OSTATNÍCH STROJÍRENSKÝCH FIRMÁCH.

JE TO TAK: Ženy vládnou strojírenství

"Je pravda, že jsme často svědky toho, že tento fakt udivuje naše zákazníky nebo obchodní partnery, kteří tolik žen ve strojírenském podniku nečekají," řekla vedoucí odboru Lidské zdroje Ing. Alena Ohnhäuserová a dodala: "V OSTROJi pracuje v pozici vedoucích manažerů 5 žen. Jde o personální ředitelku, ředitelku divize Důlní stroje, ředitelku divize Nákup, vedoucí odboru Controlling, vedoucí odboru Právní vztahy. Průměrný věk těchto manažerek je 34 let."

Podle personální ředitelky z toho jasně plyne, že ženy nejsou nijak diskriminovány a navíc jsou i finančně ohodnoceny stejně jako muži. "Ačkoliv jsme strojírenskou firmou, máme dále 10 žen na pozicích obchodníků. Jejich věkový průměr je 39 let a jsou velmi dobře vybaveny jazykově," pokračovala Ing. A. Ohnhäuserová.

A proč jsou podle ní ženy-manažerky při složitých jednáních úspěšné? "Protože jsou velmi výkonné, pracují s vysokým nasazením, dovedou nadchnout a motivovat ostatní, mají pořád dobrou náladu a mají neskutečné množství pozitivní energie."

Také jsou citlivé, mají dobrou intuici a jsou více loajální ke svému zaměstnavateli!"

Vedle manažerských postů naleznete ženy v OSTROJi samozřejmě také v dělnických profesích; 90 žen pracuje v opavské strojírenské společnosti v profesích jeřábnice, skladnice, strojírenská dělnice, kontrolorka, ale také jako soustružnice, brusička kovů nebo lisařka. Celkem je v OSTROJi zaměstnáno 167 žen.

Nejvýznamnější část výrobního programu OSTROJi tvoří tradiční sortiment důlních zařízení pro všechny podmínky dobývání v hlubinných dolech. Jedná se především o mechanizované výztuže, hřeblové a pásové dopravníky, pásové vlekly, pluhové soupravy, hydraulické stojky a válce. OSTROJ umí "na klíč" kompletně vybavit porub, včetně odtěžení, metodou LONG WALL. Kromě toho se OSTROJ během posledních let výrazně zaměřuje na další oblast - opracované výkovky pro automobilový průmysl. OSTROJ se v této oblasti už dlouhodobě orientuje na německý trh, kde může čerpat z dobrých referencí. Disponuje tady také dlouhodobými kontrakty. Velkou příležitostí pro tento výrobní program je i vznik nových automobilek na území České republiky.



... na většině činností dokážu najít něco, co mě osloví



pokračování ze strany 3

Firemním sporem myslíte klasické spory z obchodních smluv? Pokud ano, tak před rozhodčím soudem většinou vystupují muži a asi tak třetina jsou ženy. Počet sporů narůstá, ale pořád zjišťujeme, že informovanost je nízká, a přemýšlíme, jak dostat rozhodčí řízení u našeho rozhodčího soudu do povědomí advokátů, drobných a středních podnikatelů a občanů. Velké firmy mají velké právní kanceláře a tam většinou jsou o rozhodčím řízení informováni dobře, i když mnohdy těžko nalézáte důvody,

kteří vedly právního zástupce k volbě zahraniční arbitrážní instituce. Jen pro úplnost informace, u zahraničních sporů jsou poplatky za rozhodčí řízení u Rozhodčího soudu nižší než poplatky za rozhodčí řízení u arbitrážních institucí v zahraničí, například u sporu, jehož hodnota je 30 mil. Kč, uhradíte na poplatcích u našeho Rozhodčího soudu částku zhruba 1,1 mil. Kč, pokud byste žalovali u zahraničních soudů, můžete zaplatit až pětinasobek.

V této souvislosti musím také zmínit nárůst počtu konkurenčních subjektů na území ČR, které se rozhodčím řízením zabývají a nezbývá mi než konstatovat, že je rozhodně nepodceňujeme, a ani paušálně neodsuzujeme, nicméně nemůžeme ani

obdivovat jejich někdy dosti podivný způsob snažení k získávání potenciálních klientů.

CO SE VÁM JEVÍ, PODLE SPORŮ, KTERÉ VÁŠ SOUD ROZHODUJE, NEJROZPORUPLNĚJŠÍ V ČINNOSTI PODNIKATELŮ? JE TO PŮRÁD UZAVÍRÁNÍ NEDOKONALÝCH A LEHCE NAPADNUTELNÝCH SMLUV?

Můj šéf tvrdí, že je těžké uzavřít absolutně bezchybnou smlouvu, a tak lze předpokládat, že ke sporu může vždy dojít. Když už ke sporu dojde, tak by spor měl být řešen v rozhodčím řízení, a pokud bude ve smlouvě zakotveno řešení sporu v rozhodčím řízení, pak by to mohlo být u Rozhodčího soudu při HK ČR a AK ČR podle jeho řádu a pravidel. Mimochodem od 1. února 2007 došlo k novelizaci těchto dokumentů, úplně znění bude publikováno na našich webových stránkách www.soud.cz v nejbližší době.

ZAŽILA JSTE PŘI ROZHODČÍM ŘÍZENÍ I NĚJAKÉ KOMICKÉ SITUACE? NAZNAČÍTE?

Nevím, jestli zrovna při rozhodčím řízení se dají nějaké vyloženě komické situace zažít, když vezmete v potaz nesmiřitelnou, mnohdy až útočnou náladu sporných stran nebo jejich zástupců, případně výpadek techniky nebo selhání lidského faktoru. Co může působit na někoho komicky, může být tím druhým vnímáno jako provokace a vesměs vždy jsou ve hře peníze, někdy velké peníze, a rozhodování o právech či povinnostech. Spíše bych chtěla na tomto místě poděkovat některým rozhodcům za jejich způsob vedení sporu, za jejich přístup k práci sekretariátu a za odbornou a přátelskou pomoc, kterou konkrétně tajemnici výše uvedeného Rozhodčího soudu poskytují. Bez nich a bez firem, občanů a institucí, které využívají služby tohoto soudu, by sebelepší manažerská práce neměla smysl.

**za odpovědi spíše povahy vážnější
poděkovala Eva Brixí**

ZDALEKA NEPLATÍ JEN TO, ŽE VŠECHNO UŽ BYLO DÁVNO VYMYŠLENO, ŽE SE VŠECHNO UŽ KONALO A ŽE SE ČLOVĚK JEN OPAKUJE. PROTIPÓLEM TAKOVÉHO TVRZENÍ JSOU NOVÉ PŘÍLEŽITOSTI, JEŽ SE NASKÝTÁJÍ DENNĚ KOLEM NÁS. PŘÍLEŽITOSTI K NOVÝM OBCHODNÍM KONTRAKTŮM, NOVÝM PREZENTACÍM VÝROBKŮ A SLUŽEB, PROSTŘEDÍ, JEŽ RODÍ NOVÉ NÁPADY, AŽ JIŽ TECHNOLOGICKÉHO RÁZU ČI V OBLASTI UMĚNÍ, ANEBŮ TAKOVÉ, JEŽ SE POSLÉZE HODÍ CELOSVĚTOVÉ PRAXI A ŽIVOTU V DOMÁCNOSTI. O VÝVOJI VELETRHŮ, JEJICH POSLÁNÍ A VÝZNAMU SE STÁLE JEŠTĚ DISKUTUJE. NEJSOU PŘEKONANÉ? UŽIVÍ SE VŠECHNY? PŘETRVAJÍ JEN TY, KTERÉ BUDOU TRHU PROSPĚŠNÉ, TEDY UKÁŽÍ NOVÉ TRENDY, NOVÉ POHLEDY, NOVÝ UŽITEK. NA SCÉNU PŘÍCHÁZÍ FOR BUSINESS 2007: (rix)

NOVÝ VELETRH podnikatelských příležitostí

Vážení obchodní přátelé,

veletrh FOR BUSINESS 2007 - nový veletrh podnikatelských příležitostí, se bude konat souběžně s veletrhem FOR CITY 2007 v prostorách Pražského veletržního areálu ABF, a. s., v Praze 9 - Letňanech v termínu od 13. listopadu 2007 do 15. listopadu 2007.

Praha, která je centrem i sídlem většiny firem, je z pohledu investorů neobyčejně zajímavá lokalita pro podnikatelské aktivity.

Listopadový termín konání akce je vhodný z hlediska obecných prezentací vybraných firem, ale i z hlediska kontraktací zakázek a uzavírání smluv.

Hlavní náplní, a tedy i nedílnou součástí, veletrhu

budou bloky odborných seminářů a specializovaných konferencí na aktuální témata. Jelikož se jedná o nový ročník, jehož uspořádání bylo vyžádáno z nedostatku jiných podobných odborných možností, je o účast na specializovaném veletrhu veliký zájem.

