

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Leo Doseděl

Moděva obléká nejen celebrity

str. 1, 10–12

rozhovor s Ing. Leo Dosedělem,
předsedou výrobního družstva Moděva Konice

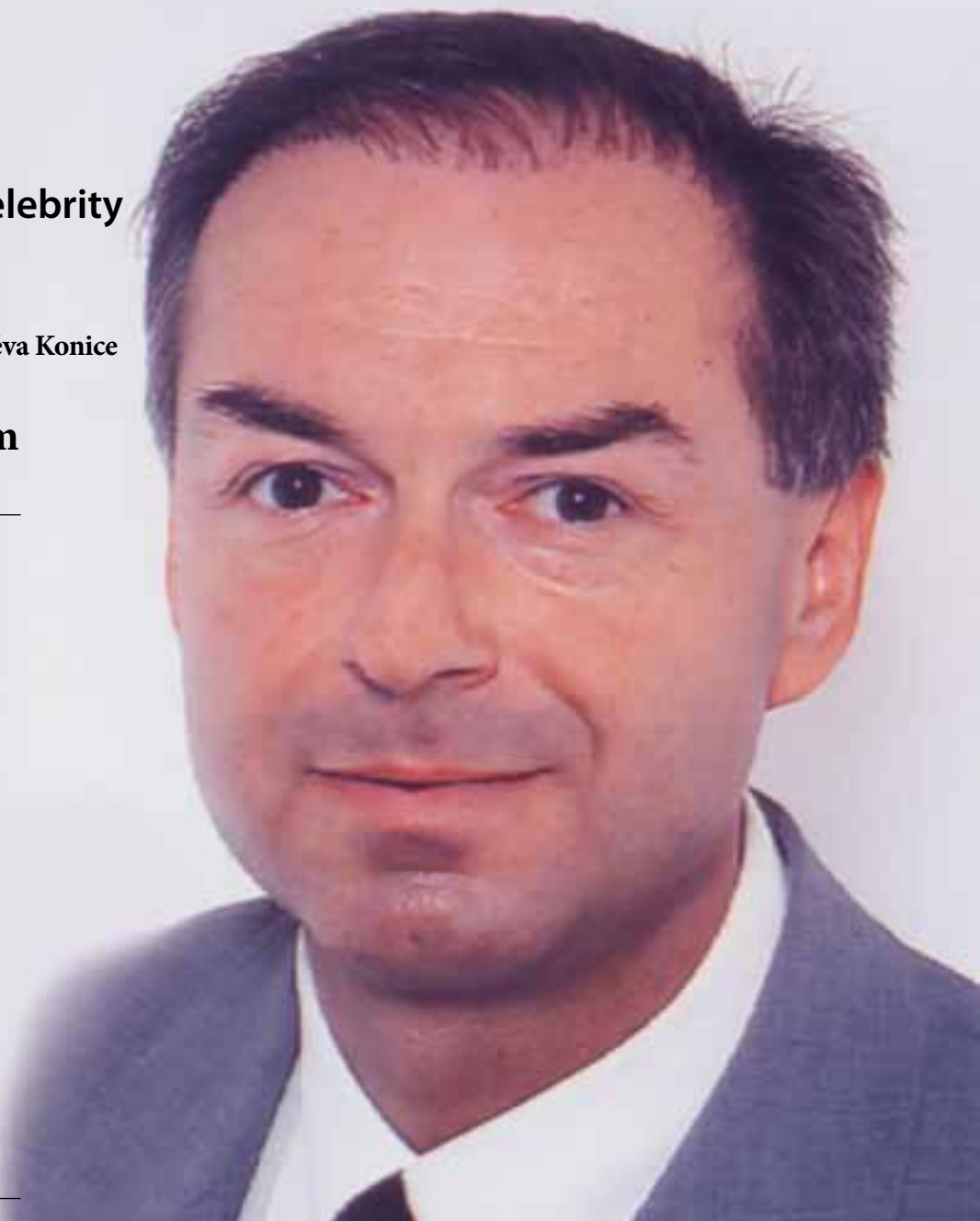
Jednou před čekáním

Eva Brixí

Slunce se třítí o zrak
A mráz mi řeže zuby
Je průsvitná sobota
Kdesi virtuálně dlíš
Já kmitám v kuchyni
A naplňuji spíž dobrou vůlí
Já žena Ty muž
Večer se potkáme
Konečně už
Prošla jsem zahradu
Nemám na jaro návadu
Keře mezi polibky
Ještě nevstaly
Petrklíče Čemeřice si pro jistotu přispaly
Jak hodit sítě Jak najít si tě
Ve tvých vlastních stopách
To mi porad'
Ošálit mohu jen sama sebe
Když mne i rukavice zebe
Rozlitý bylinkový čaj
Zalévám horkým dechem
Má dlaň je termoska

Píši ti do mraků vzkaz
Vločkami něhobílými
Jak nevěsta před svým ano
Jsem dospělá jak velké ráno
Bude to poprvé
Co nenastalo právě poledne

Zazvoň Zavoň a Zaťukej
Neztrácej slova Mne se dotýkej



Mobilní pobočka České spořitelny zajistí služby během rekonstrukcí obchodních míst

Česká spořitelna představila veřejnosti první mobilní pobočku v České republice. Tuto novinku mohou od 24. ledna 2011 jako první využít klienti v Brandýse nad Labem během rekonstrukce stávající pobočky. Česká spořitelna nabízí klientům v mobilní pobočce všechny standardní služby a produkty. Součástí je i bankomat přístupný 24 hodin denně.

„Příjemné prostředí hraje v kvalitě obsluhy klientů důležitou roli, a proto každý rok modernizujeme desítky poboček. Abychom i v době rekonstrukce mohli ve stejném místě poskytovat rychlý a profesionální servis, přicházíme na trh s touto převratnou novinkou,“ uvedl Tomáš Vaníček, ředitel úseku pobočková síť Region západ České spořitelny. „Mobilní pracoviště chceme využívat v době rekonstrukce poboček, ale také na veletrzích, výstavách nebo koncertech,“ dodal Tomáš Vaníček.

Mobilní pobočku v Brandýse nad Labem umístila Česká spořitelna na parkoviště naproti stávající rekonstruované pobočce v ulici Ivana Olbrachta. Klienti ji mohou využívat od 24. ledna až do ukončení rekonstrukce stávající pobočky. Otevírací doba je shodná s otevírací dobou rekonstruované pobočky.

Vnitřní clientské prostory tvoří dvě části – čekací zóna a poradenské pracoviště, ve kterém je klientům k dispozici až šest poradců. U vchodu do pobočky je zvonek pro přivolání pomoci při příchodu např. handicapovaného klienta či klienta s kočárkem. Pobočka je vybavena klimatizací. Česká spořitelna plánuje umístit mobilní pobočku v roce 2011 ještě např. v Moravském Krumlově.

Umění patří k životu i práci

Položili jsme několika podnikatelkám a top manažerkám, jak se rychle ukázalo, úplně zbytečnou otázku. Ptali jsme se jich, zda ke svému životu a práci potřebují umění. Odpověď jsme vždy dostali zdánlivě stejnou a očekávanou – ano, potřebují. Ale každá z žen tuto potřebu a lásku k umění vyjádřila po svém, zajímavě a často i objevně. Posuďte sami!

Milena Veselá
ekonomická ředitelka,
ProMoPro s.r.o.



K životu obecně umění patří. Holé a prázdné byty bez obrazů, plastik apod. bývají chladné a neosobní. Já mám například velmi ráda umění mladých sklářů. V kancelářích trávíme často více času než doma. Je proto lo-

gické, že v našich pracovních bývají k vidění velmi pěkné umělecké kousky, ke kterým máme osobní vztah. Je ale pochopitelné, že všechno doma či v práci mít nemůžeme, proto nedílnou součástí mého odpoczynku bývá návštěva různých výstav a vernisáží. Zde mohu obdivovat a doplňovat si znalosti z různých oblastí umění.

prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.
ředitelka, DTO CZ
místopředseda, Rada kvality ČR



Pro mne osobně, a to jak v životě, tak v profesi manažerky a univerzitní profesorky, má umění ve všech svých podobách velký význam – je energií, relaxem, téměř každodenní potřebou, prostě vším tím, co tzv. „vy-

balancovává“ můj pracovní a osobní život. Zhlédnout krásný obraz, dílo šikovného sochaře, zaposlouchat se do příjemné a kvalitní hudby, přečíst si dobrou knihu, zajít na operu či balet – toto „setkání s krásou“, které nás donutí alespoň na chvíli se zastavit (a vydechnout) v tom každodenním shonu, patří v poslední době dokonce k tradičním doprovodným aktivitám ryze technických, vědeckých či jiných odborných akcí, a to jak těch tuzemských, tak těch zahraničních. Proč asi?

Mgr. Erika Duchanová
ředitelka marketingu a komunikace,
UniCredit Leasing



Schopnost vytvářet umění či vědecky bádát je nejvyšší formou mentální činnosti, jakou člověk je schopen vyvinout. Z toho důvodu jsou pro mne obě činnosti nejen důležité, ale také inspirativní. Umění je

mi samozřejmě bližší, jelikož se mi zdá více srozumitelné. Domnívám se, že z pohledu estetiky je umění v mém soukromém i pracovním životě více než důležité, je žádoucí.

Ing. Naděžda Petřů
obchodní manažer, SINDAT, spol. s r.o.



Umění je pro mě výraz pro lidskou kreativitu, vztah k tvořivosti, k estetice a k vytváření emocí... V obchodní nabídce společnosti SINDAT, spol. s r.o. mohou zákazníci

ci najít interiérové prvky z kompaktních materiálů (pracovní desky, designová umyvadla, barové a recepční pulty atd.), nabídku realizace bytového textilu na klíč (dekorace oken, japonské stěny přepážující prostor atd.). Takže se vlastně s estetikou, designem, tvořivostí a kreativitou setkávám každodenně. Za velké umění též považuji získání zákaznicka a realizaci zakázky dle jeho přání, potřeb a očekávání. Uměním je i vstřícná komunikace, každodenní úsměv na rtech a optimismus. A v osobním životě? Za velké umění a radost považuji naučit dítě chodit, pít z hrnku, držet tužku, modelovat z plastelíny, složit papírovou čepici, zazpívat písničku, zašroubovat šroub, postavit ze stavebnice hrad a mnoho dalších činností, které my – dospělí – považujeme za naprosto samozřejmé. Umění je, když se rodina sejde a její členové si povídají, zpívají si, čtou, jdou společně na procházku...

Mgr. Martina Králová
ředitelka marketingu, Asseco Solutions ČR



Jednoznačně ano, bez umění si svůj život a ani práci v marketingu nedovedu představit. Vždy, kdykoli se začíná pracovat na novém projektu, hledá člověk kolem sebe ně-

jakou inspiraci. Hezké divadelní představení či návštěva zajímavé výstavy mne přinutí se na chvíli zastavit, nechat volně plynout myšlenky, vytvářet si v představách nové obrazy, zápletky... a pak najednou zjistím, že vlastně hledám řešení určité situace. Umění je úžasné i v tom, že vás donutí komunikovat, vyjádřit svůj vlastní názor – a to je fajn.

Petra Kovandová
jednatelka, firma KOVANDOVÍ s.r.o.



Umění k životu potřebuji zcela určitě. Každé umělecké dílo je pro mne vždy další podnět. V současné době mě však více zajímá design, který je od „velkého“ umění

jen o krok jinde, i když se ty dva světy vlastně prolínají. Design je úžasný obor, ať už se váže k interiéru zajímavé stavby, nebo výjimečnému výrobku každodenního použití, strojům, nebo módním doplňkům. Šikovné designéry vlastně i sama podporuji – ráda nakupuji módní oblečení od šikovných návrhářek a také ho nosím. A aby nebylo jen u slov – zrovna nedávno jsem se byla podívat na novou kavárnu Café B. Braun, již v Lékařském domě v Praze vtiskla tvář proslulá architektka Eva Jiřičná. Umění a design mi přinášejí radost.

ipřipravil Pavel Kačer

Na svatého Valentýna

klesá počet nehod o 17 %

Řidiči a řidičky jsou na svátek zamilovaných opatrnější. Na svatého Valentýna klesá oproti běžnému celoročnímu průměru počet dopravních nehod až o 17 %. Vyplývá to z analýzy statistiky pojistných událostí motorových vozidel za poslední čtyři roky. Průměrná výše škody klesá ve dnech s datem 14. února přibližně o 15 %. Z 36 tisíc na 31 tisíc korun. Přes polovinu nehod má na svědomí nepozornost řidičů. Nejčastěji se bourá ve Zlínském a Ústeckém kraji.

Řidiči jsou na svatého Valentýna opatrnější. Na druhou stranu nevěnují řízení svého vozu dostatečnou pozornost. Myslí na vše možné, jen ne na řízení. Až čtvrtina karambolů vznikne v důsledku nesprávného otáčení nebo couvání. Dalších 17 % nehod za příčinu nedání přednosti v jízdě. V 10 % dojde ke škodě při parkování. Nelze opomenout ani nedodržení bezpečné vzdálenosti za vozidlem či nevěnování potřebné pozornosti řízení, které se podílí na dalších škodách. Třicetiletá Pražanka se vracela svým vozem

z práce. V pohodě a bez újmy dojezdila až před dům, kde se jí podařilo bezchybně zaparkovat na začátku podélné řady aut. To co následovalo, popsala do hlášení pojistné události. „Ještě mi běžel motor a jak jsem byla před domem, tak jsem se zamyslela, jestli ten můj nezapomněl. Sama sebe jsem předsvědčovala, že ne, a že má pro mě určité nějaké překvapení. To mě uvolnilo a jak jsem byla v tom rozpoložení, pustila jsem spojku a sešlápla plyn. Přede mnou bylo volno, jenže já tam měla zpátečku.“ Škoda byla likvi-

dátory Generali vyčíslena na 40 tisíc korun. Z regionů se na loňského svatého Valentýna nejvíce bouralo ve Zlínském a Ústeckém kraji. V obou případech se jednalo o přibližně pětinu z celkového počtu škod. Jak na Zlínsku tak na Ústecku se výše škody pohybovala kolem půl milionu korun. Osmnáctiprocentní podíl na nehodách měl Moravskoslezský kraj. I zde šly škody do statisíců. Překvapivě až na 4. místě je s 10% podílem Praha, a to vzhledem k vysoké koncentraci automobilů.

