

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

leden 2016

Sametová melancholie

Eva Brixi

Prstem kreslím na okno
Vzkazuji cosi ptákům v nebi
Mám tisíc přání v dlani
Ale nevím ani
Co by muži vlastně chtěli
Vzkazy píšou cestou domů
Cestou z duše ven
Na čelo si dávám verše obkladem
A potichu si zpívám
Smutné balady
Snítky lásek staré zahrady
Trhám jak listy diáře
Když se ti dívám do tváře
Oči vlévám deštěm do vody
Jakmile potkám tvoje náhody
Ptám se stromů
Kudy dostanu se vlastně domů
Kde budu mít klid
Až budu si chtít
Doopravdy snít

Radka Sokolová

Tvář odborů je i žensky milá

rozhovor na stranách 10–11

*Ke svému srdci přidejte na Valentýna
i skleničku ovocného potěšení!*

MARMELÁDY S PŘÍBĚHEM

www.marmelady.info

tel.: +420 603 413 903



Díky ženám ve vedení mohou podniky více vydělat

Firmy s vyšším podílem žen v rozhodovacích pozicích mívají podle odborníků vyšší zisky a lepší hodnocení na burze. Ženy tak firmě vydělávají více peněz, samy však přitom mají na stejné pozici plat o 22 procent nižší než muži. A když česká eurokomisařka Věra Jourová chtěla prosadit směrnici o čtyřicetiprocentním podílu žen v dozorčích radách, narazila. I vláda nápad zamítla. Ekonomičtí experti i vedení českých firem blahodárnost dostatečné přítomnosti žen v kancelářích připouštějí. Zdůrazňují i lepší atmosféru na pracovišti.

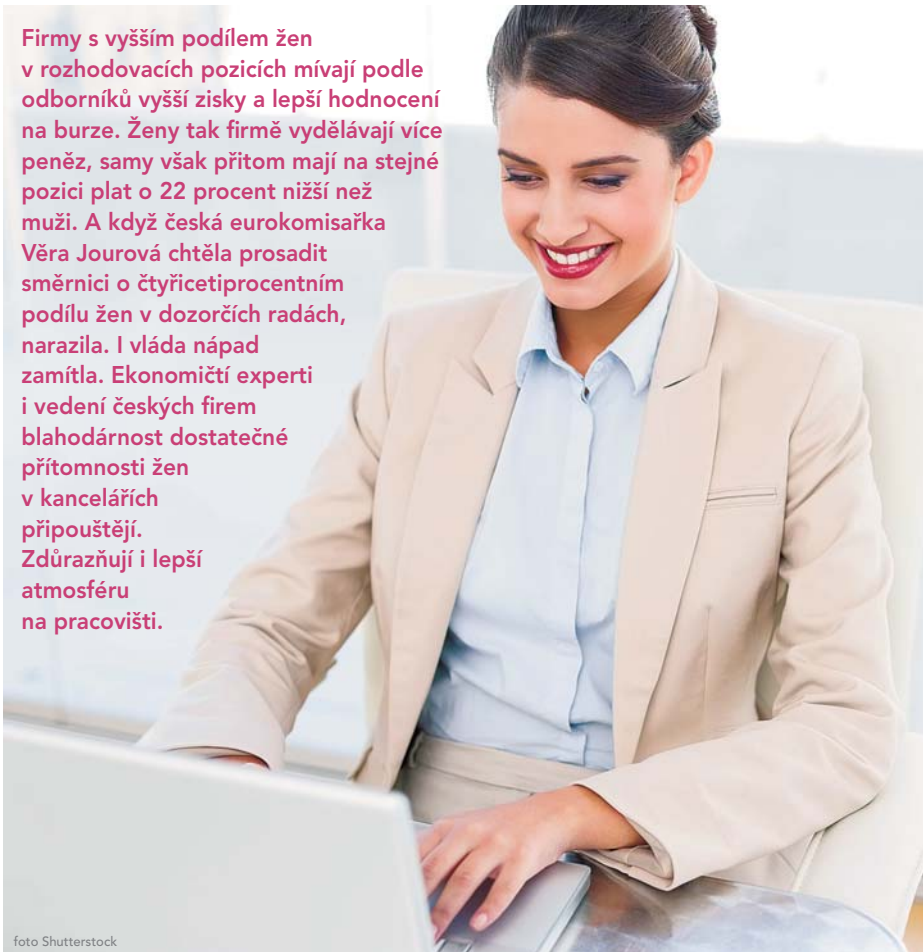


foto Shutterstock

Rovná reprezentace žen pomáhá firmám lépe pochopit zájmy zákazníků. Díky zapojení širší škály zkušeností, znalostí a dovedností dochází k lepšímu rozhodování a kvalitnějšímu řízení podniku. To jsou jen některé z argumentů zastánců většího zastoupení manažerek v Česku, které dokládá například i publikace *Women in economic decision-making in the EU* vydaná Evropskou komisí v roce 2012. Aby se pozitivní vliv projevil, je podle vědců třeba, aby bylo v kolektivech minimálně třicet procent žen. Právě třetina je podle výzkumů takzvanou kritickou hranicí, která umožní sociální skupině ve většinovém kolektivu fungovat a začít jej ovlivňovat. Dostatek žen v kolektivu přitom má přínosy i podle praktických zkušeností českých firem. „Ženy více řeší barvy, a především zdraví v práci. Hraje pro ně roli správná židle, světlo i obecně ergonomické pomůcky. Navíc si práci mnohdy výrazněji organizují do nejrůznějších kancelářských šanonů,“ uvedla Jana Martínková ze společnosti Activa, která je dodavatelem kancelářských potřeb pro řadu českých firem. Například v brněnském koncernu ZKL, který je

největším výrobcem ložisek ve střední Evropě, pracuje na čtyřicet procent žen. A jsou spokojeny. „Už delší dobu ženy pracují i na typicky mužských pozicích, jako jsou například konstruktérky, senior sales manažerky zabývající se prodejem ložisek, projektové manažerky. Velké množství žen pracuje také přímo ve výrobě ZKL Hanušovice, kde se vyrábějí trubky pro automobilový průmysl. V rámci koncernu naprosto nerozlišujeme, jakého pohlaví jsou jednotliví kandidáti. Posuzujeme jejich konkrétní znalosti a dovednosti, a ne, zda jde o ženu, či muže,“ konstatovala Lada Heydová, personální ředitelka společnosti ZKL, která je jedním z největších exportérů v oblasti strojírenství v tuzemsku. Podle ní jsou přitom zaměstnankyně velmi pečlivé a pracují s daleko větším důrazem na detail, na druhou stranu jsou méně odolné vůči stresu. Řadu pozitivních vlastností zaměstnankyň potvrzují i psychologové. „Ženy jsou citlivější na detekci sociálních kontaktů, dovedou vnímat jemnosti, jsou prostě v tomto smyslu obratnější. Muži jsou naopak přímočařejší, někdy možná až neohrabaní. Obecně – ženy reagují uvážlivěji,

muži jsou možná impulzivnější a agresivnější,“ potvrdil primář psychologie v brněnské Vojenské nemocnici Jiří Brančík.

Podle organizací, které se zabývají právy žen, by se kvóty mohly stát symbolickým prvním krokem. Zásadní změnu od nich ale čekat nelze. „Je důležité si uvědomit, že kvóty nejsou univerzálním řešením genderové nerovnosti. Nejlépe mohou fungovat, a v mnoha evropských státech taky fungují, jako součást rozsáhlejší strategie, která neřeší jen existující nerovnosti, ale zároveň se snaží předcházet vzniku nových, respektive prohloubení existujících,“ vysvětlila Martina Kampichler z Katedry genderových studií Masarykovy univerzity. Podle ředitelky společnosti Gender Studies Heleny Skálové kvóty sice mohou mít pozitivní vliv, nejde ale čekat, že vyřeší vše. Zejména pokud by se týkaly dozorčích rad, které na každodenní chod firem ze zákona nemají příliš velký vliv a plní spíše kontrolní funkci. Jejich zavedení by se v Česku navíc týkalo jen relativně malého množství společností. Měly by tak spíše symbolický význam. „Na trhu práce bohužel stále přetrvávají nerovnosti mezi muži a ženami. Na vysokých školách už jsou počty studentek a studentů vyrovnané, přičemž dívky mezi absolujícími dokonce mírně převažují. Také na úrovni středního managementu se ženy dobře prosazují, ale do vyšších pozic již postupují obtížně. Efekt skleněného stropu bohužel stále funguje,“ uvedla Helena Skálová. Ženy jsou navíc podle odbornice, která se odkazuje na výzkumy společnosti, ve své kariéře výrazně omezeny mateřstvím. České ženy tak mizí z trhu práce na řadu let a vracejí se velmi komplikovaně. Rozdíly v platech mužů a žen jsou podle statistik v Česku přitom v průměru 22 %. Kvótám na jméno nemohou přijít personalisté. „Kvóta a regulace jsou dvě slova, se kterými se bohužel firmy v Česku a EU setkávají stále častěji. Místo toho, abychom nechali podniky soutěžit na volném trhu, snažíme se je co nejvíce svázat a trh regulovat tak, aby byl ‚správný a spravedlivý‘ – to ale funkční trh nemůže být nikdy,“ uvedl Tomáš Surka z personálně-poradenské firmy McROY Czech. Ten zároveň říká, že pozitivní diskriminace vždy nechává stín pochybností na úspěchu toho, kdo je takto diskriminován. Jediná cesta, jak dostat do vedení firem více žen, je podle něj změna myšlení společností, a toho se nedá docílit nařízeními, zákazy ani kvótami. Genderové kvóty nyní uplatňují především Skandinávci. Například v Norsku platí od roku 2006 zákon vyžadující minimálně 40% zastoupení žen v představenstvech veřejně obchodovatelných firem. Podobné kvóty existují v severských zemích i v politice. Důsledkem je dvojnásobné zastoupení žen v tamním politickém systému ve srovnání s Českou republikou. (tz)

Náušnice z drátů, nádobí ze škrobu či peněženky z konopí

Ačkoliv jsou obchody plné nejrůznějších věcí, stále více lidí se potýká s tím co darovat. Všechno, co potřebujeme, už často máme. A kupovat zbytečnosti, na které se bude prášit, nikdo nechce. Podle statistik navíc každý rok narůstá množství odpadu, který během Vánoc každá rodina vyprodukuje. I proto stále více značek vsází na recyklaci materiálů a neotřelé šperky, oblečení či bytové doplňky z pet lahví, starých látek či vyřazených elektrospotřebičů. Kromě toho, že potěší svou originalitou, řadě obdarovaných udělá radost i to, že jsou jejich dárky šetrné k životnímu prostředí.

Jen ve Spojených státech se během vánočních svátků vyhodí čtyři miliony tun balicího papíru a dárkových tašek. Američané koupí přibližně dvě a půl miliardy plastových dárkových karet a za dárky utratí v průměru 20 000 korun. Ani Češi příliš nezaostávají. Nejen, že tím dochází ke zbytečnému plýtvání. Výrobou, balením a přepravou zboží z velkých dálek rovněž dochází k obrovské spotřebě nerostných surovin a vody, uvolňování emisí do vzduchu a nadbytečnému zatěžování přírody. Přitom už dnes existuje řada alternativ, které udělají radost a zároveň přispějí k uvědomělejší spotřebě a ochraně prostředí.

Nádobí, které za pár let nenajdete

Pro všechny aktivní členy rodiny může být ideálním vánočním dárkem box, do kterého si mohou dát svačinu či oběd. Navíc lze pořídit variantu, kde je ke krabičce přípevně přibor. Takže cestovatel už nemusí lžičku hledat na dně tašky. Nosit si vlastní jídlo je obvykle zdravější varianta než se stravovat po hospodách a fast-foodech. Navíc díky znovupoužitelné krabičce neprodukuje tolik odpadu. Nyní lze však

místo plastových boxů pořídit i speciální nádobí vyrobené z bambusu a kukuřičného škrobu. Toto nádobí je velmi pevné, odolá teplotám až do sto dvaceti stupňů a lze ho umývat v myčce. Na rozdíl od plastů se však materiál do dvou let rozloží a přemění na látky nacházející se běžně v přírodě.