Veletrh FOR BUSINESS 2007 se tak stane průřezem toho nejlepšího ve zvolených oborech, co může podnikatelům český trh nabídnout.

Budu očekávat vaše náměty nebo doporučení k tématům odborných konferencí a v případě vašeho zájmu obratem sdělím podmínky účasti a zašlu závaznou přihlášku.

za obchodní tým veletrhu Mgr. Jaroslav Hodyc

Kontakt:

Tel.: 225 291 113

Fax: 225 291 199

e-mail: hodyc@abf.cz

FOR BUSINESS



Templářské sklepy Čejkovice
696 15 Čejkovice

tel.: 518 362 628, fax: 518 362 705
e-mail: info@templarske-sklepy.cz

www.templarske-sklepy.cz
www.templari.cz

ZNAČKA RIO MARE

zvyšuje svůj tržní podíl

RIO MARE, PRÉMIOVÁ ZNAČKA TUŇÁKOVÝCH VÝROBKŮ, POSILUJE POZICI JEDNIČKY NA ČESKÉM TRHU S TUŇÁKY. OD ROKU 2003 DO ROKU 2006 VZROSTLO MNOŽSTVÍ VŠECH PRODANÝCH TUŇÁKOVÝCH VÝROBKŮ NA ČESKÉM TRHU O 7 %. ZA TOTO OBDOBÍ ZNAČKA RIO MARE ZVÝŠILA SVÉ PRODEJE O 52 %.

Podle Terezy Kopetkové, brand manažerky značky Rio Mare, se český zákazník začíná o kvalitu toho, co jí, stále více zajímat. Rok od roku současně vzrůstá počet spotřebitelů, kteří jsou ochotni za kvalitní potraviny zaplatit odpovídající cenu. Tereza Kopetková nárůst komentovala následovně: "Věříme, že právě díky kvalitě je v současné době podíl Rio Mare na českém trhu s tuňáky 41,9 %. Znamená to, že z každého sta korun, vydaných za nákup tuňákových výrobků, utratí čeští spotřebitelé zhruba 42 korun právě za značku Rio Mare."

Podle jejích slov se zároveň projevuje dlouhodobý trend směrem ke zdravému životnímu stylu a preferování zdraví prospěšných potravin. Přesto se ryby na českých stolech objevují relativně málo. "V roce 2006 se v České republice zkonzumovalo přibližně 240 gramů konzervovaného tuňákového masa na osobu. Tímto množstvím se řadíme k zemím, kde se ryby konzumují spíše okrajově. Naším cílem je, aby spotřebitelé ryby do svého jídelníčku zařazovali častěji," upřesnila Tereza Kopetková.

Změny ve spotřebitelském chování Rio Mare podporuje pro-



střednic-
tvím marketin-
gové komunikace,
ve které se zaměřuje
na prémiovou a kontinuál-
ní kvalitu výrobků Rio Mare.

Jak uvádí Tereza Kopetková, nejdůležitějším benefitem celé značky je právě špičková kvalita. Pro spotřebitele to znamená, že se vždy a bez ohledu na výsledky výlovu může spolehnout na stejnou chuť a kvalitu, protože Rio Mare vybírá do svých výrobků pouze nejlepší tuňákové maso.

Nový trend pro zdravou svačinu

Rio Mare, jednička na českém trhu s tuňáky, nově představila v polovině března novinářům unikátní produktovou řadu: krémy Rio Mare Paté. Krémy Rio Mare Paté reprezentují nový trend zdravého občerstvení pro celou rodinu. "Tyto krémy výrazně rozšiřují možnosti zdravé každodenní svačiny pro lidi zaměřující se na moderní trendy ve spojení s vysokou kvalitou," argumentovala Tereza Kopetková, brand manažerka značky Rio Mare. Krémy přitom neobsahují nepopulární rybí aroma, takže jsou vhodné ke konzumaci kdykoli během dne, a to i pro děti nebo ty, kteří obvykle ryby nevyhledávají.

Krémy Rio Mare Paté jsou vyrobeny z kvalitního tuňákového a lososového masa a jsou určeny pro rychlou přípravu chutných a zdravých snídaní, svačin, večeří a rychlého občerstvení. "Obsahují minimálně 44 % kvalitního rybího masa, a představují tak zdravou alternativu běžných paštik, které obvykle mívají vysoké procento tuků a konzervantů," doplnila Tereza Kopetková. Jak dále upřesnila, v krémech Paté nejsou žádné konzervační látky. Prémiová značka Rio Mare přitom garantuje vysokou kvalitu rybího masa i všech dalších použitých ingrediencí.

Krémy Paté jsou baleny v praktických tubách, které umožňují rychlou a bezproblémovou konzumaci kdykoliv a kdekoliv bez nutnosti složité pří-

pravy jídla. "Tyto výrobky mají vysokou trvanlivost a díky tomu, že je lze snadno převážet, se výborně hodí také na výlety nebo dovolené," uvedla Tereza Kopetková. Součástí balení je i unikátní aplikátor - zdobítko ve tvaru hvězdičky, díky kterému lze vykouzlit jedinečné tvary i při přípravě té nejjednodušší svačiny.

Značka Rio Mare dodává na trh krémy Rio Mare Paté ve třech variantách - Tuňákový krém, Lososový krém a Tuňákový krém s feferonkou. Všechny výrobky jsou baleny po 100 gramech, doporučená cena jednoho balení je 59,90 Kč. Krémy Paté jsou k dostání v běžné obchodní síti. Jejich uvedení na trh podpořila televizní kampaň, která

startovala 15. března a potrvá až do dubna 2007.

Společnost Bolton Czechia, která je výhradním dodavatelem tuňáka Rio Mare do Česka a na Slovensko, patří do skupiny největšího zpracovatele tuňákového masa v Evropě. Kromě krémů Paté značka nabízí také řadu tuňákových steaků v olivovém oleji a ve vlastní šťávě, tuňákové saláty Insalatissime a tuňáky na těstoviny Tonno per Pasta.

(tz)

Paté



PŘESTOŽE MEDICÍNA JE OBOR, KTERÝ SE VYVÍJÍ, DALO BY SE ŘÍCI O PŘEKOT, NĚKTERÉ NEMOCI JAKO BY NECHTĚLY USTOUPIT POKROKU. PŘEDEVŠÍM GYNEKOLOGICKÁ ONEMOCNĚNÍ, ONEMOCNĚNÍ MOČOVÝCH CEST ČI ONEMOCNĚNÍ ONKOLOGICKÁ SE U ŽEN VYSKYTUJÍ STÁLE VELICE ČASTO. PŘI VŠECH VYJMENOVANÝCH ZDRAVOTNÍCH OBTÍŽÍCH I PŘI MNOHA DALŠÍCH MOHOU POMOCI K ZLEPŠENÍ ZDRAVOTNÍHO STAVU A K URYCHLENÍ LÉČBY ENZYMY. ALE CO O NICH VÍME?

ENZYMY pomoc z přírody



Naprostou samozřejmostí jsou pro nás vitamíny a minerály, o jejichž důležitosti pro náš organismus dnes nepochybují ani malé děti. O tělu vlastních enzymech, jejichž hladina při oslabení organismu klesá a významným způsobem ovlivňuje celkový zdravotní stav, se toho ale stále ještě mnoho neví. Působením enzymů se začal zabývat už prof. Max Wolf z USA (1885-1976), který byl zakladatelem léčebné metody systémové

enzymoterapie. Tato metoda je založená na komplexním působení směsi hydrolytických enzymů živočišného a rostlinného původu. Jejím nejznámějším představitelem u nás je volně dostupný lék Wobenzym, který se úspěšně využívá v mnoha zemích světa už 40 let jako alternativa dosud používaných léčebných postupů, preventivně na posílení imunitního systému, ale i jako podpora klasických forem léčby. Jednotlivé proteolytické enzymy i jejich kombinace totiž například zvyšují hladiny některých antibiotik a chemoterapeutik v krvi, a zlepšují tím jejich průnik do tkání.

Enzymy jsou navíc zcela přírodní. Rostlinné se získávají z plodů papáje a ananasu, živočišné ze slinivky břišní jatečných zvířat a některé jsou mikrobiálního původu. Na první poslech to nemusí znít lákavě, ale zbavit se rychleji zánětů, otoků, modřin a tedy i bolesti rozhodně stojí za to. Kromě toho již zmiňovaný enzymový preparát Wobenzym nemá téměř žádné vedlejší účinky a mohou ho používat i děti.

Systematicky podávané enzymy jsou účinným pomocníkem i při léčbě chronických a recidivujících nemocí, zánětů v oblasti nosu, uší, krku, horních a dolních dýchacích cest, močového a pohlavního ústrojí i kůže. Příznivě ovlivňují také vlastnosti krve a využívají se i v revmatologii, při zánětovém onemocnění kloubů, revmatismu měkkých tkání, artróze...

