

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Květnová ze života

Eva Brixi

Slyším tvůj tvar
Cítím tvůj hlas
Bereš mne do dlaní
Jednou ještě znova A zas
Šeptáš polibky na polštář
Vím Co se děje
I když zrovna nejsi u mne
Rozpaky nemám Ani ty ne
Už se známe
Byť pohledem občas každý z nás někam uhne
Kolik let už uhýbáme
Vztah je kompromis
Neplatí jediný úřední spis

Zlom na mezi kopretinu
Otrhám ji sama
Ve svém klínu

(pro Hanu Krbcovou)

Richard
Ullisch

**MOSER vytváří
nezaměnitelný životní styl**

str. 1, 10–12

rozhovor měsíce
s Richardem Ullischem,
marketingovým a obchodním ředitelem
sklární MOSER

Vábivá a svůdná vůně DKNY Be Delicious Fresh Blossom

Se začátkem jara získala kultovní klasika, vůně DKNY Be Delicious Fresh Blossom, zcela novou podobu. Vábivá a svůdná vůně Be Delicious Fresh Blossom Eau So Intense je intenzivnější verzí stávající vůně s výraznějšími tóny jemných květin, citrusovými tóny a svěžím akordem květu jabloně. Barevná kytice růží a jemné tóny vlhkého dřeva zahaleného do pižma a sametového kosatce zvýrazňují její hřejivost a smyslnost. Tato exkluzivní směsice sladce vonících květin a vašeň probouzející vůně okvětních lístků je potěšením pro smysly. „Existují dva způsoby, jak zintenzivnit vůni. Jednoduše můžete zvýšit její koncentraci,

a docílit tak většího celkového dojmu, nebo vybrat jeden nebo dva hlavní tóny a dodat vyšší intenzitu pouze jim,“ tvrdí Trudi Loren, viceprezidentka Oddělení pro vývoj vůní pro celosvětovou úroveň společnosti Estée Lauder Companies. „V případě Fresh Blossom jsem zvýraznila tóny růže a konvalinky, takže je to jako byste k těmto květinám přivoněla z větší blízkosti. Tento pugét květin vás zcela obklopuje, necítíte jen pouhý závan jeho vůně,“ řekla Trudi Loren. Růžový flakon vůně Fresh Blossom Eau So Intense ve tvaru jablka je obměnou nádherného flakonu vůně Fresh Blossom s růžovými detaily, které podtrhují intenzivní květinovou stránku vůně připomínající kytici květin.



Pojistným plněním je právní služba

Člověk nikdy neví, do jakého maléru ho osud navede. A že zákon schválnosti funguje dokonale, jsme si vyzkoušeli asi všichni. Podnikání i soukromý život dokáží zinscenovat příběhy, které by nenapsal sebelepší scénárista. A je prozíravé se před řadou dobrodružství chránit. Jak? Třeba kvalitním pojištěním. D.A.S. pojišťovna právní ochrany může být vaším andělem strážným. Pokud jste již její služby využili, dáte mi za pravdu. Co všechno vám z nabídky může být užitečné, o tom je převážná část následujícího rozhovoru s Mgr. Jitkou Chizzola, předsedkyní představenstva:

Pojišťovna právní ochrany D.A.S. má trochu odlišné poslání než většina pojišťoven – nesjednává se u ní životní pojištění nebo kapitálové a investiční či úrazové. Firmy a živnostníci se pojišťují proti tomu, aby se jim nedělo příkoří, aby je někdo neobvinil z toho, za co nemohou. Je to tak?

Naše pojišťovna poskytuje opravdu trochu něco jiného než běžné pojišťovny. Máte-li totiž pojistnou událost, poskytujeme vám především službu v podobě komplexního právního řešení vašeho problému a náklady takového řešení hradíme. Pojistným plněním tedy u nás primárně nejsou peníze (i když ty pochopitelně vydáváme za zajištění služeb), ale právní služba, chcete-li – právní servis.

Takové pojištění má velký význam právě pro drobnější subjekty na trhu, tedy pro ty, kteří si nemohou dovolit zaměstnat právníka a další odborníky. Co především svým pojištěncům garantujete?

Přestože při řešení sporů či prosazování práv platí zásada rovnosti, je realitou, že v důsledku složitosti právních předpisů má větší šanci na úspěch ten, který se v právních předpisech lépe orientuje – tudíž obvykle má větší šanci na úspěch ta strana, která si může dovolit zkušenějšího právníka. Naším klientům tak garantujeme spolehlivé právní zázemí bez vynaložení dalších finančních částek.

Naše pojišťovna poskytuje opravdu trochu něco jiného než běžné pojišťovny. Máte-li totiž pojistnou událost, poskytujeme vám především službu v podobě komplexního právního řešení vašeho problému a náklady takového řešení hradíme.

Mohla byste uvést modelové příklady, kde a jak se dá pomoci?

Produkty právní ochrany by se daly rozdělit do dvou kategorií – pro soukromé osoby a pro podnikatele. Příkladem, kdy našim klientům pomáháme, je opravdu mnoho, např. při reklamaci zakoupeného zboží, dovolené; při uplatňování nároků na náhradu škody z dopravních nehod; v případě obhajoby v trestním nebo přestupkovém řízení; při průtazích ve vyřizování pojistné události či neoprávněném snížení pojistného plnění; pomoc v případě nájemních sporů, neoprávněného užívání pozemku, pracovněprávní spory atd. Podnikatele zastupujeme např. v případě sporů o náhradu škody, obhajujeme je v trestním či jiném správním řízení, chráníme vlastnické právo k movitým věcem, zastupujeme je ve sporech se zaměstnanci a v mnoha dalších případech.

Pojištění lze rozšířit i o právní ochranu komerčních jednotek. Podrobné informace naleznete na www.das.cz.

Řadu menších firemiček vlastní ženy, ať to jsou kadeřnictví, pedikúra, kosmetické salony,



Mgr. Jitka Chizzola

květinářství, balení dárků, kavárničky, prodejny zdravé výživy a potravinových doplňků, úklid budov. V návalu práce si často ani neuvědomí, že udělaly chybu, která by je mohla hodně stát. Například si nepozorně přečetly smlouvu... V čem jim můžete být pomocníkem především?

Ano, i zde máme našim klientům co nabídnout, neboť u naší pojišťovny lze připojistit rovněž spory ze závazkového práva, kam právě spadá řešení problémů nejen s dodavateli, ale i se zákazníky našeho klienta.

Co se vlastně všechno skrývá pod pojmem právní ochrana a komplexní právní servis? Právní ochrana zajistí vám a vaší rodině spolehlivé právní zázemí a zbaví vás obav

- z nepřiměřených nákladů za právní služby, které souvisejí i s podnikatelskou činností. Pojem komplexní právní servis představuje pomoc klientům od právní telefonické porady přes úhradu nákladů advokátů, soudních poplatků, znaleckých posudků až po případnou úhradu nákladů protistrany v soudním řízení. Prostřednictvím relativně malého ročního pojistného si v podstatě předplatíte právní rady a nezbytné právní služby.

Rozšířili jste služby během doby, kdy jste na českém trhu?

Samozřejmě. Stále se snažíme vyslyšet přání a podněty našich stávajících či potenciálních klientů. Od dubna 2012 jsme znatelně rozšířili právní ochranu ve všech oblastech práva. Upozornit si dovoluji právě na výše zmiňovanou oblast sporů ze smluv u podnikatelů, možnost pojištění samostatných parcel v právní ochraně nemovitosti či poradenství v oblasti sociálního zabezpečení v právní ochraně rodiny.

Spolupracujete s řadou partnerů, ať to jsou advokátní kanceláře nebo další pojišťovny, také televizní stanice atd. Co to přináší klientům, co pojišťovně?

Snažíme se stále vysvětlovat, co vlastně právní ochrana znamená, že naše pojišťovna je opravdu jediná v ČR, která nabízí jen a pouze tento specifický produkt – pojištění právní ochrany. A s tím nám právě pomáhají naši partneři, advokátní kanceláře a samozřejmě reklama.

V čele D.A.S. jste od začátku. Když porovnáte, co se vám podařilo za těch 17 let pro jistotu v podnikání učinit, co byste jmenovala nejdříve?

Neustálé zkvalitňování našeho právního servisu a komplexní péče o klienty. Obecně zlepšení vztahů uvnitř společnosti, které se projevuje i navenek. Máme skvělý kolektiv a na to jsem hodně pyšná.

Co vás v roli manažerky naplňuje? Z čeho máte dnes radost?

Nejllepší pocit mám, když se mohu ohlédnout a vidět za sebou výsledky, spokojené klienty, kolegy a zaměstnance. To mě jako manažerku skutečně nejvíc naplňuje. Jsem velmi činnorodá a mám ještě mnoho vizí a projektů, které chci zvládnout, moje radost tedy spočívá v každé uskutečněné vizi či realizovatelném projektu. V poslední době to byla např. novelizace pojistných podmínek, zviditelnění se na sociálních sítích (Facebook, YouTube). Inovovali jsme naše webové stránky, které se staly mnohem jasnější a přehlednější. Byl to ohromný kus práce, za který chci poděkovat celému svému týmu. Věřím, že stávající i budoucí klienti budou spokojeni.

otázky připravila Eva Brixi

Růžová vína v novém filmu Líbáš jako ďábel

Růžová vína si zahrála v novém filmu Marie Poledňákové Líbáš jako ďábel, který se v těchto dnech dostává do českých kin. Takovému propojení nahrála skutečnost, že jejich obliba stoupá jak u žen, tak u mužů a jejich podíl se na produkci v České republice za poslední tři roky ztrojnásobil.

I když však popularita růžových vín v České republice v posledních letech rychle roste, například v porovnání s Francií, kde se růžové víno konzumuje dokonce více než bílé, je ještě u nás co dohánět. V Evropské unii se od roku 2009 nemůže vyrábět rosé pouhým smícháním bílého a červeného vína, ale je k tomu zapotřebí speciální technologie. Červené hrozny se pomelou a krátce na to se vylisují. Teprve pak začíná kvasný proces. „V České republice jsou pro výrobu vína tohoto typu ideální podmínky. Červené hrozny u nás mají vyšší podíl kyselin, což růžovým vínům dodává typickou svěžest a lehkost. V kombinaci s ovocnými tóny ve vůni i chuti dostáváme víno, které se líbí všem,“ vysvětlil Jakub Šamšula, sommelier

z Templářských sklepů Čejkovice. Vinařské družstvo je v produkci růžových vín jedničkou na českém trhu. Ročně dodá zákazníkům přes půl milionu lahví růžových vín. Templářské sklepy Čejkovice vyrábějí růžová vína především z odrůd Zweigeltrebe, André a Frankovka. V jejich nabídce se objevuje i růžový sekt připravovaný z odrůdy Rulandské modré. Vinařské družstvo v souvislosti s partnerstvím filmu Líbáš jako ďábel chystá pro spotřebitele templářských růžových vín soutěž o vstupenky do kina, a také o zájezd od CK Blue Style pro dvě osoby do Maroka, kde se film natáčel. Soutěž bude probíhat od 17. května do 31. července.

(tz)



Zweigeltrebe Rosé

Nevtíravé otevírající se aroma čerstvých ostružin podporuje svěže pikantní ovocná chuť s jasně čitelným charakterem typickým pro vína typu rosé. Toto víno je ideální pro horké letní dny na osvěžení. Doporučuje se k zeleninovým a rybím salátům, tvrdým neutrálním sýrům s ovocným dezertům.

André Rosé

Víno starorůžové barvy se záblesky sušené pomerančové kůry. Ve vůni oslovují tóny kompotované jahody a malinového koláče. Chuť je nasládlá se zřetelnou přezrálostí a plností, v závěru s osvěžující pikantní kyselinou. K vínu se doporučují výrazné upravené tučné ryby, sýry s bílou plísní a ovocné dezerty.