Originální šperky z odpadu

Každou dívku i ženu potěší šperk. Pokud si příliš nepotrpíte na náušnice či přívěsky, vsadte na brože. Zajímavá brož totiž oživí i obyčejné tričko či kabát. Nejen originální brože, ale i náramky nebo náhrdelníky Trash Made vyrábí umělci z nejrůznějších součástek vyřazených elektrospotřebičů. Že nejde o žádné amatérské pokusy, ale o velmi povedené kolekce, dokazuje i několik nominací na ceny Czech Grand Design. „Nabízíme i řadu dárků pro muže. Zájemci u nás naleznou například manžetové knoflíčky, které jsou vyrobeny z tlačítek ze starých telefonních budek. Milovníky piva zase potěší originální otvíráky na lahve z materiálů používaných v serverovnách,“ doplnila tipy na dárky koordinátorka projektu Trash Made Adéla Zimáčková.

Tašky třeba z pneumatik

Maminky, školáci i sportovci rozhodně využijí novou tašku. Ať už budete pořizovat novou tašku na nákupy, na kroužky, či do posilovny, dnes už i těch ekologicky šetrných existuje nepřeberné množství. Můžete volit lněné se zajímavým potiskem, pestrobarevné tašky z recyklovaného plastu či z pneumatik a bezpečnostních pásů. K novému batochu či kabelce můžete přihodit i novou peněženku. Své náctileté potomky či sourozence rozhodně potěšíte peněženkou z technického konopí.



Bytové doplňky z recyklovaného elektrika

Pro milovníky designu mohou být vhodným dárkem ekologické bytové doplňky a svítidla. Recyklované materiály se totiž stávají doménou nejen při výrobě šperků nebo přívěsků, stále častěji je lze spatřit jako součást bytových doplňků. „Lidé si mohou například zakoupit barevné hodiny vyrobené z pevných disků počítačů a barevných drátů nebo ozdobné mísy z krytů stolního počítače,“ sdělila Adéla Zimáčková. „Interiérové doplňky Trash Made mohou být ideálním dárkem i pro vaše obchodní partnery. Nesou v sobě totiž kromě ekologického aspektu i aspekt sociální. Na jejich výrobě se podílejí klienti několika chráněných dílen,“ uzavřela Adéla Zimáčková. Neziskový projekt Trash Made byl poprvé představen veřejnosti na Designbloku v roce 2009. Od té doby již jeho předměty posbíraly řadu nominací na Ceny Czech Grand Design. Projekt zajišťuje společnost REMA Systém, která se zabývá sběrem a recyklací vysloužilých elektrozařízení. Na projektu se dále podílí skupina umělců v čele s designérkami Annou Kozovou, Janou Chaklosh a Lindou Čihařovou. Výrobu pomáhají realizovat klienti několika chráněných dílen, kteří mají díky Trash Made možnost uplatnit a rozvinout svou zručnost. Výrobky Trash Made jsou designové předměty s vlastním příběhem. Jsou z materiálů a součástek, které už jednou byly použity a původně měly být zrecyklovány nebo trvale zničeny. Kolekci tvoří originální šperky a módní a bytové doplňky. (tz)

Speciální pojištění rukou od UNIQA má široké spektrum klientů

Před více než třemi lety zařadila UNIQA pojišťovna jako první na českém pojistném trhu do svého komplexního životního programu i speciální krytí pro horní končetiny. Původně bylo určeno pro klienty s profesemi, jako jsou hudebníci, chirurg nebo třeba hodinář. Nicméně dosavadní zkušenosti ukazují, že svých rukou a paží si cení lidé napříč populací bez ohledu na své povolání.

V současné době eviduje UNIQA už více než 10 000 pojistných smluv s tímto rizikem, které kryje jak pracovní a mimopracovní úrazy, tak i specifická onemocnění, včetně nemocí z povolání. Podle statistik Státního úřadu inspekce práce vzniklo v roce 2015 v ČR na 41 000 pracovních úrazů. Každý čtvrtý úraz menším či závažnějším způsobem postihl ruce nebo pa-

že. Nejčastěji byli postiženi řidiči, dělníci na stavbách a osoby obsluhující stroje. Naopak méně úrazů připadalo na kancelářské pracovníky, manažery a vědce. Zkušenosti z pojišťování klientů však ukazují, že není přímá souvislost mezi rizikovostí jejich profese, pracovním zatížením rukou a zájmem o pojištění proti úrazu. O speciální pojištění horních končetin stojí sice nejvíce zákazníci v dělnických a manuálních profesích nebo specializovaná povolání s převahou úkonů rukama (lékaři, farmaceuti, maséři, malíři, chemici, fotografové, redaktori, optici nebo zdravotní sestry). Nicméně čilý zájem panuje také u dalších profesí, které už nejsou tak jednoznačně závislé na rukách: obchodníci, stavební dozor, učitelé nebo kontrolori. Naopak docela pochopitelné je velmi čtené

pojištění rukou žen v domácnosti. Velmi často si ruce pojišťují i studenti – jejich zastoupení ve kmeni se blíží pěti procentům. Zde je třeba ale brát i ohled na sportovní aktivity mladých, při nichž může k úrazu horních končetin snadno dojít. Právě mimopracovní úrazy také jednoznačně dominují pojistným událostem vyřizovaným v UNIQA v souvislosti s tímto pojištěním. Vedou přitom běžná uklouznutí při chůzi, pády na kole a in-line bruslích nebo úrazy při uklidování pádem ze štaflí. Pracovní úrazy jsou zastoupeny minoritně. Nejzávažnější z nich byly způsobeny pádem z výšky na stavbě, vtažením končetiny do stroje a opařením rukou a paží pracovníka v závodní kuchyni. U onemocnění horních končetin jednoznačně dominuje v pojistném plnění syndrom karpálního tunelu. (tz)

Spěcháme, když čekáme

Pod stromečkem na mne vykukovala hromada užitečných a krásných knížek. Mezi nimi bylo několik o relaxaci, odpočinku, čištění mysli, správném hospodaření se zdravím i časem. V jedné z publikací jsem se dočetla, že fenoménem dnešní doby je čekání. Podvědomě jsem to tušila, ale tuto skutečnost jsem nedovedla zatím pojmenovat, identifikovat. Ano, čekání, to je ono – všimněte si, jak nás znervózňuje a naplňuje neklidem, jak k nám přivádí stres, který nás šíří. Čekáme na autobus, na obchodního partnera, na důležitý mail, na účetní závěrku, na výši DPH, na manžela, čekáme u lékaře před banální prohlídkou, čekáme na dodání revizní zprávy od plynářů, čekáme na výhru v Sažce. Sedíme, stojíme i procházíme v napětí, a čekáme na to, až přestaneme čekat. A neumíme si ty pocity nedočkavosti zpříjemnit, obrátit je v náš prospěch. Nedokážeme „nedostatek“ vytěžít a změnit v opak. Třeba v minirelaxaci. Jsme zoufale netrpěliví, ačkoli nám to k ničemu nepomáhá. Je tedy potřeba s tím něco udělat. Přemýšlím o tom. Třeba na něco užitečného přijdu. Pak se podělím o názor.

Eva Brixi



Tip Grady

Kreativní diář



Zapomeňte na předtištěné diáře, sestavte si originální kousek přímo na míru. V knize se dozvíte, jak si naplánovat rok, měsíc, týden i den. Místo se najde i na nápady, projekty či návyky. A to vše dozdobí originální kresby nebo koláže. Kreativní diář vám bude dělat radost každý den.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

design4net

www.design4net.cz

hlavní partner:



www.ovus.cz

partneři:



www.yourchance.cz



www.tsoft.cz



www.pardubickypernik.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.coop.cz



www.rossmann.cz



www.konopnyshop.cz



www.segafredo.cz



www.balamina.cz



www.zdenkabalajkova.cz



www.nhcar.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 10, leden 2016

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@iprosperita.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 Rožničková

Tisk: Grafikon Tiskárna 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.net

Doporučujeme vám
kosmetickou poradnu GERnétic
na www.madambusiness.cz



Co se vám osvědčuje v boji proti stresu?

Ing. Andrea Trčková
výkonná ředitelka
LK SERVIS
Generální zastoupení GERnétic
pro ČR a SR

Díky svému povolání jsem zvyklá být pod tlakem. Důležitý je proto timemanagement a také mít tým, se kterým se mi dobře a efektivně pracuje, a ten mám. Naučila jsem se pravidelně odpočívat, vypnout, abych načerpala sílu a energii, pročistila si hlavu. Vnímám přírodu při procházkách v lese, ráda plavu, věnuji se rodně. Když třeba vaříme, tančíme při tom na určitý druh hudby. Hudbu poslouchám i při řízení auta. Vím, že mi prospívá vnímání různých žánrů, zkrátka podle nálady. Dokonale se uvolním také při masáži, kterou v našich salonech GERnétic umí opravdu skvěle.



Zákaznice je významný fenomén obchodu dnešních dnů. Co na způsobu nakupování u žen obdivujete?

Ing. Miloš Škrdlík, MSc., MBA
jednatel Maloobchodní sítě Brněnka
místopředseda Asociace českého
tradičního obchodu a předseda představenstva Regionální
hospodářské komory Brno

Emoční nakupování. Ženy většinou dokáží popustit v nakupování své emoce, fantazii, kreativnost, náladu a své pocity a dokáží si nakupování opravdu emočně užít. Na rozdíl od nás mnohých mužů, kteří nakupujeme racionálněji, možná i zdrženlivěji, ale určitě ne s takovou radostí (nejsou-li to zrovna auta či motorky :-). V tom ženám závidím...



Informace do kabelky

Iceland se rozrostl o další pražskou prodejnu

Úspěšný britský obchodní řetězec Iceland se těší stále větší oblibě mezi českými zákazníky, a proto loni v listopadu slavnostně otevřel další tuzemskou prodejnu, tentokrát v Praze 8 u stanice metra Ládví. Slavnostní akci si nenechal ujít Malcolm Walker, zakladatel a generální ředitel, a Tarsem Dhaliwal, finanční ředitel skupiny Iceland. Oblíbený britský supermarket Iceland poskytuje široký sortiment kvalitních potravin se specializací na mražené produkty. V nabídce je velký výběr hotových jídel, tradiční i exotická masa a ryby, pečivo a spousta dalších produktů, které spojuje nekompromisní kvalita a férová cena. Vedle vynikajících sýrů, uzenin a dalšího zboží dovezeného z Velké Británie nabízí řetězec i mnoho výrobků od českých dodavatelů.



(tz)

Mladé manželství vyžaduje nezávislost, dlouhodobější třeba nové aktivity

Kariéera, umění starat se o sebe, mateřství, všudypřítomný stres, společenský tlak být in, to vše s sebou přináší dnešní život.

Podnikatelská a manažerská manželství nejsou jen šťastná, ale i plná problémů. Každý z partnerů je určitou svéráznou individualitou, která je zvyklá řešit řadu záležitostí samostatně. O to těžší bývá někdy zájmy obou, manželky a manžela, sladit. Nač by se však nemělo nikdy zapomínat?

Dlouhodobé a šťastné manželství vyžaduje nejen vzájemnou komunikaci, pořádnou dávku láskyplného vyznání, umění tolerance či kompromisů. Nesmírně důležitá je také snaha obou partnerů pečovat o vztah, a to ve všech fázích manželství. Ať už jde o mladé manžele bez dětí, o rodiče dětí ve školním věku, nebo o manželský pár středního věku. V každé z těchto fází je nesmírně důležité soustředit se na jiné oblasti a dostatečně se jim přizpůsobit. První zatěžkávací zkouškou pro mladé manžele je bezesporu společné bydlení. V tomto období je prioritou, aby si partneri zvykli na svou přítomnost a zároveň si poskytli prostor. Ve fázi mladého manželství začínají partneri řešit společné finance, hypotéku na bydlení a celkově se stabilizují. Partneri, kteří jsou prozatím bezdětní, mohou využít volný čas k cestování, společným koníčkům či k budování kariéry. „Právě v této fázi manželství je důležité, aby si mladí manželé vybudovali vlastní nezávislost. Vyzraďte proto alespoň dvakrát do měsíce bez partnera či partnerky na posezení se svými přáteli. Díky tomu si budete vzácnější a můžete oddálit případný stereotyp,“ vysvětlil Adam Durčák, marketingový ředitel sexshopu Růžový slon s tím, že kromě budování osobní nezávislosti je zejména pro ženy nutné se osamostatnit i po finanční stránce.

Lichocení z obou stran

V současné době se ženy věnují své kariéře mnohem více než v minulosti, proto pro ně může být odchod na mateřskou dovolenou velmi náročný. Oba partneři se musí přizpůsobit nové rodičovské roli, což může způsobit rozpor v jejich vztahu. V tomto období je proto nesmírně důležité, aby se partneři co nejvíce psychicky podporovali. Podle psychologů je vhodné, aby si navzájem dostatečně lichotili.



