

# Madam Business®

prosinec 2008

Žena, která se neztratí

## VIRTUÁLNĚ, NEBO DOOPRAVDY?

Eva Brixí

Kup mi celý květinový stánek  
 Já pak budu psávat  
 do tvých osudových stránek  
 Kup mi jednu bílou růži  
 Báseň za to  
 Věnuji ti jako muži  
 Kup mi vůně Kup mi barvy  
 Kup mi kousek stověžaté Prahy  
 Kup mi kousek Paříže  
 Má duše bude tvoje bez tíže

Mlhavá vzpomínka na procházky  
 internetem  
 podél mojí staré lásky žádným světem  
 Jsou tam Ulice beze jména  
 Doména je prý nejlepší adresa budoucnosti  
 Na ní potkají se ženy s muži  
 kteří nosí srdce v notebooku  
 A tajně přidávají do kroku  
 Když se blíží k záhonům tam v dálce  
 Já jim při tom držím palce

Google a Seznam  
 Magické kódy osudů V těch já se vyznám  
 Databáze emocí  
 Dopisy a pozdravy fotkám  
 Miláček se noří ze tmy  
 Já ho zítra na jeho webu potkám

Kup mi stánek s pugéty  
 A vzdeň už všechny zálety

**str. 1, 14–16 Ředitelka kanceláře v Paříži**  
 pro české i francouzské firmy

rozhovor s Janou Šmídovou, ředitelkou kanceláře CzechTrade v Paříži

str. 6–7 Pracovat na ministerstvu, to byla nabídka nečekaná  
 str. 12–13 Vedou vanilkové rohlíčky

## Astrology collection

vhodný a elegantní vánoční dárek pro ženy, obchodní partnery  
 i zaměstnance, vaše přátele, kamarády a všechny,  
 koho chcete potěšit

Podívejte se na [www.templarske-sklepy.cz](http://www.templarske-sklepy.cz) a vyberte!



Templářské sklepy Čejkovice  
 vinařské družstvo  
 696 15 Čejkovice 945  
 Telefon: 518 309 011  
 E-mail: [info@templarske-sklepy.cz](mailto:info@templarske-sklepy.cz)





# ČAJE MABROC SINGLE GARDEN

neboli čaje z jedné čajové zahrady

jsou jedinečné  
zachovávají unikátní  
chut', aroma a sílu  
typickou pouze pro  
místo, kde jsou  
pěstovány



Zakoupit čaje Mabroc Single Garden lze v hypermarketech Tesco  
nebo  
prostřednictvím e-shopu na [www.mabroc.cz/eshop](http://www.mabroc.cz/eshop).



Pomůžete tím vylepšit životní podmínky rodinám zaměstnanců čajových plantáží na Srí Lance.  
Více o charitativním programu „A home for every plantation workers“ na [www.mabroc.cz](http://www.mabroc.cz).



JE TO VLASTNĚ ZÁZRAK, ŽE VÝROBA ODĚVŮ V ČESKÉ REPUBLICE STÁLE ŽIJE. A JE DVOJNÁSOB OB-  
DIVUHODNÉ, ŽE SE TO DRUŽSTVU VKUS FRÝDEK-MÍSTEK DAŘÍ SE ZAMĚSTNANCI, Z NICHŽ VĚTŠI-  
NA MÁ ZMĚNĚNOU PRACOVNÍ SCHOPNOST. O TOM JSME HOVOŘILI S PŘEDSEDKYNÍ PŘEDSTAVEN-  
STVA ING. ZDENKOU DĚČKOU.

## PRO KUCHAŘE I KOMINÍKY

VKUS VYRÁBÍ UŽ ŠEST DESETILETÍ  
PRACOVNÍ ODĚVY A POMŮCKY.  
CO ZŮSTALO ZA CELOU EXISTENCÍ  
DRUŽSTVA NEMĚNNĚ A V ČEM JSTE  
SE MUSELI ZMĚNIT?

Po celou dobu existence je výrobní druž-  
stvo VKUS Frýdek-Místek věrno svému  
společenskému poslání zaměstnavatele  
osob se zdravotním postižením. Přesto-  
že výrobní sortiment družstva procházel  
vývojem a diverzifikací, stále převládá  
výroba pracovních oděvů pro nejrůznější  
výrobní odvětví. V průběhu let se samo-  
zřejmě měnily nároky na kvalitu a zpra-  
cování těchto oděvů. Skokově se však po-  
žadavky zvýšily po roce 1989. Přestože přizpůsobování se  
těmto změnám bylo nelehké, a někdy i bolestné, troufám si  
říct, že jsme tuto kvalitativní změnu zvládli.

ŠITÍ ODĚVŮ VELMI PODLÉHÁ MÓDNÍM VLIVŮM. JAK  
JE TO VŠAK U OBLEČENÍ PRO KOMINÍKY, KUCHAŘE  
A DALŠÍ PROFESE? VÝHODU PŘINÁŠEJÍ DLOUHÁ TRA-  
DICE A ZKUŠENOSTI, NEBO SPÍŠ SCHOPNOST PRUŽNĚ  
SE PŘIZPŮSOVAT POŽADAVKŮM ZÁKAZNÍKA?

Tak jako výroba oděvů všeobecně, i pracovní oděvy podléhají  
módním vlivům. Chceme-li zákazníka získat, musíme mu být  
schopni nabídnout sofistikovaný výrobek, který jej zaujme  
jak užitnými vlastnostmi, tak také svým vzhledem. Takže  
i profesní oděv pro kuchaře a kominíky musí tyto podmínky  
splňovat. Dnešní moderní profesní oděv je na hony vzdálen  
„modrákům“, které byly obvyklé před dvaceti a více lety. Tak-  
že chceme-li být úspěšní, je nutností na požadavky zákazníka  
reagovat pružně a splnit veškeré jeho nároky. Přizná-  
vám, že je to někdy hodně náročné.

SE 190 ZAMĚSTNANCI PATŘÍ VKUS K NEJ-  
VĚTŠÍM VÝROBNÍM DRUŽSTVŮM V REPUB-  
LICE. V ČEM SPOČÍVÁ UMĚNÍ DOBŘE ŘÍDIT  
POČETNÝ KOLEKTIV A VĚST HO K POD-  
NIKATELSKÝM ÚSPĚCHŮM?

Už proto, že jsem v nejvyšší funkci  
družstva jen něco přes dva roky  
a sama stále hledám optimální  
model řízení pro naše družstvo,  
netroufám si dát univerzální re-  
cept na dobré řízení pracovního  
kolektivu. Domnívám se však, že  
bez neustálého budování atmo-  
sféry otevřenosti, důvěry a odpo-  
vědnosti nelze úspěšně řídit.

VÍC NEŽ POLOVINU PRACOVNÍKŮ  
DRUŽSTVA VKUS TVOŘÍ INVALID-  
NÍ OSOBY. JE TO JEN NÁHODA, ŽE



Ing. Zdenka Děcká

PATŘÍTE K NEJVĚTŠÍM ZAMĚSTNAVA-  
TELŮM LIDÍ SE ZMĚNĚNOU PRACOV-  
NÍ SCHOPNOSTÍ V MORAVSKOSLEZ-  
SKÉM KRAJI?

Zaměstnávání pracovníků se zdravotním  
postižením je od doby vzniku družstva  
jeho samozřejmou součástí. V minulosti  
v Moravskoslezském kraji působilo ně-  
kolik takto velkých družstev a je to malý  
zázrak, ale především mnohaleté úsilí,  
že naše družstvo, přestože působí v tak  
málo rentabilním odvětví, jako je oděv-  
ní výroba, stále žije. Skloubení nových  
ekonomických aktivit se zaměstnáváním  
hendikepovaných je naším dlouhodo-  
bým programem. Proto jsme například před dvěma lety po-  
řídili malou pekárnu, ve které  
našlo uplatnění 17 převážně  
zdravotně postižených za-  
městnanců.



CO POVAŽUJETE ZA NEJVĚTŠÍ ÚSPĚCH DRUŽSTVA  
VKUS FRÝDEK-MÍSTEK A VÁS OSOBNĚ? A JAKOU  
METU BYSTE JEŠTĚ CHTĚLA ZDOLAT?

Za nejpozitivější změnu pokládám, že po letech ztrátového  
hospodaření dochází v družstvu ke zlepšení hospodářských  
výsledků. S tím souvisí i postupná změna v myšlení našich  
zaměstnanců, a to v nutnost dosahování ziskového hos-  
podaření družstva. Cílem do budoucna musí být doplnění  
činnosti družstva o takové nové aktivity, které umožní po-  
skytnout práci osobám se zdravotním postižením, což bude  
nelehký úkol v současné finanční a hospodář-  
ské krizi, která se výrazně projevuje v oděvním  
odvětví.

otázky položil Pavel Kačer



## Jak se dělají radosti

*Každý s chutí poradí: Buď veselá! Optimismus, to je to hlavní! Nesmíš se bát, musíš doufat! Nenech se srazit na kolena! Blbců si nevsímej! Hlavně se usmívej!*

*Dělám to stejně, každému, kdo se necítí a je na něm znát smutek, ráda přenechám kousek vlastní energie, povzbudím vtipem, poradím, jaká bylinka by se zrovna hodila, na jaký film zajít do kina a že i televizní seriál není k zahození. Mám to totiž vyzkoušeno. Dobrý člověk se nesmí dát. Nemůže se nechat zlomit, protože by tím vyklidil prostor, v němž by mohly rádit samé nepravosti.*

*Máte-li pocit, že se toho právě teď na vaši zodpovědnou hlavu a pracovitou povahu valí přespříliš, zastavte. Prodýchejte povinnosti a v okamžiku, kdy to nenaruší časový sled vašich priorit, si vzpomeňte na nejkrásnější milostné chvíle, tu nejužasnější dovolenou, nejroztomilejší trapas či na neopakovatelný úspěch svých dětí ve škole. Zajděte si vedle kanceláře na dobrý čaj nebo napěněné presíčko, jen tak, pro radost! A v pondělí večer, až se ocitnou firemní klíče na dně kabelky, si pěkně prohlédněte výlohy obchodů, v knihkupectví si vyberte drobnou sbírku veršů a vedle v prodejně s prádlem třeba sadu zdobených kapsníků. Nebo – co nová rtěnka zatím nevyzkoušené barvy? Lžička na kafe jen a jen pro vás? Ráno bude určitě veselejší. Cestou do práce zamiřte svůj zrak na zahrádky důchodců nebo tam, kde někde ještě něco kvete. Jinde zase holé větve stromů a keřů šustí pohádkovými vyprávěnkami a snaží se ponoukat vaši fantazii. Náhdera, vidíte?*

*Je-li vám přesto úzko na duši, někdy to tak zkrátka je, nemyslete na to, co bylo a co je. Dívejte se dopředu a promýšlejte, jaké najít řešení. Věřte, že vždycky existuje. I v té přípravě na další konec světa. Tedy promiňte, na Vánoce 2008.*

*Večírky, přátelská posezení, novoročenky, inovované databáze klientů, dárečky pro každou příležitost, uzávěrky, marketingový plán 2009, daňová optimalizace, vystavení všech faktur, hlídání dlužníků, chřipkové období, rozbitá myčka na nádobí, zamilovaná dcera, neposlušná babička, která odmítla napéci cukroví... co je to proti síle, kterou v sobě máte!*

vaše Eva Brixí

## O Vánocích vsadte na jistotu



Brilantový šperk z nabídky společnosti Diamonds International Corporation – D.I.C. a. s. potěší svou krásou i hodnotou každou ženu i muže. Kdo nemá vztah ke šperkům, zvolí třeba investiční diamant či praktické hodinky. Únava ze shánění, špatná volba, hromadění předmětů, to vše jsou průvodní znaky dárkománie, kterou naše doba přináší. Kdo je unaven tímto fenoménem doby, jistě hledá úniky a jiné varianty. Vždyť ne nadarmo se říká, že dárci se raduje dvakrát – jednou při výběru vhodného dárku, podruhé, když dává. Diamant je nadčasovou a tradiční investicí. Jeho hodnota je uznávána po celém světě a nepodléhá módě, diamant je navíc téměř nezničitelný. Všechny diamanty – i ty ve špercích – z nabídky D.I.C. a. s. jsou opatřeny certifikátem nezávislé gemologické laboratoře vypovídajícím o jejich kvalitách. Exkluzivní brilantové šperky vycházejí z vlastních šperkařských dílen, kde se přírodní krása pod rukama nejlepších šperkařů proměňuje v nadčasovou ozdobu pro ženy i muže.

navštivte showroom D.I.C. – Široká 15, Praha 1  
objednat můžete také na [www.dic.as](http://www.dic.as)

(tz)

## MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

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

**Kateřina Jíchová**  
PR Manager Whirlpool CR

V práci to obvykle řeším tak, že všeho nechám, „vypnu“ mozek a jdu se odreagovat do naší firemní kuchyňky. Cestou natrefím na některého z kolegů a při vaření kávy probereme, co se dá. Taková desetiminutovka je neuvěřitelně osvěžující, vyčistím si hlavu a vyventiluji přebytečný stres. Navíc se tím báječně utužují pracovní vztahy! Kolegové mě většinou přivedou na jiné myšlenky, pobaví a rozesmějí, takže k sobě do kanceláře se vracím s novou energií a předsevzetím, že „to přece nějak zvládnou“.

A v soukromí mám jednu osvědčenou metodu, jak na chvíli zastavit a utřídit si myšlenky – mytí nádobí. Tahle mechanická manuální práce je pro mě nejlepším lékem na spěch a stres. Ale jinak s mírným rděním přiznávám, že mojí neřestí je nedochvilnost, takže mám občas pocit, že vlastně spěchám pořád :o)...



## OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

**Vladimír Brož**  
Territory Manager ČR & SR, McAfee, Inc.

Váží si každé ženy, která zvládá skloubit své zaměstnání i chod rodiny. Ženy obě tyto „profese“ dokážou zvládat bravurně. Ví, že to vyžaduje značné úsilí vše zorganizovat, a navíc je zde nutná podpora partnera, ale to platí i v opačném případě. Navíc když si žena vybere profesi, která jí baví a vnitřně uspokojuje, většinou v ní dokáže vyniknout. Ženy jsou na rozdíl od mužů více empatické, takže při jednání vnímají nejen, co říkáte, ale snaží se odhadnout vaši momentální náladu.



## Zimní kampaň plná dáreků

Raiffeisen stavební spořitelna (RSTS) odstartovala prvním listopadovým dnem zimní kampaň na podporu prodeje plnou zajímavých dáreků. Klienti, kteří od 1. listopadu do 31. prosince letošního roku uzavřou smlouvu o stavebním spoření, se mohou těšit na neobvyklé množství výhod. Navíc i letos RSTS podpoří rekonvalescenci zraněných dětí.

„Nechceme naše zákazníky odbýt pouze jedním reklamním předmětem či malou slevou, proto jsme připravili širokou nabídku výhod, které jim ke konci roku poskytneme při uzavření nové smlouvy či navýšení té stávající“, vysvětlil Tomáš Vášáry, marketingový ředitel RSTS. Dárků je opravdu celá řada: cestovní pojištění od pojišťovny Uniqa na jeden rok zdarma v hodnotě 2000Kč; povinné ručení s akční slevou až 10 tisíc korun; věrnostní platební karta Exclusive se Standou s vkladem 1000Kč na účet stavebního spoření; úvěr bez poplatku při podpisu úvěrové žádosti od 1. 1. 2009. Navíc stejně jako v loňském roce pošle Raiffeisen stavební spořitelna z každé nové smlouvy o stavebním spoření nebo při navýšení smlouvy stávající 50Kč Nadačnímu fondu Kolečko. „Nenabízíme tak jen běžné výhody stavebního spoření, jakými jsou třeba bezpečnost vkladů, výnosnost, nízké úrokové sazby či nemenné podmínky úvěrů, nabízíme také možnost podpořit dobrou věc,“ dodal T. Vášáry.

(tz)



**Tiráž: Prosperita Madam Business**, vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, prosinec 2008

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové, e-mail: [brixip@prosperita.info](mailto:brixip@prosperita.info), mobil: 602 618 008; obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609; zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožníčková. Tisk: Moravská typografie, distribuce: SP Agency, [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)



# UŽ ZASE K MYŠÁKOVÍ

BÝVAL TO DŘÍVE POJEM. NA DOBROTY K MYŠÁKOVÍ CHODILA CELÁ PRAHA VČETNĚ PREZIDENTA MASARYKA. OD SOBOTY 22. LISTOPADU 2008 TOMU MŮŽE BÝT PODOBNĚ. PO HISTORICKÉ PERIPETII A ZMĚNĚ VLASTNÍKŮ BYLA CUKRÁRNA MYŠÁK ZNOVU OTEVŘENA.

Má tři patra. Nejnížší slouží jako přípravná zákusků a zmrzliny. Přízemnímu vévodí velký oválný pult a po mramorovém schodišti se vyjde do prvního patra s klasickou cukrárnou. Myšák má kapacitu pro 144 sedících zákazníků, všechny prostory jsou bezbariérové.

Neváhejte a vydejte se znavení předvánočním shonem ve firmě či doma právě sem. Čeká vás kulinářský zážitek a chvilka pro pohodu duše. Dobře se vám tu bude jednat i s obchodními partnery. Kdoví, zda se právě u nadýchavých zákusků neuzavře báječný kontrakt, zda se tu nezrodí nové obchodní přátelství.

A co že vás čeká? Určitě to, čemu se těžko dá odolat. Někteří sladkosti vycházejí z původních receptur, jiné zákusky jsou netradiční a vyrábějí se podle vlastního know-how. Mezi speciality lze zařadit Sacherdort nebo Schwarzwaldský dort. Pochutnáte si na klasických karamelových větrnicích nebo na labutích z odpalovaného těsta, minizákuscích, na ořechových či lanýžových dortech nebo také na mléčných koktejlech. Cukrárna nabízí rovněž pralinky a čokoládové bonbony, opět z vlastní produkce. Sortiment bude obohacen také o některé výrobky z kynutého těsta, třeba koláčky, buchtičky, vánočky.

