

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

duben 2016

Rande na kraji lesa

Eva Bixi

Pošmournou krajinou
Vleče se stín nebe
Obloha padá níž
A já už nevidím ani sebe
V podvečer je jarní rande stále blíž
Ornice přespólní mi po kotníky sahá
Nedočkavostí jsem už nahý
Noc je chladivý obklad
Přesto vlhává
Na pomoc vyrostla mi pod nohama tráva

Země se otvírá
Vystupují hosté
Láska nás pokouší
Růžové pokrmy noste
Životní partie ve výškách smrků
Sehrána bude až za sto let
Nechci být moudrá
Nechci zarostlé záhony plet
Ano i ne je na vážkách
Jenže jaro hromadí se právě v podléškách

Utíkám obejmout
Co ještě není moje
Harfa smrkových větví mi
K tomu hraje

Vladimír Mikel

Miluji nakupování,
přináší mi radost

rozhovor na stranách 10–12

INZERCE

Pohostinná cukrárna Café Charlotte v Železné Rudě

Café Charlotte v Železné Rudě je jednou z nejproslulejších cukráren v ČR. Dorty i zmrzliny si zde připravují sami podle vlastních receptur a z prvotřídních surovin. Firmy si objednávají sladké pokušení pro slavnostní příležitosti a zůstávají věrnými zákazníky. Hosté se sem na kávu a dortík či pohár sjiždějí z celé republiky. Café Charlotte je křižovatkou labužníků a obdivované české cukrařiny.

www.cafe-charlotte.cz



Ženy sobě: sdílení a vzájemná podpora



Ing. Lenka Štátná

Ing. Lenka Štátná je prezidentkou neziskové organizace Business & Professional Women Česká republika. Ta letos v Praze 18. a 19. března připravila již sedmý ročník zážitkové konference Ženy sobě. Jak toto setkání charakterizovat? Zkuste to sami na základě následujících údajů: více než dvě desítky vystupujících, přes 300 účastníků, 57 mentorek a 2057 registrací na pokračující speed mentoring druhého dne jednání. Oba dny byly naplněné zvědavostí, otázkami, předáváním zkušeností, diskuzemi, úctou, nasloucháním. Přítomné ženy se inspirovaly navzájem. Velkou překážkou pro úspěch v práci je strach, daly za pravdu jedné z panelistek. A potvrdily, že pro úspěch je nejdůležitější odvaha. Nebát se a jít za svým cílem. Shodly se, že české ženy stále ještě značně podceňují svoje znalosti a zkušenosti, a to například i v přijímacích pohovorech či v rámci platového vyjednávání. Lenky Štátné jsem se posléze zeptala:

Ženy sobě – to je úžasný název konference, která má již svoji tradici. Letos se v Praze uskutečnil 7. ročník. Sešlo se na ní přes 300 účastnic a dvacítky vystupujících. Téma je stále stejné – rozdíly v platech žen a mužů v České republice. Netrvá tato nerovnost už příliš dlouho?

Ano, člověk by předpokládal, že ve 21. století již něco takového nebude možné, že? Rozdíl ovlivňuje celá řada faktorů, předsudků i stereotypů. Od stále tradičního rozdělení rolí mezi muži a ženami a z něj vyplývajících postojů zaměstnavatelů, že pečující osobou v rodině bude vždy žena, přes velmi nízké platy v „tra-

dičně“ ženských povoláních až po nízké zastoupení žen ve vysokých pozicích ve firmách. Prakticky nulová platová transparentnost a neprůhledné způsoby vyjednávání o odměně za práci vedou také často k podhodnocování práce přímo ženami.

Myslíte si, že se za těch sedm let něco málo změnilo? Alespoň v povědomí žen nebo třeba zákonodárců či šéfů firem a organizací?

Ano, změnilo se velmi mnoho – v prvních ročnících jsme se skoro bály o rozdílech hovořit, protože bychom obtížně získaly podporu firem,

ani ženy konkrétní čísla nezajímala, neboť byla většina z nich přesvědčena, že jich konkrétně se tento problém netýká. Nyní je to už jinak – ženy samy se zajímají o příčiny rozdílů i o to, proč se naše země pohybuje na jednom z posledních míst v Evropě v tomto ukazateli. Vláda zapracovala tuto otázku do Vládní strategie pro rovnost žen a mužů v České republice na léta 2014–2020. Řada firem i jejich vedení pokládá problematiku za důležitou a upravilo v tomto směru nejen interní předpisy, ale i jejich realizaci.

Nerovnost v platech obou pohlaví je ostuda. Zejména tehdy, když si muži pochvalují, jak úžasné je mít genderově vyvážené týmy, jak se s ženami báječně spolupracuje, jaký je na ně spoleh, jak jsou nápadité a komunikativní. Co k tomu dodat?

Snad jen to, že stále přibývá osvědčených mužů, kteří absolutně nechápou, proč by k nějakým rozdílům mělo docházet – a to je dobrá zpráva pro nás všechny.

Zájem o konferenci stoupá. Přibývá zúčastněných i hostů. Čemu to přičítáte?

Tvrde práci svého týmu, kterému tímto velmi děkuji. Ale jak jsem se zmínila výše, o genderovou problematiku se nejen ženy, ale i firmy začaly opravdu zajímat. To znamená že také o rozdíly platů. Další věc – naši unikátní metodu speed mentoringu si ženy oblíbily. Proč? Ve velmi krátkém čase mohou získat koncentrované zkušenosti nejen od mentorky, ale i od ostatních žen u jejich kulatého stolu. Konference mívají rovněž velmi dobrou atmosféru, která se na všechny velmi lehce přenáší, a tak se ženy „nabíjejí“ jedna od druhé a následně jsou několik týdnů i měsíců plné pozitivní energie. Cítí to sdílení a vzájemnou pod-



poru. Velikost a dobrá pověst akce láká také velmi zajímavé hosty, aby se k nám připojili.

Příběhy podnikatelek nebo žen, které se na dráhu businessu chystají, jsou často neuvěřitelné a motivují ostatní k odvaze.

O čem to vypovídá?

Bez rozmyšlení bych odpověděla asi takto: je to obrázek o velké skromnosti našich žen. Většina z nich pracuje velmi usilovně nejen ve svém podnikání, ale i na sobě. U nás stále chybí větší množství žen v rolích roll models a já jsem moc ráda, že máme každoročně příležitost řadu zajímavých žen představit a jejich prostřednictvím povzbudit i další. Škoda, že naše časopisy i noviny si stále málo těchto osobností všímají. Jejich příběhy opravdu obdivuhodně motivují další ženy „k činu“.

Už jste to naznačila – velké téma je sebevědomí českých žen. Jsou krásné, šikovné, pracovitě, ale zbytečně skromné. Jak to změnit?

Myslím, že změna musí nastat už ve výchově doma i ve školách. Je vidět, že naše výchova je, zřejmě podvědomě, stále tradiční, a působí tak nejen na sebevědomí, ale i na setrvávání u dalších stereotypů, které již opravdu do současné doby nepatří. Jsem moc ráda, že se naši organizaci podařilo získat mezinárodní projekt s názvem 100 zrcadel, který slouží vyučujícím na univerzitách, aby mohly studentkám i studentům ukázat jednoznačné příklady 200 profesionálních žen, podnikatelek, politiků a umělek a využít je pro online mentoring (www.100mirrors.eu).

I vy jste bývala dříve zaměstnanec. Nyní podnikáte. V čem je mezi pozicí manažerky a podnikatelky největší rozdíl?

Hluboce se klaním ženám, které budují své firmy od úplného začátku – ten rozdíl je skoro nepopsatelný. Musíte se naučit stovky nových věcí, které předtím za vás někdo dělal nebo



jste je nepotřebovala, pracovat s obrovskou nejistotou, nebát se přijímat rizika, okamžitě reagovat na změny, a hlavně se rychle poprat s neúspěchy i odmítnutím. Je to taková cesta z lesa plného nástrah do pěkné nebezpečné džungle. Ale projít tou džunglí je nejen velké dobrodružství, ale také ten pocit naplnění na jejím konci je s prací zaměstnance naprosto nesrovnatelný.

Máte zpětnou vazbu o tom, zda některé účastnice konferencí již založily své vlastní firmy, že je ostatní ženy motivovaly?

Ano, takových příkladů máme celou řadu. Ženy, které se poznaly na naší konferenci, se také spojují a zakládají firmy společně.

za odpovědi poděkovala Eva Brix



Možná to moc prožívám

Je mi to den co den hloupé. Nestačím odpovídat na maily přesto, že bych ráda. Mám spousty nevyřízené korespondence, kterou by nevládl ani ta nejlepší asistentka. Ty řádky, které bych totiž ráda věnovala adresátům milých slov určených právě mne, by měly být psané srdcem, mým já, a to za mne nikdo jiný udělat nemůže. Zkoušela jsem nejrozmanitější systémy, ekonomiku času, ranní včasné vstávání i pozdní odchod na lůžko, nerušené okamžiky jen a jen na ty maily, případně telefonáty, které už měsíc nestrpí odkladu. Nic nefunguje. Jakýkoli systém se mi vymyká z rukou.

Stydím se za to a nevím, jak tuto komunikaci uchopit, i když právě ona je čímsi, co profesně zvládám, umím, a v oboru si dovolím občas někomu i poradit. Asi pořádku platí, že pod svícem největší tma. Ale řešení hledám usilovně dál. Bude-li průlomové v organizaci času, určitě dám všem vědět. A jestli se vám zdá, že to nějak moc prožívám, tak vám dávám za pravdu. Nejsem perfekcionista, ale mám ráda, když cokoli funguje. I ta vzájemná slušnost. Také docela nedočkavá. A na vaše slova se vždy strašně těším.

Eva Brixi



Tip Grady

Proč cítím to, co ty



Proč dovedeme intuitivně chápat a cítit, co cítí ostatní? Proč je nám někdo ihned sympatický a někdo ne? První kniha o zrcadlových neuronech, které byly objeveny teprve nedávno a jsou základem našeho EQ, čtivě vysvětluje, jak fungují a co z nich plyne pro výchovu, učení, lásku i běžnou komunikaci.

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.nhcar.cz



www.rossmann.cz



www.konopnyshop.cz



www.segafredo.cz



www.balamina.cz



www.zdenkabalajkova.cz



www.exotickeperky.cz



www.vinoabobule.cz



www.modelpraha.cz



www.zpmvcr.cz



www.coop.cz



www.laznejachymov.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 10, duben 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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

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

Tisk: Grafikon Tiskárna s.r.o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

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. Gabriela Krivánková
předsedkyně správní rady
yourchance o.p.s.

Dávám si sama sebe do svého diáře.
Udělejte to taky.



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

Martin Dozrál
generální ředitel
SOLODOOR, a.s.

Ženy jsou v případě nákupu při rozhodování tím důležitějším členem. Je obdivuhodné, jak systematicky při nákupu uvažují. Zdaleka není důležité pouze to, jak výrobek vypadá, ale velkou pozornost věnují také užitným vlastnostem a samozřejmě ceně. Porovnáváním užitných vlastností a ceny ženy stráví dle mého názoru daleko více času než muži a na naše prodejní místa pro výběr dveří a zárubní přicházejí daleko lépe připraveny. Obdivuji tedy systematickost a trpělivost při hledání té správné nabídky.



