

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

březen 2015

Cesta pro nás dva

Eva Brixí

Jaro kouzlí vůně z polibků
A hříčů je kolem dnes plno
Křížovku luštím z cizích doteků
A jiných dlaní mámivějších paní
Postáváš zbytečně opodál
Jak zaříkávač
Abys neprohrál
Já jsem z toho mimo
Přitom stačilo by málo
Co by tě to stálo
Stěží i to kolo
Cos mi kdysi dal
Abych užžděla dál
Moje oči běží
Na souboj pod Petřínskou věží
Protní tam dvě rovnoběžky
Vybásním z nich koloběžky
Jednu pro nás dohromady
Druhou za plot do zahrady
Abys věděl
Kudy cesta milence si vodí

Tomáš Milich

○ vzniku nových
hvězd vím své...

rozhovor na stranách 10–11

Mrsejte se specialistou na výrobu oplatek společnosti Manner

Manner

Uznávaná vídeňská rodinná firma Manner představí při příležitosti svého 125letého výročí několik novinek. První jsou na řadě Manner kokosové řezy.

„Při příležitosti 125. výročí založení firmy máme specialitu pro všechny naše příznivce, a to nové Manner kokosové řezy,“ uvedl Aleš Aldo Koláček, obchodní a marketingový ředitel společnosti Manner s.r.o. „Mezi klasické a nejoblíbenější příchutě

u řezů a oplatek patří lískový oříšek, čokoláda a vanilka. Stále větší oblibě se těší ale také ovocné druhy. Nezapomněli jsme však ani na milovníky kokosu.“ V mnoha Manner fanoušcích probouzí řezy s kokosovou příchutí známé a oblíbené vzpomínky. Receptura byla optimalizována pro zahájení jubilejního roku. Krém se dnes skládá mimo jiné z vysoce kvalitních surovin ze sušeného kokosového mléka, nejjemnějších kokosových hoblin a přírodního příchutí. Od začátku května bude novinka k dispozici v obalu „do kapsy“ a v inovovaném 400g rodinném balení. (tz)



Prospěšné věci nad rámec svého businessu



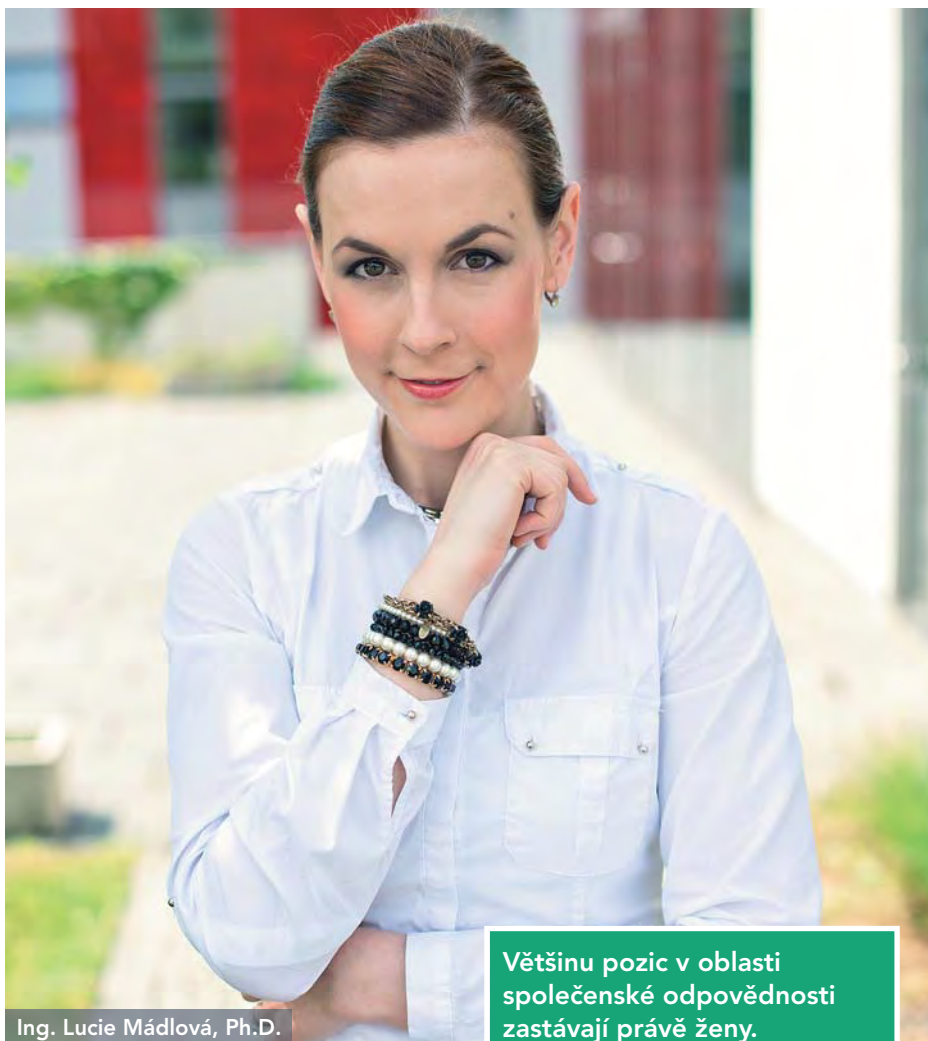
Zní to jako zaklínadlo vyšší moci, přesto jde o nevídaný prostor k prosazování aktivit, které jdou až za rámec běžných povinností firem, podnikatelů, živnostníků. Je to společenská odpovědnost, která otevírá mnoho nových možností k seberealizaci, udržování dobrých vztahů mezi firmami, organizacemi, občany. Cesta etiky, porozumění a vstřícné komunikace. Je to business s přidanou hodnotou, který řeší více než obrát a zisk. O společenské odpovědnosti jsem hovořila s osobností, jež právě tomuto tématu věnuje kus svého já, Ing. Lucii Mádlovou, Ph.D., výkonnou ředitelkou Asociace společenské odpovědnosti a specialistkou CSR Národního střediska podpory kvality České společnosti pro jakost:

Téma společenské odpovědnosti je mezinárodní. Rada kvality České republiky a projekt Národní politika kvality ČR jí dávají ve své strategii velký prostor. V čem je to zajímavé pro firmy?

Úkolem Rady kvality ČR je podpora aktivit nejen v oblasti kvality, ale také společenské odpovědnosti (CSR). Dlouhodobý finanční úspěch společností jde čím dál častěji ruku v ruce s vykazováním a závazky ke společenské odpovědnosti. A takový odpovědný přístup k podnikání již přináší prokazatelné benefity. Počet společností, které zveřejňují své finanční i nefinanční aktivity, neustále roste. Podniky již nejsou pouhou součástí trhu, jsou jeho tvůrcem.

Množství prostředků a možností přihlásit se ke své společenské odpovědnosti a udržitelnosti se neustále zvyšuje. Iniciativy, normy a poradenství jsou na vzestupu na národní i globální úrovni.

Odpovědné chování firem, které dělají prospěšné věci nad rámec svého businessu, je pro jejich majitele i ředitele stále důležitějším tématem. Čím dál častěji se o něm hovoří i v nejvyšších patrech managementu velkých firem. Povědomí o společenské odpovědnosti postupně narůstá také v sektoru malých a středních podniků.



Ing. Lucie Mádlová, Ph.D.

Co byste doporučila českým mikrofirmám, které by se rády zapojily do aktivit společenské odpovědnosti, ale neví, jak na to?

Úroveň vyspělosti společenské odpovědnosti závisí na velikosti firmy či druhu její činnosti. Pro většinu malých a středních podniků zůstane pravděpodobně postup založený na CSR spíše intuitivní a neformální. Právě s cílem pomoci nejen mikrofirmám vydalo koncem roku 2014 Národní středisko podpory kvality a Asociace společenské odpovědnosti praktického průvodce s názvem Tipy a triky – Společenská odpovědnost pro malé a střední podniky. Podnikům umožňuje stavět na špičkových metodách a praktickými radami jim pomáhá upevňovat jejich pozici v oblasti odpovědného podnikání. Malé a střední podniky, rodinné firmy a sociální

Většinu pozic v oblasti společenské odpovědnosti zastávají právě ženy. Manažerů, kteří by řešili agendu CSR, v mém blízkém okolí opravdu tolik není.

podniky se letos mohou přihlásit do nové Ceny za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně. Ta oceňuje firmy, které působí v daném regionu, zajímají je otázky a témata týkající se jejich nejbližšího okolí, podnikají odpovědně a pozitivně působí na společnost.

Jaký vztah mají u nás ke společenské odpovědnosti ženy – podnikatelky a manažerky? Je to pro ně například více empatictější záležitost než pro muže?

Vypadá to tak. Většinu pozic v oblasti společenské odpovědnosti zastávají právě ženy. Ma-

nažerů, kteří by řešili agendu CSR, v mém blízkém okolí opravdu tolik není. Ženy jsou v mnohém empatičtější, potíž pak může nastat při prosazování CSR strategie před nejvyšším vedením či akcionáři, to je doména převážně mužů a na společenskou odpovědnost nahlíží zcela z jiného, pragmatického a výkonnostního úhlu pohledu.

Na začátku dubna se v Praze odehraje pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR významné setkání osobností, které ctí kvalitu i společenskou odpovědnost. Oč půjde?

Ano, 2. dubna 2014 se na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR za přítomnosti ministra, a dále samotného zakladatele UN Global Compact, George Kella, za účasti signatářů UN Global Compact v ČR a médií uskuteční slavnostní akt vzniku Národní sítě Global Compact České republiky.

K podepsání memoranda ke vzniku české národní sítě této mezinárodní iniciativy dojde u příležitosti prvního výročí přijetí strategického dokumentu Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice. Hostitelskou organizací Národní sítě Global Compact ČR bude Asociace společenské odpovědnosti, která s pověřením OSN zvyšuje povědomí o UN Global Compact v ČR již od roku 2013.

UN Global Compact je síť firem a organizací, které se rozhodly sjednotit své poslání i každodenní činnosti s deseti obecně přijímanými principy společenské odpovědnosti v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce. V současné době sdružuje téměř 13 000 organizací (z toho přes 8000 firem) ze 165 zemí světa a je největší platformou společenské odpovědnosti na světě pod záštitou OSN.

Mohla byste charakterizovat, jaké vazby to bude mít na další rozvoj iniciativ v ČR?

Úkolem Národní sítě Global Compact Česká republika bude především šířit základní principy UN Global Compact (UN GC) v českém prostředí. Uchopit tuto mezinárodní iniciativu lokálně, v odlišném národním, kulturním a jazykovém kontextu. Bude podporovat firmy (jak místní, tak i pobočky zahraničních společností), které jsou zapojeny do UN GC v implementaci jeho deseti základních principů a vytvářet prostor pro sdílení zkušeností, možnosti učení, kolektivní akce a partnerství. Skrze vlastní aktivity napomáhat k prohlubování znalostí základních principů všech zapojených organizací a dalšímu šíření cílů a poslání UN GC v ČR. Prostřednictvím dialogu (včetně politického) umožní svým členům aktivně ovlivňovat CSR politiku v ČR. Vznikající národní síť má významnou podporu ze strany Ministerstva průmyslu a obchodu a Rady kvality ČR.

Co vás samotnou přimělo k tomu, že jste se začala společenskou odpovědností zabývat?

Společenskou odpovědností jsem se začala více zabývat v roce 2008 v rámci doktorského studia na vysoké škole. Přestože se moje dizertace měla původně ubírat směrem k optimalizaci logistických systémů, odborná stáž na univerzitě v Dánsku, kde byl na toto téma dokonce samostatný studijní obor, mne přiměla změnit názor. Naprostá přirozenost a přístup

i těch nejmenších podnikatelů, kterým bylo odpovědné podnikání přirozené a vlastní, stejně tak jako základní etické hodnoty a zdravý rozum, mne doslova nadchl a rozhodla jsem se změnit nejen téma své dizertace, ale celkově i pohled na klasickou ekonomii.