Porod je pro ženu velmi emocionální období, ve kterém se mění nejen po fyzické stránce. Proto je v poporodním období velmi důležité, aby ji muž nepřestal vnímat jako přitažlivou ženu a skládal jí i nadále komplimenty. Žena by také neměla zapomínat na něžná slova směřovaná k partnerovi, a především k jeho otcovské roli. Dostatečným upřímným oceňováním svého protějšku lze vyjádřit svou náklonnost a upevnit svou důvěru. „Vzhledem k tomu, že v této fázi manželství není dostatek času pro sex, je důležité, aby se manželé nezapomínali alespoň pravidelně mazlit. Z aktuálních výzkumů totiž vyplývá, že mazlení je stejně důležité jako sex. Při mazlení se uvolňuje hormon oxytocin, který zapříčiňuje zamilovanost,“ sdělil Adam Durčák.

Kdy je podstatná komunikace

V této fázi manželství děti většinou navštěvují základní školu, začínají mít již své vlastní zájmy a přátele. Osamostatňují se tak od rodičů, kteří začínají mít více času na svůj vztah a na společné zájmy. V tomto období manželé často řeší problémy týkající se práce, ale především výchovy dětí. Právě proto je nejpodstatnější dostatečná komunikace, a to nejen mezi partnery, ale i mezi oběma rodiči a dítětem. Každý den by si rodina měla vyhradit alespoň hodinu pro sebe. Ať už jde o společnou večeři, nebo posezení u televize, kde si mohou sdělovat své každodenní zážitky, ale i závažnější témata. Účinnost komunikačních rituálů potvrzují i vědci, podle kterých navíc stačí, když spolu rodinní příslušníci mluví minimálně deset minut denně.

Nové společné zážitky, i ty sexuální

Manželství ve stadiu, kdy jejich děti opouští domov a zakládají si vlastní domácnost, je pro oba partnery opět velmi zlomové. Tuto životní etapu, která bývá nazývána jako syndrom prázdného hnízda, doprovázejí příznaky jako ztráta radosti ze života, pocity opuštěnosti, ztráty smyslu, prázdnoty nebo úzkosti. Odchod dětí z rodiny může také pro rodiče znamenat signál vlastního stárnutí, ztrátu jistot a pocitu vlastní potřeby. Bez nadsázky tedy jde o období krize, které přináší nebezpečí hádek, pocitu ocizení manželského partnera, lhostejnosti ke vztahu a rezignace na jeho další rozvoj, a někdy i rozvodu. Podle psychologů by partneři měli odchod dětí pojmout pozitivně a naopak si začít užívat volného času. Doporučují se různé netradiční aktivity. Mohou například začít cestovat, vzdělávat se, věnovat se koníčkům, na které v mládí neměli čas nebo finance. „Dalším vhodným způsobem, jak v této fázi okořenit vztah, je bezesporu experimentovat v intimním životě obou partnerů. Proto si užívejte svého partnera i jinak. Překvapte se v erotickém prádle, ozvláštňte sex vhodnou sexuální pomůckou. Uvolněte se a přijďte na pozitivní myšlenky,“ uzavřel Adam Durčák. (tz)

INZERCE

**Přidejte se k největší
zaměstnanecké pojišťovně**

211
ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA
MINISTERSTVA VNITRA ČR

**Přestupní termín pro změnu
zdravotní pojišťovny platí od 1. ledna
do 31. března, mezi našimi spokojenými pojištěnci vás
přivítáme od 1. července stávajícího roku.**

Nabízíme spolehlivou pojistku pro vaše zdraví. Spolupracujeme s více než 25 000 lékaři a zdravotnickými zařízeními po celé ČR. Jsme otevření pro všechny, kdo stojí zejména o kvalitní zdravotní pojištění. Hradíme i tu nejmodernější a nejdražší zdravotní péči. Nabízíme spoustu zajímavých a výhodných bonusů pro celou vaši rodinu.

Přihlásit se můžete z pohodlí domova na www.211.cz



Čísla, která charakterizují české podnikatelky

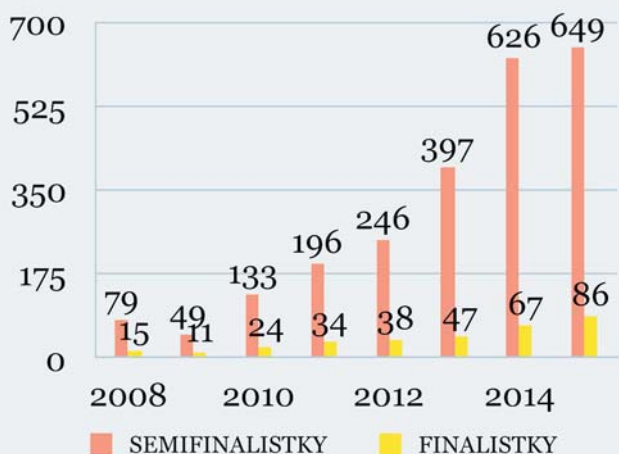
Zlí jazykové tvrdí, že k číslům a matematice ženy nemají vřelý vztah. Pravda to není, o tom svědčí nespočet příkladů z každodenní praxe. Navíc žen v businessu přibývá, a jak známo, podnikání se bez počítání neobejde. Zajímavé jsou také číselné údaje, které mapují „ženské“ podnikatelské prostředí. Ty, které vám nabízíme, byly prezentované na tiskové konferenci v listopadu loňského roku u příležitosti vyhodnocení soutěže Ocenění českých podnikatelek v Praze. Soutěž založila Helena Kohoutová a s partnery ji každým rokem rozvíjí v jeden z nejúspěšnějších projektů v ČR. Auditor tohoto projektu, poradenská firma NSG Morison, každoročně připravuje řadu rozmanitých charakteristik, z nichž jsme vybrali:

Nárůst firem, které vlastní žena 100% podílem a splní podmínky soutěže, je ve srovnání s rokem 2014 14%

Výchozí údaje pro 8. ročník OCP

- ✓ letos vybráno 17 929 potenciálních kandidátek
- ✓ z nich vzešlo 649 semifinalistek s nejlepšími ekonomickými výsledky
- ✓ semifinalistky byly odborně a ratingově prostudovány a na základě i osobních pohovorů a dotazníků čítajících přes 30 odborných i soukromých otázek
- ✓ do finále bylo vybráno 86 společností

Ratingově zajímavých firem přibývá



Jaké jsou české podnikatelky?

Věk podnikatelek roste

- ✓ V průměru narozené v roce 1964. Rozmezí mezi nejstarší a nejmladší podnikatelkou v semifinále je 37 let.
- ✓ Věk podnikatelek překvapivě stoupá: rok 2014: 47,5 let – rok 2015: 51 let.
- ✓ 12 % žen je nad 60 let

Vzdělání

- ✓ Skoro polovina podnikatelek dosahuje úplného vysokoškolského vzdělání. V roce 2005 mělo VŠ jen 28 % žen.
- ✓ Podnikatelky mají nejvíce všeobecné ekonomické vzdělání (52 %), ale až 20 % má vzdělání technického směru.

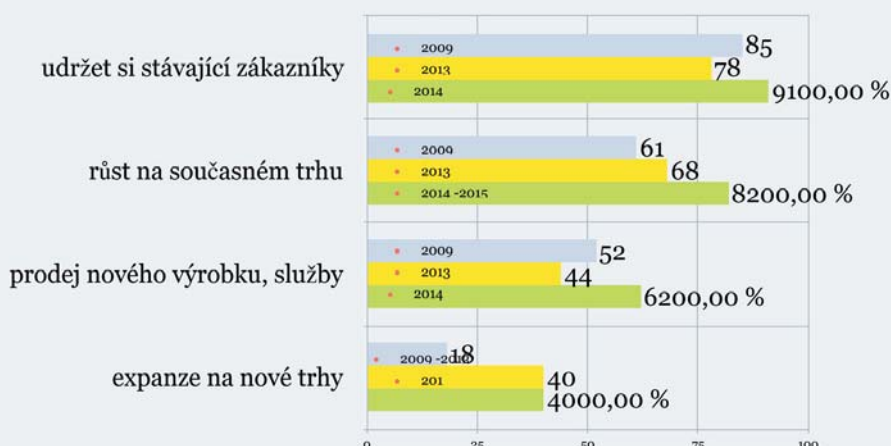
Ženy jsou zase o krok dále...

- ✓ Sofistikovanější řízení a strategie firem – 32 % žen exportuje
- ✓ Spolupráce s významnými subjekty – 42 % (dodavatelky či odběratelky)
- ✓ Velká společenská odpovědnost – 85 %
- ✓ Mění se struktura podnikání – více s. r. o.
- ✓ 17 % podnikatelek má víc než jednu firmu

Zaměření podnikatelek

- ✓ 40 % žen má firmu technického zaměření
- ✓ 60 % firem poskytuje služby v sociální či vzdělávací oblasti, podniká s nemovitostmi, prodejem a distribucí léků, s potravinami, s poradenskou činností či pohostinstvím.
- ✓ Bohužel trend poměru výroby k obchodu je stále nízký: výroba 15 % vs. 85 % prodej a ostatní

Priorita podnikatelek k trhu a zákazníkům



Politika zajímá většinu lidí asi tolik co celebrity

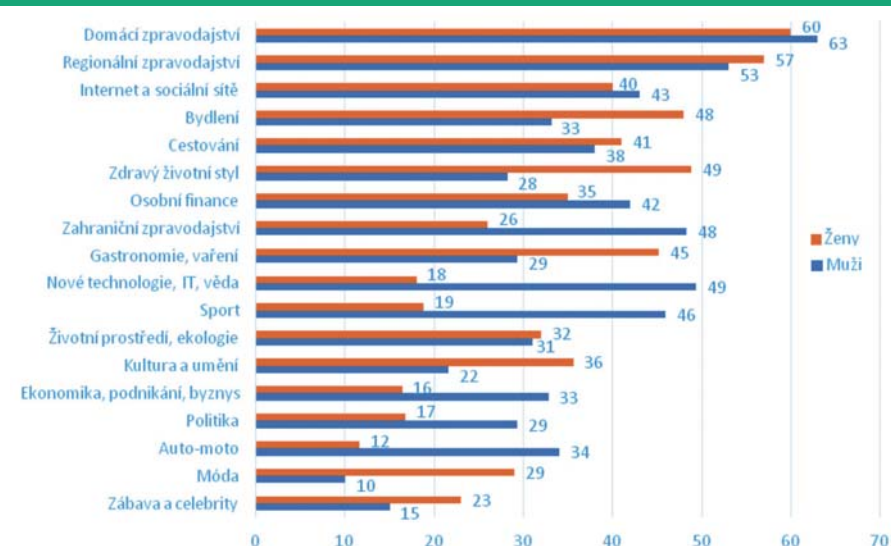
Jaká zpravodajská témata zajímají Čechy nejvíce? Výsledky průzkumu agentur AMI Communications a STEM/MARK vypovídají hodně o životním stylu jednotlivých generací. Nejstarší si vyhledávají informace především o bydlení, nejmladší překvapivě o financích. Všechny generace pak spojuje zájem o aktuální domácí dění. Pro celou společnost je také příznačná nízká záliba v politických tématech, která je procentuálně na obdobné úrovni jako zájem o dění ze světa českých celebrit.

Mladá generace (18–29 let) se kromě domácího zpravodajství (52 %) překvapivě zajímá nejvíce o praktická témata, jako jsou osobní finance (38 %). „Je velmi dobrá zpráva, že si mladí lidé uvědomují svou zodpovědnost za vlastní finanční situaci a snaží se získávat potřebné informace pro dobré rozhodování. To, že nejde jen o proklamace ve výzkumech, ale o skutečné chování, potvrzují i solidní výsledky v mezinárodním průzkumu finanční gramotnosti,“ komentoval výsledky průzkumu Milan Hejl, Managing Partner AMI Communications. Výsledky mezinárodního srovnání finanční gramotnosti PISA 2012 (Programme for International Student Assessment), které byly zveřejněny v loňském roce, dokládají, že čeští žáci se ve finanční gramotnosti dobře orientují. Patnáctiletí studenti z ČR skončili na šestém místě z osmnácti. Mladí Češi sice zaostali za vítěznými Číňany ze Šanghaje, předběhli však Spojené státy i všechny zúčastněné země západní Evropy kromě vlámské části Belgie. Mladí ale přirozeně nezapomínají ani na zábavu. Přitahuje je vše, co se týká internetu a sociálních sítí. Lákají je také témata jako cestování a gastronomie.

