

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

listopad 2017



Pavel
Schreiber

Aby fotky neusnuly v počítači

rozhovor na stranách 10–11

Ořechy a vanilkové rohlíčky

Eva Brixí

Když padají vanilkové rohlíčky z nebe
A božský cukrář rozhazuje sladké mámení
Chci líbat jenom tebe
A potom mlsat cukroví
Vánoční pohádky vyprávět
A mít už jenom oříškový svět

Když zaharaší říjen suchým listím
A z ořešáků k zemi
Snáší vítr chytré plody ve skořápkách
Cestuji už jenom podél břehu v starých bárkách
Dnešek jako smyslů zbavený
Hledá kouzla pospolitá
V kuchařských knihách moje srdce čítá
Recepty po babičce zrají
Alchymie cukrářek renesanci prožívají
Vlašské ořechy svou kresbou
Ukazují směr
A mapy světa míří na sever
Zima má již slzy na krajíčku
Sype cukr pro štěstí a na chvíličku
Domácí perník prostírá teplo hřejivé
Já myslím na chutě plné koření a škádlivé
Sbíráám ořechy v údivu a nemám dost
V kapse mi chrástí loučení podzimu pro radost
Dostala jsem víc
Než jsem chtěla
Přiblížila se i naše těla

Louskám si ty ideály
Kypře dokulata tvary
Rozum zůstal stát
A já nevím
Co dalšího pánubohu věnovat

Staré větve ještě starších stromů
Vábí lidi pod střechy a domů
Ujídám těsto z válečků
Z nichž tvaruje se duše vanilkových rohlíčků
Za dveřmi cítím Štědrý den
Který je dárky milostnými dopředu již vykoupěn

Café Charlotte – Eva Nechvátalová: v Železné Rudě špičková cukrařina

Nabídnout vždy něco nového a zaujmout – o to se snažíme vždy, když vybíráme exponáty do České chuťovky a Dětské chuťovky, soutěže pro české potravináře. Letošní vyhodnocení se uskutečnilo 19. října v pražském Senátu. Opět jsme uspěli! Získali jsme Českou i Dětskou chuťovku za Mandlový koláč, Mascarpone dort, Medový dezert s ořechy a Lentilkový dort. Novinářskou cenu jsme si odnesli za Mascarpone dort.

www.cafe-charlotte.cz



Kreativita je srdcem inovačních procesů

Jak nazírat na kvalitu? Jak ji definovat? Co znamená v našem běžném životě? Jak ji vnímají firmy? Prosazuje se do našich činností tak, jak požaduje zákazník, tedy kdokoli z nás? Jak k ní přistupovat, jak ji vnímat, a jak o ní mluvit? Jednu z cest přiblížila prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., místopředsdkyně Rady kvality České republiky. Podílí se na řadě aktivit, které uvádí kvalitu do života, počínaje školstvím a konče výrobními podniky:



Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.

Velký kus profesního života jste zasvětila prosazování myšlenek kvality, a to ze všech úhlů pohledu. Kdy a kde byl první impuls? A proč jste se zaměřila právě na kvalitu?

Pominu-li období po absolutoriu Vysoké školy báňské v Ostravě, její hutnické fakulty, kdy jsem jako mladá inženýrka pracovala ve výzkumu a chodila po halách či dílnách českých sléváren a zabývala se povrchovou kvalitou slévárenských forem a jader, bylo významným impulzem založení první české katedry jakosti, společně s prof. Ing. Jaroslavem Nenáděm, CSc., který se stal jejím prvním vedoucím a která ostatně funguje dodnes. Současná katedra managementu kvality připravuje odborníky, manažery, techniky, auditory a další profese z oblasti systémů kvality pro podnikovou praxi. Navíc ve stejném období, v roce 1993, jsme se skupinkou kolegů z ostravské pobočky ČSVTS (později kolegů z Domu techniky Ostrava) ve spolupráci právě s uvedenou katedrou kvality založili tradiční proslulých ostravských „kvalitářských“ konferencí. Letos se odehrál již 26. ročník. Aktivit v této oblasti, či oblastech, neodmyslitelně spo-

jených s kvalitou, nově např. ve společenské odpovědnosti firem, chystáme právě ve spolupráci s Radou kvality ČR celou řadu.

Kvalitu jste tedy pojala jako směr, který ukázal mnohým odborníkům i novou cestu seberealizace...

