

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Večerní procházka

Eva Brixl

Kočičí tlapka
Razítko ve sněhu
Pod lampou hádka
V šibalském úsměvu
Líbej mne a kašli dnes na něhu
Dej mi
Políbek větrný
Dravý i šetrný
Sama víc nesvedu
Na špičku jazyka
Rampouchem napíšu
Svou tajnou koledu
I to
co se neříká
Jsem někdy divoká

Ilona Klímová

Snažím se najít zálibu v tom, co dělám

str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s majitelkou firmy Aspius spol. s r.o.

Ilonou Klímovou

Oslava v Intersparu začíná u pokladny

Společnost SPAR ČOS slaví v letošním roce patnáct let od otevření prvního hypermarketu INTERSPAR. U příležitosti oslav je pro zákazníky připravena kampaň s názvem „Oslava začíná u pokladny“ zaměřená na kvalitní nabídku za atraktivní narozeninové ceny. Akce potrvá ve všech hypermarketech INTERSPAR i supermarketech SPAR patnáct týdnů, začala 11. ledna a skončí 24. dubna 2012. Narozeninová kampaň bude podpořena především v letáčích INTERSPAR a SPAR, kde budou vybrané produkty – za velmi

výhodné narozeninové ceny – označeny speciálním logem „15 let Interspar“.

„To, že jsme na českém retailovém trhu již 15 let a stále se nám daří posilovat naši pozici, rozšiřovat počty prodejen a nabízet tak zákazníkům stále více možností v nakupování, považuji v dnešním konkurenčním prostředí za velký úspěch a ohromný kus dobře odvedené práce,“ řekl Martin Ditmar, generální ředitel společnosti SPAR ČOS. „První hypermarket INTERSPAR byl

otevřen v dubnu roku 1997 v Českých Budějovicích, druhý v listopadu téhož roku v Brně na Vídeňské ulici. Nyní se můžeme chlubit číslem třiceti tří hypermarketů INTERSPAR, pěti supermarketů SPAR a novým konceptem SPAR To Go. Zvyšování počtu obchodů potvrzuje náš úspěch a je důvodem k oslavám. Proto jsme pro naše zákazníky připravili atraktivní narozeninové slevy na vybraný sortiment kvalitních potravin a dalšího zboží,“ dodal Martin Ditmar. (tz)



Ženské stopy

v české kinematografii



O tom, že jsou ženy šikovné a vynikají v mnoha oborech, vypovídá nespočet argumentů, poct, ocenění, pochval. Také mezi režisérkami jich najdete víc, než byste byli možná na první pohled ochotni připustit. Ale je to tak. Svět viděný a uchopený ženským očima, ženskou intuicí či zkušeností vypadá jinak než v pojetí mužském. A je to dobře. Přesvědčit se o tom můžete od 6. února – pražské KINO MAT uvádí přehlídku z tvorby režisérek dokumentárních a hraných filmů.

Filmová přehlídka Praha a její dcery: Místa, vztahy, lidé nabídne po dobu jedenácti týdnů unikátní sérii projekcí z děl tuzemských filmařek. Na filmových představeních, která se budou konat vždy v pondělí od 20:30 hodin v prostorách zmíněného kina Mat na Karlově náměstí, budou přítomny samy autorky filmů, které jsou připraveny diskutovat s diváky. Svou účast přislíbily například známé dokumentaristky Helena Třeštíková, Olga Sommerová, Drahomíra Vihanová nebo Linda Jablonská, režisérky hraných filmů Michaela Pavlátová či Karin Babinská, ale také studentky a čerstvé absolventky FAMU. Poslední večer bude poctou předčasně zesnulé režisérce Juditě Křížové. Jak název napovídá, filmová přehlídka volně navazuje na výstavu Praha a její dcery, která se koná v Muzeu hlavního města Prahy. V rámci

spolupráce Kina MAT s Muzeem hlavního města Prahy (jako pořadatelem výstavy Praha a její dcery) a s Městskými divadly pražskými jsou připraveny ve všech těchto kulturních stáncích zvýhodněné vstupenky. Přehlídku Kino MAT zahájilo historicky nejdelším časověbýrným projektem Heleny Třeštíkové „Soukromý vesmír“. Poslední únorový večer 27. února 2012



bude patřit pěti dokumentárním filmům legendy českého dokumentárního filmu Drahomíry Vihanové. V březnu a v dubnu se mohou návštěvníci kina MAT těšit mimo jiné na večery s Olgou Dabrowskou (film „Kuličky“), Karin Babinskou (film „Pusinky“) či Lindou Jablonskou (film „Kupředu levá, kupředu pravá“). Přestože snímky, které se v programu objeví, vznikaly v průběhu tří desítek let, můžeme v nich do jisté míry vystopovat podobná témata – zájem o mezilidské vztahy, topografii místa, konkrétní sociální situace. Odtud také plyne název přehlídky. „Naše zkoumání ženských stop v české kinematografii nebude celistvé nebo jednoznačně interpretující. Cílem je především živý dialog mezi diváky, snímky a jejich tvůrkyněmi, komentovala přehlídku její dramaturgyně Tereza CZ Dvořáková. (tz)

Program projekcí za účasti režisérek

6. 2. 2012

Helena Třeštíková

Soukromý vesmír (2012, 83 min)

13. 12. 2012

Olga Sommerová

Moje 20. století (2005, 56 min)

Olga Špátová

(Ne)cenzurované rozhovory (2005, 26 min)

20. 2. 2012

Michaela Pavlátová

Karneval zvířat (2006, 10 min)

Děti noci (2008, 81 min)

27. 2. 2012

Drahomíra Vihanová

Zahrada plná plenek (1982, 15 min)

Otázky pro dvě ženy (1985, 22 min)

Proměny přítelkyně Evy (1991, 21 min)

Jak se žije kočkám (1998, 14 min)

Jak se žije v řádu a misi (1998, 14 min)

5. 3. 2012

Karin Babinská

Pusinky (2007, 99 min)

12. 3. 2012

Linda Jablonská

Pozemšťané, koho budete volit

(26 min)

Kupředu levá, kupředu pravá

(2006, 72 min)

19. 3. 2012

Olga Dabrowská

Kuličky (2008, 90 min)

26. 3. 2012

Jasmina Blažević

Cesta/Journey – portrét Věry Chytilové

(2004, 52 min)

Slobodanka Radun

Úsvit (1997, 32 min)

Děšť (2009, 8 min)

2. 4. 2012

Erika Hníková

Nesvatbov (2010, 72 min)

Tři dary (2011, 26 min)

9. 4. 2012

Aneta Žabková

Chybička se vloudí (2009, 7 min)

Alexandra Hetmerová

Swimming pool (2010, 87 min)

Klára Tasovská

Půlnoc (2010, 40 min)

Viera Čakanová

Olda (2010, 80 min)

Petra Nesvačilová

Bábovka, turek, slepice a polévka

(2009, 14 min)

16. 4. 2012

Večer věnovaný předčasně zesulé režisérce Juditě Křížové

To není depka, ale depse (1998, 52 min)

Srdcová dáma (20 min)



Ženy na manažerských pozicích mění místo častěji než muži

Fluktuační manažerů největších českých firem klesá. Meziročně se snížila o jedenáct procentních bodů. Důvodem jsou dopady finanční krize, rostoucí nezaměstnanost a těžká situace na trhu. Ve vrcholovém managementu největších českých firem aktuálně působí čtvrtina žen a jejich počet roste. Ženy na nejvyšších manažerských pozicích přitom mění místo častěji než muži.

Informace vyplývají z analýzy chování manažerů, kterou v lednu zveřejnil poskytovatel ekonomických informací, společnost Soliditet (dříve Creditinfo), člen nadnárodní skupiny Bisnode. Analýza čerpá údaje ze specializované databáze Manažeri velkých firem ČR, která obsahuje informace o více než 1600 nejvýznamnějších či největších společnostech v ČR s 9000 kontaktními osobami. V loňském roce se meziročně snížila fluktuační manažerů napříč všemi typy monitorovaných vedoucích pozic. Zatímco v období 2009–2010 došlo na sledovaném vzorku 1600 největších firem v ČR ke změně u 33 % manažerů, v období 2010–2011 se jednalo o 22 % nejvyšších vedoucích pracovníků. Vloni nejčastěji měnili práci manažeri marketingu a personalistiky, naopak k největší stabilizaci došlo v oblasti investic a IT. „Komplikovaná situace na trhu, silný konkurenční boj, tlak majitelů firem na zisk, případně boj o holé přežití, stejně jako nejistý výhled pro další období, rostoucí nezaměstnanost a obavy z další krize – to jsou hlavní důvody, které v loňském roce vedly k nižší fluktuaci zaměstnanců na nejvyšších manažerských pozicích,“ řekl ředitel společnosti Soliditet David Farský s tím, že najít nové a dobře placené místo v managementu je v období krize složitější než kdy jindy.

Jsou přelétavější?

Z detailní analýzy chování manažerů podle pohlaví dále vyplývá, že ženy na nejvyšších vedoucích pozicích mění místo častěji než muži. Celková fluktuační mužů – manažerů mezi lety 2010–2011 dosáhla 21 %, zatímco v případě žen se

jednalo o 26 %. V období 2009–2010 změnilo místo 32 % mužů z nejvyššího vedení a 38 % žen. Během konjunktury na většinu sledovaných pozic ženy fluktovaly více než muži. Výjimkou v loňském roce tvořily dvě silové pozice, a to generální, resp. obchodní ředitelky. Na těchto manažerských místech se fluktuační žen nejenom snížila, ale i ve stabilitě předstihla muže. „Stabilita a sebranost manažerských týmů může do budoucna přispět ke zlepšení pozice na trhu i zvýšení ziskovosti. Méně časté změny v nejvyšším vedení firem považujeme za pozitivní zprávu pro ekonomiku,“ doplnil dále David Farský.

Na firemní špičky a nevyšší místa

V posledních letech se zvyšuje počet žen ve vrcholovém managementu firem. Zatímco v roce 2009 podle databáze Manažerů velkých firem v ČR na nejvyšších řídicích místech působilo 21 % žen, v roce 2011 se jednalo

už o 25 %. Ženy se nejčastěji uplatňují v personalistice (70 %) a s odstupem také v marketingu (37 %) a financích (35 %). Naopak IT a pozice generálního ředitele je stále doménou především mužů – na těchto místech působí jen 5 % žen.

Procento žen ve vrcholovém managementu

Procento žen v managementu	2009	2010	2011
finance	28,2 %	31,1 %	34,8 %
investice	14,4 %	15,6 %	17,0 %
IT	6,0 %	5,1 %	4,3 %
marketing	25,5 %	33,3 %	37,2 %
nákup	N/A	N/A	22,6 %
obchod	13,0 %	12,1 %	11,7 %
personalistika	57,1 %	64,7 %	69,9 %
vedení společnosti	3,8 %	4,7 %	5,0 %

Fluktuační na manažerských pozicích v období 2009–2011

	Fluktuační celkem		Fluktuační žen		Fluktuační mužů	
	2009–2010	2010–2011	2009–2010	2010–2011	2009–2010	2010–2011
finance	28,88 %	19,30 %	31,84 %	20,75 %	27,54 %	18,62 %
investice	35,74 %	16,38 %	36,47 %	23,26 %	35,62 %	14,97 %
IT	28,53 %	16,89 %	42,86 %	17,95 %	27,77 %	16,84 %
marketing	40,16 %	29,11 %	49,26 %	35,96 %	35,63 %	25,26 %
obchod	36,73 %	23,87 %	38,27 %	20,88 %	36,52 %	24,26 %
personalistika	33,52 %	25,74 %	35,49 %	27,66 %	30,12 %	21,92 %
vedení společnosti	29,56 %	21,48 %	37,50 %	14,63 %	29,23 %	21,78 %
CELKEM	33,30 %	21,83 %	38,81 %	23,01 %	31,77 %	20,52 %

Zdroj: Soliditet

(tz)

Vděčné radosti

Není pochyb o tom, že každá žena ráda dostává dárky, které voní, pomáhají krásnit, uchvacují barvy, zlepšují náladu a jsou patřičným způsobem užitečné. Jeden takový dárek můžete získat, pokud se rozhodnete pořídit si kosmetiku společnosti Estée Lauder. Od 12. března bude probíhat pravidelná jarní dárková akce v prodejnách Estée Lauder a řetězcích Sephora, Douglas, Marionnaud



a Fann – při nákupu nad 1900 Kč získáte pět nádherných produktů. Jeden z nejzajímavějších bude určitě nový Supreme krém. Krém proti stárnutí koncipovaný pro nás evropské ženy, o kterém jsme informovali v našem lednovém vydání. Nejlepším partnerem je pro něj sérum Advanced Night Repair, který také v dárku naleznete, stejně jako populární řasenku Sumptuous a rtěnku Pure Color. Neváhejte a udělejte si brzy malou radost. Anebo lépe – váš galantní partner vám ji udělá s chutí sám, stačí naznačit...

(rix)



Klíček od nebeské brány

Je lepší si vzít do porodnice knížku, nebo křížovky? I taková otázka existuje. Vyslovila ji oheďy jedna nastávající maminka v jistém knihkupectví. Prodavačku to zaskočilo a věrna své profesi odvětila: no, já nevím, ale já mám radši knížky. A já zase křížovky, vezmu si tam tedy křížovky, utrousila spokojena se svou vlastní odpovědí mladá žena a pomalu odcházela. Musela jsem se smát.