Jste-li milovníci zmrzliny můžete si vybrat z 20 smetanových druhů, jejichž receptura byla vyvinuta speciálně pro Cukrárnu Myšák. Přitom zmrzlinové poháry s čokoládovými dekoracemi budou mistři cukráři tvořit přímo před vašimi očima.

V Cukrárně Myšák se podává prvotřídní směs kávy PIAZZA D'Oro INTENSO. Intenso znamená v překladu vášnivý a taková je i PIAZZA D'Oro, silná káva s vyváženou chutí a sladce kořeněným nádechem. Stejně jako za první republiky dostane host na tácku kávu, vodu, v konvičce mléko a cukr ve speciální cukřence, nic není baleno.

Cukrárnu má v pronájmu společnost ICE ART. Její jednatel, Peter Freiwald, řekl: „Naše společnost vybudovala na 15 zmrzlinových salonů v ČR, ale vlastní cukrárnu v tak noblesním pojetí, jako je dnešní Cukrárna Myšák, jsme zatím nikde neotevřeli. Myšák bude špička, nic lepšího v Praze nenajdete. Když jsme se dozvěděli o možnosti pronajmout si zdejší objekt, neváhali jsme ani chvíli. Rekonstrukce trvala déle, než jsme mysleli, ale teď konečně můžeme hostům ukázat, že je to stejně dobrá cukrárna jako ta prvorepubliková.“

Cukrárna Myšák je součástí projektu Myšák Gallery, zahrnujícího dva objekty. Objekt s cukrárnou je cennou historickou budovu jen 150 metrů od pražského Václavského náměstí a tak byla jeho rekonstrukce složitá i kvůli poža-



давкům na maximální zachování všech původních architektonických prvků nebo na dokonalost replik. Historický portál cukrárny byl obnoven a většina prvků včetně dveří je původních.

Pokud jde o interiér, pak některé prvky byly odborně sejmuty a po rekonstrukci navraceny, což platí zejména o štukách. Zrestaurovány byly také mozaiková („piškotová“) podlaha v přízemí, malby na stropě, mramorové schodiště a dřevěné niky.

Vybavení cukrárny je nové – například pulty a bary byly vyrobeny v Itálii, židle a stoly vznikly v ČR. Rekonstrukce jak stavebních částí, tak vybavení cukrárny vycházela z dobových fotografií, protože jiná dokumentace neexistuje.

Když se ohlédneme zpět do historie, zjistíme, že budovy ve Vodičkově ulici č. 710 koupil v roce 1910 proslulý cukrář František Myšák. Původní neorenezanční budovu, která vznikla v roce 1883, nechal přestavět v roce 1922 světoznámým stavitelem a inženýrem Josefem Čapkem. Dům tak získal svou rondokubistickou fasádu z červených pemrlovaných cihel navrženou pravděpodobně slavným architektem Josefem Gočárem. Rondokubistická je nejen fasáda, ale i výkladce, vnitřní prostory a štuková výzdoba v 1. patře.

V cukrárně pracoval od svých pěti let syn majitele František, a to až do roku 1949. Cukrárna byla znárodněna a fungovala do devadesátých let minulého století.

Dnes patří cukrárna společnosti Myšák Gallery a.s. a je součástí objektu, kde se nachází luxusní nákupní galerie, vysoce nadstandardní byty i kancelářské prostory.

(rix)



# PRACOVAT NA MINISTERSTVU, to byla nabídka nečekaná

ING. ARCH. MARTINA HOVOŘÁKOVÁ PRACUJE JAKO VRCHNÍ ŘEDITELKA SEKCE 1. MÍSTOPŘEDSEDY VLÁDY A ŘEDITELKA KABINETU MINISTRA PRO MÍSTNÍ ROZVOJ JIŘÍHO ČUNKA. NAJÍT PROSTOR V JEJÍM DIÁŘI MEZI VŠEMI TĚMI POVINNOSTMI A CESTAMI JE OPAVDU NÁROČNÉ. VYUŽILI JSME HO K ROZHOVORU NEJEN O EVROPSKÝCH FONDECH, ALE I O ŽENSKÉM POHLEDU NA ARCHITEKTURU A URBANIZMUS.

## PŮVODNÍ PROFESÍ JSTE ARCHITEKTKA. NENÍ TO POŘÁD JEŠTĚ U NÁS OBOR SPÍŠE VHODNÝ PRO MUŽE?

Práce architekta/architektky je tvořivá, ale lidé o ní mají, myslím, jinou představu, než jaká je realita. Je to spíš technicky zaměřená profese. Pro ženu není úplně jednoduché prosadit se v oboru, který ovládají hlavně muži. Na druhou stranu právě ženský pohled může vnést do stavby či konstrukce zajímavý a neotřelý prvek, stejně jako smysl pro tvar či cit pro barvy. Troufám si tvrdit, že právě toto se projevilo zvláště při řešení mnoha realizovaných interiérů – ať už to byla Městská knihovna ve Vsetíně, lékárna v Olomouci, Vsetíně, Rožnově pod Radhoštěm či rekonstrukce několika základních škol a mateřských školek, lékařských ordinací a kanceláří mnoha firem nebo také při pohledu na urbanistický detail při regeneraci panelových sídlišť a jejich dětských hřišť, městských mobiliářů apod. Například na několika sídlištech ve Vsetíně, v Brně, v Karolínce nebo Blansku.

Ing. arch. Martina Hovořáková



## CO VÁS PŘIVEDLO K PRÁCI VE STÁTNÍ SPRÁVĚ NA MINISTERSTVU PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR?

Již v minulých letech jsem působila jako architektka na několika projektech pro město Vsetín, kde byl tehdeším starostou současný ministr Jiří Čunek. Ke konci období jeho působnosti ve funkci starosty města vešel v platnost nový Stavební zákon, který působil při zavádění do praxe a při realizaci projektů velké potíže. Jelikož je tato problematika v gesci MMR, ministr se rozhodl po svém nástupu do funkce tyto záležitosti řešit a povolal si k tomu „uživatele“ tohoto zákona, tedy lidi z praxe. A já jsem byla jednou z nich. Stala jsem se kromě jiného Zmocněnkyní ministra pro Přípravu novely stavebního zákona, a protože je mi z hlediska mé profese blízká i oblast bydlení, regionálního rozvoje či územního plánování, stala jsem se vrchní ředitelkou sekce 1. místopředsedy vlády, kde se právě tato problematika prolíná. Přesto nabídka pracovat na ministerstvu byla nečekaná. Vzala jsem ji proto, že mi to přišlo užitečné, a navíc i zajímavé. Jako žena se mohu angažovat v oblastech své profese a zasahovat do rozhodnutí, která většinou opět ovládají muži.

## PŘICHÁZÍTE ZE VSETÍNA, KDE JSTE PŮSOBILA JAKO ČLENKA KOMISE VÝSTAVBY. MŮŽETE SROVNAT VÝVOJ ARCHITEKTURY U VÁS V REGIONU A V PRAZE?

Tak jistě – architektura se vyvíjí stejně jako jiné obory. Mám raději klasické stavby, čisté linie a hodně prostoru kolem. Když to mohu srovnat, myslím, že Praha se zbytečně zastavuje. Jsou tu krásná místa, která by měla zůstat volná. Chápu, že je třeba rozvíjet obchod a infrastrukturu velkých aglomerací, ale vše by mělo mít svou míru.

## CO PŘESNĚ SPADÁ DO OKRUHU VAŠÍ PŮSOBNOSTI NA MINISTERSTVU?

Jak jsem již výše uvedla, jsem vrchní ředitelkou sekce 1. místopředsedy vlády, ředitelkou kabinetu ministra a Zmocněnkyní ministra pro Přípravu novely stavebního zákona. Povídání o tom by nám zabralo hodně času. Ráda bych však zdůraznila, že mým úkolem je také sledovat implementaci politiky soudržnosti EU do naší politiky pro místní rozvoj. To je také další důvod, proč mě práce na ministerstvu tak zaujala. Jde především o to, aby se dotace z EU využily efektivně a prostředky z fondů EU pomohly těm regionům, které to potřebují. To je středobod politiky EU, totiž vyrovnávat disparitu (nerovnováhu) jednotlivých regionů členských zemí EU.

## NA VEŘEJNOST OBČAS PROSAKIJÍ ZNEPOKOJIVÉ ZPRÁVY O NEDOSTATEČNÉM ČERPÁNÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ Z EVROPSKÝCH FONDŮ. MŮŽETE ŘÍCI, JAK JSME NA TOM DOOPRAVDY A ZDA SE NÁM PO-DÁŘÍ VEŠKERÉ PENÍZE EU NA ROZVOJ ČESKÉ REPUBLIKY ZÍSKAT?

Řídicí orgány operačních programů v letošním roce výrazně zrychlily tempo vyhlášení výzev k podávání projektů na čerpání evropských dotací. Celkem bylo od počátku programového období 2007–2013 vyhlášeno už 358 výzev. Množství peněz, které se v nich žadatelům nabízí, přesáhlo 12 miliard eur. Z celkových 26,69 miliardy eur vyčleněných Evropskou unií pro Českou republiku tedy výzvy pokryly již téměř polovinu, přestože jsme teprve ve druhém roce sed-



miletého programového období. Úspěšně pokračuje také schvalování předložených projektů. Z Evropské unie jim bylo již přiděleno 1,65 miliardy eur.

### BRUSEL CHCE NOVĚ POSKYTNOUT PROSTŘEDKY NA ŘEŠENÍ PROBLÉMOVÝCH BYTOVÝCH ZÓN. KOHO BY SE TYTO DOTACE TÝKALY, ČEMU MAJÍ SLOUŽIT A CO MUSÍ SAMOSPRÁVY ČI JINÍ PŘÍJEMCI UDĚLAT, ABY JE ZÍSKALI?

V rámci Integrovaného operačního programu jsou vyčleněny finanční prostředky na řešení problémových bytových zón ve městech nad 20 000 obyvatel (kromě hl. města Prahy). Podmínkou čerpání prostředků je, aby města měla zpracovaný a schválený Integrovaný plán rozvoje města pro problémovou zónu. Žádat o dotaci poté mohou města a vlastníci bytových domů v problémové zóně, přičemž podporovanými aktivitami budou revitalizace veřejných prostranství a regenerace bytových domů. V současné době města připravují Integrované plány rozvoje měst. Výzva pro předkládání IPRM končí 31. 12. 2008.

### SAMOSTATNOU KAPITOLU DOTAČNÍ POLITIKY TVOŘÍ PROGRAMY PŘÍHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE. U NÁS SE NABÍZEJÍ VELKÉ MOŽNOSTI ZEJMÉNA NA ČESKO-BAVORSKÉM POMEZÍ, ALE I JINDE. JAKOU ROLI HRAJE V TOMTO MMR ČR?

Česko-bavorský program přeshraniční spolupráce v rámci Cíle 3 – Evropská územní spolupráce je v programovém období 2007–2013 jedním z pěti podobných programů významně spolufinancovaných ze strukturálních fondů EU (do výše 85 % výdajů) určených pro řešení specifických problémů v území přílehajícím po celém obvodu ČR ke státní hranici. MMR hraje v tomto programu roli tzv. Národního orgánu, což znamená, že je partnerem příslušných institucí na bavorské straně, které za program vystupují v roli Řídícího orgánu vůči Evropské komisi. Tato role znamená především to, že se MMR podílí z českého pohledu na přípravě veškeré programové dokumentace, na vydávání příslušných metodik, příruček a vodítek pro potenciální žadatele a v případě úspěchu pro příjemce této formy pomoci. Program již byl vyhlášen a na mezinárodním Monitorovacím výboru proběhl první výběr projektů pro realizaci.

### PROČ BYL PŘIPRAVEN NOVÝ MONITOROVACÍ SYSTÉM PRO SLEDOVÁNÍ PROGRAMŮ EU A CO OD NĚJ OČEKÁVÁTE?

Monitorovací systém, který je v současné době používán, prošel certifikací Evropské komise. Nicméně jeho část nebyla před lety pořízena v souladu se zákonem o zadávání veřejných zakázek, což v současnosti vede k zásadním problémům s úhradou nákladů na údržbu a rozvoj systému. Ministerstvo hledalo řešení v rámci optimalizace stávajícího systému, avšak na základě právních a technických analýz bylo rozhodnuto o vypsaní soutěže na nový monitorovací systém. Novou soutěží bude odstraněna právní vada, vyřešen problém s financováním a rovněž bude dosaženo technologického posunu, v jehož důsledku bude provoz systému levnější a implementace nových funkcí rychlejší.

ptal se Pavel Kačer ☞  
foto: archiv MMR ČR



# „BETONOVÁ LADY“ má u mužů respekt



STAVĀŘINA JE PROFESE PRO CELÉ CHLAPY A SLEČINKY MEZI NIMI NEHLEDEJTE. ALE I NA STAVBÁCH MŮŽETE NAJÍT VÝJIMKU. A KDYŽ SE DOKÁŽE ŽENA V TAKOVÉM PROSTŘEDÍ PROSADIT, PAK UŽ URČITĚ STOJÍ ZA TO. TAK NA MNE PŮSOBÍ I GENERÁLNÍ ŘEDITELKA SPOLEČNOSTI QUALIFORM. NE NADARMO SI ING. ALENA CHALUPOVÁ VYSLOŽILA U SILNĚJŠÍHO POHLAVÍ PŘEZDÍVKU „BETONOVÁ LADY“. I O TOM JE NÁSLEDUJÍCÍ ROZHOVOR.

## ČÍM VÁS TOHLE „CHLAPSKÉ“ POVOLÁNÍ PŘITÁHLO?

Už v šesté třídě na základní škole jsem do slohové práce na téma „čím budu“ napsala, že budu stavební inženýrkou, na nohou holínky, na sobě vatový kabát, na hlavě přilbu a k tomu maringotku a psa. Abych byla této vysněné profesi co nejbližší, šla jsem na VUT v Brně, vystudovala pozemní stavitelství, obor provádění staveb. A mým snem bylo budovat mosty jako stavbyvedoucí.

## A TEN SEN SE SPLNIL...

Splnil se mi jen do jisté míry. Začala jsem v okresním stavebním podniku dělat koordinaci přidružených stavebních výroby v rámci komplexní bytové výstavby pro město Brno. Později v Qualiformu jsem prošla technickou kontrolou, například na stavbě Korada v České Třebové, čerpacích stanic a další drobnějších akcí. Jako technická kontrolorka jsem se také dostala na staveniště. Dodnes se mi po tom stýská.

## JAK VYPADAL VÁŠ KARIÉRNÍ POSTUP V QUALIFORM, A.S.?

Od roku 1996 jsem si vyzkoušela všechny práce, která firma až do dneška nabízí. Začínala jsem jako technický vedoucí pracoviště zkušebny stavebních hmot ve Žďáru nad Sázavou.

Akreditovaná zkušebna stavebních hmot, kde jsme dělali zkoušky betonu, zemin a hlavně na kameniva, však skončila v roce 2002. V té době jsem dostala od generálního ředitele nabídku, abych nastoupila na certifikační orgán pro výroby. Ze Žďáru jsem se tak dostala do Brna. Když pak odešel ředitel certifikačního orgánu, převzala jsem jeho odbor. V lednu 2008 jsem byla jmenována generální ředitelkou QUALIFORM, a.s.

## STALA JSTE SE MANAŽEREM V MUŽSKÉM KOLEKTIVU?

Sice se pohybuji převážně mezi muži, ale i ženy najdete v laboratoři, provádějí certifikační audity a odborná posouzení. Laboratoř bez ženské ruky totiž poznáte na první pohled. Proto se snažíme, abychom v každé zkušebně v Praze, Děčíně, Hradci Králové, v Olomouci a na centrálním pracovišti v Brně alespoň jednu laborantku nebo inženýrku měli.



Ing. Alena Chalupová

## UDĚLALA JSTE ZE SVÝCH ŽENSKÝCH VLASTNOSTÍ NA PRACOVÍŠTI VÝHODU?

Začínala jsem na monolitických konstrukcích se zkouškami betonu, které se provádějí buď v betonárnách, nebo přímo na stavbách u čerstvých a zatvrdlých směsí. Jednou se mi stalo, pamatuji se, že to bylo 23. prosince 2000, že jsem už po několikáté přijela na stavbu provádět nedestruktivní zkoušky. Byla jsem už hodně unavená. A ze stropu prvního patra slyším: „Bacha hoši, zas jde ta betonová lady!“ Uvědomila jsem si, že mě potřebují, že jsem pro ně užitečná, že mě prostě berou mezi sebe.

## NESTAČÍ TEDY JEN NOSIT SUKNĚ, ABYSTE MĚLA ÚSPĚCH?

Jistě mi čtenářky dají za pravdu, že žena toho musí umět aspoň o dvacet procent víc. Musí se taky o třicet procent víc snažit, aby nezůstala pozadu a byla vždy připravená. Stane se vám při posudcích, expertizách, že měsíce kolem problému chodí investor, dodavatel, všichni o tom mluví a pak, když si neví rady, vás zavolají a chtějí řešení hned na místě. Proto mi každá stavba, každý problém přinesly novou zkušenost.

## A K TOMU TŘICETIPROCENTNÍMU BONUSU MÁTE JEŠTĚ NA STAROSTI VELKOU RODINU. JAK TOHLE VŠECHNO ZVLÁDÁTE?

Máme doma s manželem tři syny – devatenáct, sedmáct a tři roky. Navíc denně dojíždím skoro sto kilometrů. Proto si všechno musím pečlivě plánovat, některé činnosti jsem musela delegovat na druhé a na něco jsem musela zapomenout.



## ► DELEGUJETE NAPŘÍKLAD MYTÍ NÁDOBÍ NA MANŽELA?

Na manžela se mohu spolehnout, pomáhá mi při mé náročné práci. I starší synové pomáhají zabezpečovat chod domácnosti.