Zájem zpravidla na úrovni pikantérií

Lidé ve věku 30–44 let, stejně jako mladá generace, chtějí především vědět, co se aktuálně děje. Celostátní a regionální zpravodajství je rozhodně vede i v jejich případě (65 %). Co ale příliš nezajímá ani jednu z těchto skupin, je politika. Průzkum totiž ukázal, že domácí politická scéna zajímá obě tyto skupiny asi tolik, co novinky ze světa celebrit, a to velmi málo (politika – 21 %, celebrity – 19 %). Může to souviset s nízkou důvěryhodností reprezentantů státní správy. Ta jako zdroj informací ziskala v průzkumu vůbec nejhorší hodnocení. Státní správu považuje za nedůvěryhodnou 78 % všech dotázaných. Naopak lépe společ-

Jak moc se zajímáte o jednotlivá zpravodajská témata



Jaké formy prezentace informací vás v médiích zajímají



Pozn.: Graf znázorňuje odpovědi „velmi mě zajímá“ a „často mě zajímá“

zdroj: AMI Communications

nost vnímá nezávislé experty a analytiky nebo reprezentanty nevládních organizací. Populace 45–59 let nejvíce sleduje kromě zpravodajství (68 %) novinky o osobních financích (45 %) a bydlení (43 %). Starší populace je oproti té mladší také přístupnější k tématům ze světa známých osobností (18 %) a politické scény (31 %). Na 84 % z nich čerpá informace z televizního vysílání. Průzkum ukázal, že poslechovost rádií je u této skupiny stejná jako návštěvnost online zpravodajských portálů. Využívání internetového zpravodajství je zde navíc jen o 10 % nižší než u nejmladší generace.

Ženy versus muži

V průzkumu se potvrdily rozdílné zájmy mužů a žen. Opomineme zpravodajství, které se u obou skupin umístilo na prvním místě. Až 49 % žen se zajímá o informace o zdravém životním stylu. Vyhledávají také novinky z ob-

lasti gastronomie, bydlení, kultury a umění. Muže lákají především nové technologie (49 %) a sport (46 %). Rádi si přečtou také o novinkách v oblasti internetu, sociálních sítí a osobních financí.

Rychle, stručně a přehledně

Aktuální dění sledují dvě třetiny populace převážně na internetu a téměř čtvrtina v tisku. Stále častěji se zdrojem informací stávají také sociální sítě: „Více jak třetina z nás čerpá denně informace o aktuálním zpravodajství ze sociálních sítí, konkrétně z Facebooku, Twitteru a YouTube, jejichž potenciál stále stoupá,“ ozřejmil zjištění Milan Hejl. O tom, že lidem vyhovuje internetové prostředí, svědčí i způsob, jakým informace vstřebávají. Zhruba 40 % si stačí článek přečíst jen zběžně, aby měli všeobecný přehled. Lidé dávají přednost stručným a jasným textům doplněným o fotografie a videa.

(tz)

Umím se naladit na osobnost zákaznice



Eliška Tomková (vpravo) s elegantním týmem po schůzce plné dobrých nápadů

S Eliškou Tomkovou jsem se poznala na jedné z přehlídek projektu Grace'n'Glamour v Praze. Dvakrát do roka se pod tímto názvem prezentují návrhářky a návrháři, které mapují českou módní tvorbu. Plejáda umělců, designérů, výrobců v jednom a lidiček-zákazníků, příznivců, těch, kteří vyhledávají osobitost, dokonalost, šmrnc a nápad, se kontaktují, povídají si, doporučují, jedni prodávají, druzí kupují. Předvádějí se pláště, klobouky, šály, kostýmky, košile, šaty, prádlo, šperky, kabelky, pásky. Vyprávějí se k tomu příběhy tvůrců, k dispozici jsou informace, jak se lze stát jejich klienty a kde se s nimi může zákazník potkat. Patronem je od začátku herecká a moderátorská jednička, sympaták Jan Čenský, který dá každému sobotnímu odpolední ráz neopakovatelnosti, elegantního humoru a kousek svého srdce, jež se v módě docela slušně vyzná a prahne čas od času po inovaci šatníku. Grace'n'Glamour patří Jaroslavě Lokajové a Petře Kopuleté z agentury Petrarka, které jej rozvíjejí a obohacují dalšími nápady. Elišku Tomkovou, majitelku značky Elisha, bych ráda představila i vám:

Začínala jste z ničeho a neměla nač navazovat. Potřebovala jste tvůrčí svobodu, prostor. Co ještě?

Toužila jsem po seberealizaci, chtěla jsem něco dokázat. Tak jsem vždy byla sólista, pracuji sice v týmu, ale vždy sama za sebe. Takže být někde zaměstnaná, být v oboru, který mě baví, není nic pro mě. A navazovat jsem sice neměla na co, ale geny a talent jsem zdědila po mojí babičce, která byla dámská krejčovná. Sice mě neučila šít, na to byla příliš pohlacena svojí prací, ale atmosféra její dílny mě fascinovala od mala.

Dnes oblékáte hodně podnikatelek a manažerek, žen, kterým záleží na tom, jak vypadají, jak působí. Proč si vás oblíbila právě tato klientela?

Moje věci jsou jednoduché, elegantní a stylové. A umím se naladit na osobnost zákaznice, nikdy nejdu proti ní, vždy podporuji její styl. A myslím, že naše služby, kvalita a přístup ke klientkám je profesionální a na vysoké úrovni.

Tyto ženy nemají čas a chuť obíhat obchody, přemýšlet, co kde koupit, co se k čemu hodí, a jestli jim to vůbec sluší a sedí. Na mě se v tomto ohledu mohou spolehnout.

Jak se vám s ženami s názorem na život spolupracuje? Nechají si poradit?

Nechají a velmi rády. Nemusí rozhodovat, mohou si odpočinout, nechat se hýčkat a opečovávat. Ale není to o tom jen poradit, co jim sluší. Naslouchám jim, snažím se poznat, po čem jejich srdce, alespoň ta část, která se stará o módu, touží.

V hlavě už mám ale plán, a hlavně chuť a nadšení k tomu, abych v blízké době vybudovala na „dobré“ pražské adrese butik, showroom, galerii, prostě to, co nabídne krásné a příjemné zázemí mým zákaznicím.





Změnily některé způsob oblékání poté, co s vámi začaly komunikovat?

Spíš ho „dotáhly“ a staly se více odvážnějšími. Radují se z toho, jak jim to sluší a z komplimentů, které dostávají. Některé se jen musely najít ve svém věku nebo změněné postavě a naučit se s tím správně pracovat.

Osobitost klientek vás určitě inspiruje, v čem zejména?

V přístupu k životu. Jak se staví

k problémům, jak o sebe pečují, jak se chovají k lidem.

Co když je některá ze zákaznic natolik tvrdohlavá, že si svými nápady či zvyklostmi vyložené ubližuje? Podřídíte se jejímu přání, anebo se nakonec obě snažíte o kompromis?

Taková žena mě většinou nepotřebuje, vystačí si sama.

V čem se cítíte nejlépe třeba na odpolední slavnosti, na vernisáži, na obchodní schůzce?

V létě mám ráda šaty, v zimě volím raději kalhoty. Něco si oblíbím a pak to pořád tahám. Asi by to chtělo změnu, neznáte dobrou návrhářku? :-)

Navrhujete a šijete také pro firmy?

Ano, realizovali jsme několik zakázek pro firmy. Kvalitní a krásné oblečení pozvedne image každé společnosti.

Naslouchám jim, snažím se poznat, po čem jejich srdce, alespoň ta část, která se stará o módu, touží.

Působíte ve Velkých Pavlovicích a v Brně, kde máte své butiky, a dojíždíte do Prahy. Kde se s vámi můžeme potkat?

Ve Velkých Pavlovicích a v Brně to mají moje zákaznice jednoduší právě proto, že vědí, kde mne pravidelně najdou. S radostí můžu říct,

že i v Praze mám svoje stálé klientky, ale s místem je to zatím horší, vlastně jen improvizuji a využívám prostor, který mi poskytuje kamarádka ve svém salonu. V hlavě už mám ale plán, a hlavně chuť a nadšení k tomu, abych v blízké době vybudovala na „dobře“ pražské adrese butik, showroom, galerii, prostě to, co nabídne krásné a příjemné zážitky mým zákaznicím. Víím, že to nebude jednoduchá cesta, ale těším se, až na ni vstoupím.

Značka Elisha má svůj zvuk, prostě se jí daří. Jak byste charakterizovala základ svého podnikání? Co je na něm nejsložitější a těžko pochopitelné?

Základem je kvalitně odvedená práce a skutečně osobní přístup ke klientkám. Může to znít jako klišé, ale je to pravda. Navenek jde vidět jen ta slupka, pozlátka. Módní fotky, přehlídky, modelky... Realita je ale trochu víc při zemi. Spousta ruční práce při šití, zkoušení, páření. Ale stojí to za to, to je bez diskuze!

ptala se Eva Brixi
www.elisha-mode.cz

Tvář odborů je i žensky milá



Ing. Radka Sokolová

Z odborářů nemá vyzařovat jen síla, když kolektivně vyjednávají o lepších pracovních podmínkách nebo demonstrují v ulicích. Jejich druhá tvář může být vlídná, protože se obracejí k rodinám, dětem, bývalým zaměstnancům. A právě tu představuje Ing. Radka Sokolová, místopředsdkyně Českomoravské konfederace odborových svazů, s níž jsme se sešli nad šálkem čaje k příjemnému rozhovoru.

Ztělesňujete něžnou tvář odborové konfederace. Cítíte se dobře v převážně mužském prostředí?

Nejsem jediná žena mezi muži ve vedení, působí tu více žen. Především však nerozlišuji podle pohlaví, pro mě je rozhodující, mezi jakými lidmi se nacházím. Ve své pozici na ČMKOS se cítím velmi dobře, protože s kolegy se mi dobře spolupracuje. Rozhodně se tu neuplatňuje autoritářský princip, naopak oceňujeme mužský a ženský pohled na věc a schopnost si navzájem naslouchat.

Jak máte rozděleny kompetence?

Do jisté míry navazují naše kompetence na to, co jsme dělali v dřívějších dobách. Předseda ČMKOS Josef Středula politicky zastřešuje celou

konfederaci, místopředseda Vít Samek je právník a má na starosti zejména expertní a právní záležitosti. Já se zaměřuji na vnitřní chod konfederace, na komunikaci s kolegy a mám na starosti agendu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. A já jsem si sama zvolila, že chci pracovat na moderní image odborů, na tom, jak působíme nejen dovnitř odborů, ale i navenek.

Co předcházelo vaší práci v konfederaci?

Svou pracovní dráhu jsem začínala v Lázních Jáchymov. Vedla jsem recepci jednoho z lázeňských snatorií, ale pracovala jsem také v odborové organizaci na

podnikové úrovni. Vedle spolupráce na kolektivním vyjednávání jsem měla na starosti zábavu pro děti, jako maškarní, mikulášské a další akce. Po šestnácti letech jsem cítila, že už potřebuji nějakou změnu, nespolečně pracovalo se mi ani dobře s managementem a pociťovala jsem jakési vyhoření. V té době mě oslovil Odborový svaz zdravotnictví. Nabídku jsem v roce 2005 využila a nastoupila na OS zdravotnictví jako regionální pracovník. Později jsem zastávala funkci vedoucí organizačního oddělení. Když se přiblížil V. sjezd ČMKOS, místopředsdkyni svazu napadlo, že by bylo dobré někoho za svaz nominovat do vedení konfederace. Volba padla na mne, byla jsem zvolena a od dubna 2010 pracuji jako místopředsdkyně konfederace.

Rozhodnout se k přijetí nabídky působit v hlavním městě, daleko od Jáchymova, tehdy nebylo jednoduché, musela jsem brát ohled na rodinu. Ale sešly se příznivé okolnosti, řekla jsem si, že jdu do toho, a učinila jsem správně. Na Odborovém svazu zdravotnictví byl úžasný kolektiv a já se tam cítila spokojená. A udělat další krůček na konfederaci, to přišlo vlastně samo. Samozřejmě jsem nejprve přemýšlela, v jaké roli bych mohla naplnit úkoly ČMKOS. Vnímala jsem, že mám za sebou silnou podporu, a to bylo pro mé rozhodnutí kandidaturu přijmout to nejpodstatnější.

Rozhodně vám tedy nechyběla ani kuráž. Jak byste se charakterizovala?

Na to se nesnadno odpovídá. Když se mě zeptáte na druhého, ráda vám o jeho přednostech budu povídat, ale o sobě se hovoří obtížně. Rozhodně jsem člověk, který dělá práci s nasazením. Nejsem individualistou, mám ráda týmovou práci a odbory tento požadavek vrchovatě splňují. Mohu pracovat s lidmi, a to mě velmi uspokojuje. Možná jsem i trochu blázen, protože nad své povinnosti ještě vymýšlím a hledám další, nové postupy, aktivity, akce. Navalit na sebe další práci, to jsem celá já!