V péči o vlastní zdraví, ve které mají právě ženy často velké rezervy, by měla být na prvním místě prevence a v té enzymy rozhodně hrají svou roli stejně jako vitamíny a minerály. (red)

Kolekce H&D jaro/léto 2007 - aby vám to slušelo

Móda značky H&D je uvolněná, ležérní a hodí se především pro volný čas. Také aktuální kolekce pro sezonu jaro/léto 2007 se nese v duchu reklamního sloganu (H&D obléká pro pohyb). Je postavena na přírodních materiálech, které se dají prát - především na bavlně nebo bavlně s příměsí. Důležitou roli hraje používání technologie tzv. garment wash, která zajišťuje trvalý lehce opraný vzhled. Dámské i pánské oděvy využívají trendové střihy a barvy.

Pro dámskou kolekci platí využití podobných barev a inspirací jako na pánských modelech.

Typickým trendem módy je vrstvení. K atraktivním



kombinacím se nabízejí topy s výrazným zdobením (flitry, potiskem či výšivkou), letní bundičky a vesty. Na rozšířených sukních převládá nestejná délka, tzv. cikánský (indický) vzhled.

Pro formálnější styl se hodí dámská letní sáčka, bluzóny i kostýmové střihy, které přirozeně zdůrazňují linie v horní partii ženské postavy.

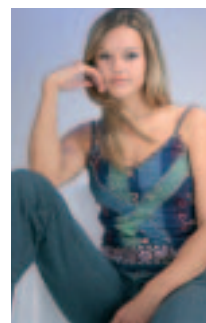
Modely značky H&D jsou k dostání v síti společnosti Makro, která letos slaví 10. výročí působení na českém trhu. Společnost H&D distribuuje své zboží také prostřednictvím dalších obchodních partnerů. Provozuje také dvě vlastní značkové prodejny a internetový obchod s pánskými košilemi a kravatami: www.e-kosile.cz.

další informace: www.e-hd.eu



Kontakt:

H&D, a. s.
Olomoucká 37
796 01 Prostějov
Ing. Monika Havlová
Mobil: 602 574 280
E-mail: nt2@hdas.cz





Marta Šnobllová ve společnosti významných osobností – stát vedle prezidenta republiky Václava Klause je povzbuzující, zejména je-li to navíc v přítomnosti majitele TOP HOTELU Praha Vladimíra Dohnala

TRÉMU OBČAS SAMOZŘEJMĚ

mívám a myslím si, že je to dobře

KDO JEŠTĚ NEBYL V TOP HOTELU PRAHA? MYSLÍM, ŽE KAŽDÁ PODNIKATELKA ČI MANAŽERKA, KAŽDÝ PODNIKATEL ČI MANAŽER Z ČESKÉ REPUBLIKY ODPOVÍ STEJNĚ. MÁM POCIT, ŽE TOP HOTEL PRAHA ZNAJÍ ÚPLNĚ VŠICHNI. A TAKÉ SI HO DOBŘE PAMATUJÍ. PROČ? TO JE JEDNODUCHÉ. JE JIM TU PŘÍJEMNĚ. JE TU KOMFORT, KTERÝ POMÁHÁ PRACOVAT I ODPOČÍVAT, NABÍRAT SÍLY. JAK TO MYSLÍM? VZPOMEŇTE SI NA SVOU NEDÁVNOU PŘÍTOMNOST V HOTELU: KDYŽ TU DLÍTE NA SEMINÁŘI, NA KONFERENCI, NA KONGRESU ČI NA DALŠÍ SPOUSTĚ JINÝCH AKCÍ JAKO JSOU MÓDNÍ PŘEHLÍDKY, VOLBY MISS, RŮZNÁ MISTROVSTVÍ - NEJSTE NAŠTVANÍ, OTRÁVENÍ, NEVRLÍ, NEUSÍNÁTE A NEUTÍKÁTE DOMŮ. PROČ? JE VÁM TU FAJN. PROSTŘEDÍ TOP HOTELU PRAHA TOTIŽ SAMO O SOBĚ ZLEPŠUJE NÁLADU. A TAKÉ INSPIRUJE, JE TUZE PODNĚTNÉ, DÁVÁ ENERGII. JE TO HOTEL PLNÝ ŽIVOTA. VÁŽNĚ. MÁM TO VYZKOUŠENÉ.

Možná je to tím, že se na jeho půdě setkávají špičkové osobnosti, a už ty jsou nositeli kladné energie. Na svět zde přicházejí nové myšlenky, teze, vize, formulují se zde požadavky svazů, asociací, sdružení, komor, unií, spřádají se plány budoucnosti řady firem. A tím, že se tu setkávají křížem krážem všichni se všemi, zanechávají pro ty další, kteří vstoupí za týden, za měsíc, za půl roku, stopy plné podnětů, výzev... TOP HOTEL Praha - křížovka byznysu v globálním pojetí. Nezkoumala jsem, na jaké patogenní zóně se tento hotelový komplex nachází, jistě však je, že je tady všem návštěvníkům skutečně dobře. A to se odráží také v jejich jednání. Co si přát víc? A aby bylo všem příjemně, to je úkolem hotelového zázemí. Jak na to musí vědět šéfkuchař i uklízečka, recepční stejně tak jako ekonom, pokojská stejně jako šéfka marketingu. A také majitel a generální ředitelka. A protože mají hojnost nápadů, znají trendy v hotelovém a kongresovém podnikání a také se nechávají poučit konkurencí ve světě, dokáží vždy přijít s "něčím", co hosté potřebují, aniž to dosud tuší a dokáží vyslovit. Snad právě proto tu nikdy necítíte stres, nervozitu, napětí. Naopak. Prostředí čínorodosti. A to v dnešní hektické době vytvořit, to vážně není žádná legrace. Je to výsledek umění řídit, umění poradit si v každé situaci. Umění předvídat i ctít pravidla hry. Je v tom obsažena pracovitost, píle i nadhled. Je to úcta k životu i tomu, co nám má život přinášet. Slovo má nositelka řady ocenění, generální ředitelka TOP HOTELU Praha Marta Šnobllová:

POHYBOVAT SE VE SPOLEČNOSTI ŠPIČKOVÝCH MANAŽERŮ A MANAŽERŮ, V PODNIKATELSKÉM PROSTŘEDÍ, TO JE VELKÁ ŠKOLA ŽIVOTA. CO JSTE SE V NÍ ZA TĚCH PÁR LET UŽ NAUČILA?

Naučila jsem se dost podstatnou věc, a to, že člověk musí být velký

realista a některé věci si moc nepřipouštět. Zároveň je nezbytné nutné, aby se člověk obklopoil spolupracovníky, na které se může spolehnout, a uměl delegovat část věcí, tedy "svých vlastních úkolů a povinností" na ně. Víím, že to zní až příliš jednoduše a učebnicově, ale některé učebnice vážně nelžou. Co je ještě podle mne nezbytné při delegování - nesmíte se bát přenést část svých pracovních starostí na ty druhé. Vám se uleví a kolegové mohou být třeba i poctěni, že mohou ukázat, jak tu či onu záležitost vyřeší.

KOLIK JEDNÁNÍ DOKÁŽETE ZA DEN ZVLÁDNOUT?

Pokud do těchto jednání počítám nejen schůzky, ale i porady a jednání s mými zaměstnanci, tak i více než deset denně.



Myslím, že to není zas až tak málo, protože to není jen povídání u kávy, ale řeší se to, co ovlivňuje život hotelu, a to zdaleka není jen o tom, abychom si s lidmi, s nimiž se setkáme, vyměňovali podbízivé úsměvy. I přátelská schůzka má téměř vždy pracovní podtext, takže takové "nabité" dny někdy docela vyčerpají. Ale to nevadí, život se má žít naplno, i ten manažerský.

KDYŽ JEDETE NA DOVOLENOU - JAK VLASTNĚ ODPOČÍVÁTE? JSTE V KONTAKTU S MANAGEMENTEM? ŘEŠÍTE NENADÁLÉ PROBLÉMY? ANEBO PŘEDEM DELEGUJETE VEŠKERÉ PRAVOMOCI A O SVĚM PRACOVÍŠTI A POVINOSTECH NA PÁR DNŮ NECHCETE ANI SLYŠET?

Většinou odpočívám aktivním pohybem, nedávno jsem byla například lyžovat ve Francii. Vždy jsem ale v každodenním kontaktu s vedoucími pracovníky hotelu a snažím se řešit problémy, jak nejlépe je to vzhledem k mojí nepřítomnosti možné. I na dovolené jsem neustále na telefonu, takže mě není problém zastihnout.

A NENÍ TO ŠKODA, NECHAT SE "RUŠIT"?