Frankovka Rosé

Víno s barvou uzeného lososa. Ve vůni zaujmou ovocné tóny malin a červeného rybízu. Chuť je svěží, vyvážená s výrazem lesních jahod se šlehačkou. K vínu se doporučují těstovinové saláty a jemné úpravy sladkovodních ryb.

Sang Real Sekt Rose Classique

Je to specialita Templářských sklepů Čejkovice. Připravuje se lisováním celých hroznů odrůdy Rulandské modré. Vyznačuje se meruňkovou barvou s odstínem koroptvího oka. Vůni dominují jahody se šlehačkou a karamelovým přelivem. V chuti zaujme hravá sladkost s výrazem malinového želé v závěru.



Stres jako věrný sluha i pán

Slyšíme to ze všech stran – nestresovat se, nestresovat se, nestresovat se. Že máme potlačovat škodlivý stres a radovat se z toho pozitivního. No jo, jenže jak na to? Sotva člověk ráno otevře oči, už se to na něj valí: utíkám k mailu, prohlížím mobil. Než se pustím do snídání, musím vyřídit deset mailů, odpovědět na nezbytné, než bude pozdě. Neexistuje, že všechno má svůj čas. Naopak, doba je rychlá, kdo nezareaguje hned, má smůlu, ostatní ho předběhnou. A tak si člověče vyber – buď si ve stresu vyděláš na živobytí, abys byl průběžně a později připraven čelit nástrahám, anebo budeš ve stresu pořád tak jako tak, protože život neplyne zdarma...

Řeším to řadu let – hledám časové perpetuum mobile, budík, který nezvoní, hodiny, jejichž kyvadlo neklesá tíhou zodpovědnosti k zemi. Vyrábím si čas dopředu, abych měla náskok či prostor na zpoždění. Vybíhám vstříc možnostem, výzvám i příležitostí. Je mi to houby platné.

Digitální hodiny na recepci u lékaře kráčí sekundu po sekundě vstříc aktualitám, o nichž jsme ráno ještě netušili. A já už jsem zase ve stresu. Reaguji na změny, které mne posunou dál – otázkou je kdy a v jaké pohodě.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Proč jsou úspěšní lidé úspěšní

Proč jsou někteří lidé mnohem úspěšnější než ostatní? Co dělali zakladatelé firem jako Apple, Facebook či Ikea jinak než většina? Díky čemu pohádkově zbohatli Warren Buffet, Jack Welch nebo George Soros? Co stojí za úspěchem neuvěřitelné kariéry Borise Beckera, Garri Kasparova či Madonny? Všechny úspěšné lidi spojují zcela konkrétní způsob

by myšlení a životní postoje. Tajemství jejich úspěchu vám odhalí tato kniha. Její autor analyzoval životní cestu padesáti úspěšných osobností a nyní poutavě a zajímavě ukazuje, jak a díky čemu se lidé, kteří mnohdy pocházejí z obyčejných rodin, stali miliardáři nebo světově známými osobnostmi.

partneři www.madambusiness.cz

Amway

www.amway.cz

your chance

www.yourchance.cz

T-SOFT

www.tsoft.cz

Genius Media

www.geniusmedia.cz

OREA
HOTELS

www.orea.cz

UniCredit
leasing

www.unicreditleasing.cz

KUPEG

www.kupreg.cz

LG
Life's Good

www.lg.com

ng

www.ngprague.cz

resort
SVATÁ KATEŘINA

www.katerinareSORT.cz

KIA
KIA MOTORS
The Power to Surprise

www.kiamotors.cz

Edenred

www.edenred.cz

REGINA
KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz

credium

www.credium.cz

Templarske
sklepy.cz

www.templarske-sklepy.cz

VOX
kurzy, semináře
rekvalifikace

www.vox.cz

211
zdravotní
muštravka
anestezie
vlastní

www.zpmvcr.cz

Model

www.modelpraha.cz

JACHYMOV

www.laznejachymov.cz

ZTS

www.zts.cz

economy
rating

www.economy-rating.cz

COOP
CENTRUM

www.coop.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, květen 2012

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

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

►► **Petra Štumpfová**
tisková mluvčí, Cebia

Komunikace je zásadní a má přímý dopad na kvalitu poskytovaných služeb. Společnost Cebia pomáhá motoristům v bezpečném nákupu ojetých vozidel. Komunikace s našimi klienty je pro nás velice důležitá, neboť naším cílem je také vzdělávání motoristické veřejnosti a upozorňování na problémy na trhu ojetých vozidel. Zároveň potřebujeme získávat zpětnou reakci od motoristů, s čím oni se potýkají při nákupu vozidel a na základě těchto potřeb pružně reagovat – zdokonalovat naše služby a nové produkty. Komunikace je obecně velice důležitý prvek jak v osobním, tak pracovním životě a je základem každého spokojeného vztahu – ať už pracovního, tak soukromého. ◀◀



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Prof. Ing. Milan Zelený**
profesor Fordham University v USA

Ženy samozřejmě nejsou všechny stejné. Líbí se mi na nich, že nebývají zatíženy tradicí a dogmaty, nejrůznějšími sítěmi znalostí a moudrostí, které vznikají v úzkém profesním kruhu. Proto přicházejí často s novými pohledy na věc. Celkově jsou inovativnější. Myslím, že také víc přemýšlejí a pak teprve jednájí, což považují za správné. Muži naopak nejprve jednájí a teprve potom přemýšlejí o svých činech. ◀◀

Informace do kabelky

První péče o oblečení 2v1 v medium segmentu pracích prostředků

Společnost Henkel ČR přišla v dubnu na český trh s novým pracím prostředkem Palmex 2v1 Orchid & Lemongrass, který díky novému složení v jednom kroku nejen perfektně odstraní skvrny, ale zároveň prádlo dodá svěžest a vůni aviváže. Tímto krokem dochází k rozšíření medium segmentu pracích prostředků

o produkty 2v1, které doposud v této cenové kategorii na trhu nebyly k dispozici.

Nový Palmex 2v1 Orchid

& Lemongrass dodá prádlo svěžest aviváže v podobě jedinečné vůně orchidejí a citronové trávy.

Novinka se navíc snadno rozpouští již při 30 °C, proniká hluboko do tkaniny a rychle a účinně odstraňuje skvrny. Efekt Easy Ironing uhladí vlákna tkaniny, čímž usnadní žehlení. Nový Palmex 2v1 Orchid & Lemongrass je k dispozici ve dvou variantách. Pro bílé prádlo je určen prací prášek, pro barevné prádlo potom forma pracího gelu.

(tz)



Kolekce pro vaši koupelnu

Hýčkejte, osvěžujte a regenerujte svoji pleť v domácím prostředí na stejné úrovni jako v luxusním kosmetickém salonu. Přijde vám to jistě vhod a účinky se dostaví okamžitě. Nejen v omlazené pleti, ale i ve vaší náladě. Ne nadarmo se říká, že tělo a duše jedno jsou...

Až se rozhodnete jmenovanou kolekci vyzkoušet, věnujte čas jen sama sobě. Oprostěte se od myšlenek na nevyžehlené prádlo či zanedbané záhony s přebujelým plevelem. Určitě přitom nepřemýšlejte o odsunutých úkolech v práci, nevracejte se k nevyřízeným mailům a vypněte mobil. Nebojte, dá se to zvládnout. Myslím, že pouhé přivonění k jedinému výrobku vás naladí na správnou notu. To ostatní už posléze půjde samo sebou. Tato dárková LIMITOVANÁ KOLEKCE ARTISTRY essentials Hydratační lázeňská kolekce kosmetiky s rostlinnými výtažky pleť hýčká a zanechává ji hydratovanou, ošetřenou a hedvábně jemnou. Při pravidelném používání změní suchou, matnou pokožku ve zdravě vyhlížející a jemnější.

Produkty obsahují indický fík vypěstovaný pro značku NUTRILITE™. Ten je přirozeným zdrojem vláhy v pouštním prostředí. Obdobně funguje také systém ARTISTRY essentials Desert Hydration Complex, který je zárukou trvale a přirozeně hydratované pleti, jež se vyznačuje optimální a dlouhodobou hydratační rovnováhou. Fantastická květinová vůně s nádechem lesního ovoce a citrusů přinese vašemu tělu i duši únik od každodenních starostí. Bude působit jemně, lehounce a přívětivě. Pokud vyzkoušíte, najdete ideální způsob, jak si vychutnat účinky luxusní profesionální kúry v domácím prostředí. A nemusíte to být jen vy sama. Trojice výrobků je vhodná jako praktický, voňavoučký dárek. A jak známo, jsou to květiny a pak hned kosmetika, které dokáží

udělat ženě patřičnou radost... Lázeňská kolekce se prodává v elegantní kosmetické etuji. ARTISTRY essentials Hydratační lázeňská kolekce obsahuje: tělové mýdlo, tělový peeling a tělové mléko.

(tz, rix)

foto Kateřina Šimková



Kompas pro správnou orientaci

Jméno Mgr. Markéty Reedové se vždy pojilo s činorodostí, s řadou aktivit, jimiž hledala smysl života. Má za sebou dráhu novinářky, političky, manažerky na různých pozicích, určitě si ji pamatujete z nedávné doby například jako náměstkyni pražského primátora. Dnes je generální ředitelkou Centra pro regionální rozvoj. Její stopa, i když zde nepůsobí dlouho, je viditelná – CRR prochází změnami, které by ještě více měly posloužit praxi – tedy zejména možnostem podnikání u nás.



Podle mého názoru společnost není frustrována jen z probíhající hospodářské krize a tlaku na úspory, ale zejména trpí nedůvěrou v ty, kteří reprezentují stát, ať už to jsou politici, či úředníci. Procházíme velmi hlubokou krizí hodnot.

lepší propojení subjektů, které v oblasti podpory podnikání fungují.

Rýsuji se první kroky? Pro jaké firmy a z jakých oborů bude uvedena platforma vhodná a co by jim tato iniciativa měla přinést?

Jak už jsem říkala, iniciativa vzešla z pražské radnice, která hodlá vybudovat nové informační centrum a propojit již operující subjekty tak, aby podnikatel nemusel hledat na různých místech, ale pouze na jednom. Tím ušetří čas a získá komplexní informace, které mu mohou usnadnit jeho práci a přinést peníze.

Mgr. Markéta Reedová

Centrum pro regionální rozvoj je jednou z řady aktivit, která má u nás napomáhat rozvoji podnikání. Co všechno je ve vašem portfoliu, čím může Centrum přispět firmám, živnostníkům, místním možnostem? Především administrujeme čerpání peněz EU v několika operačních programech, kde mohou žádat o podporu i podnikatelé, profesní a nevládní organizace. Například v rámci přeshraniční spolupráce mohou vytvářet společné projekty se sousedními partnery v oblasti inovací, cestovního ruchu, výměny zkušeností a podobně. Navíc jsme schopni poskytovat informace o vnitřním trhu EU, legislativě a veškerých nařízeních, která business a náš život v Evropě ovlivňují. Jsme také schopni vyhledávat vhodné obchodní partnery, neboť jsme součástí evropské sítě na podporu podnikání EEN (Enterprise Europe Network). V neposlední řadě provozujeme internetový regionální informační portál, kde lidé z businessu mohou získat řadu zajímavých informací.

Nedávno jste přijali Etický kodex pro zaměstnance. Proč? Co si od toho slibujete? Nač má upozornit, čemu předjet?