(tz)

PicantoLeaks: Kia odhaluje „tajemství“ svého nového automobilu

Proč se červená na novém Picantu tak záhadně leskne?

Kdo stojí za výraznou „tvář“ nového automobilu Kia? A co se stalo, když se Kia vydala hledat neobvyklý odstín černé? Odpovědi nejen na tyto otázky hledejte na „PicantoLeaks“ (www.picantoleaks.cz), kde anonymní informátor odhaluje neuvěřitelná tajemství nového modelu Kia. Červený lak nového Picanta prý pochází z berušek! Rovněž se proslýchá, že bylo tajně nascanováno na osm stovek lidských obličejů, jejichž biometrické údaje měly sloužit jako předloha při tvorbě přední části vozu. A konečně, hledání dokonalé černé mělo údajně vést k erupci island-



ské sopky Eyjafjallajökull. Kia Motors bude, samozřejmě, okamžitě popírat všechna tato odhalení na svých fanouškovských stránkách na Facebooku. „Tato online kampaň je součástí marketingových aktivit předcházejících uvedení nového modelu Kia Picanto na trh. Nové Picanto bude mít premiéru na autosalonu v Ženevě na začátku března a v celé Evropě se začne prodávat v polovině roku,“ sdělil Benny Oeyen, viceprezident pro marketing a plánování, Kia Motors Europe. „Tato neobvyklá kampaň si ironicky pohrává s pojmem odhalování informací. Kia se tak prezentuje jako otevřeně smýšlející, mladá značka, která se také kreativně angažuje v současné blogosféře a sociálních sítích.“

(tz)



Sny do trávy

Ještě je únor, ale všichni žijeme v přesvědčení, že už nablízko je čas a mělo by být co nejdříve jaro. Pokud zrovna nejsme na horách, hartusíme, že zase přišlo, že fučí a že pořád musíme halit krk do šál a ruce oblékat do rukavic. Přitom i letmý úsměv sluníčka vítáme málem s motykou a hráběmi v ruce, sadařskými nůžkami či velkorysími plány na to, jak letos hne se zahradou, kolik toho uděláme na chalupě a že už to všechno budeme mít jednou za sebou... S blížícím se nástupem března žhavíme uměle vytvořený stres vlastními sny a perfekcionalismem, abychom pak uprostřed léta zplaveni i pouhým pomyslením na to, co nás ještě čeká, upadali raději v nicnedělání někde na lehátku pod ořešákem a o to hlubší snění. Já vím, trochu si vymyslím, ale řekněte sami – jak to udělat, abychom se nestali otroky vlastních iluzí? A chtít, nebo nechtít?

vaše Eva Brixi



Tip Grady

V knížce s padesáti cvičeními a mnoha praktickými tipy a radami si natrénujete, jak sebevědomě čelit slovním útokům a napadením. Když si osvojíte a v praxi vyzkoušíte všechny doporučené techniky a taktiky, uvidíte, že slovní sebeobrana není žádná věda. Načerpáte rady, jak zůstat duchapřítomní a jak se nenechat ochromit nečekaným útokem, získáte přehled osvědčených jednoduchých frází, které zaručeně fungují, ale také tipy, jak vytvořit přesné míření a přitom duchaplně odpovědi, které vám pomohou vyjít z nepříjemné situace suverénně a s přehledem ubránit svou důstojnost.

partneři www.madambusiness.cz

 www.amway.cz	 www.yourchance.cz	 www.mojetelevize.cz
 www.orea.cz	 www.unicreditleasing.cz	 www.ngprague.cz
 www.steilmann.cz	 www.kiamotors.cz	 www.mafas.cz
 www.katerinaresort.cz	 www.kiamotors.cz	 www.svamberk.com
 www.originalatok.cz	 www.zts.cz	 www.lg.com
 www.reginakosmetika.cz	 www.templarske-sklepy.cz	 www.ladymoda.cz
 www.vox.cz	 www.modelpraha.cz	 www.slune.cz
 www.ab-cosmetics.com	 www.economy-rating.cz	 www.coop.cz
 www.cetelem.cz		

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, únor 2011

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové
e-mail: bixi@prosperita.info, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609
design: 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



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

►► **Pavla Hávová**
tisková mluvčí ČSOB

Dnešní doba je o komunikaci, setkáváme se s ní na každém kroku a v budoucnu tomu nebude jinak. Každý z nás pošle během dne několik desítek mailů, protелефонuje spoustu minut a několik hodin stráví na schůzkách. Důležité je, aby takto vynaložený čas byl maximálně efektivní a přínosný pro všechny zainteresované strany. ◀◀



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Petr Kužel**
prezident Hospodářské komory ČR

Na podnikatelkách a manažerkách oceňuji především to, že to jsou ženy, které mimo rámec svých podnikatelských a manažerských aktivit mnohdy musí zvládnout své povinnosti v domácnosti. Nová doba přináší všem ženám lepší možnost prosadit se, a to je dobře. Vidíme tak mnoho žen, které řídí podniky, mnoho žen, které jsou ve vysokých manažerských funkcích. ◀◀

Informace do kabelky

Cena zboží v e-shopech loni klesala

Průměrná cena zboží prodávaného na internetu v průběhu roku 2010 klesala. Tuzemské e-shopy výrazně zlevňovaly myčky, a to o téměř 18 %. Poklesly také průměrné hodnoty LCD televizorů či mobilních telefonů. Vyplyvá to z dlouhodobého průzkumu společnosti Karsa Technologies, která pravidelně monitoruje ceny zboží v internetových obchodech. Prodejci loni zvyšovali ceny pouze u notebooků, kde byl důvodem zdražení především kolísající kurz dolaru.

„Hodnota LCD televizorů dlouhodobě klesá, za uplynulá dva roky se snížila o více než 30 %. Naopak průměrná cena plazmových televizí je relativně stabilní. Důvodem je nízký počet modelů dostupných na tuzemském trhu,“ sdělil Michal Ježek ze společnosti Karsa Technologies, která nabízí profesionální řešení pro efektivní cenotvorbu e-shopů. „Při meziročním měření jsme zaznamenali rovněž 14% pokles průměrné ceny mobilů. Snížení bylo způsobeno zlevněním chytrých telefonů,“ dodal M. Ježek s tím, že průměrná hodnota mobilních telefonů činila na konci loňského roku 4765 Kč.

Nejmenší výkyvy cen bylo možné pozorovat u prodeje digitálních fotoaparátů, jejichž hodnota se za loňský rok snížila pouze o necelé 3 %. Důvodem bylo dodržování doporučených koncových cen internetovými prodejci. Před Vánocemi tak bylo možné pořídit fotoaparát v průměru za 4879 Kč. (tz)

Soutěž

Vyhodnocení čtenářské soutěže

V soutěži, kterou pro vás do lednového čísla Prosperity Madam Business 2011 připravila společnost LG Electronics CZ, jste odpovídali na otázku, zda mobilní telefon LG GT540 Optimus umožňuje přístup na sociální sítě.

Správná odpověď zněla: Mobilní telefon LG GT540 Optimus umožňuje přístup na sociální sítě.

Ze správných odpovědí jsme vylosovali ty, které nám zaslala Svatava Hlaváčková z Prahy 4 a Jan Kořínek z Prahy 5. Výhercům blahopřejeme a do 28. února 2011 předáme špičkové telefonní přístroje.



Móda Steilmann je pro nás

Sotva se k našim tvářím prodralo pár líněk slunečního svitu po temných šedých dnech posmutnělé zimy, jako bychom všichni dostali novou chuť do života. A co víc – ve skříních začalo chrsťtit, jako by se tam lámaly ledy s modely sice slušivými, ale již okoukanými. Intuice nás vede k oživení střihů, barev, délek, šířek, objemů, kombinací...

Muži by poznamenali – už zase vyvádíte, že nemáte co na sebe... Ale my ženy, my nepoznamenáváme, ani nevzdycháme, my jsme akční. Mrkneme na internet, prolistujeme módní časopisy, prohodíme pár slov s kolegyněmi... A butiky s novými kolekcemi jsou naše! Jdeme rovnou na věc! Chceme se přece líbit, nešdit se. Fotografiemi bychom vás rádi zavedli k nabídce jaro léto společnosti Steilmann Praha, která u nás zastupuje značky dámského odívání Steilmann, Apanage, Kapitalua, Marcona a Tom Crown. Navštivte s námi novinky té první jmenované a nechte se vést vlastní chutí mít něco in až po první kroky do prodejny... (rix)



Valentýnsky s nadhledem...

Jakých škod je víc – prvomájových, nebo valentýnských? Většina mladých má jasno, vede Valentýn, naopak generace jejich rodičů upřednostňuje starý zvyk polibku pod třešní na prvního máje. Podle Allianz pojišťovny byl v uplynulých třech letech Valentýn na počty škod a nehod mnohem klidnějším než první květnový den.

V roce 2009 byl počet hlášených prvomájových událostí téměř dvojnásobný a loni byl rozdíl ještě větší – klienti hlásili ze 14. února pouze 236 pojistných událostí za zhruba 7 milionů korun, zatímco z 1. května to bylo dokonce 571 škod za 25 milionů korun. „Částečně je květnový nárůst způsoben i tím, že zpravidla o prvním prodlouženém víkendu vyjíždějí do svých druhých domovů chatari a chalupáři a na místě odhalí škody, jaké tam napáchala zima nebo zloději,“ vysvětlil Pavel Novotný, vedoucí likvidace pojistných událostí Allianz pojišťovny. Pravdou je, že květnové újmby byly z kategorie těch běžných a nepříliš zajímavých tolik úsměvných historek jako ty valentýnské. Tady je několik příběhů za všechny. Netradiční valentýnskou pojistnou událost vyřizovala Allianz pojišťovna vloni, kdy se majitel nového auta rozhodl 14. února v garáži políbit dívku, opřenou o kapotu vozu. Nakonec však nezůstalo pouze u polibku, a protože slečna měla boty na vyšším podpatku, kapota za chvíli doznala značných šrámů a prohlubní.

Šofér a milovník v jedné osobě však měl štěstí, protože zatímco auto bylo jeho a měl jej havarijné pojištěné, dívka jeho nebyla – a mohl tedy uplatnit náhradu škody z vandalizmu. „Chtěl jsem své manželce dát podle valentýnského zvyku dárek, který ji překvapí a rozesměje. Překvapení to bylo, ale vůbec jsme se nesmáli. Naplánoval jsem večeři, zamluvil stůl v naší oblíbené restauraci a do příhrádky palubní desky naší Fabie jsem uložil pečlivě zabalené náušnice,“ telefonoval loni hned 15. února 31letý klient z Prahy 9. „Měl jsem v plánu, že až nasedneme do auta, nenápadně o ni zavádím tak, aby se náhodou otevřela. Doma jsem se zdržel pět minut, než se manželka vypraví. V dobré náladě jsme vyšli před náš dům, ale auto bylo pryč. A s ním i dárek i pohodová nálada svátečního dne,“ pokračoval pražský klient. Naštěstí měl základní variantu havarijního pojištění, z kterého mu za téměř novou Fabii Allianz pojišťovna vyplatila 243 tisíc korun. Na tohoto Valentýna však nikdy nezapomene.

Stejně jako rodiče mladíka u Opavy, který si na Valentýna přivedl přítelkyni a k romantické atmosféře zapálil svíčku. Při milostných hrátkách však svícen převrhli z nočního stolku do peřin a během několika minut byl pokoj v plamenech. Byli rádi, že si zachránili holé životy, celková škoda na nemovitosti i zařízení rodinného domu překročila půl milionu a Allianz ji zaplatila z pojištění budovy a domácnosti. O svůj dárek bez náhrady však na Valentýna přišla 27letá slečna z Ústí nad Labem, jejíž přítel uvázal překvapení – malý balíček se sporým spodním prádlem červenou stuhou k obojku svého pejska. Ten měl paní domu přivítat z práce, zatímco přítel chystal v kuchyni pohoštění. Jenže knírač neměl pro sexy prádlo pochopení a tak dlouho se snažil za použití drápků a zoubků zbavit nepohodlného dárku, až se mu to povedlo. Tentokrát však účtenka zůstala neproplacená – z odpovědnosti majitele psa by totiž úhrada byla možná pouze v případě, že by slečna byla cizí, nikoliv domácí...

(tz)

Amway stále myslí na děti, kampaň „Goal by Goal“ již třetím rokem

Spolupráce Nutrilite s nadací AC Milán na podporu dětí, která je součástí kampaně společnosti Amway „One by one“, pokračuje již třetím rokem. Tentokrát se zúčastní všichni hráči týmu, aby vytvořili finanční prostředky na výstavbu víceúčelového sportovního centra pro děti v zanedbané neapolské oblasti, kde je rekreačních a sportovních zařízení a dětských hřišť minimum. Amway a AC Milán vyhlásily 3. kolo kampaně „Goal by goal“. NUTRILITE věnuje 2500 dolarů za každý gol, který vstřelí některý hráč AC Milán na vybudování víceúčelového sportovního centra pro děti v Neapoli. Po zápase AC Milán – Cesena předal Fabrizio Suaria, oblastní ředitel Amway jménem značky Nutrilite šek na 85 000 dolarů nadaci AC Milán. Prostředky byly získány tím, že hráči AC Milán vstřelili v první polovině soutěže 34 branek. V zastoupení celého mužstva převzal šek záložník Alexander Pato. Cílem tohoto projektu, který byl vyvinut ve spolupráci s Polisportiva Europea, je dát větší prostor sportu ve výchově dětí a mládeže. Je známo, že aktivní děti vedou zdravější život a právě z toho důvodu Polisportiva Europea, nevládní organizace, podporuje sport na amatérské

úrovni při vzdělávacích a rekreačních aktivitách. V uplynulých třech letech již předala Amway nadaci AC Milán 250 000 dolarů. V loňském roce vzniklo dětské víceúčelové sportovní zařízení v Paggiare di Sassa díky daru ve výši 150 000 dolarů. Toto zařízení se nalézá poblíž města L'Aquila, které bylo těžce poškozeno zemětřesením. V sezóně 2008–2009 bylo shromážděno 100 000 dolarů, které obdržela dětská nemocnice Buzzi v Miláně.