Možná i tak by se to dalo charakterizovat. O tom, že jsou takové akce a projekty vyhledávanými, svědčí hodnocení jednoho z velkých guru na podnikové řízení, žel nedávno zesnulého prof. Jaroslava Jiráska, který byl velkým příznivcem těchto iniciativ a který tyto akce označil jako skutečná sympozia, intelektuální hostiny, na kterých společně manažeri „hodují“, což v praxi znamená, že se radí a přou znalci managementu, představitelé průmyslu, dnes i z oblasti veřejné správy, jak věci zvládat lépe. A o tom, že se v Ostravě dělá „skutečná“ kvalita, svědčí především trvalý zájem klientů, možná i z důvodu, že v týmu těchto kvalitářů, kteří akce tradičně zabezpečují, je řada významných pedagogů, oceněných manažerů kvality a nositelů Ceny Anežky Žaludové za mimořádný

osobní přínos v ČR při prosazování myšlenek kvality do praxe. A proč má osobní a prioritní orientace na kvalitu? V jistém věku jsem začala přemýšlet méně o technikálich, více o životě, jeho smyslu, o lidech, jejich hodnotách a postojích a nazvala jsem si tuto orientaci, spíše pro sebe než pro jiné, novou kvalitou života, a to ve všech jejích formách. A uspokojuje mě, že řada aktualizovaných či zcela nově přijatých dokumentů v oblasti podnikového řízení (a nejen jeho) si čím dále tím častěji pohrává s těmito „soft“ pojmy a promítá je ve svých strategiích. Kvalita je všudypřítomná.

Několik let také působíte v pozici místopředsdkyně Rady kvality ČR, která pracuje při Ministerstvu průmyslu a obchodu a je garantem programu Národní politika kvality. Co právě tento projekt české veřejnosti přinesl?

V pozici místopředsdkyně Rady kvality ČR, která dodnes garantuje Národní politiku kvality, nejsem zase až tak dlouho, léta však působím jako předsdkyně jedné z jejích odborných sekcí, je to sekce Kvalita ve vzdělávání. Náš odborný tým je od jeho počátků veden maximální snahou poskytovat v oblasti vzdělávání Radě kvality ČR nejen trvalou zpětnou vazbu, ale zároveň, vždy jak je zapotřebí, odborně posoudit momentálně řešenou problematiku (často na národní úrovni), včetně návrhu možných řešení. Za velmi prospěšnou bych označila participaci našich členů v národních projektech spojených s tvorbou metodik určených pro hodnocení kvality zejména v oblasti terciárního vzdělávání, kde byla řada našich členů zapojena na pozicích významných a akademickou obcí uznávaných expertů.

Byla jste spolutvůrcem speciálního manažerského studia zaměřeného na kvalitu v kontextu kreativity a inovací, známého pod zkratkou MCI – Manažer kreativity a inovací. Letos v říjnu jste spolu s dalšími odborníky zahájili již 10. Akademický rok. Oč přesně jde a k čemu tento netradiční a ojedinělý studijní program slouží?

Na startu tohoto projektu, který dnes zaštiťuje Dům techniky Ostrava, zhruba před deseti lety, kdy gradovaly požadavky na kreativní a inova-

V jistém věku jsem začala přemýšlet méně o technikálich, více o životě, jeho smyslu, o lidech, jejich hodnotách a postojích a nazvala jsem si tuto orientaci, spíše pro sebe než pro jiné, novou kvalitou života, a to ve všech jejích formách.

tivní manažery, jsme se s kolegy snažili najít odpověď na otázku, zda se lze kreativitu naučit. Vzhledem k tomu, že se s ní všichni rodíme (žel, často se vytrácí vlivem výchovy v rodinách, nevhodně voleného vzdělávání), jsme se rozhodli připravit program, který by tomuto požadavku čelil. Ověřili jsme si, že kreativitu se lze naučit, lze ji i úspěšně rozvíjet, a to i přesto, že každý z nás má rozdílné individuální předpoklady předurčené funkcemi svého mozku. Mně osobně dlouhodobě také trápila skutečnost, že jsme si my Češi, historicky velmi kreativní národ, velmi rychle přivykli vše normovat, standardizovat či podřizovat pevně nastaveným pravidlům, a přirozená kreativita se tak z našeho počínání, a to obecně řečeno, rychle kamsi vytrácela.

Dostatečná kreativita rovná se tedy úspěch?