Podle mého názoru společnost není frustrována jen z probíhající hospodářské krize a tlaku na úspory, ale zejména trpí nedůvěrou v ty, kteří reprezentují stát, ať už to jsou politici, či úředníci. Procházíme velmi hlubokou krizí hodnot. Proto je tolik důležité tyto morální a etické hodnoty hledat, jasně definovat a řídit se jimi. Věřím, že etický kodex, který jsme v CRR zavedli, nebude jen tzv. na papíře, ale stane se důležitou pomůckou, kompasem pro správnou a vyváženou orientaci našich zaměstnanců na službu lidem.

Také jste podepsali memorandum o podpoře malých podniků v Praze. Týká se spolupráce Magistrátu hlavního města Prahy a Centra. Jaká bude praxe?

Velmi jsme vítali snahu pražské radnice zprostředkovat informace podnikatelům a vytvořit jim lepší podporu. My nabízíme naše know-how, informační a poradenský servis ve vybraných oblastech a očekáváme

V Praze podniká mnoho žen, vlastní výrobní i obchodní firmy, poradenské či PR agentury, kosmetické salony, butiky, kadeřnictví... Našel by se nějaký projekt či aktivita z vaší nabídky právě pro ně?

Tak já nerozlišuji, zda je v čele společnosti žena, či muž, i když mě samozřejmě těší, pokud přibývá úspěšných podnikatelek. V rámci naší poradenské činnosti můžeme zejména pomoci podnikatelkám, které by chtěly najít obchodní příležitosti a partnery v regionech nebo mimo ČR. Poskytujeme obsáhlou databázi informací na našem regionálním informačním portálu, pořádáme mnoho zajímavých seminářů, školení, ale také jsme schopni zprostředkovat účast na obchodních burzách či matchmakingových akcích.

Neuvažujete o participaci na některé z podnikatelských či manažerských soutěží, například Manažer roku nebo Ocenění českých podnikatelek? Nebo nevyhlásíte časem soutěž pro firmy, které s CRR spolupracují?

V tuto chvíli se CRR soustředí hlavně na úspěšné a hladké čerpání programů

- EU, které administrujeme. Navíc nejsme obchodní firmou, ale státní organizací. Nicméně v rámci EEN probíhají soutěže pro podnikatele a rádi zprostředkujeme zájemcům jejich účast.

V únoru jste převzali cenu za kvalitu ve veřejné správě. Co představuje kvalita ve vašem pojetí? Asi to není jen o certifikaci...

Kvalita v mém pojetí znamená, že organizace funguje na vysoké obrátky za přijatelnou cenu. Poměr ceny a výkonu musí být zohledněn i ve státní správě. Je to někdy těžké, protože státní správa nemůže být stejně flexibilní jako soukromá sféra a má to své opodstatněné důvody, na druhé straně nesmí být nehybným bobtnajícím kolosem. Proto se v CRR snažím neustále porovnávat kvantitu odvedené práce, její kvalitu a dopad na naše zákazníky.

Nálady ve společnosti v naší zemi nejsou příliš optimistické, na radosti v podnikání či manažerské práci to dvakrát nepřidá. Kde berete pracovní optimismus a „ředitelskou“ energii vy?

„Není člověk jenom chlebem živ“, musíme dbát také na uspokojování našich duchovních potřeb. Mně dává sílu do života a optimismus víra v Boha, který mě nikdy neklamal a ani

Kvalita v mém pojetí znamená, že organizace funguje na vysoké obrátky za přijatelnou cenu.



nezklame. Také mám okolo sebe milé a dobré lidi. Navíc od té doby, co jsem skončila v politice, se mi žije daleko veseleji!

Známe americké sny, neskutečné příběhy podnikatelského vzestupu i pádu. Máme nespočet příkladů krásných českých firem, které vyrostly z garáže a stále rostou, zakládají se další společnosti předurčené

k úspěchu. V čem je, podle vás, dnes možné hledat kořen úspěšnosti? Asi to není jen vize, atraktivní nápad, čestnost, užitečné kontakty, loajální tým spolupracovníků...

Já myslím, že to je mix zmíněných faktorů. Prála bych si, aby šikovní a chytří lidé u nás měli možnost uplatnit své nápady bez zbytečných byrokratických překážek, zavisť okolí a nutnosti někoho uplácet.

ptala se Eva Brixí, foto Kamil Varcoller

Daňové úlevy u finančních produktů se vám mohou vymstít

S daňovými úlevami se již nesetkáváme jen v případě úvěrů na bydlení. Jsou rovněž důležitým prvkem struktury penzijního připojištění a životního pojištění. Oba produkty jsou díky podpoře státu velmi oblíbené, mohou ale zároveň způsobit nepříjemné finanční ztráty. Jejich předčasné ukončení totiž znamená zpětné doplacení daně. Penzijní připojištění i životní pojištění jsou produkty uzavírané do konkrétní věkové hranice. Výplata uložených financí probíhá standardně v kalendářním roce, v jehož průběhu dosáhne poplatník 60 let. Ukončí-li tyto produkty dříve, musí počítat nejen se ztrátami, ale také s doplacením daně.

Předčasné zrušení penzijního připojištění budete doplácet

U penzijního připojištění najdete dvě státní podpory – státní příspěvek a daňový odpočet. Pokud jste dosud spořili na stáří 1500 korun měsíčně, získali jste od státu 1800 Kč za rok na státním příspěvku. Navíc jste si mohli od základu daně odečíst až 12 000 korun. Při zrušení penzijního připojištění před dosažením věku 60 let však ztratíte všechny státní příspěvky. Výnos, včetně příspěvků zaměstnavatele, je vám navíc zdaněn 15% srážkovou daní ze strany penzijního fondu. Jestliže jste uplatňovali v daňovém priznání nebo ročním zúčtování prováděném zaměstnavatelem odčitatelnou položku, musíte ji sami následně dodanit.

Jaké mohou být finanční ztráty

Podle zákona o daňových úlevách si může účastník penzijního připojištění odečíst od základu daně z příjmů částku, která se rovná úhrnu jím zaplacených příspěvků ve zdaňovacím období sníženému o 6000 Kč. Při předčasném zrušení pojištění se v daňovém priznání za rok, kdy k němu

došlo, musí daňová úleva vrátit. To například znamená, že při zrušení penzijního připojištění po 4 letech spoření byste při měsíčním ukládání 1500 Kč ztratili 7200 korun na státních příspěvcích. Penzijnímu fondu byste museli zaplatit sankci ve výši 800 korun. V daňovém priznání za rok 2012 byste si museli navýšit daňový základ o 48 000 Kč. To by znamenalo při 15% dani vyšší daňovou povinnost o 7200 Kč.

Životní pojištění a 3 základní podmínky

V RENTIA, divizi AWD, spatřujeme i v životním pojištění finanční produkt se štedrým daňovým odpočtem. Je však třeba splnit několik podmínek. Pojištěný musí být zároveň pojistníkem a z pohledu daně z příjmu i poplatníkem. Výplata pojistného plnění musí být v rámci pojistné smlouvy sjednána až po 5 letech od uzavření pojistné smlouvy. Proběhne nejdříve v kalendářním roce, v jehož průběhu dosáhne poplatník 60 let věku. Vysvětlení daňových výhod u životního pojištění považujeme za klíčovou úlohu každého finančního poradce. Špatná interpretace totiž může vést ke zklamání klienta v budoucnu.

Obraťte se na odborníky

Rádi bychom upozornili na nezanedbatelný fakt, že daň se vždy doplácí dle platné legislativy v daném roce. Daňové sazby se samozřejmě mohou v Česku v příštích letech zvýšit. Při vyšší sazbě daně z příjmu by byl daňový nedoplatek tedy ještě vyšší. Doporučujeme se proto obrátit na odborníky, kteří vám s výběrem finančního produktu pomohou, zodpoví všechny vaše dotazy a sdělí veškerá klíčová fakta. Spolehat na radu kolegy či kamaráda se totiž nemusí vždy vyplatit.

Kamil Durčák, produktový manažer RENTIA, divize AWD ČR

Můj recept na úspěch?

Obklopit se schopnými lidmi!

Snažíme se na našich stránkách přinášet také zkušenosti žen manažerek a podnikatelek, jak co nejlépe zvládat pracovní povinnosti a současně plnit úspěšně roli ženy jako starostlivé manželky a matky se vším, co to obnáší.

Zaujala nás v tomto ohledu žena, o které se ve firmě – kde působí jako manažerka – všeobecně ví o její energičnosti, zaujetí pro věc, umění jednat s lidmi a úspěšně vést kolektiv všemi úskalími na cestě k úspěchu a k prosperitě. A jak za těchto okolností asi zvládá druhou neméně významnou roli odehrávající se v domácím prostředí, bylo logickým vyústěním našich všetečných otázek kladených Ing. Jitce Ernestové, která zastává pozici vedoucího manažera pro zahraniční obchod firmy GASCONTROL, společnost s r. o., v Havířově-Suché:

Co vše – velice stručně řečeno – obnáší vaše role ve společnosti GASCONTROL?

Jako u každé manažerské pozice – důležité je prvoplánově stanovit vizi a následně pracovat na strategii jejího naplnění. Jako u každé kumulované funkce si musíte jasně stanovit priority. Jsou období, kdy nevíte, kam dřív, a vlastně jen hasíte ty největší požáry. A jsou chvíle, kdy máte prostor se zamyslet a důsledně naplánovat činnost sobě i ostatním. Čím lépe využijete tohoto prostoru, tím větší je vaše šance na snížení množství neuhášených požárů a kostlivců, kteří na vás při nejméně vhodné příležitosti vypadnou ze skříně. V obchodě se zabývám především komunikací se zahraničím, a to s rusky, německy nebo anglicky mluvícími zeměmi. Co se marketingu týče, tomu jsem se věnovala většinu svého pracovního života, proto je pro mě každý marketingový úkol spíše odměnou a třešničkou na dortu.

Co ve své manažerské pozici považujete za zásadní?

Především práci s lidmi v týmu, protože jednotlivec sice může dosáhnout dílčího úspěchu, ale soustavný dobrý výkon bude podávat jen dobře fungující, motivovaný tým. A ten bez dobré vnitřní komunikace nevybudujete ani neudržíte. Za jednu z nejdůležitějších kompetencí manažera považuji to, že je schopen nejen navrhnout fungující systém, a to, že bude mít následně také sílu a dostatek „urputnosti“, aby systém prosadil a zavedl do praxe. Dlouhodobě



zavedené zvyklosti se někdy daří překonat jen s vynaložením maximálního úsilí. Je ale nutné si uvědomit, že bez lidí, kteří toto odhodlání a sílu prosadit změny mají, bychom se nikdy neposunuli dál. Také proto si v kolektivu tolik cením vůdců, formálních i těch neformálních.

Jak početný a strukturovaný je kolektiv pracovníků, který řídíte?

Úsek obchodu a marketingu prochází v současnosti intenzivními změnami. Momentálně má devět zaměstnanců,



Ing. Jitka Ernestová

Vedení lidí považuji za jedno z vůbec nejtěžších zaměstnání, bez nadsázky se jedná spíše o poslání a určité to není pro každého. Moji největší starostí vždy bylo dobře lidem kolem sebe vysvětlit, co je náš cíl a proč ho chceme dosáhnout, nadchnout je „pro věc“.

► posílou je nová asistentka ředitele obchodu. Já se nyní také nacházím v procesu změn – přecházím na výrobní divizi, kde se budu intenzivně věnovat strategickému nákupu, tedy oblasti, která je v každé firmě ještě stále zdrojem značných finančních úspor. Obchodní komunikace se zahraničím však i nadále zůstane mezi mými oblastmi zájmu.

Mám ráda 21. století a jsem vděčná za všechny vymoženosti, které nám přináší.

Kolik pracovního času zhruba věnujete operativě, kolik plánování, systémovým a dlouhodobějším záležitostem?