Informace do kabelky

Nové klientské pracoviště na pražském Smíchově

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR (ZP 211) otevřela začátkem dubna nové klientské pracoviště v Praze na Smíchově, na Štefánikově třídě 319/44.

„Věřím, že novým místem uděláme radost především těm klientům, kteří byli zvyklí na bývalé klientské pracoviště na Andělu. Nyní jim nabízíme dů-

stojnější prostředí ve zděné budově, a to jen 500 metrů od původního místa,“ řekl k tomu Zdeněk Kos, ředitel pobočky ZP MV ČR pro Prahu a střední Čechy.

Nové pracoviště na Štefánikově třídě je nedaleko tramvajové zastávky Švandovo divadlo. Z Anděla se sem dostanete do pěti minut čtyřmi tramvajemi č. 6, 9, 12 a 20. Provozní doba nového pracoviště bude v pondělí a ve středu od 8.00 do 17.00, v úterý a ve čtvrtek od 8.00 do 15.00 a v pátek od 8.00 do 12.00 hodin. Kromě pracoviště na Smíchově mohou samozřejmě klienti ZP MV ČR i nadále navštěvovat moderní, bezbariérové pracoviště ve Vinohradské ulici 2577/178 v Praze 3, nedaleko stanice metra Želivského. „V Praze tak od dubna budeme mít dvě důstojná místa, kde si klienti ZP 211 budou moci osobně a v klidu vyřídit všechny potřebné záležitosti, spojené se svým zdravotním pojištěním,“ doplnil generální ředitel ZP 211 David Kostka.

ZP 211 je největší zaměstnavatel zdravotní pojišťovnou v ČR. Má více než 1,28 milionu klientů a zajišťuje jim péči prostřednictvím široké sítě více než 25 000 smluvních zdravotnických zařízení po celé republice. Svými projekty podporuje zdravý životní styl a prevenci. (tz)



Ano, o tom jsem přesvědčena

Když se mi dostala do ruky kniha Raw pro zdraví a krásu, kterou vydalo koncem února nakladatelství Smart Press, byla jsem naprosto nadšená (a jsem stále). Na trhu se objevil návod i pro nás, podnikavé, ale zaneprázdněné ženy, které se snaží vytvořit vztah ke zdravému životnímu stylu. Věřím, že nás nasměruje ještě k větší vynalézavosti, a hlavně – posílí myšlenky o tom, co vše se dá udělat, abychom odolávaly tlaku doby. Stres a informační smršť nás často zavádějí do úzkých a moc se zatím neumíme bránit. Dnes je už jasné, že výživa je jednou z podstatných cest, které dokáží ovlivnit rovnováhu života a nastolit harmonii uvnitř těla i duše. Autorky publikace Jitky Adamové jsem se zeptala:

Raw pro zdraví a krásu – tak se jmenuje kuchařka plná úžasné inspirace. Jste odvážnou autorkou. Proč jste si vybrala zrovna toto téma?

Mě toto téma nesmírně baví, protože právě raw food je mým osobním životním stylem. Nepovažuji se za odvážnou, jen předávám to, co mám vyzkoušené a o čem vím, že opravdu funguje. Ale děkuji za kompliment. Napsat knihu a moci jí ovlivnit životy jiných, to je velká radost.

Sama sebe se ptám, nakolik v přípravě pokrmů chybujeme, pokud se držíme klasické české kuchyně. Jestli náš jídelníček opravdu volá po změně a zda je živá strava tím nejlepším...

Nejen náš jídelníček volá po změně, ale především my sami si určujeme, jak budeme svoje tělo, svůj chrám duše živit. Je škoda, že někteří lidé začínou až na základě těžkých nemocí, ale na změnu pozdě není nikdy. Jsem přesvědčena, že živá strava je tím nejlepším, co můžeme svému tělu nabídnout pro správné fungování, vitalitu a energii.

Když jsem si vaší knihou listovala, u každé stránky jsem si řekla: vypadá to nádherně, to musíš zkusit... Jaká je čtenářská odezva?

Jsem někdy až dojata, jaké krásné zpětné vazby dostávám. Kniha se líbí nejen mým přátelům,

ale i neznámí lidé mi píšou, jak se jim kniha líbí, jak mnohým ovlivnila život a jak jsou rádi, že jsem takovou knihu napsala. Doslova mi píšou – děkuji, že jste! A mě těší, že moje úsilí má smysl a že se čtenáři namyslí nad tím, co jim samotným prospívá.

Osobně fandím zeleným koktejlům, praxe mne dovedla k poznání, že opravdu funguje to, co tvrdí autoři řady studií na toto téma. Myslíte, že živá strava je jasný trend budoucnosti? Nebo jen módní výstřelek?

Jasný trend budoucnosti! Za tím si opravdu stojím. I když pravdou je, že pro některé je raw food pouze možností, jak se zviditelnit, mají pocit, že jsou in, že raw se právě nosí. Takoví lidé žijou stravu možná někdy vyzkouší, odejdou od ní, nebo naopak zjistí, že jim tento styl vyhovuje a zůstanou u něj. I kdyby ne na 100 %, i to je dobře.

Názory lékařů na využívání mocné přírody a živé stravy se liší. Dokáží například některé čerstvé syrové byliny, plevely, saláty, kadeřávek, libeček čistit krev natolik, že se tepny zbaví i usazenin?

Ano, o tom jsem přesvědčena. Není to však otázka několika dnů, ale dlouhodobější záležitost. Pokud své tělo např. 40 let zanedbáváme, nemůžeme čekat, že za týden bude vše fungovat. Je však jasné, že změna stravy má zásadní



vliv na zdraví, a především sama mocná příroda nám neustále ukazuje svou uzdravující sílu a moudrost.

Co bylo na sestavení publikace nejsložitější?

Víte, že ani nevím? Práce na knize byla natolik krásná a spolupráce se Smart Pressem tak výborná, že těžko hledám, co bylo nejsložitější. Možná víc začátky než konce, kdy nás všechny tlačil termín pro vydání knihy, protože jsem zprvu sama pořádně nevěděla, co vše chci čtenářům sdělit. Ale jakmile jsem měla celý koncept na papíře, byla to příjemná práce, i když ne vždy chodila inspirace tak, jak jsem chtěla.

Někdy se v kuchyni zdráháme experimentovat. U vás je tomu naopak. Vzpomenete, jaký pokus se opravdu nepovedl? Byla z toho alespoň pořádná legrace?

Vzpomínám si, jak jsem dělala sladký dezert – krém tiramisu do krásných kelímků pro hosty. Místo lecitinu jsem však použila růžovou sůl (lecitin je také růžové barvy), a když jsem dala všem ochutnat, bylo mi na výrazu v tvářích přátel jasné, že něco je špatně. Sama jsem okusila, a věděla jsem, která bije. Tak jsem použila honem mnohem víc agáve sirupu, než je žádoucí, ale bavili jsme se dobře. I mistr tesař se někdy utne!

ptala se Eva Brix

přiložené fotografie pocházejí z knihy Raw pro zdraví a krásu, vydalo nakladatelství Smart Press
www.smartpress.cz



Dobré znamení: co jíst a jak se cítit šťastnější



Tereza Havrlandová

Experimentuji v kuchyni a přemýšlím, jak zužitkovat vše, co se mi dostane do ruky. Zejména z vlastní zahrady, na niž nemám tolik času, a tedy z ní sklízím hlavně byliny, divoce rostoucí cokoli, od kopřiv přes pampelišky, česnáček, dobromysl, maliny či lesní jahody. Zkouším využívat místo části mouky ořechy nebo drť z mrkve, červené řepy a jablek do moučníků, sladím ovocem. Je to začátek hry zatím podle neřízených pravidel, která je pro mne relaxem i způsobem, jak se nezbláznit z vlastní profese a povinností, které z ní plynou. Do cesty mi onehdy vstoupila firma Lifefood Czech Republic s.r.o. a ohromila mne nejen nabídkou, ale zejména odvahou Terezy Havrlandové, majitelky a zakladatelky této společnosti. Jí patřily posléze moje otázky:

Být největším výrobcem speciálních dobrot na světě pro vyznavače zdravého životního stylu je dosti unikátní. Jak byste vlastně charakterizovala svou firmu?

Jako jedinečnou a stejně tak unikátní. Jako společnost, pro kterou je rawfood životní cestou a která nesleduje jen ziskovost a nedělá čirý business pro business. Ač by se to vlastně nabízelo, protože rawfood je opravdovým fenoménem a na českém trhu má poměrně silnou pozici (což reflektuje i řada, nově vznikajících, výrobců syrových potravin, kteří k rawfood přistupují prvoplánově jako ke „zlaté raw huse“). Nám opravdu záleží na našich zákaznících, jejich preferencích, chutích a požadavku mít možnost si pochutnat na kvalitním a zdravém jídle. Svou činnost vnímáme komplexně. Kromě produkce jídla v té nejvyšší raw biokvalitě se snažíme šířit osvětu o zdravém životním stylu, podporujeme regionální zemědělce, a svou výrobu v maximální možné míře podřizujeme ekologickým a etickým aspektům. Lifefood provoz je kompletně napájen energií z obnovitelných zdrojů a v naší výrobě není využívána elektřina s uhlíkovou stopou. Pro naše produkty neustále hledáme co nejekologičtější druhy obalů, nebo se v rámci možností snažíme používat co nejmenší množství obalového materiálu. Od listopadu 2015 také spolupracujeme s obecně prospěšnou společností Kokoza, která nám poskytl nově unikátní zařízení na zpracování bioodpadu, jediné svého druhu v České republice. Přístroj Rocket umožňuje díky speciální technologii vyvinuté ve Velké Británii efektivně využívat bioodpad a měnit jej na vysoce kvalitní organické hnojivo, tedy na kompost.

Vzpomenete si ještě na začátky? Kdo dal podnět k takovému businessu?

Podnět k businessu se zrodil v mé hlavě, napomohla tomu situace, pro kterou by se asi nejpr-

večji hodilo pojmenování „šťěstí v neštěstí“. Se syrovou stravou – jídlem z tepelně a chemicky neupravených surovin rostlinného původu (zeleniny, ovoce, oříšků a semínek) – jsem se prvně seznámila před dvanácti lety během návštěvy sestry ve Spojených státech. Absolutně jsem jí propadla a takřka ze dne na den se začala stravovat podle principů raw. O dva roky později nastal zlomový okamžik, který stál za zrodem Lifefoodu. Při kiteování v Austrálii jsem si velmi ošklivě poranila rameno a kvůli nákladné a zdoluhavé rekonvalescenci se musela vrátit zpátky do Čech. Tehdy jsem se zhrabila, jak chudý je český trh na kvalitní, zdravé jídlo – rawfood a superfoods byly u nás v podstatě neznámým pojmem. Zprvu jsem tedy dovážela různé přírodní superfoods ze zahraničí, o rok později, v roce 2007, jsem se rozhodla uplatnit vlastní zkušenosti s přípravou živých pokrmů a společně s prvními kolegy přebudovala malou pekárnu v centru Prahy na sušárnu.