Více informací:
www.amway.cz, www.amway.com, www.fondazionemilan.org

(tz)



O nadaci AC Milán (AC Milan Foundation, Fondazione Milan)

Nadace byla založena v roce 2003 jako nezisková organizace, která se zaměřuje na pomoc chudým vrstvám společnosti a zejména dětem. Za 7 let své činnosti podpořila více než 70 projektů a získala prostředky ve výši přes 5 milionů euro.

O značce NUTRILITE

Nutrilite je vedoucí světovou značkou přírodních vitaminů, minerálů a doplňků stravy (průzkum Euromonitor Intl., prodejce za r. 2009). Je Premiovým sponzorem fotbalového klubu AC Miláno a oficiálním dodavatelem doplňků stravy jeho hráčům. Nutrilite je jediným výrobcem doplňků stravy, který si suroviny k jejich výrobě sám pěstuje na certifikovaných organických farmách v USA, Brazílii a Mexiku.

O AMWAY

Amway je vedoucí firmou přímého prodeje ve světě i v České republice. Byla založena v roce 1959 v USA a v Čechách působí od roku 1994. Vyrábí, vyrábí a distribuuje více než 450 výrobků, zejména kosmetiku, doplňky stravy, výrobky péče o domácnost atd. Spolupracuje s ní více než 3 miliony nezávislých prodejců na světě a zaměstnává přes 13 000 osob.

Přístup firem k plnění informačních povinností se částečně zlepšil

Za rok 2009 doposud informační povinnost nesplnilo 74 % tuzemských společností, ačkoliv základní termín vypršel již koncem července a poslední možný termín 31. prosince 2010. Ve srovnání se stavem ke konci srpna loňského roku však došlo k mírnému zlepšení – za rok 2009 o 10 % a o 4 % za rok 2008. Platné zákony ale i nadále dlouhodobě ignoruje přes 60 % českých firem, když neukládají výsledky svého hospodaření, tedy účetní závěrku a výroční zprávu, do sbírky listin obchodního rejstříku. Nejhorší přístup k plnění informačních povinností mají malé podnikatelské subjekty s tržbami do 10 milionů korun. Z hlediska právní formy zákonnou povinnost spolehlivěji plní spíše akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným. Nejméně disciplinované firmy jsou registrované v Praze a Středočeském kraji. Analýzu v únoru zveřejnila Dun & Bradstreet (D&B – NYSE:DNB), která se zabývá poskytováním ekonomických informací a hodnocením firem po celém světě.

„Na špatnou morálku tuzemských firem v oblasti plnění informačních povinností, která významně komplikuje možnost prověřit si obchodního partnera, upozorňujeme dlouhodobě. I když se disciplína firem v oblasti poskytování zákonem stanovených informací mírně zlepšuje, současný stav vzhledem k domácí legislativě, i ve srovnání s disciplínou firem ve vyspělých zemích, je zcela nevhodující a tuzemské podnikatelské prostředí v mnohých aspektech připomíná spíše anarchii,“ zhodnotila situaci na trhu ředitelka společnosti D&B, Alena Seoud. „Katalyzátorem k mírnému zlepšení disciplíny firem v oblasti poskytování zákonem stanovených informací bylo rozpoutání diskuze o finančním postihu těch společností, které se opakovaně vyhýbají plnění zákonem stanovených povinností,“ uvedla dále Alena Seoud s tím, že Dun & Bradstreet přispěla k zahájení této diskuze, když ve svém průzkumu odhadla, že by při důsledném sankcionování těchto firem do státní pokladny mohly poměrně rychle přitéct až desítky miliard dodatečných příjmů. Naprosto nejhorší přístup k dodržování platných právních norem mají firmy, které podle ČSÚ nevykazují tržby, respektive menší společnosti s ročními tržbami do 10 milionů korun. V těchto kategoriích informační povinnost dlouhodobě neplní zhruba 90 %, resp. více než 60 % firem. Naopak nejspolehlivější jsou firmy, jejichž roční tržby přesahují jednu

Tuzemské podnikatelské prostředí v mnohých aspektech připomíná anarchii.

Přehled neplnění informační povinnosti za období 2006–2009 (k 31. 8. 2010, resp. 30. 1. 2011)

Zdroj: Dun & Bradstreet

Poznámka: tabulky srovnávají stav neplnění informační povinnosti k 31. 8. 2010 a 30. 1. 2011

Právní forma	Počet firem s povinností za 2009	% , které neplní povinnost za rok 2009		Počet firem s povinností za 2008	% , které neplní povinnost za rok 2008		Počet firem s povinností za 2007	% , které neplní povinnost za rok 2007	
		30. 1. 2011	31. 8. 2010		30. 1. 2011	31. 8. 2010		30. 1. 2011	31. 8. 2010
a.s.	23 221	59,11 %	74,96 %	22 888	49,38 %	55,27 %	21 932	48,44 %	50,05 %
s.r.o.	296 787	75,63 %	84,60 %	280 736	70,13 %	72,55 %	261 946	68,39 %	69,95 %
celkem	320 008	73,69 %	83,05 %	303 624	66,42 %	70,28 %	283 878	63,65 %	65,13 %

miliardu korun. Nejméně disciplinované firmy, z pohledu přístupu k plnění informačních povinností v období 2006–2009, jsou podle aktuálních statistik subjekty se sídlem v Praze a Středočeském kraji, kde informační povinnost za rok 2009 doposud nesplnilo zhruba 77 % registrovaných společností. S mírným odstupem následuje Olomoucký, Jihomoravský a Liberecký kraj. Naopak nejlepší informační povinnost vykazují společnosti v Královéhradeckém a Jihočeském kraji resp. na Vysočině. Poznámka: ukládat účetní závěrku a výroční

zprávu do sbírky listin obchodního rejstříku všem právnickým osobám ukládá §21a, Zákona o účetnictví.

(tz)

**Rozhodujte s jistotou.
Rozhodujte s D&B.™**

Kategorie dle tržeb	% , které neplní 2009		% , které neplní 2008		% , které neplní 2007	
	30.1.2011	31.8.2010	30.1.2011	31.8.2010	30.1.2011	31.8.2010
neuvedeno	87,92 %	91,98 %	88,30 %	89,22 %	89,41 %	89,97 %
1 – 9 999 999 Kč	69,83 %	81,06 %	62,83 %	65,83 %	61,07 %	63,03 %
10 000 000 – 99 000 000 Kč	55,90 %	79,62 %	45,76 %	50,02 %	41,93 %	44,39 %
100 000 000 – 999 999 999 Kč	34,70 %	61,01 %	20,89 %	24,56 %	17,39 %	19,06 %
1 000 000 000 Kč a více	21,19 %	47,60 %	9,97 %	12,38 %	7,61 %	8,36 %

Kraj	% , které neplní 2009		% , které neplní 2008		% , které neplní 2007	
	30.1.2011	31.8.2010	30.1.2011	31.8.2010	30.1.2011	31.8.2010
Vysočina	68,36 %	80,38 %	62,71 %	66,46 %	60,63 %	62,98 %
Zlínský kraj	70,92 %	81,90 %	64,76 %	68,18 %	62,32 %	64,36 %
Ústecký kraj	72,51 %	84,38 %	70,09 %	74,17 %	68,95 %	71,76 %
Liberecký kraj	74,17 %	86,94 %	69,09 %	72,69 %	67,15 %	69,71 %
Olomoucký kraj	74,62 %	85,80 %	68,83 %	71,96 %	66,64 %	68,69 %
Píseňský kraj	72,00 %	84,65 %	68,29 %	71,34 %	68,69 %	70,94 %
Jihočeský kraj	66,70 %	81,00 %	62,05 %	65,16 %	61,51 %	63,33 %
Pardubický kraj	70,12 %	85,94 %	64,14 %	68,28 %	63,11 %	65,90 %
Karlovarský kraj	72,36 %	84,69 %	68,18 %	70,55 %	67,64 %	69,38 %
Jihomoravský kraj	74,40 %	84,18 %	69,90 %	72,74 %	67,96 %	69,73 %
Středočeský kraj	76,89 %	84,39 %	70,66 %	72,27 %	69,50 %	70,50 %
Hlavní město Praha	77,83 %	84,96 %	71,54 %	73,06 %	70,22 %	71,13 %
Moravskoslezský kraj	72,48 %	83,25 %	65,10 %	68,14 %	60,84 %	62,55 %
Královéhradecký kraj	59,17 %	72,95 %	50,21 %	53,95 %	45,66 %	48,32 %

Fakta a mýty o tuku

Medicína se od dob svého vzniku neustále potýká se souputníky v podobě různých šarlatánů. Ti se bez ohledu na své nedostatečné schopnosti snaží vydělat na lidském neštěstí nebo snaze pomaleji stárnout. Od alchymistů vařících elixír nesmrtnosti až po prodáváče různých potravinových doplňků (s téměř magickými schopnostmi) se lze setkat s množstvím bizarních výstřelků. Jaké jsou nejnovější nesmysly týkající se estetické medicíny?

Termín liposukce lze přeložit jako odsátí tuku. To však nebrání kosmetičkám, masérům, neškoleným nadšencům, a dokonce ani lékařům, aby nabízeli klientům zázrak: „neinvasivní liposukci“. Tedy odsátí tuku bez porušení kůže.

„Neinvasivní liposukce“

Metody postavené na masáži a lymfodrenáži se používají už po desetiletí. Nelze pochybovat ani o tom, že je možné ultrazvukem, chladem, teplem či radiofrekvencí poškodit tukové buňky. Nedá se však mluvit o zázraku. Pacient sice vidí, jak mu v pase ubylo několik centimetrů, ale tuk se pouze dostal do oběhu a usadil se v jiných tukových buňkách. Tam je ovšem mnohem nebezpečnější – například z hlediska cukrovky či onemocnění srdce. Tato metoda je vhodná jako dočasné řešení, ale nelze ji využívat jako způsob hubnutí. Aby se tuk „spálil“, je ideálním postupem v době ošetření účinná dieta v kombinaci s dostatečným pohybem. „Bohužel, většina „zázračných lékařů“ zdůrazňuje pravý opak. Lákají pacienty na hubnutí bez námahy. Jestliže pacient není připraven podstoupit radikální dietu, mnohem vhodnější je klasická liposukce. Tuk skončí v odpadu a nemůže dále škodit. Lékař jej také může dále využít – například k vyplnění prsou či obličejů,“ vysvětlil Doc. MUDr. Roman Šmucler, CSc., přednosta kliniky Asklepion – klinika a institut estetické medicíny. Liposukce je rozhodně nejlepším způsobem jak

se zbavit lokalizovaného nadbytku tukové tkáně. K hubnutí slouží dieta, pohyb a u obézních lidí „balónky do žaludku“ či operace žaludku. Liposukce existuje klasická, laserová, ultrazvuková, ale ne neinvasivní. „Pokud pacient ví, co má očekávat od „neinvasivní liposukce“, je tento postup na místě – je ovšem nutné postupovat velmi opatrně. Název liposukce v tomto případě lživě parazituje na dobré pověsti jiné metody,“ upozornil doc. R. Šmucler.

Laserová pravda

Je možné, aby byla dobrá metoda zároveň podvodem? Laserová liposukce je zákrokem, při kterém chirurg spolu s klasickou liposukcí (odsátí tuku skrz kůži) zároveň využívá laser. Ten zastaví krvácení a současně ukončí narušená nervová zakončení. Obojí snižuje komplikace a urychluje návrat do normálního života. Mnohem podstatnější je, že kůži zespodu ošetřuje teplo, které způsobí její vypnutí a to znásobí výsledky liposukce. Nejlepšího vzhledu je dosaženo zhruba půl roku po ošetření – do té doby se stav neustále zlepšuje. Není divu, že tato metoda je v posledních letech nejpoužívanějším postupem estetické medicíny v USA. Nás v Česku může těšit, že jsme ji používali dříve než Američané a máme s ní dobré zkušenosti. Někteří lékaři ovšem používají laser bez odsátí tuku. Je to možné, avšak většinou nedostatečné. V Česku se však objevila „laserová liposukce“: na břicho svítí laserové diody s vý-

konem, který se blíží opalování na slunci. Že pouhým sluněním nelze zhubnout? Nepatrné výsledky taková stimulace přinášet může, ale rozhodně se nejedná o liposukci, tedy odsátí tuku. Použití červeného světla či masáže v hojení po liposukci je legitimní, nazývat to laserovou liposukcí je vědomé zavádění.

Ohrožení zdraví

Tuk není pouze zásobárnou energie. Podle posledních výzkumů je to důležitá struktura produkující hormony. V těle je mnoho typů tukové tkáně – některé nás chrání, jiné u nadbytku ohrožují. Laik, bez znalosti zdravotního stavu pacienta včetně biochemického rozboru krve, by si s něčím takovým neměl zahrávat. Řada „problematických partií“ u žen není způsobena nadbytkem tuku, ale povolenou kůží či ochablým svalstvem. Odborník musí tyto stavy umět odlišit, jinak situaci výrazně zhorší. „V Asklepionu se kombinuje mnoho metod dle stavu pacienta, jeho ochoty cvičit, hubnout, dlouhodobým či krátkodobým potřebám. S medicínou si nelze zahrávat. Z nejnovějších německých studií jasně vyplývá, že laik může pacientům způsobit deset až dvacetkrát větší riziko trvalých komplikací při použití stejných přístrojů jako profesionální specialista,“ uzavřel Doc. R. Šmucler. Hlavní rozdíl však nespočívá v samotném používání techniky, ale spíše ve schopnosti správně zvládat přicházející komplikace, které nelze řešit bez postupu a léků určených výlučně lékařům. (tz)

To si tedy slíznete paní Müllerová!