## POJĎME SE BAVIT O FIRMĚ, KTEROU ŘÍDÍTE. CO SI PŘEDSTAVIT POD ZNAČKOU QUALIFORM?

Ve firmě pracuje skvělý pracovní tým. Na šéfy odborů i další pracovníky se mohu spolehnout. Možná je to i tím, že jsem prošla všechny odbory a jejich práci si vyzkoušela. Když se spolu pracovníky mluvím, vím, o čem to je, a oni mne respektují. Jsme nezávislým poskytovatelem komplexních služeb. Stavebnictví dáváme prioritě, protože vlastníme akreditované zkušebny stavebních hmot nejen v Brně, ale i na čtyřech detašovaných pracovištích. Jsme Autorizovanou osobou a Notifikovanou osobou v rámci zákona č. 22/1997 Sb. v rozsahu autorizací udělených ÚNMZ. Provádíme certifikaci systému managementu jakosti, environmentálního managementu, bezpečnosti práce a bezpečnosti informačních technologií. Zabýváme se kvalifikací a klasifikací stavebních firem, ucházejících se o veřejnou zakázku. Obor znalectví a stavebních expertiz se zaměřuje na oceňování nemovitostí, podniků a expertní činnost při posuzování konstrukčních vad a poruch na stavbách.

## CO TEDY PO VÁS MŮŽE ZÁKAZNÍK POŽADOVAT?

Můžeme firmě pomoci při výběrovém řízení kvalifikačním certifikátem, můžeme během stavby provádět všechny zkoušky, které jsou zahrnuty v kontrolních zkušebních plánech, zpracovat vyhodnocení zkoušek jak dílčích, tak i pro celou stavbu. Výrobci můžeme pomoci uvést jejich výrobek na trh v souladu s nařízením vlády. A také – když je nějaký průšvih, můžeme ho posoudit a navrhnout vyřešení problému. Nejen pro stavební firmy, ale i v dalších více než třiceti oborech jsme schopni provést certifikační audit zavedeného systému managementu podle kritériálních norem.

## CO SI PŘEDSTAVIT POD POJMEM TYPICKÝ KLIENT QUALIFORMU?

Služby od nás dostane velká společnost, jejímž oborem

je stavebnictví, i soukromník, který staví pro sebe rodinný domek. Jsme schopni vždy poskytnout kompletní servis.

## MOHOU TO BÝT I SOUDY?

Ano, Qualiform, a.s. je zapsán u ministerstva spravedlnosti od roku 1997 v prvním oddíle seznamu ústavů kvalifikovaných pro provádění znalecké činnosti ve 2 oborech: ekonomika s rozsahem znaleckého oprávnění pro ekonomiku stavebních investic, cen nemovitostí, systémy jakosti stavebních firem, oceňování know how firem působících ve výstavbě. Druhým oborem je obor stavebnictví s rozsahem znaleckého oprávnění pro vlastnosti staveb, stavebních hmot a výrobků pro stavby, vady a poruchy staveb, jakost stavebních děl a životnost staveb.

## JAKO GENERÁLNÍ ŘEDITELKA ŘÍDÍTE QUALIFORM, A. S. TEPRVE OD 1. LEDNA 2008. JAKÁ JE VAŠE VIZE?

Jsem přesvědčena, že zaměstnanci jsou významnou hodnotou, kterou QUALIFORM má. Bez lidí je každá firma jen vybavení a budovy. Mou prioritou je konsolidovat tým, motivovat lidi, aby cítili velkou zodpovědnost za svou práci a sounáležitost s firmou. Samozřejmostí je další vzdělávání pracovníků, abychom mohli s rostoucími nároky držet krok. Postupně pracoviště zkušební laboratoře dovybavit nejmodernějším zkušebním zařízením. Chci se také zaměřit na získávání nových zakázek oslovením i mimostavebního trhu. Můžeme certifikovat ve zdravotnictví. Rozbíhá se certifikace ve státní správě u odborů, které poskytují dotace a potřebují jasně znát pravidla. Nejen ve stavebnictví se otvírají možnosti v oblasti systémů managementu bezpečnosti práce a bezpečnosti informačních technologií.

## PŮSOBÍTE NA MĚ DOJMEM, ŽE VÍTE JAK NA TO.

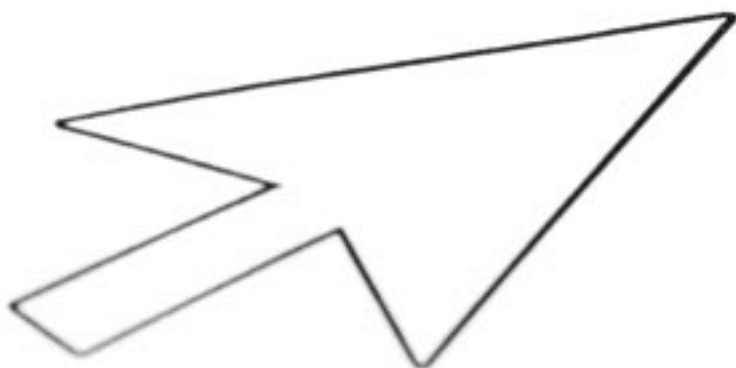
Podle mého názoru úspěch společnosti závisí na lidech, kteří pracují s velkým osobním zaujetím, lidech, kteří používají v práci rozum i srdce. Orientujeme se na poskytování perfektních služeb a dlouhodobé jistoty pro zákazníky, jejichž základem je odbornost, rychlost a serióznost.

**otázky položil Pavel Kačer** ☞



## Dotkněte se reality

Internet a design



### Váš webdesign

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našimi hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například zabudujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru.

Kontaktujte nás kdykoli.

Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9  
Telefon: +420 606 615 609, fax: +420 284 689 063  
[info@prosperita.info](mailto:info@prosperita.info), [www.prosperita.info](http://www.prosperita.info)





# RESORT SVATÁ KATEŘINA

po roce, aneb služby pro zdraví a na úrovni

RESORT SVATÁ KATEŘINA U POČÁTEK, UMÍSTĚNÝ UPROSTŘED JEHLIČNATÝCH LESŮ V JEDNOM Z NEJKRÁSNEJŠÍCH KOUTŮ VYSOČINY, OSLAVIL 19. LISTOPADU ROČNÍ VÝROČÍ ZAHÁJENÍ PROVOZU. U TĚTO PŘÍLEŽITOSTI ZDE BYLO SLAVNOSTNĚ ODHALENO SOUSOŠÍ SOUZNĚNÍ OD SOCHAŘE KARLA ŠPINDLERA.

Toto místo leží v oblasti původních Lázní Svaté Kateřiny, vybudovaných na přelomu 18. a 19. století u léčivého pramene zasvěceného sv. Kateřině. Pracoval zde jako lékař otec bratří Čapků a ti pak byli pravidelnými lázeňskými návštěvníky. Inspiraci zde hledal a nacházel spisovatel Julius Zeyer a během r. 1877 zde napsal román Dobrodružství Madrány. V roce 1899 se v lázních léčil i F. X. Šalda. V Lázních Svatá Kateřina pracoval jako lékař také strýc Franze Kafky. Na začátku 50. let minulého století byly lázně přestavěny a v roce 1953 se změnil v dětskou ozdravovnu.

Pramen Svaté Kateřiny vyvěrá přímo v areálu resortu. Je to unikátní perlivý pramen o vysoké vydatnosti 8 litrů/s a stálé teplotě 6° C. Po staletí je využíván jako zdroj lázeňské vody k pitným a vanovým kúrám. Pramen má přirozenou léčebnou radioaktivitu, obsahuje síru, železo, uhličitany sodný, draselný, vápenatý, křemičitan, sírany, chloridy. Jakožto alkalický minerální pramen podporuje vylučování močovin (tím usnadňuje vstřebávání bílkovin a trávení), neutralizuje žaludeční šťávy (proti překyselení žaludku), rozpouští žlučnickové kameny,



působí proti zácpě, podporuje léčbu nechutenství, bolestí hlavy, redukuje krvácivost, chudokrevnost a další. Voda, rozváděná do všech kohoutků v resortu, působí také detoxikačně (vylučuje těžké kovy z organismu).

Na jaře roku 2005 byly lázně, na základě výsledku výběrového řízení, které pořádal kraj Vysočina, prodány společnosti ŠÉM a.s. za 13 mil. korun. Celkovým nákladem 177 mil. korun byly všechny budovy lázní zrekonstruovány, spojeny okolní pozemky a vybudována rozsáhlá sportoviště. Vznikl zde Resort Svatá Kateřina, jedinečné sportovní relaxační zařízení, orientující se na pobyty ve zdravém životním stylu.

Komplex disponuje 170 lůžky v luxusních dvoulůžkových pokojích s příslušenstvím. Chutné a současně zdravé pokrmy jsou podávány v restauraci Voda (60 míst), v cafe Orangerie (60 míst), na letní terase u jezírka (60 míst), v cafe Pavillion (100 míst) s letní terasou (120 míst).

Wellness má finskou saunu a aromaterapeutickou saunu (kapacita 6 a 12 osob), bylinnou parní lázeň a solnou parní lázeň (kapacita 6 a 12 osob), whirlpool (kapacita 5 osob), rasulbath (kapacita 5 osob) a 3 relaxační místnosti. Součástí wellness je také 7 masážních kabin (včetně thajských masáží – ve spolupráci s firmou Sabai), solární louka a posilovna. Pro cvičení jógy, Pilates a dalších sportovních aktivit bylo v resortu vybudováno

7 specializovaných tělocvičen. Pod širým nebem lze hrát fotbal, volejbal, trénovat golf a tenis na třech nově postavených tenisových dvorcích. Chcete-li, můžete si zahrát petanque, kulečnick, stolní tenis nebo si půjčit sportovní vybavení na další letní i zimní sportovní aktivity. Nedaleko kurtů stojí stáje a k dispozici klientům k projížďkám po okolních lukách je 6 koní. Vyhledávanou atrakcí jsou projížďky aljašskými psím spřežením.

(tz)

## Kalendář 2009 pokřtěn – tentokrát na téma Írán

Když v říjnu představovala rektorka Vysoké školy finanční a správní Dr. Bohumila Šenkýřová kalendář této školy na rok 2009 na půdě klubu TIM přímo v Estonské ulici v Praze, netušila ještě, jak rádi budeme na ten podvečer vzpomínat. Na atmosféru, která se dá ve škole vykouzlit. Místnost, kde se setkání hostů a hostitelů odehrálo, byla příjemně a stylově vyzdobena řadou předmětů připomínajících Írán, protože fotografie v něm jsou právě z této oblasti, a povídání samotné bylo poutavé a plně nadšené – jak jinak to v případě Dr. Bohumily Šenkýřové ostatně může být. S foťákem v ruce a partou dalších světooběžníků procházela o své dovolené, jako každým rokem, kousek země, která, ač nedaleko, je pro nás stále nezodpovězeným mámením. Vznikly obrázky, které by bylo škoda nechat v šuplíku na céděčku...

Obdivuhodné bylo, že svým charizma dokázala Bohuslava Šenkýřová nejednoho z nás dovést k docela úchvatnému zamyšlení – nad tím, že prostor a čas jsou zde pro nás, abychom je využili. K novým poznatkům, zkušenostem i učení se či konání malých, dobrých skutků. Ostatně i zpěvák Ali Amiri, kmotr kalendáře, to cítil stejně, ať již poslouchal a doplňoval výklad o zemi, kde se narodil, anebo k tomu brnkal na kytaru.

Už třetím rokem vydává Vysoká škola finanční a správní ojedinelou edici kalendářů s fotografiemi z exotických zemí celého světa. Snaží se jejich prostřednictvím podpořit Stipendijní fond určený pro mimořádně talentované studenty

a pro studenty s tělesným hendikepem, kteří zejména díky velkorysosti sponzorů získávají zdarma prestižní vzdělání, a tím i výrazně větší možnosti pro další životní uplatnění. Stipendijní fond není otevřen pouze velkým darům významných donátorů, byt právě jejich podpora je pro školu klíčová, ale i každému jednotlivci v míře jaké chce nebo může pomoci. Kalendář Írán 2009 bude stejně jako předchozí kalendáře určen všem současným i budoucím dárcům do Stipendijního fondu jako malé symbolické poděkování za velkou pomoc v podobě otevřeného srdce.

(rix)



Dr. Bohumila Šenkýřová a Ali Amiri

# VEDOU VANILKOVÉ ROHLÍČKY

ŽENA ZŮSTÁVÁ MÁMOU A HOSPODYNÍ, I KDYŽ ŘÍDÍ DVĚSTĚHLAVOU SNĚMOVNU NEBO PŘEDSEDÁ DOZORČÍ RADĚ V MEZINÁRODNÍ KORPORACI. PŘES VŠECHNY PROFESNÍ POVINNOSTI MUSÍ PLNIT SE STEJNOU ODPOVĚDNOSTÍ I VŠECHNY SVÉ DOMÁČÍ FUNKCE. ŽE TO ČESKÉ PODNIKATELKY, MANAŽERKY A POLITIČKY DOKÁŽÍ DOBŘE ZVLÁDNOUT, O TOM SE MŮŽETE PŘESVĚDČIT V MNOHA PŘÍSPĚVČÍCH NA STRÁNKÁCH NAŠÍ PROSPERITY MADAM BUSINESS. VÁNOCE A PŘÍPRAVY NA NĚ VŠAK BÝVAJÍ OPRAVDODOVOU ZATĚŽKÁVACÍ ZKOUŠKOU JEJICH SCHOPNOSTÍ, PSYCHICKÉ I FYZICKÉ ODOLNOSTI. A JAK ZVLÁDAJÍ DOMÁČÍ PRÁCE, KTERÉ SVÁTKY PŘEDCHÁZĚJÍ A DOPROVÁZĚJÍ? JEDENÁCTCE VELMI EXPONOVANÝCH ŽEN JSME POLOŽILI ZAPEKLITOU OTÁZKU:

## Jak se chystáte na pečení vánočního cukroví?

Jejich odpovědi nás příjemně překvapily, a proto je rádi zveřejňujeme.

**MUDr. Monika Golková, primářka,  
Anti-aging klinika, Praha**

Zatím se ještě moc nechystám, ale vánoční cukroví je pro mě symbolem Vánoc a vánoční pohody. Určitě u nás doma bude. Většinou jsme pekli asi 15 druhů, ale letos si možná vybereme jen naše nejoblíbenější. Už se těším, jak si pečení užijeme s dětmi. Budeme dělat linecká slepovaná kolečka, vanilkové rohlíčky, rumové kuličky a čokoládové šuhajky.



**Mgr. Erika Duchanová, ředitelka  
marketingu a komunikace,  
UniCredit Leasing CZ, a.s., Praha**

Musím říci, že se každoročně na toto období těším. Jelikož jsem také „máma“, tak pečící maraton neabsolvuji sama, ale za „pomocí“ svého syna. Vzhledem k tomu, že přes pracovní dny nejsme schopni mít na pečení tolik času, realizujeme naši pečící seanci v adventním období v sobotu. Zpravidla – a letos to bude již potřetí – pozveme kamarády, kamarádky a jejich maminky a společně pečeme zejména perníky, vanilkové rohlíčky a vytváříme všelijaké tvary z lineckého těsta. Tyto tři druhy nás zaměstnají na jeden celý den a zpravidla končíme až za tmy. To, co vyrobíme, si pak společně rozdělíme. Posloucháme u toho koledy, někdy zpíváme, povídáme si a píšeme dopisy Ježíškovi. Další víkend zdobíme, lepíme a vyrábíme vánoční přání. A tak na nás všechny pomalu padá vskutku vánoční atmosféra.



**Doc. Ing. Věra Seifertová, CSc.,  
rektorka, Vysoká škola cestovního  
ruchu, lázeňství a hotelnictví, Praha**

Nemohu počítat s žádnými prázdninami, protože učíme až do Vánoc a pak následuje zkouškové období. Ale letos vycházejí svátky tak šikovně, že budeme mít na všechno trochu víc času. Vlastní cukroví u nás nemůže chybět. Budu péct tři druhy – vanilkové rohlíčky, slepovaná oříšková kolečka a vosí hnízda. Mám to zařízené tak, že si v rodině cukroví vyměňujeme, aby na vánočním stole byla nabídka co nejpestřejší.



**Ing. Dana Dvořáková,  
ředitelka komunikace,  
Unipetrol, Praha**

Domácí cukroví už dlouho nepeču. Letošní Vánoce však určitě udělám výjimku kvůli třiapůlletému synovi. Péct tedy budeme, on mi bude pomáhat. Nepovažuji za podstatné, jestli vyrobíme jeden, nebo dva druhy, ale že se společně zúčastníme svátečních příprav.



**PhDr. Miroslava Vohralíková,  
podnikatelka, VHpress,  
Hradec Králové**

Každoročně si dávám závazek, že tentokrát napeču na Vánoce alespoň vanilkové rohlíčky. Ale před koncem roku mám v našem vydavatelství nejméně práce, protože tiskárny mívají mezi svátky volno a už před Štědrým dnem musím připravovat lednové číslo novin a prostě v domácnosti už všechno nestíhám. Ale bez vánočního cukroví nikdy nejsme. Moje maminka i tchyně, i když už mají osmý křížek, napečou, a také dcera, která už několik let žije v jiném městě, nám přiveze své vynikající perníčky.





**Vilma Huspeková, předsedkyně,  
výrobní družstvo invalidů  
Karko, Ústí nad Labem**

To víte, že musím napéct cukroví, jinak by nám nechutnalo. Mám takový tradiční sortiment šesti sedmi druhů, mezi nimi nemohou chybět vanilkové rohlíčky, linecké slepované pečivo, pracny a hlavně plněné ořechy – po těch se hned zapráší. Peču pro celou rodinu, pro maminku a taky pro dceru, dohromady to vydá asi tři kila vánočního cukroví.



**Alexandra Rudyšarová,  
generální ředitelka  
pověřená řízením agentury  
CzechInvest, Praha**

Vánoce budu trávit, stejně jako v předchozích deseti letech, mimo Českou republiku. Odjízďím s rodinou a přáteli lyžovat do švýcarských Alp a starosti se sháněním dárků, pečením cukroví a bláznivým úklidem s klidným srdcem házím za hlavu.