Podstatou výroby je zpracování surovin do 42 °C, tedy sušíte a lisujete, a tím zachováte to nejcennější, enzymy a další látky. Pro milovníky živé stravy je to báječná informace, ale technologie je to asi dosti náročná a nejen na investice...

Rozhodně. Za podstatou našich produktů stojí roky dřiny, pečlivého výběru dodavatelů kvalitních surovin, vývoje samotných produktů, ale především unikátních technologických postupů, které zaručují, že v našich dobrotách zůstává to nejcennější z přírody. Lifefood je jedna z mála společností na světě, která dodržuje ta

nejpřísnější kritéria „really raw“ produkce, a to ve všech fázích výrobního procesu – od výběru surovin až po finální balení produktu. Kvalitou a je u nás pověřeno celé jedno oddělení, které ručí za to, že naši zákazníci dostanou to nejlepší, co je v rámci raw bioprodukce možné.

Co dnes tvoří základ sortimentu? Čokolady, ovocné a oříškové tyčinky, zeleninové chipsy, koření?

Škála produktů Lifefood je bohatá – dnes nabízáme celkem asi 140 produktů, z toho 85 vlastních „lifefoodích“ dobrot. V tomto směru jsme největším producentem raw potravin v celosvětovém měřítku. Koření, které zmiňujete, v našem sortimentu nenajdete, ale naopak můžete vybírat z různých druhů krekrů, chlebů, snacků – např. tyčinek Lifebear, dále také

čokolád, sušenek, chipsů i unikátních zeleninových lupínků Crawlchies (které na nedávném pařížském veletrhu SIAL zvítězily v globální soutěži World Tour by SIAL coby novinka roku 2015 v kategorii Zdraví a zdravý životní styl). Od loňského roku nabízíme také proteinové směsi se superfoods. Naši nejnovější dobrotou je první raw bio veganská klobáska Rawsage. Všechny potraviny Lifefood jsou veganské, bez laktózy, 100% bez lepek, bez jakýchkoliv dochucovadel a plnidel. Sladíme výhradně čerstvým nebo sušeným ovocem nebo případně sirupem z agáve. Díky tomu naše jídlo obsahuje pestrou škálu blahodárných živin, vitamínů, minerálů a enzymů. Lidé dokážou ocenit kvalitu, a už dávno nejde jen o úzkou skupinu vitarianů, veganů či bionadšenců.





Kde se tyto výrobky dají koupit kromě e-shopu?

Kromě e-shopu na www.lifefood.cz jsou Lifefood produkty zastoupeny v mnoha specializovaných prodejnách se zdravou výživou, dnes již také ve vybraných fitness shopech. V zahraničí jsme v tomto směru o něco dále – např. v Rakousku si mohou naše Lifebarky koupit už i zákazníci sítě DM.

Hojně obsazujete různé festivaly, trhy a přehlídky zdravého stravování. Kam nás pozvete začátkem léta? Bude to RawFest v Praze na Štvanici, největší přehlídka produktů pro zdravý životní styl?

Před třemi lety vznikl RawFest jako jednodenní oslava živého jídla, dnes je to už největší festival v Evropě, který přináší inspiraci ze světa rawfood, zdravého životního stylu a sportu. Letošní pohodovou atmosféru RawFestu si můžete vychutnat 4.–5. června na Štvanici v Praze. Opět se nám podařilo oslovit exkluzivní hosty – představí se Helena Houdová (světová modelka, milovnice rawfood a zakladatelka nadace Slunečnice), Russell James (nejlepší britský raw kuchař současnosti), Piter Caizer (v Německu žijící guru živých nápojů z divokých trav), La France Cru (vášniví cestovatelé a raw bloggeři) a mnoho dalších. Program bude nabitý! Připravili jsme kulinářské workshopy a ochutnávky menu vyhlášených raw restaurací, od nevědných chutůvek přes lahodné dezerty až po pokrmy a nápoje z exotického ovoce. Vše v biokvalitě. V přednáškovém stanu promluví zajímavé osobnosti, které vás mohou inspirovat, jak z kvalitnit svůj život, upevnit vztahy v rodině či třeba zvelebit svůj domov. Také se můžete těšit na sportovní vyžití – jógu, paddleboarding či dynamické sporty. A kdo ještě nevyzkoušel osvo- bozující chůzi po střepech, má tu jedinečnou

příležitost. Už nyní si můžete koupit vstupenky za zvýhodněné ceny, program a další zajímavosti najdete na www.rawfest.cz.

Novinkou je váš dýňový olej, jiné oleje nabízíte také. Jsou opravdu zdravé, anebo je to jen trend, který se za čas změní a společně s marketingem nás požene úplně jiným směrem?

Ano, oleje nabízí Lifefood také, nejen raw dýňový, ale i panenský kokosový. Jde však spíše o okrajové produkty. Daleko zajímavějšími novinkami jsou právě zmiňovaná raw veganská klobáska Rawsage (nikdo jiný ve světě nic podobného nevyrábí) a čtyři nové příchutě energy tyčinek Lifefood, ve kterých se snoubí netradiční chutě v zajímavých kombinacích. Dvě jsou zcela bez oříšků – Lifebar jablčná a Lifebar Plus borůvková s quinoou. Seznam nových příchutí doplňují Lifebar karobová s lískovými oříšky a Lifebar Plus acai s banánem

Jaké triky ve stravování se osvědčily vám osobně? Třeba zelené koktejly z plevelu, nebo omezení cukru na minimum, vyřazení masa z jídelníčku?

Osobně jsem milovníkem ovoce, to má v mém jídelníčku výsadní postavení. Mám také velmi ráda a hojně doporučuji konzumovat zelenolistou zeleninu. Skvělé vitalizační a zdraví prospěšné účinky přináší green smoothies, například ze špenátu, ale komu chutnají divoké byliny, může si je mixovat také. A řídm se také pravidlem: omezení tuků jakéhokoli druhu na rozumné minimum. Oříšky a semínka tedy konzumuji pouze v nezbytně nutném množství,

abych si doplnila živiny, které jsou pro mé tělo nezbytné.

Co byste doporučila nadměrně vyčerpáným ženám, podnikatelkám a manažerkám, když takřikajíc padají únavou? Čím osvěžit mysl a tělo, když není možnost si pořádně odpočinout? Jednu z vašich tyčinek, nebo nějaký protein?

Především bych doporučila dlouhý a kvalitní spánek. V otázce výživy určitě zařadit do svého jídelníčku co nejvíce zralého bioovoce, právě zmíněných zelených smoothie (například ze špenátu s banánem a mangem je opravdu geniální), šťávy ze zeleniny připravované na slow juiceru (z brokolice, rukoly, řepy, zelí a čokoládě zeleného) a pravidelný pohyb ideálně v podobě high-intensity tréninků, doplněný jógu. Kvalitním zdrojem energie mohou být také naše produkty, třeba právě vámi zmiňované tyčinky Lifebar.



Otázky kolem zdravého stylu života se na nás hrnou ze všech stran – mnozí lidé již odmítají být v soukollí stresu až do naprostého vyčerpání. Nebo je to jen módní diskuze, které je dobré se účastnit? Jak to vnímáte?

Myslím si, že pomyslné červené kontrolky blikají čím dál více lidem, což je na jednu stranu smutné (reflektuje to, kam se naše společnost ubírá), ale na druhou stranu je to dobré znamení, že se lidé začínají zastavovat a přemýšlet nad tím, jak svůj život z kvalitnit, co a jak jíst, a jak se zkrátka cítit šťastnější. Ono totiž nelze přetěžovat „unavené součástky“ donekonečna. A právě kvalitní raw biojídlo může být jednou z odpovědí, jak svůj život obrátit k lepšímu.

Jste zajímavým exportérem. Kam vyvážíte nejvíce a kam byste rádi pronikli?

Vyvážíme do více než 25 zemí světa. Kromě většiny evropských trhů, včetně francouzského, španělského, italského, anglického i severovýchodních zemí, jsou naše produkty k dostání také ve Spojených arabských emirátech a v Kanadě. Od dubna jsou naše Lifebar tyčinky k dostání v rakouské síti DM, jak jsem se už zmínila, další noví zákazníci jsou z Estonska a Dánska. V Belgii a Švýcarsku jsme také zahájili spolupráci s novým distributorem. Daří se nám. Jsem tomu velmi ráda. V dohledné době bychom také rádi pronikli na americký trh.

otázky připravila Eva Brix

A právě kvalitní raw biojídlo může být jednou z odpovědí, jak svůj život obrátit k lepšímu.

Úspěch fitness aplikací je reakcí na trend **zdravého životního stylu**

Fitness šílenství přichází minimálně dvakrát do roka. Spolu s novoročními předsevzetími pravidelně počátkem ledna, následně pak s prvními známkami jara, které jsou předzvěstí nadcházející plavkové sezony. Na trhu dlouhodobě narůstá počet mobilních aplikací, které pohybové aktivity značně usnadňují, což potvrzují i čestí vývojáři. Objevují se rovněž aplikace zaměřené na zdravé stravování.

Pokud se rozhodnete vyznávat zdravý životní styl, možnosti se nabízí nesčetné. Na chytrém telefonu dnes můžete počítat přijaté či vydané kalorie, shromažďovat statistiky o svém pohybu nebo podle instrukcí v aplikaci sami cvičit. Některé vás spojí přímo s nutričním specialistou, osobním trenérem nebo dalšími nadšenci pro fitness. „Mobilní aplikace pro sport, podporu zdraví a zdravého životního stylu dlouhodobě patří mezi nejoblíbenější a nejvíce stahované. Zdraví a fitness, mobilní platby, automobily, energetika nebo chytrá domácnost jsou oblasti, které jsou aktuálně asi nejvíce v popředí zájmu,“ potvrdil Tomáš Čermák ze společnosti eMan, která se na českém trhu zabývá vývojem mobilních či webových aplikací. Aplikací v současné době existuje tolik, že pro uživatele začíná být docela složité najít a vybrat si jedinou, kterou budou používat. Každý aktivní běžec dnes patrně slyšel o Runtastic Pro nebo Nike+, které mapují trasu, uběhnoutou vzdálenost nebo spálené kalorie. Velké oblibě se těší také Endomondo, aplikace založené na společné podpoře jejích uživatelů, kteří se vzájemně motivují k dosahování fitness cílů. „Úspěch těchto aplikací je reakcí na trend zdravého životního stylu, který jde ruku v ruce s masovým rozšířením chytrých telefonů a SmartWear – nositelných chytrých zařízení. Na toto rozšíření reagovali též dva největší vý-

robci mobilních operačních systémů, Google a Apple, kteří navázali službami Google Fit a Apple Health a integrovali je přímo do svých ekosystémů,“ vysvětlil Radim Baštan z digitální agentury El Toro, která stojí například za vznikem aplikace Miluji Vaření – recepty, jež je zaměřena na propagaci zdravé stravy a u každého receptu uvádí nutriční hodnoty. Horkou novinkou roku 2015 se staly aplikace zaměřené na „workout music“, které přizpůsobují rytmus a rychlost nabízené hudby pohybu a automaticky do zařízení vysílají hudbu s konzistentním rytmem. Příkladem může být aplikace Fit Radio, ve které si lze hudbu vybírat dle žánru nebo druhu pohybové aktivity. Na českém trhu je úplnou novinkou například aplikace s názvem TicketCard by Edenred, která pomáhá s výběrem restaurací v síti Ticket Restaurant, kde se dá platit pomocí předplacené stravenkové karty MasterCard. Pro papírové poukázky je pak dostupná mobilní aplikace Ticketka disponující jednou z největších databází restaurací v České republice. „Naše akceptační síť v současné době čítá přes 32 000 restaurací přijímajících stravenky Ticket Restaurant a mezi nimi téměř 600 restaurací v programu zdravého stravování Food,“ sdělil Pavel Kusý, marketingový ředitel společnosti Edenred, která provozuje systém zaměstnaneckých benefitů. Ticketka zároveň uživatelům umožňuje vedení

obědového deníku, měření počtu kalorií zkonsumovaných jídel a pravidelně na ní probíhají i zajímavé soutěže.