Většina z nás touží po nadhledu, o jemný úsměvný humor je rvačka. Ne nadarmo se říká, že je kořením života, a já se domnívám, že i života firemního. Rozehřívá srdce a boří zábrany komunikace. Stmeluje lidi v tým, dává průchod novým myšlenkám. Kdo se dokáže vesele povznést, bývá vítán.

I když, co si budeme nalhávat – některým zapšklíkům humor vadí. Nezapomenu na slova přítelkyně, která mi už za studií připomínala: Evo, jsi veselá, pochop však, že ti to spousta lidí závidí a nepřejí! Neuměla jsem to tehdy vstřebat, až pod tíhou zkušeností dnes vím, že ten, kdo s úsměvem vstává, bývá občas podezřelým. Nebdám toho. Naštěstí.

Třeba to bude někdy k něčemu dobré. Jako nedávno – ladili jsme s přítelem, kolegou a majitelem jedné společnosti spolupráci. Rozzářil se: jo, to je ono, konečně někdo s optimismem, s chutí něco vymyslet, v pohodě, s radostí něco zkusit. Tak to má být, o tom to je, v tom bude naše síla. Uvědomila jsem si, že svatě nadšení a nepatrná rozjivenost (smáli jsme se skoro všemu) nám to odpoledne dala do rukou klíček od nebeské brány – otevřela se cesta do cíle.

vaše Eva Brixí



Tip Grady

Jak komunikovat chytře

Jak rozpoznat a překonat překážky úspěšné komunikace? Knižka je určena všem, kdo se v práci či v soukromí stýkají s lidmi, s nimiž se jim obtížně komunikuje. Dozvíte se konkrétní tipy a příklady, jak konstruktivně reagovat na typické „nesnesitelné“ vzorce chování a jak chytře a uvolněně komunikovat i s problematickými lidmi. Zjistíte také, jak

vy sami bráníte úspěšné komunikaci a co s tím můžete udělat. Díky této knížce budete méně podléhat stresu a náročné momenty v komunikaci zvládnete suverénněji.

partneři www.madambusiness.cz

 www.amway.cz	 www.yourchance.cz	 www.geniusmedia.cz
 www.orea.cz	 www.unicreditleasing.cz	 www.lg.com
 www.katerinareSORT.cz	 www.kiamotors.cz	 www.edenred.cz
 www.credium.cz	 www.templarske-sklepy.cz	 www.bon-bon.cz
 www.zpmvcr.cz	 www.modelpraha.cz	 www.zts.cz
 www.ab-cosmetics.com	 www.economy-rating.cz	 www.coop.cz
		 www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, únor 2012

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové
e-mail: brixí@prosperita.info, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609
design: Věra Vinterová a Karel Švihel
zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková
tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

Zuzana Kalátová mluvčí Poštovní spořitelny

Komunikace firem, institucí je důležitá už dlouho. Ten, kdo neumí komunikovat, se sám staví do role někoho, kdo bude později ze hry venku. Pro každého by měla být důležitá víra v to, že věci se dějí podle domluvy. Žádná instituce, která se tak nechová a neumí transparentně komunikovat, nemůže získat dlouhodobou důvěru veřejnosti, že hraje podle pravidel. Už proto, že komunikace dávno není jednosměrná – zejména sociální sítě umožnily šíření zkušeností, které v takové míře dosud nebylo možné. Doba není veselá, a právě proto jsou a budou dostupné a srozumitelné informace jednou z nejpodstatnějších podmínek jakéhokoliv obchodu.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

Ing. Jan Dvořák generální sekretář Unie výťahového průmyslu ČR

S ženami v manažerských funkcích a s podnikatelkami mám mnoho zkušeností. Mají řadu dobrých vlastností, které u nich oceňuji. Na prvním místě mne napadá přímočarost myšlení a rychlé jednání, směřující k cíli. Dokáží se naprosto jasně vyjadřovat, a vždycky vidím při vzájemném jednání velkou snahu o to, jak se dohodnout k rychlé kompromisní dohodě, aby byly odstraněny problémy, které společně musíme vyřešit.

Informace do kabelky

Záchranné a pátrací

Záchranné nebo pátrací akce v cizině mohou české turisty vyjít až na statisíce korun. Turisté by si měli uvědomit, že Evropský průkaz zdravotního pojištění jim například pro vyproštění z laviny stačit nebude. Pojištění záchranných prací by proto mělo být pro všechny milovníky aktivní dovolené samozřejmostí. DIRECT Pojišťovna je nabízí jako automatickou součást cestovního pojištění s krytím až 300 tisíc korun. DIRECT Pojišťovna nabízí krytí záchranných akcí jako automatickou součást cestovního pojištění. Za své klienty tak pojišťovna zaplatí náklady zásahu záchranných složek, stejně jako další výlohy v souvislosti s lékařským ošetřením: zásah letecké ambulance, převoz ambulancí, zpětný převoz do České republiky aj. Zájemci si mohou cestovní pojištění s krytím záchranných prací u DIRECT Pojišťovny sjednat on-line nebo po telefonu do pěti minut, a to i v den odjezdu na dovolenou. Cestovní pojištění a veškeré výhody z něj vyplývající lze sjednat jednoduše a rychle přes internet na adrese www.direct.cz nebo telefonicky na čísle 221 221 221. Klienti si zde vyberou takové pojištění krytí, které nejvíce odpovídá jejich potřebám.



K výhodám cestovního pojištění patří i asistenční služby, díky kterým klienti v zahraničí získají nejen telefonické poradenství v českém jazyce, ale mohou například zažádat i o zprostředkování finanční pomoci. (tz)

Značka, která má důvod si věřit

Je symbolem, ikonou a spolehlivým partnerem. Její výrobky zná stále více lidí a je mezi nimi řada těch, kteří by bez některých prostě byli neradi – ať si již uvykli na ekologické prací, nebo čisticí prostředky, anebo, dejme tomu, dekorativní kosmetiku. Ano, jde o Amway.

Padesátiletá historie, padesátiletá zkušenost. Přední světová společnost v přímém prodeji a stejně tak hodnocené jméno, pokud jde o spokojenost zákazníků s produkty. Záruka stoprocentního vrácení peněz, pokud se vám něco nezdá a zboží nepřineslo očekávanou hodnotu. Nejde o marketingový trik či zaklínadlo – je to platná norma, která se zrodila na základě výsledků, jichž společnost na trhu docílila. Amway si věří. Zastřešuje několik dalších značek, v nichž se zejména zákaznice u nás již dobře orientují. Stačí zmínit například beautycycle – jejími synonymy jsou péče o pleť a dekorativní kosmetika. Opírá se o komplex čtyř přírodních živlů, jako je vzduch, voda, země a oheň, každý živel je určen k jisté typologii osobnosti. Přípravky této řady lze však i vzájemně kombinovat. Péče o pleť v dnešním světě chemie, škodlivin a stresu pomáhá na základě výzkumu, vývoje a řady patentů navrátit našim tvářím to, co civilizačním tempem ztrácí... Dekorativní kosmetika je zase pro každou ženu radost. Vždy se dá charakterizovat jako hravost, experiment, komunikace, dobrý pocit, image. Další značka, značka ARTISTRY, patří mezi pět nejprodávanějších kosmetických značek pěstících a dekorativní kosmetiky na světě. Cílem je nabídnout každé uživateli souhrnu zdraví a krásy. To v běžném uspěchaném dni nebývá tak jednoduché.

Proto se v tomto případě využívá sofistikované technologie, která si umí poradit nejen se stárnutím pleti, je tak trochu kouzelná.

Amway nezapomíná ani na vůně – a parfémů i tělové spreje umocňují designově špičkové obaly, ať už jde o nabídku rýze dámskou, nebo pánskou.

Přípravky na opalování, šampony, zubní pasty. Další příklady ze sortimentu. Mnozí z vás jistě znají, jsou věrnými klienty.

Nutrilite je značkou věnovanou zdraví,

pohodovému životnímu stylu. Pečuje o psychickou i fyzickou kondici, vitalitu, stárnutí i kontrolu hmotnosti.

Vitaminy, minerální látky a doplňky stravy, to patří dnes k životu stejně tak jako dříve prostá symbioza člověka s přírodou.

Jedinec se svými zásahy do krajiny a využíváním přírody svému dávnému soužití s nebem a zemí vzdaluje. Mění se charakter práce i odpočinku, organizmus je však vystaven změnám, na něž není připraven. Jmenovaná značka pomáhá vyvažovat ztráty a nálezy naší tělesné schránky a podle dietologů a výživových specialistů má zatím nedocenenou budoucnost. Ať již v prevenci, nebo v napravování toho, čemu se mělo předejít.

Domácnost, vyčytané nádoby, mnohoúčelové nůžky, káva, špagety, olivový olej. Prací



prostředky a speciální čisticí prostředky, s nimiž nelze být spokojen. To vše k sobě patří, to vše charakterizuje značku s velkým počátečním písmenem A. Kvalita a smysluplnost nabídky spolu úzce souvisí. O to, aby se celý tento sortiment dostal k uživatelům, pečuje velké množství distributorů. Ti mají za úkol nejen dostat výrobky k vám domů. Než se tak stane, seznámí vás s nimi, předvedou, nechají vyzkoušet. Poradí, k čemu co použít a co od výrobku očekávat. Přímý prodej má však svá pravidla, své zákonitosti. Rozhodně to nejsou jakési podomní aktivity a chození ode dveří ke dveřím, jak se někteří kdysi mylně domnívali. Tento způsob prodeje je o vzájemném vztahu firmy, distributora, zákazníka, o pohodě a spokojenosti, i radosti, kterou jeho používání navozuje.

Je o ztotožnění se se značkou, pro niž je charakteristický etický kodex přímého prodeje, který musí všichni distributoři bezpodmínečně dodržovat. I to je zárukou důvěry, již si Amway získává stále více příznivců v obtížném konkurenčním prostředí nejen větového, ale i českého tržního prostředí.

Rádi bychom vám práci a výsledky distributorů v příštích vydáních přiblížili.

Eva Brixí



Do Lázní Jáchymov co nejdříve pro zdraví a na lyže

Jednou jedinkrát bych si přála uprostřed zimy sbalit tašku, vzít si pár dobrých knížek, plavky, foťák a několik dobrých CD s muzikou, která mne provází velký kus života, a odjet do lázní. Ostatně – nikdy jsem v lázních vlastně nebyla. Stačil by mi týden. Utéct ze světa stresu a nechat se hýčkat, pečovat jen a jen o sebe. Válet se v navoněné posteli, chodit na masáže, koupele, jemné cvičení, do bazénu, učit se dýchat, usmívat se s očima dokořán uprostřed krajiny, která mi nabídne pohostinnost procházek cestičkami snů, prošlapanými chodníčky se stromovým nad hlavou, tichem k přemítání o ničem.

Jak jednoduché, vím. Jsem nerozhodná, a tak vám raději jako prostředník nabídnu řádky o Léčebných lázních Jáchymov. Třeba se rozhodnete sem zajet dříve než já... Protože Lázně Jáchymov jsou připraveny udělat i v roce 2012 maximum pro své hosty a snaží se jim vyjít vstříc i přes chystané nepopulární změny v indikačním seznamu a financování lázní. Výjimečně prostředí Krušných hor navíc nabízí ideální podmínky nejen pro léčbu, ale také pro sport a relaxaci. Chystané změny v indikačním seznamu a financování lázní připraví spoustu lidí o možnost čerpat prostředky na svou léčbu ze zdravotního pojištění. Protože původní pravidla platí ještě do konce června 2012, rozhodl se management vyzvat všechny



zájemce o pobyt v Jáchymově, aby neváhali a zažádali si o své lázně co nejdříve.

Pro hosty, kteří sem přijedou v prvním čtvrtletí roku 2012, tu připravili k léčebnému programu zdarma každý týden vstupenku do solné jeskyně, vstupenku do Aquacentra Agricola a kávu se zákuskem v lázeňské kavárně.

„Jsme si vědomi toho, že hosté, jimž nebude uznáno hrazení léčebné péče pojišťovnou, budou nuceni řešit dvě základní otázky – finanční a časovou.

V prvním případě chceme vyjít hostům vstříc poskytováním nejrůznějších slev (za opakovaný pobyt, za nového klienta, za včasnou rezervaci, pro členy věrnostního klubu Radonek), přičemž lze kombinovat různé slevy až do výše 20 %,“ informovala obchodní ředitelka Ing. Jana Vaňková.

„Druhým úskalím je čas – pokud klient nemá léčbu vyjednanou přes zdravotní

pojišťovnu, musí si vzít na lázeňský pobyt dovolenou. Málokdo si ale v dnešní době může vzít najednou 14 dní. Proto jsme připravili léčebné programy, při nichž lze v kombinaci s víkendovými dny zvládnout plnohodnotnou radonovou léčbu s pouhými 6 dny dovolené,“ doplnila Jana Vaňková.

Léčebné novinky zaujmou

V lázních navýšili počet léčebných procedur na 25 týdně v základním produktu radonové léčby (procedury doporučí lékař na základě aktuálního zdravotního stavu). Ceny jsou od 940 Kč/os./den. Zavedli Program intenzivní rehabilitace, který je určen klientům s vysokým postižením pohybového aparátu a potřebou intenzivního přístupu včetně edukace doprovodu a rodiny. Ceny pro klienta jsou od 1920 Kč, pro doprovod od 940 Kč/den. Připravena je i Rehabilitační kúra bez radonových koupelí (s cílenými fyzioterapeutickými procedurami a plnohodnotnou náhradou radonové koupele jinou vodoléčebnou procedurou). Ceny začínají na 910 Kč/os./den.