„Tak nám začala Česká chuťovka,“ řekla posluhovačka panu Švejkovi. „To si tedy slíznete paní Müllerová!“ opáčil Švejk... Tak nějak by začínal nejslavnější český román, kdyby srbský vlastenec Gavril Princip onoho osudného června 1914 nezastřelil následníka trůnu, ale naopak čeští vlastenci by se rozhodli mírumilovně povýšit slávu zemí Koruny české a šli by na to jistě přes různé pochoutky, po nichž se jen olíznete. Také Švejkova odpověď by neznamenal žádnou výhrůžku paní Müllerové – jen by ji svým svérázným způsobem připomněl, že po návštěvě České chuťovky bude mít boule až za ušima. Co se tedy nestalo počátkem 20. stole-

ti, to napravili organizátoři České chuťovky v září 2010 na pražské Kampě prvním ročníkem tohoto výjimečného festivalu, zaměřeného na krajové speciality z Čech, Moravy a Slezska. Pro velký úspěch a zájem jak zahraničních turistů, tak i obyvatel a návštěvníků Prahy (u festivalových nabídek se jich loni zastavilo téměř 70 000), se Česká chuťovka v Praze představí letos hned dvakrát – ta nejbližší společně se Slavnostmi pražské šunky na Staroměstském náměstí v Praze od 16. do 19. června a očekávaná návštěvnost tak vzroste nejméně na dvojnásobek, tedy zhruba 150 000 domácích i zahraničních turistů, ale i samotných Pražanů a obyvatel z okolí. Také nabídka krajových gastronomick-

kých a potravinářských specialit bude letos ještě vyšší než loni. Po úspěšném úvodním ročníku České chuťovky nebyvale roste zájem o tento originální způsob, jak přilákat turisty do českých měst, městeček i vesnic, ale také o posílení hrdosti na fortel a umění místních výrobců potravin i kulinářských mistrů. To, co bylo za časů Švejka možná samozřejmé, dnes znovu naštěstí začínáme objevovat. A zjišťujeme, že to nejlepší a nejchutnější máme nakonec po ruce doma nebo za humny! Takže dobrou chuť na České chuťovce 2011 paní Müllerová!

Klára Polívková, project manager společnosti Sympex, organizátora České chuťovky



Lednice: chrámy pro labužníky

Chcete jíst jen to nejlepší jídlo, které je čerstvé, plné vitaminů a voní tak, jak má? Pak sáhněte po lednicích, vybavených technologiemi, které uchovají jídlo v takovém stavu, že bude následně po vytažení v dobré kondici.

Chápeme, že pokud ráno vytáhnete z lednice hroudu másla, jemně zmrzlou šunku či trochu omrzlá cherry rajčata, asi si jen řeknete, že lednice chladí víc než obvykle. Také ze zkušenosti víte, že čerstvé ryby do lednice dát nemůžete, protože pachem ryb by načichla všechna ostatní jídla. I tímto způsobem vám může sloužit lednice. Nezapomínejte však, že jak kvalitně jíte, tak také kvalitně žijete. Dopřejte si tedy mnohem víc. Říkáte si, jak na to? Tedy jak zajistit, aby jídlo vytažené z lednice bylo v nejlepší možné kvalitě? Odpověď zná LG – výrobce technologicky nejvyspělejších chladniček.

Total No Frost: Už žádné odmrazování

Starší lednice a mrazáky vytvářely na chladicích částech lednice námrazu, kterou bylo nutné několikrát ročně odstraňovat. To u lednic vybavených technologií Total No Frost vůbec nehrozí – námraza se nevytváří. Chlazení je rovnoměrné a rychlé, což nepoškozuje potraviny a ty zůstanou déle čerstvé. Vzniklá námraza byla náročná také energeticky – čím více námrazy, tím vyšší spotřeba. Také proto jsou lednice LG až o 2 energetické třídy úspornější, než lednice bez této technologie. Technologií Total No Frost jsou vybaveny všechny nové modely lednic LG, třeba i levná LG GB3133TIJW.

Mutli Air Flow: Bez teplotních výkyvů

Když otevřete lednici, naletí do ní teplý vzduch. Než se pak vnitřek dostane na optimální teplotu, může to trvat i několik minut, což nesvědčí žádně potravíně. Proto jsou lednice LG vybaveny technologií Multi Air Flow, která zajišťuje efektivní cirkulaci chladného vzduchu a tím rychle eliminuje teplotní odchylky.

Stop bakteriím

Mohli bychom dlouze vysvětlovat tyto patentované technologie, založené na bázi stříbra a antibakteriálních činidel. To však není vůbec důležité. Zásadní je, že chladničky LG s těmito technologiemi zabráňují růstu bakterií, mikrobů a plísní. Díky tomu se potraviny v lednici nekaží, zůstávají déle čerstvé, nezapáchají a především – nejsou zdraví škodlivé. Oběma patentovanými technologiemi je vybavena třeba luxusní „americká“ lednice LG GC-P217LVAJ.

Moist Balance Crisper: Za dokonalou čerstvost

Další patentovaná technologie LG zajistí optimální úroveň vlhkosti pro vaše potraviny. Stalo se vám někdy, že se na potravině vysráží kondenzát, a ta je pak mokrá? Nebo že zelenina rychle vyschla? Díky této technologii se to již nikdy nestane. Touto funkcí je vybavena třeba styllová lednice LG GB7138A2XZ.

Teplota na míru

Profesionální kuchaři to mají snazší: pro každý druh potraviny mohou mít speciální chladicí box a tak udržet teplotu na takové úrovni, jaká je pro danou potravinu nejvhodnější. Stejný komfort si mohou dopřát majitelé lednic s technologií Miracle Zone. Tato patentovaná technologie umožní v různých částech lednice nastavit různou teplotu: podle toho, zda chladíte ryby, zeleninu, nebo jiný druh masa.

Vacuum Fresh: Bez vzduchu se nezkaží

Je známý fakt, že „zavakuované“ potraviny vydrží mnohem déle čerstvé. Bez přítomnosti vzduchu se nemohou množit bakterie, neprobíhá oxidace potravin. Právě proto nabízí LG lednice, které dokážou vysát vzduch z celého šuplíku. Je to tak ideální místo pro uchování čerstvé zeleniny nebo potravin, od kterých se line zápach. Vysátí vzduchu je navíc velmi jednoduché, probíhá stisknutím jediného tlačítka.

Šetrný k vitaminům

Bylo prokázáno, že běžné osvětlení nesvědčí ovoci a zelenině. Právě z toho důvodu mají lednice LG zásuvku Vita Light Zone, pro jejíž osvětlení se používají LED diody, jejichž světlo má podobnou vlnovou délku jako sluneční záření. Díky tomuto osvětlení zůstává ovoce i zelenina déle čerstvé a neztrácí se vitaminy.

Úsporný LG lineární kompresor a s desetiletou zárukou

Každá lednice má kompresor, který stlačuje chladicí směs. Jenže LG jako jediná společnost vymyslela úplně nový typ kom-

presoru, který nevyužívá rotační pohyb (který je značně neefektivní), ale využívá lineární pohyb, který má o 20 % menší ztráty. Výhodou tohoto řešení je nejen mnohem nižší spotřeba elektrické energie, nižší hlučnost, ale také vysoká spolehlivost. Právě proto dává LG na lineární kompresory záruku 10 let.

Krása v detailu

Výhodou lednic značky LG není jen to, že mají obrovský technologický náskok. Jejich výhodou je také veliký uživatelský komfort, který si uvědomíte až během používání. V chladničkách tak najdete třeba automat na vodu, umístěný výše než u konkurenčních lednic, což usnadňuje jeho ovládání. Automat na led si přizpůsobíte na míru svým preferencím. V lednicích nejsou jen držáky na víno, ale také na plechovky. Jako obvykle LG nezapomíná ani na estetiku. Všechny lednice mají špičkové zpracování a povrchová úprava je vytvořena s maximální péčí. Navíc si můžete vybrat z mnoha barevných variant a povrchů, takže lednice zapadne do každé kuchyně. Vrcholem designu je luxusní lednice LG GC-P217LCAJJ, která je ve vínové barvě a madla dveří jsou vykládána křišťály značky Swarovski. (tz) 9



Moděva obléká nejen celebrity

Spojuje nejlepší tradice i moderní současnost výrobního družstevnictví a domácího oděvního průmyslu. Značku Moděva znají ženy a muži jak doma, tak v zahraničí. Stopu Moděvy Konice však najdete i tam, kde byste to rozhodně nečekali. Více se dozvíte z rozhovoru s předsedou oděvního družstva Leo Dosedělem.

Jak se loni vyvíjelo hospodaření Moděvy? Zaznamenali jste signály oživení trhu? Co nového vás ekonomická krize naučila?

Loňský rok má oděvní družstvo Moděva Konice zdárně a úspěšně za sebou s reálným předpokladem kladného hospodářského výsledku v úrovni půl milionu korun. I přesto, že situace v oděvním odvětví je nadále celkově velmi nepříznivá, zvládli jsme opět splnit nejdůležitější úkoly tak, jak jsme si předsevzali. Nepamatuji se, že by kdy hospodaření družstva bylo v minulé, určitě ne v novodobé historii. V podstatě se jedná o to vždy splnit stanovená zadání tak, aby dosažený výsledek dával předpoklad úspěšného pokračování v podnikatelských záměrech v nadcházejícím roce a samozřejmě i v letech dalších. To se nám podařilo a je možné to hodnotit o to lépe v době, kdy všichni citelně vnímáme, že se negativní vlivy ekonomické krize projevují i nadále. Na hospodaření našeho družstva se ekonomická krize neprojevila až tak dramaticky, protože jsme se dokázali již dříve vypořádat s vyššími nákladovými položkami, snížili jsme režijní náklady na minimum, roz-

ložili jsme finanční rizika a určitě nám velmi pomohlo i to, že hospodaříme bez jakýchkoliv úvěrů a máme stabilní, spolehlivé a finančně silné zahraniční partnery.

Oděvní odvětví prochází krizí již několik let a projevilo se to zánikem celé řady i renomovaných oděvních a textilních firem v regionu střední Evropy. To, že nás ekonomická krize nevymazala z mapy konfekčních výrobců, má celou řadu souvislostí. Jistě je nám velkou oporou a především zkušeností k nezaplacení dlouholetá spolupráce se světově uznávanými firmami. Řada zahraničních manažerů těchto firem nás včas upozornila nebo nám naznačila, že trend přesunu výroby konfekce do oblastí s levnější pracovní silou a nižšími výrobními náklady je zákonitý proces. Na nás pak bylo přizpůsobit se, provést nezbytná opatření a pružně reagovat na nové skutečnosti tak, abychom mohli i za stávajících podmínek vyrábět a zaměstnávat více než 150 pracovníků našeho družstva. Rozhodně však nejvýznamnějším prvkem a pozitivem, kterého si nejvíce cením a vážím,



je každodenní poctivá práce s kolektivem odborníků se srdcem na správném místě. Bez toho by se asi „oděvařina“ snad ani dělat nedala, protože přidaná hodnota a ekonomický

efekt ve vztahu k celkově vynaloženému úsilí a nákladům jsou v nepoměru. Tomu odpovídá dosažená úroveň zisku při téměř

60milionovém obratu zboží za loňský rok. Snad těch informací nebylo na začátek pro vás, čtenářky a vážené podnikatelky z nejrozličnějších oborů businessu, příliš. Řada z vás řeší obdobné problémy a bylo třeba je zdůraznit. Tyto skutečnosti navozují atmosféru podnikání v oděvním odvětví.

V čem je podle vašeho názoru Moděva unikátní a nejvíc konkurenceschopná? Dokáže domácí oděvní průmysl čelit zahraniční konkurenci s levnou pracovní silou?

V čem je naše družstvo unikátní a konkurenceschopné? Především je to sama podstata a forma našeho podnikání. Družstvo, jak jej charakterizuje obchodní zákoník, je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů. Již tato sama podstata družstva vytváří prostor v jedinečných možnostech variabilního způsobu podnikání s pružným reagováním na okamžité potřeby trhu. Majetkovou účastí umožňuje družstvo jeho členům aktivně se podílet na řízení a rozhodování, ale současně také zodpovídat za dosažený výsledek. Unikátní je naše družstvo především svými členy a pracovníky, odborníky a managementem. Specifické je svým kolektivním přístupem k řešení jednotlivých problémů, schopností předvídat, operativně a včas reagovat na vnější podněty, pružně měnit proces výroby, reagovat na nové technologie, naslouchat a vycházet

Ano, souhlasím s vámi, elegantní, módní, krásné a přitom praktické, cenově přijatelné, ale především kvalitní zhotovení oděvního výrobku – to je to podstatné, co nás nutí k přemýšlení, inovativním a kreativním postupům.

První dáma Livie Klausová si modely Moděvy Konice oblíbila. Na snímku s předsedou družstva Leo Dosedělem.