Neumím odpovědět jednoznačně, toto rozdělení se v různých obdobích různí. Hlavně před koncem roku se zintenzivňují systémové a plánovací aktivity, v průběhu roku je „více v kurzu“ operativní práce na zabezpečení aktuálních úkolů. Osobně se domnívám, že pokud je firemní strategie dobře stanovena, není pak nutné trávit dlouhé hodiny za poradním stolem, ale každý člen týmu už ví, kam směřujeme a co se od něj očekává.

V jakých periodách se odehrávají nejruznější pracovní porady a schůzky na úseku marketingu?

Termíny pracovních porad obchodu a marketingu jsou formálně stanoveny jednou týdně. Protože jsme malý tým, většinou se daří komunikovat průběžně se všemi členy. Na oficiální poradě se pak scházíme pouze v případě hodnocení výsledků útvaru, nebo pokud se objeví aktuální informace, se kterými je nutno seznámit všechny pracovníky.

Co vám v roli manažerky přináší nejvíce starostí?

Vedení lidí považuji za jedno z vůbec nejtěžších zaměstnání, bez nadsázky se jedná spíše o poslání a určité to není pro každého. Mojí největší starostí vždy bylo dobře lidem kolem sebe vysvětlit, co je náš cíl a proč ho chceme dosáhnout, nadchnout je „pro věc“. Snažím se zadávat svým spolupracovníkům úkoly jasně definované a splnitelné. A samozřejmě poskytnout jim maximální možné penzum informací, aby ho mohli splnit podle mého očekávání. Jen taková práce může přinášet uspokojení jak manažerovi, tak spolupracovníkům. Navíc, je spousta lidí, kteří v postavení manažera vidí pouze získané postavení, ale už nejsou schopni a ochotni nést odpovědnost, která je s postem manažera nedílně spjata.

Nakolik se vám daří kloubit pracovní povinnosti se vším kolem rodiny a vedením domácnosti?

Mám ráda 21. století a jsem vděčná za všechny vymoženosti, které nám přináší.

Myslím, že dnes v době internetu je úplně jedno, zda sedíte v kanceláři, jste doma, nebo jste někde jinde. Téměř vždy máte možnost odpovědět na urgentní mail, zavolat obchodnímu partnerovi nebo si připravit kostru článku pro časopis Madam Business. Organizér vám nedovolí zapomenout na naplánovanou schůzku a díky

fungujícímu informačnímu systému máte možnost v klidu domova u kávy připravit nabídku, na kterou jste prostě v práci nenašli potřebný prostor.

A co domácí práce?

Také ty jsou dnes o něčem jiném. Mám ještě v živé paměti, kolik času zabere například mytí nádobí po běžném nedělním obědě. Nyní patří mytí nádobí mezi mé nejmilejší domácí práce... Jako ve všem je třeba mít v hlavě srovnané priority a sama v sobě si vyhodnotit, zda strávit pěkně slunečné odpoledne na výletě s rodinou nebo u žehličky prkna. Bez legrace, znám ženy, kterým smysl pro povinnost jednoznačně velí vybrat si to prkno. Já mám naštěstí hodnoty srovnané jinak.

Máte nějaký recept na to, jak co nejefektivněji využívat čas, ať již v kanceláři, nebo doma?

Hned dva. Ten hlavní je obklopit se schopnými lidmi. Dobrý manažer si je vědom toho, že čím lepší lidi bude mít kolem sebe, tím snáze bude s takovým týmem plnit své povinnosti a bude následně ještě úspěšnější. Druhý recept je důsledně využívat nástrojů, které ke své práci máme. Většina telefonů umí mnohem víc než jen uskutečnit hovor nebo poslat SMS. Také notebook neslouží jen pro otevírání mailů. Mám vztah k technice a vždy, když mám něco nového, snažím se prolístovat také návod, abych se dozvěděla, jestli má nová „hračka“ neumí více než ta předchozí a jestli pro tuto funkci nenajdu uplatnění. Nemyslím využívat

vše a za každou cenu, ale usnadnit si práci a ušetřit čas v případě, že je to možné.

Mají to podle vás muži na manažerských funkcích mnohem snazší než ženy?

V jedné folkové písničce se zpívá, že Holky těžší to maj. Nemyslím si, že je to tak docela pravda. Být manažerem-mužem, má jistě svoje výhody, oproti tomu ženy mají zase někdy možnost využít konkurenčních výhod, které muži nemají. Podle mého názoru jsou lepší hlavně v taktice, strategii a tahu na branku. Takže si myslím, že opravdu dobrá manažerka si s opravdu dobrým manažerem v ničem nezádá. Podle mě to není o pohlaví, ale o osobnosti toho kterého člověka.

Co byste podle svých zkušeností doporučila zaměstnavatelům pro eliminování některých hendikepů, s nimiž se potýkají ženy manažerky?

Domnívám se, že není třeba řešit tuto problematiku „shora“, pokud budeme hodnotit podle výsledků, a ne podle jiných, někdy ne zcela jasných kritérií. Úplně postačí, pokud dáme ženám-manažerkám prostor ukázat, co umí. V žádném případě nepovažuji muže nebo ženy za lepší jen proto, zda se narodili jako muž, nebo žena. Co mě se týče, já mám i v pracovním procesu muže kolem sebe ráda.

rozmlouval Jiří Novotný




www.svatebni-design.eu a www.dortydomu.cz

si vás dovolují pozvat
do cukrárny Dorty Domu s výrobou
Jeremenkova 7, Praha 4 Podolí

Svatební víkendy 2012

wedding weekends

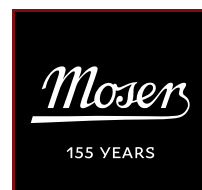
únor	březen	duben	květen
25. - 26.2.2012	10. - 11.3.2012	21. - 22.4.2012	19. - 20.5.2012

Ochutnávka náplní dortů v 15ti kombinacích
Pro každého návštěvníka poukázka v hodnotě 2000,- Kč
Ukázka více než 200 modelů svatebních dortů
Zdarma konzultace se svatební specialistkou
Svatební minidezerty a speciality svatební tabule
Ukázka svatebního aranžmá a floristiky
Novinky - svatební cupcakes a cakeboxes

Těšíme se na Vás
specialisté firmy Dorty Domu
a Svatební Design



MOSER vytváří nezaměnitelný životní styl



Krásu a vztah k ní nacházíme v různých etapách života, a cest k ní je nekonečně, podnětů ještě více. Náš cit pro skutečné hodnoty se vyvíjí s našimi úspěchy, radostmi i smutky, zážitky, touhami i chutí být plnohodnotnými pro sebe sama i své okolí. Někdo se našel v ruské poezii, jiný propadl šlechtitelskému umění ovocnářů, dalšího unášejí nápady renomovaných módních návrhárek. Možná byste nevěřili, jak hluboký vztah se u nás vyvinul k odkazu českého uměleckého sklářství a kolik nadšenců na jeho přínos světovému kulturnímu dědictví nedá dopustit.



Richard Ullisch, marketingový a obchodní ředitel sklárny MOSER

Je to jedinečný obor, jehož podstata zakořenila v proměnách času tak, že je neokopírovatelný ve svém projevu a poslání. Jeho špičkou je značka Moser. Letos slaví 155. narozeniny. Má co nabídnout. Světová poptávka je toho důkazem. O tom všem jsem hovořila s Richardem Ullischem, ředitelem pro obchod a marketing společnosti MOSER, a.s.

Moser je značka, pojem, světový luxus. Jak byste vy sám charakterizoval image, jež ke sklárně patří?

Moser svou nadčasovou uměleckou a užitnou hodnotou vytváří nezaměnitelný životní styl a je rovněž výhodnou investiční příležitostí. Hlavním tvůrcem „image“ sklárny Moser byl již její zakladatel, Ludwig Moser, který se díky nevšedním řemeslným a obchodním schopnostem stal císařským dvorním dodavatelem již ve svých čtyřiceti letech. Pověst nejlepšího výrobce křišťálových předmětů mu pomáhala upevňovat a rozšiřovat nejenom perfektní řemeslná práce a kvalita provedení výrobků, ale i prestižní ocenění, která získával na mezinárodních výstavách.

Vašimi zákazníky jsou ti, kteří mají vztah k ušlechtilým hodnotám. Ale

nejde jen o osobnosti, podnikatele, celebrity, ale o význačné subjekty z celého světa – královské rodiny, prezidenty, arabské obdivovatele umu českých sklářů, nejprestižnější galerie... Kam směřovaly zakázky poslední doby?

V minulém roce ozdobil křišťál Moser například interiér Bílého domu. Luxusní sadu Splendid předal v říjnu premiér České republiky Petr Nečas jako dar prezidentovi Spojených států amerických, Baracku Obamovi. Křišťálovým darem Moser byla potěšena i prezidentka Brazílie paní Luly Dilma Rousseff nebo papežský nuncius a velvyslanec Vatikánu v České republice Diego Causero. Pro prezidentský palác v Turecku sklárna vytvořila luxusní ručně broušenou, rytou a zlacenou nápojovou kolekci. Křišťálový glóbus získala v minulém roce přední britská herečka Judi Dench. V únoru letošního roku navštívil karlovarskou prodejní galerii Moser známý francouzský herec Gérard Depardieu, který nakoupil nápojové kolekce Moser.

Jsme hrdí na to, že křišťál Moser neustále potvrzuje výjimečnost a prestižní postavení v segmentu luxusního životního stylu. Unikátní umělecká díla jsou rovněž vyhledávaným darem za mimořádné úspěchy v oblasti kultury, vědy a sportu. Sklárna Moser je partnerem řady nadací či projektů kultivujících společenský a kulturní život v České republice. Z těchto projektů bych uvedl například Pražské jaro, Nadaci pro transplantace kostní dřeně, Cenu Jana Zajíce, Pražský podzim apod.

Snažíte se také oslovit českou veřejnost, například ženy v businessu. Co se jim líbí nejvíce – jsou to tradiční výrobky mistrů sklářů, anebo inklinují k modernímu designu čerstvých kolekcí?

To je velmi individuální a záleží to na vkusu dané ženy, na typu interiérů, v němž žijí apod. Jsou dámy, které dávají přednost klasickým zdobeným kolekcím, jejichž půvab a nadčasový design s lety nestárne. Řada žen preferuje ▶



- moderní interiérové kousky spojené se jmény renomovaných designérů jako např. Rony Plesl, který se letos stal Designérem roku. Z nové kolekce pro rok 2012 zaujala také např. mísa Rouge, jejímž tvůrcem je umělecký ředitel sklárny Moser, Lukáš Jabůrek.

Kde si mohou v klidu prohlédnout všechny novinky, aby se posléze rozhodly, jakou vybrat?

Rád bych zmínil, že k výjimečným křišťalovým výrobkům Moser patří i výjimečné prostory, v nichž jsou nabízeny. V České republice máme čtyři prodejní galerie. Dvě v Praze, v ulici Na Příkopě 12 v pasáži Černá růže, kde návštěvníky kromě krásných děl uchvátí i unikátní historické interiéry, a druhá prodejní galerie na Staroměstském náměstí na rohu v křížení s ulicí Celetnou v historickém domě U Bílého jednorožce z 11. století. Další dvě prodejní galerie mohou zákazníci navštívit v Karlových Varech. Jedna je přímo u srdce sklárny v areálu sklářské hutě v městské části Dvory a druhou najdou při procházce lázeňskou částí města naproti dřevěné kolonádě v ulici Tržiště. Ze zahraničních zmíníme například prestižní obchodní domy ve Velké Británii Harrods, Asprey či Thomas Good, v Rusku např. Gum, na Tchaj-wanu galerii Opulent či v Německu Ka De We.

Špičkovým designem jste se rozhodli postupně oslovit také mladší generaci – čím vyniká pojetí letošní kolekce?