Mezi další ryze české aplikace patří například Krokoměr, Sebekoučink Stobklubu nebo Kalorické tabulky. Podle nutriční terapeutky Tamar Starnovské je nutno specifikovat účel, k jakému má aplikace sloužit.

„Krokoměr naučí více chodit i toho, komu se chodit nechce, protože při jeho použití začne sám se sebou soutěžit o další kroky. Kalorické tabulky jsou vhodné pro průběžné sledování nutriční hodnoty konzumované stravy a umožňují snadné zadávání přímo při jídle, tedy ukazují, zda je daná porce příliš, či nikoliv. Sebekoučink je pak pro pokročilejší uživatele, které vede komplexně ve vazbě na jejich aktuální životní styl,“ komentovala Tamara Starnovská.

Mezi světově nejpokročilejšími aplikacemi si podle průzkumu společnosti Nielsen loni první příčku udržela aplikace Facebook, následovaná YouTube. Třetí místo obsadil Facebook Messenger, následovaný čtveřicí Android dílny – Google Search, Play, Maps a Gmail. V první desítce se dále umístily aplikace jako Instagram, Apple Music anebo Maps (Apple). „Svět mobilních aplikací v současné době hovoří především o internetu věcí, virtuální realitě nebo využití mobilních aplikací ve firemním prostředí. Na letošních klíčových technologických veletrzích CES v Las Vegas a Barcelonském Mobile World Congressu byla virtuální realita jedním z nosných témat,“ dodal Tomáš Čermák. (tz)



INZERCE





A-B HELP
POMÁHÁME DĚTEM

**DOPŘEJTE SVÉ FIRMĚ ŠANCI
ZVIDITELNIT SE, A POMOCI
TAK OHROŽENÝM DĚTEM!**

A-B Help s.r.o. Praha | www.abhelp.cz | info@abhelp.cz | Tel: 222 312 059, 777 933 448



Miluji nakupování, přináší mi radost



Ing. Vladimír Mikel

ROSSMANN
DROGERIE PARFUMERIE

Drogerie parfumerie ROSSMANN jako báječná ikona na českém trhu, jako místo dobrých nákupů, jako poselství nejen pro současnost. Loňský obrat tři

miliardy korun, včetně DPH. Na 730 zaměstnanců, 124 prodejen v České republice, 35 privátních značek. V obchodech pouze ženy prodavačky a jeden muž, jeden jediný. K tomu patříčné zázemí, včetně skladu, a centra v Praze, v jejímž čele je Ing. Vladimír Mikel, jednatel ROSSMANN, spol. s r. o. Stále naplněn optimismem, šéf plný porozumění, empatie a snahy dělat prospěšné věci. Sám říká: Do práce chodím strašně rád, vždyť mám kolem sebe jen samé krásné a milé kolegyně! Není to nadsázka – o Vladimíru Mikelovi vím, že si lidí, kterým jde o „věc“, nesmírně váží a dokáže je inspirovat, naladit na vlnu činnosti a dobré nálady. V prodejně i kanceláři. Není to však to jediné, co by měl tento rozhovor napovědět:

Do drogerií a parfumerií chodíváme zpravidla s chutí. Jsou to místa čistoty, vůní a drobných radostí. Jak roste zájem spotřebitelů právě o zboží, jako jsou deodoranty, prací prášky, kosmetika?

Zájem roste. Obecně vzato je to totiž krásný a voňavý business. Ať z pohledu našeho, kteří

jsme za něj zodpovědní, tak z pohledu spotřebitele. Drogistické zboží se prostě dobře prodává. Neláká jen kupující, ale také zaměstnance. Prodavačky to baví. A v tom je zakódován kousek našeho úspěchu. Sám jsem takzvaně odchovan v potravinách a vím, že v někdejší době děvčata, která se učila na jedničky, měla možnost dostat se po škole do drogerie. Tedy

do prostředí o něco příjemnějšího, než jak je vnímán prodej rohlíků a másla. Prostě obor drogerie a parfumerie je takový, jak bych to řekl, více holčičí. Prostředí našich prodejen generuje velmi pozitivní pocity. Je to moc hezký typ businessu a ženy logicky zajímá. Navíc když vezmeme samotnou dekorativní kosmetiku, to je pro ženy ráj. A nelze ji prodávat v hypermarketu. K takovému sortimentu potřebujete útulné, voňavé prostředí, načančovaný obchod. Jde přece až o polointimní nákup, kosmetika je dosti osobní záležitostí, která patří jen k vám, musí mít svou atmosféru. To zákazníci podvědomě cítí a vyžadují. Takže – dnes nám roste obrat zejména právě v dekorativní kosmetice. Parfémy jsou více o dárcích, tedy jejich čas je před Vánoci a kolem Valentýna, kdy je nakupují hodně muži. Zpravidla požadují parfém, který používá jejich partnerka.

Kdo tvoří větší část vaší klientely? Ženy, nebo muži?

Je jednoduché to odhadnout. Z 80 až 85 procent jsou našimi zákazníky ženy všech generací. Od teenagerek přes maminky s malými dětmi a dámy, jimž patří plnohodnotná péče o rodinu, až po babičky. Děláme vše pro to, abychom pokryli všechny požadavky, všechny segmenty, aby si u nás vybral každý. V současnosti se snažíme ještě více porozumět nákupním potřebám dívek. Vytipovali jsme cenově dostupný, avšak vysoce kvalitní sortiment. Víme, že slečny rády experimentují, zkouší novinky, nezůstávají u jedné značky, barvy, vůně. Jejich rádcem jsou sociální sítě, čtou blogy, orientují se podle rad a doporučení jiných. A když si už na nás zvyknou, vracejí se.

Ale muži o sebe už také více dbají než dříve...

Kdyby tomu bylo jinak, moc bych se tím nechlubil. Samozřejmě péče mužů o zevnějšek roste. A je to dobře. ROSSMANN na to reaguje stále se rozšiřujícím sortimentem přípravků pro mužskou hygienu. Někteří muži hodně a rádi právě za tyto výrobky utrácí. To samozřejmě jako dobří obchodníci s chutí podporujeme.

Ostatně, jak jste si vedli v uplynulém roce? Co se podařilo a na čem byste rádi navázali?

Loni jsme si vedli velmi dobře – jak v nárůstu obrátu, tak zisku. A co je důležité – daří se nám získávat nové členy věrnostního klubu

Rossmánek. Ten byl zřízen pro nastávající maminky a maminky dětí do tří let. Klub čítá přes 100 000 členek. To je větší počet, než se v ČR ročně narodí dětí, a to je kolem 90 000. Daří se nám také marketingové zákaznické kampaně. Loni jsme měli dvě: začátkem roku to byla Doba ledová a koncem roku Tři splněná vánoční přání. Obě nás pěkně zviditelnily a přivedly na stopu nakupování u ROSSMANNA spousty zájemců. Letos na dosavadní zkušenosti navážeme a od května poběží velická kampaň zaměřená na prázdniny, dovolené a cestování. Od října by měla být spuštěna kampaň mířící k vánočním návštěvám prodejen.

Nezůstaneme pozadu ani pokud jde o boom nových technologií. Velmi pečlivě chystáme e-shop jako další z prodejních kanálů. Umožnit by měl například pohodlný nákup i v místech, kde nemáme prodejnu.

Před časem jste vsadili na světovou udržitelnost a společenskou odpovědnost. Jaké kroky jste v tomto směru podnikli?

Aktivity spojené s těmito pojmy jsou pro nás nesmírně důležité a nacházejí se ve vlnu strategie obou našich mateřských společností. Za německou mateřskou společností ROSSMANN, která se jmenuje po jejím majiteli panu Roßmannovi, jenž je štedrý k těm, kteří pomoc potřebují, snad jen to, že si osobně jeho postoje nesmírně vážím. Mnohým našim krokům dává směr, jeho úvahy jsou více než nadčasové. Jeho osobní životní filozofie se ztotožnila s firemní: udržitelnost a společenská odpovědnost jsou základem, bez něhož v budoucnu podnikat nebude možné. Náš druhý vlastník, společnost AS Watson se sídlem v Hongkongu má obdobný postoj. Právě jsem se vrátil z týdenní celosvětové konference, kterou firma pořádala pro své věrné dodavatele.

Jedním z nosných témat, o kterém šéfové hovořili, byla právě udržitelnost. V panelových diskuzích vystupovali ředitelé nadnárodních firem, jako jsou Unilever či L'Oréal. Tyto firmy jsou na trhu desítky i stovky let. A všichni se shodli, že bez udržitelnosti by jejich firmy dalších sto let prostě nemohly fungovat. Naše asijská mateřská společnost působí na trhu už 175 let a v poslední době dala vzniknout řadě projektů právě zaměřených na ekologii, ochranu životního prostředí. Její reprezentanti si uvědomují, že smyslem businessu dnes už není



generovat zisk za každou cenu, ale něco hodnotnějšího – možnost přežít a vytváření podmínek k němu. Znamená to i společnosti něco vracet, aby se zachovaly podmínky rozvoje. Jeden z našich stěžejních projektů v České republice je ten, který se jmenuje ROSSMANN Inspiruje. Co to znamená? Že se chceme inspirovat navzájem: vedení své zaměstnance a obchodní partnery, zaměstnanci své zákazníky atd. Aby se chovali příkladně, šetřili zdroje, vhodně zacházeli s materiály, neplývali, mysleli na přírodu i na své nejbližší. Letos jsme se zároveň stali partnerem významné konference Global Summit 2030, kte-

rá má za cíl upozornit na téma udržitelného rozvoje.

Projevuje se to také v sortimentu? Jak se dá odhadnout nákupní chování lidí? Třeba vázané k filozofii ekologického chování?

Zcela určitě se to do nabídky promítá stále hojněji. Rozšiřujeme například program ekočističů. Prací a úklidové prostředky vybíráme z nabídky eko. Jsme dokonce jedni z prvních, kdo takové zboží na trh uvedl. Velice si na druhé straně vážíme toho, že čeští občané na tento trend pozitivně reagují. Nastupující generace už tyto výrobky přímo vyžaduje. Mladší zákazníci mají přesně nastudované, z čeho se takové produkty mají skládat, co je jejich předností, vědí, proč je chtějí kupovat. To je obrovský posun v myšlení. Není už při tom rozhodující cena, ale i to životní prostředí, které se snaží tito lidé vnímat a chránit. Souvisí to se zdravým životním stylem. Je to skok od kvantity ke kvalitě. Každá doba je něčím charakteristická – ta naše tím, že si začínáme postupně uvědomovat, že zemi nelze jen drancovat a znečišťovat, ale že k obnově vody, půdy, ovzduší musíme něco udělat, chceme-li se mít alespoň tak dobře jako nyní. Takže udržitelnost v nabídce prodejen ROSSMANN je naše prvořadá záležitost.