**JUDr. Martina Holoubková,  
advokátka, Karlovy Vary**

Vánoční cukroví pečeme u nás doma společně s babičkou a dcerami. Máme na ně osvědčené recepty, které kolují v rodině, je to prostě česká klasika. Vždycky si výběr přizpůsobíme podle toho, co chtějí děti. Vítězí zpravidla vanilkové rohlíčky, které připravujeme ze dvou dávek těsta. Svátky si bez vlastnoručně vyrobeného pečiva neumím představit.



**Jitka Chizzola,  
člen představenstva, D.A.S.  
pojišťovna, Praha**

Tím, že mám dospělé děti, Vánoce už tradičním způsobem neslavíme. Ale malé množství cukroví si objednávám u cukrářky.



**Milena Rychtářová, výkonná ředitelka,  
Asociace podnikatelek a manažerek, Praha**

Už sedm let slavíme svátky netradičně na Kanárských ostrovech a moc se nám líbí. Ale bez vánočního cukroví ani tam nezůstáváme. Česká delegátka cestovní kanceláře, která je mladá a šikovná, napeče 40 druhů podle českých i španělských a kanárských receptů. Nejen nám, ale i Němcům moc chutnají marokánky, vosí hnízda a další česká klasika, ale taky hodně sladké místní cukroví. K tomu musíme udělat jediné – dovézt z domova některé suroviny, zejména polohrubou a hladkou mouku, droždí a ořechy, které se na ostrovech nedají koupit. Kanárské Vánoce mají nenapodobitelnou, úžasnou atmosféru, jež je dána už tím, že silně věřící Španělé si narození Ježíška připomínají na každém kroku, ozdobeny jsou i palmy v ulicích.



**Helena Futerová, manažerka,  
Impress, Skřivany**

Má odpověď je velmi jednoduchá: Už ho mám objednané v jednom učňovském středisku v okolí, protože ta děvčata to tam umějí udělat mnohem lépe, a předpokládám i s větším nadšením, než já. Už se těším, jak jim poděkuji a pochválím je, až si pro cukroví pojedu. Možná je dobré dodat, že nebudu mít žádné výčitky, strávíme předvánoční čas v klidu a pohodě a u káféčka si s rodinou řekneme, jak jsou dneska ti mladí šikovní.



**Klaudia Tóthová,  
ředitelka obchodu a marketingu,  
Direct Pojišťovna, Praha**

Přestože se ke konci roku vždy nahromadí množství práce a dohánějí se nejrůznější resty, na vánoční cukroví si chvíli vždy najdu. Mám moc ráda vánoční atmosféru a cukroví k ní neodmyslitelně patří. Abych tedy odpověděla na otázku, cukroví peču, omezují se však raději jen na léty prověřené recepty.



**Andrea Špačková, podnikatelka,  
Spacek Produkt, Poběžovice**

Musím se přiznat, že domácí vánoční cukroví mám opravdu moc ráda. Nejoblíbenější jsou kokosové čokoládové kuličky. Ale na pečení mi už nezbyvá čas, proto si ho nechávám dělat od jedné místní zkušené kuchařky. Vloni jsem to však přehnal, když jsem si objednala deset kilogramů. Letos to bude jen polovina, abychom tolik netloustli.



připravil Pavel Kačer

# ŘEDITELKA KANCELÁŘE

v Paříži pro české i francouzské firmy

S JANOU ŠMÍDOVOU JSEM SE SEZNÁMILA LETOS NA JEDNÉ KONFERENCI O EXPORTU U PŘÍLEŽITOSTI MEZINÁRODNÍHO STROJÍRENSKÉHO VELETRHU V BRNĚ. CHTĚLA JSEM SE TEHDY ZEJMÉNA DOVĚDĚT, KOLIK ŽEN VEDE ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE AGENTURY CZECHTRADE. ODPOVĚĎ BYLA JASNÁ – JSOU ČTYŘI A JEDNOU Z NICH JE JANA ŠMÍDOVÁ, KTERÁ ŘÍDÍ ČINNOST KANCELÁŘE V PAŘÍŽI. UŽ NA PRVNÍ POHLED BYLO ZNÁT, ŽE MÁ TATO MLADÁ DÁMA ENERGIE NAZBYT A ŽE VŠECHNO TO, CO „VYMÝSLÍ“ PRO NAŠE VÝVOZCE, DĚLÁ S PLNÝM NASAZENÍM. ZKRÁTKA – BAVÍ JI TO. TO SE TOTIŽ POZNÁ OKAMŽITĚ. FRANCIE A JEJÍ HLAVNÍ MĚSTO JE PRO NI PROSTŘEDÍ, Z NĚHOŽ DOKÁŽE ČERPAT INSPIRATIVNÍ NÁPADY, JEŽ POSLÉZE V BALÍČKU RAD A KONTAKTŮ PŘEDÁVÁ ČESKÝM FIRMÁM.

## JAKÁ BYLA VAŠE CESTA K CZECHTRADE? PŘI JAKÉ PŘÍLEŽITOSTI JSTE O AGENTUŘE POPRVÉ USLYŠELA?

K CzechTrade jsem se dostala přes svou celoživotní lásku k Francii a práci v několika institucích zaměřených na česko-francouzské obchodní vztahy. Po maturitě na bilingvním francouzském gymnáziu jsem začala studovat francouzštinu na Filozofické fakultě a k tomu VŠE. První pracovní zkušenosti jsem získala během několika měsíců stáže na obchodním oddělení Francouzské ambasády v Praze. Pak jsem začala pracovat ve Francouzsko-české obchodní komoře, která v té době zakládala své obchodní oddělení zaměřené tehdy zejména na podporu a konzultační služby pro francouzské podniky vstupující na český trh.

Bylo to v době, kdy se Česká republika připravovala na vstup do EU a těšila se nebyvalou popularitou. Snad všechny instituce, které byly aktivní v rámci česko-francouzských vztahů,

zažívaly nebyvalý nápor žádostí o vyhledání partnerů na českém trhu. Česká republika tenkrát těžila zejména ze své výborné pověsti a tradice v průmyslové výrobě. Již tehdy jsme ale mohli nabídnout mnoho inovativních produktů, které na francouzském trhu chyběly.

Vzpomínám si například na česká ekopaliva. Byla to jedna jihočeská firma, která dokázala vyřešit problém výroby briquet z kůry bez přídavků dřevěné hmoty, proces nesmírně technologicky náročný, který Francouzi obdivují dodnes.

Díky tomu, že jsem pracovala v organizaci zabývající se konzultačními službami v zahraničním obchodě, o existenci agentury CzechTrade jsem se tedy dozvěděla velmi brzy. Když CzechTrade začal nabízet služby českým exportérům a začaly vznikat první zahraniční kanceláře, nebylo možné si nevšimnout a ignorovat nového a silného „konkurenta“ na trhu, kterým se CzechTrade stal.

## DNES JSTE ŘEDITELKOU ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE V PAŘÍŽI. V ČEM VLASTNĚ PRÁCE SPOČÍVÁ?

Především pomáháme českému exportu a českým podnikům při vstupu na francouzský trh. Činnost naší pařížské kanceláře se dá shrnout do tří hlavních oblastí. V první řadě pracujeme na individuálních projektech pro české firmy. Když se na nás obrátí náš podnik se zájmem sem vyvážet nebo navázat spolupráci s francouzskými partnery, nabízíme mu podporu a pomoc při vyhledání informací, oslovení potenciálních klientů a následné ověření jejich zájmu o daný výrobek nebo službu. Pak také organizujeme účast českých firem na výstavách a veletrzích ve Francii. Vždy se snažíme přizpůsobit naše služby na míru požadavkům firmy. Vyhledáváme exportní příležitosti pro české společnosti, které pak dále zpracovávají specialisté v pražské centrále agentury. České zboží a služby jsou Francouzi velmi poptávané a Francie patří k teritoriím, která zaznamenávají každoročně jeden z nejvyšších počtů poptávek, přibližně dvě stovky za rok. V neposlední řadě pak prezentujeme potenciál českých firem na různých fórech, konferencích a přednáškách.

## V PRAXI TO TEDY ZNAMENÁ, ŽE VELKÝ DÍL VAŠICH POVINNOSTÍ PŘEDSTAVUJE PRÁCE S INFORMACEMI A KOMUNIKACE S ODBORNÍKY, PODNIKATELI, MANAŽERY, ZÁSTUPCI FIREM...

Hlavním smyslem kanceláře a důvodem její existence v Paříži je přinést českým exportérům reálnou přidanou hodnotu. Prozaičtěji řečeno jde o spoustu času stráveného na internetu a v databázích vyhledáváním vhodných ▶





► francouzských firem a informací, hodiny na telefonu při jejich oslovování a také o hodně času stráveného na schůzkách v podnicích a institucích. Ale hlavně využíváme toho, že jsme „přímo na místě“. Francouzské firmy, které oslovujeme s nabídkou českých podniků, velmi citlivě a pozitivně vnímají, že jsou osloveny „z Paříže“, a ještě navíc vládní agenturou. Dokonce i firmy již poptávající produkty českých firem se často nejprve obrací na nás, i když již na internetu našly přímý kontakt na vhodnou českou firmu! Využívají toho, že jsme jakousi „pobočkou“ českých exportérů ve Francii, kam se mohou obrátit ve francouzštině a získat další informace a podporu nejen při komunikaci s vybranými českými firmami. Navíc skoro desetiletá přítomnost CzechTrade na francouzském trhu umožnila agentuře získat kontakty a přímé vazby na aktéry v teritoriu. Jednoduše řečeno, když se na nás obrátí český exportér, ve většině případů již víme, kam jít nebo kde hledat.

### CO NOVÉHO JSTE PRO EXPORTÉRY DO FRANCIE PŘIPRAVILI?

Letos máme novinek hned několik. Společně s partnery v teritoriu, především obchodně-ekonomickým úsekem velvyslanectví ČR v Paříži a agenturami CzechInvest a CzechTourism spolupřipravujeme akce v rámci Česko-francouzského ekonomického roku, což je iniciativa, jejíž cílem je využít navazujících předsednictví Francie a ČR v Evropské unii k posílení vzájemných obchodních vztahů mezi Českou republikou a Francií. V rámci Česko-francouzského ekonomického roku jsme organizovali pro české exportéry například cyklus seminářů o francouzském trhu v českých regionech, který bude pokračovat i v první polovině příštího roku, dále pak technologické fórum či prezentace České republiky ve francouzských regionech.

Z nových služeb CzechTrade nesmím ve vztahu k francouzskému trhu opomenout především inovovanou podobu Adresáře českých exportérů, ve kterém je nově zařazeno, kromě původní češtiny, angličtiny a ruštiny, dalších 13 jazykových verzí, mezi nimiž nechybí verze francouzská. České firmy se mohou do základní verze této volně dostupné databáze zdarma zaregistrovat a dát tak o sobě jejím prostřednictvím vědět. Inovovaná verze Adresáře českých exportérů je nyní, díky zmiňované francouzštině, jedním z hlavních zdrojů, který doporučujeme francouzským firmám hledajícím vhodné kontakty na českém trhu.

Poslední, pro české firmy praktickou novinkou zejména z hlediska logistiky, je to, že jsme naši kancelář přestěhovali do sídla Českého centra v Paříži, a můžeme tak českým partnerům nabídnout zázemí v podobě polyvalentního sálu pro firemní prezentace či setkání, zasedací místnost pro schůzky s francouzskými partnery či atraktivní sklepní prostory pro společenské akce.

### KOLIK FIREM SE NA VÁS OBRACÍ S PROSBOU O RADU, INFORMACE, POMOC?

Z francouzské strany přichází oněch přibližně 200 firem ročně s konkrétní představou o České republice a poptávkou po českém zboží nebo službách. Odhaduji, že asi další stovka se obrací s obecnými dotazy či žádostmi o informace nebo radu. Mezi hlavní komodity, které francouzské firmy přes naši agenturu poptávají, patří zejména produkty tradičních českých sektorů: strojírenské subdodávky, nábytek, sklo, ale často také některé „specialitky“. Z poslední doby mohu z této „kategorie“ jmenovat například losovací bubny



pro hru lota, laboratorní hmyz, součásti potápěčské výstroje nebo biomolekuly mořských mikroorganismů. Českých firem bude přibližně stejný počet. Na nezám si tedy našťásti nemůžeme stěžovat.

### NAČ SE ZEJMÉNA TI, KTEŘÍ SE TEPRVE CHYSTAJÍ PRONIKNOUT ZA HRANICE ČR, PTAJÍ NEJVÍCE?

Francie je známá jako ochranný stát, proto mezi prvními dotazy převažují informace o povinných certifikacích a atestech. Je třeba uznat, že v tomto jsou Francouzi opravdu šampioni. Někdy lze vhodným jednáním a prodiskutováním celé věci s úřady ale z procedury

vyváznout celkem jednoduše. Je k tomu ovšem potřeba čas a trpělivost.

Dále se české firmy ptají na možnosti účasti na veletrzích. Francie je veletržní velmoc a výstavy ve Francii mají velmi dobrou úroveň.

České exportéry samozřejmě zajímá také to, jak jim na francouzském trhu můžeme konkrétně pomoci my. Vždy se snažíme najít takovou formu podpory, která by odpovídala jejich požadavkům a pomohla jim hlavně ušetřit drahocenný čas.

### CO VLASTNĚ ZNAMENÁ FRANCIE JAKO OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOST? CO BY MĚLA BRÁT KAŽDÁ FIRMA V ÚVAHU?

Francie je velký, a tedy lákavý trh. Po Německu jde o druhou nejlidnatější zemi v Evropě. Jedná se ale zároveň o trh velmi složitý a náročný.

Pro mnoho exportérů je Francie tou poslední zemí, která jim ještě v Evropě odolává, a oba se na nás s tím, že jednat s Francouzi je příliš těžké, zdoluhavé a někdy „o nervy“. První bariérou, na kterou naše firmy narazí, je jistě komunikační jazyk. O Francouzích je známo, že neradi hovoří jinak než francouzsky a francouzština zdaleka není jazykem, který by byl v našich firmách běžný. I když musím poznamenat, že mnohé české firmy již udělaly i v této oblasti velký pokrok či našly cesty, jak se s Francouzi dorozumět například využitím externích tlumočnicků nebo studentů, kteří jim po mailu pomáhají s komunikací.

Další překážkou jsou některá interkulturální specifika obchodního jednání s Francouzi. Vše jim trvá oproti Němcům či Američanům dlouho, nejsou tak systematictí a organizovaní. A navíc velmi často mají zpoždění, což se netýká jen příchodu na schůzky, ale také, a to je nepříjemnější, splácení faktur.

Obě naše země leží sice v Evropě a Štrasburk je od Plzně vzdálen jen 500 kilometrů, ale interkulturální rozdíly mezi Francií a Českou republikou ukazují, jako by tato vzdálenost byla mnohem větší. Česká firma by proto měla vstupovat na francouzský trh na všechna tato specifika připravená. Chybou bývá, že čeští exportéři nevyužijí veškeré podpory, kterou jim stát může na zahraničních trzích poskytnout. Na francouzském trhu se mohou například opřít nejen o CzechTrade, ale také o podporu obchodně-ekonomického úseku ambasády, se kterou naše kancelář úzce spolupracuje.

### LIŠÍ SE FRANCOUZSKÝ ŽIVNOSTNÍK OD ČESKÉHO?

Myslím, že hlavním rozdílem je, že francouzští živnostníci a malé a střední firmy mají za sebou většinou delší tradici než firmy české. Mají proto stálou klientelu i stálé dodavatele. Musejí ale bojovat s přebujelým francouzským sociálním systémem a zatížením, které s sebou nese. Někdy mi připadají sebevědomější než jejich české protějšky, které se ►

- často nechávají požadavky francouzských partnerů zatlačit do kouta. Jinak je ale život francouzské malé či střední firmy a firmy české velmi podobný. Francouzi mají ovšem delší pauzu na oběd, i když ony pověstné francouzské dvě hodiny se za poslední desetiletí zkrátily na „pouhou“ hodinku.

### HLEDAJÍ FRANCOUZSKÉ RODINNÉ FIRMY DODAVATELE ZE ZAHRANIČÍ?

I Francouzi již byli nuceni pochopit, že je třeba se více otevřít světu, a to jak pro odběratelské, tak pro dodavatelské vztahy. Jejich motivací pro hledání nových dodavatelů je samozřejmě cena, ale také snaha nabídnout svým klientům nové zboží. Francouzský spotřebitel chce totiž stále něco nového, a pokud možno jiného, než mají druzí. Jednou z vlastností, které na dodavatelích Francouzi oceňují, je proto i jejich inovativnost. Pozice českých podniků na francouzském trhu se za posledních několik let výrazně změnila. Již nejsme zemí, která by mohla nabídnout výrazné snížení výrobních nákladů. Šanci ale máme v subdodávkách s vysokou přidanou hodnotou a v kvalitních výrobcích a inovacích.

### VAŠE VELMI DOBRÉ MANAŽERSKÉ SCHOPNOSTI A ODPOVÍDAJÍCÍ VÝSLEDKY KANCELÁŘE JSOU SICE VÍTANÉ, NA DRUHÉ STRANĚ VÁS ASI POHLCUJÍ TAKŘKA CELOU. CO JE PRO VÁS ČASOVĚ NEJNÁROČNĚJŠÍ?

Nejnáročnější by pro mě bylo, kdybych na to vše byla sama. Mám ale velké štěstí, protože se mohu opřít o skvělé rodinné zázemí a také o profesionální kolegy v pražské centrále CzechTrade i v teritoriu. Bez této podpory by snad vůbec nešlo tuto práci zvládat. Jediné řešení, které jsem prozatím našla pro boj s časem, je delegovat pravomoci, využívat pomoci a spolupráce kolegů, rodiny a přátel, na které je možné se spolehnout.