Ideální spojení – lázně a hory

Podobně jako v rakouských rekreačních střediscích, jejichž centrem jsou lázně, se i Léčebné lázně Jáchymov stávají centrem



► této horské oblasti. A stále více lidí využívá možnosti ubytování v lázních s lyžováním na Klínovci. Skiareál Klínovec, nabízející mimo jiné U-rampu kategorie Superpipe, novou čtyřsedačkovou lanovku i propojení permanentky s Oberweisenthalem, je od lázní vzdálen pouhých 12 km. Není problém zajistit pro hosty obousměrnou dopravu od hotelu k vybraným sjezdovkám nebo běžeckým tratím (těch je zde 140 km, a v létě slouží stejně dobře i cyklistům). Pro lázeňské hosty a milovníky sněhu v jednom je ideální program „Jáchymovská SNOWMÁNIE“, kde ceny začínají již na 880 Kč/os./den. Zahrnuje kromě ubytování s polopenzí i denní vstup do Aquacentra a sauny. Po lyžování pak jistě přijde vhod částečná masáž unavených svalů nebo relaxace v solné jeskyni, které jsou též v ceně.

Dobrá zpráva pro lyžaře

V letošním roce byla zahájena 1. etapa ambiciózního projektu „Modernizace Skiareálu Klínovec“, jehož cílem je tzv. „Nový Skiareál Klínovec“. V rámci této etapy byla postavena nová odpojitelná čtyřsedačková lanovka s kapacitou 2400 os./hod. Tato lanovka nazvaná „Cinestar express“ zajistí díky oranžové „bublině“ v našich podmínkách dosud nevidaný komfort a pohodlí. Zároveň vznikla nová sjezdovka v délce 1,5 km s převýšením 300 m a byly vytvořeny nové podmínky pro velmi výkonné zasněžování areálu. Lyžaři se letos mohou těšit i na dvě zbrusu nové restaurace, samozřejmě je parkování zdarma pro 700 automobilů. Dalším významným krokem je vytvoření přeshraničního SKIREGIONU FICHTELBERG – KLÍNOVEC. V rámci tohoto skiregionu mají lyžaři při zakoupení dvou a vícedenních permanentek možnost využívat skiareály Klínovec a Oberweisenthal, které jsou vzdálené 2 km vzdušnou čarou. V ČR se tak jedná o jedinečný přeshraniční projekt (už v letošním roce dosáhne délka sjezdovek v tomto skiregionu 28 km). Lyžaři mohou využívat 1 kabinkovou lanovku, 5 sedačkových lanovek a 10 vleků s celkovou kapacitou větší než 15 000 os./hod.



Pro rodiny s dětmi

Pro rodiče s dětmi, kteří chtějí strávit společné chvíle oddychu i zábavy v jáchymovských lázních, jsou přichystané cenově zvýhodněné

balíčky 2+2 nebo 2+1 (podle počtu dětí). Pohodlné ubytování je zajištěno v apartmánech i vícelůžkových pokojích s možností celodenního bufetového stravování (tuto možnost uvítají i maminky „loudavých nebo vybíravých“ dětí). Pro všechny jsou připraveny wellness procedury, vodní radovánky v Aquacentru a zajímavé výlety. Při pobytu na šest nocí s polopenzí si hosté mohou vybrat některou z variant VITAL pobytů (Aktivní regenerace, Aqua Vital, Beauty Vital, Regenerace pro každý den, Štíhlá a fit). Pobyt na tři noci zahrnuje jednu radonovou koupel, jednu částečnou masáž a jednu uhlíčitou koupel. Využít lze také oxygenoterapii, aquagymnastiku a pobyt v solné jeskyni. Děti se mohou těšit na vodní radovánky v Aquacentru a tři vstupy do solné jeskyně.

Přijďte zhubnout

Cíleně vypracovaný redukční program pomůže nenásilně zhubnout a zlepšit zdraví. Týdenní program zahrnuje:
 + ubytování s plnou penzí
 + vstupní lékařské vyšetření (anamnéza, laboratoř, vyhodnocení tělesného složení, rozpis programu pohybových aktivit)
 + 3x perličkovou koupel, 1x oxygenoterapii
 + 2x nordic walking, 2x Vacuwell
 + 1x infrasaunu, 2x solnou jeskyni
 + 2x rotoped, 2x přístrojovou lymfodrenáž
 + 2x částečnou masáž, 1x suchou uhlíčitou koupel
 + měření EKG, konzultaci nutričního terapeuta, speciálně sestavený jídelníček a výstupní vyhodnocení tělesného stavu.
 Při pobytu minimálně 14 dní klient získá i výstupní lékařské vyšetření. Ceny začínají od 1320 Kč/os./den.

Po vzoru egyptských královen

Každý rok čeká na hosty v Jáchymově nějaké nové překvapení. V balneologické části hotelu Radium Palace se inspirovali zkrášlujícími procedurami, jimiž si egyptské královny udržovaly krásu a svěžest, a připravili zde nové zážitkové procedury využívající exotické oleje na přírodní bázi. Už samotné názvy masáží zní víc než lákavě. Rituál královny Kleopatry, jehož podstatou je celková aromaterapie, je určený především ženám. Rituál radosti, využívající detoxikační sílu ovoce, pak dodá optimizmus a pocit radosti ze života také mužům. Zajímavá je i procedura s názvem Silhouette, což je detoxikační, zeštíhlující a anticelulitidní kúra, založená na bázi esenciálních olejů a zábalů s drenážním a vyhlazovacím efektem.

Programové specialistky informují

Pro dobrou informovanost hostů vzniklo nové informační středisko lázní Jáchymov – SPA INFO, kde jsou všem návštěvníkům k dispozici programové specialistky, které jim připraví kompletní návrh na trávení volného času v regionu.



Radonková stezka

Pro hosty je připravena nová stezka po lázeňských lesích. Zahrnuje šest zastavení na téma Radonové léčby. Návštěvníci se dozví, co je to radon, jak vzniká radonová voda, jak léčí... Stezka začíná před hotelem Radium Palace a končí ve svahu s vyhlídkou na lázeňský hotel Běhounek a svahy Krušných hor.

Radium Palace slaví

Léčebné lázně Jáchymov symbolizuje elegantní pětipatrová budova ve stylu vídeňského neoklasicizmu – lázeňský hotel Radium Palace. Od doby, kdy tato unikátní stavba vznikla, letos uplyne 100 let. Proto budou v průběhu celého roku probíhat oslavy založení Radium Palace, které vyvrcholí při zahájení lázeňské sezony – poslední víkend v květnu. Ve své době byl Radium Palace jedním z nejmodernějších lázeňských hotelů ve střední Evropě. Hned v roce 1913 jej navštívilo 2470 hostů. Vysokou úroveň si lázeňský hotel udržel dodnes, pro srovnání v roce 2009 se v Radium Paláci léčilo již 6331 hostů z celého světa. Rozsáhlou rekonstrukcí a modernizací hotel prošel začátkem roku 1998. Mezi slavné návštěvníky Radium Palace patřil i první československý prezident Tomáš Garrigue Masaryk, který zde oslavil i 80. narozeniny. Z dalších můžeme jmenovat Johanna Strausse, Maxe Švabinského, barona Rotschilda, Fjodora Šaljapina, Oskara Nedbala, Edvarda Beneše nebo Marii Curie Skłodowskou s akademikem Františkem Běhounekem. V minulém roce zde poobědval prezident České republiky Václav Klaus.

z tiskových materiálů čerpal Eva Brixí



Peugeot dává prostor emocím

Co zákazníci nejvíce zajímá, přitahuje, co všechno rozhoduje o náklonnosti k tomu či onomu výrobku? Nad tím si lámou hlavu dnes a denně přední světoví odborníci i management firem přímo v praxi. Jedinou motivací je úspěh, prodat, ale ne za každou cenu. Být úspěšný totiž neznamená být bohatý. Být úspěšný znamená mnohem více.



Marco Venturini, prodejní ředitel Peugeot ČR

Značka Peugeot své pozice v loňském roce na českém trhu posílila. Nyní boduje například u něžné poloviny lidstva inovovaným modelem 107. O tom všem stručně Marco Venturini, prodejní ředitel Peugeot ČR:

Číslo 8825 představuje počet přihlášených vozů v loňském roce, máte tedy 4,73 % trhu – to jsou fakta, která částečně charakterizují dnešní postavení společnosti Peugeot u nás. Splnilo se vaše očekávání?

Naše auta se dobře prosadila a prodej předčil o 8 % výsledek roku 2010. Pomohlo nám k tomu uvedení nových vozů, atraktivní akční nabídky a vstřícná obchodní politika, díky níž jsme se snažili držet značce pozitivní image. Dostí nám pomohlo, jak vnímala česká veřejnost náš nejmenší model „českou stosedmičku“. Její prodej se zvýšil v porovnání s rokem 2010 o 8 %, a tak právě ona předčila ostatní vozy vyráběné v kolínské továrně. Její atraktivnější podoba, lepší cena a úspornější provoz mají nyní její oblibu ještě podpořit.

Z pozornosti ženského oka však neodešla ani 207...

Je to tak. Tento nejkupovanější automobil tvoří téměř čtvrtinu celkového prodeje naší značky v ČR a loni si ho pořídilo na 2000 klientů. Přestože tento model – v tří a pětidveřové verzi – brzy opustí scénu a přenechá místo svému nástupci,

Peugeotu 208, podařilo se ho loni udržet v první desítku konkurenčního segmentu B2. Obchodní nabídky lákaly hlavně příznivce praktické verze SW, která tvořila 45 % oproti 32 % v roce 2010.

O koupi rodinných aut se rozhoduje zpravidla kolektivně, a zejména v početnějších rodinách mívá praktické připomínky právě žena...

Myslím, že je to tak správné. Automobil nemůže být jen radostí pro manžela, ale musí vycházet vstříc každodenním potřebám rodiny, a nejen v době koupě, ale také do budoucna – děti rostou, občas přibude sestřička nebo bráška, a auto musí být stále praktické. V našem případě bojovaly o takového zákazníka loni velmi výrazně modely Peugeot 3008, a zejména pak 5008. Tento oblíbený rodinný vůz si pořídilo 775 klientů, a získal tak pozici třetího nejprodávanějšího osobního auta Peugeot v ČR. Navíc dvojice 3008/5008 potvrdila svůj celosvětový úspěch a kapacita výroby jede stále na maximum. Již brzy „přijede“ k našim koncesionářům Peugeot 3008 Hybrid4 – první diesellový hybrid na světě.

Na silnicích vidám stále více řidiček za volantem užitkových aut, ať už jde o majitelky menších firem, ty, které se věnují obchodu, řemeslu.

Žen v podnikání přibývá, ženy touží uplatnit se v mnoha oborech. Je pochopitelné, že potřebují přemísťovat spousty věcí, vozit zboží, to či ono přikupovat, mít v autě určitou výbavu. Užitkové vozidlo už dnes není strohou krabicí na přepravu nákladu.

Dokáže poskytnout úroveň pohodlí a bezpečnosti srovnatelnou s osobními verzemi. Malý užitkový vůz je přesně tím, co přináší užitek a komfort cestování pod jednou střechou a na jedné kolech. S lehkým užitkovým vozem se přeče dá jet i do divadla nebo na večírek. Přes den na veletrh či na nákup, o dovolené na koupaliště. V kategorii užitkových

vozů jsme posílili a jsme mezi prodejci na čtvrtém místě. Oproti roku 2010 se zvýšil prodej „užitkáčů“ Peugeot o 20,8 %. Největší Peugeot Boxer loni zabodoval – koupilo si ho 918 zájemců, a my jsme tak v tomto segmentu zaujali druhé místo mezi dovozci.

Mrňous 107 se líbí a prodává se už ve 48 zemích světa, cílí zejména na mladší generaci a také se ještě více snaží o přízeň žen. Je to tak?

Stoprocentně. Peugeot 107 je ještě více uzpůsobený pro městský provoz, má vtip, nabízí praktičnost i novou a velmi atraktivní výbavu. Je jednoduchý na ovládání a přitom dostatečně sofistikovaný. Patří k těm, které se pořízují jako druhé či třetí auto do domácnosti. Tento automobil je díky svým rozměrům a poloměru otáčení velice obratný a hravě zvládá otáčení či parkování v přeplněných městských uličkách. Řídí se příjemně, provozní náklady jsou vynikající. To jsou dost velké trumfy, které si získaly srdce dam i mládeže. Model 107 má prostě svůj styl, hraje si s barvami, čehož dokladem je odstín švestkové modrofialové. V březnu uvedeme na trh speciální půvabnou sérii právě pro ženy – pojmenovali jsme ji ENVY. Počítáme s hrou barev – zmíněnou švestkovou a černou Caldera a dekorem rozkvetlých třešňových květů. V barvě Plum budou například i vyšívané koberečky, a s motivy květů bude k dispozici doplňkový sortiment: důvtipné pouzdro na doklady, praktický držák na tašku a další milé věci. Těmito prvky jdeme vstříc personalizaci, individualitě, dáváme prostor emocím.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí



Klimatizace pod přikrývkou

Stává se vám, že se probudíte přílišným teplem, nebo naopak ranním chladem? Přikrývky a polštáře Exclusive Clima vám dopřejí luxus nerušeného spánku při optimální teplotní pohodě. Tato výjimečná novinka dokáže pod přikrývkou regulovat teplotu. Když je vám nad ránem zima, „pošle“ nashromážděné teplo zpět pod přikrývku, pokud je pod ní naopak horko, odvede od vašeho těla nepříjemné přebytečné teplo.