Vy sám nesmírně rád nakupujete. V prodejnách jakého zaměření? Jsou to obory pro kutily, potraviny, nábytek, zahradnické potřeby, oděvy nebo jsou vaším cílem spíše obchody značky, již zastupujete?

Pro mne osobně je to především radost. Nakupování je fantastické divadlo, v tom nejlepším slova smyslu. Zní to možná divně, ale





hned to vysvětlím. Mně nezáleží na tom, jestli jdu koupit pár věcí sám, zda nakupuji třeba s manželkou, nebo jen tak pozoruji ostatní, jak vkládají věci do vozíku, co si při tom říkají, jak se tváří. Zajímá mě samotný proces této činnosti. Lidé nakupují a zpravidla si tím dělají radost. Mají radost z toho, že si koupili nové boty, čerstvý chléb, šampon na vlasy s jedinečnými parametry. Prostě člověk si obstaral něco, co ho potěší. Nejde o tzv. hromadění věcí, ale o pořízení si toho, co potřebuji, co se mi líbí, co bych rád vyzkoušel, co mne přivede na jiné myšlenky. Mám stejnou radost, když vidím, jak si mladičká dívka kupuje oční stíny a rtěnku, zkouší, co jí nejvíce bude slušet, baví se u toho. Jde o sdílenou radost. Vnímám vztah člověka a nakupování. A zpět k naší profesi – těší mne, když i naši zaměstnanci mají radost z toho, jak lidé v jejich prodejnách nakupují. Ten, kdo nemá radost z nakupování, by neměl pracovat v retailu.

To zní už nějak magicky...

Myslím, že ne. Já třeba už od školy věděl, že bych rád pracoval v obchodě. Snad proto se mi to splnilo. V obchodním prostředí se cítím bezvadně, rád navštěvuji naše jednotlivé prodejny, pozoruji, co se tam děje, povídám si s kolegy o tom, co se jim podařilo a s čím třeba naopak nemohou hnout. A snažím se to řešit, protože si myslím, že když společně budeme přemýšlet, co zlepšit, vždycky najdeme cestu. Jen se nesmíme bát.

Když tedy zavítáte do prodejny ROSSMANN, nač myslíte?

Zásadně nespolehám na to, co se dozvím od přímých podřízených. Tedy obrázek si skládám i z toho, co vidím přímo na prodejně. Ptám se, co tam personál těší, co prodavačky vyložené

štvě. Co je nadchlo, jakým rozhodnutím jsme jim z vedení naopak přidělali starosti. A jsem rád, když se neobávají to sdělit. Někdy si zaměstnankyně na prodejnách myslí, že jsou jejich potíže neřešitelné, bojí se o tom hovořit. Přitom stačí tak málo a věc je vyřízená. Vztahy, pořádek, obrat, sortiment, vše je o komunikaci, nic víc. Všechno jde. To platilo a platit bude. Jen je třeba na to pohlížet s optimizmem.

Nevadí vám časová náročnost nakupování, anebo je to potěšení, které nezná hranic?

Jediné, co mne trápí, že nemám tolik času, kolik bych ho rád měl. I na to nakupování. Kdyby to šlo, strávil bych v prodejnách času daleko více. Nevadí mi chodit nakupovat s vlastní ženou. To muži někdy přímo nesnášejí. Nevadí mi, když jedu večer domů, nakoupit vždy čerstvé potraviny. Pro mne je to pokaždé pohoda a často zážitek.

Je to tedy svým způsobem relaxace, objevování novinek, nebo profesní deformace?

Asi obojí. Ve vzájemné harmonii. Svým způsobem i ta relaxace. Prostým nakupováním si dokážu vyčistit hlavu, přehodit myšlenky manažerské na úplně jinou člověčí rovinku. Řízení firmy je dnes hodně náročný proces a dny jsou podvědomě nabitě zodpovědností a stresem. Hledám spojení příjemného s užitečným: nakupování.

Často nakupuji právě u nás v drogeriích. Nejen proto, že bychom toho doma tolik potřebovali, ale samozřejmě musím vědět, co se děje pod vlastní střechou. Rád se třeba přesvědčím, jak kde funguje tzv. systém aktivního prodeje. Po dokončení nákupu pokladní nabídne nějakou drobnost, která se člověku ještě může hodit. Když kývnu, hned se zeptá: A proč byste si kupoval jen jedno? Vezměte si dvě, pět... Sa-

mozřejmě profesní čest mi nedá, abych odmítl. Tak domů vozím spousty věcí, které nepotřebujeme, a manželka to zase nosí do práce kolegyním. Ony si myslí, jak úžasné vzorečky zboží ROSSMANN má...

Znamená to, že jste ten pravý muž pro rodinný život, jemuž manželka přenechá veškeré starosti s nákupy?

Na to se mne ještě nikdy nezeptal. Ale rodinu ctím. Myslím si, že pro každého je to velké zázemí, které mu dává energii a zároveň smysl života. V nedávné minulosti jako by se význam rodiny vytrácel z naší mysli. V současnosti přicházíme na to, jak je rodina strašně důležitá nejen jako intimní společenství, ale jako psychická opora. Celospolečensky význam rodiny opět stoupá, a to je v dnešním světě plném anonymity a vztahů přes internet hodně důležité.

Manažersky zvládnout život firmy i rodiny nebývá pro mnoho šéfů jednoduché...

Měl bych s vámi souhlasit, ale nechce se mi. Řídím se myšlenkou, že si člověk musí umět poradit a musí být vstřícný, vnímavý a musí chtít. UVědomil jsem si to v roce 2014, kdy jsem se stal finalistou soutěže MANAŽER ROKU 2013. Na pražském Žofíně jsem se tehdy setkal s mnoha řediteli a majiteli firem velkých i těch menších. Každý z nich měl svůj vlastní osud, příběh, úspěchy i prohry. Říkal jsem si, že za vším, co se těm lidem podařilo, stojí pozitivní myšlení, touha udělat něco smysluplného, užitečného, co je dobré i pro ostatní. Jde to, pokud člověk nevidí jen sám sebe. To je i zásada mého manažerského vedení naší společnosti.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Šeky z projektu 5.000.000 Kč

pro dětský úsměv do Thomayerovy nemocnice a neziskovým organizacím

Značka ROSSMANN není jen síť drogerií a parfumerií. Reprezentuje mnoho prospěšných iniciativ, které směřují jako pomoc lidem, kteří ji naléhavě potřebují. Cílem je však nejen pomáhat, ale naladit zaměstnance i zákazníky na stejnou notu: společenskou odpovědnost.

V rámci charitativního projektu 5.000.000 Kč pro dětský úsměv, který každoročně pořádá síť drogerií parfumerií ROSSMANN ve spolupráci s Nadací Naše dítě, byl předán 30. března 2016 v Thomayerově nemocnici šek na 1 400 000 korun. Slavnostního aktu se ujala zakladatelka a ředitelka Nadace Naše dítě Ing. Zuzana Baudyšová spolu s jednatelem společnosti ROSSMANN Ing. Vladimírem Mikelem. Za nemocnici šek převzal primář Novorozeneckého oddělení doc. MUDr. Jan Janota, Ph.D. a ředitel nemocnice doc. MUDr. Zdeněk Beneš, CSc. Zúčastnily se také patronky projektu Alice Bendová, Markéta Hruběšová, Heidi Janků a Tereza Herz Pokorná.

Díky této finanční částce nakoupila Thomayerova nemocnice centrální monitorovací systém s monitory životních funkcí pro šest novorozeneckých lůžek a ventilátor na podporu dýchání novorozenců. Lékaři a sestry tak mohou sledovat životní funkce všech předčasně narozených dětí na jednom zařízení, díky čemuž došlo ke zrychlení a zefektivnění péče. „Všechny tyto moderní přístroje bychom Thomayerově nemocnici nemohli dát nebýt našich skvělých zákazníků, díky kterým se nám v minulém ročníku našeho charitativního projektu opět podařilo vyčíst celkem 5 228 582 korun. Velmi si toho vážíme a doufáme, že se nám podaří vyčarovat úsměvy na dětských tvářích i díky dalšímu ročníku, který nás opět čeká letos v září,“ uvedl Vladimír Mikel.

Každoroční charitativní projekt 5.000.000 Kč pro dětský úsměv se uskutečnil v září 2015 ve všech prodejnách drogerie parfumerie ROSSMANN. Výtěžek větší než pět milionů korun



navýšil celkovou finanční částku, kterou se v rámci všech šesti ročníků podařilo vybrat, na hodnotu 36 028 148 korun.

A také datum 2. března 2016 se zapsalo do historie aktivit společnosti ROSSMANN ve spolupráci s Nadací Naše dítě. Jejich reprezentanti předali finanční příspěvky dvěma vybraným projektům z charitativní akce 5.000.000 Kč pro dětský úsměv. Částkou 700 000 korun byl obdarován Fond ohrožených dětí a jeho tři zařízení poskytující okamžitou pomoc dětem v nouzi, které finanční prostředky využijí na provozní náklady. Celkem 400 000 korun obdržela nezisková organizace Modrý klíč o. p. s., která poskytuje sociální služby dětem i dospělým lidem s mentálním a kombinovaným postižením. Organizace peníze využila na rekonstrukci zahrady, která může nyní sloužit jako bezbariérové kulturní centrum.

„Jsme rádi, že můžeme díky zákazníkům společnosti ROSSMANN, kteří se zapojili do projektu 5.000.000 pro dětský úsměv, rozdávat úsměvy dětem, jejichž momentální životní situace není vůbec veselá,“ komentoval akci Jan Vaněk, ředitel Fondu ohrožených dětí.

„Obdržené finanční prostředky jsme použili na rekonstrukci zahrady, na které se díky tomu mohou všichni naši klienti scházet. Bylo potřeba předělat celý prostor na bezbariérový, vyměnit rozbitou dlažbu pro špatně pohyblivé klienty a upravit pódium, které slouží pro kulturní akce. Pro klienty s těžkým postižením se nám podařilo vybudovat prostor s gumovou dlažbou, kde se tak mohou pohybovat bezpečně. Celkové využití zahrady je tedy velmi multifunkční,“ vysvětlila Milana Remarová, ředitelka organizace Modrý klíč o. p. s.

„Opravdu nás těší, že se shromážděné peníze podařilo organizacím vhodně proinvestovat a že pomoc nemocným a ohroženým lidem dostala reálné tvary. Nic z toho by nebylo možné, kdyby nás nepodpořili naši skvělí zákazníci,“ zdůraznil jednatel společnosti ROSSMANN Vladimír Mikel.