Protože v České republice nebylo možné získat na jednom místě ucelené informace a poradenství, jak se společenské odpovědnosti věnovat

s co největší efektivitou, spravuji od roku 2009 nejvyhledávanější informační portál o CSR a udržitelném podnikání u nás (www.spolecenskaodpovednost.cz). Veškeré mé aktivity a zkušenosti z oblasti CSR vedly zhruba před dvěma lety také

k založení Asociace společenské odpovědnosti, jediné nezávislé neziskové organizace, která v rámci České republiky sdružuje, propojuje a reprezentuje zájmy společensky odpovědných firem a organizací. Za tu dobu se k členství v její platformě přihlásilo již více než 90 členů, a stala se tak největší platformou společenské odpovědnosti v ČR. Od června loňského roku rozvíjím aktivity společenské odpovědnosti také v rámci Národního střediska podpory kvality jako specialista CSR a od letošního roku navíc zastávám funkci předsedkyně odborné sekce Rady kvality ČR s názvem Společenská odpovědnost a udržitelný rozvoj. Jednou z hlavních aktivit této sekce v letošním roce bude především aktualizace strategického dokumentu Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v ČR, který 2. dubna 2014 Usnesením č. 199 přijala vláda ČR.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Dnešní ženy jsou emancipované a finančně nezávislé



Mezinárodní den žen, který letos připadl na neděli, snad nebyl

opomenut, i přesto, že dnešní ženy jsou již emancipovanější a finančně soběstačnější než kdy dříve. Největší internetová banka mBank analýzou interních dat zjistila, že jen za posledních šest let se navýšil počet žadatelek o kreditní kartu či hypotéku mnohdy i o desítky procent.

Zatímco v roce 2008, kdy mBank slavila rok na českém trhu, byli zákazníci převážně muži, v roce 2012 byl již poměr nově přicházejících klientů 1:1. V roce 2014 pak ženy převzaly vedení a dnes si otevírají více běžných účtů v online bance než muži. Ženy se osamostatňují i v oblasti vlastního bydlení, jejich finanční nezávislost jim to umožňuje. Počet hypoték,

kde je majitelkou pouze žena, stoupl z 9 % v roce 2008 na 14 % v roce 2014. Ženy s hypotékou tak v poměru s muži o mnoho nezaostávají – 55 % mužů vůči 45 % žen.

Počet plateb kartou se každým rokem zvyšuje a platební karty jsou dnes již běžnou součástí každé dámské peněženky. Počet karetních transakcí provedených ženami je však takřka shodný s počtem transakcí jejich mužských protějšků. Ženy však debetní kartu používají častěji než muži a za posledních šest let počet karetních transakcí provedených ženami narostl téměř na čtyřnásobek. Zájem o platby kartou také dokládá nárůst žadatelek o kreditní karty, který se mezi lety 2008 a 2014 zdvojnásobil a z deseti zá-

kazníků mBank, kteří mají kreditní kartu, jsou čtyři ženy. „Dnešní ženy jsou samostatnější ve všech směrech – samy se zajímají o finanční produkty a poptávají je, nebojí se nových technologií a směle konkurují nám, mužům. Pro digitální banku, která je postavená na technologiích a která nabízí bankovníctví 21. století, je potěšením sledovat ženskou emancipaci,“ řekl Robert Chrást, obchodní ředitel mBank. Ačkoli se často o ženách mluví v souvislosti

s utrácením peněz, faktem je, že české i slovenské ženy jsou ve financích mnohem opatrnější než muži. Z interních dat mBank od roku 2008 vychází, že v Čechách i na Slovensku si spotřební úvěr bere samostatně jen 30–35 % žen. (tz)



A slova znějí

Poslední dobou se znova učím naslouchat těm, kteří se snaží mi sdělit podstatné, ale někdy i nepodstatné věci. Přistihla jsem se, že jsem donedávna příliš myslela jen na své problémy, své záležitosti, své nutnosti a neodkladnosti a již hůře se koncentrovala na to, co je důležité pro ostatní, kolegy, obchodní partnery, přátele či mé nejbližší. Ne, nedělám ze sebe vrbu, ani to nikdo nechce, jen jsem trochu zařadila zpátečku. Naštěstí jsem si, doufám, včas uvědomila, že je potřeba trochu jinak nastavit vlastní pozornost. A víte, co jsem zjistila? Že kolem mne plyne spousta námětů, nápadů, přívětivých rad, připomínek. Že jsem léta nebyla připravena slyšet to, co mi patřilo, co mne mohlo obohatit. Trochu si to vyčítám, nechala jsem se strhnout svou vlastní zaujatostí, již jsem přezdívala zaneprázdněnost, vítězství priorit a bůhvíjak ještě. I v tom směšném stresu, do něhož nás prazvláštní životní styl zavádí, má většina slov své malé i větší, občas i zásadní poselství. A když se je učím znova rozpoznávat a přijímat, a trochu o nich přemýšlet, zjišťuji, že ten svět přece jen ještě není tak zkažený a špatný.

Eva Brixi



Tip Grady

Jak rychle zbohatnout



Které návody na zbohatnutí jsou slepou uličkou a které skutečně fungují? Co je pro dosažení bohatství nej důležitější? S jakými neférovými postupy je třeba počítat? Co lidi na cestě ke zbohatnutí brzdí? Díky této knize zjistíte, jak to ve světě bohatých skutečně chodí a jak se v něm můžete ocitnout i vy! Dozvíte se, jak bohatí lidé skutečně získávají své peníze, a to včetně metod, kterými by se nikdy nechlubili.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

design4net

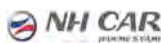
www.design4net.cz

hlavní partner:



www.ovus.cz

partneři:



www.nhcar.cz



www.yourchance.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.coop.cz



www.pardubickypernik.cz



www.tsoft.cz



www.konopnyshop.cz



www.balamina.cz



www.vinoabobule.cz



www.modelpraha.cz



www.zpmvcr.cz



www.zts.cz



www.laznejachymov.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 9, březen 2015

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Beton & Print, s. r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.madambusiness.cz

Šéfredaktor: Martin Šimek

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.cz

Doporučujeme vám
kosmetickou poradnu GERnétic
na www.madambusiness.cz



Pomohly vám někdy moudré knihy o podnikání a manažerské práci?

Mgr. Kateřina Goroškov
marketing a PR specialista,
mentor a kouč

Určitě ano. Hodně mi potvrdily moje pracovní teze, ujistily v některých věcech, které jsem dělala intuitivně. Manažerská práce je o řízení nejenom druhých, ale především sebe sama, o určení hodnot. Po této stránce mi hodně pomohl Stephen R. Covey a jeho Sedm návyků skutečně efektivních lidí. Mám také dobrou zkušenost s propojováním oborů. PR není nikdy pouze o PR, je to nástroj marketingu a ten zase slouží obchodu. Koučování mi do toho všeho náramně zapadá. Vše se vždycky týká lidí a služby lidem. Sahám často nejenom k odborné literatuře z oblasti marketingu, ale i po knihách, které se lidí a komunikace mezi nimi týkají. Mezi své moudré rádce řadím Ericha Fromma a jeho knihu Mít nebo být? nebo Jak mít co chceme a chtít co už máme Johna Graye.



Přiučil jste se něčemu od žen v businessu?

Ing. Zdeněk Juračka
předseda Svazu českých
a moravských spotřebních družstev

Od schopných, a navíc třeba i pěkných žen v businessu se dá přiučit vždy a všude. Co je mi líto a vzbuzuje to i mou závist, je fakt, že nemohu při prosazování svých zájmů použít určitou přesvědčovací metodu, kterou jsou schopny k dosažení cílů praktikovat spontánně zejména vůči mužům chytré a krásné ženy. On přeci jenom i tvrdý businessman pod tlakem silné osobnosti ženského pohlaví někdy „změkne“.



Informace do kabelky

Zentiva představila mobilní aplikaci pro ženy

Novou digitální aplikaci pro uživatelky hormonální antikoncepce vyvinula společnost Zentiva. Ženám připomene, kdy si mají vzít svoji pilulku, poradí, co dělat, pokud ji užít zapomněly, a přináší i odpovědi na nejčastější otázky týkající se menstruačního cyklu. Aplikaci Zpilulka si mohou stáhnout zdarma do mobilních telefonů s iOS nebo Android. Kapacitně nenáročná aplikace si zapamatuje, kolik tablet je v plátekku i kolik plátek ženě ještě zbývá. Stejně poradí i telefonní číslo na gynekologa. „Nejde ale jen o chytřejší diář,“ upozornila Iveta Hnízdová, produktová manažerka. „Aplikace Zpilulka ženám radí, jak s pilulkami zacházet v případě zdravotních obtíží i co si počít, pokud na prášek zapomněly. Dokonce připomíná, že záleží i na tom, v jakém týdnu užívání žena na tabletu zapomene.“ Aplikace vysvětlí, jaké ženě hrozí v daných případech riziko otěhotnění a co si má počít. Kromě těchto rad mají uživatelky k dispozici také záložku „Víte, že“. Zde se například dočtou, jak se projevuje premenstruační syndrom a jak jej léčit, co si počít s bolestivou menstruací, akné či přírůstkem na váze. Dalším šikovným pomocníkem je menstruační kalendář, do něhož lze zaznamenat řadu symptomů, které později mohou posloužit při konzultaci s lékařem.

(tz)

Kouzlo čaje Tchibo

Cafissimo Teatime je tady

Společnost Tchibo při příležitosti desetiletého výročí značky Cafissimo rozšířila portfolio nápojů pro kávovary a představila řadu čajových kapslí Cafissimo Teatime. Novinka je zastoupena třemi druhy čaje – ovocným Fruit Harmony, černým Pure Black a Rooibos Vanilla. Čaj lze připravit na všech kávovarech Cafissimo stisknutím tlačítka Caffé Crema. Kapsle jsou v prodeji v balení po deseti kusech za cenu standardních kapslí, tedy 79,90 Kč. K dostání jsou ve značkových obchodech společnosti Tchibo a v e-shopu www.tchibo.cz.

„Uvedením čajových kapslí s radostí reagujeme na požadavky našich zákazníků. Dlouhodobě jsme se připravovali na rozšíření naší kávové expertizy do této další oblasti, abychom i ve světě čaje mohli pokračovat v nabídce produktů té nejvyšší kvality. Věříme, že představujeme takovou nabídku čajů, která uspokojí většinu milovníků tohoto nápoje,“ dodala k novince Dana Jindřichová, Category Food Manager, společnosti Tchibo Praha, spol. s r.o. O pitném režimu toho víme určitě hodně, i když si přiznáme, že občas na jeho pravidla zapomínáme a omlouváme to nedostatkem času a nadměrným množstvím práce. Pozor, není to dobré řešení, i když snadné. Dostatek tekutin zahání únavu a přispívá k harmonii organismu. Občas je také dobré prostřídat nápoje, místo kávy zvolit čaj, místo vody třeba čerstvou zeleninovou šťávu.

To nejdůležitější o novince:

- ✓ Kávovary Cafissimo mohou nově, kromě kávy, připravit i kvalitní čaj.
- ✓ Čajové kapsle jsou v nabídce ve třech různých variantách: Fruit Harmony (ovocný), Rooibos Vanilla a Pure Black (černý).
- ✓ Všechny druhy kapslí Tchibo Cafissimo Teatime obsahují certifikovaný čaj.
- ✓ Příprava je snadná, stačí stisknout tlačítko Caffé Crema.
- ✓ Proces je rychlý, nemusíte čekat na uvaření vody na čaj a jeho vylouhování.



Tři různé druhy a jejich tajemství

Stejně jednoduše jako lze na Tchibo Cafissimo připravit kávu, získají zákazníci nově i šálek čaje. Stačí vložit zvolenou čajovou kapsli a stisknout tlačítko Caffé Crema (žluté). Pro dosažení dokonalé chuti se doporučuje pročistit systém spuštěním programu Caffé Crema bez vložené kapsle před i po přípravě čaje. Nová nabídka Tchibo Cafissimo Teatime zaujme rozmanitostí chutí. Pure Black spojuje klasickou chuť černého čaje s jemnými aromatickými tóny. Jde o výběr těch nejlepších drvených čajových lístků, které pocházejí z certifikovaných čajových plantáží. Rooibos Vanilla je delikátní Redbush čaj s pravou vanilkou a Fruit Harmony představuje ovocný čaj plný chutí vyzrálých jahod a malin. V kapslích jsou

celé kousky tohoto ovoce, které pocházejí z ekologického zemědělství.