### KONTAKTOVALA VAŠI KANCELÁŘ I NĚJAKÁ NAŠE FIRMA, KTEROU VEDE ČI VLASTNÍ ŽENA?

Při své práci se setkávám s mnoha ženami především ve vedení exportních oddělení firem, a to i v takových sektorech,



kde bych je osobně nečekala, například ve strojírenských provozech, kovárnách, slévárnách... Přiznám se, že takové setkání mě vždy potěší a dodá sílu. Setkala jsem se dokonce i s názorem, a byl to názor muže, že pro obchodnickou práci, zejména pro tu její složku vyžadující pečlivost a systematickosti, jsou dokonce ženy vhodnější než jejich mužští kolegové. Osobně si ale myslím, že při této práci není otázka, zda jde o muže, či ženu, tou zásadní, tedy alespoň ne na západních trzích.

### PAŘÍŽ A SILNÝ SVĚT MÓDY – MOHL BY SE ZDE JEŠTĚ PROSADIT ČESKÝ SUBJEKT?

Několik českých návrhářů se již v silné konkurenci na francouzském trhu prosadilo. Za všechny mohu jmenovat například Kláru Nademlýnskou nebo Moniku Drápalovou. Co se týče konfekce, tady je situace složitější vzhledem k silné konkurenci z Asie. V poslední době jsme ale zaznamenali poptávky na tzv. „fast fashion“, což je oblečení realizované v malých sériích s častou inovací designu, tedy s požadavky, na které Asie operativně reagovat prozatím neumí.

### GURMÁNSTVÍ FRANCOUZŮ JE NEPŘEHLÉDNUTELNÉ – LZE I V GASTRONOMII NABÍDNOUT NĚCO NAŠEHO, KROMĚ POVĚSTNÝCH HLEMÝŽDŮ?

Já jsem se vždy na tuto otázku dívala spíše skepticky, ale svůj názor jsem si musela poupravit, když vidím, kolika českým firmám se v tomto konkurenčním prostředí podařilo prosadit. Například jsem nedávno navštívila potravinářský veletrh SIAL v Paříži, kde se prezentoval velký počet českých firem. Některé z nich se dokonce umístily na předních příčkách v prestižní mezinárodní soutěži Sial d'Or vyhlášené v rámci tohoto veletrhu. Bodovaly například v mražené zelenině nebo v mléčných výrobcích pro děti. Velký zájem návštěvníků také zaznamenali naši výrobci müsli a cereálních tyčinek.

Úspěch v tvrdé konkurenci na francouzském trhu dobývají i některá česká vína, zejména ta slámová.

### OSTATNĚ – VAŘÍTE RÁDA? PEČETE VÁNOČNÍ CUKROVÍ? NAJDETE NA TO CHVILKU?

Vařit z ingrediencí, které jsou dostupné na francouzském trhu, musí snad každý rád! Nabídka kvalitních potravin a s tím související inspirace je tu opravdu na vrcholu, i když český trh udělal za poslední dobu také veliký pokrok.

Mým kulinařským svátkem je neděle, kdy pravidelně ráno vyrážím na trh na náměstí Place Monge. Už tam mám „svěho“ pekaře, rybáře i zelináře se sezonní zeleninou. Vzhledem k tomu, že mnoho zboží je pro mě stále novinkou (naposledy jsem si myslela, že kupuji špenát, a bylo to nějaké jiné „lupení“), dívám se, co kupují ostatní hospodyňky a ptám se, co s tím v kuchyni. Nabídka je opravdu široká a pořád mám co objevovat.

Na Vánoce už se moc těším, protože je trávíme každoročně doma v České republice. Z pečení vánočního cukroví většinou stíhám jen jeho poslední fázi – slepování a zdobení. Sama se do cukroví raději nepouštím, protože v naší rodině probíhá každý rok oficiálně nevyhlášená soutěž o to, kdo upeče více druhů, a tak raději podpořím některý z pečících týmu v cílové rovině.

### VYCHOVÁVÁTE MALÉHO SYNA, VDALA JSTE SE, NEZAPOMNĚLA JSTE SE USMÍVAT. PŘEMÝŠLELA JSTE NĚKDY O LIDSKÉM ŠTĚSTÍ? JAKÉ JE TO VAŠE?

Od té doby, co se nám narodil syn, jsem o této otázce přemýšlet přestala, protože pro mě přestala být otázkou.

**za krásná slova poděkovala Eva Brixí**

*foto: archiv Jana Šmídová*



# RYCHLOUVĚR POD STROMEČEK?

DOSTAT KVÁNOCŮM NOVOU KUCHYŇ I SE DVĚMA ŠIKOVNÝMI ŘEMESLNÍKY NEBO SLIB CELÉ RODINY, ŽE SOUHLASÍ S REKONSTRUKCÍ KOUPELNY, TO UŽ JE POŘÁDNÝ DÁREK A SPLNĚNÝ SEN. OTÁZKOU JE, ZDA ZROVNA PŘED SVÁTKY, KDY SE UTRÁCÍ VÍCE NEŽ KDY JINDY, ZBÝVAJÍ NA TAKOVOU INVESTICI JEŠTĚ FINANČNÍ PROSTŘEDKY. KDYŽ NE, NENÍ NIC JEDNODUŠŠÍHO, NEŽ SI JE OBSTARAT, A TO DNES NENÍ VŮBEC SLOŽITÉ, AČKOLI SE VEDOU RŮZNÉ ŘEČI O DOPADECH SVĚTOVÉ FINANČNÍ KRIZE I NA ČESKÝ TRH. DOMÁCÍ SUBJEKTY PŘÁVĚ V TĚTO DOBĚ PŘÍCHÁZEJÍ S NOVINKAMI, KTERÉ JSOU VELMI UŽITEČNÉ.

Třeba Modrá pyramida připravila pro své klienty unikátní nabídku: úvěr do 300 000 Kč s vyřízením do 24 hodin; jmenuje se rychloúvěr.

Pod názvem Rychloúvěr nabízí svým stávajícím klientům rychlé a jednoduché řešení běžných modernizací a rekonstrukcí bydlení, jako je například zateplení fasády, výměna oken, modernizace koupelny nebo kuchyně. Klient si může půjčit až 300 000 Kč a hlavní předností je právě svižné vyřízení – bez průtahů a s minimem potřebných dokladů a bez ručitele. A navíc pro klienty, kteří pravidelně spoří, i bez dokládání příjmů.

## Výhody:

- bez zajištění – tzn. bez nutnosti ručitele nebo zástavy nemovitostí
- bez doložení příjmů (po splnění podmínek)
- maximální výše úvěru 300 000 Kč
- daňová úspora ze zaplacených úroků z úvěru
- úroková sazba 6,29% p.a. (při naspoření min. 20% cílové částky) a 6,59% p.a. (bez akontace), a to při uzavření Modrého konta nebo Modrého konta plus

## A ještě něco navíc

Prostřednictvím aplikace Mojebanka Komerční banky mohou mít klienti Modré pyramidy přehled o svém spořicím i úvěrovém účtu a také uzavřít novou smlouvu o stavebním spoření. Klient tak nemusí navštěvovat pobočku banky ani si s bankou vyměňovat poštou tištěné dokumenty. To znamená, že vše vyřídí v pohodlí svého domova, včetně převodu peněz na svůj účet stavebního spoření. Tuto službu mohou klienti Modré pyramidy a Komerční banky využít hlavně před koncem roku, kdy zájem o stavební spoření již tradičně narůstá a klienti tak řeší jeho založení na poslední chvíli. Stačí mít přístup do aplikace Mojebanka od Komerční banky.

## Mluvicí pohledy na [www.modrapyramida.cz](http://www.modrapyramida.cz)

Po úspěšném uvedení webové televize přichází Modrá pyramida s další novinkou v elektronické komunikaci – spustila na svých webových stránkách novou sekci „zábava“, kde kromě jiného najdete poprvé v ČR unikátní „mluvící pohlednice“, které můžete poslat svým přátelům. Tato pohlednice umí „přeříkat“ cokoliv, co napíšete.

## Povzbuzující informace

Ke 30. září 2008 dosáhly vklady klientů 61,3 mld. Kč a bilanční objem úvěrů 37,4 mld. Kč, celkem Modrá pyramida evidovala 843 tis. smluv o stavebním spoření s cílovou částkou 221 mld. Kč. Za tři čtvrtletí spořitelna poskytla 13 169 úvěrů v objemu 8,2 mld. Kč, uzavřela 109 071 smluv o stavebním spoření včetně navýšení a 17 315 tzv. modrých produktů, z nichž jsou nejoblíbenější Modré konto a Modré konto plus, Modrá kreditní karta, ale i Modrá půjčka.

Finanční výsledky Modré pyramidy v prvních devíti měsících roku byly velice dobré a management očekává, že trend růstu bude pokračovat i nadále. Kapitálová pozice je silná a pohybuje se vysoko nad požadovaným minimem. Investiční politika MPSS je velmi konzervativní, investiční portfolio Modré pyramidy zahrnuje pouze dluhopisy vydané Českou republikou a Komerční bankou. Úvěrové riziko klientů je pokryto obezřetným způsobem, za prvních devět měsíců tohoto roku nebyly zaznamenány žádné indikace zhoršování jeho kvality.

(tz, rix)

## O voňavé skořici a její moci

Kdysi v dávných dobách, kdy ještě všichni lidé žili v souladu a v harmonii s přírodou, nám země věnovala voňavý dar v podobě nádherného stromu. Byla mu dávana různá jména, my ho dnes známe jako skořicovník. Kromě překrásné vůně a chuti se může skořice pochlubit také mnoha léčivými účinky.

Vůně skořice je nezaměnitelná a velmi příjemná. Jistě i vám se při pomýšlení na ni vybaví zimní večery u krbu, svařené víno nebo výborné pečivo právě vytažené z trouby. Skořice bývala v dávných dobách natolik ceněná, že se kvůli ní vedly dokonce i války a užívala se také jako platidlo. Proč vlastně? Jistě to nebylo pouze kvůli charakteristickému aroma. Prokázány byly totiž i její léčivé účinky: byla ceněna především pro své antibakteriální schopnosti, proto se často používala k hojení ran. Blahodárně působí také na nejrůznější zažívací obtíže – podporuje chuť



k jídlu, zlepšuje trávení, uklidňuje koliky, průjmky a pomáhá při nevolnosti. Moderní výzkumy ukazují, že skořice v sobě skrývá opravdu velký potenciál. Není proto divu, že je hojně užívána i v oblasti wellness a zdravého životního stylu. Například mýdla Kossuth, která jsou vyráběna z čistě přírodních surovin, si můžete vybrat s různými voňavými příměsmi – jedněmi z nejoblíbenějších jsou právě mýdla skořicová.

Když nám příroda tak štědře podává pomocnou ruku, byla by jistě škoda ji nevyužít. Dopřejte si třeba uklidňující lázeň v pohodlí vašeho domova s přírodními mýdly Kossuth. Když by nevyhovovala mýdla se skořicí, můžete zkusit jiná, například s příměsí rozmarýny.

**podrobné informace o veškerých produktech a poskytovaných službách jsou pro vás připraveny na [www.kossuth.cz](http://www.kossuth.cz)**

(tz)

# ATRAKTIVNÍ VZHLED KARET

NA ATRAKTIVNÍ DESIGN NOVĚ VYDÁVANÝCH PLATEBNÍCH KARET SE MOHOU TĚŠIT ZÁKAZNÍCI GE MONEY BANK. OD KONCE ŘÍJNA 2008 TOTIŽ BANKA INOVUJE VZHLED VŠECH NOVĚ VYDÁVANÝCH DEBETNÍCH PLATEBNÍCH KARET.

„Klienti jsou ve využívání platebních karet čím dál aktivnější, změnou jejich designu jim chceme platby ještě více zpříjemnit,“ podotkl Michal Diviš, manažer platebních karet GE Money Bank. „Vytvořit design platebních karet je vždy velkou výzvou, pokud se chceme vyhnout zaběhnutým klíšé. Na kartě je mnoho povinných prvků, které finální design velmi ovlivňují,“ dodal.

Nový design karet GE Money Bank vychází z konceptu „pohled na život lidí“. Jako grafické vyjádření zvolila banka extrémně přiblížený pohled na obrázek reprezentující momenty z lidského života. Touto technikou makro přiblížení se fotografie rozostřila do obrazových bodů, a vznikl tak nakonec abstraktní vzor, který ale vychází z konkrétního zákla-

du. „Záměrně jsme zvolili pohled na život lidí, neboť chceme jasně ukázat, že GE Money Bank rozumí svým klientům a zná jejich potřeby. Celkově karty působí velmi moderně, čistě a nekomplikovaně, což je v souladu s hodnotami naší společnosti. Speciálních efektů a určitě plastičnosti jsme dosáhli díky lokálnímu použití speciálních laků,“ doplnil Michal Diviš.

GE Money Bank nabízí klientům elektronické a embosované debetní platební karty od společnosti MasterCard. Ke změně designu dochází u všech typů těchto platebních karet.

**Markéta Dvořáčková,**  
tisková mluvčí GE Money Bank



## FEJETON

## JAK JSEM HLEDALA BÁSNĚ

Nemáme doma sbírku básní od...? Zeptala se onehdy dcera gymnaziálních let vedena vidinou povinné četby, kterou už chtěla mít z krku. Jo jo, Kačenko, určitě máme, ovšem s ohledem na přestavbu rodinné knihovny ti doporučuji koupit si tu knížku znova, radila jsem vyhybavě a ve snaze shodit ze sebe zodpovědnost za poklady, které pod návalem domácích a firemních povinností nestačím tak pečlivě sřezit jako dříve.

Když dítě prochodilo několikero knihkupectví, vzdalo to. Nevěřila jsem. Absolvovala jsem tedy totéž. Moje oko toulalo se po regálech současných bestsellerů, detektivek, životopisů i nepovedených povídkových sborníků, listovala jsem výpravnými průvodci měst, reprodukcemi skvostů architektury i malířských objevů posledního tisíciletí, knihami kreslených vtipů i nádhernými kuchařkami stejně tak jako dějinami piva, vína i destilátů. Začítla jsem se do encyklopedií, slovníků i učebnic. Opravila jsem si názor na současnou českou prózu a ujistila se, že publikací pro podnikatele a manažery vedoucí je k poznání i dalšímu vzdělání máme konečně hojnost. Literatury k tomu, jak se z obyčejného člověka stane úspěšný milionář také.

Knihami o bylinkách, zahradách, sportovních géniích, magii či literaturou faktu se to na policích i pultech či ve stojanech jen hemží. V knihkupectvích najdete konečně diáře s pestrými deskami, přehledné kalendáře i ty obyčejné stojací, koupíte zde tužku i pravítko, mapu i kávu.

Ale poezie, to je bída. Lid ji nechce. Básníci se schovávají. Nebo nejsou, co já vím. A zájem vydavatelů a nakladatelů není ani o díla těch, kteří již dávno nejsou mezi námi. Jména Nezval a Seifert, Villion nebo Shakespeare – ty vnímá už asi jen generace padesátníků, protože to za jejich školních i těch

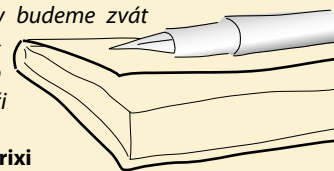
následných let náleželo k všeobecné vzdělanosti. Večery poezie patřily na program kulturního zážitku dělníka i vědce. Recitovalo se v hospodě, vinárně i na prknech, která znameňají svět. Básník byl někdo, neboť to byl on, který se ostatním neostýchal otevřít srdce. A ostatní na to byli zvědaví.

Dnes je to horší. Kult básně neexistuje. Chápu, každá doba má své, a není-li celospolečenská objednávka, proč to řešit. Nebo naopak – vyvolat tuhle objednávku? Jak? Kdo ví.

Pohltila nás rychlost a agresivita informačních technologií, která nás učí žít podle principů jiných než těch, které se rýmovaly. I to má svůj půvab, jsme nadšeni, máme hned to, co skoro vždy potřebujeme. I já. Možná však že právě rychlost a globální přítomnost jedniček a nul mohla by nás přimět ke vnímání krásy a umění slova a chuti znovu toužit po životě oslazeném útlou knížečkou veršů nebo jejich čtením alespoň na monitoru. Řeč vázaná hladí duši, i když někdy jeden pochybuje, proč tohle a támhleto autor vůbec napsal.

Z knihkupectví pražských odcházela jsem nesmutná. Víím, že přijde doba, kdy se zas bude recitovat, kdy lidé zatouží uklidnit sami sebe. Dnes se od sebe vzdalují, aby se posléze přiblížili. Tak to prostě je. Až ta chvíle nastane, budou i příhrádky s dotisky básnických sbírek osahané a znovu zejíci prázdnotou. Bude vyprodáno a ne nenaplněno jako dnes. Do našeho nitra se budou básničky ukládat jako do deničku třináctiletých. Básničky budeme zvát na firemní vánoční večírky stejně tak chtivě jako v současnosti modelky či sommeliéry.