Letošní kolekce přeměňuje tradici a historii v moderní pojetí životního stylu. Na základě zkušeností jsme vytvořili náročnější a výraznější díla, která formují novou tvář Moseru. Zároveň jsme však zachovali eleganci a jemné tvarosloví pro prostřený stůl při použití náročných technik broušení a rytí. V nové kolekci se odráží vše, čím je sklárna Moser proslulá. Mimořádný um sklářů, fascinující design na pokraji architektury, nejnovější trendy i klasická nadčasová díla inspirovaná 155 lety zkušeností.

Spolupracujete i s designérkami, anebo to jsou výhradně muži?

Velmi rádi spolupracujeme s ženami – designérkami. Dívají se na sklářskou tvorbu zase trochu jinak než muži – designéři. Řada designů pro sklárnu Moser z rukou ženských designérek se stala velmi úspěšnými. Váza Gema z dílny Kateřiny Doušové přitahuje nejen originálním brusem, ale i krásnými a neobvyklými barevnými kombinacemi. Nápojová kolekce Fatamorgána od Ivany Houserové okouzluje optickou hrou světla a platinovou dekorací s moderním geometrickým motivem. V neposlední řadě bych rád jmenoval Ingrid Račkovou, která tvoří v duu se svým manželem Davidem Suchopárkem, a jejichž díla z nové kolekce 2012 stojí na pomezí architektury. S těmito autorkami spolupracujeme již



mnoho let. V minulém roce jsme však ještě více začali prohlubovat a rozvíjet spolupráci s mladými výtvarníky, ať již ženami, či muži. Vznikají projekty na podporu rozvoje českého sklářství a českých mladých designérů „Cena Ludwiga Mosera“ či „Zvláštní uznání sklárny Moser“ pro talentované výtvarníky. Vítězný návrh prvního ročníku Ceny Ludwiga Mosera, soubor multifunkčních misek autorky Světlany Svatošové, absolventky střední průmyslové školy sklářské v Novém Boru, byl ve sklárně Moser realizován a pro svou invenci a neotřelý design bude zařazen do výrobního programu sklárny.

Hodně jste v poslední době učinili pro klientskou orientaci, vylepšili jste péči o zákazníka. Jak vlastně probíhá prodej větších kousků nebo dražších souborů? Určitě ne tak, že přijdu,



zaplatím a odnesu si zboží v ruce. Obstaráte dopravu nebo bodyguarda?

Ke všem zákazníkům přistupujeme individuálně dle jejich potřeb. Při návštěvě prodejních galerií je k dispozici vyškolený prodejní tým, který zákazníkovi poskytne servis od pomoci při výběru nejhodnějšího zboží až po poprodejní servis, ke kterému samozřejmě patří doprava zakázky přímo zákazníkovi domů či do hotelu. Vždy se snažíme zákazníkovi vyjít vstříc a zajistit mu servis k jeho plné spokojenosti. Nedílnou součástí tohoto procesu je i pravidelné proškolení našich prodejních týmů, přednášky nejen ze sklářských oborů apod. S našimi klienty navíc zůstáváme v kontaktu i poté, co nakoupí. Mají možnost stát se členy našeho věrnostního klubu, a mají-li zájem, zasíláme jim aktuální informace ze života sklárny Moser prostřednictvím newsletterů či firemního čtvrtletního magazínu Fresh From Moser.

Letos slaví Moser 155. výročí založení. Nač se v této souvislosti můžeme těšit?

V rámci oslav 155. výročí od založení sklárny Moser proběhlo již několik výstav a veletrhů po celém světě. Na začátku roku jsme představili novou kolekci k tomuto významnému výročí v Paříži, Miláně či Frankfurtu. Před pár týdny proběhla další významná výstava zaměřená na prezentaci prestižních značek, designu a moderních trendů, Tabletop Show v New Yorku. Kolekce bude představena i našimi partnery na Tchaj-wanu, v Japonsku či Velké Británii. Pro naše tuzemské zákazníky je připravena prezentace novinek v našich prodejních galeriích v České republice. Kromě představení nové kolekce nás v letošním roce ještě čeká otevření nové umělecké galerie na pražském Staroměstském náměstí, velmi oblíbené rytecké prezentace po celém světě a mnoho dalšího. ►



► **Máte ještě druhé výročí – soubor Paula je na trhu 110 let, a to je takřka neuvěřitelné, málokterému výrobku se to podaří...**

Čím to, že je Paula stále tak oblíbená?

Kolekce Paula vyniká pro Moser typickou precizní rytinou, charakteristickým brusem a náročným jemným zlacením. Právě proto je nejspíš u našich zákazníků natolik oblíbená, že si dokázala udržet pozornost dlouhých 110 let. Těší nás, že nápojové kolekce navržené na přelomu 19. a 20. století jsou dnes stejně atraktivní jako před sto lety. Současně je nám velkou ctí, že se v rámci 110. výročí stala patronkou „Pauly“ paní Miroslava Němcová, předsedkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky.

Kvalita je pojem, o němž vlastně ani nediskutujete, je v celém systému práce osou, od níž se mnohé odvíjí. Na důkaz toho, jak mocně je spojena s vaší značkou, jste nedávno vstoupili do jedné prestižní nadnárodní organizace, která vám otvírá další slavnobrány...

Přesně tak. V červnu 2011 byla sklárna Moser, jako jediná sklárna mimo území Francie, přijata za člena COMITÉ COLBERT. Francouzské sdružení Comité Colbert je nejvýznamnějším uzavřeným společenstvím na světě, jehož cílem je udržet a rozvíjet tradiční rukodělnou tvorbu luxusních výrobků. Sdružuje téměř 80 světoznámých výjimečných domů (zmiňme např. Musée du Louvre, La Sorbonne, Cartier, Louis Vuitton, Chanel, Martell, Hotel Ritz) a pro přijetí nových

členů má přísná kritéria. Společnost Moser si přijetí mezi elitu světových luxusních značek velmi váží a vnímá svou odpovědnost při udržování tradice špičkového sklářského řemesla v Evropě.

O tradici a možnostech českého sklářství se před lety hodně diskutovalo, některé firmy zanikly, jiné se udržely. V čem je know how vašeho oboru schopno bojovat o své výsluní v globální konkurenci?

Je to bezpochyby především tradiční rukodělná výroba a jedinečná škála barev, kterou není schopen vyrobit nikdo

z našich konkurentů. Nápojové kolekce, interiérové doplňky a umělecké rytiny Moser v charakteristických barvách a osobitých tvarech patří v oblasti ruční výroby luxusního křišťálu mezi nejlepší díla na světě. Moser svou nadčasovou uměleckou a užitnou hodnotou vytváří nezapomenutelný životní styl a je rovněž výhodnou investiční příležitostí. Pro svou výjimečnost a krásu je již 155 let používán ve významných domech a palácích panovníků, státníků a vlád, a je vyhledáván výjimečnými osobnostmi na celém světě. Moser je dnes životní styl.

přetlala se Eva Brixí



Aby školy rozuměly životu

Potřebujete pohotového instalatéra, sháníte elektrikáře na dosah ruky? Hodil by se vám domů či do firmy muž několika profesí, člověk, který dokáže to či ono, od posekání rozlehlé zahrady přes opravu vchodových dveří, který si poradí s malováním stejně dobře jako s lepením koberce?



Máte dobrý podnikatelský nápad, ale schází vám nástrojář, zámečníci a frézaři? A také směli obchodníci? Ani nevíte, jak vám rozumím. Jsem na tom podobně. Přesto, že vzdělání je stále dostupnější a studuje u nás daleko více lidí než třeba před sto lety, chybí v České republice, v Evropě, ale i v jiných vyspělých ekonomikách, odborníci mnoha profesí. Co s tím? Řešení hledali odborníci v dubnu v Praze na mezinárodní konferenci Proměny Evropy 2012 (již 4. v řadě, koná se jednou za dva roky). Pod záštitou Rady kvality ČR ji pořádala společnost DTO CZ, s.r.o., v čele s programovou ředitelkou konference prof. Ing. Růženu Petříkovou, CSc., a čestným prezidentem konference prof. Ing. Mi-lanem Zeleným, M.S., Ph.D., z Fordham Univerzity v USA. Na jejím programu se podílela řada dalších renomovaných osobností. Odborné fórum se zaměřilo na souvislosti potřeb podnikání a vzdělávání včetně hledání nejúčinnějšího dialogu mezi oběma světy. Lidé jsou naštvani na kde co. Politických, ekonomických i sociálních kauz přibývá včetně těch, které se váží ke vzdělání a vzdělávání v České republice. Přemíra diskuzí zejména v podnikatelském prostředí se vede o tom, jak to udělat, abychom byli opět národem, který se může svojí vzdělaností nejen chlubit, ale také z ní ekonomicky těžit. Aby vzdělanost našich lidí, především v technických oborech, dokázala odvrátit blížící se nemohoucnost českého hospodářství, i když, jak tvrdí odborníci, bude tento kolaps patrně nevyhnutelný. Systematicky si vytváříme podmínky k tomu, aby se Češi stali průmyslovými hlupáky. A měřeno životní úrovní – chudáky. I ta krátká dvě desetiletí novodobého kapitalismu v ČR prokázala, že tahounem ekonomiky a relativního dosavadního blahobytu je stále průmysl a export, částečně vývoz know-how, (který však s generační obměnou specialistů upadá). Jenže průmysl si oprávněně stýská – potřebuje odborníky: řemeslníky, vyškolení a šikovné dělníky, znalé mistry, chytré organizátory, řídicí pracovníky na úrovni světa vzdělané nikoli pouze manažersky, ale v oboru. Potřebuje lidi, kteří si vědí rady, potřebuje praktiky

i vizionáře. Potřebuje myslící bytosti, které nepřetěžují mozek biflováním informací, které si dokáže člověk vyhledat během pár sekund na internetu. Hlad je po tvořivých, specializovaných a nadšených, kteří jsou schopni z teorie a praxe vytvářet nové hodnoty, na nichž může stavět každá firma i státní instituce. Čím zaujmout malé děti, středoškoláky, vysokoškoláky, jak je motivovat? Jak navrátit prestiž učebním oborům, jak opět pozlatit české ruce a řemeslu dát zlaté dno? Jak ukázat že ztráta času je nemyslet? I když nelze v žádném případě podléhat iluzi, že současné společenské a další problémy dokáže s okamžitou platností vyřešit aplikace nových modelů podnikání a vzdělávání, plodné debaty, semináře, a nejrozmantější setkání, shodli se organizátoři konference Proměny Evropy na tom, že je třeba každým dobrým nápadem obtěžovat naše politiky, poslance, ministry, představitele škol a vlastníky a management firem. Možná je ještě čas změnit situaci k lepšímu...

Dvou protagonistek konference jsem se zeptala:

Co byste změnily v českém školství, aby si průmysl nestýskal, aby měla Česká republika know-how, z něhož by se dalo zbohatnout?

Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., ředitelka DTO CZ, s.r.o.

Jelikož evropští zaměstnavatelé stále častěji vyhledávají absolventy, kteří jsou vedle adekvátních odborných znalostí vybaveni pověstným selským rozumem, kreativitou a podnikatelským duchem, loajalitou a odpovědností, zahrála bych právě na tuto strunku a připravila bych v tomto kontextu (ovšem pokud už včera nebylo pozdě) kvalitní a jedinečné vzdělávací programy. Úzce propojené s využitím technologií s vysokou přidanou hodnotou a vysokou



kvalitou. Dá se předpokládat, že tato jejich jedinečnost by pak mohla být předpokladem dalšího ekonomického růstu, tzn. že jejich prostřednictvím by se dalo potažmo i zbohatnout... Jednoduše řečeno, vzdělání musí být natolik účinné, aby stačilo trvale doplňovat praktické zkušenosti a činilo budoucí podnikatele a manažery úspěšnými, jedinečnými a schopnými přinášet společnosti přidanou hodnotu, profit...