Předpokládám, že mezi vaše nadstandardní počiny patří i výtvarná soutěž ČMKOS...

Výtvarná soutěž byla neuvěřitelně překrásná práce, která nás zaměstnala na mnoho dní. Ale už jen ten vnitřní přínos stál za tu námahu. Ano, soutěž jsem vymyslela, připravila podmínky a ceny, ale postupně se do organizace zapojilo kolegů víc. Nápad přišel v době, kdy jsme připravovali propagační výjezdy do regionů. Jezdili jsme se stanem, v němž jsme měli právní poradnu a propagační materiály. Říkala jsem si fajn,

Víme, že veřejnosti stále chybí správné informace, spojují si nás s minulou dobou. Přišlo mi to smutné, proto hledám cesty, jak naši práci lépe prezentovat, jak lidi seznámit s tím, co odbory znamenají a co dělají.

ale chtělo by to ještě něčím oživit. Když se zastaví rodiče s dětmi, přemýšleli jsme, jak zaujmout i je. Pojďme tedy něco udělat i pro dětské návštěvníky. Bylo by dobré, kdybychom ve stanu měli výtvarný koutek, kde si budou malovat, kreslit... A když už budou kreslit, bylo by dobré je motivovat – chtělo by to soutěž. A když soutěž, chtělo by to téma. A téma by mělo souviset se světem práce (zvolili jsme nakonec témata dvě – Čím budu a Máma nebo táta v práci). A když už máme soutěž, tak mohou děti kreslit přece i doma. Tak se vlastně loňská velmi úspěšná výtvarná soutěž narodila.

Vzala jste si za cíl zlepšit propagaci a zviditelnění odborů. Myslíte si, že ČMKOS stejně jako firmy a výrobky potřebují dobrý marketing?

Tenhle úkol jsme si vzali za svůj spolu s předsedou. Víme, že veřejnosti stále chybí správné informace, spojují si nás s minulou dobou. Přišlo mi to smutné, proto hledám cesty, jak naši práci lépe prezentovat, jak lidi seznámit s tím, co odbory znamenají a co dělají. Jeden z počínů představuje výtvarná soutěž. Měla propagační efekt, i když nepatřil k primárním cílům. Spolu s kolegy jsme připravili výstavu fotografií s názvem I to jsou odbory. Aby si lidé uvědomili, že odboráři nejsou jen ti, co pořádají demonstrace a křičí v ulicích. Ukazujeme, že pořádají zájezdy a další akce pro děti, starají se o své bývalé zaměstnance, tedy o důchodce, společně vyrážejí na výlety, chodí za sportem. Je to nepřehledná paleta činností, které se v odborových organizacích dějí a mnoho lidí o nich neví nic. Ale rekreační a společenská role

doplňuje stěžejní úlohu odborů, tedy kolektivní vyjednávání na podnikové, národní i nadnárodní úrovni (kolegové jsou zapojeni v evropských podnikových radách), zapojení v národní tripartitě i tripartitách regionálních, záležitosti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Nehodláme se smířit s tím, že na pracovišti zemře každý rok víc než sto lidí, že mnoho zaměstnanců trpí nemocemi z povolání... Dbáme na prevenci, vykonáváme kontroly u zaměstnavatelů, abychom upozorňovali na možné příčiny úrazů. V minulosti jsme se setkávali s tím, že nás zaměstnavatelé nechťeli vpouštět na pracoviště, ale to se změnilo. Dnes si někteří zaměstnavatelé volají odborové kontrolory sami, aby zjistili, zda mají vše v pořádku. Naše činnost v této oblasti má preventivní charakter a nehrozí sankcí. Toto téma odborům bytostně patří. ČMKOS každoročně pořádá akci k Mezinárodnímu dni smutku (28. duben – kdy si připomínáme oběti pracovních úrazů a nemocí z povolání). V loňském roce jsme se rozhodli tuto akci více propagovat. Uspořádali jsme vedle semináře také tiskovou konferenci a akci jsme doplnili symbolickým vypuštěním 105 balónků za ty, kteří zemřeli při výkonu práce v roce 2014. To se setkalo s mimořádnou odezvou i v médiích. Veřejnost si mohla

uvědomit, že dodržování bezpečnosti práce nemá znamenat zbytečnou šikanu, ale že může zabránit vypuštění dalších balónků.

Život přináší věci smutné i veselejší. Co vás naplňuje energií?

Každému udělá radost, když se něco povede. Jsem přesvědčena, že radovat se máme i z drobných úspěchů.

Díky těm malým krůčkům můžeme dojít k velkým činům. Když se vrátím k výtvarné soutěži, mám z ní krásné pocity dodnes. Přestože jsme ji už dávno uzavřeli, vyhlásili vítěze, předali ceny, zůstává milion střípků vzpomínky, z nichž stále žijí. Vyjeli jsme do škol a osobně předávali ceny nejlepším, to byl nádherný zážitek. Byli jsme při tom, jak jsou děti na sebe pyšné, že něco dokázaly, ostatní ve třídě jim nadšeně zatleskali, učitelé vyjadřovali radost, že mají šikovné žáky.

Podáváte jasný důkaz, že odborová práce nemusí být šedá nuda...

Nepokládám naši práci za suchopárnou, naopak za velmi pestrou. Sama se ji snažím ještě obohatit, udělat zajímavější, přitažlivější. Uvnitř konfederace spolupracuji s odborovými svazy, s regionálními radami, se svými kolegy v Praze, regionech, ale i na evropské úrovni, takže to představuje pestrou paletu činností. Samozřejmě je s tím spojena mravenčí práce, například spousta právních předpisů, které připomínkujeme, obhajujeme...

Míváte předsevzetí do nového roku v práci i v soukromém životě?

Novoroční předsevzetí pro mě není, raději si dávám úkoly během celého roku. Konfederace vydala svou Vizi ČMKOS a přála bych si, aby se podařilo naplnit alespoň některé její cíle. Pokračujeme v kampani Konec levné práce, kterou jsme odstartovali loni v polovině září. Cítila bych vnitřní uspokojení, kdyby se neminula účinkem. Samozřejmě chci navázat na úspěšnou soutěž, ale udělat ji trochu jinak. Zaměříme se na žáky středních škol a požádáme je, aby vyrobili hračku. Mohli bychom tak společně udělat radost dětem v dětských domovech. Těším se, že vznikne mnoho krásných výrobků a potěšení pro i ty, kteří ze srdce něco svého rozdají.

hodně spokojenosti popřál Pavel Kačer ■■■



foto Pavel Kačer

Hodina s EY nabízí ženám zdarma odborníky k praktickým konzultacím při startu podnikání



Počet Češek, které vlastní firmu, za poslední roky prudce roste. Téměř polovina (43 %) všech zakladatelů nových firem v posledních šesti letech jsou ženy. Od roku 2013 do roku 2014 na tuzemském trhu přibýlo až 19 000 nových podnikatelek.

Na začátku je často zajímavý nápad, ale chybí zkušenosti, které jsou pro podnikání potřeba. A právě praktické zkušenosti, rady a odbornou pomoc mohou začínající podnikatelky získat díky novému projektu poradenské společnosti EY – Hodina s EY. Projekt odstartoval v listopadu. Zájemkyně se do něj mohou hlásit prostřednictvím webové stránky HodinasEY.cz. „Trendu zvyšování počtu podnikatelek v České republice velmi fandíme. Jsem přesvědčena, že ženy svým přístupem kultivují a obohacují podnikatelské prostředí a dokáží často velmi dobře skloubit pracovní a rodinný život. Budeme jim dávat praktické rady, které denně využijí ve svém businessu. Dává nám to mnohem větší smysl než hodiny motivačních programů. S projektem Hodina s EY navíc nava-

zujeme na naši celosvětovou aktivitu na podporu žen v businessu Women. Fast Forward,“ uvedla Magdalena Souček, vedoucí partnerka EY v České republice a v části regionu střední a jihovýchodní Evropy.

Projekt Hodina s EY chce dlouhodobě pomáhat kultivovat české podnikatelské prostředí prostřednictvím podpory vybraných komunit. Na svém začátku se zaměří na ženy a jejich rozjezd podnikání. Počet žen, které si zařizují živnostenský list, rekordně roste. Od roku 2012 přibýlo více než 30 000 podnikatelek. Ve světě obchodních společností se za posledních deset let zvýšil počet společností vlastněných pouze ženami o pět procentních bodů, nicméně je to stále pouze 14 % firem. My chceme růst tohoto čísla podpořit a dodat odvahu těm, které se rozmyšlejí. Aktuální průzkumy navíc ukazují, že ženy ve vedení dokonce zvyšují obchodní hodnotu společnosti.

Společnost EY se dlouhodobě pohybuje v českém podnikatelském prostředí a radí nejen zavedeným firmám a velkým korporacím ve všech oblastech jejich podnikání. Toto široké know-how a pochopení fungování specifického českého prostředí teď mohou využít i začínající podnikatelky. V rámci projektu Hodina

Nastartujte svůj business praktickými radami ze všech oblastí podnikání

✓ **Business plán a hodnocení rizik.** Chcete si ověřit, jestli je váš podnikatelský záměr reálný a životaschopný? Hledáte investory nebo společníky? Potřebujete informovat své obchodní partnery nebo banky? Ověřte si svůj záměr při sestavení podnikatelského plánu. Pomůžeme vám ujasnit si kroky, které máte učinit v jednotlivých oblastech. Probereme s vámi základní finanční ukazatele. Prověříme, jak máte ošetřena základní rizika.

✓ **Koučink a mentoring.** Potřebujete si utřídit své záměry a myšlenky? Najít v sobě odpovědi na otázky typu Proč...? Nebo jen probrat své postupy se zkušenými manažery? Využijte hodiny s našimi odborníky na přemýšlení nad libovolným business tématem.

✓ **Marketing a obchod.** Víte, kdo jsou vaši zákazníci? Odhadli jste, co chtějí? Jak s nimi budete komunikovat? Jaké kanály využijete? Znáte základní pravidla online marketingu? Využíváte sociální sítě? Potřebujete vytvořit web? Máte jasno v tom, jak budete se zákazníky pracovat? Jaký je váš styl obchodování? Jak řídíte příležitosti a cash-flow? Vytěžujete dostatečně vaše obchodní příležitosti? Jaké nástroje k řízení využíváte? Jak se orientujete ve světě IT nástrojů? V rámci hodiny s námi vás nasměrujeme tím správným směrem.

✓ **HR procesy.** Máte efektivně nastavené základní HR admin funkce? Nefunguje vám komunikace v týmu? Máte správně nastavený systém odměňování? Jak motivujete svoje zaměstnance? Nevíte si rady s nábořem? Poradte se s našimi odborníky na práci s lidmi.

s EY se jim budou odborníci EY zdarma věnovat prostřednictvím odborné praktické konzultace na zvolené téma.

„V EY již více než patnáct let podporujeme podnikatele a ukazujeme jejich vzory v rámci soutěže EY Podnikatel roku. Nyní jsme se rozhodli jít dál a zapojit se osobně. Každý z našeho týmu tak může aktivně podpořit podnikatelské prostředí a pomoci podnikatelkám v začátcích. Tím, co nejlépe umíme – poradenstvím. Dáváme proto zdarma k dispozici náš čas a znalosti, které mohou začínající podnikatelky využít ke konzultaci. Zaměřujeme se nejen na koučink, ale naprosto praktické rady jak na podnikatelský plán, jak pracovat s týmem, řídit obchod či finance,“ vysvětlil Josef Severa, partner oddělení podnikového poradenství, EY.

„Ženy podnikatelky tak mohou získat potřebné informace a rady, jak vytvořit kvalitní podnikatelský plán a získat investory nebo jak řídit obchod, porozumět zákazníkům a nastolit správnou marketingovou a prodejní strategii.