Přikrývky a polštáře Exclusive Clima jsou mimořádné tím, že dokážou samy regulovat výkyvy teplot přímo pod přikrývkou, a to v průběhu celé noci i v kterémkoli ročním období. Můžete se tak cítit příjemně po celou dobu spánku a zbytečně se neprobouzet. Tyto „inteligentní“ přikrývky totiž díky speciální patentované technologii úpravy tkaniny umí vyrovnávat tepelné rozdíly. Tkanina Exclusive Clima obsahuje parafinové mikrokapsle, které spícího člověka chrání před rušivými změnami teploty. Ivana Šachová, majitelka české značky SCANquilt, která novinku právě uvádí na trh, její princip vysvětluje následovně: „Neviditelná parafinová vrstva, nanosená na tkaninu, výborně izoluje. Během zahřívání absorbuje nahromaděné teplo, to kumuluje, a dojde-li k poklesu teploty, uvolňuje ho zpět pod přikrývku. Celý proces se opakuje vždy, když je zapotřebí, a tak udržuje příjemnou a optimální teplotu po celou dobu spánku.“ Při výrobě této novinky SCANquilt používá

nejkvalitnější materiály. Přikrývky a polštáře se zhotovují z velmi kvalitní stoprocentní bavlny. Luxusní je i jejich výplň, kterou u přikrývek tvoří jemné polyesterové mikrovláknó, připomínající prachové peří, které si svou hebkostí každého získá na první dotyk. U polštářů je to pak jemné mikrovláknó v kombinaci s vločkami z 3D vláken, garantujícími stálost objemu i po opakovaném praní. Přikrývky Exclusive Clima jsou neobyčejně lehoučké a nepřilíhají objemně, přesto působí dojmem, jako byste spali v pravém prachovém peří. V zimě dodávají pocit tepla, v létě naopak zdání, že spíte pod lehkou přikrývkou. Podobně funguje také polštář Exclusive Clima, který přebytečné teplo stejným způsobem odvádí. Novinka je vhodná pro celoroční použití.



Ocení ji nejen spáči, citliví na změny teplot v průběhu spánku, ale i lidé, kteří ze zdravotních důvodů preferují moderní výplňové materiály, nebo upřednostňují snadnější údržbu lůžkovin.

(tz)

Provozní financování malých a středních podniků bez ručení nemovitostí

Od začátku února mohou podnikatelé získat u GE Money Bank kontokorentní úvěr Flexi Provoz, který je univerzálním nástrojem k financování provozních potřeb malých a středních firem. V závislosti na velikosti podnikatelského subjektu jej GE Money Bank poskytuje až do výše 5 milionů korun, a to bez nutnosti ručení nemovitostí či prokazování účelu čerpání. „GE Money Bank dlouhodobě sleduje trendy vývoje ekonomiky a uváděním inovativních produktů se snaží podpořit podnikatelské aktivity, které přispívají k ekonomickému růstu,“ řekl Jiří Patera, ředitel oddělení úvěrových produktů pro firemní klienty GE Money Bank, a upřesnil: „Za rok 2011 jsme zaznamenali ve srovnání s rokem 2010 nárůst celkového objemu nově poskytnutých firemních úvěrů o 19,4 %, zatímco trh jen 3,4 %. Z toho provozní úvěry poskytnuté GE Money Bank meziročně vzrostly dokonce o 27,4 %.“ Vyšší prodej provozních úvěrů je dán především rostoucím zájmem malých a středních podniků o finanční rezervu pro případ nečekaných výdajů. Dobrým důvodem zvolit tento produkt je možnost růstu poptávky po českém exportu v důsledku oslabující koruny. Zvýšené náklady spojené s odpovědí podniku na takovou poptávku přitom může pokrýt právě nově nabízený provozní úvěr Flexi Provoz od GE Money Bank.

Flexi Provoz – univerzální finanční rezerva na provozní výdaje

Kontokorentní úvěr ve výši od 300 tisíc až do 5 milionů korun

Bez nutnosti ručení nemovitostí a bez prokazování účelu čerpání

Rychlé rozhodnutí o poskytnutí: standardně do 3 dnů od dodání potřebných podkladů

Úvěr poskytuje banka na 12 měsíců s automatickou obnovou při splnění podmínek

Flexi Provoz je určen malým a středním firmám s účetním obratem do 100 milionů korun ročně, a to jak stávajícím, tak novým klientům banky. Předpokladem pro poskytnutí úvěru je doba podnikání, předložení finančních a daňových výkazů alespoň za 2 roky a bezdlužnost. Předběžné posouzení úvěru provede GE Money Bank již v okamžiku podání žádosti a první čerpání bude klientovi umožněno následující den po podepsání smlouvy. Finanční rezervu pak mohou podniky využívat až do výše 25 % ročního účetního obratu.

(tz)

Snažím se najít zálibu v tom, co dělám



Těžko říci, zda jsem odhadla Ilonu Klímovou správně. Intuice mi napovídá, že je trochu introvert a že do svého nitra jen tak někoho nepustí. Na první pohled přísná, disciplinovaná, houževnatá a pracovitá žena. Na druhé straně laskavá a ochotná odpouštět prohřešky. Její tvář vypovídá o tom, že jí osud nepřipravil cestičku sypanou zlatým pískem, ba naopak.



Užila si své v době, kdy potřebovala koncentrovat sílu na výstavbu nové provozovny firmy, kterou vlastní. Tehdy byly i její dvě dcery ve věku, kdy mámu hodně potřebovaly. Nadměru bylo nutné rozvíjet i síť odběratelů, koordinovat nejrozmanitější stavební profese a činnosti, mít jasno ve financích. Od všeho kousek, vše se vším všudy. Zvládla to. Dnes řídí již známou společnost Aspius spol. s r.o., která sídlí v Řitce, kousek za Prahou. Kdo by se býval tehdy nadál, že v roce 2011 získá titul v prestižní soutěži Ocenění českých podnikatelek v kategorii Malá společnost. Cílem před těmi deseti lety bylo uživit se a dělat něco, co na trhu chybí. Dnes je Aspius v naší gastronomii pojem stejně tak jako v řadě obchodních řetězců. Svě zákaznicky – velko i maloobchodníky, zásobuje exotickým masem, rybami a všelijakými specialitkami, chlazenými i mraženými. Ilona Klímová mluví o mase se zaujetím a na základě excelentních znalostí.

Proč jste si vybrala zrovna maso?

Od malička jsem měla raději maso a šunku než sladkosti, takže při rozhodování byla volba jasná. Nicméně nemyslím si, že by člověk vždy musel mít jako podstatu podnikání svého koníčka. Je to se mnou spíš naopak – snažím se najít zálibu v tom, co dělám.

Ovšem každý všední den je spojen s vyšší a vyšší hladinou adrenalinu.

Jíte maso tedy ráda, a cukrárny míjíte...

Asi tak. Mezi mé nejoblíbenější typy jídla patří převážně ryby a maso se salátem. Z ryb pak mám nejraději nilského okouna, který vyniká pevným světlým masem a jemnou chutí. Vyskytuje se jen ve Viktoriině jezeře. Z masa mám nejradši hovězí steaky z USA. Kukuřice, která je součástí krmení zvířat posledních 100 dní, dodává masu jemnou až nasládlou chuť a šťavnatost. Ve výčtu mých oblíbených jídel nelze zapomenout na francouzská minikuřátka. Je to druh, který přivezli do Bretaně již Římané na počátku našeho letopočtu,

Moje Maso

v dospělosti takové kuře dosahuje váhy kolem půl kilogramu až kilogramu. Drůbež je také krmena kukuřicí a maso je výtečné jak pečené, tak vykoštěné na grilu. Upřednostňuji recepty s jednoduchou úpravou například s bylinkami či velmi jemným kořením, aby vynikla chuť masa. Nutno říci, že i mé dcery mají v oblíbené maso a stravují se podobně jako já.

Vaříte s chutí, experimentujete a dáváte přednost zahraniční kuchyni, anebo české tradiční?

Co se týče mých experimentů

v kuchyni, tak to si nechávám poradit od mých obchodních partnerů – špičkových šéfkuchařů. Mezi mé velké záliby patří sbírání starých kuchařek z počátku 20. století, ve kterých lze najít spoustu neobvyklých a poučných receptů. Zajímavé je, že v těchto knihách objevíte spíše recept na jehněčí, telecí a zvěřinu než na úpravu vepřového masa.

Zpět k podnikání – je to pro vás adrenalin, seberealizace, radost, životní nutnost?

Moje podnikání začalo jako životní nutnost. Když se daří, mám z toho obrovskou radost spojenou s pocitem seberealizace. Ovšem každý všední den je spojen s vyšší a vyšší hladinou adrenalinu. Když jsme vstupovali před deseti lety do businessu, věděli jsme, že potřebujeme zaměstnání, ale zároveň si dělat věci podle sebe. Dnes už je to pro mne samozřejmost. Řada věcí je rozjetá, je třeba pokračovat, dál investovat, splácet. Ne vždy je veselo, občas člověka dostihne tíha povinností, padne na něj špatná nálada, něco se nepodaří. Jenže se tomu nesmí podlehnout. Je to o té vnitřní síle pokračovat. Takové ty chmurné stavy podle mne pronásledují každého podnikatele, včetně zdánlivě malicherných otázek – co jsem nestihnul, co jsem udělal špatně, co jsem porušil, má to smysl...

Vaše firma roste, zvládnete ji?

Jedna pravda praví, že firma buď roste, nebo upadá. Růst musí, do toho jsem angažovala nový tým lidí, kteří mi

Nelepší je poučit se z chyb těch druhých.

- ▶ v tom jsou nápomocni. Pracujeme na nových produktech, hledáme nové klienty. Stále je co dělat. Cítím však, jak se business strašně zrychlil. Ať jde o logistiku, nabídku, cenové návrhy. Musíte ihned reagovat. Jestli to neuděláte, předběhne vás někdo jiný. V našem případě je to náročné i tím, že dodáváme zboží také v maloobchodním balení. Každý kousek se musí zabalit, opatřit etiketou na etikovací váze a dopravit třeba po pár kusech a přesně na čas. Jde tedy o výrobek s vysokou přidanou hodnotou, často distribuovaný po kusech než po stovkách kilogramů. Umíme to. V tom je naše konkurenceschopnost.

Spoléháte v rozhodování patrně sama na sebe. Máte vedle sebe někoho, kdo vás dokáže zastoupit? Nebo ještě nepřišel čas?

Pro každodenní chod společnosti mám zaměstnance, kteří mne v rutíně dokáží zastoupit, ale při rozhodování spoléhám převážně sama na sebe nebo se radím s lidmi ve svém okolí, kterým věřím jak po stránce profesionální, tak i lidské.

Vzpomenete si, kdy jste udělala pořádnou chybu?

Každý člověk se dopouští chyb, je to přirozené. Ale nesmí se opakovat. Nejlepší je poučit se z chyb těch druhých.

Aspius se propracoval jako dodavatel do velkých obchodních řetězců. Jak se to podařilo?

Práce s řetězcí je mnohem náročnější nežli s gastronomií, a to ve všech ohledech: rychlosti, logistice, balení... Se zástupci řetězců se vždy snažím jednat na rovinu, a pokud nejsem o daném produktu a jeho vhodnosti pro daný účel přesvědčena, že je to dobrá volba, raději nákupčím rozmluvím jejich snahu výrobek uplatnit. Samozřejmě naslouchám i jejich



potřebám. Férovým jednáním vznikne důvěra a vyvine se vzájemná spolupráce.

Hygienické a další normy, nejrůznější pravidla, dovoz potravin ze zahraničí – někdy je to na bláznec, asi... Neděsí vás to?

Nové normy, pravidla, daně a neustále se měnící legislativa jsou pro podnikání velmi náročné. Neustále máte obavy, abyste neprošvihli nějaké nové nařízení. Například tento rok, díky jinému zdanění nemovitostí, než bylo v předchozích letech, platíme za silnici a parkoviště u naší provozovny o 30 000 korun víc.

Před jakými projekty nyní stojíte?

Poslední rok budujeme značku Moje Maso a pečlivě vybíráme produkty, které pod touto značkou jsou či budou. Zatím jsou to různé steaky a kuchyňské úpravy z telecího masa, dále hovězího z Jižní a Severní Ameriky. Chystáme steakové hovězí z Austrálie a jehněčí z Irsku či Nového Zélandu. Značka Moje Maso znamená především kvalitu. Zákazníci již na ni reagují velmi pozitivně a spoléhají, že zakoupené zboží Moje Maso je

opravdu špičkové kvality, že si skutečně pochutnají. Pod uvedenou značkou prodáváme nejen samotné maso, ale také masné výrobky či mražené produkty. Víme také, že český zákazník se některé pokrmy musí postupně naučit připravovat a konzumovat. Na obalech komunikujeme vlastnosti daného masa a doporučené úpravy. Vyvinula se tak příjemná spolupráce mezi SPARem, kam dodáváme svoje produkty a panem Pohlreichem, který je tváří SPARu a naše produkty zná i ze svých restaurací, které pravidelně zásobujeme.