Ing. Hana Krbcová, ředitelka divize personalistika ČEZ, a.s.

- zavedla bych polytechnickou výuku v rámci výuky na základních školách, a to v pojetí odpovídajícím současnému vývoji v technice, elektrotechnice atd.
- změnila bych strukturu výuky matematiky v celé síti škol s cílem představovat matematiku jako zajímavý předmět, který je využitelný v mnoha životních situacích a s cílem přitáhnout zájem žáků a studentů k matematice
- zavedla bych povinnou maturitu z matematiky, což je předmět, který mimo jiné podporuje obecně logické myšlení
- vytvořila a podporovala bych funkční platformy pro aktivní spolupráci škol a zaměstnavatelů, vliv na druhy a obsah oborů, typy škol, obsah studia atd.
- provedla bych oborovou optimalizaci v síti středních škol na předpokládané potřeby průmyslu a celé ekonomiky
- zavedla bych pravidelný rating kvality vysokých škol a využívala veškeré možnosti, které zpracované výstupy dávají
- diverzifikovala bych financování jednotlivých vysokých škol v souladu s platnou strategií státu (náhrada stávajících plošných opatření ve financování VŠ)
- realizovala bych programy pro studenty, které budou podporovat jejich motivaci ke studiu těžkých, např. technických oborů (např. při stanovování výše zápisného nebo školného)



připravila Eva Brixí

Do luxusní zábalové vany

Lázně Bohdaneč pro vás připravily unikátní třídení pobyt, při kterém si po zimě „dobijete baterky“ a zároveň se i trochu rozmazlíte. Elixír pohody je plný relaxačních a osvěžujících procedur, ale především: v jeho průběhu si sami můžete dopřát zábal přesně podle svého gusta, a navíc ve zcela neobvyklém způsobu aplikace. V netradičních zábalových vanách, luxusním vodním lůžku, které vaše tělo dokonale prohřeje a efekt celé procedury výrazně posílí.

Chcete navodit potěšení a euforii? Pak zvolte čokoládový zábal. Nebo si přejete vyživit a zpevnit pokožku? Nejlepší bude medovo-mléčný. Rádi byste zpomalili projevy stárnutí a posílili imunitu? Sáhnete po zábalu se zeleným čajem. A zajímá-li vás detoxikace, nechte se „zabalit“ do mořské řasy.

Čokoládový zábal

Čokoládový zábal je exkluzivní ošetření těla, které působí na naše smysly, vzbuzuje v nás potěšení a euforii. Čistá čokoláda s vysokým obsahem kakaových složek obsahuje přírodní antioxidanty, vitaminy, minerály, aminokyseliny a kakaové máslo. Její aplikace přispívá k omlazení pokožky, odplavení toxických látek



a uvolnění ztuhlých svalů. Kakao podporuje tvorbu endorfinu, hormonu radosti, což přispívá k zlepšení nálady, příznivě působí na nervový systém. Výjimečnost čokolády byla známa již před více než dvěma tisíci lety. Vhodné: pro ty, kteří se chtějí uvolnit, příjemně relaxovat, odstranit stres, zlepšit náladu a mít sametově hebkou pokožku.

Medovo-mléčný zábal

Pro zvýšení pružnosti pokožky těla, zpevnění kontur, hydrataci a zvláčnění. Suchá a nedostatečně hydratovaná pokožka získá maximum výživných látek. Dochází k aktivaci látkové výměny. Podrážděná a citlivá pokožka se zklidní, na dotyk je jemná a vláčná.

Vhodné: pro ty, kteří si chtějí zlepšit vzhled pokožky, uvolnit se, příjemně relaxovat.

Zábal se zeleným čajem

Číňané říkají, že zelený čaj udržuje člověka mladým. Obsah kalcia, železa, fluoridu, draslíku, magnézia, sodíku, fosforu, zinku a vitaminů A, B, C a E je pro tělo velkým životním elixírem. Čaj zpomaluje proces stárnutí, posiluje imunitní systém a potlačuje účinek volných radikálů. Vhodné: pro ty, kteří si chtějí zlepšit vzhled pokožky, uvolnit se, příjemně relaxovat.

Aromatický zábal s mořskou řasou

Mořské řasy obsahují stonásobně koncentrované účinné složky, např. minerální soli, vápník, draslík, hořčík, vitaminy a aminokyseliny. Aktivní látky, jejichž účinky jsou optimálně sladěny, umožní zlepšení mikrocirkulace. Tím se zvýší aktivita procesů látkové výměny.

Cena třídeního pobytu včetně stravy, ubytování a procedur od 2770 korun.

(tz)

Novinky pro muže

Hilfiger Man – parádní vůně

Muž zosobňující značku Hilfiger. Jaký je? Je to muž s americkým sebevědomím. Ať už hraje pólo, nebo sedí v zasedací síni, může mít vše: styl, sport, přitažlivost. A ať má na sobě víkendové džíny, nebo elegantní třídičný oblek, vždy vypadá a voní dokonale. Je vzorem pro každého muže... a objektem touhy každé ženy. Tato zcela nová vůně je popisována jako svěží dřevitá/orientální. Vůni otevírají odvážné a smyslné mužné tóny, ze kterých vystupují energické štiplavé tóny čerstvě nakrájeného zázvoru a kardamomu. Následují citrusové tóny mandarinky, pelyňku a ananasu. Dřevité

srdce cypřišové esence, pelargónie a levandule přechází do hluboce smyslného suchého základu, který tvoří santalové dřevo a ambra. Flakon je prostý, jeho výrazné linky jsou jak moderní, tak i klasické. V přední části flakonu je vyraženo tmavomodré logo HILFIGER MAN a stříbrný vršek zdobí tmavomodrý, bílý a zelený proužek s vytlačeným logem TH nahoře. Papírový obal odráží design flakonu, čímž je docíleno ležce sportovního, avšak soudržného vzhledu.

(tz)

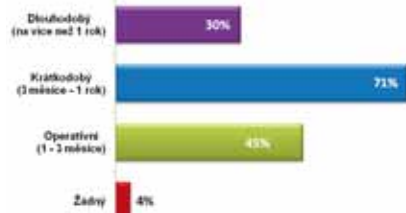


Firmy neplánují budoucnost

Více jak dvě třetiny českých podnikatelů nemají dlouhodobý finanční plán pro svou firmu, a dokonce čtvrtina při svém plánování vidí pouze na horizont nejbližších tří měsíců. Řada malých a středních firem v době pokračující hospodářské recese úplně zapomíná na řízení cash-flow, a odhaluje tak jednu ze svých velkých slabín. Tato zjištění vyplynula z výsledků celostátního výzkumu o finančním plánování a potřebách malých a středních firem, který si nechala exkluzivně zpracovat Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a UniCredit Bank.

Šetření ukázalo, že 71 % firem má pouze krátkodobý roční plán, 45 % plán kvartální a 4 % nemá žádný finanční plán. Výhled do budoucnosti na více než jeden rok tak mají pouze tři z deseti (30 %) českých malých a středních firem. Pětina (20 %) firem plánuje v brzké budoucnosti čerpat nový provozní úvěr. V současné době přitom provozní úvěr čerpá 43 % podniků. „Průzkum ukázal, že dvě třetiny firem jsou řízeny operativním způsobem s výhledem na krátkodobý horizont. Ačkoliv podniky podceňují strategické plánování, celá čtvrtina se budoucnosti nebojí a již nyní čerpá investiční úvěr. I přes krátkozrakost svého plánování tak vykazuje segment malých a středních podniků celkově relativně dobrou finanční kondici a aktivně investuje, absence

Na jaký časový horizont připravujete finanční plány?



dlouhodobých plánů a jejich důsledný controlling ale může tyto investice i firmy samotné ohrozit, což se naplno projevilo mj. v době světové hospodářské krize,“ komentoval závěry průzkumu Karel Havlíček, předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Pouze asi polovina (55 %) firem aktivně řídí svou likviditu, časovou strukturu svého majetku a dluhu. Obdobně laxní přístup mají malé a střední firmy i k řízení peněžních toků. Skoro polovina (48 %) dotazovaných firem neplánuje a neřídí své peněžní toky. „Malé a střední podniky při plánování a řízení zapomínají na svou likviditu a peněžní toky. V praxi se přitom ukazuje, že jde o velmi riskantní kombinaci manažerského opomenutí, které v mnoha případech bývá fatální pro samotnou existenci takto řízených firem. Určitě není náhodou, že modely, které používají banky pro vyhodnocování při úvěrování firem, jsou velmi citlivé právě na likviditní pozici firem a jejich schopnost generovat hotové peníze. Co naopak považují za velmi pozitivní jev, je jistá profesionalizace malých a středních firem, které mají již ve zhruba 60 % případů svého finančního ředitele,“ zdůraznil Marek

Myslíte si, že vám váš firemní bankovní poradce dokáže kvalitně poradit v oblasti finančního plánování a řízení finanční výkonnosti?



Plas, ředitel segmentu SME UniCredit Bank. Zajímavostí rovněž je, že profesionálnímu poradenství bankéřů podle průzkumu plně důvěřují dvě třetiny dotázaných (68 %) a vnímají ho jako kvalitní a nezastupitelné pro finanční plánování. „Bavit se otevřeně o firemních penězích nejen se svým daňovým, ale i bankovním poradcem se stává konečně trendem i mezi českými malými a středními firmami. Poradce tak v mnoha případech do jisté míry zastupuje i roli finančního ředitele ve firmě,“ uvedl Marek Plas. Vliv bank na malé a střední podniky je z pohledu AMSP ČR větší, než tomu bylo doposud. „Významná role bank je překvapivá, svědčí to o tom i fakt, že firmy bankéřům důvěřují. Banka tak plní roli klíčového konzultanta, což je dobrá zpráva i pro celou českou ekonomiku,“ dodal Karel Havlíček.

(tz)

UniCredit Fleet Management pro vás

UniCredit Fleet Management, s.r.o. (UCFM), dceřiná firma největší společnosti nebankovního financování v ČR UniCredit Leasing CZ, a.s., uzavřela v roce 2011 nové obchody v objemu 607 milionů Kč, což je ve srovnání s rokem 2010 nárůst o více než 67 %. Počet pronajímaných vozidel na konci minulého roku výrazně překročil hranici dvou tisíc. Rok 2011 se tak stal obchodně nejúspěšnějším v historii společnosti UniCredit Fleet Management. Nárůst nových obchodů pozitivně ovlivnil hospodářský výsledek. UCFM dosáhla v roce 2011 čistého zisku 31,2 milionu Kč, což je ve srovnání s rokem 2010 (27,3 milionu Kč) nárůst o více než 14 %. „Hlavní cíl našeho plánu pro rok 2011 byl růst nových obchodů a hospodářského výsledku. V letošním roce se UniCredit Fleet Management zaměřuje především na rozšiřování a zkvalitňování produktů a dosažení meziročního růstu nových obchodů,“ uvedl Václav Levý, jednatel společnosti UniCredit Fleet Management. Společnost zahájila činnost v roce 2003 pod značkou CAC Full Service Leasing a.s., v roce 2007 se přejmenovala na UniCredit Fleet Management. Služby společnosti zahrnují nejenom samotné financování (formou operativního leasingu) zejména osobních a užitkových vozů, ale i řadu doprovodných služeb od objednání a přihlášení automobilů, přes pravidelný servis a evidenci nákladů souvisejících s provozem vozidla až po prodej vozu při jeho výměně. Dále zajišťuje likvidaci pojistných událostí nebo kompletní asistenční služby. V současné době má společnost UniCredit Fleet Management přibližně 2500 aktivních smluv.