Odpovědný přístup i v čajovém průmyslu

Všechny čajové kapsle pro systém Tchibo Cafissimo obsahují certifikovaný čaj. Jde tedy o čaj z trvale udržitelné zemědělské produkce, která je základem toho, aby si milovníci čaje mohli vychutnat svůj oblíbený nápoj v té nejvyšší kvalitě i v budoucnu a i další generace farmářů si mohly spravedlivě vydělávat na své živobytí. Každý druh čajových kapslí má jinou certifikaci – Pure Black Rainforest Alliance, Rooibos Vanilla UTZ a Fruit Harmony BIO. (tz)

www.tchibo.cz, www.cafissimo.cz

www.tchibo.com/cz

www.facebook.com/TchiboCeskarepublika



Jana Malá (druhá zleva)
se svým týmem

Právě komunikace vytváří vztah člověka k člověku



Navléknout na ruku maňáska a povídat si. O věcech všedních, běžných, zdánlivě obyčejných. Nemusí to být jen pohádky o pejskovi a kočičce, o království nebo skřítcích. Stačí výjevy z cesty do školky nebo scénka o uklízení oblečení. Málo, ale pro děti je to víc než drahá zahraniční dovolená. Troška něhy, špetka zájmu o to, co prožívají, co je těší nebo trápí. Vzájemný vztah, který se pomocí počítače, notebooku a tabletu nevybuduje. Hračky neslouží jen k tomu, aby si hrálo dítě. Jsou také můstkem v komunikaci mezi ním a rodiči, mezi malými a dospěláky. Tak to chápe Jana Malá, předsedkyně Moravské ústředny Brno, družstva umělecké výroby:

Čeští výrobci hraček si začínají libovat, daří se jim zvyšovat export. Jak si loni vedla Moravská ústředna Brno a jak to vypadá se zakázkami na rok 2015?

Naše cíle pro navýšení exportu v roce 2014 se nám nepodařilo splnit, i když celkový objem tržeb nám meziročně vzrostl více než o osm procent. Jako hlavní důvod vidíme doznívající dopady ekonomických problémů v jednotlivých zemích, které se promítly i do stability

našich dlouhodobých obchodních partnerů. Musíme si stále uvědomovat, že předmětem naší nabídky je zbytečný sortiment!

Co na vašich výrobcích zahraniční odběratel a kupující nejvíce oceňují? Veselé postavičky, z nichž vyzařuje vřelost a rozvernost, zdravotní certifikáty, barevnost, dobrou cenu?

Nejdůležitějšími faktory našich úspěchů, nejen v zahraničí, ale i na domácím trhu, jsou

především kvalita výroby a výroba v EU, dále je samozřejmostí, že veškeré výrobky jsou certifikovány dle platných norem EU. V neposlední řadě je to spokojenost našich obchodních partnerů se servisem, který nabízíme při přípravě a zajišťování dodávek.

Kam vyvážíte nejvíce a jaký sortiment?

Největší objemy vývozu již tradičně realizujeme především do zemí EU, dále USA, Ruska. Loni naše hračky putovaly do 26 zemí světa. Hlavními vývozními artikly jsou maňasci a kornoutové hračky. V posledních letech se vracíme například i ke klasickým marionetám, které Moravská ústředna vyráběla již dříve. Tím se nám daří, zvláště v posledních letech, výrazně odlišit od hlavních trendů v hračkářském průmyslu.

Maňasci a loutky jsou hračky, které mají stále velké poslání. Ve vaší nabídce jich přibývá. Odebírají je třeba mateřské školy, dětské domovy, nebo pouze obchodníci?

Budu-li hovořit o exportu, naši největší odběratelé například ve Španělsku, Itálii či Srbsku jsou dodavatelé do škol a školek. V České republice je situace jiná, o takové typy hraček není zájem. Výjimkou jsou ojedinělé obchodní partneři, kteří nám ale svými objednávkami tvoří minimální obrát.

Máte svůj tajný podnikatelský sen? Co byste sama ráda zařadila do programu družstva, ale zatím k tomu nebyla příležitost?

To víte, že mám a není až tak mimořádný. Výsledkem by mohlo být nejen sortimentní rozšíření nabídky družstva, ale i podpora kvalitní výroby u nás a pracovní příležitost pro další lidi. Navíc bychom byli schopni zaměstnat uchazeče o zaměstnání z tzv. ohrožených kategorií, jako jsou matky s malými dětmi, pracovníci po 50 letech věku. Moravská ústředna již desítky let takovým lidem určité jistoty zabezpečuje formou práce domů, a to bez jakýchkoliv podpory, vytváření vládních projektů nebo rozhodnutí EU. Abychom se ale v současných nestabilních ekonomických podmínkách do něčeho takového pustili – to by byl tak trochu hazard.

Myslíte si, že by si dospěláci měli s dětmi více hrát? Rodiče příliš často nechávají dítě napospas internetu, a ten jim lásku a citový vztah jistě nenahradí...

Co si myslím, je jedna strana mince, co je realita, je strana druhá. Chápu, že vývoj IT ani v hračkářském průmyslu nikdo nezastaví a pak s vámi musím naprosto souhlasit. Mně osobně vadí, že ubývá potřeba přímé komunikace, a to od raného věku dětí až po generaci starších lidí. Podle mě právě komunikace vytváří vztah člo-

věka k člověku. Snažíme se proto, aby naše výrobky působily příjemně a staly se milým pohlázením pro dítě, které je dostane a bude moci si s ním hrát. Právě s cílem trochu i děti odpoutat od jednoduché a pohodlné konzumace zábavy přes televizi či internet chceme přicházet v naší nabídce s takovými produkty, které budou rozvíjet jejich tvůrčí myšlení a schopnosti či jednoduchou zručnost, jež se u dětí vytrácí.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■



Společnost OVUS – podnik živočišné výroby, s. r. o., ve Slaném-Kvici je významným českým výrobcem vajec, vaječných polotovarů a specialit. Jako jediný dodává na náš trh také vařená velikonoční vejce v šesti barevných odstínech, která jsou na zahraničních trzích známá pod názvem pikniková vejce.



Ročně společnost OVUS vyprodukuje již takřka sedm desítek milionů vajec a jeho nespornou předností je aplikace moderních technologií a postupů na bázi nejnovějších vědeckých poznatků.

Firma si odchovává vlastní nosnice od jedno denní kuřat a po dlouhodobých přípravách přišla v loňském roce s avantgardní nabídkou nosnic s genetickým původem od jihoamerických indiánů. Tím se spotřebitelská nabídka rozšířila také o vejce v široké škále jemně barevných odstínů skořápky a s mimořádnými chuťovými vlastnostmi, které si až dosud dopřávali například jen hosté vybraných londýnských restaurací. Dnes v nabídce OVUS nechybějí ani farmářská vejce z podestýlkových cho-

Velikonoční krása

vů či typicky česká vejce od slípek Moravia, známých z dob našich prababiček. Restauracím a výrobně-potravinářským provozům OVUS dodává nejrůznější vaječné výrobky a polotovary díky speciální automatické lince, která dokáže nejen vejce uvařit, obarvit a opatřit jejich skořápku šelakem, který uzavřením pórů významně prodlouží trvanlivost vajec. Linka také dokáže vejce vložit do rozmanité škály obalů, jak co do počtu kusů vajíček v balení, tak i různorodosti provedení kazet, včetně průhledných srdcovitého tvaru, ve kterých se pestrobarevná velikonoční či pikniková vejce krásně vyjímají. Sortiment tvoří také vařená loupáná vejce naložená do různých druhů láků. OVUS

totiž stále překvapuje novinkami. Nyní například sedmikusovým balením s názvem Vaječná duha jako výběr z klecových i podestýlkových chovů a výběr vajec různých plemen, a sedmikusové balení Indiánská vejce, což je sada vajec s přírodně zbarvenou skořápkou a s delikátní chutí.

S OVUS si můžete i zasoutěžit, a to na internetových stránkách www.madambusiness.cz, na podstránce Soutěže. Na výherce čekají příjemné ceny v podobě velikonočních dárkových balíčků od tohoto výrobce. (nov)





Z perníku celý svět

Zajet do Pardubic za paní Jarmilou Janurovou, zakladatelkou a šéfovou firmy JaJa Pardubice s.r.o., a vidět, jak se vyrábí perníky nejen velikonoční nebo vánoční, to znamená ocitnout se v pohádce, ráji na zemi, výtvarné dílně. Adresa Přerovská 536 je místem, kde se pracuje srdcem, zakládá se na umu a řemeslné zručnosti a vychází z radosti, kterou perníčky dělají ostatním. Nahlédněte s námi:

Velikonoční perníčky se neobejdou bez motivů pomlázek, zajíců, beránků, kraslic. Ze zkušenosti můžete určitě potvrdit, že klasika je klasika a k tomuto svátku patří. Přesto – co se dá upozorovat ze zájmu kupujících? Chtějí i nějaké supermoderní pohádkové postavičky nebo něco, nad čím by předkové lomili rukama?

Budu upřímná – Velikonoce, svátky jara, zakotvené v perníčkách v podobě slepiček, kuřátek, zajíčků, kohoutků, krasliček jsou stále upřednostňovány v drobném provedení, to zákazníci žádají nejvíce. Oblíbené jsou i větší plastické modely ja-

ko kohoutí spřežení, slepičí rodinka, kurník, zající s kraslicí, kraslice malované štětcem, bílkovou polevou nebo přízdobené cukrářskou hmotou. Nabízený sortiment je bohatý,



více barevný než bílé zdobené perníček s vánoční tematikou.

Jaro s pestrou loukou a očekávání rozkvetlých zahrádek přenášíme na naše výrobky.

Supermoderní pohádkové postavičky většínou klienti kupují dětem k narozeninám, svátku nebo pro radost v průběhu roku. Postavičky jako například Superman, Šrek, Kity a ty další, které si žádají zákazníci buď v podobě malovaného perníčku, nebo vytvářené z cukrářské hmoty jako přízdoby na dort, by naše předky neoslovily, možná v době velikonoce i pobouřily. Naše babičky a maminky si velmi zakládaly na pěkně upravené jarní výzdobě obydlí v duchu tradic Velikonoc. Peklo se i cukroví, dnes mnohé hospodyňky nahrazují i našimi perníčky a obohacují velikonoční tabule Perníkovými minidezerty. Tyto naše výrobky odběratelé mnohdy označují jako perníkové bomboniere, což jim dává další poslání a rozměr v používání. Zkrátka hodí se vždy, když chceme někoho obdarovat nebo pohostit.

Vždycky jste zdůrazňovala, že i pamlsky lze vyrábět z kvalitních a zdravých surovin. Co využíváte vy, abychom si zdravě pochutnávali? Anebo jinak – co nepoužíváte vůbec?

Naše produkty zhotovujeme pouze z kvalitních surovin při zachování přísných hygienických podmínek. Nepoužíváme žádné předvyrobené směsi a zlepšující přípravky. Naši nejdůležitější surovinou je med od českých včelařů.

K jaru patří láska a řada lidí si ji slibuje na věčné časy, připravují se svatby. JaJa Pardubice má také sortiment určený pro svatební hostiny. Co všechno zahrnuje? I perníkovou chaloupku jako symbol bydlení?

Svatební nabídka v našem výrobním programu je velmi bohatá. Děkovací srdíčka, velká srdíčka, podkovy, různé přízdoby na dorty, svatební dorty, batolata, kolébky, kočárky, vizitky na stůl, a na přání zákazníka zhotovíme i perníkový výrobek dle jeho představ. Vyrábějí se i svatební chaloupky v různých velikostech s otvorem ve středu a slouží jako pokladnička, svatebčané do ní vkládají peněžité dary pro novomanžele. Jako výslužka se hodí také naše Perníkové minidezerty. Hojně se využívají a chutnají, jsou praktické, a nás to samozřejmě těší.

A úplná novinka – už můžete prozradit?

Máme jich několik. Ve zdobeném perníku kombinovaném s cukrářskou hmotou, tře-

ba velikonoční beránek nebo slepička. Perníkové dezerty jsme zase rozšířili o plněné perníkové medvídky, už jich máme pět druhů. Liší se použitou náplní a cukrářskou polevou. Příchutě jsou švestková, kávová, karamelová a likérová s karamelovou. Perníkové minidezerty – kazetky

doplňujeme novým druhem hvězdičky s příchutí skořicovou. Náplň

drobných perníčků je obohacena o skořici, poleva se střídá tmavá se světlou, povrch je lehce posypán skořicovým cukrem. Vyrábíme i ve větším provedení a jednotlivě balené kousky.

A další vývoj pokračuje. Chuť zázvoru zakomponovat do perníkových dezertů či minidezertů je cílem příštích dní.