Neotevřete si vlastní restauraci?

Člověk má dělat to, co umí. Fakt, že rozumím masu, neznamená, že umím či bych uměla vést restauraci. Práce ve službách je nesmírně náročná na kvalitní personál, který musíte nejen dobře vybrat, ale i zaškolit.

Je ve Vaší nabídce i trocha exotiky?

Mně zatím uspokojuje třeba to, když mohu vyjít vstříc filmařům a připravit jim maso pro různé středověké hostiny, nebo chystat dodávku pro jiné rozmanité účely – vzpomínám si na chřestýše, nabízíme africkou zvěřinu včetně masa pakoně. Ale exotiku z toho dělá vzdálenost. Pro obyvatele zemí, kde tato zvířata žijí, je to samozřejmost jako pro Čecha pěkný kousek divočáka. Nikdy však neobchodujeme s ohroženými druhy zvířat, nedostanete u nás například velrybu. Veškeré maso podléhá evropským certifikacím a nejpřísnějším veterinárním požadavkům.

Přemýšlela jste nad tím, co je to vlastně podnikatelský úspěch?

Podnikatelský úspěch znamená pro každého něco jiného. Pro mne je to práce se zajímavými lidmi, práce s atraktivními produkty a ekonomika firmy v „černých číslech“.

otázky připravila Eva Brixi

Moje podnikání začalo jako životní nutnost.



Etiketa pro ženy

v podnikatelském a obchodním světě

Ženy s vlastní profesní kariérou způsobují odborníkům na etiketu problémy. Dříve se ženy na veřejnosti objevovaly výlučně jako doprovod manželů. Zapojení žen do pracovního procesu není jevem zcela novým, ale teprve nedávno začaly ženy zaujímat i vyšší posty v obchodě, diplomacii či v politice. Ve služebním styku by se mělo zacházet se ženou podobně jako s mužem, ne však stejně.

Dosud není u nás ani ve světě zcela běžné, aby na nejvyšších postech byly ženy. V některých zemích se počet takto úspěšných žen zvyšuje, jinde je žena v obchodním a hospodářském životě stále nemyslitelná. Převážná většina problémů spojených se zapojením ženy do pracovního procesu je však ve všech kulturách stejná. Žena se musí umět postarat o rodinu, vypořádat se s mateřskou dovolenou, a navíc podávat v zaměstnání vyšší výkony než muži ve stejných funkcích. Pracoviště, kde by pracovali pouze muži či pouze ženy jsou vzácností. Právě proto, že se v zaměstnání dostávají do styku muži a ženy v různých funkcích, mohou vzniknout různé sporné situace.

Zdravení

Zdravit by měl první ten, kdo někam vchází (do kanceláře, do výtahu, do výrobní haly apod.). Nemusí tedy platit, že jako první zdraví muž ženu (ovšem pro muže platí, že by ženu měl vždy zdravít jako první, a to i tehdy, když je mu podřízená), nebo podřízená svého vedoucího – záleží na tom, kdo toho druhého uvidí dřív a také na tom, zda muž (např. i nadřízený muž) je gentleman. A muž by měl být gentleman vždy! Součástí zdravení je u nás i podání ruky. Pro podávání ruky platí přesná pravidla: ruku podává žena muži, starší mladšímu, nadřízený podřízenému, hostitel hostovi, učitel žákovi apod. Pokud do kanceláře vedoucího přichází na jednání žena a už se znají (tj. neseznamují se), pak podává jako první ruku muž – hostitel. Při odchodu však už podává jako první ruku žena muži (hostiteli). Muž může ženě jako první podat ruku v případě, že se jedná

o velmi nerovné partnery – např. mladší žena se uchází o zaměstnání. V některých zemích se i v obchodním styku líbají ženám ruce, např. v Polsku. Někde se líbají či ruce si podávají mezi sebou pouze muži, dotýkati se cizích žen je nepřijatelné. V některých zemích si ani muži mezi sebou nepodávají ruce a pozdrav nahrazuje pouze úklona (např. Japonsko). Zatímco při společenských příležitostech může žena při pozdravu zůstat sedět, při pracovních a oficiálních příležitostech se musí při každém pozdravu postavit, stejně jako to dělají muži.

Seznamování, představování a oslovování

I zde platí pravidlo o společenských přednostech, které říká, že představena by měla být osoba společensky mladší osobě společensky starší (tj. nadřízenému). V pracovních vztazích je však často věcí taktu a zdravého rozumu, kdo se kdy první komu představí nebo bude představen. Záleží jak na místních zvyklostech a poměrech, tak i na dané situaci. Teoreticky samozřejmě platí, že žena je vždy společensky starší, má tedy výsostnější postavení, a dokonce i tam, kde má muž povinnost se sám představit, žena takto učinit nemusí. Těžko si ale můžeme představit, že žena, která se uchází o místo se při pohovoru nepředstaví. Ve vyšších kruzích nebo v některých zemích je nevhodné, aby se někdo představil sám, bez zprostředkovatele. Někdy to však je nutné. Pokud např. vedoucí nepředstaví nového pracovníka kolegům (což je ovšem chyba), pak se nový pracovník může představit i sám. Žena – obchodnice se v pracovním styku sama představuje mužům i ženám. Ve společnosti se však žena sama může představit pouze ženám.

Jestliže chce být představena nějakému muži, je lépe o představení požádat nějakého zprostředkovatele.

Na pracovišti

i v pracovním styku je možné tykání i vykání. Záleží na podmínkách ve firmě, na

lidech, věkové struktuře zaměstnanců apod. Nikdy

však nikomu tykání nevnučujeme. Nabídka na tykání nemůže vyjít od podřízených směrem k nadřízeným, od mužů k ženám. (Stále ještě populární zvyk „připít si na tykání“ není nutný – alkohol nepatří na pracoviště). Nabídka na tykání lze i odmítnout, přestože to není jednoduché. Běžnější je u nás vykání spojené s oslovením „pane kolego“, „paní kolegyně“. Toto oslovení však nelze použít ve vztahu k nadřízeným (nadřízený není kolega!), ale je možné je použít ve vztahu k podřízeným. Nadřízený zase neoslovuje své podřízené pouze příjmením, ale používá oslovení paní, pane (nebo titulu či funkce) ve spojení s příjmením. Oslovení „slečna“ je dnes běžné pouze u skutečně mladých dívek. Všeobecně má dnes každá žena po dosažení plnoletosti právo na oslovení paní. Výraz dáma se u nás nepoužívá. Výše postavený či starší šéf může např. mladou sekretářku oslovovat v běžném pracovním styku i pouze křestním jménem ve spojení s vykáním (sekretářka mu to však nemůže oplatit!!!). Sekretářka uvádí návštěvy, spojuje hovory, vyřizuje vzkazy a svým chováním reprezentuje i svého šéfa. Při poradách, návštěvách, jednáních nabízí sekretářka pohoštění a také hosty obsluhuje. Pohoštění se podává zprava. Pouze při některých příležitostech je možné připravit pohoštění na speciální stoleček a hosté se sami obslouží. I když si sekretářka se svým šéfem v každodenním pracovním styku tyká, v průběhu návštěv, jednání, vystupování na veřejnosti mu vždy vyká. Obvykle muž otevírá a drží dveře ženě. Pokud však žena uvádí svého zákazníka či sekretářka uvádí návštěvu svému šéfovi, pak je to ona, kdo dveře otevírá a podrží. Žena také vstane, jestliže přichází návštěva a vychází návštěvě vstříc, při loučení také návštěvu např. i muže-zákazníka vyprovází. Žena muži však nikdy nepomáhá do kabátu.

V pracovních vztazích je však často věcí taktu a zdravého rozumu, kdo se kdy první komu představí nebo bude představen.





► Několik dalších rad...

Žena v obchodní firmě, a především ve vyšší funkci by neměla provokovat a upoutávat pozornost oblečením, účesem nebo líčením. V některých firmách existují vnitřní předpisy týkající se oblečení, účesů, líčení, nošení šperků atd. (např. letušky). Tyto vnitřní předpisy nutno dodržovat. V rozhovorech se zákaznicíky i s podřízenými by se žena ve funkci měla vyhnout koketérii a příliš emotivnímu vystupování. V průběhu pracovních cest není vhodné, aby žena přijímala někoho v hotelovém pokoji. Schůzka či setkání se mohou uskutečnit ve firmě, v kavárně či hotelové hale. Prolínání pracovního a soukromého života obvykle způsobuje nesnáze. Bývají předmětem četných pomluv a intrik. Žena – obchodnice či jednatelka, má často povinnost navrhnout schůzku nebo pozvat do restaurace, a to i muže, je-li to v zájmu firmy. Pak také přebírá veškeré povinnosti hostitele, včetně placení. Často se stává, že účet číšníci automaticky předloží muži, který se pak dostává do trapné situace. Je lepší placení předem s číšníkem dohodnout. Mezi kolegy na pracovišti může kdokoliv přijít s iniciativou a navrhnout společný oběd. Je vhodné, aby si každý za sebe zaplatil sám.

Zvláštnosti postavení žen v hospodářském životě vybraných evropských zemí

Německo

Lidé jsou na jedné straně moderní a přístupní změnám, na druhé straně však uznávají konvence, proto se ve vedoucích funkcích a v politice najde jen velmi málo žen. Struktura pracovní kariéry je vysoce organizovaná, možnosti povýšení jednotlivce značně omezeny. Ženy mají ze všech stvoření nejmenší naději vyšvihnout se na vrchol. Ve velkých společnostech zastávají ženy pouze 2 % vyšších míst. Jedná se většinou o pozice zděděné nebo o místa v podnicích, které ženy samy založily. Nedá se proto říci, že by obchodní jednání probíhala výhradně s vyloučením žen. Ženy někdy bývají přítomny jednání. Mnohem častěji však jednají muži. Zejména Němci na „západě“ dodnes vyžadují od ženy tradiční úlohu. Staré pořekadlo, že žena se má držet „Kinder, Küche und Kirche“ sice ustoupilo do pozadí, ale nikdo se dosud nemá k tomu, aby otevřel ženám cestu na odpovědná místa v podnikání. Na východě není pracující žena i ve vyšší funkci až tak velkou výjimkou. Pokud obchodní jednání vede žena-cizinka, nesetká se zpravidla s předsudky, i když jí německý partner může dát najevo, že „ona“ pravděpodobně jedná ve jménu svých kolegů, na které se obrátí dříve, než uzavře obchod. Podle rozsahu, náročnosti a důležitosti obchodního jednání zastupují jednotlivé strany buď jednotlivci, v případě méně náročných jednání, nebo jsou sestavovány vícečlenné jednací skupiny (kde se mohou vyskytovat i ženy). Obecné pravidlo pro všechny je oslovovat své protějšky Frau (paní) ve spojení s příjmením. Oslovení Frau se takřka vždy užívá místo Fräulein i pro neprovdanou ženu.

Francie

Francouzky jsou známé tím, že na veřejnosti vystupují velmi sebevědomě a můžeme se s nimi v obchodních firmách setkat i na vedoucích funkcích. Silné předsudky proti nim však dodnes panují v průmyslu a též mimo Paříž. Doporučuje se oslovovat je „paní ředitel“ (Madame le Directeur) nikoliv „paní ředitelko“, což většina žen ve vedoucích funkcích považuje spíše za urážku. Obvykle vystačíme s oslovením Madame a Mademoiselle (paní, slečno) bez příjmení. Slovo Docteur je ve Francii určeno pouze lékařům, advokát se oslovuje Maître (Mistr) a ingénieur je povolání a ne titul. Francouzky přistupují k ženám všeobecně velmi galantně a jednají s nimi zdvořile. Jsou zvyklí, že ženy toto jednání odpovídajícím způsobem ocení příjemným chováním.

Velká Británie

Velké množství žen je zaměstnaných i přesto, že mají nízké mateřské příspěvky a nevyhovující dětská zařízení. Ženy zde tvoří asi 45 % pracovních sil, což je větší podíl než v ostatních zemích EU. Většina žen však pracuje na částečné úvazky a za práci dostávají ženy nižší plat než muži. Britové jsou velmi konzervativní a očekávají, že se žena v každé situaci bude chovat jako dáma. Muži se v duchu konvencí chovají k ženám zdvořile. Co se týče oslovení, ženy se mohou oslovovat Mrs, Miss nebo Ms a příjmení. „Madam“ se nepoužívá.

Irsko

Tradiční nechuť k ženám v podnikání ztrácí u mladé generace na síle, ale přesto tu k ženám dodnes panuje tradiční a konzervativní přístup. Dalo by se říci, že se Irové vyznačují až antipatií vůči zaměstnaným ženám. Většina vdaných žen proto nepracuje, stará se o rodinu, o děti.

Belgie

Postavení a role ženy v Belgii se rychle mění. Přesto mají Belgičanky ještě i v dnešní době (podobně jako Irové) nejraději své manželky doma. Pokud jsou ženy zaměstnané, pak určitě ne na nejvyšších místech.

Nizozemí

V Nizozemí mají ženy do obchodní a podnikatelské sféry volný přístup, přesto jich ve vedoucích funkcích není mnoho.

Lucembursko

V Lucemburském obchodním a podnikatelském životě hrají ženy stále podstatnější roli. Obvykle mají tyto ženy velmi dobré vzdělání. Ženy jsou častěji zaměstnané ve službách.

