

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Celý svůj vesmír

Eva Brixi

Posílám ti celý svůj vesmír
Abys byl dlouho živ a zdrav
Aby ani déšť nesmyl stopy
Které jsi otiskl do mých veršů
Na aru v umělém spánku jsi na mne mrkl, to já poznám
Vyhraj nad špitálem, bojuj a nedej se
Já se modlit nikdy nenaučím
Ačkoli přicházím po začátku

Posílám ti celý svůj vesmír
Veselé hvězdy
A věčnou radost
Můj diář je najednou aréna
Která chce být prázdná
Aby naplnila tebe
Nikdy jsem ti to neřekla
Byls kousek mého nebe
Vzdorovala jsem všemu
Trochu jsi to nechápal
Byly to výzvy k dobývání
A pousmání škvirou v plotě
No, už je zavřeno
Zrezlé rolety počítají čas
Dávala jsem ti toho možná málo
A musela jsem toho stihnout příliš
Třeba se někde v dálce
S mojí slzou spojiš
Nevím jak se lidé setkávají
Když už je pozdě
Manželství je podivuhodná instituce
Definice tam neplatí
A ví jen pánbůh
Kdo koho dřív ztratí

Posílám ti dnes v půli května 2009 celý svůj vesmír
Děti tě hladí po vlasech
A já věřím
Že ti přibude kyslíku
A to zbabělé aro zůstane v chechtavém pytlíku

Posílám ti celý svůj vesmír
Protkaný vtípky nanečisto
Je to moje první milostná báseň pro tebe
I když tvá duše už letí do nebe

16. 5. – 26. 5. 2009
pro Jaroslava Šimka, manžela,
který zemřel 21. 5. 2009

Družstevní podnikání má smysl str. 1, 10–11

rozhovor s Ing. Soňou van Deelenovou,
generální ředitelkou Svazu českých a moravských výrobních družstev



Soňa
van Deelenová

Nový web www.madambusiness.cz

Maliny právě zrají stejně jako naše nápady!
Přinášíme řadu nových informací pro čtenáře i možností pro inzerenty.
Přidaná hodnota – webová televize, videorozhovory s podnikatelkami
a manažerkami i muži odborníky.

Pojďte s námi!

RENAULT a TATIANA již posedmé, aneb ženy, auta a móda

Ať už je symbolika čísla sedm jakákoli, a ať 28. května 2009 přšlo, jen se lilo, letošní, 7. ročník dámské jízdy v Trojském zámku v Praze se uskutečnil opět pod takovkou vynikající náladou všech přítomných. Znovu se nezvratně potvrdilo, že má dámská akce už prima zvuk a je stále populárnější. Více jak 720 žen, které se zúčastnily letošního ročníku, mělo jako vždy při této příležitosti trochu poznat něco nového a hodit starosti za hlavu. A chuť soutěžit o jeden z modelů značky Renault.

Pro ty, které ještě na takovém setkání nebyly, doplníme, že šlo o další ročník setkání s trendy v automobilovém a módním světě s názvem „Dámské odpoledne...“. Tato akce byla určena ženám, které přijaly pozvání generálního ředitele společnosti Renault ČR, a.s. Bernarda Chrétiens a módní návrhářky Tatiány Kovářkové. Renault byl již skutečně posedmé iniciátorem pohodového, soutěživého ale i společensko-dámského odpoledne, během kterého měly účastnice možnost shlédnout novou kolekci módní návrhářky Tatiány Kovářkové Jaro/Léto 2009, odpočinout si u bohatého doprovodného programu... A zejména otestovat více jak 50 vozů značky Renault a v neposlední řadě si odvézt hlavní výhru – Renault Twingo z limitované kolekce Rip Curl, kterým automobilka zaštitila tomolu a které bylo prvním vozem, který byl dovezen z této kolekce do České republiky speciálně na akci v Trojském zámku. Průvodcem celého odpoledne byla herečka a moderátorka Tereza Kostková, která se



Slavnostní předávání výhry Lucii Šmejkalové (zleva od výherkyně generální ředitel společnosti Renault ČR Bernard Chrétiens, zprava Jitka Skaličková, PR manažerka společnosti Renault ČR)

své funkce zhostila na výbornou a dala celému odpolední milý a neformální ráz. I přes nepřízeň počasí byl projekt velmi úspěšný, neboť spojení módy, automobilů a businessu okořeněné faktem, že akce jsou pořádány ženám „na míru“, vzbudily velký ohlas. Letošního ročníku se zúčastnily manažerky, podnikatelky, novinářky, lékařky, pilotky, ženy působící v oblasti kultury, designu i architektury, zkrátka téměř ze všech oborů. Vynikající kuchyně a usměvavý personál, který se o občerstvení staral, dávaly tomuto odpolední ráz vstřícnosti, noblesy a pohody



stejně tak jako bílé gladioly na stolech a galantnost v chování mužů. Všechny věkové kategorie, ženy od těch, které k businessu teprve přicházejí, až po ty, které by mohly zkušenosti rozdávat na počkání, se vyznačovaly ještě jednou vlastností – výjimečnou zvědavostí mířenou ke značce organizátora, tedy Renaultu. Chtěly, vědět, chtěly znát, rozhodly se něčemu přiučit. A to je úžasné. V rámci odpoledne se představili i prestižní profesní partneři akce. Součástí doprovodného programu bylo líčení od značky Mac Factor, vlasové thajské masáže Sabai, luxusní kabelky a značky Aigner, které krásily i módní přehlídku, poradenství v oblasti zubní hygieny a produkty od společnosti Profimed, krásné doplňky z boutique Ma Maison a další. Hlavní cenu večera si odvezla slečna Lucie Šmejkalová z Horních Krut, která dosud sice měla řidičský průkaz, ale bez vlastního automobilu. „Renaultu v České republice se podařilo spojit několik světů dohromady a přinést ženám z každého světa něco, a to i z takového, který by se mohl zdát na první pohled ryze mužským, ze světa automobilů. Z tohoto principu vychází celá tradice těchto odpoleden šitá ženám na míru a organizovaná pouze pro ně,“ shrnula základní myšlenku strategie v komunikaci s něžnou polovinou lidstva Jitka Skaličková, PR manažerka společnosti Renault ČR, a.s.

(tz, rix)

s Milenou Veselou

S chutí v červnu otvírá naši webovou televizi

Vzpomenete si, která osobnost otvírala první vydání naší Prosperity Madam Business? Bylo to v roce 2007 a tou ženou se stala Milena Veselá, ekonomická ředitelka společnosti ProMoPro. Nešlo o volbu náhodnou – věděla jsem o ní, že má ráda nové věci, že se nebojí ani toho, co zatím není na trhu vyzkoušené a etablované, ale že má takřikajíc nos na to, co by mohlo být „k něčemu“. Nejen z úcty k tomu, co již na poli podnikání a manažerské práce dokázala, ale i z výše uvedeného důvodu jsem ji oslovila i nyní. Mileně Veselé jsem nabídla náš nový produkt, webovou televizi. Od června ji totiž spouštíme na našich inovovaných webových stránkách www.madam-business.cz. Bude představovat přidanou hodnotu k tištěné verzi Madam Business, přinese možnost prezentovat podnikatelky a manažerky a firmy, v nichž působí, obrazem a zvukem. Nejen na našem webu, ale taktéž na webových stránkách vlastních společností. A takové osvěžení přijde jistě vhod. Slovo má Milena Veselá:

Firma, v níž zastáváte pozici ekonomické ředitelky, kdysi začínala doslova v garáži – to nadšení zkusit něco nového bylo asi hodně silné...

To nebylo nadšení, ale nutnost, manžel navrhl v bývalém zaměstnání řediteli snížení stavu zaměstnanců a druhý den dostal výpověď. Zkusili jsme podnikat, zabrali jsme se do práce, a když jsme po čase zvedli hlavy, tak jsme zjistili, že jsme našli díru na trhu a že podnikáme úspěšně.

Dnes jste jedničkou na trhu v oboru konferenční techniky – co všechno můžete klientům nabídnout?

V Evropě se většina firem diferencuje. Soustřeďují se pouze na úzkou část techniky, jako jsou světla, zvuk, projekce nebo tlumočení. Naše firma je tzv. one stock company. Znamená to, že pokrýváme celé spektrum zařízení. Zákazníci se nemusí obracet na více dodavatelů, ale zabezpečíme jim všechny jejich technické požadavky. Díky našemu postavení na trhu nám jsou nabízeny světové novinky ještě před jejich uvedením na trh, a leckdy tak zahraničního zákaz-

níka překvapíme technikou, o které slyšel, že existuje, ale ještě ji neviděl.

Držíte se zásady, že být napřed znamená mít nejnovější špičkovou technologii, sehraný tým a ve firmě disciplínu. Co vám to přináší? Vyhráváte v tendrech?

V našem oboru to není tolik o tendrech, jako o historii firmy a doporučeních. Pěkné inzeráty si může vytvořit každý. Světové kongresy ale zajišťují profesionálové, kteří mají přehled o špičkových firmách ve světě a ty



Milena Veselá

si mezi sebou doporučují. Pokud třeba mají dělat kongres v Praze, tak zavolají kolegovi, který zde už něco úspěšně realizoval, a dají na jeho doporučení. Samozřejmostí je návštěva kancelářů firmy, se kterou chtějí spolupracovat, a obhlídka skladů. Vyhnou se tak poměrně dříve častému jevu, kdy malé firmy tvrdily, že mají všechnu potřebnou techniku a nakonec si ji půjčovaly od dalších podniků.

Vážíte si každé příležitosti – přesto: jaké prestižní mezinárodní konference se konaly pod vaší záštitou?

Díky době, po kterou podnikáme, by to byl velice dlouhý seznam. Mezi lahůdky ale patří zasedání Mezinárodního Měnového fondu a Světové Banky v Praze. Summit Nato v Praze, Summit Nato v Rize. Nyní zajišťujeme České předsednictví včetně výjezdů na zasedání. Jako členové celosvětového společenství Congres Rental Network jsme půjčovali techniku na předsednictví do Portugalska a Německa a nyní spolupracujeme s firmou ze Švédska na přípravě jejich předsednictví, kam budeme půjčovat techniku a šéftechnika. Také jsme zajišťovali mnoho světových lékařských kongresů (z oborů oftalmologie, epilepsie, urologie...) či velkých mezinárodních firemních akcí. Naše technika se podívala i do států, jako je Japonsko, Brazílie, Jihoafrická republika či USA. Při ročním počtu zakázek přes dva tisíce je významných akcí hodně.

Jste přední česká manažerka a podnikatelka – čemu jste se za dobu, kterou trávíte v businessu, naučila?

Je to celkem prosté – nejlepší je spo-
léhat se vždy sama na sebe.