**Eva Brixi**





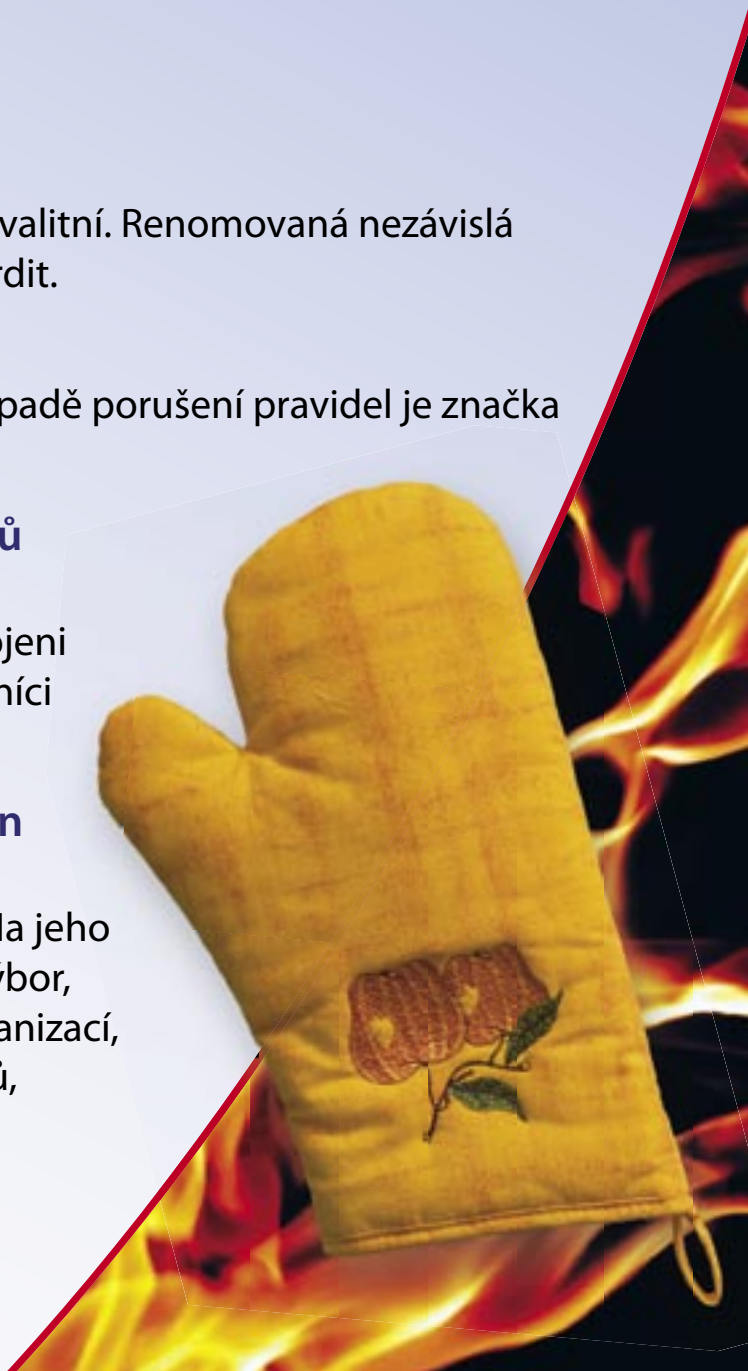


# Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

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 kvality ČR.
- **Více informací najdete na:**

[www.ceskakvalita.cz](http://www.ceskakvalita.cz)



## ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediaální partneři >>>



Radižurnál  
ČESKÝ ROZHLAS 1

Posperita

EURO FIRMA

Podnikatel  
Publikačníky list pro Českou republiku



# KAŽDÝ KÁMEN JE ORIGINÁL

## s vlastním příběhem a dramatem v duši

NAJÍT KRÁLOVSTVÍ DUŠE V PROSTÉM KAMÍNKU SE JEN TAK NĚKOMU NEPOVEDE. MNOZÍ Z NÁS ANI NETUŠÍ, JAK SI ŠLAPEME PO ŠTĚSTÍ – TEDY KAŽDODENNÍM ÚPRKEM DO PRÁCE, NA SCHŮZKY, NÁKUPY, I NA TU PROCHÁZKU S DĚTMI... ŠLAPEME PO KAMENECH, PODPATKY NÁM UJÍŽDÍ NA ŠTĚRKU A KLOUŽOU PO KOČÍČÍCH HLAVÁCH STAROBYLÉ DLAŽBY. VĚTŠINA TOHO, ČEHO SE TAK NEPŘÍMO A PRAGMATICKY DOTÝKÁME, NEMÁ SBĚRATELSKOU HODNOTU. I KDYŽ – JAK KDY, KDE A PRO KOHO. NĚKDY SE STÁVÁ POKLADEM OBLÁZEK Z DOVOLENÉ ČI KOUSEK OPUKY Z OPUŠTĚNÉHO KOPCE. ZÁLEŽÍ NA OKOLNOSTECH, ZA KTERÝCH SE DOSTAL DO VAŠÍ DLANĚ. MOHL VÁS ZRANIT PŘI PÁDU, ZACHRÁNIT ŽIVOT, KDYŽ JSTE PO NĚM NATAHOVALI PRSTY, MOHL VÁM PŘINĚST ŠTĚSTÍ V LÁSCE, KDYŽ SE OMYLEM OBJEVIL NA STOLE PŘI SNÍDANI VEDLE ŠÁLKU ČAJE. OKAMŽIKY JSOU RŮZNÉ.

Jiří Ruml, spoluzakladatel společnosti Geosvět Praze v Londýnské ulici 55, je přesvědčen, že každý kámen v jeho sbírce je vlastně i nositelem příběhu. Každý, i ten bezejmenný, anonymně se vyskutující v přírodě, má svou adresu, své drama, svůj vnitřní svět. Každý kámen má tajemství, možná moc a sílu, každý je nějak spjat s námi, aniž to kdo z nás tuší či si to hodlá připustit. Možná že právě proto se kameny hodí i jako jedinečný vánoční dárek a po staletí jako hodnota k investování.

**VAŠE SBÍRKA-GALERIE DRAHÝCH KAMENŮ I ŠPERKY V PRODEJNĚ JSOU NÁDHERNÉ. PROČ JSTE SE O TVARY A BARVY V TĚTO PODOBĚ ZAČAL ZAJÍMAT, KDYŽ TO PŘEDTÍM BYLY TVARY A BARVY MOTÝLŮ?**

Protože jsou mocné, mají svoji hloubku, naučil jsem se jim rozumět. Jsou krásné, čarovné a mohou udělat mnoho radosti ostatním. Ať jde o kámen obyčejný, zdánlivě bezcenný, anebo diamant obrovské investiční ceny.

Zároveň vím, že jejich uspořádáním a informacemi o nich dokážeme s naším týmem udělat hodně dobré práce a pozitivně nahladit řadu jiných lidí. A školáky třeba i něco naučit, doplnit jejich znalosti něčím navíc, zprostředkovat praktickou ukázkou částí přírody. Můžeme i ostatní, kteří se nezabývají sběratelstvím, nechat proniknout do tajemství, jež příroda ukrývá.

**KAMENY V LONDÝNSKÉ VŠAK MAJÍ I MNOHÁ JINÁ PO-SLÁNÍ, ZÁJEMCŮM JE TAKÉ PRODÁVÁTE...**

Ano, jsou výtečnou investiční komoditou, jejich hodnota roste ročně o sedm procent. Přicházejí k nám zákazníci, kteří si pořízují celé kolekce šperkových kamenů místo vkládání peněz do fondů a akcií. Zájemci, kteří se seznámí s naší nabídkou, si mohou vybrat přímo na místě z toho, co vidí, nebo si kameny na přání a jejich vybroušení objednat.

**DOKÁŽETE ZAŘÍDIT I FINANCOVÁNÍ?**

V případě, že by šlo o větší obnos, tak určitě. Kameny se dají pořizovat i na splátky.

**PODLE ČEHO SI LIDÉ TAKOVÉ KAMENY VYBÍRAJÍ?**

Znalci podle jistých pravidel, ostatní podle toho, jak je kámen osloví. Každému se líbí něco jiného, někdo se zaručuje z obyčejného, „šutříku“, ani nemusí být leštěný, druhý si vybírá podle kresby odstínů. Jiný člověk touží po drahých šperkových kamenech vyšší hodnoty, jednou za měsíc si kámen vytáhne ze seify, potěší se s ním a ví, že je to lepší než vkladní knížka. Mnozí si vybírají drobnosti podle nálady, okamžité chuti, chtějí překvapit přítele, kamarádku, maminku.



[www.geosvet.cz](http://www.geosvet.cz)

**PRO JAKÉ ZÁKAZNÍKY JSOU TEDY URČENY VAŠE SBÍRKY A VAŠE OBCHODNÍ AKTIVITY?**

Naše galerie, k níž příští rok přibude další podzemní podlaží, stejně tak jako prodejna kamenů a šperků, je určena všem lidem, ať jsou to odborníci, či běžní návštěvníci. Je to zprostředkování i prodej krásy všem. Máme kameny vysoké hodnoty, které také na přání klienta dovážíme, zušlechťujeme a prodáváme, a také levné kamínky, přístupné pro každého.

Nechceme na trhu působit jako vysoce sofistikovaní specialisté, kterým by málokdo rozuměl.

**CO JE NA KAMENECH OBDIVUHODNÉ?**

Každý kámen je originál. Nenajdete stejný. Je to fascinující součást přírody. Kámen má duši. Záleží, jak se na něj díváte. Jsou kameny příslušné k datu narození člověka, jsou ty, o nichž se tvrdí, že dodávají sílu, energii, říká se jim léčivé. Jsou kameny jako talismany, ozdoby interiérů či zahrad, jsou kameny pro výrobu šperků i kameny jen tak pro radost, vzpomínku.

**NEPŘEHÁNÍ SE TO S JEJICH MAGICKÝMI ÚČINKY?**

Záleží na tom, co od toho čekáte. V přírodním kameni je velká energie. Už samotný fakt, že tomu člověk věří, posiluje. Proč i tímto způsobem pro sebe tedy něco neudělat? Nikomu svůj názor nevnucuji, nejsem fanatik, ctím přírodu a vím, že z ní můžeme čerpat mnoho radosti, tedy síl.



## NA VÝPRAVY ZA KAMENY CHODÍTE SÁM UŽ LÉTA...

A velmi rád. Kameny mne prostě fascinují. Navštívuji i stejné lokality, a vždy nacházím unikáty. Stačí se pozorně dívat a chtít porozumět. Ale pozor – nesbírám, hledám. Naučil jsem se tím jinak vnímat svět kolem sebe, přírodu, ta je všemocná, ať si to uvědomujeme, nebo ne. Je v tom kus mého osobního štěstí. Když najdete křišťálek, on vlastně nemá cenu, ale víte, že jste chodila venku, čerpala bohatou energii, vnímala souvislosti kolem sebe, těšila se z pozorování, kráčela ruku v ruce s příjemným dobrodružstvím.

Kameny jsem začal sbírat poté, co jsem se 30 let věnoval sbírání motýlů, jak jste naznačila v první otázce. To vyžaduje jistou kondici, s léty ji člověk trochu ztrácí. V Jižní Americe, kde jsem často pobýval, je i hojnost kamenů. Byla to velká inspirace. A výsledkem je množství poznatků, informací, galerie kamenů a fosilií, prodejna šperků... Jinými slovy, začali jsme s několika dalšími nadšenci shromažďovat kameny z celého světa. Z Afriky, Ruska, Číny a samozřejmě i z České republiky.

## JAKÉ JSOU NEJZAJÍMAVĚJŠÍ?

Asi by každý opravdu odpověděl jinak. Když však porovnáte kameny z jednotlivých zemí, tvary, barvy, čím se od sebe liší, zjistíte, že vypovídají o kultuře života té které oblasti, o jednoduchosti a složitosti nitra člověka. Kameny z naší země mají komplikovanou duši.

## DRAHÉ KAMENY SLOUŽÍ VLASTNĚ OD PRADÁVNA JAKO DÁRKY, JSOU VÝRAZEM MOCI, BOHATSTVÍ, ÚCTY, A NAKONEC I VZDĚLANOSTI. DNES JSOU OPĚT, MOŽNÁ I DÍKY VAŠÍ PRÁCI, VELICE VYHLEDÁVANÉ A ČASTO JEN PRO TO, ŽE SE LÍBÍ.

Snažíme se inspirovat i ostatní, aby uměli nacházet krásu, aby se z ní těšili. Vezměte si třeba vltavín, tradiční český kámen – není úžasný? Muž nikdy neudělá chybu, když ženě koupí kámen. Nemusí to být drahokam ani ceněný šperk. I levnější kamínek je originál, který působí na emoce.

## BLÍŽÍCÍ SE SVÁTKY JSOU VÝTEČNOU PŘÍLEŽITOSTÍ K TOMU, ABYCHOM JAKO DÁREK ZVOLILI KÁMEN, KAMÍNEK...

Stalo se to vítanou módní příležitostí, kterou se dá mnohé vyjádřit. Nejde přitom o podřadnou komerci. Zákazníci si u nás objednávají kolekce kamenů třeba za 500 nebo 1000 korun, i za méně, stačí přijít a domluvit se, poradit se s našimi odborníky. Jednodušší přání stihneme ještě uspokojit, ta náročnější, kdy je potřeba kámen určitého druhu a hodnoty přivést a vybrousit, je třeba konzultovat o něco dříve než týden před Štědrým dnem.

Rád bych také zdůraznil, že neprodáváme za každou cenu, neděláme obchod jen pro obchod. Jsou kousky, jichž bych se nerad vzdal, velice si jich cením, ale na druhé straně i některé exponáty v galerii jsou na prodej a takové jsou vždy označené. Kameny jsou od toho, abychom se jimi navzájem těšili. Tak ať tomu slouží.

## KOLEKCE KAMENŮ MŮŽE TAKÉ POSLOUŽIT JAKO VÁNOČNÍ FIREMNÍ DÁREK. MÁTE ZÁJEMCE?

Určité sady k těmto účelům připravujeme, a nejen jako vánoční, nýbrž i k rozmanitým výročím různých společností. Kameny se vybírají podle zadané cenové relace, podle barev firemního loga, znamení zvěrokruhu, věku lidí, jejich zálib, chuti mít kámen třeba z určité země,



ať je to Austrálie, nebo Rusko. Mohou se dávat kameny vybroušené, zdobené brusem z jedné strany, kameny jako přívěsky, kameny opatřené firemním kontaktem, práníčkem, v podobě těžítka, s vyrytým monogramem. Mohou to být acháty, vltavíny...

## A JAKÝ ČESKÝ KÁMEN MÁTE RÁD?

Česká i slovenská republika byly vždy mineralogicky velice bohaté. Těžilo se tu zlato, stříbro, olovo, cín, měď. S těmito kovy se pojí další minerály. Tradice hornictví k nám patří – lidé se od pradávna vyznali. Oceňují například český granát (pyrop). Nalezit granátů je na světě hodně, ale jen ten český má tu „pravou“ barvu, lesk, kvalitu, jen ten český má nejvyšší hodnotu, má zvuk a platí za ten nejúžasnější.

Osobně mi učaroval achát. Jde o polodrahokam typický pro naše prostředí. Má velickou hloubku, vidíte v něm českou krajinu, poznáte v něm člověka. Prostě je výjimečný.

Své kouzlo má křišťál. Atraktivní, rovněž obchodně, je český vltavín – ten je mezi jinými výjimkou, je zelenavý, kdežto jiné tektity, z ostatních zemí, jsou černé.

## DNEŠNÍ ŽIVOT MANAŽERŮ I PODNIKATELŮ JE DOKONALE USPĚCHANÝ, A MOŽNÁ I PŘÍLIŠ KOMPLIKOVANÝ PRO NEZÚČASTNĚNÉ. KÁMEN BY POMOHL UROVNAT HLADINU ADRENALINU?

Životní styl má také svá kouzla, ale je pravdou, že kámen má skutečně svůj vnitřní náboj, a může navodit pohodu, pomoci v té pohodě zůstat. Postavte si na stůl růženín (růžový druh křemene), určitě vám odstíní šílensství obrazovky počítače, mobilu... Ten, kdo se naučí číst z kamenů, zjistí, že v sobě kámen nese obrazy, každý den uvidíte jiný, záleží na lomu světla, vaší náladě, roční době... I to člověku otvírá oči.

## ZATÍM NEJDRAŽŠÍ PRODANÝ KÁMEN?

Byl to polodrahokam – broušený heliodor za 600 000 korun. Ale ten jsem nenašel, ten jsem pro klienta obstaral. K tomu snad jen tolik, že k drahým kamenům dodáváme certifikáty.

## KAMENY URČENÉ K OBCHODOVÁNÍ JSOU SPÍŠE TY, KTERÉ JIŽ PROŠLY RUKAMA ŠPERKAŘŮ, JE TO TAK?

Ano, více se zaměřujeme na zpracování do šperků, u nás zakoupený šperk je vždy originál, zpravidla ve stříbře či zlatě. Můžeme nabídnout zajímavě zpracované perly, přívěsky, náhrdelníky a náramky z kamínků. A šperky nejen pro dámy, ale také pro pány. Dokážeme rovněž znalecky posoudit kámen nebo šperk, vyčistit, zrestaurovat. Osobitým přáním vycházíme vstříc.

za poutavé vyprávění poděkovala Eva Brixi

# PRO PEUGEOT OD ZAČÁTKU

ZA JEJÍ DVANÁCTILETÉ PŮSOBNÍ U ZNAČKY PEUGEOT JE TENTO PRVNÍM ROZHOVOREM PRO MÉDIA. ING. RADKA BRŮŽKOVÁ, ŘEDITELKA PRODEJE SPOLEČNOSTI PEUGEOT ČESKÁ REPUBLIKA S.R.O., VÝZNAMNÉHO DOVOZCE AUTOMOBILŮ NA NÁŠ TRH, NEMĚLA NIKDY POCIT, ŽE BY TO MĚLA BÝT PRÁVĚ ONA, KTERÁ I TÍMTO ZPŮSOBEM PRODÁVÁ ZNAČKU. TUTO KOUZELNOU STAROST DOSUD S CHUTÍ PŘENECHÁVALA KOLEGŮM, MUŽŮM. PŘEDNOST DÁVALA VŽDY PEČLIVÉ, SYSTEMATICKÉ PRÁCI PRO FIRMU BEZ POMOCI NOVINOVÝCH A ČASOPISOVÝCH STRÁNEK. VYNALÉZAVÁ, DENNÍ ČINNOST JI TĚŠÍ, VĚNUJE SE JÍ NAPLNO A S CHUTÍ. JE TOTIŽ U „ČESKÉHO“ PEUGEOTU OD ZAČÁTKU. A TO JE PODLE MNE JIŽ DOST DLOUHÁ DOBA NA TO, NEŽ ABYCH JÍ PŘECE JEN NEPOLOŽILA PÁR OTÁZEK:

## OBCHODOVAT S AUTOMOBILY – JE TO ZPRAVIDLA PŘÁNÍ MNOHA MUŽŮ, PŘESTO SE JIM OBČAS ŽENY PLETOU DO ŘEMESLA. ČÍM JE PRÁVĚ PRO VÁS TENTO OBOR PŘITAŽLIVÝ?