Domnívám se, že ne, i když třeba lékaři by na to asi měli jiný názor. Tím, že s kolegy vzájemně konzultujeme, co je potřeba, dokážeme předejít i nějakým nepříjemnostem, urychlíme řešení řady věcí, posuneme určitou záležitost dopředu... A z toho plyne i pro mne dobrý pocit, který mne zpětně naplňuje pohodou. Takže, zda se nechat či nenechat rušit - to je otázka.

CO JE PODSTATNÉ PRO VAŠE HOSPODAŘENÍ S ČASEM?

Určit si priority. Těm jsem pak ochotná věnovat hodně svého času - platí to jak pro práci, tak i pro volný čas.

MÍVÁTE CHVÍLE, KDY SE RADUJETE, ŽE SE ODSUNULA SCHŮZKA, KDY PROSTĚ UŽ NECHCETE S NIKÝM MLUVIT, NIKOHO VIDĚT A BÝT JEN A JEN SAMA? KDY DUŠÍČKA NĚKDE V ZÁKULISÍ ŘÍKÁ: DEJTE MI VŠICHNI SVATÝ POKOJ...

Asi jako každý se občas dostávám do situace, že potřebuji naprosté soukromí, naprosto vypnout a nemyslet vůbec na nic důležitého.

VYPÍNÁTE NĚKDY MOBIL?

Ne, pouze si vypínám občas zvonění.

MĚLA JSTE V URČITÉ VÝZNAMNÉ SITUACI TRÉMU? ANEBO SI TAKOVÉ ZBYTEČNOSTI NEPŘIPOUŠTÍTE?

Trému občas samozřejmě mívám a myslím si, že je to dobře. Pokud by měl člověk moc sebevědomí, nemuselo by to s ním dopadnout vždy nejlépe. Zdravé sebevědomí ano, ale to ješitné, od toho se držím raději dál.



Obrázek plný úsměvů z klání Miss Aerobik 2006. S mnoha dalšími fotografiemi tvoří bohatou dokumentaci hotelového komplexu



Chtělo by se říci: jak princ (v roli Jan Čenský) do TOP HOTELU přišel...

KONGRESOVÁ TURISTIKA, CESTOVNÍ RUCH, GASTRONOMIE - TO JE NYNÍ VÁŠ SVĚT. ČÍM LETOS OBOHATÍ NABÍDKU TOP HOTEL PRAHA, JAK JEŠTĚ ZVÝŠÍ KOMFORT HOSTŮ?

Neustále rozšiřujeme nabídku služeb tak, abychom co nejlépe vyhověli požadavkům našich klientů a přinesli jim třeba i něco navíc, co ani neočekávají.

Na začátku roku jsme zrekonstruovali pavilon B hotelového komplexu, vylepšili jsme i vybavení prezidentského apartmánu. Provedli jsme úpravy některých z našich konferenčních salonků. Také na jaro jsme připravili pro naši klientelu několik překvapení. V rámci programu JARNÍ IMPULS nabízíme kongresovým hostům osvěžující porci vitaminů namísto klasických coffee breaků. Vedle toho poskytujeme zajímavé slevové akce.

Připravili jsme rovněž nový BALÍČEK KONFERENČNÍCH SLUŽEB, který obsahuje kromě pronájmu jednacího salonku například i občerstvení či flipchart. Přichystali jsme i další balíčky, vhodné pro běžnou turistickou a obchodní klientelu. Obchodním klientům doporučujeme například spojení pracovního jednání s obědem v luxusní Bohemia TOP Restauraci a s následnou relaxací v hotelovém wellness včetně masáže. Objednat si je možné třeba i víkendový pobyt v rámci balíčku BODY & MIND, který vám umožní intenzivní relaxaci.

Rozšiřujeme gastronomickou nabídku. Hosté si u nás nyní mohou pochutnat na vybraných specialitách středomořské kuchyně, a to v naší Pivovarské restauraci. Nová nabídka Pizza & Pasta se osvědčuje nejen pro hotelové hosty, ale i pro potěšení z dobrot pro místní lidi z okolí hotelu, pro které jsme zavedli možnost odnést si pizzu s sebou.

Jak vidíte, je toho poměrně hodně, čím se snažíme inovovat a vylepšovat naše služby. O tom je život v hotelu a to patří k pojmu pohostinství.

Aktuální nabídky a detailní informace mohou čtenáři nalézt na našich webových stránkách www.tophotel.cz.

A NAČ BYSTE OBRÁTILA POZORNOST DAM, NAŠICH PODNIKATELEK A MANAŽEREK, KTERÉ DO HOTELU PŘÍCHÁZÍ V RÁMCI NEJROZMANITĚJŠÍCH SEMINÁŘŮ, KONFERENCÍ, SOUTĚŽÍ, SPOLEČENSKÝCH AKCÍ?

Pro ty máme lahůdku, od března tohoto roku jsme rozšířili nabídku wellness o thajské masáže. Masáže provádějí rodilé Thajky a mohou je využívat jak hoteloví hosté, tak i zákazníci z řad široké veřejnosti. Hoteloví hosté se mohou rozhodnout, zda si přejí masáž vychutnat raději v pohodlí hotelového pokoje či v přímo v nově otevřeném prostoru Thajka v hotelovém wellness centru. Vybrat si lze z pestré škály těchto masáží, k dispozici je hned několik typů s různou délkou trvání a v různých cenových relacích. Je to vše přizpůsobeno tak, aby si přišel na své skutečně každý. Sama mohu vřele doporučit například aromatickou olejovou masáž, která je, alespoň pro mne, tím pravým balzámem pro tělo i duši. Kdo tento druh masáží zatím nezná, anebo jen ze zkráceného vyprávění, měl by je vyzkoušet. Pak pozná, proč mají v celém světě takový věhlas. A když v celém světě - proč ne v TOP HOTELU Praha?

za rozhovor ze známého prostředí poděkovala Eva Brixl ☺



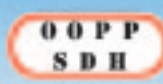
Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

Vybírejte produkty označené logem Programu Česká kvalita. Získáte jistotu, že:

- **Výrobek (služba) je kvalitní**
- **Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna**
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.
- **Kvalita je průběžně kontrolována**
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.
- **Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou**
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.
- **Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky**
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, státních orgánů, Rady ČR pro jakost a České společnosti pro jakost.
- **Více informací najdete na:**
www.ceskakvalita.cz



ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



NADACE PARTNERSTVÍ

podpoří bezpečné cesty do škol



NADACE PARTNERSTVÍ VYHLAŠUJE VE SPOLUPRÁCI S FINANČNÍ SKUPINOU AXA PRVNÍ ROČNÍK PROJEKTU BEZPEČNÝCH CEST DO ŠKOL S NÁZVEM NA ZELENOU. JEHO CÍLEM JE ZVÝŠIT BEZPEČNOST DĚTÍ PŘI CESTÁCH DO ŠKOLY A MOTIVOVAT JE K DOJÍŽDĚNÍ NA KOLE ČI DOCHÁZENÍ PĚŠKY. PRO PILOTNÍ ROK PROJEKTU BYLY VYBRÁNY ZÁKLADNÍ ŠKOLY V CHROUSTOVICÍCH NA PARDUBICKU, VELIŠI NA KRÁLOVÉHRADECKU, LIBERCI A KLÁŠTERCI NAD OHŘÍ. OD PŘÍŠTÍHO ROKU PAK BUDOU MOCI ŽÁDAT O PODPORU V OTEVŘENÉM GRANTOVÉM KOLE VŠECHNY ZÁKLADNÍ A STŘEDNÍ ŠKOLY V ČR. GENERÁLNÍM PARTNEREM PROJEKTU NA ZELENOU JE FINANČNÍ SKUPINA AXA.

V České republice je každý rok usmrceno při dopravních nehodách zhruba 40 dětí. Z mezinárodních srovnání přitom vyplývá, že ČR vykazuje zhruba dvakrát až třikrát vyšší počet obětí dopravních nehod, než je obvyklé ve vyspělých západoevropských zemích. "V ČR je navíc stále podceňován vliv dopravního prostředí na nehodovost a přetrvává nechuť k opatřením, která by nějakým způsobem omezila automobilovou dopravu a pohodlí řidičů. Projekt Na zelenou je proto zaměřený nejen na zvyšování bezpečnosti dětí při cestách do a ze školy, ale i na motivaci k dojíždění do školy na kole nebo docházení pěšky," popsal program Petr Šmíd z Nadace Partnerství. Průběh samotného projektu je rozdělen do několika na sebe navazujících etap. Nejprve každé dítě zakreslí s pomocí rodičů do připravené mapky svou obvyklou cestu do školy a vyznačí místa, která považuje za nebezpečná. Poté pracovní skupina vytvoří souhrnnou mapu okolí školy se všemi rizikovými místy a seznámí s ní místní policii a zastupitele. Na jejím základě bude zpracována studie dopravního řešení, kterou škola předá zástupcům města.