Velice si také vážím ocenění, kterých se mi doposud dostalo – ať již Podnikatelka roku, Manažerský počín roku, Manažer odvětví v Manažerovi roku, Lady pro...

připravila Eva Brixí

Jiskra tvoření

Asi se shodneme na tom, že všichni máme nespočet receptů na to, jak relaxovat, jak odpočívat po krásné, ale příliš vyčerpávající podnikatelské honičce a manažerské práci tak zvaného všedního dne. Jeden radí dlouhé procházky lesem, jiný by nedal dopustit na masáže. Další preferuje fitko a někdo zase posezení u dobrého vína. Možná se vrací i doba recitace básní nebo nadšení pro výlety do hradů a zámků. Některým duševně pracujícím ženám dokonce vyhovují i ryze domácí práce – třeba letní gruntování bytu či domu, mnohé z nás se dokáží vyřadit na zahradě s motýčkou a hrabičkami, či se procházet s fotoaparátom po cizokrajných zemích nebo někde v podhůří s partou přátel, kde o zážitky není nouze. Je nespočet zvyklostí, tužeb, cílů, pokušení. Člověk by toho chtěl i při té relaxaci tolik stihnout!

Ale jak to udělat? Čemu dát přednost, co vyzkoušet, u čeho setrvat? Možnosti se mění, fyzická kondice také. A styl života asi ze všeho nejvíce. Kdysi dávno jsem měla sen – prožít důchod na zápraží našeho rodinného domku s pletacími jehlicemi v rukou. Nakoupila jsem v předstihu spousty přadének a klubek přízí, vymýšlela modely, představovala si, jak budu celou rodinu zásobovat originálními modely, vlastními kombinacemi, motivy plnými fantazie. Odvál to čas a syndrom karpálního tunelu.

Další lákovou představou bylo otevřít si zahradní cukrárnu. Se sousedkou jsem vymýšlela recepty na ovocné poháry, pohoštění dle ročního období, výzdobu do růžového, jahodového salonku. I to přebilo střídání v podobě reálných propočtů podnikatelské strategie. A také obavy z toho, že bych musela dojídat vše, co by zbylo...

Teď jsem si vzala do hlavy, že se naučím zahradničit. Výzva je to příjemná, také již chápu, proč a jak voní zem, když se jí nebojíte svěřit svou duši. Víím, kolik síly se dá najít v bylince, která zápasí se sluncem i deštěm, aby vás posílila, až přijde ten správný čas. Víím, kolika okamžiky dokáže člověka provázet rozkvetlá lichořeřišnice nebo keř obsypaný pestrými barvičkami jiřin.

Myslím si, že ten, který po mém boku najde druhou cestu ke štěstí a dokáže vedle povinností svítit sám sobě jiskrou tvoření, je šťastný.

vaše Eva Brixí

Zdokonalila internetové bankovníctví

Internetové bankovníctví Poštovní spořitelny dostalo nový kabát. Vylepšená verze Max Internetbanking PS a Max Homebanking PS je přehlednější, jednodušší a klientům nabízí několik zásadních zlepšení a nových služeb.

Kromě designových změn, které obnáší například také volbu vlastního vzhledu, se zákazníci mohou těšit na několik užitečných novinek. „V nové záložce Úvěry teď klient jednoduše zjistí, jestli má předschválený úvěrový limit a může hned podat žádost o úvěr nebo požádat o navýšení tohoto limitu. Další nová záložka Investice pak umožní snadnou obsluhu spořicíh produktů, majitel postřirového účtu může rovnou požádat také o zřízení Červeného konta,“ popsal Petr Jaroš, ředitel Inovací a vývoje Poštovní spořitelny.

Hlavní změny internetového bankovníctví Poštovní spořitelny:

- rozšíření služeb elektronického bankovníctví o úvěry a investice
- snadná obsluha spořicíh produktů i s žádostí o zřízení Červeného konta
- změna zobrazení platebních příkazů
- nově zpracovaný věrnostní program
- nové funkční menu, jednoduše dostupné v levém sloupci
- v ČR výjimečná možnost volby vzhledu celé aplikace

(tz)

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, červen 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové
e-mail: brixí@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožnicková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ¶



Co děláte, když zjistíte, že víc spěchat už není v lidských silách?

►► **Kamila Juhaňáková, tisková mluvčí, Česká obchodní inspekce**

Člověk ve spěchu je vystresovaný, nerudný a nešťastný – a to se samozřejmě pozná i na jeho práci. Výsledek práce ve spěchu je často s chybami a může se jevit jako odbylý. Proto se především snažím, abych se nenechala nahnat do zbytečného spěchu a své činnosti plánuji. Někdy se ale ani tím nedá velkému spěchu uniknout, a tak pokud opravdu nestihám, nadechnu se, omluvím se a snažím se udělat vše pro to, aby práce nepostrádala kvalitou. Zkrátka se řídím heslem mého tatínka: „Nejdřív dobře, pak rychle.“



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Doc. MUDr. Jaroslav Zvěřina, CSc., poslanec Evropského parlamentu**

Vím, že moderní manažerky bývají velmi úspěšné. Mají k tomu dobré psychologické předpoklady. Nejsou tak agresivní jako muži, vynikají empatií, dokáží se lépe přizpůsobit okruhu spolupracovníků a klientů. Obecně se tvrdí, že podniky s ženou v čele dosahují menších zisků. Zřejmě se za tím skrývá menší ochota manažerek riskovat. Nicméně se tak firmy spíše vyhnou bankrotu.



v červnu nový web:

www.madambusiness.cz

Informace do kabelky

Nejvíce na bydlení

Nejvyšší výdaje, které Češi mají, jsou na bydlení a s ním spojené poplatky. Podle mezinárodní studie Barometru Cetelem 2009 se situace příliš nezmění ani v dalších letech. Následují výdaje za nákupy potravin a za dopravu. Ze studie, kterou Cetelem každoročně připravuje ve 13 evropských zemích, jednoznačně vyplývá, že nejzákladnějšími výdajovými položkami českých domácností jsou bydlení, doprava a potraviny. „Čím vyšší jsou některé výdaje domácností, tím výrazněji český spotřebitel vnímá jejich vývoj,“ uvedl Ing. Václav Horák, generální ředitel společnosti Cetelem. I v následujících letech 85 % Čechů očekává, že vzrostou výdaje za bydlení, 75 % dotázaných si totéž myslí u potravin a 72 % u položky doprava. Vysoké náklady souvisí se zdražováním některých položek a velmi pomalým růstem či stagnací příjmů domácností. Reakcí na to se dá očekávat fakt, že se české domácnosti budou mírnit v objemu nákupů nebo budou některé výdaje omezovat. Mezi položkami, které považují Češi za zbytečné, výrazně vedou alkoholické nápoje a tabák. Domácnosti rovněž přiznávají, že by se vzdaly i «výdajů pro potěšení» (hotely, restaurace a kavárny), a to mnohem raději, než dovolené nebo volnočasových aktivit. Dokazují to i nákupní záměry v České republice, kde se dá letos očekávat 26 % nárůst v sortimentu sportovní potřeby.

(tz)

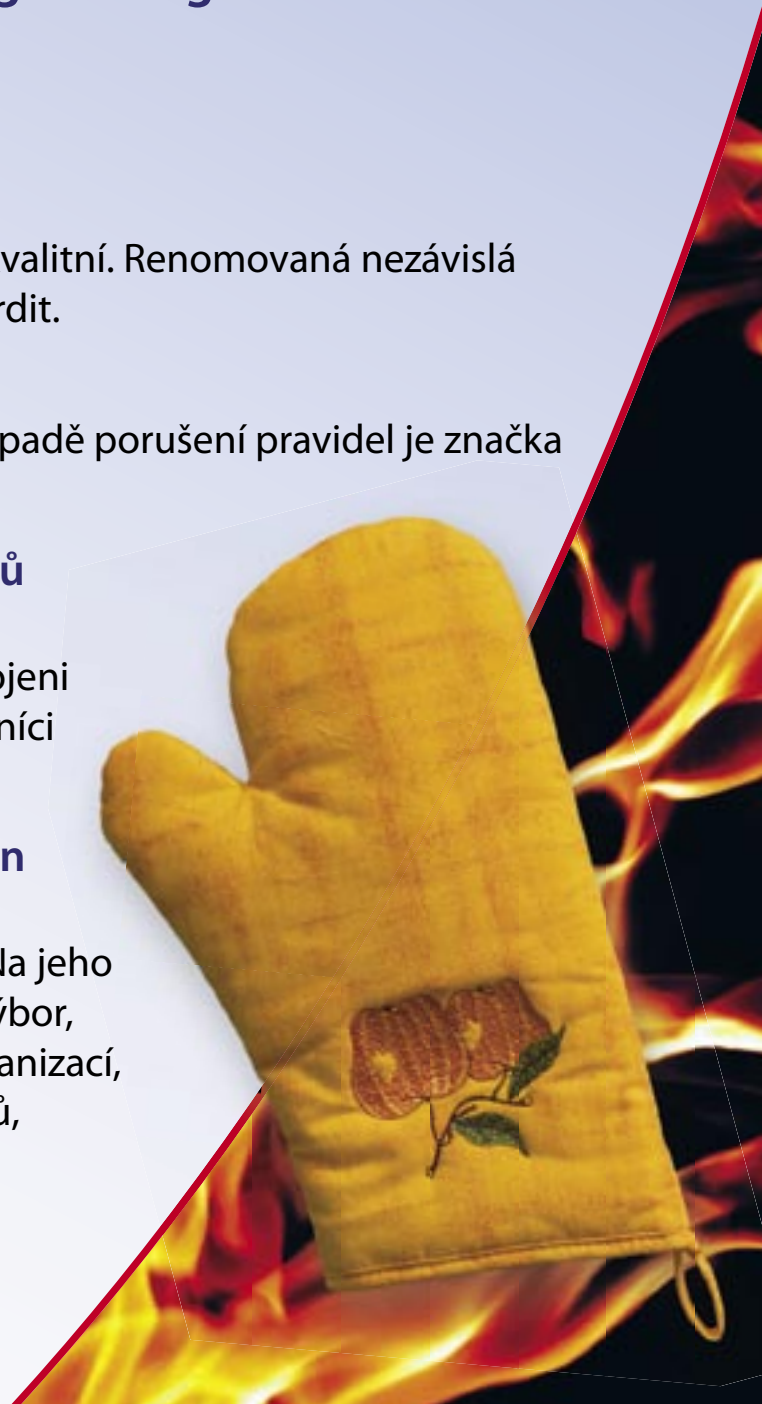


Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

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



ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediální partneři >>>



Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

Prosperita

EUROFIRMA

Podnikatel
Podnikatelský list pro Českou republiku



Inspekci nesmí chybět optimizmus

S pracovníky České obchodní inspekce se nejčastěji setkáváme v televizním zpravodajství, jak s policisty a celníky na tržnicích zabavují padělané a nebezpečné zboží. Tito lidé určitě nemají lehkou práci a je důležité, jak říká ústřední ředitelka ČOI RNDr. Jana Příhodová, aby si udrželi i určitou dávku optimizmu. Co však je vlastně Česká obchodní inspekce, jaké jsou změny v její práci, co nového dnes může nabídnout? A jaká je žena manažerka, která „velí“ inspektorům ČOI? Posudte sami:

Být první ústřední ředitelkou České obchodní inspekce je spíše výhodou, nebo jste se musela víc snažit, abyste přesvědčila své kolegy, že jste ženou na pravém místě?