Dalšími oblastmi poradenství je nastavení a spuštění vlastního webu či vytvoření systému hodnocení zaměstnanců. Stačí, když si zájemkyně na webu www.hodinasey.cz vybere konkrétního odborníka na danou oblast a domluví si s ním termín schůzky. V případě, že nenajdou odborníka na oblast, kterou potřebují, lze napsat email s požadavkem a my jim vyjdeme vstříc, pokud to bude v našich silách. (tz)



2x foto Shutterstock

Pět cest, jak uspět

(převzato z EY Entrepreneurial Winning Women www.ey.com/US/en/Services/Strategic-Growth-Markets/Entrepreneurial-Winning-Women)

1. Mířte vysoko a buďte vidět
2. Vytvořte si veřejný profil
3. Pracujte na businessu spíše než v něm
4. Vytvořte si svou síť
5. Připravte se na financování expanze

Známe lepší způsob, jak **PODPOŘIT** IMUNITU

Hlíva z českých pěstíren



- ✓ využití všech aktivních látek celé hlívy ústříčné
- ✓ hlíva s deklarovaným obsahem betaglukanů a vlákniny
- ✓ kombinace prebiotik (hlíva) a probiotik (lactobacily)
- ✓ bez příměsí a konzervačních látek
- ✓ obsahuje vitamin C na podporu imunity



Business mezi obrázky



Milana Bialková

Kdysi jsem hledala někoho, kdo by mi zarámoval pár dětských kreseb. Trvalo to dlouho, takových firem před patnácti dvaceti lety nebylo mnoho. Až vlastně zcela náhodou jsem našla na celý život tu pravou – tehdy ještě sídlila v pasáži naproti Masarykově nádraží v Praze. Nyní byste tutéž společnost a její provozovnu našli v Sokolovské ulici 106/42, kousek od Florence směrem do Karlína. Jmenuje se jasně a srozumitelně: Rámování obrazů Jiří Bialek. Spolumajitelkou je jeho paní Milana Bialková. A ta vás také přijme, pokud přinesete s sebou cokoli, co si říká o to, aby vám bylo posléze stále na očích. Obrázky na stěnách k našemu životu patří, přinášejí nám pohodu, vypovídají o našem vkusu, prestiži, nápadech, úctě k tradici, předkům, odvaze, výstřednostech, snaze zaujmout. Těch charakteristik by bylo nekonečně.

Stala jsem se věrnou klientkou. A zručnost, vkus a dobré rady Milany Bialkové mne provázejí nejen doma, ale i v naší redakci. Mám zarámované stránky z vlastního diáře, plakát operního pěvce z nejznámější světové scény, sušenou trávu australského lékaře, který se po své sedmdesátce přestěhoval do Čech, stejně tak jako kreslené vtipy Miloše Krmáčka nebo plechovou cedulku s jasným nápisem POMALU. Obklopuji se tím, co ke mně patří, a je mi jedno, zda to má vysokou uměleckou hodnotu jako třeba kresby akademické malířky Věry Krumphanzlové, které miluji nad jiné, nebo fotka západu slunce pořízená z jednoho kostela na Nymbursku. Obrázky tvoří můj svět radostí, potřebuji je, provázejí mé kroky v prostorách, které s nimi s chutí sdílím.

Jak jste ale přišla k tomuto řemeslu? Byl to záměr, dědictví generací?

Nebylo to nic jiného než náhoda. Úplná náhoda. Manžel pracoval pro svého jednoho záka-

zníka, který byl již v tomto oboru zaveden. Po nějaké době jsme se sami rozhodli zkusit podnikat ve stejné branži, neboť moc specialistů tohoto zaměření neexistovalo. Sehnat někoho, kdo by vám zarámoval obraz, to byl kumšt. Po ukončení mé mateřské v roce 1994 jsme proto otevřeli naše vlastní rámařství, a to naproti pražské Masaryčce. Tam jsme působili poměrně dlouho, pak jsme se dvakrát přestěhovali a naši poslední adresou je nyní Sokolovská. Domnívám se, že jsme rámařství otevřeli na vhodném místě, které je blízko křižovatky dvou linek metra, a navíc v Karlíně, který se neustále mění, modernizuje a ve kterém přibývá spousta nových firem.

Takže vlastně z ničeho, na zelené louce, byl to pokus a jasný cíl dohromady?

Dalo by se to tak říct. Já tehdy ani nevěděla, co je to pasparta a čas mne naučil řemeslu. Stále platí snaha dělat práci kvalitně, nebát se výzev,

experimentovat a hledat nová řešení. To byl a je můj denní adrenalin. Bavilo nás to vlastně oba i přes komplikované začátky... Nebyly rámy, chyběly pasparty, jinými slovy začínali jsme takřka z ničeho. Postupně jsme si však našli spolehlivé dodavatele a dnes zarámujeme téměř vše, co si zákazník přeje. Nejsme proti ztřeštěným přáním, přemýšlíme, jak je uchopit. Nakonec zarámovat se dá třeba i fotbalový míč.

Tedy nevybíráte si, neodmítáte, jdete do osobitých řešení?

Snažíme se zákazníkům poradit a předložit takový návrh, které je ve výsledku uspokojí. Samozřejmě živého lva do rámečku nedáme, ale tenisovou raketu ano. Dnes už máme opravdu široký záběr. Rámujeme originály mistrů, ať jsou to malby, či drobná grafika, reprodukce, diplomy, fotografie, plakáty, odznaky, medaile, či sportovní dresy, ale třeba také paličkovanou krajku. Stejně tak i klientela se rozrostla a skládá se z běžných zákazníků i těch firemních, třeba hotelů, až po samotné malíře či fotografy. S úctou vzpomínám například na rámování dvou maňášků pana Jiřího Trnky, kdy jsme zvolili speciální hlubokou kazetu. Jeho pohádkový svět je unikátní a smět se ho dočkat bylo pro mne čest.

Spolupracujete i s výtvarníky, umělci, malíři, galeristy...

To ano! Rámujeme třeba autorská díla na výstavy, zakázky pro galerie, komunikujeme s těmi, kdo vnímá rám obrazu jako přidanou hodnotu, která samotné dílo umocní, prodá a zušlechť.

Nabízí se otázka, proč přímo ve vašem sídle nepořádáte komorní výstavy...

Mnohokrát jsem o tom přemýšlela, nabízky dostávám, ráda bych. Ale zatím na to nebylo



moc času a je to také otázka uspořádání prostoru. Navíc vlastní práce je přeci jen přednější. Zůstala jsem zatím u toho, že některým zájemcům jejich obrázky prodávám. Ale výhledově – určitě bych tu setkávání lidí, vernisáže, výstavy ráda pořádala. Jen musí přijít ten správný okamžik, abych řekla, ano, jdu do toho.

Přicházejí zájemci před svátkem Valentýna? Dávají si zamilovaní jako dárečky právě obrázky?

Není to tak časté, ale najdou se vynalézaví, které to napadne. Určitě je to příležitost věnovat pěknou a nápaditou pozornost. Překvapit tím, že na druhého opravdu myslím – zarámovat společnou momentku z dovolené, lístek z kina, kde se dva seznámili, pohlednici z výletu, kde se potkaly jejich kroky, účtenku z kavárny, svatební oznámení nad manželskou postel...

Emoce hrají v touze klientů patrně podstatnou roli. Vzpomínky, snaha předat něco po předcích, mít odkaz pro budoucí generace nebo se den co den dívat na něco, co člověka naplňuje...

Radost a chuť něco uchovat, to jsou silné emoce. Mojí úlohou je vyjít vstříc, pochopit, oč klientovi jde a pomoci najít mu prostřednictvím formy ty emoce, správně je pak uchopit a pracovat s nimi. Jinými slovy – najít jim prostor v té podobě, aby působily, jak mají. Věřím, že se mi to daří, protože se klienti vrací. Proč? Protože jsou spokojeni. Je to vlastně velmi jednoduché. To je pro nás silná motivace i základ velké podnikatelské jistoty. Hodně lidí přichází na osobní doporučení těch, kteří jsou nadšeni. Řada zájemců pak zavítá jen proto, že nás dobře najde, že máme zkrátka již zmíněnou dobrou adresu. To u služeb dělá hodně.

Významnou klientelou jsou i firmy a organizace, jak jste potvrdila. Co požadují především?

Hodně zakázek přináší koncem roku, rámuje různé ocenění, poděkování, diplomy. Pracujeme i pro některá ministerstva, pro organizátory soutěží. Rámuje obrázky pro hotely, penziony...

Kolik procent klientů tvoří ženy a kolik mužů?

Řekla bych, že je to tak půl na půl.

A věkové hranice? Přicházejí k vám starší lidé, nebo ti mladší?

Donedávna to byly hlavně ti starší, kteří měli jistý životní názor, styl, vztah k určitým hodnotám, zájem o výtvarné umění, jež životem provázela díla mistrů, která se doma dědila jako rodinný poklad. V poslední době se to však mění



– cestu si k nám nacházejí mladší ročníky. Je opět patrný zájem sbírat grafiku a obrázky, které se tak stávají významným zdobným prvkem interiéru. Tak tomu na přelomu století a tisíciletí nebylo a částečně také asi díky útlumu v důsledku poslední ekonomické krize. Toto je však minulost, lidé dnes začali opět utrácet právě za tyto nezbytnosti, které do našeho života nesporně patří. Vypovídá to rovněž o české rodině jako takové – tam, kde jsou děti od malička vedeny k vnímání určitých věcí, je vztah k obrázkům patrný. Řekla bych, že nejvýraznější příliv zákazníků je od loňského roku. Jako by se lidé probudili a řekli si: stojí za to dělat si radosti.

Takže nestíháte?

Tak bych to netvrdila. Stihnout musíme a chceme. Ale práce máme nyní daleko více

než v letech 2010–2014. Tradičně nejvíce objednávek přijímáme před Vánoci. Ale musím říci, že trend nárůstu zakázek trvá i počátkem letošního roku.

Restaurujete také?

Tam, kde je to nezbytně nutné, spojíme se s restaurátorem a hledáme vhodný postup. Spíše obrazy čistíme, přerábujeme, dáme, jak se říká, do pucu. Když se s klientem domluvíme, necháme vyrobit exkluzivní rám, aby odpovídal charakteru obrazu, ale jen výjimečně restaurujeme i rámy. Jednak je to pro klienta značně finančně náročné a pro nás i nesmírně pracné. Je pak třeba zvážit, kdy se takový zásah vyplatí.

Rámovali jste někdy obrazy pro nějaký zámeček?

To, myslím, zatím ne, ale jsme samozřejmě schopni i toto zajistit.

A obrázky pro celý interiér rodinného domu jste připravovali?

To samozřejmě. Poskytujeme i poradenství. Zájemcům půjčujeme vzorky rámu domů, aby si vyzkoušeli, lépe odhadli, co bude nejvhodnější, rozmysleli se. Záleží na tom, kde a jaký obraz bude viset, na toku světla, na prostornosti interiéru, co se jimi má sdělit, co doladit, ozvláštnit, jakou úlohu obrázků má mít. Je to souhrn ukazatelů a je potřeba pečlivě zvážit, jaké řešení bude to pravé. Je-li to nezbytné, ráda zajedu i na místo.

Kdysi jste mi do rámu jedné reprodukce, kterou jsem bytostně nenáviděla a posléze s chutí zničila, vsadila zrcadlo. Rám byl totiž na rozdíl od té reprodukce nádherný a přesně se hodil do jednoho z mých pokojů...

Vzpomínám si na to. Radím – když nevíte, co s nadbytečným rámem, dejte si do něj zrcadlo. Mnoho klientů to ocenilo. Zrcadlo totiž může v bytě udělat velká kouzla. Nakonec je to náš další produkt, který nabízíme, a v současné době často rámuje právě zrcadla. Hrajeme si s tím. Zkoušíme a baví nás, když je klient nakloněn experimentu. Celé to začalo tím, že mi jednou kamarádka přinesla jedno zbytečné zrcadlo. Nevěděla, co s ním a tak jsem navrhla, že zarámovat... a pak přinesla další a další.

To je skoro nekonečno...

Ale jak příjemné! Zkoušet udělat to, co je pěkné, to je ten pravý smysl naší práce! Rám obrazu či zrcadla, to je nespočet možností, jimiž můžete povýšit svůj vztah, názor, pocit. Obrázkem na správném místě ve vhodném rámu můžete interiér udělat atraktivním a dobře upozornit ať na dílo, nebo na svoji osobnost, image, vkus, smysl pro humor... Rámuje milostné dopisy stejně jako díla současných malířů. Radost má mít své místo.

ptala se Eva Brix



Opilost na večírku může skončit ztrátou respektu v očích podřízených

Prosinec v profesním životě znamená zvýšenou zátěž před uzávěrkou roku a zároveň příjemné období firemních večírků a neformálních setkání. U skleničky alkoholu se z kolegů stávají kamarádi – do chvíle, než se to s alkoholem přežene.