"Velmi intenzivně vnímáme počty dětských životů, které jsou každoročně zmařeny na našich silnicích. Z povahy oboru v němž působíme, považujeme za nutné a vhodné přispívat prostřednictvím tohoto projektu ke zlepšování těchto neblahých statistik a chránit životy dětí," řekl ředitel PR a komunikace společnosti AXA Marek Zeman.

"Projekt Na Zelenou byl inspirován příklady z Velké Británie a čerpá ze zkušeností, které získalo občanské sdružení Pražské matky na šesti pražských základních školách. Podobný model jsme v minulém roce úspěšně uplatnili i na základní škole v Děčíně," dodal Petr Šmíd.

Kontakt:

Petr Šmíd, dopravní program

Nadace Partnerství

Tel.: 274 816 727,

E-mail: petr.smid@ecn.cz



BEĎA obuv - BEDŘICHOVÁ MARIE
výroba domácí a dětské obuvi
www.bedrichova.cz

ZDRAVOUŠNĚ NEZÁVADNÁ
ČESKÁ OBUV

výroba : Žerotínovo nábřeží 756, Židlochovice
tel. / fax : 547 231 330 , e- mail : info@bedrichova.cz

prodejny: Hustopeče, Dukelské nám. 31, tel. 519 411 280
Hodonín, Masarykovo nám. 9, tel. 518 351 093
Slavkov, Palackého nám. 68, tel. 774 223 432
Oslavany, Hlavní 7, tel. 546 423 288

Naše výrobky zakoupíte také v hypermarketu GLOBUS

ČASTOKRÁT SE VRACÍM K JEDNOMU LETOŠNÍMU SPOLEČENSKÉMU VEČERU S VEDENÍM MAKRA, KTERÝ BYL OBOHACEN OCHUTNÁVKOU VÍN. NEBYL TO VEČER LEDAJAKÝ, KTERÝ JEN TAK NAHODILE ROZVAŽUJE JAZYKY PŘÁTEL. BYL TO VEČER PLNÝ POEZIE, JEŽ PLYNULE PŘECHÁZELA Z MYŠLENEK A ÚST ŠPIČKOVÉHO SOMMELIERA IVO DVOŘÁKA DO NAŠICH POCITŮ, NÁLADY A PROVOKOVALA V NÁS TOUHU POCHOPIT ALESPON ČÁSTEČKU TOHO, CO MĚLO BÝT SDĚLENO.

KDYŽ SE EMOCE koncentrují do slov

Ivo Dvořák, Head Sommelier MAKRO Cash & Carry ČR, nás prováděl sbírkou básní v řeči nikoli vázané, ale okamžité, a slovy jiskrnými, hedvábnými a sametovými listoval v názvech, mapách, jménech celého světa až k našemu údivu, kolik se toho o víně dá napovídat za chvíli a tak, že se to nadlouho člověku vryje kamsi pod kůži a zůstává. Ivo Dvořák čaroval. Svými znalostmi, zkušenostmi, zaníceností sobě vlastní. Pro laika magie, která z chuťových pohárků a vzpomínek dlouho nevymizí. Báječně se naslouchalo a člověk jen litoval, že večery nejsou delší. Bylo to jako na prknech, která znamenají svět a možná jsou ještě více o životě.

Třeba to všechno zní až příliš prozaicky. Próza k tomu večeru však vůbec nepatřila. Ivo Dvořák přednášel poezii mistrů, která plynula z příjemnosti té chvíle. Posléze jsem mu položila několik otázek:

KDYŽ OBSLUHUJETE ŽENY, MÁTE JINOU, NOBLESNĚJŠÍ NÁLADU, NEŽ KDYŽ SE POHYBUJETE U STOLU MUŽŮ? VĚŘÍM, ŽE ANO...

Samozřejmě jsou pro mne ženy inspirující a jsou pro mne múzou, jež mi usnadňuje hledat výrazy pro popis vína.

VŽDY, KDYŽ JSEM VÁS VIDĚLA "PRACOVAT", TEDY HOVOŘIT O VÍNĚ, SERVÍROVAT, OCHUTNÁVAT, MĚLA JSEM POCIT, ŽE JSTE BÁSNÍK. VÁŠ VZTAH K VÍNU, TO JE POEZIE...

Děkuji za kompliment. V podstatě je víno emotivní záležitost a emoce se koncentrují do slov, která používám. Dobrá vína ve

mně vzbuzují větší emoce, proto možná někdy poetický popis. **S RAŠÍCÍM JAREM SE STĚHUJEME Z DOMŮ POD ŠÍŘE NEBE. CO BYSTE DOPORUČIL ZVĚDAVÝM JAZÝČKŮM NA ZAČÁTEK "VENKOVNÍ SEZONY" K POSEZENÍ V ZAHRADNÍM NÁBYTKU V PODVEČER? PŘEDSTAVTE SI TAKOVÉ KOMORNÍ, NEFORMÁLNÍ DÁMSKÉ SETKÁNÍ K ZAKONČENÍ PERNÉHO TÝDNE, PŘÍJEMNÉ ODOPOČINKOVÉ CINKNUTÍ SKLENÍČEK...**

Jarní den, jenž se projevuje vyšší teplotou během dne, ale večer bývá ještě chladnější, bych navrhl zakončit plnějším Chardonnay jižního typu. Je to bílé víno, které osvěží, ale zároveň bohatá chuť a příjemná hřejivost ochrání před zimomřivostí soumraku.

VINNÝ HUMIDOR V MAKRU V PRAZE VE STODŮLKÁCH JE PROSLULÝ BOHATÝM SORTIMENTEM. NA JAKÉ NOVINKY BYSTE UPOZORNIL PRÁVĚ NYNÍ A PRÁVĚ TŘEBA DÁMY PODNIKATELKY A MANAŽERKY? CO BY NEMĚLO UJÍT JEJICH POZORNOSTI, KDYŽ PŘEMÝŠLEJÍ, ČÍM UDĚLAT RADOST SVÉMU MUŽSKÉMU PROTĚJŠKU A MYSLÍ NA POKLIDNÝ NEDĚLNÍ OBĚD V RODINNÉM KRUHU?

Velmi zajímavé jsou přírůstky z rodiny nejlepších Chilských vín Vina Sena a Almaviva, jež patří mezi naprostou špičku, nejen v Chile, ale i ve světě. Nesmíme zapomenout ani na naše vinařství, které je prezentováno bezmála třemi desítkami špičkových vín většinou menších vinařů.

Česká koupelna se mění a s ní i její funkce

Společnost Laufen CZ, s. r. o., potvrdila pravdivost výroku, že "Koupelna se stává po kuchyni a obývacím pokoji nejdůležitější místností v bytě a její význam roste", na základě průzkumu, který uskutečnila v lednu letošního roku.

Výzkumy ukázaly, že ve vybavení domácností koupelnovou

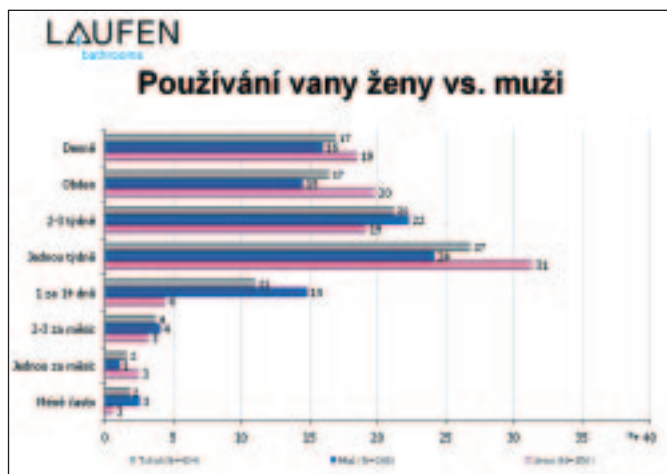
keramikou dochází ke změnám. Současným trendem je posun funkce koupelny od místa hygieny k místu umožňujícímu i funkci relaxační. Nejvýznamnějším faktorem ovlivňujícím rozhodování o vybavení koupelny zůstává pro Čechy nadále cena. V žebříčku preferencí postupuje nahoru i design sanitární keramiky s kritériem kvality. Jako nejkvalitnější koupelnová keramika je našimi spotřebiteli zmiňována české produkce.

Průzkumy potvrdily, že nejznámější značkou koupelnové keramiky u nás je JIKA.

"Ukazuje se, že především pro budoucí investory je velmi důležitým faktorem při rozhodování profesionalita personálu v místech prodeje," uvedl David Penc, marketingový a produktový manažer společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. "Nezanedbatelnou roli hrají i doplňkové služby, jako je např. doprava nebo vypracování projektu zdarma a také platby na splátky," dodal David Penc.