Dánsko

Dánsko má nejvyšší podíl zaměstnaných žen mezi zeměmi EU. Dánové mají vysoké mateřské příspěvky, otcovskou dovolenou a kvalitní dětská zařízení. Ženy se běžně vyskytují na manažerských a vysoce odborných

místech a pozicích. Diskriminace žen téměř neexistuje. Ženy pracují i u policie, existují zde také ženské posádky tanků atd.

Itálie

V této jihoevropské zemi je nejdůležitější příslušnost k rodině. Rodinná pouta mají větší váhu než v kterékoliv jiné evropské zemi, vyjma Španělska, a vytvářejí základ pro množství různých podnikatelských aktivit s rodinným personálem. V obchodě a v nevyrobní sféře jsou ženy akceptovány stále častěji. V průmyslu však panuje mužský šovinismus, který je patrný zejména na jihu země. Na jihu země dodnes platí, že ženy se samy neobjevují na veřejnosti, nesmějí se oblékat ležerně (prakticky celý rok chodí pouze v černém), v kostelech musí mít na hlavě šátek apod. Na severu Itálie se setkáme se ženami i ve vedoucích pozicích. Dnes jsou uznávanými odbornicemi a jedná se s nimi velmi zdvořile a galantně.

Soutěž



Vyhrajte balíček vyhlazující péče o pleť Granátové jablko Weleda

Čistě přírodní přípravky s certifikací NATRUE vyhlazují vrásky a chrání pleť, působí rovněž jako přírodní antioxidant. Jsou určeny především ženám od 40 let. Základem celé řady je olej ze semen granátového jablka v BIO kvalitě. Vyhlazující denní krém Granátové jablko Weleda podporuje pleť v přirozeném procesu odbourávání volných radikálů, a tím výrazně zpomaluje stárnutí pokožky. Vyhlazující noční krém Granátové jablko Weleda je určen pro hloubkovou regeneraci pokožky během noci, aktivuje obnovu buněk a zlepšuje pružnost pokožky. Zjemňuje vrásky a celkově vyhlazuje pokožku. [více informací na www.weleda.cz](http://www.weleda.cz)



Soutěžní otázka:

Jaké produkty zahrnuje vyhlazující péče o pleť Granátové jablko Weleda?

- Vyhlazující denní krém, vyhlazující noční krém, vyhlazující oční krém
- Vyhlazující denní krém, vyhlazující noční krém, vyhlazující maska
- Vyhlazující denní krém, vyhlazující noční krém, vyhlazující oční krém, vyhlazující sérum



Odpovědi zasílejte na email: brixci@iprosperita.cz do 10. března 2012. Uvádějte celé jméno, adresu a mobilní telefon. Z těch správných vylosujeme dvě. Výhrou budou balíčky krémů Weleda Granátové jablko denní krém a Granátové jablko noční krém.

Rychlý úvěr na podnikání od ČSOB

ČSOB od února nabízí novinku – produkt, který je určený všem klientům, kteří potřebují snadno a téměř okamžitě sehnat peníze pro své podnikání. Rychlý úvěr na podnikání je určen všem novým i stávajícím klientům, kteří podnikají alespoň rok. Výhodou nového produktu jsou peníze na účtu s limitem 150 tisíc korun bez zajištění neprodleně po podpisu smlouvy o úvěru.

„Nový produkt „Rychlý úvěr na podnikání“ částečně nahradí stávající účelový úvěr Malý úvěr pro podnikatele a přináší mnoho vylepšení a výhod pro klienty. Účel úvěru není třeba dokládat. Je vhodný pro financování podnikatelských aktivit, jako jsou marketingové výdaje či pořízení firemního vybavení,“ zmínil se o novém produktu Roman Kracík, vrchní ředitel pobočkové sítě SME. Podle průzkumu ČSOB z loňského roku hraje jednoduchost vyřízení úvěru při výběru banky

velmi důležitou roli pro dvě třetiny firem. Pro firmy je také důležitý individuální přístup banky při vyřizování úvěru. „Rychlý úvěr na podnikání jsme zavedli v reakci na potřeby klientů, kteří požadovali menší částku, rychlost a jednoduchost vyřízení,“ doplnil Roman Kracík. Díky požadavku na předložení pouze jednoho daňového příznání je úvěr vhodný i pro klienty, kteří podnikají pouze jeden rok a rychle potřebují disponibilní peníze. Úroková sazba je fixní ve výši od 12,7 % p.a. V akční

nabídce, která platí do konce června, však bude úroková sazba snížena o 1 procentní bod p.a., pokud klient uzavře úvěr v termínu akce. Rychlý úvěr na podnikání má limit 1,5 milionu Kč na dobu až 5 let s měsíčními anuitními splátkami a bez potřeby vlastních zdrojů klienta. Minimální výše úvěru je 50 000 Kč, přičemž do 150 000 Kč je bez zajištění. Peněžní prostředky se připíší klientovi na běžný účet vedený v ČSOB do druhého dne po podpisu smlouvy o úvěru. (tz)

► Španělsko

Španělky po mnoha létech Frankovy diktatury získaly podstatně více svobod, ke skutečnému zrovnoprávnění s muži však dochází pomalu. Pouze výjimečně se setkáme s ženou, která se plně věnuje své kariéře. Chování žen dosud ovlivňuje především katolická církev. Postavení vzdělaných žen-profesionálek i ve vedoucích funkcích je však dnes již všeobecně respektováno. Vždy se však přísně dbá na jejich početnost. Obchod je sice převážně mužskou záležitostí, ale Španělé se vždy chovají k ženám velmi slušně a berou ženu i jako obchodnici či podnikatelku.

Norsko

postavení žen v norské společnosti je v porovnání s jinými zeměmi velmi dobré. V roce 2005 byl dokonce v Norsku přijatý zákon, podle kterého musí 500 největších firem a společností mít ve vedení alespoň 40 % žen. Na splnění těchto podmínek měly podniky dvouletou lhůtu.

Řecko

Řecké ženy byly ještě donedávna hodnoceny a samy sebe oceňovaly podle toho, co dokázaly doma jako matky a tvůrčitelky domova, než podle toho, co dokázaly v práci. Na neprovdanou ženu se dodnes pohlíží jako na raritu. Většina žen dnes již pracuje, i když v tradičních

řeckých společnostech mají zřetelnou převahu muži. Také obchod zůstává doménou mužů. Provdané ženy se snaží najít takové zaměstnání, které jim umožní plně se věnovat rodině.

Portugalsko

Ženy jsou dnes v obchodě považovány za stejně výkonné jako muži. Málokdy však dosáhnou vyššího postavení, i když tvoří asi jednu třetinu pracovních sil. Žena je stále ještě většinou v domácnosti a v oblasti mezinárodního obchodu se sotva setkáte s nějakou ženou. Pokud se při jednání náhodou setkáte se ženou, jednání bude pravděpodobně rozvláčnější, delší a projevy více emocionální. Muži se pak vůči ženě musí chovat naprosto zdrženlivě, s respektem, ale velmi zdvořile a galantně. Komplimenty by neměly být příliš intimní.

Švédsko

Poměrně vysoké procento žen je zaměstnáno, a to nejen v tradičních sférách, jako jsou zdravotnictví či školství. V politickém a hospodářském životě zaujímají ženy významné postavení. Zhruba 22 % všech pracovních sil, a to zejména žen, pracuje na zkrácený úvazek. Zatímco u nás není zcela běžné, aby žena měla dítě a zároveň docházela do zajímavého zaměstnání na zkrácený pracovní úvazek, ve Švédsku má tuto možnost naprostá většina žen a hojně ji využívá. Děti si ženy pořizují až ve vyšším věku (nad 30 let). Švédsko však také patří k zemím s vysokou rozvodovostí. Švédské rodiny jsou obvykle malé (s jedním, nejvýše se dvěma dětmi) a často společně žijí rodiče neoddaní. Dnes je ve Švédsku moderní adopte dětí z jiných zemí, především z Asie a Afriky. Švédsky patří společně

s Norkami a Dánkami mezi nejemancipovanější ženy Evropy. Jsou rovnoprávné, sebejisté a sebevědomé. Přesto od mužů vyžadují ochotu pomoci a vstřícná jednání. Muži schopnosti žen uznávají a chovají se k nim zdvořile.

Finsko

Kromě vysokého podílu žen v politice a ostatních veřejných funkcích přibývá také žen zaměstnaných v obchodě. Ženy se podílejí vysokým podílovým procentem na celkové pracovní síle vůbec – cca 47 %. Tomu napomáhají především rostoucí životní náklady. Proces emancipace je zde však pomalejší než v Dánsku a o úplné rovnoprávnosti žen ve společnosti nelze mluvit. Nadále existují rozdíly v plotech a ve vedoucích pozicích stále převažují muži, i když daleko více žen než mužů má vysokoškolské vzdělání. Přesto dnes nalezneme určité množství žen i v manažerských pozicích, četné zastoupení mají ženy v parlamentu a jiných státních institucích. Dnes i prezidentkou je žena a v 18členné vládě pracuje 7 žen. Takové zapojení žen umožňuje velmi dobře vybudovaný systém vysoce kvalitních předškolních a školních zařízení. Dnes je sociální postavení Seveřanek, a tedy i Finek v porovnání s ostatními Evropankami lepší. Šovinistické postoje vůči ženám jsou nepřijatelné. Ženy ocení zdvořilost, s konečnou platností však hodnotí muže podle jejich postoje k rovnoprávnosti. Ženy jsou obvykle finančně nezávislé a může se například stát, že nabídnou, že zaplatí svou část účtu v restauraci. Muž může slušným způsobem odmítnout tuto nabídku, ale je stejně slušné za některých okolností ji přijmout.

Soňa Gullová, Vysoká škola ekonomická v Praze



Žena – obchodnice či jednatelka má často povinnost navrhnout schůzku nebo pozvat do restaurace, a to i muže, je-li to v zájmu firmy. Pak také přebírá veškeré povinnosti hostitele, včetně placení.

Platební karta rodu ženského

Společnost MasterCard ve spolupráci s J&T Bankou uvedly na český trh novou platební kartu pro dámy. Karta Réservés aux femmes je mezinárodní čipová platební karta MasterCard, která jeho držitelkám přináší řadu výhod. Patří mezi ně členství v programu International Airline Passengers Association (IAPA), členství v programu Priority pass, službu J&T Concierge Réservés aux femmes nebo cestovní a úrazové pojištění J&T.

Od počátku prosince si mohou české ženy pořídit speciální platební kartu Réservés aux femmes, kterou uvedla na trh společnost MasterCard a J&T Banka. „Jsme velice potěšeni, že platební karty určené především ženám si získávají u bank v ČR oblibu a stávají se trendem. Dosud bylo vydáno již několik tisíc MasterCard platebních karet věnovaných právě ženám. Nová karta Réservés aux femmes přináší svým držitelkám příjemné výhody, které jistě ocení. Tuto kartu mohou ženy považovat za užitečného pomocníka v jejich každodenních situacích,“ upřesnila Ivana Laňová, obchodní manažerka MasterCard Europe pro Českou republiku. „Je nezbytně nutné přicházet s projekty, které osloví také ženy. Jsme velice rádi, že jim tak můžeme spolu s MasterCard nabídnout speciální kartu Réservés aux femmes. Ta nejen díky J&T Concierge službám svým držitelkám zpříjemní každý den, ale nechá je i nahlédnout do světa privátního bankovníctví, kde komfort je absolutní podmínkou,“ uvedl Andrej Zatko, ředitel privátního bankovníctví J&T Banky.

Parádní doplňkové služby

Držitelky s kartou Réservés aux femmes získají automaticky i další doplňkové služby. Patří mezi ně členství v programu International Airline Passengers Association

(IAPA), což je mezinárodní organizace, která poskytuje držitelům platebních karet výhody a nadstandardní služby, jako jsou hotelové slevy, slevy v autopůjčovnách, cestovní služby, bezplatné rezervace, zabezpečení zavazadel a klíčů apod. Další výhodou je členství v programu Priority pass, což je členský celosvětový program, který umožňuje přístup do více než 600 „VIP salónek“ na více než 320 mezinárodních letištích, ve více než 100 zemích, a to nezávisle od využívané letecké společnosti. Vstup do salónek je zpoplatněný dle platného sazebníku Banky. Zákaznice se dále mohou těšit na službu J&T Concierge Réservés aux femmes, která je nadstavbou k ostatním finančním službám. Je důkazem, že peníze nejsou cílem, ale prostředkem k příjemnějšímu životu. Držitelky tak budou mít servis šitý na míru, přístup k exkluzivním informacím, destinacím, službám.

Úklid domácnosti i zahrádky

Další služby J&T Concierge na platební kartě jsou: úklid domácnosti, čištění oděvů, oprava obuvi, hlídání dětí, zahrádky, kuchař nebo opravy v domácnosti. Služby J&T Concierge jsou k dispozici v pracovních dnech. J&T Concierge také nabízí možnost využít 24hodinový membership Concierge s osobním zákaznickým



Concierge.

V neposlední řadě čeká na držitelky karty cestovní a úrazové pojištění J&T, které je vytvořené speciálně pro klienty J&T BANKY ve spolupráci s pojišťovnou MetLife AMCICO. Výhodou pojištění jsou nadstandardní pojistné sumy, neomezený počet výjezdů v délce trvání do 60 dní, celosvětové krytí, možnost využití na dovolenou i služební cestu, asistenční 24hodinová služba apod. Na kartě Réservés aux femmes kartě je automaticky k dispozici pojistný program J&T Silver, který zahrnuje pojištění pro držitelky platební karty, přičemž si zákazníci mohou zakoupit i vyšší pojistný program pro rodinné příslušníky J&T Gold nebo Platinum.