► vstříc všem našim zákazníkům. Řada z těchto vlastností a předností souvisí se schopností lépe konkurovat. Z toho je patrné, že i domácí oděvní průmysl dokáže čelit i nesrovnatelným konkurenčním výhodám levných východoevropských a asijských zemí. I my však musíme velké zakázky a projekty z důvodu nízké ceny finálních výrobků zajišťovat na Slovensku a Ukrajině. Určitě nejsme schopni u nás vyrobit levněji velké série oděvních výrobků, které se zhotovují v Asii za úplně jiných, nesrovnatelných nákladových podmínek, pak se objevují na našem a světovém trhu, způsobují jeho uniformitu a podvědomou velmi nízkou cenovou úroveň, mnohdy i značné daňové úniky. Jsme však schopni vyrobit velmi kvalitně malé, ne-li kusové zakázky, popřípadě jednotlivé originální kusy přímo na míru zákazníka. V tom je prostor pro malé výrobce, kteří dokáží velmi rychle a kvalitně uspokojit poptávku zákazníků, kteří se chtějí svými výrobky odlišit. To znamená, že právě družstva a menší firmy mají velkou šanci úspěšně se podílet svojí produkcí na obhacování trhu zajímavými oděvními výrobky. Problémem zůstává neadekvátní cenové ohodnocení, vyplývající z celkové deformace cen „masově“ vyráběných oděvů.

Lidé si konickou Moděvu spojují se slušivými kabáty, ale i další konfekcí. Méně už vědí, že obléká také první dámu, paní Livii Klausovou, nebo že šije stejnozkroje nejen pro české uniformované složky. Dá se zvládnout tak široké rozpětí výroby?

Ano, to je pravda, že řada našich zákazníků zná značku Moděva Konice právě ve spojitosti s produkcí zimních vlněných pláště, palet a v poslední době snad nejžádanějšího artiklu pelerín. Výroba zimních vlněných pláště mnohdy zdobených přírodní kožešinou na límcích, rukávech nebo kapucích má v našem družstvu dlouholetou tradici. Vlněné pláště a peleríny jsou známé i v zahraničí. Ještě nedávno jsme dodávali značné množství těchto pláště do Maďarska. V současnosti se nám daří tímto artiklem výrobků oslovovat zákaznice v Německu a prosazovat se tak na velmi rozmanitém a náročném západoevropském trhu. Naším cílem je se v nejbližším období zúčastnit některého velkého zahraničního veletrhu. Oblibu v našich pláštích má i první dáma paní Livie Klausová, její asistentka nebo třeba Bára Basiková a řada dalších významných představitelů finančního, bankovního a podnikatelského sektoru. Potěšitelné je, že paní Livie Klausová každoročně navštíví naši prezentační expozici na veletrhu STYL v Brně a se zájmem si prohlédne novou kolekci. Stalo se již pravidlem, že pak o některý model doplní svůj šatník. Výroba dámských pláštěů je jen částí našeho širokého výrobního programu. Dá se říci, že Moděva Konice je schopna obléknout muže



i ženy kompletně celým sortimentem svrchního ošacení. To znamená, že vyrábíme pánské obleky, dámské kostýmy, pláště, bundy, separátní kalhoty, sukně, vesty a šaty. V poslední době zajišťujeme produkci profesního ošacení – uniforem pro personál letecké společnosti Lufthansa a celou Německou železnici DB. Tyto projekty však realizujeme téměř kompletně u slovenských a ukrajinských kooperantů. Jedná se řádově o více než sto tisíc kusů výrobků ročně. Stěžejním programem již více než dvacet let je zhotovování vysoce technologicky náročné produkce pro celosvětově známou německou firmu Bogner. Právě spolupráce s touto firmou znamená pro družstvo silné zázámy, jistotu zakázek, možnost neustále se zdokonalovat v technologickém zpracování, poznávat nové materiály, nové výrobní postupy a tvořit špičkové konfekční výrobky s nejvyšší kvalitou zpracování. Jsou to volnočasové bundy a saka se supermoderními a módními prvky, s ručními výšivkami, aplikacemi, kožešinami apod. Hitem letošního jara jsou například předepraná saka. Pro zimní sezonu zhotovujeme především péřové bundy pro volný čas a lyžaře, které patří k nejnáročnějším vůbec zhotovovaným výrobkům. V této souvislosti mohu konstatovat, že je to nejenom první dáma, která prezentuje naše výrobky, ale i pan prezident Klaus se prohá-

Chtěl bych vám nabídnout možnost podílet se na vznikajícím projektu zaměřeném na vaši cílovou skupinu zákazníků. V některém z dalších vydání vám představíme novou kolekci kostýmů v řadě různých variant střihů, technologického zpracování a různých možností použitého materiálu, a barevnosti. Na základě i vašich reakcí můžeme tento projekt doplnit a využít vašich postřehů, požadavků a připomínek. Tyto kostýmy pak budou k dispozici k vyzkoušení, objednání i s možností individuálního přístupu v případě potřebných úprav.

ní po krkonošských sjezdovkách v lyžařském kompletu se značkou Bogner zhotoveném v Moděvě Konici, ale to asi neví. Mimo těchto specifických a nad-

standardních oděvních výrobků jsou do výrobního programu družstva pravidelně zařazována tradiční bavorská „trachten“ saka, pláště a šaty, která tvoří rovněž významnou součást produkce. Z uvedeného přehledu bohatého výrobního programu je zřejmé, že všechno toto je uskutečnitelné a zvládnutelné pouze s velmi kvalitním profesionálním personálem. Ten naše družstvo má, proto si může troufnout i na tak složité, mimořádné a superkvalitní výrobky.

Kde vás mohou zájemci vidět a jak vaše zboží objednat?

Pravidelně nás mohou zájemci, a věřím, že po přečtení těchto řádek jich přibude, navštívit na brněnském veletrhu STYL v únoru a srpnu, kde představujeme nové kolekce výrobků, dále na některých předvánočních akcích v Praze na výstavišti v Letňanech nebo Holešovicích. Několikrát ročně se prezentujeme módními přehlídkami v rámci veletrhů a prodejních akcí. Svaz českých a moravských výrobních družstev pořádá během roku několik prodejních akcí přímo ve svém sídle v Praze na Václavském náměstí, na kterých rovněž pravidelně nabízíme naše zboží. Výrobky se značkou „Moděva“ dodáváme zákazníkům v celé České republice, tím by měly být dostupné všem našim zákazníkům. Můžete navštívit přímo i naši prodejnu v Konici (u Prostějova), která bude po roz-

► sáhlé rekonstrukci znovu otevřena od poloviny dubna 2011. Zboží můžete objednat telefonicky nebo přes internet (www.modeva.cz).

Každá žena se chce líbit a ta, která ctí zákony elegance, umí vaši nabídku ocenit. Máte zpětnou vazbu o tom, jak charakterizují spokojené zákaznice vaši značku?

Ano, souhlasím s vámi, elegantní, módní, krásné a přitom praktické, cenově přijatelné, ale především kvalitní zhotovení oděvního výrobku – to je to podstatné, co nás nutí k přemýšlení, inovativním a kreativním postupům. Je to neustálé tvůrčí hledání a vytváření něčeho nového a pozitivního. Výsledkem je pak nový krásný módní kousek, který splňuje náročná kvalitativní kritéria a požadované užité vlastnosti, a který může obohatit váš šatník. To je naším cílem a posláním. Vždy nás potěší kladné reakce našich zákaznic, které ocení naši práci. Věnujeme se každému názoru a budeme velmi potěšeni za vaše reakce, připomínky, náměty a diskuse. Několik velmi zajímavých postřehů jsme již zaznamenali právě v souvislosti s porovnáním kvality a ceny našich pelerín a srovnatelných výrobků od světových firem. Z toho je zřejmé, že ne vždy světová značka a s tím spojená neúměrně vysoká cena

Je to už asi profesionální deformace, ale vždy mě potěší, když spatřím některou z žen oblečenou v našem plášti nebo jiném výrobku a dokáží vycítit, že je ta žena v pohodě, spokojená, zdravě sebevědomá, a že náš výrobek přispívá k pocitu její úspěšnosti.

se musí zákonitě rovnat odpovídající kvalitě. Ale s tímto jistě své zkušenosti již máte.

Věnujete se věrné klientele?

Výrobky oděvního družstva Moděva Konice si již našly mnoho spokojených zákaznic, které se rády vracejí, vyhledávají nové modely a sledují novinky, které přinášíme na trh. Snažíme se uspokojit každou zákaznici, můžeme individuálně upravit délku rukávů, délku pláště, popřípadě zhotovit plášť na míru. Řada našich módních modelů je vyráběna i v nadměrech. Je to už asi profesionální deformace, ale vždy mě potěší, když spatřím některou z žen oblečenou v našem plášti nebo jiném výrobku a dokáží vycítit, že je ta žena v pohodě, spokojená, zdravě sebevědomá, a že náš výrobek přispívá k pocitu její úspěšnosti. To je to nejlepší vyznamenání a ocenění naší práce.

Sortimentem také oslovujete velké množství dam podnikatelek a manažerek, co byste doporučil těm, které Moděvu Konice zatím neznají?

Pokud jsem dostal tuto jedinečnou příležitost prezentovat se a představit naši firmu v tomto časopise, dovoluji si tímto způsobem oslovit i vás, vážené podnikatelky. Chtěl bych vám nabídnout možnost podílet se na vznikajícím projektu zaměřeném na vaši cílovou skupinu zákaznic. V některém z dalších vydání vám představíme novou kolekci kostýmů v řadě různých variant střihů, technologického zpracování a různých možností použitého materiálu, a barevnosti. Na základě i vašich reakcí můžeme tento projekt doplnit a využít vašich postřehů, požadavků a připomínek. Tyto kostýmy pak budou k dispozici k vyzkoušení, objednání i s možností individuálního přístupu v případě potřebných úprav. Tímto způsobem budete mít možnost poznat naši práci, naši kvalitu, služby a tím i naši značku. Moc bych si přál, kdyby právě časopis Prosperita Madam Business mohl být tímto zprostředkovatelem a spoluautorem nového projektu.

Moděva Konice v tomto roce slaví kulaté, osmdesáté narozeniny. Čím si je připomenete a co byste oděvnímu družstvu přál do dalších let?

Máte velmi dobré a přesné informace. Modě-

va oděvní družstvo Konice opravdu 21. února 2011 slaví kulaté osmdesáté výročí od svého vzniku. Nemyslím si ale, že by to mělo znamenat nějaký významný předěl nebo snad nějaké bombastické oslavy. Je to pondělí, běžný pracovní den a jako každé pondělí spojený s přesčasem. V tuto dobu vrcholí sezona pro významné zahraniční odběratele a je třeba splnit všechny termíny. Možná ale přeci jenom k malé oslavě a připomenutí si významného jubilea v historii družstva dojde, a to ve spojení s konáním výroční členské schůze 15. dubna. Úspěch, že jsme dokázali ustát v historii nepříliš lehké situace, to určitě je a pochlubit se máme také čím. O tom svědčí i těch pár informací o dosažených výsledcích a zkušenostech, které jsem se vám snažil v předchozích odpovědích sdělit. Moděvě bych popřál, aby i v budoucnu drželi úspěch značky poctiví, pracovití a odborně zdatní lidé, kteří jsou si vědomi toho, že oděvní branže nikdy nebude dosahovat takového uznání jako jiné obory a že nikdy nebude ohodnocení náročné krejčovské práce úměrné tomu, co je potřebné do jejího výsledku vložit. Optimisticky tak vzhůru do další osmdesátky. Věřím, že k tomu může přispět řada z vás – nových spokojených zákaznic.

otázky připravil Pavel Kačer



Češi, Valentýn, jídlo a spánek

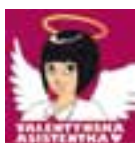
Odborníci na on-line dotazníkové průzkumy z firmy Global Business IT v předvečer svátku Valentýna uzavřeli internetový průzkum zjišťující, jak chtějí Češi trávit dnešní svátek zamilovaných. Prostřednictvím stránky www.anasurvey.cz mohli lidé připomenout partnerovi, že je v pondělí výjimečný den a zároveň mu navrhnout vlastní představu, jak ho strávit. Představy pak jejich polovičkám doručila valentýnská asistentka ANA.

Pro zjištění preferencí žen a mužů firma využila vlastní dotazníkový systém Ask „n“ Answer (ANA), prostřednictvím kterého mohou lidé tvořit vlastní dotazníky, sdílet a vyhodnocovat odpovědi respondentů. Tento důmyslný systém je užitečným nástrojem pro marketingové průzkumy, pro získávání zpětné vazby od klientů či interní průzkumy mezi zaměstnanci. Jeho výhodou je, že ho dokáže ovládat laik a zpětnou vazbu může mít firma do druhého dne za zlomek ceny oproti klasické výzkumné agentuře. Tento systém přináší nový pohled na ovládání webových aplikací a klade důraz na uživatelský zážitek. Podobný systém je nezbytný pro všechny subjekty, které chtějí znát rychle a levně názor veřejnosti, svých zákazníků, partnerů... Se systémem pracují i studenti na vybraných univerzitách v USA.

Češi se k Valentýnu nehlásí, ale příjemný večer ve dvou neodmítají

Podle průzkumu, provedeného v první polovině ledna společností Medea Research, se v Česku svátku zamilovaných příliš nedaří. Z průzkumu vyplývá, že tento svátek slaví pouhá čtvrtina obyvatel starších 18 let. Oproti tomu v dotazníku ANA zvolilo pouze 5 % žen možnost „Valentýna neslavím“ a zamítlo tak veškeré jiné navr-

hované možnosti, jak strávit valentýnský večer. Na 30 % mužů mezi své odpovědi valentýnské asistentce zahrnulo i „neromantické“ varianty jako například „s kamarády v baru“



či „doma s pívem a chipsy u fotbalu“. Na 70 % mužů, kteří dotazník vyplnili, by valentýnský večer chtěli strávit se svou partnerkou či partnerem.

Muži i ženy se však převážně shodovali na jednom – že součástí vydařeného valentýnského večera ve dvou má být dobré jídlo, pití a spánek (76 % mužů a 88 % žen). Ani na sex však ve svých odpovědích nezapomínali – 79 % mužů prostřednictvím dotazníku svým partnerkám sdělilo, že je valentýnská noc vhodná k experimentům, přičemž jasně vítězil návrh netradičního prostředí (31 % mužů). U žen byl poměr opačný – jen 32 % žen by rádo experimentovalo. Zvolit nevědní prostředí navrhlo svému partnerovi 10 % žen.