Pro přibližně 60 % populace má vana nadále klíčové postavení, ale rostou též nároky na její vybavení. Např. je stále více žádána vana s hydromasážními funkcemi. Výzkumy rovněž ukázaly, že si vanu napouštíme většinou jednou nebo 2x až 3x týdně. Ženy používají vanu častěji než muži. Umyvadlo a vodovodní baterie patří v koupelně k nejdůležitějším prvkům, podobně jako obklady a dlažba. Rozhodující počet bytů, 78 %, má oddělené WC a při budování nových koupelen jsou oddělená WC preferována.

další informace naleznete na www.laufen.cz



www.vinnyhumidor.cz



makro



Speciální, prosklený a plně klimatizovaný
vinný humidor v MAKRO Stodůlky
pro skvosty z nejprestižnějších
vinařských oblastí.

Exkluzivní vína Exkluzivní péče



VINNÝ HUMIDOR

POCIT ČISTOTY MÁ RÁD KAŽDÝ Z NÁS A VŮŇ ČISTOTY SE PRO VĚTŠINU LIDÍ ROVNÁ TŘEBA VŮŇI OBLÍBENÉ AVIVÁŽE NEBO GELU NA MYTÍ NÁDOBÍ. PRO NĚKOHO JE TO PACH CHLORU, PRO NĚKOHO CITRUSŮ, PRO NĚKOHO ZASE VŮŇ LESA. VŠECHNY TYTO SPECIÁLNÍ VŮŇE VYVÍJÍ SPOLEČNOST HENKEL VE SVÉM VLASTNÍM ODDĚLENÍ - HENKEL FRAGRANCE CENTER.

HENKEL

a jeho magie vůní

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.

Od roku 1955 má společnost Henkel vlastní oddělení vývoje vůní. Sídlí 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.

Od té doby ale pokročila výroba vůní výrazně kupředu. V areálu o rozloze 20 000 m² pracuje přibližně 70 odborníků, kteří se podílejí na výrobě téměř 9 tisíc tun parfémových olejů ročně. Sedm parfémů (v celém Německu se může takovou profesí pochlubit jen asi 35 a na světě ne více než 500 lidí) neustále hledá nové vůně. Ty pak putují do všech divizí Henkel ve světě. Ročně je v Henkel Fragrance Centeru zkomponováno 250 až 300 nových vůní, ne všechny se ale dostanou na trh.

Ve Středozeří levandule, ve Španělsku chlor

Člověk je schopen registrovat a podle určitého komplexního vzoru v mozku zpracovat více než deset tisíc různých pachů. Ty všechny probouzejí vzpomínky a stimulují naše pocity. Jak sami ze zkušenosti víme, vůně se jinak rozvine v létě a v zimě a jinak voní i u moře a jinak v kanceláři.

Vůně je těsně spjata s čistotou. A jak voní čistota různým národům? V zemích kolem Středozeřího moře jsou oblíbené vůně, které obsahují levanduli, rozmarýn, bazalku a tymián, tedy byliny, které v hojném množství najdete v tamní kuchyni. V Norsku a Portugalsku voní domácí čisticí prostředky po smrku, v Německu a Rakousku po citronech a pomerančích, na jihu, například ve Francii, je naprosto tomu pojem svěžesti spojen s vůní levandule. Ve Španělsku a Itálii zase sehrává při zvýraznění čistoty významnou roli chlór.

I sem promlouvá móda

Stále většího významu jak pro zdraví, tak pro pocit vnitřní pohody nabývá aromaterapie. Zatímco evropský spotřebitel si vybaví pod pojmem péče a pohodlí rozkvetlou květinovou zahradu, Američan upřednostní lehčí odstíny, v arabských zemích jsou naopak vyžadovány silnější a těžší vůně. "V současnosti převládá trend při-

parfém	souzvuk 40-120 složek
parfumér	neoficiální vzdělání 7 v HFC, 5 učňů
ročně vznikne	250-300 nových vůní
nejdražší složka parfémů	růžový olej a ambra
podíl přírodních složek	10 %



blížení k přírodě, vůně jsou však komplexnější, jako například u řady Silan Aroma Soft," říká parfumér Frank Rittler, podle kterého mají zákazníci stále vyšší požadavky. Velmi populárními se stávají vůně, které souvisejí s asijskou filozofií a moderním pojetím wellness - především vůně aloe vera nebo odstíny čajových vůní. Obrat parfémového průmyslu (parfémových olejů) dosahuje celosvětově přibližně 2 miliard eur. Henkel Fragrance Center patří obratem i objemem výroby do první desítky firem na světě.

Čarování s vanilkou i cedrovým olejem

Parfém je souzvuk zhruba 40 až 120 složek syntetického i přírodního původu. V Henkel Fragrance Center mohou parfuméri kouzlit z 1200 syntetických a 300 přírodních vonných látek. Aromata se nakupují až na několik výjimek vlastní výroby všude po světě. Používá se například čistá vanilka z Haiti, růžový olej z Bulharska, cedrový olej z USA, pačuli z Indonésie a santalové dřevo z Indie. Jsou to často velice drahé náklady, do Krefeldu putují látky s cenou 2 až 5 tisíc eur za kilogram. K těm levnějším patří pomerančový olej, k nejdražším se řadí olej růžový nebo ambra, látka ze střev vorvaně. Ta už téměř není k dostání, ale i její syntetická verze ambroxan je velice drahá, kilogram stojí 5 tisíc eur. Ambroxan vznikl před 20 lety právě v laboratořích společnosti Henkel a dnes ho najdete například v Persilu a výrobcích značky Fa.

Přestože jsme mluvili o pomerančovém oleji a vanilce z Haiti, podíl přírodních produktů mezi aromaty dosahuje dnes už jen pouhých 10 %. Před 5 lety jich bylo dvakrát tolik, ale jak přibývá alergiků, musí se podíl umělých aromat zvyšovat. Častý názor, podle kterého je přírodní látka ekvivalentem zdravé, neodpovídá realitě. Synteticky vyráběné vonné látky jsou snášené mnohem lépe.

Kde se berou "nosy"

Společnost Henkel si své parfuméry vychovává sama. Trvá to pět let, ale nejde o standardní vzdělání, a tak po chodbách v Krefeldu chodí v současnosti jen 3 uchazeči. A protože to také není státem uznávané odborné vzdělání, učební plán sestavuje samo Henkel Fragrance Center.

Stejně jako při studiu cizího jazyka se musí tito učni nejprve naučit slovíčka a odborné termíny. V jejich případě je základním pojmoslovím rozpoznat 300 různých vonných látek. První zkouška spočívá v tom, aby rozpoznali 50 z těchto 300 látek. Po osvojení "slovníku vůní" je čas plnit dalších úkolů a vytvořit už i první vlastní akordy. Parfumér tvoří parfém nejprve ve své mysli. Následná receptura se namíchá v laboratoři a zakomponuje do parfémovaného produktu (např. šamponu, krému, aviváže, mýdla nebo čistícího prostředku). Vůně se poté posazuje v produktu a předělává se tak dlouho, dokud není parfumér se svou kreací spokojen a to může trvat několik dnů až několik měsíců. (tz)

KDYSI PRVNÍ NA SVĚTĚ,

nyní první i v Čechách

ČESKÝ TRH PRACÍCH A ČISTÍCÍCH PROSTŘEDKŮ ZAŽIL V ROCE 2006 NĚKOLIK ZMĚN. POSTUPNÉ OŽIVENÍ ČESKÉ EKONOMIKY ZAPŘÍČINILO MÍRNÝ NÁRŮST TRHU V HODNOTOVÉM VYJÁDRĚNÍ, COŽ ZNAČÍ POZITIVNÍ VÝVOJ PO NĚKOLIKA LETECH STAGNACE A POKLESU. ROVNĚŽ DOŠLO KE STŘÍDÁNÍ NA POZICI ČÍSLO JEDNA TRHU PRACÍCH PROSTŘEDKŮ, KTEROU NOVĚ ZAUJAL PERSIL OD SPOLEČNOSTI HENKEL. PRVNÍ PRACÍ PROSTŘEDEK NA SVĚTĚ, KTERÝ LETOS SLAVÍ STÉ VÝROČÍ, JE TÍMTO NYNÍ PRVNÍ I NA ČESKÉM TRHU.

Trh pracích a čisticích prostředků po několika letech stagnace zaznamenal v roce 2006 růst o 6,5 %, což odpovídá růstu HDP. "Oživení ekonomiky tak podpořilo zvýšení spotřeby pracích prostředků, v čemž Česká republika zaostává za srovnatelnými zeměmi někdy i o třetinu. Pozitivně se promítla i vzdělávací kampaň ke správnému dávkování "Provětrejte své prací návyky", kterou uspořádal Výbor pro detergenty při Českém svazu značkových výrobků (ČSZV), kde je naše společnost aktivním členem," zhodnotila vývoj trhu Birgit Rechberger, generální ředitelka Henkel ČR. "V tomto stále velmi konkurenčním prostředí se naši společnosti podařilo v roce 2006 získat prvenství na trhu pracích a čisticích prostředků s podílem na trhu 34 %, " dodala. Prvenství získala společnost Henkel i v nejkvalitnějším prémiovém segmentu, kde působí značka Persil.