Ono je to s námi tak – vždy, když končí sezonní výroba, rodí se nejvíce nápadů. Letos je to obdobné jako loni. Jeden z takových nápadů byl výrobek nazvaný Zajíček postavený velký s vejcem. Důležité je, aby se líbil, oči kupují.

V expedici je připravený na přání zákazníka výrobek Pohorí 3D provedení s lanovkou, domečky... I taková přání naše děvčata umí zpracovat. Z perníku se dá totiž stavět celý svět.

ptala se Eva Brixl



Firmy se po budoucích zaměstnancích poohlíží už ve školkách

České průmyslové firmy si stále častěji uvědomují, že prohlubující se nedostatek kvalifikovaných technických pracovníků je třeba řešit s předstihem. Pokud strach z techniky děti překonají už v předškolním věku, zvyšuje se šance, že po dosažení plnoletosti budou hledat uplatnění právě v technických oborech.

Cestu, jak formou hry v dětech vypěstovat vztah k technice, hledají odborníci v Brně již několik let prostřednictvím projektu Technické školky. Šikovné děti si v nich pod dohledem specialistů mohou vyzkoušet řezání, pilování, montování a k tomu spoustu zábavy. Již v mateřských školkách také najdou uplatnění polytechnické stavebnice typu legendárního Merkuru. Hodnocením tříletého vzdělávacího projektu Technické školky určeného na podporu vzdělávání žáků základních škol v technických vědách se zabývala jeho závěrečná konference, která se uskutečnila nedávno v Brně. Technické školky jsou jednou z aktivit, jejichž organizátoři se hlásí k Roku průmyslu a technického vzdělávání 2015 – celoročního



Foto Freeimages

projektu na podporu technického školství v ČR, který vyhlásil Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) a podpořila vláda i její příslušné rezorty.

Děti z mateřské školy Prámínek v Brně v rámci projektu prošly v uplynulých letech základními technickými úlohami. Na základě projektu vzniklo několik metodických materiálů pro pedagogy ZŠ prvního stupně. Tvůrci projektu byli odborníci z Vysokého učení technického v Brně za spolupráce společnosti Prefa Kompozity, a.s., a EGPI Uherský Brod, České manažerské asociace (ČMA) a ZŠ a MŠ Prámínek v Brně-Bystřici, podpořily její i Veletrhy Brno a společnost Uni Hobby, která mateřské škole dodala dětské nářadí. Ta připravuje rovněž jeho aktualizované sady,

které jsou vhodné na plnění technických úloh v mateřských školách.

„Máme spoustu zkušeností a s jejich zaváděním do mateřských škol můžeme jít do dalších regionů,“ uvedl Miloš Filip, předseda představenstva společnosti Prefa Kompozity a.s., jenž je rovněž členem výboru ČMA i vědecké rady VUT v Brně.

Projekt technických školek byl v roce 2011 oceněn v soutěži Česká inovace a je ukázkovým příkladem vzdělávací aktivity založené na spolupráci škol a firem. Právě na jejich podporu SP ČR inicioval Rok průmyslu a technického vzdělávání.

Bližší informace o projektu Technické školky jsou uvedeny na internetové stránce technicke-skolky.cz.

(tz)

O vzniku nových hvězd vím své...



Shodou okolností se mezi energetickými, plynárenskými, strojírenskými, stavebními a dalšími firmami ocitla v konsorciu

GASCONTROL GROUP společnost se zcela odlišnou výrobní specializací. OVUS – podnik živočišné výroby s. r. o. ve Slaném-Kvici je totiž významným producentem vajec, a nejen to. Více již napoví rozhovor s Ing. Tomášem Milichem, jednatelem společnosti, mimochodem i jedním z finalistů soutěže Manažer roku 2014.

Jak se stalo, že skomírající drůbežářský provoz povstal jako bájný Fénix z popela a probíjaval se až na špičce oborového peletonu? Co odstartovalo sled událostí před bezmála čtyřmi lety?

Byla to shoda obrovských náhod. Právě v době, kdy měl zmíněný drůbežářský podnik největší ekonomické problémy, jej společnost GASCONTROL vykoupila od banky. Stalo se tak díky akcionářům, kteří jsou českými patrioty a plně chápou, že bez českého zemědělství a živočišné výroby, jakožto strategického odvětví, nemůže Česko existovat plnohodnotně. Podnik stál před rozhodnutím, jak uskutečnit komplexní rekonstrukci technologií ustájení v souladu s nařízením komise EU o nových podmínkách welfare s platností již od 1. ledna 2012. Takže, když už se musela vyměnit ustájovací technologie, tak jsme se dohodli, že to provedeme pořádně i s dalšími navazujícími systémy, jako elektronickým managementem chovu a odchovu nosnic, a dalšími záležitostmi.

Můžete prozradit detaily vaší manažerské vize vybudovat v pro vás neznámém oboru firmu, o které se bude hovořit s respektem?

U profese manažera není určující obor, ale umění motivovat zaměstnance a své nejbližší okolí, přičemž měřitelnými prostředky pro rozvoj firmy jsou produktivita jednotlivých výrobních pro-

cesů, rentabilita, výkonnost firmy a další kritéria. Samozřejmě platí, že upřesnění vize spolu se stanovením a realizací cílů společnosti není možné bez podpory odborníků a profesionálů z daného odvětví. A aby firma v silné konkurenci obstála, musí mít veškeré své výrobní

cykly uzavřené, kdy platí zásada nic nevyhazovat a umět vše zpracovat, včetně druhotných odpadů z výroby a mnohé z toho využít třeba pro energetické úspory či soběstačnost.

Dráhu manažera jste začínal jako technik a posléze bankéř, a tak bylo asi nezbytné sáhnout po zcela jiných učebnicích...

Ano, máte pravdu. Samozřejmě není to jen o odborné literatuře, ale také kontaktu s odborníky z praxe i s vysokoškolským prostředím, kde je možné nalézt studnici inspirace a vědomostí. Mnohdy se v dlouhodobé praxi v jednom oboru začnou časem přehlížet některé nové teoretické a vědecké poznatky, a protože já byl v oboru nový, bez předsudků a vše objevoval, ukázalo se to jako velká výhoda.

Takže považujete tuto kvalifikační přeměnu spíše za obrovskou přednost?

Tak to opravdu je. Po určitém čase vítám každou profesní změnu, protože mám pocit, že mi to umožňuje posu-

Mnohdy se v dlouhodobé praxi v jednom oboru začnou časem přehlížet některé nové teoretické a vědecké poznatky, a protože já byl v oboru nový, bez předsudků a vše objevoval, ukázalo se to jako velká výhoda.

Ing. Tomáš Milich



zovat problémy z jiného úhlu pohledu, a pak i řešení je mnohdy odlišné od tradičních rozhodnutí.

OVUS díky investiční podpoře mateřské společnosti GASCONTROL zavedl nové technologie chovu nosnic, snůšky i zpracování vajec, dokázal přinést mnoho chovných novinek, čímž významně obohatil i skladbu produkce vajec. Jak bylo možné toto vše manažersky zvládnout?

Samozřejmě vás to musí bavit, a co je důležité, musíte nadchnout i své spolupracovníky a zaměstnance, aby všechny novinky a změny podpořili a přispěli taky svým významným dílem k jejich uvedení do života. Takže jde o kolektivní úspěch a rád bych chtěl i touto formou svým spolupracovníkům a zaměstnancům poděkovat.

Firma část své výroby dále zušlechťuje a s přidanou hodnotou nabízí potravinářům, restauracím i obchodníkům. Byla zde rozhodující podmínkou technika, samotný záměr, nebo obojí?

Obojí, ale z hlediska realizace samotného nápadu, a zejména výrobní efektivity, více rozhoduje technologie. Ta má v tomto konkrétním případě přímý vliv na kvalitu zpracování vajec formou vaření a loupání.

Díky volbě alternativního chovu nosnic výběrem jihoamerických a dalších plemen se k zákazníkům dostává edice různorodě přírodně zbarvených vajec mimořádných chuťových vlastností. Co se ale skrývá za tímto zdánlivě jednoduchým marketingovým tahem?

Byly to dva roky mravenčí práce a příprav v zootechnické oblasti a v managementu chovu. Výsledek ale rozhodně stál za námahu.

OVUS jde příkladem i v návratu k tradičním českým plemenům nosnic a přizpůsobení velkochovu podmínkám venkovských snůšek pomocí tzv. podestýlkových chovů. Má vaše inovativnost vůbec nějaké hranice?

Musím podotknout, že podestýlkový – stodolový chov není nic nového. My jsme jej však zdokonalili s ohledem na lepší životní pohodu nosnic, a to tak, že máme tyto chovy při denním světle, což je v tuzemsku ve velkochovech jedinečné. A na naši inovativnost si musí zvykat i konkurence.

Jak sám vnímáte uvedení každé novinky do praxe?

Osobně z toho mám velice příjemný pocit. Uvědomuji si totiž, že ačkoliv je vejce křehkým zbožím, tento business je sám o sobě naopak velice tvrdý i vzhledem k tomu, že jsme vlastně jakousi tranzitní zemí. Tlak na cenu a kvalitu je velice silný, takže inovace a technologické modernizace jsou vlastně nutností k přežití, a tak to také bereme.

Protože jste se od počátku vydali cestou nejpokrokovějších technologií, ve vašich snáškových halách jsou již klecové systémy, kde mají slípky místo pro krmení, snášku i odpočinek. Začali jste s metodou podestýlkového chovu. A přesto vás někteří stále obviňují z týrání zvířat. Jaký na to máte názor?

Osobně považuji chov nosnic v obohacených klecových systémech jako nejlepší alternativu jejich velkochovu, a to jak z hlediska čistoty, zdraví drůbeže, tak i zdravotní bezpečnosti vajec. Co je však nejdůležitější – pro zaměst-

nance, kteří se kolem kuřat i nosnic denně točí, je v takovém prostředí práce mnohem lehčí a důstojnější. Jsem přesvědčen, že není cílem, aby člověk sloužil nosnicím, ale že kur domácí má přinášet užitek člověku v podobě velice kvalitní potraviny. Rozdíl je ve způsobu chovu nosnic – mezi vejci již tak markantní rozdíl není. V některých případech může být dokonce biovejce horší kvality než běžné vejce z velkochovu. Tady kromě jiného rozhoduje kvalita krmiva, stáří slepic i to, je-li chov pod neustálým veterinárním dozorem, a další aspekty. Stále zastávám názor, že vejce z volných chovů a chovů s výběhem jsou z hygienického hlediska rizikovější než z obohacených klecových systémů.

Provoz v chovných i snáškových halách je u vás plně automatizován. Stačí však malý zádrhel a desetitisíce kuřat či slepic jsou v ohrožení. Proto máte díky moderním komunikačním technologiím informace o všem dění v provozu stále po ruce. Jaký je ale život s tímto adrenalinem v krvi?



Na naši inovativnost si musí zvykat i konkurence.

I když je vše v našich farmách téměř plně automatizované, lidský faktor je a bude dále nepostradatelný. Naštěstí neleží všechno pouze na mě, protože mám kolem sebe řadu odborníků a schopných kolegů, kteří pohlídají, co je třeba. Tak se to dá – samozřejmě s trochou nadšázky – naštěstí přežít.

připravil Jiří Novotný ■■■

Všechny ženy chtějí být krásné, všechny z nás se pídí po té nejlepší kosmetice, hledáme ideál. Ale – co je to vlastně ideál? Podle většiny patrně zdravý organismus, který dovoluje vyniknout i té pomyslné kategorii vnímané stokrát jinak, tedy ženské kráse. Jaké inovace a jaká filozofie vede francouzskou značku GERnétic po této cestě? Na to jsem se snažila najít odpovědi společně s Alenou Kimlovou z Kosmetického studia GERnétic, která po boku značky stojí od chvíle, kdy se firma etablovala na českém a slovenském trhu.



Alena Kimlová

V kráse o krok napřed, začíná se zdravím

Při uvádění novinek vaší značky na trh se mi zdá, že jste vždy o něco napřed než jiné firmy, anebo lépe, že si zakládáte na takových výzkumech a poznatcích, které sahají k podstatě fungování lidského organismu jako celku a vždy usilují o harmonizaci a blahodárnost. Ne okamžitá náprava skokem, ale šetrně, a přesto efektivně. V čem je tedy podstata?

Asi se to nedá shrnout pár slovy. Základ však spatřujeme v tom, že značka GERnétic se opírá o snahu vidět krásu prostřednictvím zdravého organismu jako celku. Pokud vám dobře fungují játra, ledviny, žaludek, látková výměna, pak to také odráží vaše pokožka.