Průměrný věk žen i mužů, kteří dotazník vyplnili a zapojili se tak do soutěže o romantický víkend pro dva, byl 29,5 roku. Dotazníkové šetření však nebylo prováděno na statisticky reprezentativním vzorku populace, jeho výsledky jsou proto pouze orientační. Firmu GBIT s unikátním projektem dotazníkového šetření přijalo do inkubačního programu Jihomoravské inovační centrum: „Systém je již

nyní velmi propracovaný a má velký potenciál oslovit firmy, kterým není jedno, co si o nich zákazníci myslí,“ sdělil Miloš Sochor, hlavní konzultant JIC.

(tz)

O společnosti Global Business IT (GBIT)

Společnost Global Business IT, s.r.o., se zaměřuje na vývoj aplikací, které usnadňují marketingovou komunikaci. Svými produkty a službami se snaží o zefektivnění podpory prodeje a pomocí dlouhodobé a cílené komunikace svým klientům zvýšit zisk.

Společnost byla v roce 2010 přijata do inkubačního programu Jihomoravského inovačního centra, kde primárně rozvíjí svůj systém pro dotazníková šetření ANA (Ask'n'Answer). Tento nástroj je vyvíjen jako součást integrované marketingové komunikace a orientuje se na poznání spotřebitele (Consumer Insight).

<http://www.gbit.cz/>

O Jihomoravském inovačním centru (JIC)

JIC pomáhá inovačním firmám, studentům s originálními nápady, výzkumným pracovníkům a vynálezci. JIC podporuje spolupráci mezi průmyslem a výzkumnými pracovišti. Centrum vytváří prostředí pro snadnější inovační podnikání na jižní Moravě.

Centrum usiluje o intenzivní propojení podnikatelského prostředí s vědecko-výzkumnou sférou jihomoravského regionu. Kromě jiného vytváří JIC platformu pro partnerství všech důležitých jihomoravských vědecko-výzkumných pracovišť, čímž přispívá ke zvýšení přínosu vědy a výzkumu na regionální i celorepublikové úrovni.

<http://www.jic.cz/>

Nonstop Alarm Centrum pro členy MasterCard Elite programu rozšířilo své služby

Držitelé prestižních karet MasterCard, kteří jsou zapojeni do věrnostního programu MasterCard Elite, mohou nyní využívat dvě nové služby: Concierge a Auto asistence. Pro poskytování těchto služeb je zákazníkům k dispozici Nonstop Alarm Centrum, které je jim k dispozici 24 hodin denně na jednom telefonním čísle 242 452 600. Concierge a Auto asistence služby jsou poskytovány na území České a Slovenské republiky. Dvě nové služby tvoří spolu se základním programem Domácí asistence balíček trojí pomoci, které dohromady tvoří tzv. Nonstop Alarm Centrum. S novým programem Concierge se zákazníkům MasterCard usnadní komunikace při soukromých i pracovních aktivitách. Poskytuje totiž informace a pomáhá s rezervacemi hotelů, restaurací, dopravního spojení, na golfových hřištích, při kulturních akcích, pomůže při doručování květin a drobných dárků nebo poskytne pomoc při zajištění kurýrní služby. „Pro většinu držitelů prestižních karet MasterCard je typický nedostatek volného času. Prostřednictvím služby Concierge jim pomůžeme vyřešit rychle a snadno velkou část běžných starostí,“ sdělil Pavel Javorský, obchodní ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku.

Druhým novým programem je služba Auto asistence. MasterCard Elite silniční asistence zajistí opravy vozu na místě poruchy, odtažení vozidla, uschování vozidla, zajištění náhradního vozidla, poradenství motoristům či předání vzkazu. „U vozidla můžeme okamžitě zjistit, u jaké pojišťovny je pojištěné a následně řešení případu předat příslušné asistenční službě dané pojišťovny. Pokud klient nebude mít v rámci své pojistky nárok na poskytnutí silniční asistence zdarma nebo nebude chtít přepojit na svou asistenční službu, zajistíme mu tyto služby na jeho náklady,“ upřesnil Pavel Javorský. Domácí asistence i nadále nabízí pomoc při sjednání technických pohotovostních služeb typu instalatér, topenář či elektrikář. Dále pak při doprovodných službách, jako jsou stěhovací a úklidové firmy, truhláři a architekti. Pro využití dalších benefitů programu MasterCard Elite stačí platit za nákupy prémiovou platební kartou MasterCard v partnerských obchodech účastnících se MasterCard Elite programu a předložit identifikační kartu Elite programu, kterou zákazníci obdrží od své banky. Více informací o programu MasterCard Elite naleznete na www.eliteprogram.cz.

(tz)

Na změnu stavebního spoření doplatí všichni a nejvíce stát

Podmínky stavebního spoření se od roku 2011 mění. Nové se týkají bezmála pěti milionů účastníků tohoto spoření. Roční státní podpora může dosáhnout maximálně 2000 korun. Úroky z vkladů na stavební spoření se budou zdaňovat 15% sazbou. Jak poznamenává předseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny a první místopředseda Asociace českých stavebních spořitelen Ing. Vladimír Staňura, úsilí státu o snižování výdajů je zcela legitimní, na stranu druhou je ale potřeba při změnách systému stavebního spoření postupovat obezřetně a velmi opatrně. Snadno se totiž může stát, že stát nadělá více škody než užítu.

Snižovat náklady státního rozpočtu s konečným cílem dosáhnout jeho vyrovnaného stavu je přece správný záměr?
Ušetřit jednorázovým opatřením nějakých šest miliard korun, to vypadá na první pohled také dobře. Omezit státní podporu stavebního spoření ale v konečném důsledku nemusí přinést očekávaný efekt. Stavební spoření totiž neznamená jen výdaje státu, ale i jeho příjmy. A to díky poskytnutým úvěrům. Jejich prostřednictvím získává stát daňové výnosy. Podle kvalifikovaných odhadů vynesou úvěry poskytnuté stavebními spořitelnami státu na daních asi 20 miliard korun ročně.

Vedle již realizovaného snížení státní podpory je často diskutovanou otázkou účelové použití státní podpory. Co by přijetí takového opatření znamenalo?
Největší pohromou pro stavební spoření není snížení státní podpory, ale případné vázání státní podpory na čerpání úvěrů. Podmínka použití naspořených peněz pouze na bytové účely jde proti základnímu principu stavebního spoření. Experti se shodují, že prá-



předseda představenstva ČMSS Ing. Vladimír Staňura

vě takováto úprava by znamenala do několika let zánik stavebního spoření v Česku.

Máte zřejmě na mysli takzvané přátelské klienty, kteří jen spoří. Proč je jejich role tak důležitá?

Aby systém stavebního spoření fungoval, potřebuje takzvané přátelské klienty – účastníky, kteří jen spoří a nečerpají úvěr. Právě jejich úspory spořitelny používají na úvěrování ostatních klientů. Podle statistiky je v českém systému stavebního spoření potřeba přibližně pět přátelských klientů na to, aby mohl být poskytnut jednomu klientovi jeden průměrný úvěr. Aby tento systém mohl dlouhodobě fungovat, musejí být oni přátelští klienti motivováni spořit. A to je dosaženo finanční premií, tedy státní podporou a pak také volností v nakládání s úsporami (po uplynutí vázací doby).

Jak by tedy svázání státní podpory s čerpáním úvěru ovlivnilo systém stavebního spoření?

Konkrétní dopad bychom mohli u stavebních spořitelen očekávat jak na straně vklad-

dů, tak v úvěrech. Problém můžeme nazvat nedostatkem zdrojů pro financování. A na to ve finále doplatí i stát ve formě nižších daňových výnosů. Konečný účet tak pro stát může být i záporný – stát může prodělat více, než kolik ušetří na státní podpoře.

V médiích jsme se setkali i s názorem, že by stavební spoření mělo skončit. Co o tom soudíte?

Konec stavebního spoření v Česku, po kterém někteří volají, by pocítili všichni, a to velmi tvrdě. Spořitelny totiž hrají zcela nezastupitelnou roli v poskytování menších a středních účelových půjček na bydlení určených na rekonstrukci, renovaci a další úpravy obydlí. Jde o částky v řádu desítek až stovek tisíc korun. Mnoho lidí si kupříkladu půjčuje okolo 150 až 200 tisíc korun a v tomto objemu nelze čerpat hypotéky. Úvěry ze stavebního spoření jsou navíc úročeny až do splatnosti neměnnou úrokovou sazbou. Přitom tato sazba je limitována zákonem, neboť rozdíl mezi úročením úvěrů a vkladů v rámci tarifu stavebního spoření nemůže překročit 3 %.

► Mají zájemci i jiné možnosti než úvěry stavebních spořitelen?

Jiné varianty úvěrů jsou zase za několikanásobně vyšší úroky, než jaké garantují stavební spořitelny. Výhodné úvěry za úroky tři až šest procent ročně spořitelny poskytují díky nastavenému systému spoření – šestileté vázání lhůtě úspor, státní podpoře a hlavně díky přátelským klientům. Pokud by klient řešil situaci využitím služeb poskytovatelů spotřebitelských úvěrů, tak mu – a zvláště v případě nebankovních poskytovatelů – hrozí dluhová past v důsledku vysokých úrokových sazeb, krátké doby splatnosti a případně vysokých, v některých případech až drasticky vysokých sankčních poplatků.

O obrovském zájmu lidí o úvěry ze stavebního spoření svědčí i statistiky.

Kolik si lidé celkem u stavebních spořitelen na své bytové potřeby půjčili?

Za celou dobu své existence (od roku 1993) rozpůjčovaly stavební spořitelny již více než 500 miliard korun. Půjčky přitom poskytl

přibližně dvěma milionům klientů. To znamená, že asi 40 % všech půjček na bydlení v Česku tvoří právě úvěry ze stavebního spoření. V současnosti splácí půjčky stavebním spořitelnám asi milion lidí. Ti mají rozpůjčováno více než 280 miliard korun. Důležité je, že tři čtvrtiny peněz naspořených na stavebním spoření lidé podle aktuálního průzkumu využívají nebo hodlají využít pro zlepšení svého bydlení. Nezanedbatelnou skutečností také je, že stavební spoření učí lidi spořit a plánovat. A to je i z hlediska státu a společnosti významný faktor.

Dá se tedy říci, že stavební spoření je nezastupitelným pilířem financování bydlení v Česku?

Je to velmi stabilní systém, kterému lidé maximálně důvěřují. To potvrdila i nedávná finanční a ekonomická krize. Bez stavebního spoření by se přísun peněz do bytového fondu velmi výrazně omezil, a to by již silně pocítil i samotný stát, respektive státní rozpočet. A nemluví o tom, co by to zna-

menalo pro zanedbaný bytový fond v České republice. Většina půjček určená na financování modernizace a rekonstrukce bydlení pochází právě od stavebních spořitelen.

Nad rámec koaličních dohod a vládních ujednání se navíc objevila úvaha, že by stavební spoření poskytovaly všechny banky. Jak vidíte tuto možnost?

K tomu je třeba říci, že licence pro stavební spořitelnu, tedy licence, která umožňuje prodávat stavební spoření, nebyla nikdy limitována. Jakákoliv bankovní instituce mohla o tuto licenci zažádat, tzn. že neexistuje žádná často zmiňovaná diskriminace bank a naopak zvýhodnění stavebních spořitel. Pokud by byl uplatněn princip, že by stavební spoření mohly prodávat všechny bankovní instituce, předpokládáme, že by měla být naopak stavebním spořitelnám rozšířena licence, aby mohly nabízet všechny bankovní produkty a služby.

(red) ¶



V Česku je 17 000 multimilionářů a jejich počet zřejmě poroste

Na českém trhu je přibližně 17 000 osob, jejichž majetek určený k investování převyšuje 10 milionů korun. Největší skupinu tvoří majitelé společností (zhruba 35 %) a OSVČ (asi 24 %). Přibližně polovina těchto lidí využívá služeb privátního bankovníctví. Lídrem privátního trhu je ČSOB Private Banking, která má na tomto trhu 30procentní podíl co do počtu klientů i objemu peněz ve správě. Mezi další kategorie osob, které disponují velkým majetkem, patří top manažeři, dřívější vlastníci společností, rodinní příslušníci a v menší míře i sportovci a známé osobnosti. Počet osob s majetkem k investování vyšším než 10 mil. Kč poroste v Česku během let 2010 až 2013 ročním tempem zhruba 4,4 % (vyplývá to z analýzy Gemini World Wealth Report, McKinsey Report a interních průzkumů). Nejrychleji rostoucí skupinou pak budou top manažeři, jejichž počet by se měl ročně zvyšovat zhruba o 20 %. „České privátní bankovníctví má stále zajímavý potenciál. Podle expertních analýz je na trhu ještě zhruba 370 miliard Kč, které nejsou ve správě privátního bankovníctví,“ konstatoval Petr Hutla, člen představenstva ČSOB a vrchní ředitel Distribuce. Podle něj také v privátním bankovníctví došlo v posledních letech ke změně přístupu u správy peněz. Nezanedbatelný vliv na to měla ekonomická krize, ale rovněž zpříšňování legislativy a konec takzvaných daňových rájů. „Tento vývoj

potvrdil správnost nastavení konceptu tuzemských privátních bank, jehož snahou je zachování hodnoty peněz, diskretnost a poradenství,“ doplnil Petr Hutla. ČSOB Privátní bankovníctví je jedničkou na trhu privátního bankovníctví v České republice. „Opíráme se především o stabilní tým, vysoce individuální přístup, výjimečnou kvalitu služeb a špičkové produkty. Vývoj rovněž ukázal, že naší výhodou je zázemí velké finanční skupiny,“ řekl výkonný ředitel Privátního bankovníctví ČSOB Martin Kosobud. ČSOB přišla s konceptem privátního bankovníctví jako jedna z vůbec prvních bank na tuzemském trhu již v roce 2002. I proto má dnes pobočky po celé České republice. Pro český trh je typické, že klienti více důvěřují bankovním domům se sídlem v České republice. „Tuzemské privátní banky mají oproti těm zahraničním ve správě zhruba dvě třetiny majetku. Vstup nových bank na český trh je navíc v blízké budoucnosti nepravděpodobný, jelikož velcí mezinárodní hráči se zaměřují na Asii, kde bude počet bohatých lidí narůstat nejrychlejším tempem (odha-

dem 38 % ročně). Pro Severní Ameriku se odhady růstu pohybují kolem 14 % ročně, v Evropě jsou to 4 %,“ uvedl Martin Kosobud. Mezi hlavní očekávání klientů patří špičkové know-how v produktové oblasti, aktivní přístup a komplexní služby. Pro klienty privátních bank je důležité především to, že jim ochrání současnou hodnotu jejich majetku, mají spíše konzervativní očekávání a jejich hlavním cílem není maximální výnos. Nadpoloviční většina klientů se o svůj majetek také aktivně stará a je ochotna část svých aktiv investovat do produktů s vyšším potenciálem výnosu, což znamená, že investují do dluhopisů, fondů, obhospodařovaných portfolií a akcií. Na nedávné tiskové konferenci na uvedené téma odpověděli odborníci ČSOB na otázku, zda jsou mezi bohatou klientelou, která využívá služeb privátního bankovníctví, také ženy, kladně. (tz, rik)

Soutěž



Vyhodnocení čtenářské soutěže

Správná odpověď na otázku ve čtenářské soutěži Kingston o USB Flash disk Data Traveler Locker uveřejněné v listopadovém vydání Prosperity Madam Business 2010, byla:

V současné době (k datu uveřejnění soutěže) je nejvyšší kapacita SSD disků Kingston na našem trhu 256 GB.