(tz)

KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠTOVNA

Silní věří silným

www.kupeg.cz

Oči na silnici

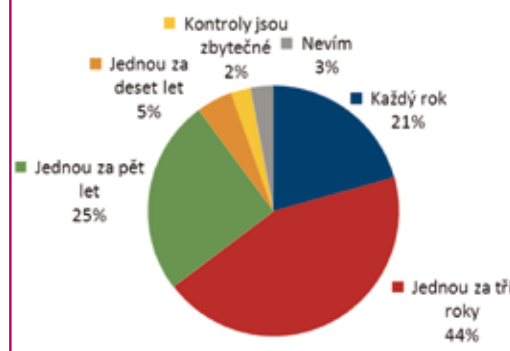
Slzí vám oči, protože máte alergii na pyl, v němž se na jaře přímo topíme? Jste ve stresu a nemůžete se soustředit na řízení auta, protože vám myšlenky utíkají jinam? Zapomněli jste doma brýle? Pak za volant raději nesedejte. Samozřejmost? Ne tak docela. Pakliže hůře vidíte, může to mít nedozírné následky, i kdybyste měli „autoškolou v malíčku“.

Řidiče se špatným zrakem, kteří řídí bez brýlí, považuje naprostá většina (96 %) šoférů za nebezpečné. Přesto se v průzkumu DIRECT Pojišťovny více než pětina Čechů s předepsanými brýlemi přiznala, že občas jezdí bez nich! Negativní vliv zhoršeného vidění na řízení je skrytou hrozbou, na kterou se rozhodla upozornit DIRECT Pojišťovna v rámci své podpory zodpovědného chování. Navazuje tak na projekt Are You Fit To Drive, který iniciovala její mateřská společnost RSA. Na základě průzkumu a doporučení odborníka pak DIRECT Pojišťovna navrhuje konkrétní opatření ke zvýšení bezpečnosti silničního provozu. „Vliv špatného zraku na řízení je opomíjeným tématem, k němuž chceme otevřít širší veřejnou diskusi. Je to další krok v podpoře zodpovědného chování, která patří k dlouhodobým prioritám DIRECT Pojišťovny, stejně jako naší mateřské společnosti RSA, od které čerpáme řadu podnětů,“ řekl Ján Čarný, generální ředitel DIRECT Pojišťovny, a dodal: „V poslední době jsme upozorňovali například na agresivní chování českých řidičů a nyní chceme poukázat na další závažný problém na našich silnicích.“ Společnost RSA v Británii zkoumala vliv řízení bez brýlí nebo čoček na trenažérech. Testy prokázaly u řidičů se zhoršeným viděním častější vybočování z jízdního pruhu, sníženou schopnost čtení ukazatelů, neudržování stálé rychlosti a větší zátěž při dlouhých cestách, zvyšující riziko

nehody. Taková nebezpečí si uvědomují i čeští řidiči, kteří v průzkumu DIRECT Pojišťovny oznámkovali řízení bez brýlí na škále od jedné (lehký přestupek) do pěti (velmi závažný přestupek) známkou čtyři. „Současné

metody vyšetřování zraku řidičů pouze u obvodních lékařů jsou zcela nedostatečné,“ doplnil informace pohledem odborníka MUDr. Pavel Diblík, primář Oční kliniky VFN a 1. LF UK v Praze. „K vydání běžného řidičského průkazu probíhá povinná lékařská prohlídka prakticky jen při první žádosti a pak až v 60 letech. Když uvážíme, že se zrak s postupujícím věkem prokazatelně zhoršuje, představují řidiči s neodhaleným horším viděním značné riziko pro ostatní účastníky provozu,“ vysvětlil Pavel Diblík.

Jak často by měly probíhat pravidelné kontroly zraku řidičů/řidiček u doktora?



Jak z toho ven?

Zlepšení současné situace vidí více než dvě třetiny (69 %) respondentů průzkumu DIRECT Pojišťovny v zavedení pravidelných kontrol zraku. Ty by podle zhruba stejného množství řidičů měly probíhat nejdéle jednou za tři roky. Tři čtvrtiny Čechů by určitě zavedly povinné kontroly zraku při obnově řidičského oprávnění, tedy jednou za deset let. Pomohl by také viditelný záznam o podmínce řízení s brýlemi v řidičském průkazu, jak uvedla téměř polovina dotazovaných. Ten v nových průkazech totiž nenajdete. Pětina řidičů by pro zvýšení bezpečnosti na silnicích navíc uvítala tvrdší postih policie za porušení podmínky pro řidiče nosit při řízení předepsané brýle nebo čočky. Čtyři z deseti Čechů by takový přestupek trestaly odečtením bodů a každý šestý by se přikláněl dokonce k odebrání řidičského průkazu. Policejní kontroly nošení předepsaných brýlí jsou navíc

Co by se mělo změnit, aby riziko, že řidiči se zhoršeným zrakem budou ohrožovat ostatní účastníky silničního provozu, bylo co nejnižší?



Koho a co mám ráda

...na Citroënu?

Když se řekne Citroën, okamžitě mi v hlavě naskočí obraz modelu DS, ten pověstný žabák. Fantomas na něm založil svou image nedostizného boha zločinců, vždýcky o rafinovaný krůček napřed. Do dnešní doby a určitě i v budoucnu jedinečná ikona, ztělesnění jistého druhu šikovnosti. Mé srdce si však získala i celá nová řada DS – hlavně model DS3. Rozráží fádnot automobilového provozu v kolonách. Popojíždění přestává být na obtíž, stává se dobrodružstvím objevování a obdivu! Jeden z nejpůsobnějších způsobů, jakým z nudy udělat zábavu. Ztělesňuje hravou dravost a možnost vyřadit se na identifikaci auta dle vlastního kreativního gusta. A já bych řádila! Jediná škoda je, že výrobce a prodejci k modelu nedodávají živého Sébastiena Loeba.

Byl by to nehorázný marketingový tah, uznávám, a neproveditelný, žel. Většina manželství by jistě skončila v troskách, ženy by hořely k vozům od Citroënu nezkrotnou vášní a v mužích by se prala láska s nenávistí – silné emoce, které by nikoho nenechaly chladným. Ale to není vše, co mám na Citroënu ráda a čím mne oslovil. Auta jsou, jako všechno, také o lidech! A to si uvědomíte při setkání s Martinou Bedrnovou, která léta zastávala pozici PR manažerky a nyní je ředitelkou marketingu a komunikace v Citroënu ČR. Se znalostí věci vše dokáže přehledně zorganizovat a nápad prezentovat s lehkostí a grácií! I když ona sama nepotřebuje stát v popředí, zkušenost a praxe v prostředí nadnárodní značky pojí se v síle její osobnosti s pokorou i moudrostí, jež nikomu nevnučuje. Ve chvíli, kdy společně hovoříte, dostáváte v její přítomnosti pocit vlastní jedinečnosti. Je to povzbuzující.

Kateřina Šimková

- v současnosti jen sporadické. Zažilo je pouze 14 % řidičů z průzkumu DIRECT Pojišťovny.

Návrhy na zvýšení bezpečnosti silničního provozu

DIRECT Pojišťovna navrhuje na základě výsledků průzkumu mezi českými řidiči a rovněž podle doporučení očního primáře konkrétní kroky, které by přinesly zlepšení situace:

- Zavést pravidelné kontroly zraku u řidičů – každých 10 let
- Změnit metodu vyšetřování zraku – testování by měli provádět oční lékaři, ne obvodní lékaři pouze s využitím světelných tabulí
- Povinně zaznamenávat nutnost nošení brýlí nebo čoček v řidičských průkazech
- Důsledné kontroly policie

DIRECT Pojišťovna pro zodpovědné řidiče

Apel na důslednější sledování kvality zraku u řidičů není ojedinělým projevem podpory zodpovědného chování od DIRECT Pojišťovny. Tématu řidičů na silnicích se DIRECT pojišťovna věnuje dlouhodobě – v minulém roce například zveřejnila dva reprezentativní průzkumy k agresivnímu chování šoférů a v červnu představila svůj koncept podpory zodpovědných řidičů. Všechny řidiče, kteří jezdí bez nehod, odměňuje DIRECT Pojišťovna při sjednání pojištění výhodnější cenou a dalšími benefity, jako je služba AutoHELP nebo Ochrana bonusu. V rámci kampaně rozšířila pojišťovna své internetové stránky o záložku Zodpovědný řidič a počátkem letošního roku uspořádala dvě ankety na téma „hádky za volantem“ a „hudba v autě“.

Průzkum DIRECT Pojišťovny proběhl v únoru 2012 na reprezentativním vzorku 513 českých řidičů ve věku 18–65 let.

(tz)

Nový hotel ibis v Olomouci

Hotelová skupina Accor otevřela 1. května 2012 svůj první franšizový hotel – ibis Olomouc Centre. Developerem projektu je společnost HOPR Group, která již se skupinou Accor v minulosti úspěšně spolupracovala, a investorem její dceřiná společnost Hotel u parku s.r.o.

Nový hotel ibis Olomouc Centre nabídne hostům 90 moderních pokojů, 3 konferenční místnosti s kapacitou 100 osob a také jedinečnou restauraci L' Olive by Sud & Cie, která bude nabízet středomořská menu, sestavená populárním kuchařem Emanuele Ridi, známým z pořadu S Italem v kuchyni. „Hotel ibis Olomouc Centre se nachází v centru města, v lokalitě vhodné jak pro obchodní, tak i soukromé, turistické pobyty. Jsme velice rádi, že jsme naše služby mohli rozšířit i do Olomouckého kraje, kde představujeme vůbec první hotel naší sítě“, vysvětlil Luc Gesvret, generální ředitel společnosti Accor pro ČR a dodal: „Otevřením ibisu se počet hotelů skupiny Accor v České republice rozrostl na devět hotelů s celkovým počtem téměř 1600 pokojů. Těmito čísly Accor jen potvrzuje svou pozici druhého největšího hotelového operátora v České republice.“ Hotel Ibis Olomouc byl navržen s důrazem na komfort a kvalitu poskytovaných služeb. Rovněž konferenční prostory nabízejí nejnovější



technologie a jsou ideálním místem pro pořádání firemních setkání či soukromých akcí jako jsou například svatby či rodinné oslavy. „Hotel ibis v Olomouci je prvním hotelem, který vlastníme pomocí franšízy, další, rovněž ibis bychom rádi do budoucna otevřeli v Brně“, vysvětlila Bohdana Hošková, jednatelka společnosti Hotel u Parku s.r.o. Hosté nového hotelu se mohou těšit na kulinářský zážitek v restauraci L' Olive by Sud & Cie, která bude nabízet lahodné menu inspirované středomořskou kuchyní. Celé menu sestavil známý italský kuchař Emanuel Ridi, patron této prestižní restaurace. (tz)

Pohodová pochoutka Philadelphia Milka

Cream cheese Philadelphia, světově známý a oblíbený sýr, který se stal populární mezi všemi věkovými generacemi, nyní přichází s novinkou určenou především dětem a všem milovníkům sladkých chutí. Je kombinací jemné chuti kvalitní čokolády s nadýchaným sýrem typu cream cheese, a vytváří tak nezaměnitelnou variantu sladké odměny v podobě mléčného výrobku. Výrobek je ideální jako pomazánka na pečivo, samotný na lžičce nebo při použití v kuchyni. Skvěle se například hodí jako krém do různých sladkých jídel, dortů či zákusků. „Význam mléka a mléčných výrobků ve výživě dětí je neopominutelný“, uvedl primář MUDr. Petr Tláškal, CSc., Společnost pro výživu. „Tyto výrobky jsou zdrojem kvalitní bílkoviny, vápníku a významným přísunem některých pro dětský rozvoj důležitých vitaminů. Množství vápníku se musí od narození do dospělosti zvýšit přibližně 50x, z 25 g u novorozence na 1200 g u dospělých. Nedostatek vápníku v dětském věku vede k výraznému rozvoji osteoporózy ve věku vyšším, proto doporučuji zaměřit se na jeho příjem od útlého dětství. Sýry splňují přednosti mléčných výrobků s větším obsahem tuků, spíše mastných kyselin dodávajících mléku a mléčným výrobkům jejich chuť.“ „Pro velkou oblíbenost produktu