Největší část z loňského výtěžku putovala na pořízení přístrojů pro novorozenecké oddělení vybraných nemocnic. Příspěvek v celkové výši 2 820 000 korun získala Thomayerova nemocnice, Fakultní nemocnice Ostrava a Krajské nemocnice Tomáše Bati. (tz)



Nový ropný koncern vytvoří studenti



Zdravka Demeter Bubalo



MOL je značka mezinárodní ropné a plynárenské společnosti, s níž se stále častěji setkáváme i v České republice u čerpacích stanic. Vedle kvalitních produktů a služeb je

spojována s propracovanými projekty, jimiž oslovuje a získává studenty a mladou generaci. A především o nich jsme si povídali s viceprezidentkou pro lidské zdroje Skupiny MOL Zdravkou Demeter Bubalo.

Skupina MOL má propracovaný způsob, jak si připravit a získat vhodné spolupracovníky. Můžete popsat, co se skrývá za studentskou soutěží Freshhh?

Freshhh je mezinárodní online studentská soutěž ve formě hry, v níž studenti v tříčlenných týmech musejí od základů vybudovat novou ropnou společnost, činit rozhodnutí ve výzkumných a vývojových projektech a nalézt nejlepší portfolio produktů k zajištění co nejvyššího zisku. Pět nejlepších týmů se bude moci účastnit živého finále, mít možnost vyhrát celkem 25 000 eur a získat nabídku zaměstnání v mezinárodním týmu Skupiny MOL.

Vyvrcholení studentské soutěže Freshhh se uskuteční v tomto roce v Praze. Prozradíte, co bude finále Freshhh předcházet?

Pražského živého finále se bude moci účastnit pět nejlepších týmů ze soutěže Freshhh. Onlinová soutěž je rozdělena do dvou kol a účast-

níci musejí ve hře čelit různým problémům ze skutečné praxe v ropném a plynárenském průmyslu a podle toho, jak dobré řešení naleznou, dostávají body. Po onlinové hře bude pět týmů, které získají nejvíce bodů, pozváno na živé finále, aby tam prezentovaly případové studie porotě sestávající ze senior manažerů Skupiny MOL. Akce se zúčastní i top management Skupiny MOL, aby podpořil talentované studenty.

A jak se chystáte na pražské finále Freshhh, na co se mohou účastníci těšit?

Toto klání se uskuteční 25. května. Půjde o celodenní akci skládající se z prezentační části ráno a závěrečné soutěže odpoledne. Během prezentační části bude pět nejlepších týmů popisovat svůj návrh řešení případové studie z ropného a plynárenského průmyslu. Během odpoledne budou týmy soutěžit v modelových situacích ze skutečného businessu. Management Skupiny MOL poté jejich výkony vyhodnotí, a najde tak největší talenty.

MOL si vytvořil i velmi účinný absolventský program Growww. Jak dlouho už tento mezinárodní projekt běží, co vám přináší a jak se v čase proměnil?

Mezinárodní oceněný program pro absolventy, Growww, běží již od roku 2007. Jde o program, který nadaným absolventům dává možnost začít kariéru v mezinárodní ropné a plynárenské společnosti, získat pracovní zkušenosti pod vedením profesionálů a osvědčit se v multikulturním pracovním prostředí. Během intenzivního jednoletého programu studenti získají vědomosti o odvětví účasti v kurzu Business Education Programme (BEP) a vytvoří si profesionální vztahy. Každý mladý profesionál je mentorován starším kolegou. Od svého začátku přivedl program do naší společnosti více než 1700 mladých profesionálů, čímž výrazně obohatil řady našich talentů.

V souladu s očekáváními generace Y se snažíme soustavně vylepšovat náš program a přinášíme další možnosti pro rozvoj měkkých dovedností, interaktivní a online vzdělávání a networking.

Kolik absolventů jste díky Growww získali a na jakých pozicích pracují? Zapojili se úspěšně i Češi?

Po ukončení programu většina jeho účastníků pokračuje ve své kariéře ve Skupině MOL na odborných nebo specializovaných pozicích v obchodních a výkonných oblastech napříč celou Skupinou MOL. Od prvního spuštění programu Growww v roce 2007 bylo přijato 1770 jeho účastníků a téměř 40 % účastníků programu bylo ve společnosti povýšeno. V České republice jsme za posledních pět let zaměstnali osm mladých talentů a letos s radostí oznamujeme šest nových pozic v rámci programu Growww v Praze pro rok 2016. To ukazuje, že český trh považujeme z hlediska činnosti firmy za klíčový.

Petrochemie a výroba pohonných hmot je převážně maskulinním oborem, přesto MOL zaměstnává i ženy. Vedou si dobře? A nemáte problém obsadit technické pozice kvalifikovanými pracovníky tak jako jiné firmy v ČR?

Ženy si ve Skupině MOL vedou velice dobře. Program Growww také pomáhá ženám urychlit profesionální růst a minulý rok přijal obzvláště vysoký podíl uchazeček. Skupina MOL je velmi pyšná na to, že podíl žen v programu Growww je nad 35 %, což je výrazně nad průměrem v rámci odvětví i společnosti. Letos se tento počet budeme snažit ještě zvýšit.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Dvě třetiny českých firem umožní práci z domova

Dvě třetiny (66 %) českých firem dovolí svým zaměstnancům, jejichž povaha práce to umožňuje, pracovat z místa, které si sami zvolí. Dokonce je v tom podporují zaváděním nejmodernějších technologií, které práci na dálku umožňují. Ukázal to průzkum poradenské společnosti PwC ČR mezi více než stovkou šéfů nejvýznamnějších tuzemských firem.



„Práce na dálku začíná být trendem v celém světě a české firmy se snaží nezůstat pozadu. Ve své podstatě jde o vzdálenou komunikaci a spolupráci v reálném čase pomocí moderních informačních technologií. Nejde tedy jen o práci z domova, ale například i od zákazníka, z oblíbené kavárny či z vlaku,“ vysvětlila Andrea Linhartová Palánová, odborníka na řízení lidských zdrojů ze společnosti PwC ČR.

Práce z domova má mnohé výhody, avšak nemusí být vhodná pro každého. Aby byla práce z domova či na dálku efektivní, je třeba dodržet několik zásad:

- ✓ Mít kvalitní a rychlé připojení k internetu, výkonný počítač nebo tablet a e-mail.
- ✓ Mít bezpečné vzdálené připojení k firemním datům a dodržovat pravidla pro bezpečnou práci s daty.

- ✓ Mít alespoň středně pokročilou znalost práce s počítačem.
- ✓ Mít sebedisciplínu a motivaci, nenechat se snadno rozptylovat, být zodpovědný a dodržovat domluvené termíny, dokázat samostatně pracovat.
- ✓ Mít vhodný prostor na práci, např. domácí pracovnu nebo jiné klidné místo

„Ne každému zaměstnanci tak práce na dálku vyhovuje a stejně tak ne každý manažer umí řídit a motivovat svůj tým na dálku. Ideální kandidát na práci na dálku nejen dokáže ovládat výborně moderní informační technologie, ale má silnou vnitřní motivaci, je samostatný a dokáže si potřebné informace ke své práci sám dohledat. Pracuje rychle a plní své úkoly včas, umí plánovat dopředu a efektivně si organizuje čas.“

Zároveň nemá potřebu být neustále v kolektivu,“ potvrdila Andrea Linhartová Palánová.

Jaké hrozí nástrahy práce na dálku?

- ✓ **Technologické:** selhání techniky, výpadek internetu, výpadek proudu, nefunkční hardware či software, zabezpečení dat pro vzdálený přístup
- ✓ **Lidské:** komunikace a nastavení očekávání, chybějící fyzický kontakt s kolegy v týmu, neochota se přizpůsobit, řízení a motivace vzdáleného týmu, nedůvěra, nastavení úkolů a systému hodnocení a odměňování, znalost zákoníku práce, motivace a samostatnost, sebedisciplína jednotlivců

„Největším rizikem práce z domova paradoxně není to, že by se zaměstnanec flákal, ale spíše to, že mu budou chybět potřebné informace nebo že nebude v kontaktu s týmem či nadřízeným. Stále významnější otázkou je také bezpečnost přenosu dat, která si se zaměstnavatelem vyměňuje. Samostatnou kapitolou je pak oddělení osobního a pracovního života. Zaměstnanec si musí doma zorganizovat prostor pro práci a nastavit pravidla pro rodinu tak, aby je respektovala,“ dodala Andrea Linhartová Palánová. (tz)

INZERCE

ISANA®

Novinka,
která Vás nadchne!

Privátní značky
ROSSMANN

Mademoiselle Raspberry
nebo Lady Lemon & Mr. Mint
sprchový krém pro ženy,
2 druhy, 500 ml



Jarní detox s MatchaTea.cz

Jarní detox je téměř kouzelné slovní spojení. Skrývá v sobě chuť probudit se ze zimního spánku a připravit se na prosluněné dny plné energie. Často si dáváme novoroční předsevzetí, která nedodržujeme, a poslední dny zimy jsou tak další příležitostí udělat něco pro sebe. Nepropáštěte tu svou a dopřejte si ještě krásnější jaro s MatchaTea.cz.

Probouzení přírody je odjakživa spjaté se zelenou barvou, která je pro nás symbolem života, mládí, bezpečí i naděje. Abychom tento pocit umocnili, přidáváme do jídelníčku stále více zelené i pestrobarevné zeleniny a ovoce. Jak si ale poradit s pitným režimem? Voda je sice základ, na kterém musíme stavět, ale chybí v ní prvky, které najdeme jinde. Například v čajích. Ty působí blahodárně nejen na naše tělo, ale i mysl. „Čajové rituály mají své místo především v asijských zemích, které jsou pro nás poměrně vzdálené a exotické. Ale i obyčejně připravený šálek čaje nám může pomoci se zklidnit, udělat si alespoň pár minut jen na sebe a své myšlenky,“ vysvětlil Petr Patočka ze společnosti Čajová květina, s.r.o., která je největším českým dodavatelem čaje Matcha v biokvalitě. Právě myslet na sebe a nevěnovat se jen fyzickým, ale i psychickým potřebám, je u jakékoli očisty velmi důležité. Duševní pohoda totiž se zdravým tělem velmi úzce souvisí.

Japonský jemně mletý čaj Matcha vyniká svou krásně zelenou barvou i netradiční chutí. Díky svému složení je vhodný nejen pro detox, ale i každodenní popíjení. Katechiny (obzvláště EGCG) pomáhají v boji s rakovinou, aminokyselina L-theanin podporuje tvorbu hormonů dopaminu a serotoninu, které zlepšují náladu, posilují paměť, navozují pocit uvolnění bez ospalosti a poradí si i se špatnou koncentrací. Jedna miska čaje MatchaTea navíc obsahuje dostatečné množství vlákniny, bílkovin, draslíku, vápníku, železa i vitaminů A a C, které za-

jistí správné fungování našeho těla a jeho imunitního systému.

Pro detoxikaci organismu s čajem Matcha je důležitou složkou chlorofyl. Látka, kterou si všichni pamatujeme z přírodovědy na základní škole. Zelený pigment, díky kterému má MatchaTea svou charakteristickou barvu, vzniká během posledních týdnů pěstování čaje. Rostliny čajovníku jsou zastíněny, aby chráněné před slunečním světlem vyprodukovaly více zmíněného barviva. Chlorofyl má totiž schopnost z našeho těla „vypláchnout“ těžké kovy i chemické toxiny.