Ze správných odpovědí vybral los Kristýnu Kábrtovou z Prahy 5, které blahopřejeme a zasíláme zmíněný USB Flash disk.

V klobouku je naše vlastní já

Doba je rychlá a klobouk na hlavě ne vždy udrží. Stres je jak vítr a nutí nás rozhodovat se takřka na útěku. Nejezdíme pouze autem, ale také tramvají či metrem. Vzdušný proud v katakombách a tunelech je nepřítelem jakékoli pokrývky hlavy, vyjma šátku pevně uvázaného. Noblesa klobouku časem zmizela se silící všedností a pragmatičností pracovního dne, pokud ho nedokážeme vnímat jinak.

Nicméně pečlivý pozorovatel (o odhadu módních trendů si netroufám napsat ani řádek) nás žen by si možná odvážil tvrdit, že potkat dámu v klobouku v prostředí městském není zas až taková výjimka. Vidí to totiž jinými očima než já. A že klobouk má něco do sebe a z ženy činí bytost záhadnou až svůdnou. Aniž to muž přizná, cítí, že právě klobouk úchvatně dotváří ženinu osobitost. Klobouk je jako divadlo. Má přitahovat pozornost, lahodit oku, nutit k otázkám. Má vyzývat muže, aby hledali, co klobouk rafinovaně zakrývá. Přimlouvám se – nosme klobouky. Sluší nám. Jsme v nich neodolatelné. A toho je třeba využívat. Když jsem nahlédla do zákulisí klobouků a všeho, z čeho se vyrábějí, v družstvu Model, který vede Daniela Veselá, a jehož sídlo je v Praze 7 v ulici Milady Horákové, myslela jsem si, že jsem objevila skutečný ráj světa. Zapomněla jsem na cokoli a ponořila se do svého vlastního já. Pozorovala jsem ty klasické, a přesto úchvatné tvary klobouků plstěných, paletu barev klobouků vyložené letních, a ať už je kategorizujeme jakkoli, třeba podle účelu, jemuž slouží, nemohu snad ani vyjádřit sílu emocí, které ovládly mou nenasytnou duši. Klobouky i kloboučky svatební, žel i ty pohřební, odpolední vycházkové, společenské večerní, laděné sportovně na dostihy, rozver-

né a provokující, diskotékové, nebo ty, jež dávají v jistých chvílích dým velké písmeno D. Zdá se, alespoň podle rozmanité nabídky, že klobouky také mění své poslání a snaží se prostoupit do neobyčejnějších dnů (samozřejmě že žádný den není obyčejný, či dokonce zbytečný, ale úžasný, jen si to neuvědomujeme) našeho života. Chce si to vyzkoušet a v klobouku se najít. Dnes přece přestávají platit striktní pravidla hry a ze světa se i v módě stává příjemný chaos. Vše se dá kombinovat se vším, vše se dá nosit kamkoli, mohu-li přehánět. A tak, prosím, neváhejte – přijďte se podívat, neodejdete s prázdnou duší, leč peněženkou ano, ale radostně a s chutí. Správná žena se nesmí bát utrácet. Musí umět upozornit, musí zvládat kouzlo nadsázky v tom nejkrásnějším slova smyslu. Šikovné ruce modistek pod vedením Daniely Veselé vás budou inspirovat. Kreací a nápadům, s nimiž pracují s vrozeným citem, se nedá odolat. Moje slova nejsou podstatná. Měly byste to všechno vidět. Udělejte si v tom podnikatelském a manažerském shonu trochu pořádek a vejďte do domu, který v ulici nemá své číslo – třicítkou je označena budova ve dvoře. Zazvoníte, učiňte pár kroků. Pak si už jen vymýšlejte, zkoušejte, smějte se a mračte do zrcadla.

Před pár desetiletími (až je mi stydno to na sebe prozrazovat) jsem byla také zákaznicí Daniely Veselé, ráda na to



vzpomínám. Jeden klobouk jsem zapomněla v jisté čínské restauraci, druhý jsem po letech vyřadila z šatníku, ačkoli jsem na něj měla vzpomínky, které z paměti nevymizí. Třetí klobouk skončil neslavně – přišlápla jsem si ho v kaluži, aby se už, potvora, nekutálel ve vichru dál; byl navždy můj, na hlavu však nepoužitelný. Kousek pražské Národní třídy se otrásal salvami smíchu nad mými artisticky laděnými skoky ke kaluži, nicméně právě tato epizodka dala mé zálibě v kloboucích vale. Naštvala jsem se na přírodní živly místo na sebe. Myslím však, že to napravím. Věk na to mám, o chuti užívat si pocitu pohody ani nemluvě. Daniela Veselá mne jistě podpoří. Tvorbě klobouků propadla už dávno. Komorní družstvo Model má co nabídnout. Její fantazie a smysl pro krásu soupeří s kupní silou obyvatelstva i chutí utrácet za to, zač rozumná žena utrácet prostě musí. Ekonomické potíže společnosti se promítly do života každé firmy, ví to moc dobře. Přesto o tom nemluví. Těší se víc z korespondence s klientkami, které jí posílají fotky ze své svatby, aby bylo vidět, jak jim to v klobouku z Modelu slušelo. Skládá si příběhy lidí, pro které klobouky ve zdejší dílně připravovali na míru, ať už jde o klientelu domácí, či zahraniční. Ty lidské osudy v nejednom případě, věřte, nebo ne, ovlivnil i klobouk. Přinesl prostě štěstí. A city, ty přece s člověkem dělají divy. Daniela Veselá se nevzdává myšlenky, že klobouk na hlavu zkrátka patří.

přípravila Eva Brixí

Hotelové noční z 4. 2. 2011

Václav Robert

Lásko, chci slyšet tvoje kroky
být s tebou, v tobě...

Slyšet tvůj výkřik rozkoše:
v tom tichu řady pokojů a zavřených dveří
kde milování nechybí...

Buď se mnou, jen pro mne, prosím...
Děkuji...

A za oknem padají plecho-
vé slzy tajícího sněhu...



Model

Co je týden proti celému životu

Markéta Bartíková-Peterková

Co je týden proti celému životu
Co je měsíc
Co je rok proti celému životu
Co je ta chvíle smutku
proti radosti
která nám ovívá tváře
i když jen vějířem z okamžiků



Jedna nepatrně vášnivá

Eva Brixí

A chtěla bych tě svádět
Hrát si na šaška v sukních
Chtěla bych se
Z tebe svlékat
I z hříchů
Procházet se jako lvice
V okamžiku
Kdy se ruší klece

Proč o tom psát
Když hned zítra
Místo pozdravu mohu ti své ňadro dát
Potají přede všemi
Oděna do myšlenek před oltářem
Vzdech neudusím hloupě pod polštářem
Kytici růží dej mi v barvě klobouku
A pak si mne chyt' v noci
V Křížkové oblouku

Možná budu neuhasitelná
Jako žízeň
Jako jehla
V kupce sena
Chtěla bych se z tebe svlékat
Nenapravitelná



Jak efektivně využít čas

Vždy si stanovím úkoly, které každý den musím splnit. A samozřejmě nejen denní úkoly, ale i v tom kterém měsíci, tedy co musím udělat pro další vydání měsíčníku Bio. Snažím se pečlivě dodržovat termíny a nenechat se rozptylovat, například internetem. Podnikatelé dobře vědí, že pracovní dobu musí v případě potřeby prodlužovat i dlouho do noci. Když je třeba na chvíli vysadit, uvařím si kávu a přečtu noviny. Pomáhá mi také úklid v bytě, když si člověk potřebuje „vyčistit hlavu“. Na pořádnou dovolenou moc času nezbývá. Když už nemusím ponocovat, ráda dospávám, co jsem zameškala. A někdy si vyjedu na kole za město nebo zajdu na pěkný film do kina.

PhDr. Miroslava Vohralíková, podnikatelka, VHPress Hradec Králové



Právní servis

Několik vět k vymáhání pohledávek

Vymáháme-li peněžitou pohledávku do výše 1 milionu korun, lze využít levnější způsob vymáhání, než je podání klasické žaloby, a sice návrhu na vydání elektronického platebního rozkazu.

U něj zaplatíme, oproti klasické žalobě, poloviční soudní poplatek. V případě úspěchu věřitele soud stanoví dlužníku povinnost nahradit věřiteli jak soudní poplatek, tak i další náklady soudního řízení. Pokud byla mezi smluvními stranami sjednána tzv. rozhodčí doložka, je třeba žalobu předložit k rozhodnutí příslušnému rozhodci či rozhodčímu soudu. Získá-li věřitel prostřednictvím soudního nebo rozhodčího řízení rozhodnutí stanovící povinnost dlužníka zaplatit, může věřitel po dobu dalších 10 let podat návrh na exekuci dlužníkovu majetku, a to, v případě neuhrazení celé pohledávky v předchozí exekuci, i opakovaně. Je-li však ohledně dlužníka vedeno insolvenční řízení, nezbývá než pohledávku přihlásit do tohoto řízení, a to nejpozději ve lhůtě stanovené soudem. Budete-li chtít sami insolvenční řízení ohledně vašeho dlužníka zahájit, počítejte s tím, že vám soud může stanovit povinnost zaplatit zálohu na náklady řízení do výše 50 000 Kč – to se netýká případu, kdy je vašim dlužníkem váš zaměstnavatel (v takovém případě zálohu neplatíte).

Iva Frömllová, advokátka, www.advokatCR.cz

Jak je to s mým tlakem

Po bouřlivém týdnu od nevidím do nevidím jsem se rozhodla udělat si ve svém životě pořádek. Jako první na programu měla být návštěva praktické lékařky. Zajedu si pro recept, v lékárně nafasuju na pár měsíců prášky na tlak, které jím tak jako tak omylem, ale už to prý nelze vrátit, a bude, myslala jsem si naivně a s radostí vstoupila na kliniku. Váhavě jsem nezaplatila poplatek ve výši 30 Kč, protože vypsání receptu není totéž co osahávání pacienta, navíc moje lékařka ví, že vždycky spěchám, tak mne nepožene na žádné trapné prohlídky, rozumíme si přece... Záhy pobíhaje mezi čísly dveří, která nesouhlasila s prázdným možným systémem třídění informací, proházeli tu ordinace, stanula jsem před jedněmi, kde byla cedule s označením mé osobní praktické lékařky velkým křížem přechmáraná. Naštěstí vyšla sestra a byla nakloněna i mému dotazu: „Vaše paní doktorka má dovolenou, ale ordinuje místo ní jiná paní doktorka, počkejte si.“ Rozlila se mi blaženost po těle, neb jsem předpokládala, že vše půjde ještě rychleji, než bývá zvykem. Okamžitě mi ovšem popřela nečekaná informace: paní doktorka vám ještě pro jistotu změní tlak. Jéžiš, tohle mi ještě scházelo, vždyť to už nestihnu zlikvidovat dva další resty, ty tam jsou moje pevně naplánované pochůzky, co jsem svědomitě zařadila do diáře. Usilovně jsem promýšlela, jak se z měření vykroutím, když jsem slyšela nesmlouvaný povel: Další! Vysoukala jsem rukáv a těšila se, až budu držmat recept v ruce a popadám dál. Doktorka mě však naschvál nechala sedět a čekat. Mezi tím významně zvedala obočí a nahlížela do mojí karty v počítači. Děkala jsem jakoby nic. „Víte, kolik máte?“ zahrmovala. Nevím, odpověděla jsem. Moje paní doktorka mi to nikdy neřekla, vyprávíme si místo toho vtipy o chlapec, odvětila jsem spontánně jak nevíničko, ale taky trochu naschvál. „220! Chápete to? A to jíte jen jeden lék. Vysoký tlak je nebezpečný. Co vy na to?“ Já na to nic. Věděla jsem, že vysoký tlak normálka nemívám a že mě moje lékařka má přechtenou a tuší, že jsem plašan a s nějakými úlety zn. tlak si neláme