Vánoční večírky plní diáře už od konce listopadu, a někde se dokonce přesouvají na leden. V některých firmách mají podobu komorního setkání s cukrovím, jinde se pro zaměstnance připravují bombastické show. Co však mají všechny firemní vánoční večírky společné, je konzumace alkoholu, zpravidla na náklady zaměstnavatele. Není se tak co divit, že se 43 % zaměstnanců v ČR již někdy na vánočním večírku opilo, 9 % si na to dokonce ani nepamatuje; vyplývá to z listopadového průzkumu Fóra Pij s rozumem. Historky z vánočního večírku pak ještě několik dní jítří korporátní atmosféru. Většinou se však přihodí spíše trapasy. Pod vlivem neodpovědné konzumace alkoholu se před kolegy ztrapnila až pětina zaměstnanců. Zapomenout na některé trapasy kolikrát nepomohou ani dny pracovního klidu během svátků, typické je to zejména v případech, kdy v hledáčku posměchu stojí nadřízený. To, že tzv. přebíral, může snížit jeho

autoritu až u 43 % zaměstnanců. K tomu, aby pití alkoholických nápojů opravdu přinášelo dobrou náladu a prolamovalo ledy mezi lidmi, kteří by se jinak do řeči nedali, je dobré držet se několika základních pravidel. Vždy je dobré se před konzumací alkoholu dostatečně najíst a drinky prokládat vodou či jinými nealkoholickými nápoji. K zachování bystrého ducha pomůže i pohyb, například tanec. Každý by měl znát svou míru. Tu vyzoruje až praxí, nicméně dobrým orientačním vodítkem může být limit čtyři drinky u muže a tři drinky u ženy.

Další závěry z průzkumu I v zimě Pij s rozumem

Vánoce:

- V 60 % českých domácností patří ke Štědrému dni alkohol.
- Více než třetina Čechů vypije na Štědrý den jednu skleničku alkoholu, další třetina vypije dvě až tři skleničky, téměř pětina lidí na Štědrý den abstinuje.

- Téměř pětina rodičů nechává děti připít si na Vánoce alkoholem (9 % jen symbolicky, 9 % v závislosti na věku dítěte, 1 % to vnímá jako výjimečnou událost).

Silvestr:

- 35 % rodičů věří, že se jejich děti budou na Silvestra chovat rozumně, pětina rodičů mívá své děti „pod kontrolou“, 17 % rodičů má obavy, aby se jejich dítě na Silvestra neopilo.



- Třetina dětí a mladistvých předpokládá, že bude o Silvestru pít alkohol, další třetina je nerozhodná. Pokud pijí, pak je to téměř v polovině případů šampaňské (49 %) nebo pivo (24 %) či lihoviny (21 %).
- Necelá třetina mladých ve věku 15 až 17 let tráví Silvestra na chatě, další třetina doma s rodiči (31 %). Více než polovina mladých (54 %) se rozhodne pít poslední den v roce alkohol, dalších 38 % to zvažuje. Jen 7 % mladých předpokládá, že ani na Silvestra alkohol pít nebude. Více než třetina mladých (37 %) koupí alkohol v obchodě, nejvíce mladých (41 %) se spoléhá na zásoby alkoholu svých rodičů či rodičů svých kamarádů. (tz)



Koho a co mám ráda

Rakytník a hlíva chřipku odsunou na vedlejší kolej

Nejkritičtější zimní měsíce. Z jakého hlediska? Imunita dostává zabrat. Ne zrovna málo: dny se zkracují, sluníčka je méně, poryvy větru se s námi nemazlí, práce a zátěž se závěrem roku a začátkem nového kupí. A my bychom se tím nejraději prokoukali s elegancí baletky, nebo alespoň ladné orientální tanečnice, které jako by se to, co se děje v okolí, ani nedotýkalo. Při nasazení, které by nám mohlo leckdo závidět, se tajně modlíme, abychom byli zdraví, hlavně ne nemocní, a když už, aby to byla nějaká nepatrná rýmička. Už roky ale existuje potravinový doplněk s hlívou ústřičnou a rakytníkovým olejem. Tato kombinace zažila velký boom a někdo se do výroby pustil. Ale skutečně věrná jsem poctivému českému výrobci TEREZIA COMPANY. Jako první objevila tato firma na našem území sílu hub a rakytníku, surovin, jimž se v našich podmínkách daří. Na začátku podzimu zavítám do lékárny nebo objednáám přes internet větší balení. Už jsem si to vyzkoušela – tři měsíce jsou pro mě naprosto optimální, aby se tělo zocelilo, kypělo vitalitou, jen se na něj podívám. Prostě se cítím skvěle a stavy, jako je podzimní únava nebo tradiční sychravý splín, se mi vyhýbají. Stejně jako rýma. Ano, jednou či dvakrát se do mě pustí něco horšího, ale díky Hlívě ústřičné s rakytníkovým olejem od TEREZIA COMPANY jsem fit za dvě třetiny standardního času. Navíc prožívání nepříjemnosti vyvolané bacily je o dost snazší.

Kateřina Šímková



Rival
de Loop

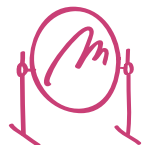


Privátní značky
ROSSMANN

RIVAL DE LOOP

pleťový krém,
denní, noční, 50 ml,
nebo oční, 15 ml,
různé druhy





Tip pro vaše svěží já

I v lednu potřebujeme zářit a být v pohodě

Znáte SYMBIOSE – výživný denní a noční krém pro suchou pleť?



Jde o přípravek polomastné konzistence s regeneračním a ochranným účinkem. Spojuje ochranu pleti

a vyváženou výživu. Má vysoce komfortní složení obohacené o důležité vitaminy, aminokyseliny a stopové prvky, obnovuje kolagenová a elastinová vlákna, která zajišťují pevnost a pružnost pleti. Extrakty z Měsíčku lékařského a řasy Chlorella pleť zvláční, zjemní a podpoří její zdravý a přirozený půvab. Doporučujeme především jako denní krém v chladnějších ročních obdobích.

U zralé pleti (35+) volíme SYMBIOSE pouze jako denní krém. Při večerní péči využijte krém Synchro s intenzivnějším regeneračním účinkem. **Použití:** po aplikaci všech specifických přípravků naneste malé množství krému na pokožku dekoltu, krku a obličeje, včetně očního okolí a nechte dobře vstřebat. Pak aplikujte líčidla. **K zakoupení v salonech GERnétic. Seznam na www.gernetic.cz.**

Ostatné – jak vlastně pečovat o pleť v zimě, nač dbát nejvíce?

Má to své zvláštnosti. Zhoršené klimatické vlivy vyžadují speciální ochranu. Její míra je závislá na aktuálních klimatických podmínkách, ve kterých se pohybujeme. Při pobytu na horách je pleť namáhána dlouhodobějším pobytem venku, kde na ni působí mráz, vítr a intenzivní sluneční záření. Vyžaduje jinou formu ochrany než běžný život ve městě, kde je pleť namáhána spíš smogem, vzduchem ve vytopených místnostech, čas-

tým přechodem ze zimy do tepla a naopak. V zimním období se na pleti odráží i přemíra těžkého jídla.

Pobyt v přetopených místnostech, klimatizace

Vlhkost vzduchu ve vytopených místnostech je minimální a způsobuje rychlejší odpařování vody z pokožky.

Doporučujeme: jedenkrát, nebo podle potřeby vícekrát, týdenní aplikaci hydratační masky (např. maska Hydra Ger od kosmetiky GERnétic), aby nedošlo k přesušení pokožky a k jejímu podráždění. Aktivní látky v přípravcích, které jsou určeny na hydrataci, mají hydrofilní charakter. Přitahují vodu ze škáry k povrchu pokožky. Tím zabezpečí dobrou hydrataci.



Prudké přechody z tepla do zimy

Vítr, nízká vlhkost vzduchu, prudké přechody ze zimy do tepla a naopak pleť vysušují, ta ztrácí vlhkost a ubývají z ní minerály. Pleť působí unaveně a povadle.

Doporučujeme: při pobytu venku používat krémy mastnějšího charakteru (Symbiose od kosmetiky GERnétic), které zabezpečí ochranný film, zamezí odpařování vody z pokožky a dodají pleti potřebné látky. V případě slunečního dne je dobré aplikovat ještě krém s UV filtrem, který zamezí vzniku pigmentových skvrn (řada Melano od kosmetiky GERnétic).

Pozor na rty

Rty se vysušují ještě rychleji než ostatní části obličeje. Jsou citlivé, pálí, olupují se, tvoří se na nich bolestivé trhlinky. UV záření spolu se stresem faktorem přispívají k výskytu oparů.

Doporučujeme: Rty je třeba ošetřit přípravkem s UV faktorem a jeho aplikaci obnovovat častěji než na ostatních částech obličeje. Po příchodu domů úlevu přinese silnější vrstva mastnějšího regeneračního krému (Synchro od kosmetiky GERnétic nebo Cytobi od kosmetiky GERnétic), který necháme působit alespoň deset minut.

Ruce v zimě

Jen málokdo nemá v zimě problém s pokožkou na rukou. Pokožka se rychle vysušuje, pálí, svědí, je podrážděná, červená – proto je péče o ni naprosto nezbytná.

Doporučujeme: pravidelné promašťování a ošetření specifickým krémem na ruce (např. Manno od GERnétic). Nezapomínejte na rukavice! V případě, že navštěvujete kosmetický salon, požádejte kosmetičku o ošetření rukou.

Zvýšená hygiena nohou

Jakmile obouváme vysoké uzavřené boty, hrozí nebezpečí vzniku plísňových chorob.

Doporučujeme: preventivně denně aplikovat specifické krémy na nohy, které mají antibakteriální účinky (např. Crème Soin Des Pieds od kosmetiky GERnétic). (red)



Fejeton

Jídlo, to je výzva!

Do nového roku se má vykročit s novým předsevzetím. Pít jsem už přestal dávno, poslední cigarety jsem si zapálil, ani nevím kdy, nadávám mě netrápí, takže musím hledat úkol, který by mi byl hoden. Víím, že to nebude snadné. Začal jsem důkladně bilancovat svůj život. Dokonalý nejsem. Například sním, co mě napadne, a to jistě nebude správné. Jsem sice zdravý, ale nikde není psáno, že nemohu být ještě zdravější. A protože k životu přistupuji zodpovědně, na výši nejmodernějších vědeckých poznatků a zdravotních doporučení, vrhl jsem se na ně a ponořil do studijních materiálů. Nemusel jsem dlouho hledat svou chybu. Míchám na talíři věci, které se v žaludku neslučují. Guláš s knedlíkem, řízek s bramborem, nedejbože hamburger s hranolkou a majonézou! Tohle nejsou podle zásad dělené výživy gurmánské pochoutky, ale naprostá sebevražda. „Vyvarovat se těchto nectností přece nebude tak těžké. Maso

si dám k obědu, přílohu k večeři, po ránu rohlík s máslem. A tělo mi poděkuje,“ řekl jsem si, uklidnil svědomí a otevřel další knihu.

Autor, úspěšný léčitel, tam varoval před nepřáteli našeho jídelníčku, kterým se musíme obkloukem vyhnout. Mléko a dlouhá řada mléčných výrobků, postrašil. Už se jich ani nedotkněte, nabádal. „Aspoň už vím, proč mám zahleněný organizmus, někdy odkašlávám a v zimě dostanu rýmu – z jogurtů, tvarohu a ementálu! Pryč s nimi,“ rozhodl jsem. „Proč bych si nemohl pochutnat na dobrém chlebu z kvásku, celozrnných housťkách a bagetách z kamenné pece? Jíš je rok dva a stejně se nepřejí,“ usoudil jsem a zaradoval, že na mě si nikdo nepříjde.

Pokračoval jsem v čtení, ale v další kapitole narazil na novou překážku. Všechny škroby jsou zakázány. Zahnívají ve střevech, nadýmají, otravují organizmus, musíme je z jídelníčku jednou provždy vymést.

„Tak to už mi k nasycení toho moc nezbyvá. Na maso, mléko, pečivo nesmím ani pomyslet. Ještěže nikdo nezakazuje ovoce a zeleninu,“ pomyslel jsem si. Ale za dveřmi už čeká další komplikace. Mám přijímat jen čerstvou potravu, radí léčitel. Mějme na paměti, že vařením, pečením,

smažením se zabíjí život. Člověk má přijímat jen živou stravu.

Nevím, jak přežiji o jablkách, citrusech, ředkvičce, celeru a zeli. Naštěstí nám příroda poskytla bohatou nabídku ořechů. Budu chroupat oříšky a zdravý budu jako buk. Otočil jsem další stránku. Napsali tu, že vlašské ořechy oxyseľují a musí se s nimi nakládat jako se šafránem.

Aby to nebylo tak jednoduché, sníst se má lehce. Dopoledne přežijeme na ovoci a ovocných šťávách, nacpat se máme večer, po práci, jak to dělali moudří Babylóňané a Řekové.