Po pravdě řečeno takto jsem to nevnímala. Jako zástupce starosty první městské části v Praze jsem se často pohybovala převážně v kolektivu opačného pohlaví. Navíc jsem měla o pět let staršího bratra. Respekt jsem si musela získat prací, jednáním a přístupem k lidem. Nemyslím si, že záleží na tom, zda pracovní kolektiv řídí žena, nebo muž, ale to, jak kolektiv řídí, zda je schopen lidi nadchnout pro práci a zda je i ochoten s nimi pracovat. Mým největším oceněním byla slova dnes již jednoho z bývalých vedoucích oddělení úřadu, se kterým jsem měla v době svého působení i bouřlivější rozepře. Jeho slova zněla: „Byla jste nejlepší šéfová, co jsem měl.“ Stalo se tak v době, kdy jsem již na úřadě nepracovala, ale velmi mě tato slova potěšila. Možná to někomu přijde sentimentální nebo naivní, ale mě to vážně udělalo radost.



RNDr. Jana Příhodová

Jak byste stručně charakterizovala svou práci? Jde víc o vytváření koncepcí, „hašení požárů“, nebo za nejdůležitější považujete prezentaci výsledků před veřejností?

Prezentace výsledků před veřejností je důležitá, ale tvoří mizivou část mé práce. Uvědomuji si, že úřad musí prezentovat svoji činnost tak, aby byla veřejnost obeznána o tom, co daný úřad dělá, s čím se mohou občané na tento úřad obrátit, snažit se pomoci, pokud to je možné. Ne vždy však pomoci můžeme, a tak je nutné trpělivě vysvětlovat důvody. Práce je rozmanitá, je důležité činností zaujmout inspektory, aby i relativně fádni a někdy málo estetickou práci dělali s určitou dávkou optimizmu. Koncepce je nedílná součást mé práce a s ní neustálá inovace, která reaguje na potřeby spotřebitelů a trhu.

Začínala jste po absolutoriu na Přírodovědecké fakultě jako inspektorka ČOI a později jste se k inspekci vrátila do vrcholné funkce. Co bylo pro vás za ty víc než dva roky nejtěžší a co pokládáte za největší přínos ČOI pod vaším vedením?

Dovolím si drobnou opravu, začínala jsem ve výzkumném ústavu mlékárenském. Po nástupu do vrcholné funkce pro mne bylo nepříjemným překvapením, že Česká obchodní inspekce není vybavena výpočetní technikou. Inspektoři stále na kontrolách využívali jen blok a tužku, chyběly databáze pokut a podobně. Toto bylo něco, co běžně úřady používaly. Nyní mají téměř všichni inspektoři v terénu notebook, tiskárnu, máme snahu kupovat i malé a lehké notebooky. Záleží na rozpočtu. Podařilo se vytvořit databáze pokut, stížností, nový program na ►

► evidenci kontrol. Myslím, že za toto patří dík všem, kteří se podíleli na rozvoji jednoho z velmi důležitých dozorových orgánů. Nejtěžší bylo paradoxně přesvědčit inspektory, že to, co chtěli, což byly například notebooky, bylo k jejich dobru, a že krom toho, že je mají koupené, je budou i používat. Vzpomněla jsem si na to, kdy jsem se v dějepise učila, jak ve fabrikách rozbíjeli stroje. Pravda, důvody byly tehdy jiné.

ČOIka se opakovaně musela bránit nevybíravým mediálním útokům a silné kritice, zejména pokud se jedná o zveřejňování čerpacích stanic, které prodávaly nekvalitní pohonné hmoty. Domníváte se, že i přes „utajování“ hříšníků mají kontroly smysl?

Víte, informace o „hříšnících“ nikomu nepomůže. Byly by to informace platné 7 měsíců před zveřejněním. Bohužel nezávislá, že my sami máme informace o nekvalitním palivu v době, kdy čerpací stanice má palivo jiné. Rozbory trvají cca 14 dní, palivo se doplňuje dvakrát týdně. A pak žádný dozorový orgán nezveřejňuje tyto informace, pokud se nejedná o ohrožení zdraví. Krátce řečeno, nemáme problém tyto informace zveřejnit, ale budeme trestat tyto podnikatele dvakrát – sankcí a zveřejněním. Navíc hříšník se za tu dobu sedmi měsíců napraví, a my jej dáme do databáze hříšníků. Např. vlastník hotelu po zjištění pochybení propustí zaměstnance, který hosty okrádal, my jej do této databáze dáme – a to bychom museli. Nemyslím, že by to bylo správné.



Nepociťujete také nátlak od podnikatelů, kterým musí být kontroly ČOI nepříjemné? Soudím, že stejně jako soudkyním nebo státním zástupkyním ani vám jistě kuráž nemůže chybět...

Máte pravdu, kuráž, odvahy, ale ta nesmí chybět nikomu, kdo má rozhodovat. Mé heslo v tomto je, že ve chvíli, kdy se začnu bát, musím odejít. No tak se radši nebojím...

Snahou inspekce je prosadit a udržet kvalitu na domácím trhu.

Spolupracujete při tom se svazem obchodu a dalšími organizacemi? Spolupracujeme jak se Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR, tak s Hospodářskou komorou ČR i dalšími profesními uskupeními. Jde nám společně o to, aby kontrola nebyla jen o trestání, ale spíše napomáhala v širším kontextu předcházet špatnostem, aby plnila i preventivní funkci, což je někdy daleko hodnotnější než samotná pokuta. Systém kontrol v širším slova smyslu je běh na dlouhou trať nejen s cílem nacytat někoho, kdo podvádí.

Nelutujete, že se nevěnujete přírodním vědám, že vás osud zavál tam, kde se odhaluje špína a nepořádek? Hodí se vám i zkušenosti z městské samosprávy? Nelituji, maminko



ka mě naučila, že člověk nemá litovat svých rozhodnutí. Využívám jak zkušenosti ze samosprávy, tak zkušenosti z oblasti přírodních věd, protože většina kontrol, o kterých se v médiích díky složitosti nehovoří, jsou právě technické kontroly, hodnocení rizikovitosti a podobně. A pak právo jako takové bylo vždy mým koníčkem.

Máte recept na to, jak zvládnout současně náročnou profesi a rodinu se dvěma dětmi?

Tolerantního manžela, pochopení rodiny pro moji práci a také pomoc, především od rodičů. Nevím, co by můj muž dělal bez maminkiny teplé, domácí stravy...

Zbývá vám čas i na relaxaci? Nestýská se vám po závodní košíkové a rekreačním sportování, dokážete si najít chvíli i pro další koníčky?

Košíkové se věnuje můj muž a dcery. Manžel trénuje již cizí děti, ty naše mu ochotně pomáhají. Já někdy musím dokázat, že ne vše jsem už zapomněla. Čas je trochu mým nepřítelem, ale pokud mi to jen trochu dovolí, ráda vyrazím na kolo či lyže, anebo strávím pohodovou chvíli s dobrou knihou.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Nejtěžší bylo paradoxně přesvědčit inspektory, že to, co chtěli, což byly například notebooky, bylo k jejich dobru, a že krom toho, že je mají koupené, je budou i používat. Vzpomněla jsem si na to, kdy jsem se v dějepise učila, jak ve fabrikách rozbíjeli stroje. Pravda, důvody byly tehdy jiné.

Zájem o hodinky na internetu roste, nakupují se stále dražší modely



Hodinky jsou letos na internetu žádanější než loni. Vyplývá to ze statistik největšího tuzemského e-shopu s hodinkami Hodinky.cz, který v první třetině letošního roku zaznamenal nárůst o 30 % oproti stejnému období roku 2008. V kurzu začínají být luxusnější modely známých značek. Zatímco u pánů vítězí společnost Casio, dámy vybírají nejčastěji hodinky značky Esprit. Zájemců o nákup hodinek na internetu každoročně přibývá a roste zájem o luxusnější modely. Na rozdíl od online prodejců, kteří se v současnosti potýkají se snižováním průměrné ceny objednávky, mohou být provozovatelé e-shopů s hodinkami v klidu. Průměrná cena prodávaných hodinek se neustále zvyšuje. „Souvisí to s postupným odstraňováním

obav lidí z online nakupování. Internetová veřejnost v České republice je již dostatečně informovaná a nebojí se nakupovat v e-shopu dražší zboží, o které se dříve projevoval zájem až po fyzickém osahání. Právě takovým zbožím hodinky jsou,“ vysvětlila Jana Zbořilová, obchodní ředitelka internetového obchodu Hodinky.cz, u kterého se průměrná cena objednávky pohybuje kolem 2500 Kč. Nejdražším produktem v nabídce e-shopu je luxusní model švýcarské značky Louis Erard, který stojí 138 990 Kč. Dosud rekordní prodejní cena internetového obchodu Hodinky.cz se však vztahuje k hodinkám značky Movado, za které zákazník utratil 65 990 Kč. Dlouhodobě nejprodávanějšími pánskými hodinkami na internetu jsou modely značky Casio, speciálně pak produkty edice EFA. Produkty této japonské společnosti domi-

novaly mezi zákazníky Hodinky.cz nejen v prvních čtyřech měsících letošního roku, ale také v průběhu celého minulého roku. Co se dámských hodinek týče, žebříčku prodejnosti pravidelně vévodí značka Esprit v čele s hodinkami Black Houston. „V případě našich zákazníků je poměr mezi muži a ženami rovnoměrný. V současné době se prodávají lépe hodinky známých značek, a to jak klasické, tak netradičně zpracované. Lze očekávat, že se tento trend v budoucnu nezmění,“ doplnila Jana Zbořilová.

Odkazy na nejprodávanější produkty Hodinky.cz (1. 1. – 30. 4. 2009)

1. <http://www.hodinky.cz/casio-edifice-efa-121d-1avef.html> (pánské)
2. <http://www.hodinky.cz/esprit-black-houston-4121074.html> (dámské)

Nekvalitním dětským botám už našťestí odzvonilo

Dlouho se zdálo, že v zemi Tomáše Bati vymřou všichni ševci a Češi budou obouvat jen levné boty z Dálného východu. Prapor poctivé ševcoviny však zvedla žena Marie Bedřichová z jižní Moravy. Dnes je zřejmé, že po nelehkých začátcích uspěla. Zatímco ve světě i doma se ekonomika potácí v krizi, Firma Marie Bedřichová nemá s prodejem obuvi potíže a expanduje. Nejen o tom jsme v následujícím rozhovoru mluvili s majitelkou firmy.