Být rychlý a jít na věc neotřele, a to ve všech směrech podnikových činností, znamená často přežít a úspěch, v opačném případě i konec. Jednoduše řečeno, úspěšní čeští manažeri a podnikatelé se již bez kreativity neobejdou, a tak se stává běžnou praxí stále hlasitější volání nejen po kvalitě a konkurenceschopnosti, ale rovněž po kreativě a inovacích, které se stávají hitem poslední doby i ve vzdělávání. Realizační tým tak postupně na základě tuzemských, ale i zahraničních zkušeností zkoncipoval výukový dvousemestrální program, určený pro zájemce z výrobních podniků, z oblasti služeb a institucí veřejné správy s cílem umocnit právě zmiňovanou kreativitu a nápady, zvládnout techniky a metody pro posílení osobní i týmové tvořivosti, a tím plně využít inovační potenciál lidí. Studium je ukončeno evropsky platnou certifikační zkouškou (pro funkci Manažer kreativity a inovací). Nesmíme si však vážit trvalé podpory vedení Rady kvality ČR, zejména jejího předsedy JUDr. Ing. Roberta Szurmana, který je od startu tohoto studia členem Akademické Rady MCI a pravidelně studium nejen zahajuje, ale v jeho závěru osobně předává absolventům certifikáty, což zvyšuje prestiž celé akce.

V mantinelech kvality hledáte společně s účastníky studia cesty k originálnímu přístupu k zákazníkům, službám, výrobkům, procesům. Učíte manažery myslet inovativně. Co si pod tím lze ale představit?

Evropští i tuzemští zaměstnavatelé stále častěji vyhledávají absolventy, kteří jsou vedle odborných znalostí vybaveni pověstným selským rozumem, kreativitou a podnikatelským duchem, loajalitou a odpovědností. Je tedy, a to více než kdy jindy, zapotřebí nabízet kvalitní a jedinečné vzdělávací programy, úzce propojené s využitím moderních metod a technik, s vysokou přidanou hodnotou a vysokou kvalitou. Samotné požadavky podnikatelského prostředí, zejména neustále rostoucí požadavky trhu, vyvolávají stále větší tlak na řízení inovací, hledání a co nejúčinnější využívání příležitostí k inovacím. Plně v kontextu všech těchto nároků doby tak vznikl nápad připravit studium pro všechny zájemce, kteří jsou ochotni „hrát si“ s nápady



JUDr. Ing. Robert Szurman společně s prof. Ing. Růženou Petříkovou, CSc.

a myšlenkami, jsou otevření vůči změnám a novinkám, mají trvalou touhu si vymýšlet, učit se a posouvat věci rychleji, než bývá obvyklé. Maximální snahou špičkových lektorů a pedagogů tohoto studia je pak probouzet v účastnících „utlumenou“ tvořivost tak, aby se dostala do pohotovostní, okamžitě využitelné polohy a aby absolvováním programu jeho účastníci ve svých každodenních činnostech postupovali systematicky od tvůrčích námětů k angažované kvalitní práci a vysokým výkonům efektivněji a rychleji, než tomu bylo dříve. Studium se tak stává možností pro všechny, kteří hledají rychlá a poměrně levná řešení, případná zlepšení, změny či zefektivnění svých činností a procesů, pro ty, kteří hledají finanční úspory uvnitř svých firem, případně se potýkají s neustále se opakujícími chybami ve svých projektech. Ze strany účastníků to však zase znamená ochotu přestat myslet v zajetých kolejkách, v rámci průměrnosti či stejnosti, a naopak se naučit cenit si originality a extrémů jako východiska, na němž lze budovat nejen svoji profesní, ale i životní filozofii.

Ukazuje se, že netradiční přístupy k zvládnutí úkolů, řízení týmů i dosahování kvality mají své místo na slunci a že jednoznačně k efektivitě práce vedou. Jaké zkušenosti z absolvování MCI představitelé firem mají? Co se jim daří, jak nahlíží na souvislosti týkající se rozvoje firem, jaké uplatňují metody?

O účincích výstupů studia a jeho efektivních dopadech v každodenní praxi absolventů jsem přesvědčena a zpětná vazba ze strany zaměstnavatelů, vysílajících každoročně své manažery do této netradiční formy studia, jsou toho jednoznačným důkazem. Slova uznání směrem od zaměstnavatelů se týkají vesměs dosahování vyšších výkonů, absolventi MCI jsou nejen úspěšnější ve vedení pracovních týmů a při zvládání zadaných úkolů a projektů, ale i v oblasti organizace práce a manažerského rozhodování jsou v mnoha směrech iniciativnější,

rychlejší, prostě lepší než jejich kolegové. Dovedou věci vnímat v co nejširším kontextu a často jinými kolegy neviděných souvislostech, a konečně, dokáží vstřebat občasně krize jako příležitosti pro zlepšení, tedy zvládnout je tak, aby ony neovládly je. Použitá kombinace triviálních i pokročilých tvůrčích metod a technik, systematických a metodických postupů, které program nabízí (a které stále ještě nejsou standardní výbavou většiny techniků a manažerů), jednoznačně stimulují absolventy k trvalému osobnímu rozvoji v této oblasti.