Pochopitelně je třeba dbát na pitný režim. Voda z kohoutku ale může uškodit, někdo doporučuje destilovanou vodu, abychom klouby zbavili usazenin. Jiní vsadili na suchou dietu bez jídla a pití, a to čím déle tím lépe. A víím vůbec, že před jídlem, během něho a po něm nepatří do úst nápoj, aby se nerozředily trávicí šťávy?

Abych se přiznal, nevím. Víím jen to, že stát se abstinentem a nekuřákem byla hračka, teď mě čeká skutečná výzva. Zajdu proto nejdřív do KFC, dám si na talíř pořádná kuřecí křídla se smaženými brambůrkami, velký pohár perlivé coly, nanukový dort a popřemýšlím, co dál.

Pavel Kačer

Nakupování v nejvyšším komfortu – to bude rozšířené Centrum Chodov v Praze

Milujete nakupování? Je ve vás zakořeněna touha relaxovat tak trochu marnivostí a čas od času si přejete pořídit i to, co je krásné, možná nadbytečné, co výsostně nepotřebujete? Anebo rádi spojujete utrácení se zážitkem? Není to od věci. K takovým okamžikům patří komfort a novinky. Obé bude již brzy splňovat Centrum Chodov v našem hlavním městě.

Unibail-Rodamco, přední evropský investor na poli komerčních nemovitostí, realizuje v Praze jeden ze svých v současnosti nejvýznamnějších projektů, rozšíření Centra Chodov. Jeho plocha se rozroste o více než třetinu na výsledných 100 286 m². Centrum se díky tomu stane jedním z největších v České republice a přinese řadu unikátů, které povýší nákupy jeho zákazníků na více než příjemné chvíle. Návštěvníci nového Centra Chodov se během podzimu roku 2017 mohou těšit na 300 prodejen, vůbec nejvyšší počet mezi nákupními centry u nás, či zázemí parkingu pro více než 3400 vozidel. Unibail-Rodamco zde zároveň exkluzivně uvede do provozu největší a nejmodernější tuzemský promítací multiplex s 18 kinosály, včetně VIP a 4DX sálů, či rozšířenou zónu s 43 restauracemi a kavárnami. Jedinečný koncept „designérské galerie“ Centra Chodov pak milovníkům módy nabídne prémiové značky a VIP služby. Projekt dostavby pražského nákupního centra je společným dílem uznávaných architektonických studií Benoy a Saguez & Partners. Citlivě propojuje designové a funkční prvky s myšlenkami ekologicky zodpovědného udržitelného rozvoje.

Jedinečná přestavba

Společnost Unibail-Rodamco zahájila nejvýznamnější proměnu v historii pražského Centra Chodov od jeho otevření v roce 2005, jež přinese více než třetinové rozšíření dnešní plochy. Ta do podzimu 2017 z aktuálních 61 000 m² vzroste na 100 286 m². Zákazníci budou moci nově vybírat ze sortimentu bezkonkurenčního počtu 300 prodejních jednotek, z nichž se 23 představí v exkluzivním konceptu s fasádou o výšce překonávající šest metrů. Vedle přístavby zcela nových částí se modernizace postupně dočkají i stávající prostory centra. Pozornost si zaslouží i prostředí restaurační zóny, kde najdete přes



40 jednotek s pestroutou paletou mezinárodních kuchyní a prostor pro tematické aktivity, jako jsou například lekce vaření, kuchařská show a food festivaly. Nové Centrum Chodov ve svém rozšířeném food courtu uvede poprvé v České republice také Wagamama, světově proslulou japonskou restauraci, jejíž plocha zde bude zaujímat 525 m².

Designérská galerie

V portfoliu společnosti Unibail-Rodamco zůstává Centrum Chodov pozicí tržního trendsetteru. Jeho rozšíření tuto roli v oblastech módy a nadstandardní péče o návštěvníky významně posílí. Inditex Group, pod níž spadají vyhledávané módní ikony Zara, Massimo Dutti, Bershka, Pull&Bear a Stradivarius, v novém Centru Chodov kromě vlajkových lodí již zmíněných značek představí i pro český trh nové Oysho a Zara Home. H&M Group zde rovněž bude prezentovat svůj tuzemský flagship store na ploše kolem 3000 m². Vyznače originality s nádechem luxusu potěší „designérská galerie“, zóna věnovaná prémiovým značkám, produkci mladých návrhářů a VIP akcím. Čtyřhvězdičkový servis bude nadále zahrnovat zákazníky praktickými službami zajišťujícími ještě komfortnější nakupování, pohodlnější návštěvu centra s dětmi či bezproblémové parkování pro osobní automobily, elektromobily, motocykly i kola. Extra benefity budou k dispozici také členům jeho věrnostního programu plného slev a výhod. „Rozšíření Centra Chodov dlouhodobě vnímáme jako jeden z našich

nejvýznamnějších investičních plánů v rámci středoevropského regionu. Cílem projektu je poskytnout zákazníkům plnohodnotnou alternativu nakupování a zábavy v centru Prahy. Toho chceme docílit prostřednictvím bezkonkurenčního spektra nákupních i volnočasových příležitostí, například ve formě nejrozsáhlejšího a nejmodernějšího multiplexu s 18 kinosály, včetně VIP a 4DX sálů, konceptu designérské galerie s prémiovými prodejny nebo rozšířené restaurační zóny,“ řekl Arnaud Burlin, výkonný ředitel společnosti Unibail-Rodamco pro střední Evropu. „Rozšířené Centrum Chodov bezpochyby potvrdí svou unikátní pozici nejen v Praze, ale i za hranicemi metropole.“

Přelomový smysl pro zodpovědnost k okolí

Za designem Centra Chodov stojí architekti oceňovaného britského ateliéru Benoy a francouzské kanceláře Saguez & Partners, které společnost Unibail-Rodamco oslovila na základě úspěchu několika předchozích spoluprací. Exteriéry budovy v jejich návrzích definují solidní materiály, decentní odstíny a originální dekorace fasády v bílé barvě. Interiéry nesou díky prvkům, jako jsou mramorové podlahy nebo lesklé bílé či metalické povrchy, punc harmonické čistoty, elegance a luxusu. Prostory na základě jejich spojení působí vzdušně a velkoryse. Architektura Centra Chodov bude jedinečná i v zodpovědném přístupu k životnímu prostředí, budova se řadí k tzv. „zeleným“ a maximálně využívá principů šetrných k přírodě. Součástí projektu rozšíření bude rekultivace přilehlé krajiny, kterou navíc Centrum Chodov napomůže zatraktivnit své okolí, a dostojí tak slibu být dobrým sousedem. Ekologickou orientaci centra potvrzuje řada doposud získaných mezinárodních certifikátů, například BREEAM v kategoriích Asset Rating (technický stav) s hodnocením Very Good (velmi dobrý) a Building Management (stavební management) klasifikované jako Excellent (výborný).

(tz)





10 DŮVODŮ, PROČ JÍT DO ÚVĚRU ZE STAVEBKA PRÁVĚ TEĎ

Rekonstruuje a chcete si půjčit? Nejspíš sáhnete po hypotéce nebo spotřebitelském úvěru. Možná ale uděláte chybu. O úvěrech ze stavebního spoření se moc nemluví. Přitom by si pozornost zasloužily. Spojují v sobě výhody, které u jiných produktů nenajdete.

1 ÚVĚR ZE STAVEBKA JE VÝHODNĚJŠÍ NEŽ SPOTŘEBÁK

Takzvaná půjčka na cokoli je fajn - nikdo se vás neptá, na co peníze chcete. Má to ale háček. Poměrně vysokou úrokovou sazbu, nejčastěji kolem 15 %. Najdou se ale společnosti, které vám půjčí i s úrokem jednou tak vyšším. Sazby účelových úvěrů se už pohybují o něco níž, někde kolem desítky. Pokud ale víte, že půjčku využijete na bytové účely, sáhnete raději po úvěru ze stavebního spoření. Tam vás čeká úrok ještě nižší. Podle statistik ČNB vám dnes stavební spořitelny půjčí s úrokem kolem 4,4 %.

2 HYPOTÉKU DOSTANETE AŽ OD VYŠŠÍCH ČÁSTEK

S bydlením máme už tradičně všichni spojené hypotéky. A pravděpodobně vás tento způsob financování napadne i ve chvíli, kdy se budete chtít vrhnout do rekonstrukce. Pokud budete chtít hypotéku v řádech pár set tisíc korun, může se stát, že vás bankéř odmítne. Banky je totiž často poskytují až od 300 000 korun. Úvěr ze stavebního spoření naproti tomu můžete čerpat už od pár desítek tisíc.

3 KVŮLI REKONSTRUKCI KUCHYNĚ NEMUSÍTE RUČIT STŘECHOU NAD HLAVOU

Chcete 400 000 na rekonstrukci bytového jádra? Samozřejmě, dejte nám ale do zástavy dům, řekne vám nejspíš banka. Zdá se vám přehnané ručit domem za několik milionů kvůli rekonstrukci v řádech pár set tisíc? U stavební spořitelny to není nezbytnost. Liška nabízí úvěr ze stavebního spoření až do výše 500 000 korun bez zajištění.

4 ÚROK ZNÁTE VŽDY PŘEDEM

Jednou z největších výhod řádného úvěru ze stavebního spoření je stálá úroková sazba, kterou se dozvíte hned při podpisu smlouvy. Zatímco hypotéku budete splácet řadu let a s každým koncem fixace se vám úrok může změnit, u úvěru ze stavebka se toho bát nemusíte. Jeho výše se vám nezmění po celou dobu splácení. A právě teď, v době nízkých úroků, se úvěr ze stavebního spoření vyplatí o to víc!

5 ZATÍM NEMÁTE STAVEBNÍ SPOŘENÍ? NEVADÍ!

Jestliže máte sjednané stavební spoření a máte na něm naspořenou jakoukoli částku, máte napůl vyhráno. Docílíte nejlepšího úroku. S prázdnou ze stavební spořitelny ale neodejdou ani ti ostatní. Možnost čerpat finanční prostředky mají i lidé, kteří dosud nebyli klienty stavební spořitelny. Pro rekonstrukci se pro ně hodí takzvané překlenovací úvěry. A i oni přitom dosáhnou na velmi výhodný úrok kolem 6,90 %.

6 ÚVĚR JDE VYUŽÍT NA VÍC VĚCÍ, NEŽ SI MYSLÍTE

Že úvěr ze stavebka můžete využít jen na rekonstrukci, zpravidla koupelny nebo kuchyně, je zažitý omyl. Podle ČMSS jde sice o jeho nejčastější využití, tenhle produkt ale dokáže mnohem víc. Může se vám hodit třeba při financování nákupu nemovitosti, výměně oken, dveří, podlah nebo na opravu střechy. Můžete si s ním pořídit novou fasádu či okapy nebo zateplit celý dům. O rekonstrukci všech místností v domě od sklepa po půdu nemluvě.

7 UŠETŘÍTE NA DANÍCH

Pokud máte úvěr ze stavebního spoření, můžete si z daní, respektive ze základu daně z příjmů, odečíst zaplacené úroky. Odpočítat si můžete až 300 000 Kč, a ročně tak ušetřit na dani z příjmu až 45 000 korun.

8 VŠE BUDETE MÍT SNADNO, RYCHLE A PŘEHLEDNĚ

Vyřízení úvěru obvykle trvá kratší dobu než sjednání hypotéky. U ČMSS navíc nyní získáte informace o všech svých smlouvách, účtech a obrazech na nich prostřednictvím internetového bankovníctví MojeLiška. Kdykoliv si také může vygenerovat výpis z účtu platný k aktuálnímu datu, a to zcela zdarma.

9 ŘÁDNÝ ÚVĚR ZA STAVEBKA MŮŽETE KDYKOLI ZDARMA SPLATIT. HYPOTÉKU JEN STĚŽÍ

Výhodou tohoto produktu také je, že ho klient může kdykoli a bez sankce předčasně splatit. Naproti tomu předčasné splacení hypotéky je většinou možné bez sankce pouze v době konce fixace. V jiných případech si banky obvykle účtují poplatek.

10 VŽDY NĚCO NAVÍC

Stavební spořitelny zpravidla nabízejí slevy a akce, které vám při rekonstrukci mohou přijít vhod. Například ČMSS má pro klienty připravený VIP servis a slevy u partnerů, díky nimž můžete ušetřit čas i peníze. Jde například o slevy na kuchyně, koupelnové vybavení, okna nebo zateplení domu. Pro čerpání těchto výhod se stačí zaregistrovat na webových stránkách ziskejteulisky.cz.