Příjem tekutin je velmi důležitý pro celkové zdraví člověka, a to nejen při detoxu. Kromě čisté vody je dobré pít i neslazené zelené či bylinkové čaje. Dodají tělu další potřebné látky, a navíc pitný režim osvěží a zpříjemní. Čaj Matcha nemusíte připravovat jen podle receptů starých japonských mnichů. Tedy jemný čajový prášek za-

lít vodou okolo teploty 80 °C, dobře rozmíchat nebo protřepat v šejkru a vypít. Můžete jej smést přidat i do smoothie z ovoce a zeleniny, bílého jogurtu, snídaňové kaše nebo chia pudingu či se naladit na nadcházející teplé dny Matcha nanukem z nízkotučného jogurtu.

Při péči o tělo se nezapomeňte zaměřit i na svou pokožku, která je odrazem našeho zdraví. Využití čaje jinak než k popíjení není žádnou novinkou. V kosmetice mají své místo extrakty černého, zeleného i bílého čaje. Matcha čaj povzbuzuje přirozeně ozdravné a omlazující procesy v pokožce, bojuje proti volným radikálům, působí protizánětlivě, a dokáže významně pomoci dokonce i s akné. „Naší prioritou je nabídnout zákazníkům kvalitní čaj Matcha k přípravě lahodného nápoje, ale byla by škoda nevyužít jeho vlastností i v dalších oblastech. Nabízíme proto i čistě přírodní krém a olejové sérum obohacené o MatchaTea,“ vysvětlil Petr Patočka. Kosmetická řada MatchaTea Karité je vhodná pro citlivou i vysušenou pokožku. (tz)



Koho a co mám ráda

Nezaměnitelné vestičky Elisha



Která žena by nemilovala oděvy, které jsou nadčasové a padnou jí jako druhá kůže? Žádnou takovou neznám. Sama bych lhala, když bych tvrdila, že mne móda, která skutečně sedí a ladí nejen s křivkami, ale i osobností, nezajímá. Na přehlídce českých módních designérů v Praze (koná se vždy na jaře a na podzim) Grace'n'Glamour jsem měla možnost seznámit se s Eliškou Tomkovou, která stojí za značkou Elisha. Když jsem poprvé proběhla kolem kolecké, musela jsem se nakonec vrátit a zastavit. Krásné vesty v „mých“ barvách byly něčím, co lahodilo mému oku i stylu odívání. Obdiv si zasloužil nejen promyšlený střih, materiály, ale i celkové zpracování. Co mne však na tomto kousku oblečení zaujalo nejvíc, je způsob, jakým se dá kombinovat – můžete se proměnit v business animal, bohémsky rozvzlátou bytost, ležérní bohyni. Skvěle vystřídá sako a oživí outfit, dodá mu šmrnc a trochu rebelského nádechu. Přestože byly vesty trendem poslední sezony, ty z dílny Elišky Tomkové si rozhodně těžko spletete s něčím jiným. Jde o kousky, které vyznačují nezaměnitelného génia.

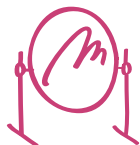
Kateřina Šimková

Salamander pojal kolekci pro jaro a léto 2016 nadčasově hravě

Je to několik dní, kdy české zastoupení společnosti Salamander představilo v Praze novinářům trendy na nadcházející jarní a letní sezonu. Obuv, kterou naleznete v sortimentu, nekupujete na jeden měsíc. Kvalita je to, oč tu běží. A jak se tedy letos snoubí právě skvělé materiály a precizní zpracování s ódou na teplejší období roku? Pastelové barvy už jsou synonymem jarních měsíců. Vynikají úžasné především na lodičkách. Typické pro ně jsou jednoduché tvary, které jsou přímo předurčené k tomu, aby si jejich nositelka i společnost, v níž rozdává své já, užívaly příjemných chvil na délce narůstajících dnů a kratších nocí. Na své si přijdou i všechny osobnosti, které nedají dopustit na ležérní eleganci námořnického stylu. V létě jej považujeme za evergreen, který z módy určitě nevyjde. Kdo by se také divil? Vždyť přímo přivolává pocit dovolené na jachtě, procházky po riviérách a pocit, že se stále více přibližujeme obzoru příjemné večerní letní pohody. V Salamanderu letos vsadili na sandálky a lodičky s otevřenou špičkou s rafinovanějším designem. Kovové aplikace, ať už zdobí podpatky, nebo svrchní část obuvi, výrazné červené a modré odstíny, hladká ušně s texturou, pohodlná výška podpatku. Bezvadně doplní zcela jednoduchý outfit sestávající pouze s pruhovaného trička či topu, kalhot úzkého střihu a sáčka, například s dvouřadým zapínáním. Bylo by libo trochu retra a extravagance? Pak se nebojte a sáhněte po páru s puntíky v černobílém, která díky prvkům v růžové u nízké varianty a červeným u té na vysokém podpatku rozhodně působí hravě, elegantně a rošťácky zároveň. Já sama bych však nepohrdla jednoduchými tmavě modrými nebo růžovými lodičkami s výraznou špičkou. Hodí se ke všemu a ženu dělají ženou za všech okolností. Dokonalost v jediném, možná dvou párech bot.

Kateřina Šimková





Tip pro vaše svěží já

Určitě chcete vypadat zdravě, svěže, šťavnatě...

Věnujte čas péči o oční okolí s kosmetikou GERnétic, dobře vás to naladí



„Okno – do duše okno“ říká jedno z přísloví. Člověk nemusí moc mluvit, jeho oči mnohé prozradí samy.

Očima lze vyjádřit lásku, něhu, radost, ale také smutek, zlost a další emoce. Na pokožce kolem očí se odráží únava, nevyspání, vyčerpání, nemoc. Oči jsou nejvýraznějším prvkem našeho obličejce. Na očích i celém očním okolí poznáme, zda se setkáváme s člověkem, který je pozitivně, nebo negativně naladěný. Proto bychom se měli o oči a jejich okolí dobře starat. Nejen nákupem dekorativní a kráslicí kosmetiky, ale především se zaměřit na péči o tyto partie.

Pokožka očního okolí je totiž velmi jemná a tenká, neobsahuje mazové žlázy, proto je suchší, křehčí a snadno náchylná k dehydrataci. Většinou bývá, kvůli vlivům vnějšího prostředí, jako první postižena procesem stárnutí. Pleť ztrácí pevnost a pružnost a objevují se první vrásky, mnoho žen trpí i ranními otoky očí, které jsou nepříjemné, často způsobují pocit únavy. Nejde také o to potlačit prvky únavy, ale řešit ji vhodným způsobem. Aby posléze naličení očí bylo perfektní, je nutné o oční okolí dobře pečovat v ranních i večerních hodinách. Ráno je třeba pokožku zabezpečit hydratací a ochranným denním krémem. Večer nesmíme zapomenout na dokonalé odstranění líčidel a prostřednictvím dobrého krému dopřát pleti vše, co pro zdraví a krásu potřebuje a dát jí ještě něco navíc. Vyberte si z nabídky ošetření očního okolí GERnétic. Vyzkoušejte speciální masáž, která projasní a oživí tyto oblasti obličejce, nechte svou po-

kožku vstřebávat vitaminové koktejly, které doplní potřebnou výživu. Dokonalá péče a přípravy GERnétic jsou zárukou skvělého výsledku.

Ošetření určené k odstranění otoků a vřásků pod očima

Ošetření zajistí zpevnění citlivé pokožky očního okolí, odstraní vřásky pod očima, zamezí hromadění tekutin kolem očí, zjemní a vyhladí jemné vrásky a zamezí tvorbě dalších. Pokožka bude dokonale vyživena a ochráněna před působením volných radikálů. Pro dosažení maximálního efektu doporučujeme toto ošetření absolvovat jako intenzivní kúru – deset ošetření (1–2krát týdně).

Projasnění a vyhlazení vrásek s MARINE LINE

Hlubkově čistící a vypínací kúra pro oční kontury. Působí proti stárnutí, únavě, redukuje kožní vřásky a temné kruhy pod očima, odstraňuje vějířky vrásek kolem očí. Tonizuje, revitalizuje. Doporučujeme absolvovat v týdenních intervalech, dokud se oční okolí nevyrovná.



Luxusní nabídka zlaté řady LES PARFAITS – hluboká revitalizace

Ošetření přináší jemné pokožce očního okolí maximální komfort a péči. Chrání kolagenovou a elastinovou strukturu, redukuje přítomnost volných radikálů, zlepšuje cirkulaci krve. Po ošetření je pleť svěží a hebká, jemné vrásky jsou zredukovány na maximum. Toto ošetření doporučujeme využít i před slavnostním naličením.

Součástí každého typu ošetření může být i speciální masáž očního okolí určená k hluboké revitalizaci a projasnění těchto partií. (red)

Seznam salonů GERnétic najdete na www.gernetic.cz.

GERnétic udržuje pleť v dobrém stavu. Je to kosmetika pro krásu, zdraví, pohodu a příjemný pocit.

www.gernetic.cz

Staňte se našimi fanoušky:

www.facebook.com/GERnetic.cz



Fejeton

Chvála starých časů – kousek člověčiny

Jako kluk jsem snil o velkém světě. Chtěl jsem utéci z nudné všednosti do vzrušujícího prostředí, kde oslňují světla velkoměsta, ohromují mrakodrapy. Co bylo tehdy cenné, bylo i vzdálené, nedosažitelné. Čas plynul pomalu, neuspokojená touha narůstala bez reálných nadějí na změnu.

Přesto jsem se dočkal. Nastala doba neomezených možností, která zkrátila dálky, šířky a výšky, otevřela hranice mezi sněním a skutečností. Jenže jsem mezi tím zestárl. Asi tím poznáním, novou zkušeností. A zároveň mizely touhy po vzdálených horizontech, krajinách a městech s domy, tyčícími se až do oblak. Mrakodrapy, které vyrostly i u Vltavy, už neohromují. Pohled na město z 22 podlaží uchvátí jednou, pak zevšední. Zůstane chlad, odciženost skla, oceli i lidí. Zdání luxusu, jež zdi vydechují, omrzí. Ani drahé hotely už pro mě nemají kouzla neodolatelnosti. Jejich lesk studí, v pokojích vládne cizota. Personál se chová odtažitě – profesionálně, hosté se tváří znudě-

ně. I živé květiny vypadají uměle. A všechny jsou proto stejné, ať se jmenují jakkoli, stojí kdekoli a honosí se čímkoli.

To, co hledám dnes, jsem našel jinde. Nedávno jsme se vypravili s partnerkou na pár dní do hor. Ubytování jsme vybírali na internetu. I když náš hotýlek budil na webových stránkách dobrý dojem, vstupovali jsme do něj s určitými obavami. Co nám může za pár korun nabídnout?

Ano, od počátku pobytu bylo jasné, že nějaké pohodlí a moderní služby nejsou jeho silnou stránkou. Ale postele byly bytelné, povlečení čisté, okna se dala zavřít, i když škvírami lehce táhlo. Teplá voda tekla, záchod splachoval, žárovky svítily. Kuchyň i jídelna už zažily lepší časy, ale obsluha se snažila vytvořit příjemné, domácké prostředí.