A jakou zkušenost si vy osobně za těch deset let, co Manažer kreativity a inovací funguje, odnášíte? Zejména pak s prosazováním kvality a inovativních přístupů založených na tvořivosti, neobvyklém pojetí?

Vzhledem k tomu, co se děje v současné praxi, vzhledem k současným výzvám (čím dále tím složitější technické problémy, nastupující Průmysl 4.0, rostoucí komplexnost výrobků, nebyvalý rozvoj nových technologií apod.) nebude toto vše možné zvládnout bez systematického tvůrčího myšlení a kreativních řešení problémů, protože sama kreativita je srdcem inovačních procesů. Náš záměr připravovat pro praxi „kreativce“ byl ve své době krapet předčasný, dnes je však nejvyšší čas podobné programy co nejrychleji rozšířit do vzdělávacích systémů celoplošně, dle jednotlivých vzdělávacích stupňů. A za významné považuji, aby na tuto oblast pamatovaly i připravované strategické dokumenty v rámci tolik diskutovaného vzdělávání v podmínkách ČR. Vývoj poznání a znalostí je nebyvale rychlý a jeho možnosti mají neuvěřitelně svižný trend. Tradiční orientace na „pouhé“ využití technických příležitostí už dávno nestačí. Jsem velice ráda, že mohu být osobně u těchto změn a že nejvyšší instituce v oblasti kvality, kterou je v této zemi Rada kvality ČR, je toho součástí a uveřejněné aktivity dlouhodobě podporuje.

ptala se Eva Brix
foto Kateřina Šimková

Bláznivý nápad: geniální

Zaujal mne nápad jednoho kolegy, kamaráda, učitele a vizionáře dohromady. Nechám ho však v anonymitě. V rámci firmy, o níž se stará, založil s jejím spolumajitelem další subjekt, velmi speciálního zaměření, zcela odlišný od oboru, jemuž se daná firma věnuje. Pokud byste věděli, co je to za odvětví, asi byste nad tím chvíli přemýšleli tak jako já, protože souvislost by vás na první pohled nenapadla. I já po chvíli těžkého soustředění pochopila, že šlo konec konců o geniální tah. Tak ojedinelý, že synergie budou zhodnocovat jedna druhou a jednoznačně přispějí k businessu obou společností. Taková mezioborová kombinace (kéž bych mohla vyzradit, o čem jde) naprosto vystihla takřkajíc potřeby doby, smyslnost obchodu i rozporuplné nazírání na inovativní postupy v praxi. Dalo by se říci: bláznivý nápad. Ale proč ne. Tah na branku je jasný.

Eva Brixi



Tip Grady

Jak projít životními krizemi k životním výhrám



Rádi byste uměli přistupovat k životu pozitivně i navzdory potížím, které zažíváte? Chcete zjistit, jak vás mohou krizové situace obohatit a posílit? Jak se dokázat soustředit na důležité věci, na nichž skutečně záleží? Jak zvládat emoce své i ostatních a bránit prohlubování krizí a konfliktů? S touto knížkou se začnete na krizové a náročné situace ve svém životě dívat trochu jinak. Poznáte, že dokonce i přes katastrofy a traumatizující události můžete najít odvahu žít šťastně.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

ROSSMANN
Drogerie Parfumerie
www.rossmann.cz

hlavní partneři:



www.manner.com



www.cesky.porcelan.cz



www.ovus.cz

partneři:



www.yourchance.cz



www.tsoft.cz



www.formeclinic.cz



www.pardubickypernik.cz



www.incacollagen.cz



www.butikmartina.cz



nadeje-byliny.eu



www.vssp.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.design4net.cz



www.zpmvcr.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 11, listopad 2017

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: H.R.G. spol. 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



Do čeho byste letos ráda investovala?

Ing. Kateřina Kadlecová
USSPA s.r.o.
ředitelka

Před koncem roku vždy investuji především svůj volný čas, a to do aktivit, které mě baví svou kreativní stránkou a těší tím, že dělají radost ostatním. Kromě práce na časopise pro zákazníky mě například čeká tradiční výroba adventních věnců pro dobročinný prodej na Dobroučských Vánocích. Ve firmě se pak chystáme dále investovat do lidí, otevíráme nové pozice a nabíráme další posily týmu.