Hospodářská krize se nějakým způsobem dotýká všech, ale její důsledky nemusí být jen negativní. Jak ovlivňuje výrobu obuvi a jak se projevila přímo u vás?

Jsmo výrobci dětské certifikované zdravotně nezávadné obuvi a bačkůrek se značkou ŽIRAFKA. Po těchto výrobcích se poptávka zvyšuje, rodí se více dětí a spotřeba těchto výrobků je velká. Dětem rostou rychle nožičky, a tudíž z botiček odrůstají mnohem rychleji než dospělí. Nebudeme si nic namlouvat, hospodářská krize, to je problém nás všech, a je jen na nás, jak se s ní vypořádáme. Je velmi medializovaná, a ne vždy je potřeba o tom mluvit jako o celku. Hodně lidí to-mu podlehne a v konečném důsledku je to po-tom problém. Lidé se bojí utrácet, spoří, šetří, a tím se zpomaluje nebo zastavuje tok financí. Ne však na všem se dá šetřit, a to je náš případ!

Poznali jste na prodejích, že rodiče začínají omezovat rodinné výdaje, odkládají nákupy bot, vyhledávají levnější zboží? Nebo se poptávka nemění?

I díky tomu, že v současnosti si rodiče děti plánují a samozřejmě pro ně hledají to nejlepší a nejzdravější, máme tak velkou poptávku. Dnes už převažuje zdravý rozum, proto je dobré, že i v tak složité době rodiče chápou, že na dětech nic neušetří, hlavně pro jejich vývoj do budoucna. Proto je pro ně důležitá informovanost o tom, jak jsou nezbytné kvalitní boty pro zdravý vývoj dětské nožičky. Myslím si, že nákupům levných nekvalitních bot odzvonilo. Jsem ráda, že jsme to tehdy ustáli při neskutečné expanzi levných bot z východu. Když se nechal zlikvidovat celý obuvnický průmysl v Česku, to se o krizi nemluvilo, to se prostě stalo. Všechno, co pan Baťa vybudoval, bylo najednou pryč, a my, co jsme to přežili, jsme byli zloději, protože jsme prodávali drahé kvalitní boty, které u nás za jinou cenu vyrobit nelze.

Zatímco v zemi roste nezaměstnanost a velké podniky omezují výrobu, Firma Marie



Marié Bedřichová

Bedřichová nabrala druhý dech a rozvíjí se. Co ještě přispělo k tomu, že se vám tak daří?

Jsmo velmi rádi, že naši firmu krize nezasáhla. Zaměstnance nepropouštíme a snažíme se, abychom jim zabezpečili co nejlepší podmínky, i když je to velmi složité. Malé firmy jako jsme my, které mají nemalý podíl domácího produktu na trhu, stát nezajímají. Dáváme lidem práci, a protože nejsme zahraniční subjekt, tak nejsme atraktivní. Dělá se tady všechno proto, aby se nám, malým, podnikání co nejvíc znepríjemnilo a všechno, co je ještě české, zlikvidovalo.

Je v současnosti snazší sehnat kvalitní pracovníky do výroby? S jakými lidmi se vám nejlépe spolupracuje?

Ševcovina je řemeslo, proto sehnat kvalitní pracovníky je problém, a hlavně ty, kteří ho ještě umí. Jsem ráda, že mám už ve firmě nástupce ve svých dětech, kteří mně dávají sílu, abych to nevzdávala, ale pro-

tože dělali v jiném oboru, tak je to pro ně trochu složitější. Dneska řemesla vymírají a nikdo nemá zájem to napravit. Zaměstnáváme hodně mladých maminek z okolí, které jsou z rodin, kde je ještě ševcovina zažitá. Dneska nikoho nezajímá, kdo bude dělat tu odbornou práci. I kdybych chtěla, tak o ševcovského učně už v Česku nezavádím. Rodiče nutí mladé studovat a ti si potom hledají odpovídající práci, a když ji nenajdou, tak mají podporu a je vystaráno. Vždyť se nic neděje, když se nebude vyrábět a klasická řemesla vymřou. Chodit se bude dál, ale kdo bude vyrábět obuv, to nikdo neví. Zachránit nás může Dálný východ, který obuv bude vyrábět za nás. My budeme slepě nakupovat výrobky, které už nebudou tak kvalitní jako výrobky, které by vyrobili naši praví čeští ševci. Tato ironie se netýká jenom nás ševců!!! Česko bude centrum logistiky, taková přestupní stanice pro celou Evropu a Dálný východ nám bude diktovat podmínky, a tím i ceny. Jsem ráda, že mám před důchodem a doufám, že se toho nedožiji!!!

Jste připravena na to, že poptávka po kvalitních a zdravotně nezávadných botách pro děti i dospělé z vašich dílen bude dál stoupat? Máte představu, kam bude trh směřovat v příštích letech? A mění vaše plány skutečnost, že se stále víc orientujete na export?

Myslím si, že ano, toto není problém proorganizovat, ale kde vzít tu podporu, že vůbec chci, mám nějakou motivaci? Proč, proč, proč, no přece pro děti, pro jejich rozzářená očička, když uvidí nové bačkůrky nebo botičky, a to za to stojí!!! A kam bude trh směřovat v příštích letech? Doufám a věřím tomu, že se u nás ekonomika znovu postaví na nohy a spotřebitelé si začnou vážit českých výrobků. Jsem velice ráda, že kvalita naší obuvi pronikla i do zahraničí a i tam se poptávka navyšuje. Na tom ale nic nemění fakt, že český spotřebitel bude pro nás vždy prioritou.

ptal se Pavel Kačer

První navigace TomTom

naladěna pro ženy

TomTom, přední světový poskytovatel přenosných navigačních řešení a digitálních map, představil poněkud netradiční novinku – navigaci pro ženy.

TomTom White Pearl vychází z edice TomTom ONE IQ Routes. Od ní se však odlišuje luxurním designem a ženám je přizpůsoben i obsahem, který zajišťuje příjemný a bezstarostný požitek z navigování. Díky nádhernému perleťovému provedení a aktivnímu držáku EasyPort přístroj vybočuje z typického vzhledu přenosných navigací firmy TomTom. Je ozdoben dekorativním vzorem, který se v celé kráse vyjeví až po zapnutí navigace na úvodní obrazovce. Navigaci White Pearl i s držákem můžete uložit do hedvábného uzavíratelného váčku, který je rovněž součástí balení, a tím jej udržet v čistotě a bezpečí. Přístroj je díky tomu snadno přenosný a vejde



se i do té nejmenší dámské kabelky. Navigace disponuje předinstalovanou sadou užitečných bodů zájmu. Díky různým kategoriím typu „Místa k vidění“, „Nakupujte do zemdlení“ či „Móda pro každý den“ řidičky snadno najdou ta nejzajímavější místa – od módních butiků přes obchody s vybavením pro domácnosti po restaurace, bary, kavárny, kina či divadla. „Přístroj jsme navrhli tak, aby ženy oslovil zejména vynikajícím komfortem při navigování okořeněným trochou zábavy, exkluzivitou a stylem,“ vysvětlila Corinne Vigreuxová, výkonná ředitelka společnosti TomTom. „Tento důležitý tržní segment výrobci spotřební elektroniky v minulosti téměř opomíjeli. My jsme si však uvědomili jeho důležitost a v reakci na to vyvinuli White Pearl.“



White Pearl obsahuje obvyklé navigační přednosti přístrojů TomTom – kromě jiného je snadno ovladatelný, obsahuje technologii Map Share i pohotovostní menu Pomoc!. Nechybí ani prémiová technologie IQ Routes, která dokáže velmi přesně spočítat čas cesty a dobu příjezdu. Dále řidičky ocení navádění do jízdnic pruhů, takže budou vždy vědět, kam se na složitých křižovatkách zařadit. Doporučená maloobchodní cena nového TomTom White Pearl je 5290 Kč. Tato speciální edice bude k dostání od konce června 2009 pouze ve vybraných obchodech. V České republice koupíte produkt v prodejnách sítě Datart.

(tz)

<http://www.tomtom.com/page/whitepearl>


Družstevní podnikání má smysl

Od počátku roku má Svaz českých a moravských výrobních družstev generální ředitelku. Ing. Soňa van Deelenová nastoupila do této funkce v době, kdy si celá česká i evropská ekonomika sahá až na samé dno. O to je její úloha těžší, určitou výhodou pak může být, že nová topmanažerka začíná s „čistým stolem“. Se Soňou van Deelenovou, maminkou dvou dětí, jsme ale hovořili nejen o výrobním družstevnictví.



Ing. Soňa van Deelenová

Pokud bych si měl udělat názor na výrobní družstevnictví v České republice podle vás, považoval bych ho za moderní, odborně vybavené a sexy. Co si o něm myslíte ještě?

Na to jste si přece v první části otázky sám odpověděl. Ale vážně. Výrobní družstva mají v České republice dlouholetou tradici. Za všech režimů byla – podle mého neprávem – považována za outsidersy. Za socialismu byla příliš kapitalistická, nyní jsou příliš socialistická. Sama skutečnost, že přežila a že stále vznikají nová, jsou důkazem toho, že podnikat jako družstvo má smysl. Řada našich členů ušla od r. 1989 obrovský kus cesty a stala se skutečně konkurenceschopnými,

moderními firmami s takřka pravidelným růstem tržeb i zisků. Některá samozřejmě tempo doby neustála, ale pokud mám srovnávat třeba s bývalými státními podniky, rozhodně jich přežilo víc.

Proč SČMVD potřebuje v letošním roce generální ředitelku, když se bez ní dosud obešel? A co se od ní čeká?

Předseda SČMVD Jan Wiesner se doposud zabýval jak hájením společných zájmů našich členů, tak vnitřní správou svazu. Lobbying je skutečně časově velmi náročná činnost, a proto se od letošního roku zřídila funkce, do které jsem byla jmenována. Mám zodpovědnost především za vnitřní organizaci svazu a za přímou podporu družstvům.

Má výrobní družstevnictví společného jmenovatele, když zahrnuje mini provozovny s kadeřnickými nebo fotografickými službami, ale také středně velké firmy se stovkami zaměstnanců?

Určitě. Jsou samozřejmě družstva, která vyžadují větší přímou pomoc, jiná – třeba vzhledem k velikosti – o ni příliš ani nestojí. Všechna však zajímají podmínky pro podnikání, a tady si myslím, že skutečně děláme maximum po to, aby se jim lépe podnikalo, a to bez ohledu na velikost. Připomínkujeme většinu návrhů zákonů a jejich změn, navrhujeme opatření na zlepšení podnikatelského prostředí.

Navíc, členové Hospodářské komory ČR nebo Svazu průmyslu a dopravy ČR mají určitě větší rozptýl činnosti i velikosti než naše výrobní družstva. Je třeba připomenout, že jsme zájmovým sdružením, a tudíž naše existence prokazuje zájem výrobních družstev.