Čili – jdeme na svěžest a krásu zevnitř, saháme k podstatě problému, nemaskujeme a nepotlačujeme. Například s peptidy pracuje GERnétic od samého začátku, od doby, kdy jsme vstoupili na trh. Jsou to látky, které stimulují buňky, aby lépe přijímaly živiny. Prosté, ale přesto unikátní.

Zakladatel naší kosmetiky dr. Albert Laporte, francouzský lékař a biolog, nepodlehli vidině supermasové výroby a nechtěl mít produkty co nejlevnější. Opíral se o přísný výzkum a vývoj směřoval k přípravkům, jichž se používá malé množství, homeopatickým způsobem, a výsledkem mělo být vždy to, co optimalizuje zdravotní stav ženy. Čili ještě jednou – pokud je kůže krásná, znamená to, že tělo je zdravé.

Pokud nevypadá dobře, vypovídá o tom, že je potřeba něco napravit.

Není to tedy jen o povrchu, o pokožce, ale o vyvážených pochodech v organismu. Kůže je totiž sjednocující orgán, a pokud je ona v nedobré kondici, je to z 80 procent známka toho, že je ve vašem těle něco v nepořádku. Jednoznačně z toho plyne apel na zdravější životní styl, jehož součástí je přiměřená kosmetická péče. Ta naše je postavená na buněčné terapii. To znamená doplnění vitaminů, minerálů, stopových prvků a aminokyselin v ideálním poměru a množství nedovyživeným buňkám, tím i zkvalitnění jejich funkce. Důležitou součástí péče je i detoxikační a neagresivní báze.

Přesto si myslím, že byste se měli více chlubit. Anebo skromnost patří k vaší obchodní strategii?

Jsem si vědomi toho, že velmi často pracujeme s nadčasovými poznatky a málokdo to o nás ví. GERnétic není kosmetika, kterou koupíte v každé drogerii a používáte, jak se vám zlíbí. Je to sofistikovaná značka, jejíž prioritou není vkládat masivní prostředky do reklamy. Jdeme cestou osvěty kosmetiček i zákazníků (postupně i mužů), což nám zaručuje věrnost klientely, vynikající osobní reference, a ty zase vedou k nárůstu zájemců o naši péči.

Znamená to například perfektně zdiagnostikovat pleť klientky a pak teprve nasadit přípravky, které jí pomohou. Ne jí vždy a za každou cenu vnutit vše jen proto, abychom co nejvíce utržili. Jinými slovy: ctíme, co se skrývá za slovy: zdraví – krása – informace.

Spolu s buněčnou terapií je cílem ozdravit celé tělo. Velmi ráda v této souvislosti zmiňuji takřka univerzální krém Synchro, který působí tak, že po měsíčním užívání doplní přes pokožku do vašeho organismu mnohé potřebné látky. Používá se také před operacemi, pak je pokožka lépe připravená se hojit, zlepšuje jizvy. Doporučujeme tímto krémem potírat tenče i plošky nohou, ze kterých vedou meridiánové dráhy do celého organismu.

Převratné technologie, to je u značky GERnétic tedy základ. Co lze uvést jako příklad?

Jako žhavou novinku bych uvedla přípravek na formování těla, který umožňuje odstranění tukových polštářků cíleně v místech, která nás nejvíce obtěžují. Obsahuje tzv. buněčného trenéra – výtažky z řasy Euglena Gracilis, rostliny Rohatce žlutého a rostlinný kofein, jejichž prostřednictvím jsou v těle vyhledávány tukem přeplněné buňky, které se působením našeho preparátu rychleji vyprazdňují. Pokud budete aplikovat přípravek těsně před tělesnou aktivitou, například před rozcvičkou, jízdou na kole nebo rychlou procházkou, spálíte dvojnásobné množství energie, tuk začne mizet. Je to revoluční proces, nikomu ho nenutíme, ale víme, že funguje.

Naše přípravky dokážou optimalizovat výživu buněk, zlepšit imunitu, vitalitu, pevnost a obrannou schopnost pokožky, z toho pak plyne i větší odolnost proti vráskám. V první řadě jde tedy o podstatu, na základě toho pak o krásu. Vždy nás zajímá užitek, ne krátkodobé působení. GERnétic know-how je rovněž o kombinaci

přípravků ve správném sledu, a to na míru každé zákaznici. Tedy o cíleném ošetření, které se projeví v celkové aktivizaci buněk a odvíjí se od praxe kosmetičky, jejího umění naslouchat, pozorovat a poradit.

Je dobré vědět například i to, že GERnétic používá k výrobě kosmetiky složité biotechnologie, nikoli například louhování či namletí bylinek. GERnétic pracuje se 187 druhy rostlin, 18 druhů řas, které se těží v ekologicky čisté oblasti francouzské Bretaně. Při výrobě zachováváme tzv. nulovou kontaminaci, což znamená, že konzervace produktů je minimální. Výrobní řady GERnétic prošly v posledním roce obměnou tak, aby bylo možné opět využít nejmodernějších technologií. Do některých produktů nyní přidáváme rozpustný kolagen, širší je i využití již zmíněných peptidů.

Jako žhavou novinku bych uvedla přípravek na formování těla, který umožňuje odstranění tukových polštářků cíleně v místech, která nás nejvíce obtěžují. Obsahuje tzv. buněčného trenéra – výtažky z řasy Euglena Gracilis, rostliny Rohatce žlutého a rostlinný kofein, jejichž prostřednictvím jsou v těle vyhledávány tukem přeplněné buňky, které se působením našeho preparátu rychleji vyprazdňují.

Přípravky působí také na okysličování organismu. Víme totiž, že stárnutí je záležitost kondice buněk, a pokud by byla optimální, může se člověk v relativní svěžesti dožít až 128 let.

Hodně se hovoří také o souladu těla a duše, celkové harmonii v životě člověka, vztažích, komunikaci, umění naslouchat, zejména ve službách. Když školíte kosmetičky, určitě toto hledisko nezůstává stranou.

Samozřejmě se o těchto otázkách hodně diskutuje, a zcela právem. Při rozhovorech s klientka-



mi kosmetičky připomínají, že to, jak se člověk cítí, ovlivňuje i genetická výbava a přístup k životu, který by měl být aktivní a tvořivý, organismus je zkrátka odrazem životní filozofie člověka.

I o tom si kosmetičky se zákaznicemi povídají, a nejen o tom. Některé ženy si potřebují i trochu vylít srdíčko, jak se říká, svěřit se, i toto patří k odpočinku těla a duše. Kosmetičky jsou zase většinou velmi empatické, umějí naslouchat. Náš přístup ke klientce je jiný. Na osobní kontakt klademe opravdu velký důraz.

Také bych ráda připomenula, že nikdy nepoužíváme příliš silnou masáž, využíváme tzv. francouzské efléáže, jdeme cestou jemného dotýkání, spíše hlazení, tělo při proceduře nesmí dostat šok, cítit násilí. Jen výjimečně saháme k mechanickému čištění. Hluboké pročištění pleti probíhá pomocí krémů, masek a sér, které jsou k tomuto účelu určené.

Ošetření trvá zhruba dvě hodiny a klientka pak může odejít rovnou na obchodní schůzku, není znát žádný zásah, nemá zarudlou pokožku, nic, co by jí bylo nepříjemné. Je vhodné, pokud pak v domácí péči pokračuje s naší značkou.

Co byste na jaře doporučila ženám, které se ještě nenaučily odpočívat?

Doporučuji detoxikační zábal ze zelených mořských řas, ten stimuluje očistný program organismu. Když je tento zábal využit dvakrát týdně, celkem desetkrát, každý člověk to na sobě pocítí, získá větší vitalitu, pokožka je hebká a vláčná. A to je velmi důležité. Když by se tento postup zdál časově náročný, pak doporučuji třeba jednou za měsíc před ošetřením obličeje. Zábal je čistě z přírodních produktů a velmi si ho cením po zdravotní stránce.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■
www.gernetic.cz

Třetina lidí nakupuje ve slevách čím dál častěji

Slevy v obchodech jsou pro Čechy stále atraktivnější. Během roku tak nakupuje 92 % lidí, třetina z nich přitom přiznává, že si zlevněné zboží pořizuje čím dál častěji a pro 28 % je to doslova koníčkem. Jen zhruba dvě procenta nakupují ve slevách čím dál méně. Vyplývá to z průzkumu, který pro Cetelem realizovala agentura Stem/Mark.

Plány ohledně toho, co si ve slevách koupit, většinu lidí ale příliš netíží. Téměř polovina těch, kteří nakupování ve slevách využívají, přiznává, že zlevněné zboží nakupují zpravidla nahodile, 15 procent nedělá plány vůbec žádné. Na 17 procent nakupujících se přitom obává, že si ve slevách pořídí i zbytečnosti. V tom,

jaké zboží chtějí koupit, mají vždy jasno jen čtyři procenta. Sleva ve výši 25 procent z původní ceny zboží přitom přijde atraktivní 27 procentům těch, kteří ve slevách nakupují. Sleva ve výši 30 procent pak upoutá pozornost 59 procent. Padesátiprocentní sleva je atraktivní již pro drtivou

většinu. Přesto ale každý sedmý nakupující čeká na slevu, která bude 50 procent z původní ceny převyšovat.

Většina nakupujících přitom uvádí, že si ve slevách pořizuje zboží, které jim přijde za původní cenu předražené a až ve slevách považují cenu za adekvátní. Téměř polovina lidí nakupuje věci, na které sice má i bez slevy, ale mají rádi pocit, že ušetřili. Zhruba každý pátý vyhledává zboží, na které by jinak neměl. Polovina lidí přitom nakupuje ve slevách spíše dražší zboží, více než třetina z nich by si ho za plnou cenu nemohla dovolat. (tz)

Kosmetická poradna Madam Business 2015 (březen)

Jak pečovat o pokožku, která trpí mladistvým akné



Ani letos tomu není jinak a opět pro vás otevíráme kosmetickou poradnu s francouzskou značkou GERNétic. Stejně jako v předchozích letech budeme v tištěném vydání každý čtvrtrok zodpovídat palčivé otázky, které se týkají vaší krásy a zdraví, ať už jde o pleť, nebo třeba problematické partie. Každý měsíc se s poradnou můžete setkávat také při návštěvě webových stránek www.madambusiness.cz. Na vaše dotazy odpovídá Alena Kimlová z Kosmetického centra GERNétic. Březen je měsíc, který podle čínské medicíny patří játrům a celkové jarní očistě organismu. Podívejme se tedy, jaké téma přináší aktuální kosmetická poradna.

DOTAZ

Mám šestnáctiletou dceru, které se začala rychle horšit pleť. Je velmi mastná, objevuje se na ní mnoho pupínků, ze kterých vznikají hluboké záněty, které se dlouho hojí. Na zhojeném místě se utvoří většinou tmavá skvrna. Poradíte mi, jak se o takovou pokožku starat? Sama jsem prošla v pubertě podobným problémem a pleť mi „zdobí“ nepěkné jizvy.

ODPOVĚĎ

Na základě popisu se zdá, že má akné vaší dcery dědičný základ. V šestnácti letech dochází v těle k hormonální bouři, která má často za následek problémy s pleť. Produkce některých hormonů stimuluje mazové žlázy, pokožka se velmi mastí, póry se ucpávají, vzniká pupínek a postupně i hluboká infekce. Je důležité se o problematickou pokožku začít starat co nejdříve, aby nedošlo k zajištění a nenávratnému poškození.

Při řešení problematické pleti je třeba dodržet několik zásad. Důkladná každodenní péče o ni je základem úspěchu. Je potřeba pleť odličovat a čistit důsledně, dodržovat pokyny kosmetičky nebo lékaře. Používejte doporučené produkty. Pravidelná návštěva u kosmetičky zajistí odborné ošetření

pleti nadstandardními přípravky, které nejsou určeny pro domácí použití. Doporučuji vyhledat kosmetický salon, který pracuje s kosmetikou GERNétic. Právě ta má vynikající program na ošetření problematické, zánětlivé pleti. Masky Immuno s intenzivním protizánětlivým účinkem v kombinaci s termální maskou dokonale uvolní a pročistí pokožku, krém Synchro přinese potřebné zklidnění a regeneraci. Produkty pomohou s odstraněním problému rychle. Pokud nejsou záněty příliš hluboké, je možné využít i odlehčenou řadu pro mladistvé – micelární vodu Démaquillant Douceur a krém Peaux Jeunes.