Philadelphia Milka v zahraničí jsme se rozhodli začít dovážet tento výrobek i k nám na český trh, neboť chceme nabídnout tuto jedinečnou novinku v segmentu čokoládových pomazánek i českým zákazníkům“, vysvětlil Martin Kincl, marketingový ředitel značky Philadelphia pro Českou republiku. „Philadelphia Milka obsahuje 22 % jemné mléčné čokolády Milka. Philadelphia Milka má o polovinu méně nutričních hodnot než konkurenční čokoládové pomazánky. Proto je vhodná především pro děti, které rády mlsají, ale i jejich rodiče dbající na jejich životní styl a stravu.“ Philadelphia se prodává v devadesáti čtyřech zemích po celém světě. Výhradním distributorem sýrů Philadelphia v České republice je společnost Alimpex food. Ta dováží na český trh čtyři druhy příchutí cream cheese Philadelphia a tři druhy balení pro gastronomický trh. První zmínky o krémovém sýru pocházejí z roku 1872. Tehdy poprvé vyrobil sýr typu cream cheese americký lékař William Lawrence. O osm let později získal tento nový druh sýru značku Philadelphia a začal se distribuovat ve fóliovém obalu pod jménem firmy Empire Company. Sýr nezískal svůj název pouhou náhodou, ale protože město Philadelphia bylo v té době považováno za symbol čistoty a pokrmů vyznačujících se vysokou kvalitou. V roce 1903 koupila tento podnik společnost Phenix Cheese Company of New York, která se v roce 1982 sloučila s firmou Kraft Cheese. V roce 2010 se značka Philadelphia spojila s Milkou a začala se vyrábět ojedinelá kombinace – Philadelphia Milka.



(tz)



Jak efektivně využít čas



Iva Jonášová, master franchisant pro Mortimer English Club Česká republika
– Jazyková škola pro děti i dospělé

Odpověď na tuto otázku je jednoduchá. Nemrhat časem. V práci pracovat, doma si pak čas rozdělit mezi nutné práce pro udržení chodu domácnosti. Při odpočinku opravdu vypnout a nereagovat na zbytečné rušící podněty.

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.

Blíženci 22. května – 21. června

V úterý 19. června 2012 proběhne novoluní v Blížencích. Je čas přemýšlet, kde byste se mohli prosadit a jakým způsobem. Říci světu, že jste. Nebojte se reklamy, pište životopisy, naplánujte si pohovory! Blíženci přejí psanému a mluvenému slovu. Získávání informací, a předávání těchto informací dále.

vaše Daniela Hannah

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

fejeton

O utahování opasků

Máme se až příliš dobře? Když o tom svého času chtěl obyčejné lidi přesvědčit ministr financí Miroslav Kalousek, se zlou se potázel a málem dostal přes ústa. I průzkumy veřejného mínění zcela jasně ukazují, že většina z nás není spokojena s klesající životní úrovní a přála by se mít lépe. Očekává to především od vlády a politiků. Nechci teď psát o tom, že podnikatelé a živnostníci do této většiny nepatří, protože spoléhají především sami na sebe. Od státu pouze chtějí, aby jim neházel klacky pod nohy, vytvořil rovné konkurenční podmínky na trhu a neumořil je nadměrnými daněmi. Mám na mysli občany, kteří se dokáží proměnit v demonstrující dav, jenž proklamuje nezadatelné právo na sociální jistoty. Chápu, v ustavičné nejistotě a obavách z budoucnosti nechce žít nikdo. Co si však pod takovou jistotou představit? Záruku stoprocentní zaměstnanosti a možnost téměř beztržestného rozkrádání majetku v socialistickém vlastnictví už nikdo slíbit nemůže. Tenhle stát dělníků, rolníků a pracujících inteligence jsme tu totiž měli a sami jsme si ho „vytunelovali“

naprosto dokonale, takže se zhroutil

a ekonomicky, sociálně a politicky už nemohl fungovat dál. Lidé tedy musí vymyslet něco jiného, co by uspokojilo voličskou většinu a zachovalo sociální smír, tedy ochotu těch bohatších a pracovitějších „dobrovolně“ přispívat do společné kasy. No jedno řešení bych nabídl, ale nevím, zda bude všem po chuti. Sám jsem si ho už vyzkoušel na sobě a nemohu si ho vynachválit. Jde o nepopulární metodu utahování opasků spojenou s osobou prezidenta Václava Klause. Ten se neptal, utahoval a padla vláda. Když vidím před sebou národ otlých Čechů, boдрých Moravanů a usedlých Slezanů, říkám si, že mírná dieta v rozumných mezích by jim vůbec neškodila. Když je vidím v nákupních střediscích, jak nakládají obrovské nákupní vozy potravinami (a často je tam všechny ani nedokáží vtěsnat), ptám se: Co jsme to jedli před čtvrtstoletím? Kam jsme to chodili nakupovat, když na celé sídliště připadala jediná samoobsluha s titěrně maličkými drátěnými košíky pro zákazníky? Jak jsme mohli přežít celé víkendy bez návštěv hypermarketů, zábavních parků a multikin? Nedostává se mi správné odpovědi, a to někdy z nostalgie sleduji Televizní noviny z 80. let v ČT 24. A když na Nově, Primě nebo Barrandově reprizují Dietlův seriál Žena za pultem, civím na vše i s titulky a ani nedutám. Když vidím okolo sebe všechny ty nadměrné velikosti, nemohu si odpustit poznámku: Což takhle zhubnout o pět, deset, patnáct kilo? Pánové, vy si dáte denně ve své hospůdce o pivo míň, a vy, dámy, vynecháte větrník u Myšáka. Za měsíc s potěšením zjistíte, že jste ušetřili několik stokorun, stáhnete opasek o jednu díрку a do schodů se vám hned

začne chodit líp. Nenabízím nic, co jsem sám nevyzkoušel. Právě mám za sebou jarní odtučňovací kúru a cítím se o pět let mladší. Získal jsem zdravé sebevědomí, že jsem dokázal překonat pohodlnost i nepříjemné pocity mírného strádání (nebylo to tak hrozné). Pokud půjdete v mých stopách, ušetříte na rodinných financích. Podaří-li se vám zhubnout, klesne vám tělesný tlak, riziko cukrovky a spotřeba přípravků proti pocení. Dostanete se fyzicky i duševně do figury a postupně přestanete s pravidelnými návštěvami svého lékaře. A uvidíte, že osobním příkladem a viditelnými výsledky dokážete k podobnému chování strhnout i blízké, přátele a další lidi v okolí. Budou-li nás miliony, české zdravotnictví bude méně zatěžováno a časem se může dostat i z krize. Klesne-li poptávka po potravinách, povede to k poklesu jejich ceny, případně se zlepší jejich kvalita, možné je i obojí zároveň. Jakákoliv závislost se snadno vytváří a velmi obtížně potírá. Ať jste ujetí na plném talíři dobrého jídla, na alkoholu, cigaretách, drogách, nebo jiných požitcích, projev zůstává stejný. Už samotné omezení dávky vyvolává nevoli, odpor a bouři. Když ale závislost překonáme, překonáme sami sebe a odměnou nám bude emocionální zisk. Najednou nám bude jasné, že život máme jen ve vlastních rukou a už nám nic nevnutí sebevlezejší reklamní klip a neopijí nás sebechytavější sliby politika. Co vám budu vykládat, dobře to se sebou myslíme jen my sami. Ne ti, kteří se snaží prodat své zboží nebo politický program a spoléhají na naši pohodlnost, slabou vůli a nechuť samostatně se rozhodovat. Víím, že to trochu bolí, ale bez námahy to nepůjde. Víím však, že to stojí za to.

Pavel Kačer



Chytré podnikatelky zpovídaly

matematika a investora Karla Janečka

Rádi nasloucháme lidem výjimečným, kterým se podařilo něco více než ostatním. Bývá to ponoukání k odvaze, výzva zkusit si něco, o čem člověk nedoufal, že potká nebo tomu půjde naproti. Taková setkávání zbavují strachu, vybízejí k soutěži. Proč ne?



S Karlem Janečkem Jana Švenková (vlevo) a Helena Kohoutová (vpravo), zakladatelky soutěže Ocenění českých podnikatelek

V polovině března zorganizovala agentura Helas druhé klubové setkání skupiny žen, které pojí soutěž Ocenění českých podnikatelek,

inzerce

s Karlem Janečkem, ekonomem, matematikem a zakladatelem slavného pražského gymnázia. Jeho vyprávění se pěkně poslouchalo, ale nejen to. Evokovalo mnoho otázek, diskutovalo se dlouho i poté, co oficiální část setkání byla dávno u konce. Nevěřím, že by tuto osobnost někdo neznal, tak snad jen stručně: Karel Janeček a jeho společnost je výjimečná tím, že dobře investuje, a to na základě unikátních matematických modelů a strategií, jež vedou k novým příležitostem uplatnění na celosvětovém trhu. Karel Janeček publikuje v prestižních vědeckých časopisech pojednání na téma aplikací stochastické analýzy a přednáší

na Matematicko-fyzikální fakultě Univerzity Karlovy. Je zakladatelem Nadačního fondu Karla Janečka na podporu vědy a výzkumu a Nadačního fondu pro boj proti korupci. Podvečer měl neopakovatelnou atmosféru i díky místě svého konání. Buddha-Bar Hotel Prague je pětihvězdičkový butikový hotel v blízkosti pražského Staroměstského náměstí a jeho Siddharta Cafe bude hostit dámy podnikatelky ještě několikrát v roce. Akce Klubu Ocenění Českých Podnikatelek jsou připravovány pro finalistky a vítězky všech ročníků soutěže a jsou platformou, kde se diskutují atraktivní témata s předními ekonomy a podnikateli. Cílem je dlouhodobě a smysluplně podporovat v inspiraci malé, střední i velké podniky vedené ženami.

(tz, rix)

Dokonale vyprané prádlo bez alergenů

Každý rodič chce pro své dítě jistě to nejlepší, a nejen s ohledem na jeho zdraví. Čisté a hygienické prádlo bez alergenů je jednou z cest ke spokojenosti a pohodě celé rodiny. Dá se říci, že vše začíná u parních praček s funkcí Allergy care. Pračka si tak udržuje stálou teplotu mezi 50-60 °C a eliminuje alergenů, jako jsou prach, pyl či roztoci. Kdo vyzkoušel, určitě by neměnil. Dokonale vyprané prádlo bez alergenů je silným argumentem.

Britská nadace pro alergie navíc prokázala, že

pára v pracím cyklu LG praček dokáže odstranit mnohem více domácích alergenů než běžné programy u konkurenčních praček. LG pračky mají i antialergické máchání při teplotě 40 °C, kdy dokážou dokonale odstranit zbytky pracího prášku. Tím především chrání citlivou pokožku dětí a zároveň na prádle nezůstávají žádné skvrny od zbylého prášku.



Vítěz testu



www.dtest.cz

LG
F1480QDS

**DOBŘE
(2,1)**

V testu:
17 produktů

Časopis TEST
5/2011

V loňském roce získala pračka LG F1480QDS ocenění »Vítěz testu« nezávislého časopisu dTest. Největší náskok získala pračka při hodnocení parametru »Praní«. Zde byla ohodnocena známkou 1,1. Takové známce se nepřiblížila žádná jiná testovaná pračka.

Vítejte



Největší
sít' prodejen potravin
v České republice



COOP. Všechno dobré.

www.skupina.coop

coop