Druhý den nás recepční, která musela zastat i práci účetní a ficky, překvapila radostným zvoláním: „Klukům se podařil výborný guláš!“ Měla pravdu. Uvítali jsme to lehkým pousmá-

ním podobně jako naši spolubydlíci. Když jsme je později potkali u lanové dráhy, dali jsme se s nimi bez ostychu do řeči. Byli to stejní lidé jako my. Nenároční a spokojení. Nečekali jsme, že v levném horském hotýlku strávíme tak milé chvíle. Ale odjížděli jsme s ujištěním, že se tam vrátíme zas. Ne snad na stejné místo, ale do stejného prostředí, mezi stejné lidi.

Co nás tam vlastně dostalo? Snad kouzlo starých časů, kdy jsme bývali mladí, dychtiví a toužící, vděční za málo. Ale nebyla v tom jen nostalgie, která nám vhání slzičky dojetí do očí, když potkáme po letech starého známého nebo uvidíme v televizi pořad pro pamětníky. Dostalo se nám pod kůži něco, co se nedá koupit ani za velké peníze ani vydupat ze země sebehlasitějším marketingem.

Možná by se to dalo nazvat kouskem člověčiny. Dnes už se moc nenoší, ale když ho potkáte, udělá vám radost. Potěšení z toho, že ještě je.

Pavel Kačer

Ženy v českém průmyslu přibývá

Ženy se začínají v tuzemsku stále více prosazovat v takzvaných mužských oborech, jako je strojírenství nebo stavebnictví. Zatímco v roce 2013 pracovalo dle ČSÚ v průmyslu 21,9 % z celkového počtu zaměstnaných žen v České republice, o rok později to bylo již 22,6 %. V roce 2014 tak Česko dosáhlo nejvyššího podílu žen zaměstnaných v průmyslu z celé Evropské unie. Přestože ženy nejčastěji pracují na pozicích v administrativě a ve výrobě, přibývá i žen na specializovaných pozicích.

Dlouhodobě se podíl žen pracujících v průmyslovém odvětví v České republice pohybuje nad 20 %, nejvíce jich pak pracuje ve službách, nejméně naopak v zemědělství. Počet žen ve zpracovatelském průmyslu stoupl z více než 430 000 v roce 2013 na 452 000 v roce 2014. Ženy zaměstnané v průmyslu aktuálně tvoří přibližně pětinu z celkového počtu zaměstnanců v daném odvětví. Česká republika tak patří k zemím s nejvyšším počtem žen zaměstnaných v průmyslu. Nárůst zastoupení žen v technických oborech registrují i české strojírenské a stavební společnosti. „Od roku 2010 stoupl počet žen pracujících ve společnosti Lomax o 5 %. Podíl žen v letošním roce činí 18 %,“ potvrdil trend

Miroslav Kubík, jednatel společnosti Lomax, která vyrábí garážová vrata a venkovní stínící techniku. „Důvodem k navýšení počtu i podílu žen ve firmě je zejména automatizace výroby a zavedení specializovaných pracovišť,“ upřesnil Miroslav Kubík. Zvyšující se zastoupení žen v technických oborech je přitom patrné také v oblasti strojírenství. „Od roku 2010 se podíl žen zaměstnaných v rámci koncernu ZKL postupně zvyšuje. Za posledních pět let se podíl žen zvýšil o 2 %,“ dodala Lada Heydová, personální ředitelka společnosti ZKL, která je jedním z největších exportérů v oblasti strojírenství v tuzemsku. V ZKL v současnosti pracuje 40 % žen z celkového počtu zaměstnanců. Nejvíce je jich stále zaměstnaných na administrativních pozicích, kde vykonávají posty účetních, asistentek či personalistek. „V rámci administrativních a řídicích pracovníků tvoří ženy 42 %,“ upřesnila Lada Heydová s tím, že ve výrobě pak pracuje největší podíl žen na montáži, kontrole kvality, expedici a ve skladech, lze najít však i ženy na pozicích brusíček, konstruktérek a seřizovaček strojů. Podobné rozložení žen ve firmní struktuře potvrzuje i Miroslav Kubík ze společnosti Lomax. „Třetina žen pracuje v obchodním oddělení na pozicích referentek či asistentek a více než čtvrtinu žen byste našli ve výrobě,“ potvrdil.



Přestože ženy nejčastěji pracují na administrativních pozicích a ve výrobě, podle odborníků jich stále více přibývá i ve specializovaných funkcích. „Již zhruba 15 % žen v současnosti vykonává např. pozice inženýrka kvality, nákupčí, logistička, procesní inženýrka, technoložka či vedoucí výroby,“ uvedla Gabriela Kodenková z personální agentury Talentica zaměřující se na nábor technických pracovníků. Na zvyšování počtu žen na technických pozicích má podle ní vliv několik faktorů. „Situaci ovlivňuje například poptávka na trhu práce, větší perspektiva uplatnění do budoucna, ale také zeslabování stereotypního přemýšlení, že ženy na technické pozice nepatří,“ doplnila Gabriela Kodenková. (tz)

INZERCE

Plyšák nebo kostým maskota na míru?

NENÍ PROBLÉM!

Rádi byste věnovali svým obchodním partnerům osobitý dárek? Chcete oživit propagaci své firmy nebo sportovní události pomocí animovaného maskota? Potřebujete do vánoční výlohy soba v životní velikosti?

Moravská ústředna, firma s více než stoletou tradicí, je známá především tím, že vyrábí plyšové a textilní hračky s motivy nejznámějších českých pohádkových postav, jako jsou např. Krtek, Rákosníček, Čtyřlístek, Večerníček nebo třeba Hurvínek.

Kromě svého stálého sortimentu se ale zaměřuje i na zakázkovou výrobu. Jen pro představu – tematické plyšové dekorace, které občas vidíte ve velkých nákupních centrech, nejen u nás, ale i v zahraničí, pocházejí z dílen této brněnské firmy. Stejně tak třeba kostýmy maskotů různých značek nebo např. sportovních klubů. Možnosti zakázkové výroby jsou opravdu široké, ať už potřebujete vyrobit propagační předměty jako přívěšek na klíče, nebo plyšáka s vaším logem...

Pro bližší info nebo
poptávku pište na
obchod@mubрно.cz
nebo volejte na
+420 547 101 911

www.mubрно.cz



Moravská ústředna Brno, d.u.v. ● Bohunická 576/52, 619 00 Brno
tel.: +420 547 101 981 ● e-mail: info@mubрно.cz, obchod@mubрно.cz

Novinky pro hříšné mlsání a cesta Fair Trade

Čas od času může člověk zhrěšit. I ve svém jídelníčku. Odborníci na výživu doporučují si to pak nevyčítat, natož si dělat vrásky na čele při samotné konzumaci. Psychika pracuje silně a dokáže ovlivnit způsob, pohodu, s jakou ten hříšný tanec provádíte, jak mlsáte. Nahlédněte společně s námi do výkladní skříně novinek proslulé vídeňské firmy Manner.

Ta uvádí jako inspiraci pro naše pokušení v letošním roce několik novinek. Manner Milch Haselnuss Vollkornflakes jsou křupavé Manner oplatky v praktickém balení na cesty s jemným mléčným krémem v náplni a vrstvou lísko-oříškového krému. Oplatky obsahují křupavé celozrnné vločky. Milch-Schoko-Cocos je zase složen z jemného čokoládového krému a kokosových hoblin, třech vrstev křupavých vafelí a dvou vrstev jemného krému. Oba výrobky mohou být svým praktickým pětadvacetigramovým formátem ideální svačinou. Další novinkou je Manner Orangen Herzen, třívrstvé křehké vafle ve tvaru srdce, spojené dvěma vrstvami jemného pomerančového krému, zalité hořkou čokoládou nejvyšší jakosti. Pro mnohé zákazníky to znamená ideální kombinaci chutí. Do řady nových výrobků z produkce firmy Manner se přidává Manner Wiener Gruß – Manner pozdrav z Vídně. Jde o křehké originál Manner oplatky plněné jemným lísko-oříškovým krémem s jedinečnou chutí Manner Neapolitaner. Jde o novinku v praktickém balení po tři sta kusech, která je vhodná do hotelů a kaváren. Novinka reaguje na poptávku oboru gastro.

„Přestože je Manner tradiční rodinnou firmou s výrobky vyráběnými osvědčenými recepturami přes 125 let, přináší každý rok svým zákazníkům nové chutě, tvary nebo balení,“ uvedl Aleš Aldo Koláček.

ček, obchodní a marketingový ředitel společnosti Josef Manner s.r.o. „Podobně je tomu také v letošním roce. Všechny naše novinky reagují na poptávku ze strany našich zákazníků a na aktuální trendy na trhu. Toto vše je bráno v potaz a následně převedeno do křupavých výrobků, při jejichž přípravě dbáme na používání ingrediencí té nejvyšší kvality. Kakaové boby máme na příklad z vlastní pražírny a na chuť je to znát,“ dodal Aleš Aldo Koláček.

Udržitelnost je pro světoznámou rodinnou firmu Manner již 125 let více než módní slovo. Přes padesát procent použitého kakaa pochází dnes z obnovitelných zdrojů. Do roku 2020 je plánováno převést celou poptávku pro značkové výrobky z domu Manner na udržitelné kakao. Casali banánky v čokoládě jsou k dostání jako Fair výrobek. Kakao, cukr a stejně tak trh s banány jsou převedeny na Fair Trade a označeny Fair Trade pečeti. Tento krok se stal významným také pro výrobce v producentských zemích. Fair obchod zlepšuje znač-

ně jejich životní podmínky a Fair Trade prémie umožňuje udržitelný rozvoj celé společnosti a sociální oblasti, infrastruktury a vzdělávání. „Tímto partnerstvím jsme potěšeni. Férovost v podnikání je pro firmu Manner, tedy pro ty, kteří si uvědomují odpovědnost rodinného podniku, velmi důležité téma,“ vysvětlil Aleš Aldo Koláček. „Díky spolupráci s Fair Trade můžeme podpořit fair obchod, a také plnit přání svých zákazníků. Jsme hrdí, že můžeme použít velkou Fair Trade pečeti na výrobcích, protože všechny suroviny, které můžeme fair získat, také fair nakupujeme,“ sdělil Aleš Aldo Koláček.

V roce 2011 byla odstartována v Manner iniciativa CSR (Corporate Social Responsibility) – společenská odpovědnost firem s důrazem na udržitelnost zdrojů, a to nejen kakaa. Od února 2015 je sortiment Casali Schoko-Bananen vyráběn z Fairtrade certifikované čokolády, banánů a cukru. Díky Fairtrade obchodním podmínkám mohou drobní zemědělci a pracovníci vývojových zemí investovat do své budoucnosti. Po aktivitách firmy v rámci UTZ – neziskové organizace založené v roce 2002, která celosvětově zastřešuje dodržování udržitelného hospodaření s kávou, kakaem a čajem (včetně Rooibos) a udržitelnosti ostatních zdrojů je toto dalším krokem k odpovědnosti, kterou Manner nastavil.

(red, tz)