Pupínky určitě nevymáčkávejte. Takto nešetrné zacházení s problematickou pleť může zapříčinit poškození tkáně v okolí pupínku. Na tomto místě může vzniknout jizva nebo nadměrná pigmentace. Proces hojení se prodlužuje. Vyvarujte se používání pleťových vod s alkoholem, který pokožku příliš vysušuje a následně stimuluje již tak nadměrnou tvorbu kožního mazu. Dobré zkušenosti mám s bylinným tonikem Sebo Ger. Nepoužívejte hrubý peeling, protože by se infekce mohla rozšířit. Je potřeba zvýšit příjem vitamínů, především skupiny B. Nedoostatek vitamínů B se může projevit zvýšenou činností



mazových žlázek. Je důležité doplnit ve stravě Beta karoten a zinek. Napomáhají regeneraci a hojení pokožky. Doplněk stravy ACN z řady Natur Diet splňuje tyto požadavky, navíc velmi dobře působí i na uvolnění ucpaných pórů. Významným krokem k vyřešení potíží s akné je také úprava životosprávy. Dodržujte zásady racionální výživy. Z jídelníčku vylučte velké množství cukrů a tuků, omezte spotřebu uzenin a mléčných výrobků. Pokud je zabezpečena důsledná domácí péče s pravidelným ošetřením v kosmetickém salonu, problém akné se daří vyřešit.

Kosmetiku GERNétic zakoupíte v kosmetických salonech, kde vám kosmetička poradí, jak přípravky používat a může nabídnout i salonní ošetření.

Francouzská přírodní kosmetika GERNétic poskytuje komplexní systém špičkové péče o obličej, poprsí a tělo. Je určena pro profesionální práci kosmetiček, wellness studií, lázní a následnou každodenní domácí péči o pleť. GERNétic nabízí individuální řešení pro každého zákazníka. GERNétic udržuje pleť v dobrém stavu. Je to kosmetika pro krásu, zdraví, pohodu a příjemný pocit. Kosmetické přípravky GERNétic jsou před uvedením na trh dlouhodobě klinicky a dermatologicky testovány, a to s vynikajícími výsledky. Výrobce garantuje výbornou kožní snášenlivost. Při celém výrobním procesu procházejí výrobky náročnou kontrolou a dalším testováním.

Prohlédněte si videa o kosmetice GERNétic na YouTube.

Sponzorem poradny je francouzská kosmetika GERNétic.

GERNétic je řešení!

www.gernetic.cz
staňte se našimi fanoušky na
www.facebook.com/GERnetic.cz

Daňové přiznání není pouze záležitostí živnostníků, v některých případech je jeho vyplnění povinné i pro zaměstnance. Jak je tomu u příležitostných příjmů, proč je důležité si pohlídat časový test či co znamená limit 6000 korun, objasňují následující řádky.

Překročily-li roční příjmy, které jsou předmětem daně z příjmu fyzických osob, za rok 2014 částku 15 000 Kč, pak je nutné podat daňové přiznání. Za zaměstnance mající pouze příjmy ze zaměstnaneckého poměru splní daňovou povinnost zpravidla zaměstnavatel formou ročního zúčtování daně. Požádat posledního zaměstnavatele o provedení ročního zúčtování daně může i zaměstnanec, který pracoval během roku 2014 pro více zaměstnavatelů, pokud tato zaměstnání navzájem nekolidovala. „Zaměstnanci s příjmy pouze ze zaměstnání, kteří podepsali u svého zaměstnavatele prohlášení k dani, tedy nemají s daněmi žádné starosti. Vše za ně vyřídí zaměstnavatel,“ vysvětlila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

Pozor na limit 6000 korun

Zaměstnanci, kteří během roku 2014 pobírali kromě mzdy i příjem z podnikání a samostatné výdělečné činnosti, z kapitálového majetku, z pronájmu nebo ostatních příjmů do 6000 Kč, rovněž musejí podávat daňové přiznání. Při překročení uvedeného limitu jeho podání však již nutné je. Daňové záležitosti za zaměstnance v tomto případě už totiž nemůže vyřídít zaměstnavatel prostřednictvím ročního zúčtování daně. „Zaměstnanci, kteří musejí podávat daňové přiznání, neboť mají například za rok 2014 příjem z pronájmu 50 000 Kč, musejí požádat svého zaměstnavatele o vystavení Potvrzení o zdanitelných příjmech ze závislé činnosti za rok 2014. Tento doklad je přílohou daňového přiznání,“ upozornila Gabriela Ivanco.

Jak je to u příležitostných příjmů

Daňové přiznání za rok 2014 se nepodává při příjmech do 30 000 Kč z příležitostných činností. Typickými příklady jsou pronájemy movitých věcí, příjmy z pěstířství nebo chovatelství. Limitem je roční příjem, nikoliv tedy hrubý zisk (příjem – výdaj). Aby šlo o příležitostný příjem, nelze mít pro tuto činnost živnostenské oprávnění a musí jít o jednorázové činnosti a služby. Příležitostný příjem třeba formou prodeje ovoce ze zahrádky může mít jak zaměstnanec, tak i živnostník nebo penzista. Při překročení limitu je však nutné zahrnout veškerý příjem z příležitostných činností do daňového přiznání.

Co nemusíte uvádět

Tři skupiny příjmů nemusíte do přiznání uvádět vůbec. Jde o příjmy, které nejsou předmětem daně a jež jsou uvedeny v § 3 zákona o dani z příjmu. Typickými příklady jsou úvěry nebo zápůjčky, příjem z rozšíření rozsahu nebo vypořádání společného jmění manželů

Kdo musí za rok 2014 podat daňové přiznání?

či příjem z vypořádání spoluvlastnictví rozdělením věci podle velikosti spoluvlastnických podílů. Další skupinu tvoří příjmy osvobozené od daně, které najdete v § 4 zákona o dani z příjmu. Sem patří například příjmy z prodeje movitých věcí, výživné, důchody do výše 306 000 korun a podobně. Osvobození těchto příjmů je mnohdy podmíněno splněním určitých podmínek nebo časových testů. A v neposlední řadě se do daňového přiznání nemusejí uvádět příjmy, které byly zdaněny zvláštní srážkovou daní – například úroky z běžného účtu nebo podíly na zisku.

Časový test je důležitý

Některé příjmy jsou od daně z příjmu fyzických osob osvobozeny pouze při splnění zákonných podmínek.

Jde například o příjmy z prodeje rodinného domu, bytu, včetně podílu na společných částech domu nebo spoluvlastnického podílu, včetně souvisejícího pozemku. Dále příjmy z prodeje movitých věcí, příjmy z prodeje cenných papírů, příjem získaný ve formě dávek z nemocenského pojištění nebo příjem formou důchodů.

Nedodržení zákonných podmínek znamená, že je nutné příjem zdanit a kupříkladu čistý příjem z prodeje nemovitosti je následně nižší. Velmi důležité je tedy si pohlídat časový test.

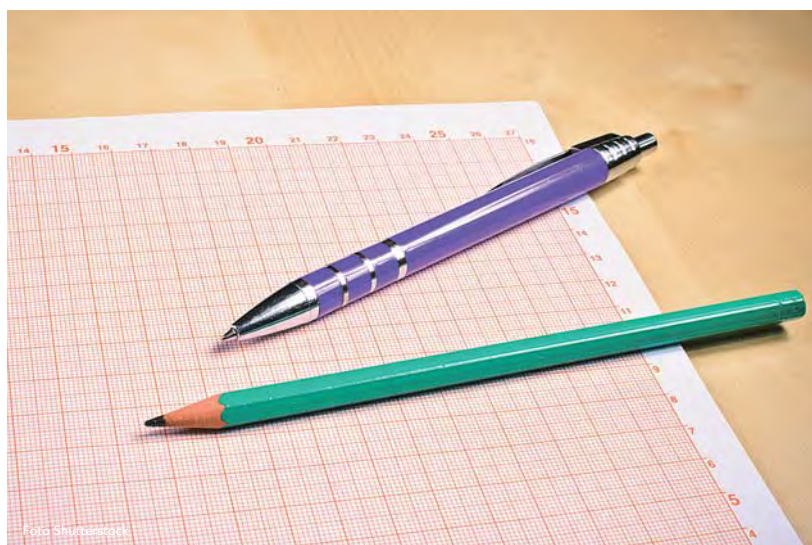
Co charakterizuje daň z příjmu při prodeji nemovitosti

Z prodeje domu nebo bytu se neplatí daň z příjmu, má-li prodávající v prodávané nemovitosti bydliště nejméně dva roky bezprostředně před prodejem. „Prodávající, který neměl v prodávané nemovitosti bydliště dva roky, nebude tento příjem zdaňovat pouze v případě, že danou nemovitost vlastnil před prodejem déle než pět let,“ dodala Gabriela Ivanco. U družstevního bytu jde o převod členských práv družstva a z převodu se neplatí daň z příjmu, pokud je doba mezi nabytím a převodem členských práv delší než pět let. Pohlídaní si časového testu je velmi důležité s ohledem na čistý příjem z prodeje a splnění daňové povinnosti. Příjem získaný z prodeje

auta je od daně osvobozen, když doba mezi nabytím a prodejem daně věci přesahuje dobu jednoho roku. Kupříkladu při prodeji darovaného auta po půl roce se tedy z inkasovaných peněz daň z příjmu odvádí.

Nezapomeňte na cenné papíry

I příjmy z prodeje cenných papírů jsou od daně z příjmu fyzických osob osvobozeny, jestliže doba mezi nabytím a převodem cenných papírů při jejich prodeji překročí lhůtu tři roky. Ještě v roce 2013 byla však lhůta jen šesti měsíční, podmínky se tedy od roku 2014 značně zpřísnily. „Drobní investoři však nemusejí časový test dodržet, pokud za rok 2014 činily příjmy z prodeje cenných papírů méně než 100 000 Kč. Důležité je však pamatovat, že



limitem je příjem z tohoto prodeje, nikoliv zisk,“ sdělila Gabriela Ivanco.

Termíny jsou neúprosné pro všechny

Do 1. dubna 2015 musejí na finanční úřad doručit daňové přiznání k dani z příjmu fyzických osob za rok 2014 všichni občané, na něž se povinnost daňového přiznání vztahuje. Pokud daňové přiznání zpracovává daňový poradce, pak se lhůta prodlužuje o tři měsíce, avšak je zapotřebí o této skutečnosti včas informovat finanční úřad. V opačném případě nelze lhůtu pro podání daňového přiznání prodloužit. Občané, kteří mají zřízení datovou schránku, musejí daňové přiznání za rok 2014 podat elektronicky, nikoliv papírově, jinak jim finanční úřad udělí automatickou pokutu 2000 Kč. Daň z příjmu fyzických osob je splatná v poslední den lhůty pro podání daňového přiznání. (tz)

Třetina Čechů považuje za normální, že mezi sebou partneři mají tajemství ohledně financí. Ta se mohou týkat tajného účtu, který přiznala téměř pětina dotazovaných Čechů, nebo nějakého nákupu, o kterém partner neví. Alespoň jeden takový nákup „na zapřenou“ za loňský rok přiznala čtvrtina zadaných Čechů. Data vyplynula z mezinárodního průzkumu ING. Za případný dluh vůči bance by se styděla asi čtvrtina dotazovaných spoluobčanů, pokud by si ale měli půjčit peníze od rodiny nebo přátel, cítila by se trapně více než polovina z nich (57 %). Ve finančních otázkách jsou k sobě obecně upřímnější a otevřenější partneři z generace nad 55 let.

Zhruba 31 % Evropanů žijících v manželství nebo v partnerském svazku si myslí, že je normální mít před partnerem nějaké tajemství týkající se financí. Češi se v tomto ohledu s 33 % řadí k evropskému průměru. Maximální otevřenost a upřímnost vyznávají Nizozemci, mezi kterými považuje utajování peněžních záležitostí za běžné jen 13 % dotazovaných, naopak nejbenevolentnějším národem jsou Francouzi (42 %).