Současná hospodářská recese vytváří na všechny firmy zvýšené nároky a prověřuje jejich životaschopnost. Jak podle vašeho názoru obstojí členové SČMVD a do jaké míry se promění družstevní podnikání?

Dopady současné situace na družstva se nebudou lišit od dopadů na ostatní výrobní podniky. Firmy podnikající v oborech s výrazným propadem zakázek se musejí rychle přizpůsobit bez ohledu na to, zda jsou výrobní družstva, nebo akciové společnosti. Ty, co to neudělají, budou skomírat. Jsem ale přesvědčena o tom, že velká většina výrobních družstev – už jen vzhledem k jejich obecně vysokému podílu vlastního kapitálu v pasivech – přežije současnou nelehkou situaci. Žádnou významnou změnu družstevního podnikání nečekám, tu již způsobila transformace.

Provozni a investiční prostředky dnes družstevníkům chybí dvojnásob. S jejich úvěrováním máte dobré zkušenosti. Jak jim v tomto směru můžete pomoci?

Nemám pocit, že by družstvům významně chyběly prostředky, s tím se mnohem více



► potýkají hlavně společnosti s r.o. Svaz má tzv. Fond dlouhodobého úvěru, z kterého poskytujeme družstvům provozní i investiční úvěry. Při posuzování žádosti o úvěr kládeme pochopitelně hlavní důraz na historii družstva – zejména jeho výsledků – a kvalitu zajištění. Úvěr z Fondu má pro družstvo řadu výhod, které se v poslední době ještě zvýraznily. Výši úrokových sazeb odvozujeme od diskontní sazby ČNB a nijak – na rozdíl od bank – nezavádíme rizikové přírázky, závazkové provize atd. Zpomalení finančních toků ale družstva pochopitelně pociťují, a to především díky prodlužování doby splatnosti odběrateli. Družstva jsou tradičně spíše opatrná, což může být v době ekonomického růstu nevýhoda, teď je to ale plus.

Družstvům nejen můžete půjčit, ale i poradit s projekty. Dokážete být stejně efektivní v získávání peněz z evropských a národních fondů jako drahé poradenské firmy?

Určitě dokážeme být stejně efektivní, naopak naprostá většina námi zpracova-

ných projektů byla doposud doporučena k financování a profinancována. Poradenské firmy většinou neznají dobře podniky, kterým zpracovávají žádosti, což je podle mého zásadní chyba. Dalším častým nedostatkem je až zarážející neznalost financí nutná zejména v investičních projektech.

Jsem ale přesvědčena o tom, že velká většina výrobních družstev – už jen vzhledem k jejich obecně vysokému podílu vlastního kapitálu v pasivech – přežije současnou nelehkou situaci.



O mnohých výrobních družstvech není moc slyšet, jejich výrobky není moc vidět, přestože stojí za pozornost. Marketing nepatří k jejich silným stránkám. Víte, jak na to?

To je skutečně často kámen úrazu. Pravda je, že se většinou dobře daří nebo alespoň doposud dařil družstvům – subdodavatelům nebo těm zaměřeným na firemní zákazníky. Ale i mezi družstvy dodávajícími konečným spotřebitelům najdeme úspěšné firmy. Špatný marketing je spíše takové zaklínadlo pro neschopnost dodat výrobek včas na správné místo. To základní si musí každé družstvo nastavit samo, my samozřejmě pomáháme pořádáním společných účastí na veletrzích, kontraktčních výstavách, tvorbou společných katalogů, společnou inzercí, vyhledáváním zakázek atd.

Po vysoké škole ekonomické vás čekala úspěšná kariéra topmanažerky. Když se ohlédnete nazpátek, co vám pro profesi dala škola a co vás naučil až sám život?

No, nemám pocit, že mě kdy něco čekalo. A s významem své kariéry bych to taky nepřeháněla. Škola mi dala určité odborné základy, ale to hlavní jsem získala praxí. Myslím, že se u nás stále ve školách přeceňují konkrétní znalosti a podceňují komplexní dovednosti. Skutečností je, že mě vždy zajímalo to, co dělám, ať to bylo cokoli.

Mít dobře fungující rodinu s dvěma malými dětmi, současně náročné povolání a uchovat si životní energii, o tom se na žádné škole neučí. Mohla byste prozradit, jak se to daří vám?

Někdy se mi to daří hůře, někdy lépe. Mám ale pocit, že mě všichni kolem podporují v tom, co dělám, a to mi hodně pomáhá.

rozhovor připravil a fotografoval Pavel Kačer

Designem proti krizi

aneb

Užívejte si v parku a na zahradě

Veřejný prostor, ulice, náměstí, parky jsou naším tématem už více než patnáct let. Aplikujeme současný design do toho nej-anonymnějšího prostředí a ovlivňujeme každého kolemjdoucího. Je to jako protíváha k exkluzivnímu designu pro pár vyvolených...

Slovo krize se na nás teď valí ze všech stran, měli bychom se stáhnout a vyčkávat? Zvolili jsme aktivitu. Usilovně pracujeme na designu a technickém vývoji více než 20 nových výrobních řad. První výsledky už stojí na pódiu... Společnost mmcité prochází v roce 2009 jednou z největších změn ve své historii. Kromě zásadních designových a vývojových aktivit jsme vybudovali nové Centrum městského mobiliáře (autor Kamil Mrva a Luděk del Maschio) v Bílovicích, kam jsme se na sklonku roku přestěhovali, a postupně je dobudováváme v místo nasáknuté designem... Změnili jsme i vizuální styl, který by měl symbolizovat změnu, kterou právě procházíme. Autorem je náš kamarád Petr Babák a jeho Laboratoř.

Centrum městského mobiliáře v Bílovicích

Z areálu starého JZD, z bývalých budov živočišné výroby, vytváříme místo živočišného designu, z místa tak typicky venkov-

ského se rodí výrobky tak typicky městské. Proto jsme mezi bývalou budovou kanceláří vedoucích krmičů a ošetřovatelů a nekonečně dlouhou budovou klasického vepřína vložili ulici (koncept Kamila Mrvy) – místo osazené stromoadím v dlažbě, spoustou laviček, pouličními lampami (nádherné Kanya od Escofetu) a terasami, na kterých se občerstvují naši zaměstnanci i stále přibývající návštěvníci. Budova kanceláří byla prodloužena a vzniklý celek opláštěn nevidanou hliníkovou izolační fólií. Kulatými světlíky provrtaná leskle stříbrná střeška doplňuje téměř kosmický efekt nebo, jak jsme slyšeli od našich návštěvníků v zimě, polární stanice na Moravě. Budova výroby naproti je opláštěna stejným způsobem, ale jiným materiálem – ocelovým trapě-



zovým plechem. Obě budovy zachovávají tvar a proporci původních zemědělských stavení, opláštění propojující obvodové stěny se sedlovou střechou jim však dává zcela moderní charakter. Za designem stojí náš kamarád Luděk Del Maschio.

Nový vizuální styl mmcité

mmcité se neustále rozšiřuje, dnes celá skupina čítá sedm samostatných společností v pěti evropských zemích – po dobře zavedené pobočce na Slovensku, o něco mladší v Maďarsku, jsme na sklonku loňského roku založili vlastní pobočky i v Polsku a ve Španělsku. Rozhodli jsme se vizuálně propojit všechny dcery a sestry a nově je označit. Cílem bylo vytvořit výrazný, zapamatovatelný a moderní styl, který by dobře působil nejen na klasických tiskovinách, ale i na samotných výrobcích a dalších aplikacích. Měl by oslovit kosmopolitní starosty velkoměst po konzervativní šéfy samospráv malých městeček a vesnic, od portugalských břehů po ukrajinské roviny. Měl by zaujmout architekty od Milána po Dublin, všech generací od starých zkušených v obleku až po čerstvé absolventy, kteří dnes houfně zakládají jedno progresivní studio za druhým. Po mnoha diskuzích a mnoha provedených variantách jsme se s autory shodli na výrazově silné „dvojtečce“. Její jednoduchá silueta je rozpoznatelná už z dálky... Zároveň vzniklo i nové označování poboček čísly a tak se nově stáváme mmcité1 (Česko a zároveň mateřská společnost), mmcité2 (Slovensko), mmcité3 (Maďarsko), mmcité4 (Polsko) a mmcité5 (Španělsko). ►



► Společnost mmcité a.s. je přední český výrobce a designér značky městského mobiliáře mmcité a zahradního nábytku egoé. V jeho portfoliu najdete jak zastávkové přístřešky pro cestující, parkové lavičky, odpadkové koše, tak stojany na jízdní kola či plakátovací plochy. Nově třeba i zahradní nábytek či ten, který s sebou do soukromých zahrad, dvorů i dalších prostor odnáší stopu prostředí městského parku. Společnost založili dva studenti designu.

mmcité a.s.
Bílovice 519
www.mmcite.cz

(tz mmcité)



...aby za mnou mohla růst jablíčka jen červená

**Martina Chmelíčková je ma-
nažerkou svařovny v kolín-
ské společnosti TPCA. Mno-
ha lidem to může znít jako
science fiction – je to v poje-
tí ženy totiž docela zvláštní
pracovní pozice. Jmenova-
né to zní normálně, běžně.
Právě proto mne však Mar-
tina Chmelíčková vyproko-
vovala k následujícímu roz-
hovoru:**

**Seberealizovat se v oboru, který stole-
tí patří mužům – jak to vnímáte?**

Začnu od konce, nesoudím současné ani předchozí století podle toho, zda patří více či méně mužům, nebo ženám. Výsledky vidím jako spolupráci lidí, kteří jdou za společným cílem. Je těžké posoudit, kde by byla paní Maria Curie-Skłodowska bez svého muže a nebo čeho by dosáhl Otto Wichterle bez své ženy. Seberealizovat se v jakémkoliv oboru je obtížnější bez podpory rodiny.

Vaše původní profese? Neříkejte, že je to dámská krejčovná!

Dámská krejčovná nejsem, ale někdy je to škoda... Zatím nemám žádnou původní profesi, pokud se nepočítá 10měsíční působení jako au-pair asi hodinu vlakem severovýchodně od Londýna. Před tím jsem studovala Vysoké učení technické v Brně, Fakultu strojního inženýrství – Ústav výrobních strojů, systémů a robotiky.

A co vás přivedlo do TPCA?

Inzerát na internetu, který objevila moje maminka. Při rozhodování pak hlavně vidina, že se podívám i do jiných zemí, jak se dělají auta.

Když jste poprvé vstoupila do haly – nebylo to science fiction? Nebála jste se zde? Průmyslové haly mi strach rozhodně nenahánějí, spíš ve mně vzbuzují zvědavost. A ta naše hala TPCA, tak to bylo



Martina Chmelíčková

pole s pilíři, když jsem to tu poprvé viděla. Takže zvědavost a možná ještě větší – co tu bude.