Patří k nejpobulárnějším

Podle údajů GfK mají univerzální prací prostředky stále vysokou penetraci - kolem 75 %, což znamená, že 75 českých domácností ze sta nakoupilo univerzální prací prostředek během roku alespoň jednou. "Průměrná frekvence nákupu je přitom 4,2 nákupy za rok a nejčastěji nakupovaná velikost balení je 6 kg i více, což stále potvrzuje českou oblibu ve velkých baleních pracích prášků," vysvětlila Jana Očadlíková, marketingová manažerka divize pracích a čisticích prostředků Henkel ČR. Oproti roku 2005 se v roce 2006 však snížila penetrace 6 a vícekilových pracích prášků přibližně o 30 %, což odpovídá výsledku kompaktace a projektu "Provětrejte své prací návyky", v jehož důsledku byla hmotnost účastnických produktů zredukována o celou třetinu.

V prémiovém segmentu, kde působí pouze dvě konkureující si značky, došlo také ke změně na pozici číslo jedna. Značka Persil se dařilo lépe, a proto poprvé v české historii značky získala v podílech na trhu prvenství s 18% podílem na trhu (zdroj: MEMRB, vyjádřeno v hodnotě). Prací prášek Persil byl tedy nejen první prací prášek na světě, je také prvním na českém trhu. Persil patří k nejpobulárnějším značkám v České republice. Podpořená znalost značky činí 93 % a první jmenovanou (top of mind) značkou je u 14 % lidí v České republice (Advertising Tracking Study, Mareco, s. r. o., 2006). I reklamní aktivity značky Persil nejsou spotřebitelům neznámé - znalost jejich televizních reklam se pohybuje kolem 35 %.

Významná inovace - Persil Gold

V březnu 2006 uvedla společnost Henkel na trh významnou inovaci pracího prášku pro bílé a stálobarevné prádlo - Persil Gold. Jedná se o prací prášek, který odstraní dosud neodstranitelné skvrny jako je rez, barva na vlasy či inkoust. Díky revolučnímu



aktivátoru bělidel TAED umožňuje působení bělicích složek již při teplotě 30 °C. Unikátní látka Texcare zajišťuje aktivní odstranění skvrn a trojnásobný enzym Triozym se pak podílí na odstranění skvrn bílkovinného charakteru. K dostání je ve dvou voňavých variantách - Persil Gold Green Power a Persil Gold Freshness by Silan se svěží vůní aviváže Silan Blue Dream.

Persil od společnosti Henkel je k dostání v téměř 60 zemích. K nim nutno připočít další země, v nichž se špičková kvalita známá díky Persilu prodává pod jinými, místními značkovými názvy, např. "Le Chat" ve Francii ("Persil" ve francouzštině znamená "petržel").

Na našem trhu 50 značek

Henkel je vedoucí výrobce značek a technologií, díky kterým je lidský život snazší, lepší a krásnější. Henkel působí ve třech strategických oblastech - péče o domácnost, kosmetika

a lepidla, tmely a povrchové úpravy. Ve fiskálním roce 2006 dosáhl Henkel obratu ve výši 12,74 miliard euro. Henkel zaměstnává více než 50 000 zaměstnanců. Lidé ve více než 125 zemích důvěřují značkám a technologiím od firmy Henkel.

V České republice působí společnost Henkel ve všech třech strategických oblastech již od roku 1991. Na českém trhu prodává firma Henkel ČR produkty více než 50 značek a zaměstnává 250 zaměstnanců. (tz)

Přehled portfolia

- Persil Gold Green Power
- Persil Gold Freshness by Silan
- Persil Color - s dlouhodobou ochranou barev
- Persil Sensitive - jemný k pokožce

Orientační maloobchodní ceny: 49 Kč (400 gr), 199 Kč (2 kg), 499 Kč (6 kg).



Co jste možná nevěděli

- Člověk má na hlavě běžně zhruba 100 až 150 tisíc vlasových vláken. Blondaté kštice se vyznačují mnohem větším množstvím vláken než tmavé či rzavé.
- Pokud je vlas zdravý, zvládne se přizpůsobit i teplotám kolem 140 °C (ale jen na krátkou dobu).
- Zdravý vlas má životnost zhruba 3 až 5 let u mužů a 4 až 6 let u žen.
- Jeden vlas je silný 0,02 - 0,04 mm, takže na jeden milimetr čtvereční se vejde 20 až 50 vlasů.
- Vlasy rostou rychleji na jaře a v létě než na podzim a v zimě.
- Vlas Afričanů rostou pomaleji a jsou lámavější než vlas Evropanů. Vlas Asiátů rostou nejrychleji a jsou nejpruhnější.
- Pokud je vlas jednou poničený, už se nikdy zcela neuzdraví. Ozdravení vlasů trvá 4 až 6 let u žen a 3 až 5 let u mužů.

Iontová péče pro zdravé a krásné vlasy

Společnost Panasonic představila v Praze novou řadu péče o vlasy. Fény Panasonic EH5571, EH5572 a EH5573 a ionizační kulma EH1771 přinášejí nové možnosti v oblasti každodenní úpravy a tvarování a zároveň dbají o zdraví a přirozenou krásu vlasů.

Tajemství rovnováhy a pěkného vzhledu vlasů se skrývá ve správné vlhkosti. Nové fény Panasonic produkují záporné ionty, které na sebe vážou mikroskopickou vlhkost, takže vysušeným vlasům dodávají hydrataci, přirozený lesk a půvab. Prostřednictvím unikátního systému, který umožňuje oddělit ionty od proudu teplého vzduchu, se k vlasům dostává velké množství záporných iontů, které působí na vlasy blahodárně a účinně brání právě ztrátě vlhkosti.

Záporné ionty jsou velmi citlivé na horký vzduch a v jeho přítomnosti snadno mizí. Fény Panasonic mají jako jediné na českém trhu systém externě vedených ionizačních trysek, kterými proudí záporné ionty odděleně od horkého vzduchu. K vlasovému vláknu se tak dostává potřebné množství iontů rychle a účinně.

Obsah vlhkosti ve zdravém vlasu se pohybuje mezi 11 a 13 %. Při sušení vlasů či při nízké vlhkosti vzduchu se nevypařuje pouze voda, která se nachází na povrchu vlasu, ale také část vody vázané uvnitř. Tím klesá podíl vlhkosti ve vlasu, vzniká statické napětí a vysušené vlasy ztrácejí svoji pružnost. Vrátit ji pomohou nové typy fénů. (tz)

Jarní očista a jazyk

Péče o ústní dutinu zahrnuje správnou techniku čištění zubů a mezizubních prostor, ale pozor - vedle plaku ze zubů je důležité odstranit i povlak z jazyka. Značka Signal přišla na trh s novým zubním kartáčkem Signal Integral Perfection, jehož vlákna jsou uzpůsobena jak pro čištění povrchu zubů, tak mezizubních štěrbinek i stoliček; má však také speciální lamelky na zadní straně hlavy kartáčku, které umožňují odstranit z povrchu jazyka bakterie.

Asi nebudete věřit, ale čištění jazyka jako součást osobní hygieny je známo již několik tisíc let. Ajurvěda doporučovala čištění zubů i jazyka už před 5000 lety. Povlak na jazyku signalizuje přítomnost toxinů, které mají při polykání vliv na celkové zdraví a jsou nejčastější příčinou nevonících úst.

"Je nutné si uvědomit, že například po konzumaci sladkostí se cukr dostává do chuťových pohárků na jazyku, které mohou dosahovat hloubky až jednoho centimetru. Pokud při čištění zubů vynecháme jazyk, ještě po několika hodinách se může cukr z pohárků uvolňovat zpět do dutiny ústní a reagovat s bakteriemi. Proto pacienti učíme kromě správné techniky čištění zubů a mezizubních prostor nezapomínat ani na čištění jazyka," tvrdí Lucie Ovčíníková, prezidentka Asociace dentálních hygienistek. (tz)



Chcete změnit kontury vašeho těla? Zkuste elektrolipólýzu

Mnoho žen by rádo změnilo kontury svého těla, ale obávají se těžkých, bolestných zákroků. Zbytečně. Existují totiž účinné metody, které jsou zcela bezbolestné.

Klinika GHC Praha nabízí řadu takových zákroků a metod k odstranění tuku. Jednou z nich je elektrolipólýza. Neinvasivní, ambulantní metoda, kdy se do ošetřovaných partií těla zavedou vlasově tenké jehličky, které působí jako elektrody. Dojde k masivnímu zvýšení metabolismu a produktů tukových buněk jsou pak vylučovány z těla ven. Pomocí elektrolipólýzy si můžete nechat ošetřit především problematické partie vnitřních a zevních stehů, hýždí, boků a břicha. Metoda se dá úspěšně aplikovat také na oblast obličeje a podbradku. Při tomto zákroku se zároveň zlepšuje celulitida, neboť jak elektrické pole, tak mechanické podněty při aplikaci jehliček způsobují narušení zbytnělé vazivové tkáně.