„Pro vlastnictví tajného účtu může existovat dobrý důvod, například spoření na tajné plány do budoucna – na snubní prsten nebo exotickou dovolenou, kterou chce střadatel svého partnera překvapit. Na druhou stranu to může být signálem neochoty řešit se svým protějškem osobní finance, což je ve většině evropských kultur vnímáno negativně,“ řekl Libor Vaníček, ředitel retailového bankovníctví ING Bank, a doplnil: „Pravděpodobnější se jeví hypotéza, že tajnými finančními úsporami partneři posilují svůj pocit nezávislosti, což platí především pro mladší generaci Evropanů. Podle průzkumu totiž finanční tajnůstkárství v partnerství s věkem klesá a u osob nad 55 let je oproti nejmladší generaci na polovičních hodnotách.“

Pětina Čechů má tajný účet, o kterém jejich partner neví

Je normální, že partneři mezi sebou mají nějaké tajemství týkající se financí? (souhlasné odpovědi)



Pokud se podíváme na to, jaká je realita, pak 17 % Evropanů potvrdilo, že mají tajný bankovní nebo spořicí účet, o kterém jejich partner neví. V Čechách se k tajnému účtu přiznala dokonce pětina (19 %) zadaných respondentů, v Rakousku téměř čtvrtina (24 %) a v Turecku až 28 % osob. Obdobné jsou na tom Evropané i při nákupech „na zapřenou“. Pětina z nich si v minulém roce koupila nějakou věc a tento výdaj před partnerem zatajila. V Čechách si tajný nákup dopřála dokonce více než čtvrtina (26 %) dotazovaných žijících v partnerském svazku. Větší tajnůstkáři jsou už jen obyvatelé Turecka (27 %) a Rumunska (31 %). Na druhém pólu stojí Nizo-

zemci, kde v loňském roce před partnerem zatajilo nějaký výdaj jen 7 % dotazovaných. Téměř čtvrtina Čechů (23 %) by se cítila trapně, pokud by si musela půjčit peníze v bance. Pokud by šlo o půjčku od rodiny a známých, trapně by si připadala dokonce více než polovina dotazovaných (57 %). Rozpaky při půjčce v bance by cítilo 38 % Evropanů, při půjčce od přátel či rodiny pak téměř dvojnásobek (74 %).

„Je přirozené, že v případě finančního závazku vůči rodině a známým bychom pocítovali stud ve větší míře než v případě bankovní instituce. Potřebu půjčit si peníze má řada lidí spojenou s pocitem, že v nějakém ohledu zklamali, protože nedokážou daný závazek sami ufinancovat a bez dluhů. Proto je pro lidi přirozeně snazší a méně stresující vytvořit si finanční závazek u anonymní společnosti, jakou je banka, než požádat o stejnou službu blízké,“ uzavřel Libor Vaníček.

Průzkum realizovala agentura Ipsos na přelomu října a listopadu 2014 ve 13 zemích Evropy na vzorku 12 743 lidí. (tz)



Koho a co mám ráda

Vychutnejte si schůzku v Kavárně a pekárně U zlatého pštrosa

Vystoupíte na pražské tramvajové zastávce Hellichova. Možná míříte do hotelu vzdáleného jen pár desítek metrů. Ale pokud si chcete vychutnat schůzku, dát si dobrou kávu, a hlavně se rychle zbavit ruchu ulice, pak není nad to zamířit do kavárny a pekárny U zlatého pštrosa v Karmelitské ulici. Jen za sebou zavřete dveře, ozve se klapnutí, což je také poslední hlasitý zvuk, který uslyšíte. Uděláte první krok a před vámi se objeví pult plný laskomin. Skvělých lineckých koláčů s oříšky, česká klasika jako špičky, indiánci, větrníky a kokosky, celá řada dalších zákusků, slané snacky a obložené chlebičky či bagetky. Usměvavá slečna na vás upře svoje veselé oči a zeptá se, nač máte chuť. Chvilí budete váhat. Je těžké si vybrat, zvlášť když z každé té dobroty vyzařuje, že je domácí. Poté zkusíte vylučovací metodu. Nakonec zjistíte, že má smysl sem chodit pravidelně a vyzkoušet úplně všechno. S nápojem nebude takový problém, kávu dělají opravdu lahodnou a ve všemožných variacích, a když ne kávu, ale raději něco pro osvěžení, není nad čaj z čerstvé máty. Usednete do místnosti vedle a překvapí vás její útulná až téměř intimní atmosféra. Hosté si tiše povídají, každý u svého stolu, jsou zabráněni do svého světa. A vy můžete projednávat obchody, spolupráci, poznávat své protějšky a partnery nejen jako zkušené lidi z businessu, ale také jako gurmány a originální bytosti. Prostředí kavárny a pekárny U zlatého pštrosa možná není úplně honosné, zato naprosto ideální pro vzájemné naslouchání si.

Kateřina Šimková



Sukně, šortky, sáčka pro radost

Jedno velké moudro vyslovila na nedávném setkání s novinářkami módní návrhářka Jaroslava Procházková, když řekla, že dnes už máme my, ženy, šatník nabitý k prasknutí, zkrátka máme všechno, nač se dá jen pomyslet. Nic nepotřebujeme, je z čeho se oblékat, vybírat, vracet se k osvědčenému. Proč si tedy kupujeme další a další oblečení? Sukně, sáčka, šály, šaty, šortky nebo kabáty? No přeci proto, abychom si udělaly radost!

A o tom totiž také móda je. Chtít se nejen líbit, odlišit, ale dělat si radost. Těšit se z toho, že nám něco sedí, sluší, lahodí. Nebo že máme prostě jen tak něco nového. Jaká bude letní kolekce Jaroslavy Procházkové? Těžko popsat pár větami. Opakovat se budou některé střihy, jež se osvědčily, rozšíří se paleta barev, o novinkách je však třeba ještě chvíli pomlčet, aby o to více zazářily, třeba už koncem března v butik v Praze na Václavském náměstí v pasáži Lucerny. Modely rozhodně nezklamou stále zákaznice Jaroslavy Procházkové, neboť se jim rozšíří možnost volby – ještě více kombinovat, zkoušet protiklady, odvážně doplňovat. Na své si přijde i mladší generace a dá za pravdu maminkám – úplet, tedy hlavní materiál Studia JAROSLAVA, je naprosto unikátním řešením jak pro studenou zimu, sluníčkové jaro, horké léto i drsnější podzim. Je totiž univerzální a nadmíru praktický. Vyzkoušejte! **Eva Brixi**

www.jaroslava.cz



Květiny – téma jednoznačné

Květiny by ženy měly dostávat stále častěji, za odměnu i pro radost. Určitě si je zaslouží. Zajímavé mohou však být také informace o těch, kteří dbají o prosazování umu českých květinářů a floristů.



DĚČÍNSKÁ KOTVA
Mistrovství floristů České republiky

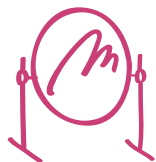
Svaz květinářů a floristů ČR pomáhá například zrakově postiženým spoluobčanům, připravuje soutěže pro začínající i profesionální floristy a představuje zákazníkům produkci českých pěstitelů květin. Rovněž pro své členy i pro ostatní floristy připravuje každoročně několik floristických soutěží, kde si mohou poměřit síly se svými kolegy a předvést své umění široké veřejnosti. Nejbližší akcí bude 23. dubna první z tradičních floristických soutěží při Mezinárodním zahradnickém veletrhu Flora Olomouc. Svaz nabídne floristům poutavé téma s názvem Jaro všemi smysly. Soutěž bude mít dvě kategorie – junior a senior. Soutěžním úkolem pro seniory bude vytvoření sesazované nádoby – voňavé jarní kompozice se zastoupením cibulovin a zajímavým ztvárněním nádoby, které by podněcovalo smyslové vnímání hmatem. Junioři dostanou za úkol uvázat kytici, která zaujme svou vůní a bude stimulující i pro hmat. Podrobné propozice k soutěži najdete na webu SKF ČR – www.svazkvetinaruafloristu.cz v sekci floristů v záložce Soutěže / 2015 / Flora soutěže 2015 / jarní etapa a v aktualitách. Hlavním tématem expozice jarní etapy Flory Olomouc v pavilonu A bude Zahrada smyslů, a SKF ČR se proto ve spojení s tímto motivem a zadáním floristické soutěže rozhodl podpořit výstavu pro zrakově postižené občany – Nevi-

ditelná Olomouc. Ve spolupráci se Zahradnickou fakultou Mendelovy univerzity a s Tyflo-servisem Olomouc představí na této výstavě florální objekty zajímavé svou vůní, texturami a strukturami nebo zvukovými efekty pro zrakově postižené i pro běžnou veřejnost



ve dvou etapách, první z nich začne spolu s jarní etapou Flory Olomouc, druhá se pak bude pojít s letní etapou Flory Olomouc. V jarní části Flory Olomouc svaz opět představí koncept Česká květina. Návštěvníkům veletrhu zde přiblíží pod touto českou ochrannou známkou široký sortiment květinové produkce svých členů – pěstitelů. Jde zejména o balkonové hrnkové květiny a letničky vypro-

dukované v České republice českými zahradníky, přizpůsobené našim podmínkám a v odrůdách vybraných pro české zákazníky. Návštěvníci veletrhu si budou při této příležitosti moci nechat sesadit květinové truhlíky a nádoby na nastávající sezonu podle rad odborníků, kteří jim poradí s pěstováním a vyberou pro ně ty nejvhodnější květiny s ohledem na podmínky umístění. Vrcholným bodem floristického roku je každým rokem Mistrovství floristů České republiky – Děčinská kotva, které se letos uskuteční 13. a 14. května 2015. Již 44. ročník této nejstarší a nejprestižnější floristické soutěže v naší zemi přinese několik změn. V posledních letech se toto klání tradičně konalo na děčinském zámku. Letos se s přihlédnutím na nosné téma – Floral factory aneb Svatba ve staré továrně soutěž odehraje v inspirativním prostředí Centra Pivovar v Děčíně, jehož součástí je nákupní centrum. Soutěž bude probíhat v přítomnosti zákazníků a návštěvníků. Soutěžní práce budou následně vystaveny v prostorách Centra pivovar od 15. do 17. května 2015. Podrobné propozice celé soutěže najdete na webových stránkách svazu www.svazkvetinaruafloristu.cz, v sekci floristů v záložce Soutěže / 2015 / Děčinská kotva 2015, v aktualitách. Přihlášky do soutěže mohou zájemci zasílat do 20. dubna na adresu fojtikovao@seznam.cz. **(red)** ■■■



Tip pro vaše svěží já



Micelární čisticí voda DEMAQUILLANT DOUCEUR od kosmetické značky GERnétic

Hledáte stále to pravé pro svou pokožku? Chcete k ní být šetrné a nemíníte ji zbytečně zatěžovat? Zkuste micelární čisticí vodu. Je určena k rychlému a účinnému čištění všech typů pleti. Velice dobře odstraňuje make-up. Obsažené aktivní látky pokožku po aplikaci zklidní a tonizují. DEMAQUILLANT DOUCEUR má regenerační a povzbuzivý efekt.

Sledujte také bezplatnou poradnu dermatologa na našich webových stránkách a zasílejte své dotazy.
www.gernetic.cz

V 80 % případů potřebují řidiči v zahraničí asistenční službu kvůli poruše svého vozidla

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group každoročně eviduje nárůst počtu zásahů automobilové asistence v zahraničí. Ze statistik vyplývá, že lidé na svých cestách do zahraničí nejčastěji potřebují pomoc asistenční služby při poruše vozidla.

„O tom, že je dobré se před odjezdem důkladně přesvědčit o technickém stavu vozidla, svědčí rostoucí počty zásahů automobilové asistence v zahraničí. Častěji než k dopravním nehodám volají čeští řidiči asistenční službu kvůli poruše svého vozidla, a to v celých 80 procentech případů,“ vysvětlil Miloš Velíšek, ředitel úseku pojištění vozidel České podnikatelské pojišťovny. Z celoročních statistik vyplývá, že téměř polovina všech zásahů asistenční služba poskytuje mimo republiku v sousedním Německu. Což je vzhledem k tomu, že bývá tranzitní zemí, jak při cestách na zimní, tak i letní dovolenou, celkem logické. Čtvrtina zásahů připadá na Rakousko a sousední Slovensko a ve zbytku je z ostatních zemí nejvíce zastoupena Francie a Itálie. „Nejčastějším problémem, kvůli kterému řidiči volají asistenční službu, bývá porucha motoru, defekt pneumatiky nebo potíže se spojkou či řazením,“ vypočítal Pavel Strapko, ředitel asistenčních služeb Global Assistance. „Pro ČPP jsme

v roce 2014 zajišťovali celkem 1500 zásahů automobilové asistence v zahraničí. Průměrná výše pojistného plnění dosáhla 15 000 korun,“ doplnil informaci Pavel Strapko.