Pracujete na směny – z které byste nejvíce unavená?

Na směny nepracuji...

Oceníte, když jsou k vám muži – kolegové galantní?

Ano, ale musí to mít své hranice.

Jste řidičkou? Jaké máte auto?

Řidičkou jsem, auto mám služební a doma máme „Otíka“ – naše auto. Smí se tu uvádět značky? Ne?

Společnost, v níž působíte, má jedno velké poslání – chovat se jako ekologická firma. Co to v tom velkém systému znamená pro vás?

Pro mne to znamená to, že pokud chci něčeho dosáhnout, být ještě o trochu více ekologičtější,

šší, tak musím začít nejprve u sebe. Důsledně třídit odpad, jak je u nás zvykem, vést ostatní k podávání zlepšovacích návrhů na snižování vlivu TPCA na životní prostředí apod.

Ostatně – váš vztah k životnímu prostředí se určitě také nějak projevuje a nejen v zaměstnání...

Vždy si při slovním spojení „životní prostředí“ představím starší animovaný spot v televizi, kdy si človíček pěstoval rajská jablíčka na zavezené skládce. Jablíčka byla hodně barevná, človíček pak také a nedopadlo to dobře. Snažím se proto chovat tak, aby za mnou mohla růst jablíčka jen červená.

Máte ráda květiny? Pěstujete si nějaké? Myslíte si, že by jich měly ženy dostávat více?

Květiny mám ráda, i když jsem alergik. Nejvíce mě těší ty obyčejnější – tulipány, slunečnice. Pěstitelka dobrá nejsem a mé pěstitelské pokusy zatím ztroskotávají, už z tohoto důvodu bych měla květiny raději dostávat, a nejen já. Věřím, že květina potěší každého, třeba i muže salámová květina.

Z čeho jste měla letos největší radost?

V profesním životě mám radost z úspěchu lidí v mém týmu. V osobním životě, tak to si ponechám pro sebe, jestli dovolíte.

Dala jste si v lednu nějaké předsevzetí? Daří se je plnit?

Novoroční předsevzetí si nedávám. Každý den však zvažuji co změnit, zlepšit a plánuji kdy a jak to udělám. Zda se to daří, či ne, tak to je na mně...

otázky připravila Eva Brixí



Nový koncept poboček GE Money Bank

Ve spolupráci s renomovanou společností IDEO otevřela GE Money Bank v České republice své první pobočky s revolučním designem. Nový koncept plní příslib značky – méně komplikovaný, jednoznačnější a výhodnější způsob bankovníctví – a zvyšuje orientaci na zákazníka. Urychluje bankovní operace, minimalizuje dobu čekání, poskytuje větší soukromí a umožňuje osobním bankéřům GE Money Bank trávit více času řešením potřeb zákazníků.

„Ačkoli stále stoupá podíl přímého bankovníctví, bankovní pobočky i nadále hrají pro naše zákazníky velmi důležitou roli,“ řekl Ian Forrest, ředitel marketingu GE Money Bank. „Uvědomovali jsme si, že musíme naše pobočky přizpůsobit potřebám klientů i bankéřů, kteří jim poskytují své služby. Naším cílem byl méně komplikovaný, jednoznačnější a výhodnější způsob bankovníctví – tedy takový, jaký je příslib naší značky.“

Zákazník v centru dění

Pro vytvoření tohoto projektu najala GE Money Bank společnost IDEO, jednu z nejlepších firem v oblasti designu a inovací na světě. Jedinečnost IDEO spočívá v jejím přístupu k chápání prostoru a způsobu, jakým zákazníci tento prostor vnímají. „Jejich filozofie vychází z toho, že zákazník je vždy centrem dění, a k práci přistupují tak, aby pronikli do pohledu zákazníka a převedli jej do všech aspektů

designu,“ vysvětlil Ian Forrest. IDEO déle než půl roku se zákazníky spolupracovala, vytvářela nejrůznější prototypy a testovala všechny prvky designu. Výsledkem je pobočka, která je navržena přesně podle modelu, jakým klienti pobočku využívají a která odpovídá značce GE Money Bank. Pobočky zavádějí inovativní systém čekání, který minimalizuje dobu v pobočce strávenou, představují vzdělávací knihovnu, samoobslužnou zónu pro rychlé operace, zónu pro hotovostní služby a platby a specializovanou prodejní zónu. „Tento design vychází z pozorování chování našich klientů, které odhalilo dvě odlišné potřeby. Někdy chce klient prostě jen co nejrychleji vyřídit to nejnnutnější, s čím do pobočky přichází,“ uvedl Cordy Swope ze společnosti IDEO. „Jindy potřebuje pomoc, která vyžaduje delší osobní konzultaci. Náš design umožňuje obojí, a to ve vřelé a moderní atmosféře.“



Čekání lze využít efektivně

Nová prodejní zóna banky využívá elektronického poradníku, u něhož se klient po svém příchodu zaregistruje. Jakmile je na řadě, zaměstnanec banky si ho přijde vyzvednout. Toto řešení si dobře poradí s problémy, jako jsou klienti postávající ve frontách, a snižuje tak nervozitu, která je s tímto čekáním spojena. Klienti mohou svůj čas využít dle libosti. Mají k dispozici „vzdělávací knihovnu“ s nejrůznějšími materiály, jako jsou finanční publikace, společenské časopisy a informace o produktech. Banka se jim tak snaží nabídnout příležitost produktivně využít dobu čekání. Dále je tu samoobslužná zóna pro rychlé bankovní operace a terminál internetového bankovníctví, který mohou klienti během čekání používat. Designové řešení společnosti IDEO vychází z hlubokého pozorování chování vybraných respondentů ze tří středoevropských a východoevropských zemí – České republiky, Polska a Ruska. Cílem tohoto pozorování bylo zjistit pocity, potřeby a chování klientů navštěvujících pobočku a následně jim přizpůsobit interiér a exteriér banky. Mezi inovativní prvky patří oddělená zóna pro bankovní operace a poradenská zóna. Bere v úvahu různé potřeby a časové požadavky klientů. Uvítací pult s osobním přivítáním a registrací klienta hned po příchodu. Elektronický poradník, individuální přístup a odstranění front. Plně vybavené poradenské boxy, atmosféra kavárny a dojem soukromí. Klienti mohou očekávat víc než jen pestré barvy, moderní nábytek a přátelské jednání. Mohou se těšit z pohodové atmosféry, vysoce kvalitní konzultace a lepšího využití času. GE Money Bank již otevřela tři pobočky v tomto novém designu – jednu v Praze, v centrále v BB Centru, a dvě v Brně. Novou koncepci využije i celá řada dalších poboček.

(tz)



Kupujte pouze bezpečnou a kvalitní hračku

Dětem chceme dávat jen to nejlepší. Platí to samozřejmě také o hračkách, které by měly rozvíjet přirozené tvůrčí schopnosti, ale především by dětem neměly ublížit. V kamenných a internetových obchodech i na tržnicích se nabízí nepřeborné množství zboží, určené pro malé i nejmenší uživatele. Ale ne každý výrobek je pro dítě vhodný a některý může být velmi nebezpečný. Podle jakých kritérií tedy vybírat? Hovořili jsme o tom s Ing. Bohuslavou Fořtovou, ředitelkou Zkušebního ústavu lehkého průmyslu, kde se hračky testují.

Co by měly maminky vědět o hračkách, které chtějí koupit svým dětem?

Že někdy méně je více. Kupovat hračky v kamenných obchodech, ne na tržnicích. Kupovat hračky bezpečné a kvalitní, takové, které jsou pro dítě „přínosem“. Takové hračky, které pomáhají dítěti rozvíjet fantazii a podporují rozvoj jeho dovedností. Bezpečná a zdravotně nezávadná hračka je označena symbolem CE a hračka kvalitní i označením „Bezpečná a kvalitní hračka“.

Nejsou obavy, že hračky dostupné na našem trhu mohou dětem ublížit, přehnané? Je pravděpodobnost, že narazí na nevyhovující zboží, vysoká?

Obava, že hračky dostupné na našem trhu mohou dětem ublížit, přehnaná není. Důkazem je systém RAPEX, kde

nebezpečné či zdravotně závadné hračky mají navrch. Znovu opakuji, nákup hraček na tržnicích nedoporučuji.

Jak jim při výběru pomůže označení výrobku „Bezpečná a kvalitní značka“?

Jen hračky, které splní požadavky „Směrnice s kritérii pro hodnocení bezpečnosti a kvality hraček“ smí být označeny značkou „Bezpečná a kvalitní hračka“. Tato značka spolu se značkou „Česká kvalita“ je zárukou, že se dítěti dostane do rukou hračka opravdu bezpečná, zdravotně nezávadná a taky hračka, která se nerozbije téměř okamžitě, kdy si s ní dítě začne hrát. Navíc hračky nesoucí značku



Ing. Bohuslava Fořtová

„Bezpečná a kvalitní hračka“ prochází pravidelnou kontrolou a rovněž výroba hraček, nesoucích značku, je kontrolována.

Co všechno se při hodnocení hraček zkoumá?

Pokusím se o popis postupu hodnocení hraček u třetí nezávislé strany, to je zkušebny. Výrobce nebo dovozce předloží zkušební žádost o provedení zkoušek spolu se vzorkem hračky.

Hračka musí být v obalu, v němž bude uvedena na trh spolu s návodem k použití (pokud to sestavení nebo ovládání hračky vyžaduje). Všechny návody a varovné poznámky musejí být v českém jazyce. Zkušebna posoudí žádost a provede klasifikaci hračky. Například že jde o hračku pro pohybovou aktivitu, hračku určenou pro hraní ve vodě, stavebnici, skládku, kostým, převlek, panenku z plastu, měkce cpanou a podobně. Podle charakteru hračky (dřevěná, plastová, textilní, z papíru) se zvolí postup posouzení shody s požadavky příslušné harmonizované normy. Zkouší se z hlediska mechanických a fyzikálních vlastností, hořlavosti (textilní hračky), migrace určitých prvků u všech hraček obsahujících pigmenty ve hmotě, u dokončovacích materiálů. Existují i požadavky na hračky určené pro pohybovou aktivitu v domácím prostředí uvnitř a venku (houpací, skluzavky) apod. Zvláštní kapitolou je pak posuzování zdravotní nezávadnosti hraček obsahujících organické sloučeniny. Požadavky na bezpečnost hraček jsou rozděleny na několik částí. Základem je splnění požadavků na bezpečnost hraček obsažené



► v nařízení vlády č. 19/2003 Sb., kterým se stanoví technické požadavky na hračky. Postup k splnění požadavků obsažených v nařízení vlády se prokazuje splněním požadavků příslušných harmonizovaných norem. V České republice jsou zavedeny jako ČSN EN 71-1 až 11 a ČSN EN 62 115.

A co hračky pro nejmenší děti, jsou pod přísnějším dohledem?