hlavu. Na klinice vysoký, v parku normální. Moje zkušenost říká, že ten můj tlak je věc psychiky už od porodu prvního pitomka. Tehdy mi totiž gynekolog řekl: „Aha, další maminka. Tlak jí vyletí, sotva vstoupí do ordinace!“ Od té doby již pár desetiletí tohle nepsané pravidlo funguje a ani já ani moje ošetřující lékařka ho moc nebereme do hry. Nejsem asi sama, komu při vidině bílých plášťů hodnoty vybíhají k nekonečným vrchům. „Měla jste už někdy na sobě přístroj, co snímá tlak za 24 hodin?“ otázala se vichřice. „Ne, neměla. S tlakem mám potíž jen při zkoumání, odvětila jsem tiše, neb mám vytříbenou intuici a věděla jsem, že komunikace nemá smysl. „No, tak co s vámi? Můj tlak to není, je to vaše věc,“ popichovala dál a kontrolně měřila znovu. „Ten přístroj je nový a ukazuje správně,“ ječela nepřítelkyně v bílém. A pouštěla se do mne dál: „Co děláte? Profese?“ Jsem novinářka, řekla jsem hrdě a tak, abych ji vydráždila v době, kdy se média silně zapojují do diskuze o tom, jak to bude s českým zdravotnictvím za pár dnů. „No jo, novinářka, tak to je jedno kafe za druhým, špatná životospráva, chlast!“ Nechala jsem ji při tom. Mým koníčkem jsou byliny, čajičky, sadařina. Kafe si dám ráda, pro chuť, ale nepřeháním to. Alkohol tehdy, když hodlám partnera udivit počtem orgasmů. Relaxuji ráda, když vážu kytice, žel, nejčastěji na hrob někdejšího vlastního muže. Na druhé straně je fakt, že stres miluji, libuji si v něm a záměrně ho vyvolávám. Mám tak pocit přiměřené seberealizace, je mi tak dobře. Pro pohodu ducha i těla jím s chutí chleba se sádlem, vůbec mi nevadí škvarky, ale taky každé ráno chroustám řapíkatý celer nebo mrkev nebo papriku nebo rajčata nebo pórek. To bys, doktorko, koukala! Ve vlastním svědomí jsem nad divokou vodou, co si říká praktický lékař, vedla jedna nula. Zejména poté, co mi chtěla vnutit další pilulky, které jsem vůbec nepotřebovala a které mi měly do organismu dodat stopy vápníku. Rozloučila se se mnou otázkou: „Vy asi nejste zvyklá nikde platit, co?“ Když evidentně čekala na 30 Kč, ještě jsem

fejeton

se ovládala, byť můj pokus vysvětlit, že „jsem si myslela“, že za recept se ještě neplatí, a netušila jsem, že se se mnou bude manipulovat, ztratil na exkluzivitu. V recepci jsem uhradila třicetku a v teplotách mi to teď přece jen bubnovalo. Bylo mi zle. Nadhled nevydržel. Připadala jsem si jak zločinec a záškodník, který dluží na zdravotním, sociálním i daních, na vodném a stočném, popelářům i na veřejném WC. Ještě několik dnů jsem to rozdýchávala, domlouvala svému tlaku, že je to všechno jinak. Dokonce jsem po dni plném nepokoje vytáhla v noci ze skříně zapomenutý dárek, který jsem kdysi dostala na jedné tiskové konferenci. Měřič tlaku. Vyměnila jsem preventivně baterie, uvelebila se u teleshopu a jala se udělat průzkum. Naměřilo mi to hodnoty, jímž jsem nerozuměla: 160 na 285. Pořád a dokola. No nic, odložila jsem švihem přístroj pod pohovku a šla si uvařit turka. Druhý den ráno jsem se však z ryzí zvědavosti připlížila na stejné místo. Hodnoty ten ďábel ukazoval stejné. Večer však nastala změna – jakýsi patrně průměrný výpočet bůhvíčeho se usídlil na čísle 23. A tak to zůstalo. I na stý pokus. Horní tlak, dolní tlak, tep – všechno bylo 23. Co mi to mělo napovědět, dodnes netuším. Že mne čeká ještě 23 návštěv u strašné doktorky, nebo že mi bude zas 23 let, nebo že mám ještě 23 pokusů k zamyšlení se samotné nad sebou? Ví pánbůh a čert to vem. Jedno je mi ale jasné: tlak mám v poho, ať je to se mnou jakkoli. Jsem hezká, šikovná a svědomitá ženská, a mám své podnikatelské ideály i sny. Jsem pořádná, umím vařit a oddávám se kvalitnímu sexu. Potomstvo nedroguje a moje mrňavá firma je z nejhoršího venku. Nad překlepy v mých člancích se lidé smějí.

Eva Brixí

Klíšťatům nás nedarujme

Již brzy nás sluníčko a touha nadýchat se čerstvého vzduchu popožene ven, do přírody, vybídne k procházkám, vyzve na výlet do lesa, do parků, všude tam, kam nám zima nedovolila vstoupit. V souvislosti s tím bychom však měli být obezřetní a pamatovat i na určitá nebezpečí, která člověka ohrožují stále více, například klíšťata.

Mohou nás nakazit – klíšťová encefalitida je infekční virové onemocnění, které napadá mozek a mozkové blány a může skončit trvalými následky, či dokonce úmrtím. Infikovaná klíšťata, která encefalitidu přenášejí, se vyskytují od jara do podzimu a klíšťat i rizikových oblastí v České republice stále přibývá.

„Přestože očkování proti klíšťové encefalitidě představuje nejučinnější ochranu, v České republice je stále proočkována jen asi pětina populace,“ uvedla MUDr. Deana Skalleová z Očkovacího centra Avenir. Proto Avenir připravil na jaro, kdy je pro očkování nejvhodnější doba, speciální akci, v rámci které každý klient dostane slevu 200 Kč na první dávku vakcíny.

S vakcinací by neměli váhat lidé, kteří žijí v oblastech se zvýšeným výskytem viru klíšťové encefalitidy, případně pracující v zemědělství či hospodářství nebo cestující do oblastí s vyšším rizikem výskytu, např. na dovolené – nejčastěji dojde k nákaze na procházkách, sportu v přírodě, sbírání hub či lesních plodů a zahradničení. „Mezi nejrizikovější oblasti u nás patří jižní Čechy a podhůří Šumavy, povodí Dyje, Svitavy, Svatky i Jihlavy, Plzeňsko, Opavsko, okolí Prahy, Brna a Bruntálu. Nemoc se z venkova neustále přibližuje i k obyvatelům měst,“ varovala MUDr. D. Skalleová. I mimo zmíněná území se však vyskytují infikovaná klíšťata, která mohou roznášet původce virové encefalitidy. Očkování vakcínou FSME-IMMUN pro děti nebo pro dospělé probíhá ve třech dávkách, každá dávka vakcíny včetně aplikace stojí v Očkovacím centru 650 Kč. Na první dávku dostanete až do 30. dubna 2011 v Očkovacím centru Avenir

200 Kč slevu. Necháte-li se tedy očkovat do konce dubna, vyjde celý očkovací cyklus na 1750 Kč. Letos postačí dávky dvě dohromady za 1100 Kč, třetí dávka následuje za rok po druhé a další za

3 roky. Následné přeočkování dětí i dospělých je doporučeno vždy jednou za 3 až 5 let.

Očkování je vhodné pro všechny věkové skupiny včetně dětí od 1 roku věku.

„Nejčastěji lidé nechávají naočkovat děti, ve věkové kategorii 4–19 let je vakcínou chráněna asi třetina populace. Riziko závažného průběhu infekce a trvalých následků však stoupá s věkem, proočkovanosť by se proto měla zvýšit zejména u střední a starší generace,“ doplnila MUDr. D. Skalleová.

Speciální akce, v rámci které získá každý klient Očkovacího centra Avenir slevu 200 Kč na první dávku vakcíny proti klíšťové encefalitidě, se koná ve všech 23 očkovacích centrech v ČR od 1. 2.–30. 4. 2011. Co dělat, když už je klíště vaším společníkem? Přisáté klíště lze nejlépe odstranit pinzetou. Uchopte klíště co nejbližší ke kůži a viklavým pohybem ho vyjměte. Ranku vždy vydezinfikujte. Snažte se klíště nerozmáčknot, navzdory rozšířené pověře ani nepálit, nejlepší je spláchnout jej do komunálního odpadu. Klíště lze také vyšetřit na přítomnost viru klíšťové meningitidy, když jej v igelitovém sáčku zašlete do Státního zdravotnického ústavu v Praze (Šrobárova 48). „Návštěva u lékaře je nutná, pokud se po odstranění klíštěte asi po 14 dnech objeví příznaky chřipky nebo pokud je v místě ranky kožní projev – zčervenání, které souvisí s jinou chorobou přenesenou klíšťaty, lymeskou boreliózou, pro-

ti které zatím očkování neexistuje. Lékaře v každém případě upozorněte na to, že jste měli přisáté klíště,“ zdůraznila MUDr. D. Skalleová. Inkubační doba po přisátí klíštěte je bez příznaků a může trvat až měsíc. Onemocnění obvykle probíhá ve dvou fázích – nejprve se projevují příznaky klasické chřipky (bolesti hlavy, únavy, horečka, nevolnost a bolest svalů a kloubů). Tyto potíže po několika dnech samy odezní a pro některé pacienty tím nemoc končí. Nezřídka však nemoc po 1–2 týdnech přechází do druhé fáze, která začíná nástupem velmi silných bolestí hlavy a horečkami. Později se přidává pocit nevolnosti a zvracení. Příznakem poškození centrálního nervového systému je ztuhnutí svalů na šíji, svalový třes, nervové obrny, závratě, poruchy spánku, poruchy paměti a dezorientace. Tato fáze trvá asi 2–3 týdny. Asi na čtvrtině pacientů zanechá onemocnění trvalé následky, jako jsou obrny horních končetin, chronické bolesti hlavy, poruchy koncentrace či spánku a deprese. Objeví-li se do několika týdnů od přisátí klíštěte horečnaté onemocnění nebo příznaky chřipky, vždy je nutné navštívit ordinaci praktického lékaře, který odebere vzorek krve a zašle jej na vyšetření, které odhalí klíšťovou encefalitidu už v první fázi onemocnění. „Klíšťová encefalitida může zanechat trvalé následky, jako je nespavost, nesoustředěnost, zpomalení řeči, nižší výkonnost, psychické i psychologické poruchy, ale dokonce i obrna lícního svalu či svalů horních končetin. V ČR jsou každoročně zaznamenána 2–3 úmrtí v důsledku klíšťové encefalitidy,“ důrazně varuje MUDr. D. Skalleová.

Další informace o klíšťové encefalitidě, očkování a vakcínách jsou k dispozici na webových stránkách Očkovacího centra www.Ockovacentrum.cz.

(tz)

Henkel představuje nový firemní design a moto



Společnost Henkel zavádí nový firemní design, který doprovází i zcela nové moto „Henkel – Excellence is our Pas-

sion“ (Henkel – Kvalita je naše vášně). „Naše nové moto shrnuje vše, o co společnost, naše značky a zaměstnanci na celém světě usilují: chceme být nejlepší ve všem, co děláme,“ prohlásil Kasper Rorsted, předseda představenstva společnosti Henkel a dodal: „Naše nové moto i nová vizuální identita budou dále posilovat značku Henkel na celém světě.“ Nový firemní design se začal používat od února 2011. Základním prvkem nové tváře je dobře známé logo Henkel, které má dlouholetou tradici: ovál ve

firemní červené barvě se na obalech výrobků společnosti objevil poprvé již v roce 1907 a v roce 1920 do něj bylo vsazeno jméno Henkel. Logo a firemní design procházely během doby pravidelnými úpravami a modernizacemi, naposledy v roce 2002. „Hlavními prvky nového firemního designu je moderní



provedení, čistá obrazová stránka, dynamické barevné schéma, v němž hrají klíčovou úlohu červená a bílá, a odlehčené písmo,“ vysvětlila Natálie Lorencová, tisková mluvčí společnosti Henkel ČR.

(tz)



Na zabijačce v TOP Hotelu Praha

Příjemný prosluněný den patřil k datu 5. února 2011. Do TOP Hotelu Praha v našem hlavním městě pozval hostitel Ing. Vladimír Dohnal, předseda představenstva TOP HOTELS GROUP a osobnost, která nezkazí žádnou legaci, své přátele, známé, kolegy a vůbec celebrity ekonomického, společenského, politického i kulturního světa.

Důvod byl jednoznačný a příjemný. U příležitosti XIII. Národního krojového plesu, který pořádalo Folklorní sdružení ČR a jehož se stal TOP Hotel Praha partnerem, uspořádal Vladimír Dohnal se svým týmem pravou moravskou zabijačku. Všichni, kteří se zde během dne zastavili, byli spokojeni – nejen že si bylo na čem pochutnávat, ale bylo i dostatek času probrat v milém prostředí řadu věcí, na něž se zatím při běžné pracovní komunikaci nedostalo. A tak není divu, že přišly na přetřes otázky podnikatelsko strategické i společensky rozumné, povíдалo se o událostech rodinných, ať již na téma, kolik má kdo vnoučat nebo co kdo rád jí a pije, nebo jaké jsou módní trendy a jaké barvy budou in, co znamená konkurenceschopnost anebo kdo se v poslední době zapsal do povědomí odborné veřejnosti chytrým výrokem. Diskutovalo se o mezinárodním obchodě stejně tak jako o kvalitě vína, české keramice nebo cestovním ruchu. Sešly se zde osobnosti z nejrozmanitějších oborů – pozdravil se zde politik s designérem, hudebník s novínářem, fotograf s ředitelem firmy, poradce a celebrita v ITC s šéfem profesního uskupení, ředitel firmy s majitelem a navzájem mnoho dalších. Vladimír Dohnal rozdával svoji obdivuhodnou energii každému, koho přišel osobně přivítat a pozdravit. Se všemi prohodil pár slov, pobídl k ochutnání zabijačkových specialit, a moc mu záleželo na tom, aby se jeho hosté v prostředí, které tak jako tak již dobře znají, cítili prima a uvolněně. Nevím, kolik nových kontaktů se urodilo a kolik nápadů zdejší pohoda přinesla. Jisté je však to, že se nikomu nechtělo rozloučit se...

Eva Brixí, foto: Martin Šimek