Pro mne je to spíše obchodem než samotnými automobily. Obchod jako kategorie, disciplína, významná součást fungování každé firmy. Když jsem skončila školu, toužila jsem po tom, abych mohla nastoupit do francouzské firmy, a to se mi splnilo. U Peugeotu jsem od jeho vstupu na český trh. Tedy skutečně od začátku. Vytvářeli jsme tehdy, v roce 1996, filiálku, základy dnešního zastoupení značky Peugeot v České republice. Aniž jsem tehdy byla nějak zvlášť fanoušek do aut. Musím však říci, že Peugeot má krásná auta, takže i po stránce obchodní je to významný argument. Má-li být obchod úspěšný, musí mít člověk dobrý produkt. Musí být přesvědčen o tom, že nabízí ostatním to, co stojí za to prodávat.

## CHTĚLI TEHDY ZÁKAZNÍCI PEUGEOTY?

Určitě ano. Jednak byl hlad po zahraničních značkách, jednak chtěli lidé utracet peníze právě za auta, takže právě naše

začátky v ČR byly dobou, na kterou ráda vzpomínám. V roce 1998 jsme uvedli dvěstěšestku, což byl pro nás klíčový model, který si získal mnoho příznivců. Zákazníci byli také na svůj vysněný model ochotni čekat. Dnes musíte získávat klienta trochu jinak. Produkt, přestože je krásný, kvalitní a zajímavý, se neprodá sám. Je třeba bojovat lepší kvalitou služeb, lepší cenou, lepší nabídkou financování, různými výhodami... zkrátka naplnit očekávání stále náročnějších zákazníků a zvyšovat podíl na stále se vyvíjejícím trhu, je to permanentní boj o to být lepší než konkurence.

Dnes zákazník očekává slevu automaticky. Slevy jsou osvědčené řešení k zvyšování prodeje, ale to je jedna z možností, a jistě ne ta nejlepší. My si vážíme image značky, strategie, a ta nestojí na slevách.

Snažíme se zaměřit na samotný produkt, lépe ho přizpůsobit potřebám zákazníků. Nabízíme cenově atraktivní speciální série, které jsou nadstandardně vybavené z hlediska bezpečnosti i komfortu. Nebo například v rámci aktuální akční nabídky nabízíme zimní pneumatiky zdarma. Vždy dbáme o to, aby náš výrobek působil důvěryhodně. Myslíme si, že ceny mají odpovídat hodnotě výrobku.

## NA JAKÝCH ZÁSADÁCH STAVÍ PEUGEOT V ČR SVOJI OBCHODNÍ STRATEGII A ČÍM JI MŮŽETE DOTVOŘIT, OVLIVNIT?

Stavíme jednoznačně na kvalitě výrobků i služeb. Já vím, ona ta slova zní hodně obecně až vyhýbavě, nekonkrétně. Ale na druhé straně právě na systému kvality hodně pracujeme, tomu se plně věnujeme. Stavíme tedy v praxi na hodnotách značky, naše hodnoty nejsou jen prázdné proklamace.

## PŘIBLÍŽILA BYSTE ZMÍNĚNÉ HODNOTY?

Důvěra, inspirace, zaujetí pro automobily. Důvěra, kterou mají naši zákazníci ve značku Peugeot, v naše produkty a služby. Nejde ale jen o to. Peugeot je zodpovědnou značkou, která věnuje obrovské investice a úsilí do výzkumu a vývoje nových technologií vedoucích ke snížení dopadu automobilů na životní prostředí. I v tomto ohledu si určitě Peugeot důvěru zákazníků zaslouhuje.

Zaujetí pro automobily, to je hodnota, která se nepromítá pouze do vozů, ale je to například i odhodlání, se kterým se značka Peugeot prosazuje v motoristickém sportu. Četná vítězství v minulosti i současnosti dokazují, že naše technologie jsou na špičce.

A inspirace, tu najdete ve všech automobilových konceptech, které značka Peugeot předvedla světu. Například koncepty, které jsme letos představili v Paříži – nesmírně zajímavý design a hybridní technologie budoucnosti. A dokázali jsme, že i tato jedinečná díla můžeme nabídnout zákazníkovi v sériové podobě. To je případ vozu 308 RC Z, který bude již na jaře roku 2010 v prodeji.



Ing. Radka Brůžková



## MĚLA VAŠE SPOLEČNOST NĚKDY URČITOU AKČNÍ NABÍDKU CÍLENOU PŘEVÁŽNĚ NA ŽENY, TŘEBA NA PODNIKATELKY NEBO DÁMY V MANAŽERSKÝCH POZICÍCH?

Zaměřit se na podnikatelky a manažerky, to není snadné vzhledem k poměrně malé početnosti této cílové skupiny, přestože žen na těchto pozicích v České republice přibývá. Je to skupina, která sice není zanedbatelná, přesto se nám zdálo užitečnější zaměřit prodej, například modelu 207, spíše na ženy obecně.

Víme, že ženy, ať již v pozici manželky, či manažerky, hodně nákup aut ovlivňují. Jde o výběr barvy vozu, charakteristik z hlediska bezpečnosti, komfortu, praktičnosti i vzpomínaný design. A co uvést jako příklad cílení na ženy? Například speciální série 206 Generation. Jde o vůz, kde nabízíme balíček doplňků zaměřených na bezpečnost (airbag řidiče i spolujezdce, ABS, elektronický rozdělovač brzdných sil REF, elektronický imobilizér apod.), komfort (klimatizace, elektrické ovládání oken, rádio s CD, výškově nastavitelný volant i sedadlo řidiče, centrální zamykání s dálkovým ovládáním apod.) i design. Tedy zaměřujeme se na charakteristiky, které jsou pro ženy při výběru vozu klíčové. Atraktivní speciální série budou součástí naší strategie i v příštím roce.

## ŽENA, PŘEDEVŠÍM TEDY TA, KTERÁ HOSPODAŘÍ S KAŽDOU MINUTOU, OČEKÁVÁ OD AUTA ZEJMÉNA...

Řekla bych, že je to zmíněná bezpečnost, a rovněž praktičnost. A tady z tohoto pohledu mají u nás řidičky z čeho vybírat. Naše modely mají vychytávky, a ty oceňují právě ženy s dětmi. Například u rodinného vozu 807 jsou k dispozici elektricky ovládané boční dveře se systémem proti přiskřípnutí a tímto bezpečnostním systémem mohou být vybavena i okna. DVD obrazovka pro druhou řadu sedadel zabaví děti a řidiči zajistí klid k řízení. U modelu 308 SW zase najdete například funkci indikace nezapnutých pásů na zadních sedadlech. Samozřejmostí je nabídka bezpečnostních úchytů dětských sedaček ISOFIX.

## URČITĚ VÍTE, JAKÝ AUTOMOBIL Z VAŠÍ DNEŠNÍ MODELOVÉ ŠKÁLY JE ZÁKAZNICÍM VELICE BLÍZKÝ...

Obecně ženy preferují malé vozy, například usměvavý originální Peugeot 107. Podle evrop-



ských statistik tvoří klientelu ze 69% ženy. O evergreenu 206 a novějšímu modelu 207 jsme již hovořili. Zvláště pak stylové verze coupé cabriolet jsou ženám velice blízké. Model 207 Coupé Cabriolet získal na brněnském autosalonu v roce 2007 ocenění Auto pro ženy společně s modelem Peugeot 307.

## PODLE ČEHO VOLÍ ŽENY BARVY AUT?

Čekala jsem, že se zeptáte. Ale odpovídá se na to těžko. Dovolila bych si potvrdit starou pravdu – ženy mají rády auta pestřejší, barevnější. Častěji než muži volí pastelové tóny a přitahují je i méně obvyklé barvy, jako je například oranžová či žlutá. Důležité jsou i příjemné tóny interiéru. Já osobně mám však ráda černá auta. Třeba černá karoserie a bílá kůže uvnitř...

## CO CTÍTE NA ZNAČCE PEUGEOT PŘEDEVŠÍM? DESIGN, KOMFORT, NEBO TO, ŽE SE NEPODĚBÍZÍ CENAMI, ŽE JDE O SVĚTOVOU RODINNOU FIRMU...?

Nechám-li promluvit svoje srdce, pak je to design. Je to jedna z našich priorit v dlouhodobém horizontu hodnot. Je to atribut, na němž si zakládáme, k designu má Peugeot velký vztah, úctu, podílí se na jeho rozvoji, uznává emotivní náboj. Peugeot, to je ale hlavně světová značka s bohatou tradicí a téměř dvěstiletou historií. Vezměte si jen to, že k dnešnímu dni má naše značka zastoupení ve 150 zemích světa, vyrobili jsme už padesátimiliontější auto, naše logo lva právě slaví 150. narozeniny.

Peugeot, to je ale také značka, které je vlastní zodpovědný přístup k životnímu prostředí. Jsme lídrem v prodeji vozů emitujících méně než 120 g CO<sub>2</sub>/km.

Velmi intenzivně se zabýváme vývojem alternativních pohonů. V roce 2011 chceme uvést na trh vozy s hybridním pohonem kombinující přednosti spalovacího a elektrického motoru. Plánujeme také masivní rozšiřování systému Stop&Start, který umožní snížení spotřeby paliva a emisí až o 15%. Naším cílem je jeden milion světově prodaných vozů s tímto systémem do roku 2011. Značka Peugeot je také jedním z průkopníků vozů s elektrickým pohonem. Vozem s nulovými emisemi, který byl na světě vyroben v největším množství, je právě model Peugeot. Jedná se o 106 Electric.

Ekologicky šetrné vozy dnes stále více nabývají na významu. Ostatně – právě pro firemní flotily bude jistě i toto hledisko velmi aktuální. A my bychom rádi fleetovou strategii posílili tímto způsobem. Promyšlíme motivaci k pořízení ekologických vozidel – zatím celospolečensky ještě stále chybí, a jen osvěta – to je dnes málo. Věřím však tomu, že dámy, které ve firmách rozhodují o nákupu automobilů, budou mít již brzy své rozhodnutí o pořizování ekologických aut čím obhájit.

za odpovědi poděkovala  
Eva Brixi



PLATEBNÍ KARTY. KDYBY JICH NEBYLO, UŽ BYCHOM ANI NEUMĚLI NAKUPOVAT. ZVYKLI JSME SI NA NĚ A JSOU VĚRU PŘÍJEMNĚJŠÍ NEŽ PLNÁ PENĚŽENKA. JISTOTA KREDITNÍHO ÚČTU NÁM DÁVÁ KŘÍDLA, I KDYŽ S UPOZORNĚNÍM, ŽE ÚLOHY BÝT DOBRÝMI HOSPODÁŘI NÁS TO NEZBAVUJE. PROSINEC JE MĚSÍCEM BOHATŠÍCH NÁKUPŮ, NEŽ JINÉ OBDOBÍ ROKU. S CHUŤÍ UTRÁCÍME ZA VÁNOČNÍ DÁRKY, CESTUJEME DO EXOTICKÝCH MÍST, A TĚŠÍ NÁS TO.



# PLATEBNÍ KARTY PRO ŽENY

## jsou v Evropě vlastně svým způsobem novinkou

O platebních kartách s nepatrně provokující náповědou o ženské marnotratnosti nyní s Pavlem Javorským, Acting General Managerem MasterCard Europe for the Czech Republic and Slovakia:

### JE NĚJAKÝ ROZDÍL V PŘÍSTUPU ŽEN A MUŽŮ K PLATEBNÍM KARTÁM?

Je obecně známo, že ženy mají k nakupování vřelejší vztah než muži. Platební karty ženám umožňují mít neustálý přístup ke svému účtu a dávají tak svým držitelkám svobodu pohodlně a okamžitě řešit veškeré platební či nákupní situace. A to aniž by musely předem plánovat velikost nákupu a podle toho vybírat adekvátní částku v hotovosti. Platební karty jsou prostředkem, který zvyšuje pohodlí a šetří čas.

### ZEJMÉNA PRO TY DÁMY, KTERÉ S ČASEM HOSPODÁŘÍ VELICE PROMYŠLENĚ, TŘEBA PRO PODNIKATELKY A MANAŽERKY.

Jistě. Ale platební karty nešetří jen čas, pomáhají i při řešení neočekávaných nákupních možností či výdajů. V takovém případě mohou ženy sáhnout po kreditní kartě, která jim umožňuje uhradit nákup nezávisle na tom, zda momentálně mají na účtu dostatek finančních prostředků, či nikoliv. Částku za nákup mohou splatit později dle svých možností, a pokud se jim to podaří v bezúročném období, není jim stržen žádný úrok. Dnes už také neplatí, že by byly kreditní karty určeny pouze movitějším klientům, naopak jsou dostupné široké veřejnosti.

### MAJITELŮM FIREM OBECNĚ POSKYTUJETE ŘADU SLUŽEB, NA KTERÉ SI ZVYKLI A KTERÉ JIM VYHOVUJÍ, O JAKÉ JDE PŘEDEVŠÍM?

Z průzkumu, který jsme realizovali na jaře letošního roku, vyplývá, že firemní platební karty používá drtivá většina (91 %) významných českých společností. Hlavním důvodem pro jejich používání je usnadnění služebních cest, ale nezanedbatelnou roli hraje také pojištění vázané na kartu či přehlednost výdajů realizovaných platební kartou.

### DNES HODNĚ ŽEN V MANAŽERSKÝCH A VLASTNICKÝCH POZICÍCH FIREM CESTUJE DO ZAHRANIČÍ – JAK ZDE VYUŽÍVAJÍ PLATEBNÍCH KARET, ANEBO LÉPE, CO VŠECHNO MOHOU VYUŽÍT?

Jednou z největších výhod platebních karet je možnost platit s nimi úplně stejně doma, jako v zahraničí. Na všech obchodních místech označených oranžovo-červeným logem MasterCard je možné platit s našimi kartami, a to

Pavel Javorský



aniž by bylo potřeba vyměňovat hotovost za místní měnu. Transakce kartou je obvykle přepočítána na české koruny výhodnějším směnným kurzem, než jaký nabízejí směnárny, a navíc si banky za tyto transakce většinou neúčtují žádné poplatky. Platební karty představují v zahraničí jedinečný způsob placení také díky nesrovnatelně vyšší bezpečnosti a většímu pohodlí oproti platbám v hotovosti.

Karty ale v zahraničí neslouží jen k placení. Kromě výběrů z bankomatů jsou užitečným pomocníkem například při rezervacích hotelů nebo jako záruka v půjčovnách aut. K platebním kartám jsou navíc často vázány různé doplňkové služby, jako je cestovní pojištění či pojištění odpovědnosti za škody. ▶



# SEXY DRINK FRISCO DRY

Jedinečný, lehký, elegantní tam, kde je smích

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A.S. UVEDL NA ČESKÝ TRH NOVÝ VÝROBEK, ALKOHOLICKÝ NÁPOJ FRISCO DRY. NOVÁ, LEHČÍ VARIANTA NÁPOJE FRISCO OBSAHUJE O 20 % MĚNĚ CUKRU A JE URČENÁ PRO ŽENY, KTERÉ SE BAVÍ ŽIVOTEM. PLZEŇSKÝ PRAZDROJ SE SPOLEČNĚ S PREZENTACÍ NOVINKY ROZHODL ZMĚNIT CÍLOVOU SKUPINU PRO NÁPOJE FRISCO, KOMUNIKACI SE ZÁKAZNÍKY A CENU. ZMĚNU PODPOŘÍ KAMPAŇ V RESTAURACÍCH, BARECH, OBCHODECH, KINECH A SPORTOVNÍCH CENTRECH.

„Frisco. Navrženo pro úsměv.“ Tímto sloganem odstartovala společnost uvedení nového výrobku Frisco Dry a slibuje, že se s tímto jedinečným drinkem nebudete nudit ani vy ani vaši přátelé. Nápoj je jemně perlivé chuti, s jablčným a citronovým aroma, má nízký obsah alkoholu (4,5 % ABV), obsahuje méně cukru a je lehký.

Frisco je jediný alkoholický nápoj na bázi sladu v ČR. Obsah alkoholu v nápoji odpovídá obsahu alkoholu ve víně nebo míchaném nápoji. Základní surovinou pro výrobu je kvalitní ječmen. Frisco prochází unikátním výrobním procesem a v poslední fázi se do nápoje přidává přírodní aroma a probíhá filtrace podobná technologii při výrobě kvalitní whisky. Vý-

sledkem je jasná nazlátlá barva, která dělá z Frisca jedinečný nápoj naprosto ideální pro ženy, které jsou optimistické, spontánní, společenské a sebejisté. (tz)

**Frisco. Že nám chutná.**



## ► U ŽEN, KTERÉ SI VYBÍRAJÍ PLATEBNÍ KARTU, HRAJE URČITĚ VELKOU ROLI DESIGN. MOHOU SI HO NAVRHNOUT SAMY – BAVÍ SE TÍM, LÍBÍ SE JIM TO? NEBO SE JIM TO ZDÁ SLOŽITÉ A NEPODSTATNÉ?

Většinu ze standardně nabízených designů karet navrhují ženy a je tedy zřejmé, že ke vzhledu karet mají bližší vztah než zástupci opačného pohlaví. Jak jste správně naznačila, stát se designérem vlastní karty dnes může každý. Možnost zvolit si vlastní vzhled platební karty a umístit si na ni např. fotografii z dovolené nebo obrázek svých blízkých, přidává platební kartě emotivní nádech. Tuto tzv. personalizaci karet dnes již nabízejí téměř všechny klíčové banky a mezi držitelé karet se setkává se stále větší oblibou. Pro firemní karty je jistě zajímavá možnost umístit na kartu např. logo vlastní společnosti nebo jiný symbol konkrétní činnosti dané firmy.



MOHLA BY BÝT NĚJAKÁ SPECIÁLNÍ KARTA DESIGNOVĚ I NABÍDKOU VYBAVENA SPÍŠE PRO ŽENY NEŽ DRUHOU POLOVINU LIDSTVA? PRO BANKU BY TO JISTĚ BYLA I CESTA ZA PŘÍZNÍ KLIENTEK... MILÝ DOPLNĚK ŽIVOTNÍHO STYLU...