Více informací o nové dámské platební kartě Réservés aux femmes naleznete na www.mastercard.cz nebo na www.jtbank.cz. (tz)

McDonald's otevřel první restauraci ve Frýdku-Místku

Společnost McDonald's slavnostně otevřela první restauraci ve Frýdku-Místku v ulici Na Příkopě. Je vystavěna podle nejnovějších celosvětových trendů společnosti McDonald's, nízkoenergetická budova je vybavena moderním designovým interiérem a unikátními technologickými řešeními. Samozřejmostí je kavárenský koutek McCafé, který rozšiřuje stálou nabídku restaurace o rozmanité kávové speciality a prvotřídní dezerty a zákazníkům poskytuje příjemné kavárenské posezení. Celková investice do výstavby restaurace činila téměř 49 milionů korun. Návštěvníci nové restaurace McDonald's se mohou těšit na jedinečný design LIM Food. Tento design vytvořený Philippem Avanzim v pařížském Design Studiu patří mezi celosvětově nejúspěšnější koncepty. Pro LIM Food jsou typické přírodní uklidňující, ale i veselé barvy a kombinace fotografií osob a jídla za použití metafor. Celková kapacita restaurace je 182 míst k sezení, z toho 92 míst v restauraci, 26 míst v McCafé a 64 míst na zahrádce.



Ve venkovní části restaurace se nachází dětský koutek a hřiště, řidiči ocení 40 parkovacích míst na venkovním parkovišti nebo možnost obsluhy přímo do vozu prostřednictvím McDrive. Restaurace je vybavena špičkovou technologií pro přípravu jídel, použita byla LED svítidla a jiná podpůrná zařízení snižující energetickou náročnost budovy. Mezi standardní služby patří připojení na internet přes Wi-Fi zdarma. V restauraci McDonald's ve Frýdku-Místku bylo vytvořeno 50 pracovních míst. Tuto restauraci provozuje samostatná obchodní podnikatelka společnosti McDonald's franšizantka paní Kamila Kleiblová na základě licence McDonald's. V současné době je v české republice 88 restaurací McDonald's, v sedmadvaceti z nich je zákazníkům k dispozici McCafé. V letošním roce plánuje společnost McDonald's otevřít 4 nové a zrekonstruovat 15 stávajících restaurací McDonald's. Ve všech nově zrekonstruovaných restauracích bude pro zákazníky vystavěn kavárenský koutek McCafé. (tz)

Život je přímý přenos

Doma to slyším ráno i večer – více zeleniny, proč nejsou v mrazáku ryby, jaktože jsi vynechala rotoped, když jsi slíbila, že... Otázek, doporučení, chytrých rad od své dcery i syna dostávám víc než dost, dokonce i povzbudivou formou, takže mě nerozhodí, nenaštvo, a nutí spíše k zamyšlení. Přesto se k některým vychytávkám dostávám velkou oklikou a se zpožděním. Přiznávám, ctím kouzlo klasické české kuchyně a k mému naturelu patří.

Na druhé straně miluji zeleninu ve všech podobách a možnost čerstvé ovoce pojídat rovnou ze stromu pokládám za skutečný dar boží. Ctím dietologická varování i nejnovější vědecké výzkumy, naslouchám programům zdravotních pojišťoven. To však nestačí. Ve stresu si libuji a hubnutí házím sem tam za hlavu. Nemám disciplínu a spoléhám na to, že mně se přece nemůže nic... Občasné zdravotní obtíže však dávají za pravdu tomu, s čím potají souhlasím: prevence vlastně nic není. Jak o tomto kouzelném slovíčku uvažuje Ing. Alena Jakšová, ředitelka Obchodně-organizačního odboru Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR?

Letos slaví vaše zdravotní pojišťovna 20. narozeniny. Za tu dobu jste pro pojištěnce a všeobecně pro ty, kteří dbají na prevenci a chápou, co se skrývá pod pojmem zdravý životní styl, udělali hodně nejen osvětou, ale i praktickými kroky. Co má největší úspěch?

Jedná se o komplex činností zaměřených na podporu prevence, není to jedna akce. Nejvíce je pro veřejnost viditelný projekt, který prezentujeme na našich stránkách www.zdravijakovasen.cz, které jsou orientované na zdraví a přitažlivou, nevtíravou formou informují čtenáře o tom, jak mají o sebe pečovat a zajistit si dobrou kvalitu svého života. Chceme jim pomoci k tomu, aby si více uvědomili, že radost ze svého života si opravdu vychutnají tehdy, když budou v dobré fyzické i psychické kondici. Jsou mnohdy překvapeni, jak minimální a nenáročná úprava životního stylu stačí k tomu, aby se cítili lépe. O tom, že se nám to daří, svědčí vysoká návštěvnost našich webových stránek. Vhodná informovanost velmi přispěla k tomu, že četnost preventivních vyšetření, zejména některých závažných diagnóz, vzrostla až o desítky procent. Tento



Ing. Alena Jakšová

výsledek nás velmi těší o to víc, že dnes včasné odhalení případného počínajícího zdravotního problému, a tudíž rychlé zahájení léčby, dává velmi vysokou naději na úplné vyléčení. Informace o významu preventivních vyšetření vede k odpovědnosti lidí ke svému zdravotnímu stavu a k zájmu o zdravější životní styl.

Chceme jim pomoci k tomu, aby si více uvědomili, že radost ze svého života si opravdu vychutnají tehdy, když budou v dobré fyzické i psychické kondici. Jsou mnohdy překvapeni, jak minimální a nenáročná úprava životního stylu stačí k tomu, aby se cítili lépe.

Zahájili jste také rozumné tažení proti obezitě a spolupracujete s naším nejznámějším výživovým

poradcem Petrem Havlíčkem. Pořádáte akci Změním se. Hlásí se spíše ženy, nebo muži?

Hlásí se ženy i muži. Rozdíl je v důvodu, proč se do tohoto programu hlásí. Mladší ženy chtějí zejména shodit nadbytečná kila. Jejich motivace je více založena na estetickém hledisku. Mužům středního věku leží na srdci spíše zdravotní stránka související s jejich nadměrnou hmotností. Náš program je zaměřen na vybudování takových stravovacích a pohybových návyků, které zajistí optimální hmotnost odpovídající tělesnému typu zapojeného účastníka. Průběh proměny a výsledky zveřejňujeme na www.zdravijakovasen.cz.

Kdo se dnes více stresuje? Něžná

polovina lidstva v roli vytížených maminek, podnikatelek, manažerek, babiček, anebo muži, ať již v jakékoli roli?

Myslím si, že míra stresu nesouvisí s významem, ale s připraveností člověka na svoji roli, ať už je jakákoliv. Je třeba být připraven na každou roli, kterou dostaneme či si ji sami zvolíme. Každodenní život je komplikovanější v tom, že si jej nemůžeme nazkoušet „nanečisto“, je to jakýsi přímý přenos. Myslím si, že nejlepší prevence stresu je dobrá psychická kondice, pozitivní myšlení, reálné představy o možnostech a stanovený časový rámec pro jednotlivé aktivity. ▶

► **A komu lze připsat vřelejší vztah ke zdravějšímu životnímu stylu? Ženám, mužům, mladší generaci, nebo lidem ve středním věku?**

Odpovědnější ke svému zdraví jsou většinou lidé, kteří mají motiv. Ať už estetický, či zdravotní. Dá se říci, že lidé s většími zkušenostmi, spíše lidé středního věku, jsou ke svému zdraví odpovědnější než mládež. Je třeba veřejnost stále informovat o významu zdravého životního stylu, vhodným, přitažlivým způsobem. Standardní poskytování lékařských odborných informací mládeži, která zatím neřeší zdravotní problémy, je pro ni nezáživné, byť by obsahovala moudra velmi vysoké hodnoty. Je tedy nutné zkombinovat odborné sdělení s vhodnou formou komunikace. Prezentace musí být přitažlivá a svěží. Toto je i důvod, proč jsme do projektu Zdraví jako vášně zapojili populární osobnosti herce Pavla Křížze, specialistu na výživu Petra Havlíčka a zpěvačku Martu Jandovou. Jsem ráda, že se nám díky tomu daří udržet zájem o zdravý životní styl na vysoké úrovni.

Hubnutí však už dávno není o tom, že shodit přebytečné kilogramy je potřeba,

Vyzkoušela jsem některé námi prezentované programy, snažím se vhodně stravovat a našla jsem si každý večer chvíli i na cvičení. Cítím se velmi dobře. Mohu doporučit.

daleko podstatnější je udržet trend, získat vhodnější návyky, harmonizovat sama sebe. Jak k tomu účinně motivovat?

Máte pravdu. Počáteční nadšení nestačí, většinou brzo opadne. Jednoznačně zde platí, že je třeba posílit důvod pro dlouhodobý zájem k udržení optimální hmotnosti. Motivace, její dostatečné a trvalé posílení, je vždy individuální záležitost.

Pro zájemce o nenáročné, ale účinné cvičení jste připravili zajímavé triky, jak něco pro zdraví udělat nenásilnou, příjemnou formou, mnohé z toho se dá vyčíst právě na vašich webových stránkách. Ohlas na to je asi značný...

Opravdu se setkáváme s pozitivním ohlasem na naši novou sekci „Buďte fit a cvičte s námi“ na www.zdravijakovasen.cz, pro kterou se nám podařilo získat právě

půvabnou Martu Jandovou. Jsme velmi spokojeni. Je to o tom, jak přitažlivým způsobem nejenom prezentovat, ale i vzbudit zájem o praktické provádění nenáročného a jednoduchého cvičení, pro které má podmínky prakticky každý.

Co se vám osobně nejvíce osvědčilo v péči o sebe samu? Jste vyčizenou manažerkou, která připravuje strategii řady programů propagujících zdravý životní styl, mnohé jste jistě vyzkoušela, na druhé straně víte, že bez stresu a otvírání chladničky pozdě večer to někdy skutečně nejde...

Stres asi zná každý, ten nepříjemný pocit, kdy se zdá, že něco nejde tak dobře nebo tak rychle, jak by si člověk představoval, že prostě nestíhá, a navíc další nové úkoly přibývají. Většinou mi stačí zastavit se, přehodnotit některé věci, zbavit se nepodstatného a nedůležitého a oddělit to od toho, co má skutečně význam pro splnění cíle. Samozřejmě, že se také snažím o to, co propagujeme na našich webových stránkách – o zdravý životní styl. Vyzkoušela jsem některé námi prezentované programy, snažím se vhodně stravovat a našla jsem si každý večer chvíli i na cvičení. Cítím se velmi dobře. Mohu doporučit.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

Dvě ze tří českých

V celé třetině českých domácností nenajdete osobní počítač. V celoevropském srovnání jsme se umístili až na 21. příčce. Kromě většiny zemí západní Evropy nás předběhlo také Estonsko, Slovensko nebo Maďarsko. Již brzy se blýská na lepší časy – jenom v posledním čtvrtletí nakoupili Češi o 12 procent více počítačů než o rok dříve. Společnost Dell, která má nyní zhruba desetiprocentní podíl na českém trhu, zde proto vidí velký potenciál dalšího rozvoje. Letošní rok bude pro Dell ve znamení výrazného posilování pozice zejména v segmentu počítačů pro domácí použití. Pomocí má bohaté portfolio notebooků z řad Inspiron nebo XPS, ale i kultovní linie herních počítačů Alienware. Vůbec poprvé bude na českém trhu k dispozici také ultrabook Dell. „Značka Dell je pro mnohé stále spjata zejména s počítači a příslušenstvím pro firemní zákazníky. Těto nálepky bychom se chtěli zbavit, protože máme co nabídnout také rodinám s dětmi, studentům nebo hráčům počítačových her,“ vysvětlil Radovan Kohút, marketingový manažer Consumer divize společnosti Dell pro region střední a východní Evropy, a dodal: „Postupně se nám daří prorazit i v tomto segmentu. Velmi nás těší zejména prodeje notebooků. V posledním čtvrtletí loňského roku jsme jich prodali o 58 procent více než rok předtím.“ „Segment domácností považujeme za velmi perspektivní,“ řekl R. Kohút. „Podle údajů z posledního sčítání lidu v České republice stále existuje více než 1,5 milionu domácností, ve kterých nenajdete žádný osobní počítač.“ Ten u nás vlastní pouze 64 % domácností, což je hluboko pod evropským průměrem (74 %). „Předpokládáme, že trend nastolený v loňském roce bude dále pokračovat. Letošní rok bude v prodeji produktů Dell domácnostem tím nejsilnějším za posledních 20 let, tedy za celou dobu našeho působení na českém trhu,“ komentoval plány na nejbližší období Martin Ulčák, obchodní manažer společnosti Dell pro Českou republiku a Slovensko. Počítače řady Inspiron zaujmou zejména rodiny s dětmi. (tz)

Karta života
s Petrem Šiškou

KARTA, která vám může zachránit život

Nyní i ve vašem mobilním zařízení pomocí aplikace pro iPhone a Android

Online přístup k aktuálním zprávám ZP MV ČR

Rychlý přístup k důležitým zdravotním informacím v případě ohrožení života

Možnost aktualizace dat přímo z aplikace

Přístup ke svému osobnímu účtu vykázané zdravotní péče zpětně až 3 roky

www.zpmvcr.cz infolinka 844 211 211

ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA MINISTERSTVA VNITRA ČR **211**

Jak efektivně využít čas



Zuzana Valešová, Online Marketing & E-shop Specialist,
MobilKom, a.s. (operátor U:fon)

Vzhledem k tomu, že přibližně jednu třetinu svého života prospím a další třetinu až polovinu trávím v práci, je podle mě důležité, aby mě práce bavila a naplňovala. Zjistila jsem totiž, že mimo jiné se tak stávám ještě produktivnější. Proto se snažím k práci přistupovat pokud možno pozitivně, což mohou v neposlední řadě ocenit i kolegové. Čas, který trávím mimo práci, pak zaplňuji převážně aktivitami, které vyživují mé tělo i ducha. Podle toho a své momentální nálady dělím svůj čas mezi své přátele, rodinu, lidi s podobnými zájmy a co je nejdůležitější – umím si ukrást pár minut jen sama pro sebe.