Na hračky určené dětem do 3 let platí přísnější požadavky, zejména na zdravotní nezávadnost materiálů, z nichž jsou vyrobeny. Zkouší se podle požadavků

na výrobky určené pro styk s potravinami a pokrmy. Dále se posuzuje, zda hračka neobsahuje malé části, které by se mohly z hračky uvolnit a které malé dítě může spolknout a udusit se.

Očekával bych, že značka „Bezpečná a kvalitní hračka“, systém varování RAPEX, zvýšená pozornost kontrolních orgánů a médií povedou k vyčistění trhu. Co považujete v této oblasti za největší úspěch a kam ještě upřít úsilí?

Za úspěch považuji ukončení prací na revizi evropské směrnice 88/378/EHS,

bezpečnost hraček, zejména zpřesnění přílohy II, zvláštní požadavky na bezpečnost v části fyzikální a mechanické vlastnosti, chemické vlastnosti. Hodně úsilí bude stát revize a tvorba nezávazných harmonizovaných evropských norem k této směrnici, neboť splnění požadavků obsažených v nezávazných harmonizovaných normách dává výrobcům oprávnění označit hračku s označením CE, kterým deklaruje splnění požadavků stanovených obecně závazným právním předpisem (zákonem, nařízením vlády).

připravil Pavel Kačer

Chilly intima: diskrétní společník do dámské kabelky

Praktické, nenápadné, lehké. Tak by se stručně dala charakterizovat novinka značky Chilly intima určená pro intimní hygienu. Ubrousky, existující ve třech variantách – pro citlivou pokožku (Delicate formula), antibakteriální (Formula with Antibacterial) a osvěžující (Fresh formula) – vstupují na trh právě v těchto dnech. „Ubrousky Chilly intima jsou jedinečné nejen svým složením, ale také svým balením,“ sdělila Petra Termerová, brand manažerka značky Chilly intima. Ubrousky jsou rozměrově ideální i do té nejmenší kabelky, jsou nenápadné, lehké a díky svému praktickému balení si vždy zachovají svěžest a vlhkost. Zároveň splňují i ty nejnáročnější požadavky na intimní hygienu. „Ubrousky Chilly intima jsou vyrobeny z měkké tkaniny s extra jemným složením pro pokožku,“ vysvětlila Petra Termerová. „Současně respektují



a obnovují přirozenou fyziologickou rovnováhu intimních partií a pochopitelně jsou i klinicky testované a hypoalergenní.“ Ubrousky Chilly intima jsou k dispozici ve třech variantách tak, aby odpovídaly rozdílným požadavkům žen. Varianta pro citlivou pokožku (Delicate formula) obsahuje přírodní uklidňující složky z Aloe a Vilínu (Hamamelis), které zajišťují intimní ochranu, jemnost a citlivost. Antibakteriální (Formula with Antibacterial) je



ideální pro použití všude tam, kde hrozí vyšší riziko bakteriálního kontaktu – na cestách, dovolené, v posilovně či bazénu,



obsahuje aktivní složení s extrakty z tymiánu a šalvěje. Poslední variace osvěžující (Fresh formula) obsahuje přírodní mentol, který přináší pocit

svěžesti a čistoty po dlouhou dobu. Dva typy intimních ubrousků Chilly intima Delicate formula a Fresh formula jsou baleny po patnácti kusech a doporučená cena jednoho balení je 64,90 Kč. Varianta Chilly intima with Antibacterial je balena po 12 kusech a doporučená cena jednoho balení je 59,90 Kč. Chilly intima nabízí ženám také tři identické varianty intimních gelů, určené pro použití ve vanách a sprchových koutech. Ty jsou na



trhu už několik let a oblíbilo si je mnoho českých spotřebitelů. Ubrousky, stejně jako gely, jsou k dostání výhradně v lékárnách a ve vybraných drogeriích.

(tz)

Velká soutěž o čtyři Fordy Fiesta

Jakkoli jsou oblasti působení společnosti FORD MOTOR COMPANY, s.r.o., a Tescoma, s.r.o. zcela rozdílné, nabízejí obě firmy svým zákazníkům jeden produkt stejného jména: Fiesta. Také proto se obě firmy dohodly vyhlásit společnou soutěž pod názvem „Rozjeď to s Fiestou!“ Nový Ford Fiesta je veřejnosti zbytečně představovat. Nejprodávanější evropské auto za březen 2009 na první pohled zaujme svým odvážným a netradičním designem, je

ale pověstné i svými výbornými jízdními vlastnostmi a technickou vyspělostí. „Fiesta“ od Tescomy se rovněž pyšní neotřelým designem a vysokou kvalitou, pochází

ovšem ze zcela odlišné oblasti. Jde totiž o novou



linii elegantních porcelánových misek na bambusovém podnose. V soutěži mohou zákazníci obou společností vyhrát celkem čtyři vozy Ford Fiesta, každý v hodnotě 234 990 Kč a řadu dalších velmi hodnotných věcných cen. Podmínkou je útrata v hodnotě nejméně 200 Kč – ať už za výrobky Tescoma, nebo u vybraných autorizovaných prodejců Ford. Podstatou soutěže je pak odhadnout, kolik daných výrobků řady Tescoma Fiesta v originálním balení se vejde do interiéru vozu Ford Fiesta. Soutěžit může každý občan ČR starší 18 let. Komplettní pravidla soutěže a seznam prodejen jsou k dispozici na www.ford.cz a www.tescoma.com. Soutěž trvá od 11. 5. do 31. 7. 2009.

(tz)

Jak efektivně využít čas v práci, domácnosti a při odpočinku?

Otázka pro Hanu Volfovou, ředitelku p. o. Kostka Krásná Lípa, majitelku lamí farmy a penzionu U lamy

Každý má asi nějaký svůj recept, jak se mu nejlépe pracuje i odpočívá. Žádný univerzální zatím našťestí nikdo nenašel, a až bude objeven, možná už to nebude o lidskosti a bytí. Proto jen pár myšlenek, které mě k tomuto tématu napadají. V práci je asi prvním krokem k efektivitě dobrý výběr spolupracovníků a spolupracovnic. Lidí se zájmem o věc a s elánem, kteří představují tvůrčí a zodpovědný tým. Posláním naší organizace je podporovat lidi nějakým způsobem znevýhodněné, proto je pro nás důležité poskytovat účinnou pomoc našim klientům a hledat cesty z často téměř neřešitelných životních situací. Cenné je udržet si určitý nadhled, který zviditelňuje hranici mezi podstatným a nepodstatným.



A jak je to s odpočinkem? Věci, které nás baví a děláme je s chutí, nám dodávají mnoho energie. Já si třeba dobře odpočinu při tvoření keramiky nebo skla. Baví mě učit se nové věci a zkoušet nové postupy. Podobným zdrojem odpočinku bylo donedávna pěstování květin na zahrádce. Tento koníček vzal poněkud za své s neplánovaným příchodem lam Kao a Wiky, které nás naučily velice efektivně stavět bytelná oplocení. Na druhou stranu nelituji, že jsme se rozhodli jim namísto přestupní stanice u nás zřídit stálý domov. Posezení na zahradě, kdy se okolo nás lamy klidně pasou a nahlížejí nám na stůl, bych dnes za nic neměnila. To pak zapomínám na vše nedůležité a efektivně odpočívám.

Průšvihy v pohodě

fejeton

Máte pocit, že je toho na vás v poslední době nějak moc? Že vás také rozpálí do ruda a dýchavična každá pitomost, nad kterou byste se dřív ani nepozastavili? Tak to jste na tom jako já. Běž k psychiatrovi, zaslechla jsem v kruhu rodinném, ten to za tebe vyřeší a budeš mít pokoj. Jo, to tak, takovou radost vám tedy neudělám, k Chocholouškovu nejdu... opáčila jsem v duchu, když jsem rovnala horu ručníků, která se právě převrátila na vázu s pivoňkami. Varovně zdvižený prst jsem přesto pocítila. Rozeberme si to: Tak třeba včera. Když už mi potřebl šlápnul nějaký moulka na nohu v tramvaji, tedy pokaždé jiný moulka a v jiné tramvaji, nevydržela jsem to a musela něco udělat. Gejzír bublinek jako v nevychlazené Coca Cole se ve mně vzvedl jak načasovaný. Musela jsem to ze sebe dostat. V tom okamžiku bezmoci jsem vycenila zuby a zavrčela a zaštěkala jako pes. Moment překvapení zapůsobil. Výraz v tváři toho nešťastníka stál za to. Usmála jsem se a vychutnala si jeho překvapení na druhou. Internetové bankovníctví. Také jedna kapitola mého života. Čipová karta se k němu hodí, proč ne, když je to dosud tak nedokonalý systém. Vložím do čtečky v domnění, že provedu pár automatických operací a rychle zaplatím fakturu, která mě pronásleduje hůř než vlastní černé svědomí. Potřebuji, aby odešla ještě dnes do půlnoci. Neodejde. Jsou dvě minuty přes. Do háje, soptím. Dupu nešťastně u počítače a mám chuť tu kartu rozstříhat na nejjemnější proužky

a ještě prohnat skartovačkou. Potvora totiž stávkuje. Když nacvičený pohyb opakuji asi po osmé, je jasné, že zůstanu dlužníkem a objevím se v příslušném registru. Brzy časné zrána se svěřuji kolegovi a zírám zároveň. Bere kartu, otre ji důsledně o tričko a vkládá do čtečky. Funguje. Pamatuji si: internetbanking a čisté tričko. Jak prosté. Zkušenost k nezaplacení. Onehdy jsem připravila náročnou smlouvu pro jednoho z našich obchodních partnerů. Vytiskla několik příloh, opatřila podpisy na každou stranu, doložila dalšími dokumenty notářsky potvrzenými, prostě dílo hodné obdivu. Hruď se mi dmula, byla jsem spokojena sama se sebou. Na důkaz vnitřní pohody jsem si uvařila silného turka, starší generace ví, jak takové kafe zahřeje u srdíčka, když má člověk šanci si ho vychutnat. Ano, ano. Příležitost byla. Zapípal mobil, vztáhla jsem k němu ruku a loktem zavadila o kouřící šálek. Byl navíc pátek odpoledne, i když ne třináctého. Ani orazítkovaná obálka nezmizela suchá. Stejně tak jako moje oko. Tři dny práce a běhání po úřadech v tahu. Neutěšujte mne. Vím, že se to mohlo všechno odehrát dokonce ve stejný den, ale toho jsem našťestí byla uchráněna. Mohly se k tomu přidat bolesti zubů stejně tak jako ztracený nejmilovanější a nejmenší deštník mého života. Mohla se doma porouchat myčka nebo nám mohli odtáhnout auto.