S povinným ručením a havarijním pojištěním u ČPP mohou řidiči čerpat asistenční služby v základním rozsahu až do výše 10 000 korun zdarma. „Pokud jedete do zahraničí, vyplatí se připlatit si navýšení bezplatného limitu o Asistenci PLUS,“ doporučil Miloš Velíšek. S rozšířeným rozsahem asistenčních služeb má klient bezplatný limit navýšen až na 30 000 korun. Asistenční služby zabezpečuje pro ČPP společnost Global Assistance, tel.: 1220, s možností volání 24 hodin denně, s komunikací v češtině i v případě volání ze zahraničí, tel.: +420 1220 nebo +420 266 799 779. Asistence je poskytována nejen při nehodě, ale i při pouhé poruše vozidla, zahrnuje příjezd asistenční služby, opravu na místě, vyproštění a odtah vozidla. (tz)



Fejeton

Jak jsem se (ne)ukázal

Mnoho vědátorů již dávno potvrdilo, že práce, jako výslednice spojení lidské mozkovny s šikovnými prsty, vydělala homo sapiens z říše zvířat, aby opanoval planetu Zemi. Nejdříve tato bohužel činnost udržovala při životě tlupy rovnostářsky žijících jedinců, později si její výsledky začali přivlastňovat někteří „vyvolení“, aby roztočili spirálu pokroku lidstva. Dnes jsme se, historicky vzato, dostali nejdále: Část homo sapiens pracovat nemusí. Ne, že by jejich mozkovny či šikovné prsty zakrtnuly, nebo se, nedej bože, porouchaly! Ani nepatří mezi „vyvolené“. Na vině je zase člověk homo capital. Nahradiť homo manufaktur a podnikl běh na dlouhé trať volné soutěže k tržnímu hospodářství a povýšil je na globální.

Druhý štafetový kolík už nám, Čechům, nevyděl z rukou. Zachrastili jsme klíči, zamávali trenýrkami měnice je za slipy a nastoupili zpáteční cestu do Evropy. Zkrátka, máme od té doby i u nás tržní hospodářství a s ním i možnosti a příležitost „ukázat se“.

Pracovníka marketingu Jožina Pazderku jednoho dne nahradil ve firmě během zeštíhlovací firemní kúry personální počítač. Stal se z něj homo uneployed, neboli člověk bez práce. Jako jedna z půl milionu součástek nic neprodukcující společenské mašiny seděl před televizorem a udiveně zíral na planou diskuzi, jak se s tímto

problémem myšleno „darmožrouty“ bez práce vypořádat. Bryle se mu zarosily, když poněkolkáté vyslechl jediné stanovisko, na kterém se diskutující byli s to shodnout: Kdo chce pracovat, vždycky si práci najde... Tak jsem asi blbej, řekl si po chvíli. Tuto myšlenku však vzápětí zapudila vzpomínka na minulou výpravu za prací, jejíž trapný výsledek zaznamenal k ostatním do bezmála již popsaného bloku.

Tehdy vše odstartoval inzerát z internetu. Zlákal ho svou tajemností, aby mu vzápětí uštědřil tvrdé zklamání. S nadějí se tehdy rozjel do „Mez. fy hledající větší počet řid. dodáv. pro exp. zboží.“ Spolu s padesátkou podobných ztroskotanců, jež šířila posedlá touha pracovat, vyplnil podrobný dotazník, včetně rubriky o rodičích a prarodičích, naordinoval si výši platu, popsal záliby a koníčky a včkal na pohovor se šéfem. Zalahodilo mu čechoamerikanovo potřásání rukou i jeho špitnutí nad dotazníkem, že má jistě na víc, než uvedl. Nejdříve je však třeba „ukázat se“.

Za tři dny se Jožin vydal do mezin. fy., aby se „ukázal“. Kruci, bude to Ford Tranzit, nebo VW Transporter? Je jda, kam se řadí zpátečka? broukal si cestou. Naložili ho do luxusního auta a po půlhodině vyložili s tajemnými výrazy v tvářích před krčskou nemocnicí. Z kufru auta kdosi vytáhl bágel plný baterek made in Hong Kong

a ukázal na nemocniční bránu se slovy: Jste nadupaný manažer reklamní akce a nyní ukažte, co ve vás je! Baterka je za kilo a pětka z ní je vaše.“ Se slovy „Tak Go!“ mu vrazilo osazenstvo vozu bágel do ruky a pár metrů ho zaměstnavatel symbolicky vyprovodil k nemocniční bráně. Jožin vyvrávorál z kruhu souvěrců, odložil bágel na zem a se skloněnou hlavou, pomalu, beze slov i sebevědomí, zamířil k blízké autobusové zastávce... Tak tě, pitomče, zase dostali. Zas jeden den v háji, nemluvě o vyhozených jízdenkách! Jako bezduchý dorazil domů. Svezl se do křesla a zapnul rádio. Myslím si, ozval se v něm jeden z posluchačů, že při současném nedostatku pracovních příležitostí by měli žadatelé slevit z požadavků a vzít i méně placenou práci... Jožin vyletěl z lenošky jak na péru. Tak vy nedáte pokoj! Ránu pětá radiopřijímač nevydržel. Proč do toho kecáš, když o tom nic nevíš. Vezmi takovou práci a jakmile o ni přijdeš, skrblicí ministr práce z tohoto nicotného příjmu ti vypočítá podporu v nezaměstnanosti. Jožin se uklidnil, sedl k počítači a spustil internet. Jeho oči klouzaly po řádcích v rubrice Nabízím práci. Zastavily se u známého odstavečku Mezin. fy. hledá větší počet řid. dodáv. pro ... Na Jožinově tváři se rozhostil spokojený úsměv nemluvněte. Hleďte idioti, hleďte, ale ne mne!

Jiří Novotný

Dobročinný ples yourchance v souvislostech

Komorní sál Boccaccio Grand hotelu Bohemia se 10. března 2015 večer otevřel hostům, kteří se svou přítomností rozhodli podpořit projekty a aktivity obecně prospěšné společnosti yourchance. Hostitelkami plesu byly zakladatelky této organizace, Ing. Gabriela Křivánková a Jana Merunková. Moderátorskou dvojici, která přítomné programem provázela, tvořili Veronika Kašáková, finalistka České miss 2014, a Karel Diviš, podnikatel a sportovní komentátor České televize.

„Nápad uspořádat ples yourchance právě v těchto nádherných prostorách jsme dostaly už před pěti lety, v samém prvopočátku naší spolupráce, pár měsíců před tím, než yourchance oficiálně vznikla,“ zaznělo v úvodu z úst ředitelky společnosti Jany Merunkové, která stručně rekapitulovala: „Pak už jen stačilo odpracovat potřebné, položit pevný základ našim projektům a dospět do bodu, kdy můžeme ukázat konkrétní výsledky své práce.“ A že yourchance má výsledky, o kterých stojí za to hovořit, se průběžně ukazovalo celý večer. Přátelskou a otevřenou atmosféru umocňovala série vstupů, díky kterým přítomní mohli pochopit činnost organizace v širších souvislostech.

To, že ples moderovala právě Veronika Kašáková, nebyla vůbec náhoda. Je totiž patronkou ocenění Bílá vrána, jedné z důležitých aktivit yourchance, která pomáhá odbourávat předsudky vůči dětem a mladým lidem žijícím v dětských domovech. Ocenění je udělováno těm, kdo mají za sebou život „v děcáku“ a přes počáteční překážky se nakonec úspěšně postavili na vlastní nohy. Veronika sama má osobní



Jana Merunková s krásným dárkem pro yourchance, klíčkem od auta značky Mercedes



zkušenost s životem mimo vlastní rodinu a to, že o ní otevřeně hovoří, dodává odvalu a sebevědomí stovkám dětí s obdobným osudem, které start jejich samostatného života teprve čeká.

O projektu Začni správně, který se věnuje přímé pomoci mladým dospělým opouštějícím dětské domovy a řeší s nimi otázky spojené se začleňováním se do společnosti, z pódia hovořila předsedkyně správní rady yourchance, Ing. Gabriela Křivánková. „Neděláme věci za ně, ale jsme jim oporou tam, kde v běžných rodinách stojí svým dětem po boku rodiče,“ uvedla. Představila smysl tematických setkání i principy individuálního programu pomoci. Samozřejmě došlo i na projekt Finanční gramotnost do škol, o kterém hovořila jeho manažerka, Ing. Kateřina Lichtenberková.

Celý program měl slavnostní, ale přiměřeně uvolněnou atmosféru, kterou podtrhovala krásná taneční hudba v podání originálního plesového orchestru pod vedením Petra Kroutila. Písňe v podání Barbory Swings byly skutečným lákadlem pro přítomné a po úvodním předtančení se parket hned zaplnil. Obě zakladatelky často ve svých vystoupeních hovořily o příležitostech, které ve svých životech využily, a cílech, kterých díky tomu dosáhly. Jejich potřeba dělit se s ostatními o emoce spojené se splněním sny je zřejmá a prolínala se celým večerem. Jedním z takových výrazných okamžiků byl třeba moment, kdy moderátorka Veronika přizvala k sobě na pódium mladou slečnu, která se v životě potkala s velkými předsudky vůči dětem z dětských domovů. V jejím případě to došlo až tak daleko, že se rozhodla neabsolvovat svůj maturitní ples. Každá žena, která svůj maturitní ples prožila, si jistě vzpomíná, jak silný zážitek to je a kolik nejrozumnějších pocitů člověk prožívá při přípravách na takový večer. Yourchance nechtěla Lucku o tento zážitek připravit, proto nechýbělo ani zapůjčení krásných společenských šatů, předání kytičky, ani taneční sólo, které si zatančila s Karlem Kašákem.

Součástí programu byla i možnost vydražit předměty vyráběné dětmi z praktické školy při



Dětském domově Ledce, fotografii Začni správně od Miroslava Lepešky, který pravidelně dokumentuje všechny akce yourchance, nebo olejomalbu Adélky z Dětského domova Žatec. Překrásnou skleněnou vázu věnovala pro tyto účely společnost Moser. Noblesní porcelánovou sadu z dílny společnosti Thun věnovalo Studio Lesov.

Těsně před módní přehlídkou společenských šatů Salonu Moravec došlo i na překvapení. Po červeném koberci se jako první prošli Klára Kulíšková a Josef Ulrych, kteří tento večer reprezentovali společnost Mercedes-Benz PRAHA a předali yourchance klíčky od úplně nového automobilu Smart ForFour. Jak řekla Klára Kulíšková, je třeba pomáhat s úsměvem a tohle auto splňuje stoprocentně. Slova díky za finanční a hmotnou podporu, stejně jako poděkování za práci realizačnímu týmu a řadě dobrovolníků, z pódia zněla v průběhu celého večera. Bylo znát, že nejde o citace předepsané mediálními specialisty, ale že každé „děkuji“ nebo „děkujeme“ bylo vyřčeno od srdce, s pokorou a upřímností. (red)

foto Miroslav Lepeška

SOUTĚŽTE A VYHRÁVEJTE



Více jak 300 cen

Za každý nákup v prodejnách COOP
v minimální hodnotě **299 Kč**
obdržíte u pokladny
hrací kartu
s unikátním kódem
a můžete vyhrát:

osobní
automobil
wellness
pobyty
LED
televize
elektroniku
tablety
a spoustu
dalších cen

**Velká
velikonoční
soutěž**

1.3. – 6.4. 2015

Možnosti účasti:

- 1 Navštivte webové stránky **www.coopclub.cz/soutez/velikonoce**
Zde můžete zadat kód bezplatně.
- 2 Zašlete SMS ve tvaru: **COOP mezera KÓD hrací karty**
(vzor: COOP A2E4Q6) na číslo **900 77 06**.
(Cena SMS je 6 Kč vč. DPH)
- 3 Hrací kartu zašlete na adresu: **Delex, Denisovo nábreží 4, 301 00 Plzeň**.
Nezapomeňte vyplnit Vaše telefonní číslo pro případ oznámení výhry.

Soutěž probíhá ve vybraných prodejnách COOP od 1. 3. 2015 do 6. 4. 2015 nebo do rozebrání hracích karet.
Úplná a přesná pravidla soutěže včetně seznamu cen a výherní listiny budou uveřejněny na internetové adrese
www.coopclub.cz/soutez/velikonoce