Naším cílem je, aby platební karty MasterCard vyhovovaly specifickým požadavkům držitelů i držitelek karet. Poskytování speciálních platebních karet pro ženy je nový trend, se kterým se začínáme setkávat u nás i v zahraničí. V Evropě, kde jsou karty určené ženám v podstatě novinkou, zatím pozorujeme větší oblibu karet zaměřených na funkci než na design. Příkladem jsou karty se speciální asistenční službou pro pomoc

v situacích, kdy žena ocení mužskou ruku – např. při odtažení vozidla, když potřebuje zámečníka či instalatéra. O praktičnosti těchto služeb svědčí fakt, že asi 30 % karet určených ženám si objednávají muži.

TO ZNÍ LÁKAVĚ. VĚŘÍM, ŽE BY TATO SLUŽBA NAŠLA UPLATNĚNÍ I NA ČESKÉM TRHU. Z JAKÝCH KARET URČENÝCH ŽENÁM MŮŽEME V SOUČASNOSTI VYBÍRAT U NÁS?

Na českém trhu je v tuto chvíli nabízena celá škála platebních karet, z nichž si každý může vybrat takovou, která nejlépe vyhovuje jeho potřebám.

Ženám na míru je ušita např. Avon kreditní karta MasterCard. Pro podnikatelky, které často cestují, je zajímavá kreditní karta MasterCard vydávaná ve spolupráci s leteckou společností nebo čerpacími stanicemi. Další z našich karet dokáží zpříjemnit nakupování díky poskytování slev 5–30 % u všech obchodníků zahrnutých v programu Sphere nebo zlevnit telefonování díky spolupráci s mobilními operátory.

I přes existující širokou nabídku vítáme nadále požadavky na nové vlastnosti platebních karet, protože jediné neustálými inovacemi a dialogy s držitelé našich karet si můžeme udržet dlouhodobou spokojenost klientů.

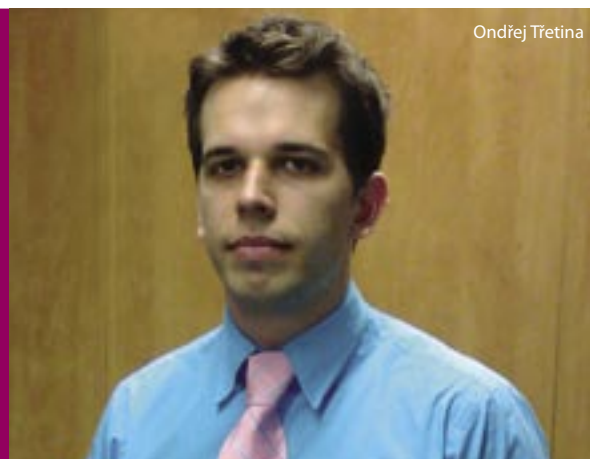
NA CO SE PŘÍZNIVCI VAŠÍ ZNAČKY MOHOU TĚŠIT PŘED VÁNOCEMI?



V současnosti finalizujeme přípravy ocenění MasterCard Banka roku, které každoročně hodnotí produkty a služby nabízené na českém finančním trhu. Výsledky ocenění mohou posloužit veřejnosti jako vodítko v rozmanitém poli nejen platebních karet, ale veškerých finančních produktů.

otázky připravila Eva Brixl

CHCEME BÝT JINÉ, A JEN MÓDNÍ ODĚVNÍ DOPLŇKY NESTAČÍ. KAŽDÁ CHCEME BÝT OSOBITÁ, KAŽDÁ NA SEBE RÁDA UPOUTÁME POZORNOST. POTŘEBUJEME BÝT CHYTRÉ, KRÁSNÉ, IN, POTŘEBUJEME, ABY SE NÁM DOBŘE PRACOVALO. PROTO I MEZI VÝROBCI TECHNIKY HLEDÁME TOHO, KDO NABÍDNE VÍCE NEŽ JINÝ – TŘEBA POČÍTAČE. BAREVNÉ, PŘÍVĚTIVÉ, NE NULY A JEDNIČKY ZABALENÉ V PLASTU NEBO KOVU ODSTÍNU NEURČITÉHO. V KANCELÁŘI ČI NA CESTÁCH POTŘEBUJEME BARVY, VŮNĚ, RADOST. FIRMA ASUS NÁM TENTO KOMFORT DOKÁŽE POSKYTNOUT. ONDŘEJ TŘETINA, MARKETING SPECIALIST, TO JEN POTVRDIL:



Ondřej Třetina

## BAREVNÉ A VOŇAVÉ a třeba také z bambusu...

VAŠE SPOLEČNOST PRÁVĚ ZÍSKALA DVĚ PRESTIŽNÍ EKOLOGICKÉ ZNAČKY – KVĚTINA A EKOLOGICKY ŠETRNÝ VÝROBEK ZA ŘADU NOTEBOOKŮ. MYSLÍM, ŽE JE TO VELKÁ VÝZVA PRO DALŠÍ KOMUNIKACI, MARKETING.

Ano, je to velká výzva. My si těchto ocenění velmi vážíme. Tato ocenění jsou pro nás velmi důležitá i proto, že jsme první firma v České republice, která je získala v kategorii notebooků. Ocenění „Květina“ a „Ekologicky šetrný výrobek“ budeme používat společně s naší N-sérií při marketingové komunikaci. Informaci o ocenění umístíme v našem notebookovém létaku, využijeme je při online a tištěných kampaních, dále máme v úmyslu použít nálepky s těmito oceněními na samotném produktu. Budeme nadále také usilovat o to, abychom podobných „výher“ získali více. Při příštím udělení těchto cen se budeme ucházet o toto ocenění s dalším eko produktem, s naším bambusovým notebookem.

JSTE NEJEKOLOGIČTĚJŠÍM DODAVATELEM TOHOTO ZBOŽÍ NA EVROPSKÝ TRH. JAK TUTO SKUTEČNOST VNÍMAJÍ ŽENY? MAJÍ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ KLADNĚJŠÍ VZTAH NEŽ MUŽI?

Postoj k ekologii je, myslím, značně individuální záležitostí. Nedokáží odhadnout, jestli pro ženy je téma ekologie více či méně důležité. Pravdou ale je, že při koupi notebooku může být ekologická šetrnost pro ženy jeden z důležitých faktorů.

OSTATNĚ – NABÍZÍTE TAKÉ NOTEBOOKY V ŘADĚ BAREV, A BARVY JSOU VÝRAZNÝM EMOCIONÁLNÍM PRVKEM PRO ZÁKAZNÍKA, ZEJMÉNA PRO NĚŽNOU POLOVINU LIDSTVA. JAKÉ TYPY BYSTE DOPORUČIL MLADŠÍM, DYNAMICKÝM DÁMÁM A JAKÉ TĚM, KTERÉ MAJÍ UŽ NĚJAKOU TU ZKUŠENOST ZA SEBOU?

Mladším dynamickým ženám bych mohl nabídnout naši barevnou F6 sérii s ornamenty ve svěžích barvách (růžová, modrá, zelená) nebo naše barevné EeePC. Ideální notebook pro dámy by mohl být i náš kožený notebook U2 v černém a hnědém provedení nebo nějaký z našich bílých notebooků.

NOTEBOOKEM PRO IMAGE SE JISTĚ STANE

HIT LETOŠNÍ ZIMY – TEN S BAMBUSOVÝM KRYTEM... UŽ JSTE SE O NĚM ZMÍNIL...

Bambusový notebook ASUS bamboo U6V je nejnovější produkt našeho ASUS IT zeleného programu, který funguje již od roku 2000. Na dotek příjemný povrch, osvěžující vůně a typická minimalistická estetika bambusu dodává bambusovým notebookům nádech spirituality, tepla a starobylosti, se kterým se syntetické a neosobní materiály moderní doby jen těžko mohou měřit. S každým dotykem budou uživatelé cítit rozdíl, neboť bambus v nich vyvolá stejný pocit, jako když prsty přejíždí po starém nábytku. U tohoto notebooku se nám podařilo skloubit na jedné straně unikátní design, na straně druhé jsme chtěli ukázat, že existují alternativní zdroje pro výrobu počítačů.

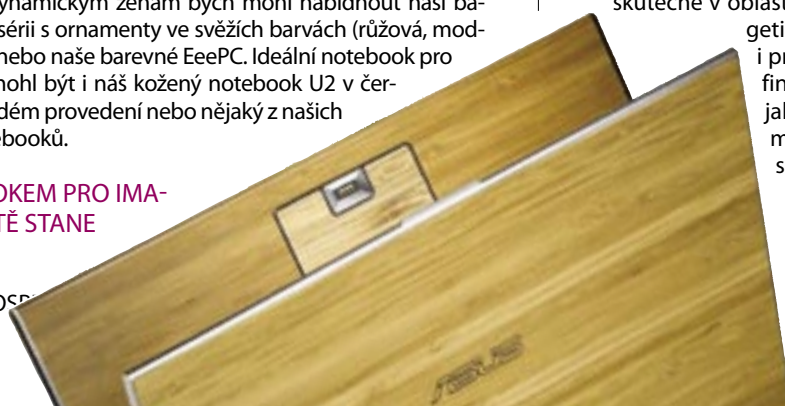
NĚKTERÉ Z VAŠICH POČÍTAČŮ DOKONCE VONÍ. JAK VŮNĚ VZNIKÁ? A NEVYČERPÁ SE?

Nová barevná ASUS série F6 skutečně voní. V nabídce máme 4 různé vůně, které korespondují s barvou notebooku. Vůně vzniká tak, že po zahřátí žebrovaní chlazení notebooku, které je napuštěné vůní, se vůně uvolňuje a vývodem pro odvod vzduchu se dostává vně zařízení. Jako každá jiná vůně i tato postupem času vyprchá. Věřím však, že pouze vůně, ne vztah k naší značce.

EKOLOGIE, BARVY, NOVÉ MATERIÁLY, RECYKLOVATELNOST. TO VŠE JSOU ATRIBUTY, S NIMIŽ PRACUJETE. A CO TAKHLE SCIENCE FICTION? CO TŘEBA JÍMAT TEPLU Z NOTEBOOKŮ A BATERIÍ K TOMU, ABY SI ČLOVĚK MOHL VE VLAKU NEBO V AUTĚ UVAŘIT „NA POČÍTAČI“ KAFE NEBO ČAJ? TECHNICKY BYCH VĚDĚLA, JAK NA TO...

Ano, technicky by to bylo asi možné, ale zatím toto zůstává skutečně v oblasti SCI-FI. Toto řešení by bylo velmi energeticky náročné a notebook by to také asi i prodražilo. Pokud by někdo opravdu znal finančně přijatelnou technologii či způsob, jak to vyřešit, určitě by o tuto technologii mělo zájem hodně firem a z vynálezce by se stal brzy velmi bohatý člověk...

za osvěžující odpovědi  
poděkovala Eva Brixi





# UMYVADLO V KABELCE

OLOMOUCKÁ SPOLEČNOST NANOTRADE S.R.O., OD ROKU 2004 ZNÁMÁ SVOU AKTIVITOU V OBLASTI VÝROBKŮ A TECHNOLOGIÍ VYUŽÍVAJÍCÍCH NANOTECHNOLOGIE, PŘÍCHÁZÍ NA TRH S DALŠÍM HITEM. JDE O DEZINFEKČNÍ UBROUSKY NANOSILVER VHODNÉ PRO KAŽDÉHO Z NÁS.

Technologie nanosilver® zaručuje likvidace patogenních bakterií, kvasinek a plísní s efektivitou 99,9 % po dlouhou dobu s téměř okamžitými účinky. Tato technologie zabraňuje dalšímu množení bakterií, a tím i výrazně napomáhá snižovat riziko infekční nákazy. Nanostříbro, použito v novém produktu, vykazuje baktericidní a fungicidní účinky, které spočívají v průniku iontů stříbra přímo do buňky bakterií a k praktickému „zadušení“ parazita. Navíc byla zjištěna schopnost stříbra likvidovat i některé viry (antrax, HIV). Proto je pravděpodobné, že se stříbro bude podobně chovat i k virům žloutenky, což by bylo velmi pozitivní v současné vlně zvýšeného výskytu tohoto onemocnění.

Největší pravděpodobnost nákazy hrozí na místech, kde se setkává mnoho lidí – v úřadech, bankách, nákupních centrech, ve veřejné dopravě, na toaletách. Takové prostředí je rájem pro choroboplodné zárodky. Stejně riziko nákazy je ale také ve stravovacích zařízeních, hotelích, lékárnách, nemocničních čekárnách či ordinacích, ve školkách, školách a táborech.

Ubrousky nanosilver působí dezinfekčně na nejrůznější povrchy i na lidskou kůži. Lze je využít jako prevenci před možnými nákazami bakterií a mikrobů, které způsobují některá závažná onemocnění (salmonela, legionářská nemoc a další). Vezměte si jako příklad obchodní jednání v restauraci spojené s příjemným obědem, kam svého partnera pozvete. Přijdete na místo, podáte si ruce, sáhnete po mobilním telefonu, abyste vypnuli zvonění, předtím jste si museli otevřít dveře objektu, zaplatit

v šatně, sáhnout na židli, berete právě do ruky pečivo a pochutnáváte si na polévce... Určitě si před tím neodskočíte na toaletu, abyste si ruce opláchni. Pakliže ano, stejně se jimi opět dotýkáte znečištěného povrchu dveří, židle... a tak to jde stále dokola. Ani klávesnice vašeho počítače nebo brýle, kufřík, deštník nebo šperky či hodinky nejsou hygienickou dokonalostí. Prakticky to totiž není ani možné zvládnout.

Zato ubrousky nanosilver nabízejí prosté řešení. Jsou k jednorázovému použití, takto jsou rovněž baleny, velice praktické a manipulace s nimi je snadná. Díky jejich kapesní velikosti je můžeme mít vždy u sebe a využít je v pravou chvíli. Jsou velmi vhodné i pro cestování do vzdálenějších destinací, kde je riziko infekce velmi vysoké. Jde o moderní a účelnou antibakteriální ochranu.

Vzhledem ke skutečnosti, že některé infekční nákazy, jako je například i žloutenka, vznikají jako nemoci špinavých rukou a během dne se nemůžeme kdekoliv omýt vodou s mýdlem, působí ubrousky nanosilver jako malé mobilní umyvadlo v kabelce nebo kapse. Společnost NanoTrade je připravena je do dávat i firmám jako reklamní dárky s jejich logem.

[www.nanotrade.cz](http://www.nanotrade.cz)

(tz)



## Netradiční nápady na dárky z nového vánočního serveru

Společnost Cetelem připravila pro všechny zájemce nový vánoční server <http://vanocni.aurakarta.cz>, kde lze nalézt inspiraci, jak potěšit své blízké vhodným, a zároveň zajímavým dárkem. Své vánoční nákupy mohou klienti zároveň financovat prostřednictvím spotřebitelských úvěrů,

o které je v předvánočním období každoročně zvýšený zájem.

„Již v minulém roce jsme premiérově spustili vánoční webovou prezentaci a u klientů se těšila velkému zájmu. Z tohoto důvodu jsme letos rozšířili server nejen o další

zajímavé vánoční informace, ale zároveň jsme chtěli klienty inspirovat pro nákup netradičních dáreků,“ uvedla ředitelka Správy marketingu a komunikace, Ing. Gabriela Pithartová.

Vánoční server umožňuje klientům podle jimi zvolených parametrů (věk a pohlaví obdarovaného, předpokládaná finanční výše dárku) nabídnout řadu nápadů na neotřelé dárky. Kromě přehledné struktury přináší web i zajímavé informace, které se pojí se Štědrým dnem v České republice i v zahraničí; milovníky kuchyně čeká několik způsobů úprav vánočního kapra nebo návod na přípravu různých druhů bramborového salátu. Informace o Vánocích doplňuje sekce financování formou účelových a neúčelových Osobních půjček Cetelem nebo kreditní kartou AURA PLUS.

(tz)

## Nová prodejna Kare v obchodním centru Arkády Pankrác

Lifestylová designová firma KARE, která patří na českém trhu mezi přední prodejce nábytku, osvětlení a stylových bytových doplňků, otevřela prodejnu ve zbrusu novém obchodně-společenském centru Arkády Pankrác. Je to krok, kterým chtějí manažeři značku přiblížit co nejširšímu počtu zákazníků. Prodejna v obchodním centru je v České republice zatím druhou po showroomu v Korunní ulici v Praze, jenž byl otevřen před třemi lety.

Nová prodejna je konceptem obchodů Boxx, jedná se tedy o obchodní jednotku menších rozměrů. Sortiment nabízí průřez různými styly, které KARE reprezentuje: novodobou romantikou, country stylem, etnem, retro a popkulturou, nechybějí ovšem ani nejnovějšími designové hity. Ačkoli v prodeji není nábytek a doplňky větších rozměrů, i ty je možné si objednat podle katalogu.

(tz)

# *Můj malý zázrak*



Více na [www.alza.cz](http://www.alza.cz)

*můj diář*

*moje muzika*

*můj deník*

*moje práce*

*moje zábava*

*moje pošta*

*moje radost*

mininotebook  
*Eee PC*  
Designed by ASUS

Určitě ho budete chtít i vy! Je tak malý, že se vejde do kabelky a váží jen jedno kilo. EEE PC je dokonale mobilní počítač, s kterým se pomocí WiFi snadno připojíte na internet. Mininotebook EEE PC je váš dokonalý společník na cesty.

 **alza.cz**  
...největší obchod  
s počítači a elektronikou!

**Alza.cz**  
Jateční 33  
170 00 Praha 7  
PO - NE 8:00 - 20:00  
Tel.: 225 340 111

**Alza.cz** - odběrné místo  
Nové sady 40  
603 00 Brno  
PO - PÁ 9:00 - 18:00  
Tel.: 543 213 535

Nonstop eshop: [www.alza.cz](http://www.alza.cz)