Mohl mi zůstat podpatek mezi dlažebními kostkami a taky mi někdo mohl ukrást peněženku nebo... Žádné nebo. To všechno mám už za sebou. Sedím u Chocholouška v ordinaci a civím na něj. Začíná se natřásat na té své doktorské židli, pak už to nevydrží a pěruje jak o závod, jeho křehká postava poskakuje do rytmu zvuků, které prý léčí. Nechápu. Leč situace je i přes moje vlastní neštěstí tak komická, že se bezděky přidávám k němu. Sedíme naproti sobě a řežeme se smíchy, až nám slzy tečou. Po chvíli se zvedne a dává mi jakési doporučení k dalšímu vyšetření. Nechápavě se očima táži, co to znamená. Bylo by vhodné povyprávět vaše příběhy ještě kolegovi, poradíme se pak, jakou zvolíme terapii, děl odvázně. Když jsem se po třech týdnech k mému Chocholouškovu vrátila, změna byla patrná na první pohled. Tedy musela být patrná. Dala jsem si na sobě záležet. Moje tvář přinášela pohodu a zračila mír v duši při vzpomínce na to, čemu všemu se člověk vlastně může zasmát. Představte si, spustila jsem posléze, že mi ta koza prodala místo povídkových buchet tvarohové a že si mi sedl dědek v autobuse do jahod, když jsem je na sekundu odložila na sedadlo vedle sebe... Druhé kolečko zvukomalebných tónů na sebe nedalo dlouho čekat. K Chocholouškovu docházím ráda. Ne jako k odborníkovi, protože psychiatrům nevěřím. Ale v léčivou moc smíchu, v tu věříme oba. Je silnější než zákon schválnosti.

Eva Brixi

Rio Mare s kuskusem

voní exotikou

Rio Mare, jednička na českém trhu s prémiovými rybími produkty, rozšířila řadu tuňákových salátů Insalatissime Rio Mare o novou variantu vonící exotikou – Rio Mare Insalatissime s kuskusem.

Kombinace jemného masa kvalitního tuňáka s kuskusem a zeleninou tvoří lahodný pokrm s vůní orientu, který je ideálním řešením rychlého oběda či večeře pro každého, komu nezbyvá čas na vaření, ale přesto si chce dopřát nutričně vyvážené jídlo. „Největší výhodou nové varianty Insalatissime Rio Mare s kuskusem je možnost okamžité konzumace chutného kompletního jídla kdekoliv a kdykoliv, bez pečiva nebo jiných příloh,“ uvedla Michaela Rudyková, brand manažerka společnosti Bolton Czechia, která produkty Rio Mare dodává na český trh. „Insalatissime Rio Mare koupíte v praktickém balení – lehká miska, kterou kryje tenké hliníkové víčko se speciálním systémem otevírání ISY-PIL, umožňuje jednoduché, bezrizikové otevření jedním tahem. Pokud si tedy budete chtít na novém Insalatissime Rio Mare s kuskusem pochutnat v kanceláři, na výletě nebo doma u televize, vystačí si pouze s vidličkou. Kvalitní ingredience, variabilita chutí a snadné použití – to jsou nej důležitější „plus“ řady Insalatissime Rio Mare,“ dodala Michaela Rudyková. Tuňákové saláty Rio Mare Insalatissime představují škálu pěti variant hotových

jídel s dlouhou trvanlivostí a minimálními nároky na skladování. Tyto produkty není nutné skladovat v lednici, a to i přesto, že jsou vyrobeny zcela bez konzervantů. Díky nízké hmotnosti obalu je ocení také turisté, výletníci a školáci. Pro své vyvážené nutriční hodnoty jsou Insalatissime oblíbené také u manažerů, sportovců a náročných spotřebitelů, kteří vyhledávají rychlé, ale výživné obědy, večeře a zdravé svačiny. Rio Mare vychází vstříc také těm, kteří ocení možnost kvalitního rychlého občerstvení bez nutnosti vařit či mýt nádobí. Maso z tuňáka splňuje nejvyšší nároky na

zdravou výživu. Patří totiž mezi nejvýživnější ryby, ale současně je také lehkým a zdravým masem, které díky vysokému obsahu nenasycených tuků nezvyšuje hladinu cholesterolu. Tuňák je rovněž „zásobárnou“ dvou cenných vitaminů: B12, který je důležitý pro spalování tuků, a PP (niacin), jež ulehčuje přeměnu živin na energii. Maso tuňáka obsahuje i nezbytné stopové prvky, jako je fosfor, jód, a vápník. Kuskus (cous cous) je těstovina ze 100% tvrdozrnné pšenice – semoliny. Ta se zpracovává na krupici, z ní se následně tvoří kuličky o velikosti cca 1 milimetr, které se poté napaří a vysuší. Kuskus je velmi výživný, lehce stravitelný, obsahuje sacharidy, rostlinné bílkoviny, vlákninu a spoustu cenných látek, které se nacházejí v obilovinách (vápník, železo, fosfor a vitaminy skupiny B). Kuskus pochází z afrického Maroka, je hodně rozšířen také v arabských zemích a Izraeli. Pro svoje chuťové vlastnosti, výživové hodnoty a jednoduchost přípravy se stal oblíbenou potravinou na celém světě.



Na českém trhu jsou v nabídce tuňákové saláty Insalatissime v 5 variantách:

- **Insalatissime Rio Mare s kukuřicí** – směs jemného tuňáka s kukuřicí, hráškem, karotkou a černými olivami s přidávkou kukuřičného oleje a citronové šťávy je okouzlující svou chuťovou lehkostí a svěžestí.
- **Insalatissime Rio Mare Mexico** ocení především milovníci pikantnějších pokrmů. Díky speciální směsi koření překvapuje tato kombinace tuňáka, červených fazolí, kukuřice, mrkve s červenými paprikami zajímavou, jemně pikantní chutí.
- **Insalatissime Rio Mare s fazolemi** je variací směsi tuňáka a fazolí vyznačující se lahodnou a jemnou chutí. Bílé fazole, cizrna, mrkev a černé olivy v kombinaci s jemným tuňákem a kukuřičným olejem vytvářejí lahodný pokrm ve stylu středomořské kuchyně.
- **Insalatissime Rio Mare s obilninami** je namíchaný z křehkého masa z tuňáka, pšenice špaldy, ječmene, kukuřice, čoč-

ky, mrkve a papriky s přidávkou mořské soli a olivového oleje. Díky cereáliím je tento salát bohatý na vlákninu a je ideálním řešením pro ty, kteří se chtějí stravovat zdravě.

- **NOVINKA – Insalatissime Rio Mare s kuskusem** je exotickým mixem kuskusu a tuňáka s rajčaty, cizrnou, mrkví, hráškem, paprikou, cibulí a kapkou jemného kukuřičného oleje. Tato kombinace je netradiční, výživná a skvěle chutná i bez pečiva.

Prémiová značka Rio Mare garantuje u svých produktů vysokou kvalitu tuňákového masa i všech použitých ingrediencí. Výrobky jsou ochuceny výhradně přírodními aromaty a jsou zcela bez chemických konzervantů. Všechny tyto výrobky jsou baleny po 160 gramech, doporučená cena jednoho balení je 74,90 Kč a jsou v prodeji v široké obchodní síti.

(tz)

Shell – pijte pravidelně



Dehydratace omezuje krátkodobou paměť a oslabuje koncentraci. Společnost Shell Czech Republic a.s. proto apeluje na řidičky i řidiče a přináší jim rady a tipy, jak zůstat na cestách koncentrovaný.

Motoristé si navíc mohou v rámci speciální akce Shellu na čerpacích stanicích zakoupit do konce června zvýhodněná balení vybraných nápojů. Členové věrnostního programu SMART dále získají bonusové body na svůj účet. Dehydratace může omezit krátkodobou paměť až o 7 % a snížit tak úroveň pozornosti a schopnosti koncentrace až o 13 %. Řidiči však často na opakované doplňování tekutin zapomínají, a to zejména během dlouhých cest. „Nedostatečný příjem tekutin se může projevit bolestmi hlavy, podrážděností, závratěmi, ale i poruchami soustředění až nevolností,“ řekla Lucie Růžičková, nutriční terapeutka z Fakultní Thomayerovy nemocnice v Praze. Shell proto přináší motoristům návod, jak zůstat na cestách stále ve střehu.

- Rutina: Zvykněte si pravidelně pít, i když nemáte žízeň.
- Pijte ráno: Vaše tělo ztrácí vodu i během spánku, proto je třeba se po probuzení napít vody.
- Vybírejte si nápoje, které máte rádi: Pokud pijeme ochucené nápoje, jsme schopni přijmout o 45–50 % tekutin více, než kdybychom pili jen čistou vodu.
- Pijte malé dávky, ale často: Pomalu a pravidelně přijímejte tekutiny v průběhu celého dne.
- Pijte dříve, než dostanete žízeň: Pokud máte žízeň, znamená to, že jste již dehydratováni.
- Pozorujte své tělo: Všimněte si známek dehydratace na svém těle (suché rty a ústa, zarudnutí pokožky, únava, podrážděnost, bolesti hlavy, tmavá moč).
- Buďte připraveni: Vozte s sebou v autě vodu nebo nealkoholické nápoje. Nezapomeňte, že když řídíte za horkého počasí, musíte pít více než obvykle.
- Bezpečnost je při řízení na prvním místě: Nezapomeňte, že nejbezpečnější je osvěžit se nápojem během přestávky na odpočinek.

„Mezi nejvhodnější nápoje patří voda, různé druhy čajů, minerální vody, ovocné šťávy a 100 % džusy ředěné vodou. Doporučuji proto všem řidičům mít nápoj stále při ruce, aby se předešlo nepříjemnostem, které mohou být s dehydratací spojené,“ dodala Lucie Růžičková. Společnost Shell klade na bezpečnost velký důraz. Dodržování pravidelného pitného režimu je velice důležitým pravidlem, které se často opomíná a Shell na něj chce touto cestou upozornit. Do 30. června získají řidiči na čerpacích stanicích Shell při nákupu 2 ks jakýchkoli 0,5 l nápojů Coca-Cola, Coca-Cola zero, Coca-Cola light, Fanta a Sprite sklenici zdarma a bonus 10 SMART bodů. Při zakoupení 2 ks libovolných příchutí Nestea Vitao 1,5 l si členové věrnostního programu SMART připsí dokonce 50 SMART bodů. V rámci akce je také možné zakoupit balení 10 x 0,5 l Gambrianus 10° za zvýhodněnou cenu 109 Kč.

více informací na www.shell.cz nebo na čerpacích stanicích Shell v ČR

(tz)

Když chcete být vidět



reddot design award
honourable mention 2009

Splynout s prostředím není nic pro vás?

Kia Soul vám umožní zvolit si nejen barvu vozu, ale i design a doplňky, které nejlépe vyjádří vaši jedinečnou osobnost. Vaše Kia Soul bude stejná jako vy: elegantní, dravá či výstřední – ale vždy nepřehlédnutelná! Nečekejte a navrhnete si svůj styl již dnes na www.kiamotors.cz.

Kia Soul od 299 980 Kč