Elektrolipólýza dokáže v určitých směrech nahradit plastikou chirurgii, především liposukci. Výhodou přitom je, že při elektrolipólýze si nemusíte brát volno na rekonvalescenci, jako tomu bývá v případě klasické liposukce. V podstatě můžete jít rovnou do práce.

Elektrolipólýzou nedosáhnete redukce váhy, zato změnit kontury svého těla. Navíc díky časovému odstupu mezi jednotlivými ošetřeními se pokožka postupně stahuje, a zachovává si tak svoji pevnost a elasticitu. (bar, tz)

FINANCOVÁNÍ NADSTANDARDNÍ ZDRAVOTNÍ PÉČE POMOCÍ SPOTŘEBITELSKÉHO ÚVĚRU MEDIFIN OD HOME CREDITU VYUŽILO VLONI O 37 % LIDÍ VÍCE NEŽ V PŘEDCHOZÍM ROCE. OBJEM POSKYTNUTÉ JISTINY SE MEZIROČNĚ ZVÝŠIL O 30 %. V PRŮBĚHU KALENDÁŘNÍHO ROKU SI KLIENTI NA ZDRAVOTNÍ ZÁKROKY PŮJČOVALI HLAVNĚ PŘED VÁNOCI A V JARNÍCH MĚSÍCÍCH. MEDIFIN JE JEDINÝM PRODUKTEM SVÉHO DRUHU V ČESKÉ REPUBLICE, SVÉ UPLATNĚNÍ NAŠEL PŘEDEVŠÍM V ESTETICKÉ A OČNÍ CHIRURGII, STOMATOLOGII A GYNEKOLOGII.

ZDRAVÍ ČI KRÁSU NA SPLÁTKY

si vloni dopřalo o 37 % více Čechů

Průměrná výše spotřebitelského úvěru Medifin v roce 2006 činila 18 750 Kč. To je přibližně o 8 tisíc víc, než se pohybuje průměr u všech nákupů na splátky s Home Creditem. Největší zájem o Medifin se projevil v předvánočním období, a to především v měsíci listopadu. Stabilně silné jsou však také jarní měsíce a počátek léta - od dubna do června, kdy lidé chtějí vypadat a cítit se lépe v souvislosti s přicházejícím létem.

"Za poslední tři roky se objem poskytnutých úvěrů v oblasti zdravotní péče ztrojnásobil a podle našich předpokladů má tento segment nadále velký potenciál růstu. Lidé přestávají považovat nadstandardní lékařské zákroky za nedosažitelný luxus a mnozí z nich mají zájem využít poznatků moderní medicíny i za cenu finanční investice," uvedl Erich Čomor, předseda představenstva a generální ředitel společnosti Home Credit, a. s. Největší část zdravotní péče financované prostřednictvím Medifinu, přibližně 30 %, spadá do oblasti estetické chirurgie. K oblíbeným zákrokům patří například liposukce, operace nosu, prsů, vyhlazení vrásek apod. Druhou oblastí medicíny, kterou klienti Medifinu využívají nejčastěji, je oftalmologie. Jde především o chirurgické odstranění očních vad, jako je krátkozrakost nebo dalekozrakost, ale i nákup kvalitních brýlí. Ve stomatologii sloužil Medifin v největší míře k financování kvalitních zubních protéz. Na čtvrté příčce pomyslného žebříčku skončil ryze ženský obor gynekologie, kde je Medifin nabízen zejména k financování dlouhodobých antikoncepčních systémů.

Statistiky: převažují mladší ženy, objevují se však i osmdesátileté dámy

Dlouhodobé statistiky Home Creditu ukazují, že až 79 % procent klientů Medifinu tvoří ženy. Více než polovina všech klientů je mladšího a středního věku, od 25 do 39 let. Při podrobnějším pohledu je zřejmé, že největší část klientů pochází z věkové skupiny 30 až 34 let, a to jak mezi muži, tak mezi ženami. Medifin však v Česku využily i například dvě dámy nad 80 let - jedna k financování služeb kliniky estetické chirurgie a druhá k platbě za péči gynekologa*.

Muži, tvořící asi pětinu klientů Medifinu, chtějí nejčastěji pomoci s financováním operací odstraňujících oční vady. Srovnatelný zájem mají o zubní náhrady i o služby estetické chirurgie*. Lze však předpokládat, že část plateb za zákroky plastické chirurgie mohla posloužit třeba jako vánoční dárek pro partnerku.

* Přesný účel není možné specifikovat. Medifin je diskretní, jako účel půjčky lze uvést pouze "financování zdravotních potřeb klienta".

Medifin zaplatí brýle, lázně i nový nos

Jako jediný svého druhu v Česku je spotřebitelský úvěr Medifin, jak již bylo uvedeno, přímo určen pro financování nadstandardních lékařských zákroků. Slouží však také k nákupu zdravotních pomůcek, například kvalitních brýlí v optikách, pojišťovnou nehraných léků ve vybraných lékárnách či léčebných pobytech. V rámci České republiky Medifin nabízí téměř 400 zdra-

votnických zařízení. Jejich výčet zahrnuje špičkové kliniky, privátní ordinace lékařů, optiky i lékárny. Home Credit tak rozšiřuje nabídku nadstandardní zdravotní péče a kvalitnějších produktů většímu okruhu pacientů.

V ordinacích stomatologů lze na tento úvěr pořídit veškeré úkony, na které si pacient musí buď připlatit nebo je hradí zcela sám (zubní implantáty, korunky a můstky, částečné snímatelné náhrady, estetické zákroky atd.). V gynekologii má Medifin největší uplatnění při úhradě dlouhodobých antikoncepčních systémů, které jsou charakteristické vyššími počátečními náklady na jejich pořízení. Zopakujeme, že Medifin je využíván rovněž k financování očních operací, zejména odstraňujících oční vady, které zdravotní pojišťovny nehradí vůbec. V estetické medicíně patří k nejčastějším zákrokům operace očních víček, ušních boltců, nosu, facelifting, úprava prsů nebo liposukce.

Charakteristiky spotřebitelského úvěru Medifin:

- Žádná platba v hotovosti (akontace 0 %)
- Výše úvěru od 3000 Kč do 30 000 Kč, a to bez ručitele
- Úvěry nad 30 000 Kč jsou poskytovány na základě individuální dohody
- Volba doby splácení od 6 do 36 měsíců
- První splátku hradí klient měsíc od data uzavření smlouvy, resp. měsíc po zákroku

Společnost Home Credit, a. s., patří k lídrům trhu spotřebitelského financování v ČR a za rok 2006 profinancovala nákupy svých klientů v hodnotě 7,1 miliardy Kč. Společnosti skupiny Home Credit, působící na trzích střední a východní Evropy a Střední Asie, vydaly v roce 2005 úvěry v celkovém objemu 2,1 miliardy USD. Home Credit si udržuje přední postavení na trzích spotřebitelského financování v České republice (vstup v roce 1997), Slovenské republice (1999), Ruské federaci (2002) a Kazachstánu (2005). V roce 2006 vstoupila skupina Home Credit i na ukrajinský trh. Home Credit je součástí skupiny PPF, která se řadí mezi přední finanční skupiny v České republice a regionu střední a východní Evropy.

- Spotřebitelské úvěry Home Credit lze v České republice získat na téměř 5000 obchodních místech s elektronikou, výpočetní a kancelářskou technikou, nábytkem, kuchyněmi, stavebními díly, podlahami, bazény a dalším sortimentem, lze je užít také na nákup dovolené nebo úhradu nadstandardních lékařských zákroků.
- Bezúčelová hotovostní půjčka 10 000 nebo 15 000 Kč je dostupná na 1500 pobočkách České pošty. O půjčku může požádat fyzická osoba starší 18 let v zaměstnaneckém poměru.
- Telefonní půjčku až do výše 30 000 Kč lze sjednat z pohodlí domova - po telefonu - na bezplatné lince 800 999 000. Výplata hotovosti probíhá na vybraných pobočkách České pošty. (tz)

- Kreativní design
- Promyšlené kódy stránek a aplikací
- Okamžité načítání stránek
- Rychlost práce, flexibilita
- Přátelští zaměstnanci
- Zkušenosti a znalosti technologií budoucnosti
- Komplexnost nabídky



Na počátku je **vize** jak dovést vaši firmu k prosperitě.



Připravíme projekt přesně padnoucí **na míru**.



Ani nejmenší **detail** nám nezůstane skryt.



Vaše **špička** úspěchu je naší odměnou.



Vaše představy naplníme k samému **okraji** vašeho očekávání.



Základem spokojenosti zákazníka je **rychlost** provedení.

Přivedeme vaši firmu k prosperitě.

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

Telefon: +420 606 615 609, Fax: +420 284 689 063, E-mail: martin@prosperita.info

www.prosperita.info