Horoskopy

Co nám připravily planety

Horoskopy Daniely Hannah, které se pravidelně objevují na webu www.madambusiness.cz, najdete ve zkráceném znění také na tomto místě. Třeba vám pomohou při důležitých krocích ve vašem životě.

Novoluní v Rybách 22. 2. 2012

Tento den bude velmi emocionální. Zaměřte se na svůj duchovní vývoj. Pootevřou se vám dveře do světa esoteriky a ta kultivuje duši. Dvojky v datu při tomto novoluní hovoří o Veleknězce, intuici, dualitě. V této době odstraňte veškeré vaše závislosti, planety vám budou nakloněny. Pracujte na své dokonalosti! Obklopte se láskou, ale také ji rozdávejte!

vaše Daniela Hannah

více na www.madambusiness.cz, www.astrokarty.cz

Konec blbé nálady

Zase jsem vstával levou nohou napřed. Dokonce už ve chvíli, kdy jsem poprvé otevřel oči, jsem dostal neodolatelnou chuť je zas rychle zavřít. Možná máte podobné pocity, když se probudíte do tmy. To málokomu přidá dobrou náladu do nového dne. Přitom v únoru už by mělo být světla dost, jenže slunce si se svítáním dává na čas. „Na Hromnice o hodinu více,“ praví staré přísloví, ale ta hodinka se asi přidává až odpoledne. Když už se nějak vymotáte z postele, protože musíte, zjistíte pozoruhodnou věc. Zatímco večer jste uléhali zdraví jako tuřín, ráno po vydatném spánku vstává churavý člověk, kterého bolí celé tělo. Jak to jde dohromady s obecným míněním, že spánek prospívá, opravdu nevím. Rád bych aparát rozhybal, ale pouhý náznak cvičení nebo jen prudšího pohybu naráží na omezené možnosti zatuhlých kloubů a svalů. Pokoušet se s tím něco udělat je jen ztráta času, jenž vám bude chybět při ranní hygieně. Vynecháte tedy i pravidelnou studenou sprchu, čímž se připravíte o možnost cítit se po ní svěží, bystřejšího ducha a veselejší myslí. Snídaně nestojí za nic. Co taky čekat od okoralé skývy chleba a rozteklé zavařeniny? Že mám koupit máslo, si připomínám marně už druhý týden. Čaj je nejprve příliš horký, pak už není ani chvílka na pití, protože autobus do práce na opozdilce nečeká. Nezbyvá než vyrazit na poslední chvíli ve špinavých botách, které se snad podaří vyčistit někde cestou. Pocit viny vystřídá sklíčenost z jízdy ve stoje, což bývá nejobvyklejší synonymum veřejné dopravy. Pokračovat už jistě nemusím, abyste si

sami vytvořili představu o mé blbě náladě. Už to dnes nebude lepší. Naladil jsem se na strunu negativního emocionálního bilancování. Rezignovaný občan ani neočekává, že se situace změní během příštích 24 hodin. Potěšit ho může jen zjištění, že se, jak předvídal, potvrzuje příchod nových nezdarů a ty na něj budou dopadat hlava nehlava dotud, dokud večer unaven a náležitě zdeptán neusne, nebo se aspoň nedočká půlnoci. Radost je to masochistická, ale když nic jiného nemáte, berete i tu. Protože se považuji za filozofický typ, neházím problémy všedního dne jen tak za hlavu, ale bádám si v nich a snažím se přijít jim na kloub. Zvláště pak, že z toho mohou mít prospěch ostatní. Blbá nálada se totiž v našich zemích rozmohla tak, že patří k nejčastějšímu duševnímu rozpoložení moderního člověka. Výraz tváří spolupostupujících, s nimiž sdílím dopravní prostředek, se mi vůbec nelíbí. Obličej jsou ustarané, rysy strhané, ústní koutky směřují dolů, v očích se často zračí zloba. Úplně se v tom davu ztrácím. Patřím totiž k té většině, jíž ke spokojenosti zřejmě něco chybí. Proto se Diogénes začal zamýšlet nad příčinou, co to asi bude. Hloubal jsem a přišel na odpověď. Bohužel, kladná a záporná emoce pro nás nemá stejnou hodnotu. Potíže nás trápí víc, než nám přináší radost z úspěchu. Bolest si pamatujeme déle než prožitou slast. Když se věci daří, považujeme to za samozřejmost, když se proti nám spiknou, bereme si

to osobně. A když se nám nic zvláštního neděje, pocítujeme až nepříjemnou nudu a hledáme z ní únik.

Někdo namítne, že míchám jablka s hruškami. Bolest u zubaře přece nemůže vyrovnat požitek z toho, když si dáme něco dobrého na zub. Budiž! Jak je ale možné, že rozladění ze ztracené tisícovky bývá neporovnatelně větší než radost z toho, že jsem stejnou částku ušetřil výhodným nákupem? V matematice to vychází. Tisíc korun na jedné straně rovnice odpovídá jednomu tisíci korun na druhé straně rovnice. Zkoumám-li vliv těchto peněz na náladu člověka, dojdu k závěru, že výsledek je výrazně záporný. Ale jak se dobrat konce blbé nálady?

V penězích to nebude, jak jsem naznačil výše. Nezbyvá než silou vůle vychýlit naše emocionální váhy výrazně doprava, tedy do kladných hodnot. Radovat se z události, které by nás dříve nechaly naprosto chladnými. Probudil jsem se ještě za tmy? No sláva, tak to se mi nepodařilo zaspát a snad dnes stihnu i snídani. Vstal jsem z postele a daří se mi dojít do koupelny? Hurá, důchod už pomalu klepe na dveře a já jsem ještě Jura! Klátím se cestou do práce u tyče tramvaje a snažím se nespadnout na sedící mládež? Skvělé, stále ještě má zaměstnavatel zájem o mou pracovní sílu! Vůbec to nemyslím ironicky. Spokojenost se nedá koupit ani ukradnout

se nedá koupit ani ukradnout v samoobsluze. Ať se berňák, počasí i zlostný soused postaví proti, vždy z toho můžete vyvážnout s dobrou náladou. Jen si nenechte namlavit, že to už dnes není moderní, trendy, in. Pavel Kačer



Africké ženy, verbena a parfém

Svět voní značkami. A nejen to. Řada globálních firem nespolehá pouze na své produkty, jméno a image. Smysl podnikání spatřují i v činnostech, které mají vysokou přidanou hodnotu. Tak také značka pureDKNY, patřící společnosti Estée Lauder oznámila další spolupráci s CARE – přední humanitární organizací, která pomáhá ženám na celém světě vymanit se z chudoby.

Ku příležitosti uvedení nové vůně značky pureDKNY na trh, která nese název Verbena, poskytne společnost DKNY organizaci CARE finanční dar na podporu programu realizovaného na celém území afrického kontinentu s názvem „Access Africa“. Ten se snaží získat prostředky k tomu, aby bylo možné poskytnout pomoc ještě většímu počtu žen dostat se z podmínek chudoby. Partnerská spolupráce pureDKNY a CARE začala v roce 2010, když se na trhu objevil parfém pureDKNY Vanilla. Tato iniciativa pomohla při vzdělávání pěstitelů vanilky v Ugandě v rámci programu mikrofinancování organizace CARE – pro zakládání místních spořitelních a úvěrových asociací (Village Savings & Loan Associations, VSLA).

Co mění vanilka

Na základě zkušeností organizace CARE je zřejmé, že když mají lidé z těch nejchudších komunit na světě přístup k základním finančním službám – včetně zajištění vkladů, úvěrů, pojištění a jiných produktů – dokáží se sami vymanit z chudoby. Nákupem vanilky od místních ugandských pěstitelů, z nichž většinu tvoří ženy, učinila značka pureDKNY krok k tomu, aby pomohla zajistit dlouhodobou produkci vanilky v tomto africkém státě. „Jela jsem se do Ugandy podívat, abych sama zjistila, jakého pokroku jsme dosáhli,“ uvedla Angela Lindvall, globální mluvčí pureDKNY. „Potkala jsem tam mnoho žen jako Nuellu. Ta jako členka programu VSLA měla možnost půjčit si nezbytné finanční prostředky k zajištění zdravotní péče pro své děti a ochránit je tak před malárií. Jiná žena jménem Immaculate může nyní posílat své děti do školy. Díky naší revoluční vůni pomáháme měnit životy lidí.“ „PureDKNY vytváří hnutí, nejen finanční pomoc,“ zmínila Veronique Gabai-Pinsky, prezidentka společnosti Aramis and Designer Fragrances. Program „Access Africa“ organizace CARE pomáhá zakládat vesnické spořitelní a úvěrové asociace

v 39 afrických zemích a jeho cílem je pomoci během příštích deseti let 30 milionům lidí. „Prostřednictvím spolupráce s organizací CARE se snažíme díky naší vůni něco na tomto světě změnit. Podporujeme cíl organizace CARE zahrnout do programu větší počet žen, dětí a mužů a zajistit jim vzdělání, aby se mohli osvobodit od chudoby.“

PureDKNY – kapka verbeny

Verbena-bazalka, hybridní tón, který je základem vůně pureDKNY Verbena, byl vytvořen ze specifické odrůdy drobné rostliny verbena. Ačkoli se jedná o bylinu, tato rostlina má svěží citrusovou vůni připomínající citron. Verbena se používá v parfémtech a výtlačích již po staletí. Druh rostliny použitý ve vůni má navíc svěží zelenou nuanci bazalky, díky čemuž je olej, který se z ní získává, neuvěřitelně svěží a čirý. Vůně byla vytvořena tak, aby byla zdůrazněna svěžest této suroviny, jež je vyvážená rafinovanou lehkou květinovou strukturou a podpořená přirozenou hloubkou vůně. Konečným výsledkem je trpytivá, vlhká svěží vůně, která zosobňuje značku pureDKNY. PureDKNY je víc než jen vůně – díky spolupráci společnosti DKNY s organizací CARE pomáhá tento výrobek příznivě ovlivnit a zlepšit finanční budoucnost žen, kapku po kapce. Prostřednictvím nákupu verbeny od místních pěstitelů v Togu, kde většinu tvoří ženy, posunula pureDKNY snahu zajistit dlouhodobou produkci

verbeny v Togu zase o krok kupředu. To tvrdí Trudi Loren, viceprezidentka divize společnosti pro rozvoj vůní na globální úrovni skupiny Estée Lauder Companies Inc. a dále dodává: „Vůně, se kterou je spojená dobročinnost, nám umožňuje do jisté míry zplnomocnit ženy z jiného světadílu, a navíc dokáže něco na zemi změnit.“ Krabička parfému pureDKNY Verbena odráží čistotu a jednoduchost. Flakon inspirovaný kapkou deště je vyrobený z průzračně čirého skla; sklo je ze 100 procent recyklovatelné a také vršek z vysoce kvalitního hliníku je možné celý recyklovat. Vnější obal je z papíru původem z certifikovaného lesa a pro natištění textu byly použity inkousty z mírně těkavých organických sloučenin; obaly byly vyrobeny v závodech využívajících větrnou energii. Papírový obal je zabalen ve fólii NatureFlex™ vyráběné z obnovitelné celulózy původem z řízených plantáží. Kapka verbeny z Afriky, kapka dobré vůle. Vůně pureDKNY nadále podporuje místní komunity a práci organizace CARE. Brání důstojnost, bojuje proti chudobě. Pomozte věci změnit, je to tak jednoduché.

O programu „Access Africa“ organizace CARE

Program organizace CARE s názvem „Access Africa“ zajišťuje finanční služby založené na spoření pro daleko více lidí v Africe než jakákoli jiná nevládní organizace. Během příštích 10 let se tento program dostane k 30 milionům lidí v 39 afrických zemích. Spořitelní a úvěrové asociace organizace CARE obvykle tvoří ženy, které každý den žijí z méně než 2 amerických dolarů a které si každý týden společně spoří ušetřené centy. Poté si vzájemně poskytují malé půjčky, aby pomohly s financováním menších podnikatelských aktivit a základních výdajů spojených s vedením domácnosti. Organizace CARE nabízí členkám asociací VSLA jednoleté intenzivní školení ve finanční gramotnosti. Jelikož asociace VSLA jsou soběstačné a řízené jejich vlastními členkami, jsou udržitelné a lze je zakládat ve všech komunitách, kde tradiční finanční instituce nemohou fungovat.

(tz)



Vítejte



Největší

sít' prodejen potravin
v České republice



COOP. Všechno dobré.

www.skupina.coop

coop