Myslíte si, že by u nás mělo více žen podnikat?

Martin Dolský, MSc.
PENAM, a.s.
marketing manager

Pojďme se společně podívat na to, proč jsou někdy ženy lepšími podnikatelkami než muži. Pokud do těchto řádků zabloudil i čtenář – muž, suspensor nasadit... pozor... teď! Pro nikoho není tajemstvím, že ženy zvládají více úkolů najednou a jsou skvělými manažerkami. Jak jinak by si také mohly všimnout, že manžel zase nemá klíče, mezitím co jednou rukou dochucují polévku a druhou rukou zachraňují Filipka před pádem ze stolu. Ženy jsou i odolnější. Kdysi dávno by určitě dokázaly zorganizovat i lov mamutů efektivněji než jejich mužské protějšky. K tomu ale nedostaly, pro svou něžnost, příležitost. Díky tomu si ale ženy vybudovaly další řadu vlastností, díky kterým jsou výbornými podnikatelkami. Třeba pověstnou ženskou intuici. Ta totiž ženám umožňuje poznat, že jejich obchodní partner neříká pravdu. Takže muži pozor! Všechno dobré je pro něco zlé: chystáte-li se ženě – samozřejmě v dobrém úmyslu – lhát, dejte si velký pozor, nebo to vůbec ne dělejte! :-)



Informace do kabelky

Zajímavá Zeleninová kuchařka

Určitě se hodí i jako čtení do kabelky. Bezmála 100 výtečných a lehkých receptů z ryze rostlinných surovin vypěstovaných u českého farmáře speciálně pro tuto knihu sestavil a nafotil šéfkuchař oblíbené dejvické restaurace Country Life, Petr Klíma. Základní myšlenkou knihy je přinést kvalitní, výživnou, chutnou, a především sezonní inspiraci všem, kdo chtějí začít jíst více zeleniny, luštěnin či obilovin, a naopak omezit příjem živočišných bílkovin, lepku a cukru. Kuchařka je rozdělena podle ročních období a přináší pohled nejen do kuchyně, kde se připravuje ke konzumaci, ale také na farmu, kde se pěstuje a sklízí, či na farmářský trh, kde se prodává. Publikaci vydalo nakladatelství Smart Press a spouště lidem udělalo radost. Vyzkoušíte nějaký recept? Může být inspirací, povzbuzením i návodem na relax.

(rix)



Dokážeme vyrobit jakýkoli dort



Petra a Dana Dezortovy

Milujeme sladké mámení. Rádi mlsáme. Příležitostí je dost. Každou chvíli někdo něco oslavuje a k takové příležitosti patří i parádní dort. Firma Dorthy Domu Dany a Petry Dezortových si poradí s každým přáním. Jejich dorty jsou jedno velké potěšení. Jsou plné nápadů a chutnají. Manažerky Mgr. Petry Dezortové jsem se zeptala:

Vaše cukrárna se stala vyhlášenou a letos v létě oslavila 25 let na českém, a svým způsobem i zahraničním trhu. Co tuto dráhu charakterizuje?

Už 25 let budování cukrárny s vlastní cukrářskou výrobou je opravdu dlouhá doba. Náš business odstartovala moje maminka Dana Dezortová, která založila firmu Dorthy Domu a od samého prvně počátku směřovala naše tehdejší cukrárny a výrobu k originalitě a výjimečnosti zákusků, a především zakázkových dortů. Maminka se rozvoji firmy věnovala každý den, kdy trávila hodiny v provozu a realizovala spolu s cukráři nejrůznější představy zákazníků. Já jsem odmala v cukrářské výrobě vyrůstala a sledovala, jak se podnikání posouvá stále dál a dál a čas od času jsem přiložila ruku k dílu a začala se tak učit všemu, co výroba cukrářských dobrot i marketingové vedení firmy obnáší. A tak i přes velké nadšení

po vystudované profesi jsem se nakonec rozhodla v cukrářině pokračovat. A protože každý si časem najde „to své“, tak i já jsem se našla v návrzích a realizaci zakázkových, extravagantních a svatebních dortů a svou práci postupně rozšiřovala jak na českém, tak dnes již i zahraničním trhu. Těšíme se na každou další výzvu a námět zákazníků, kteří jsou vlastní náročností pro nás jakýmsi hnacím motorem. Čím originálnější a obtížnější zadání dortu, tím více nás práce baví!

Od klasické cukrářiny jste se tedy posunuli zejména k návrhům a výrobě dortů, hlavně těch hodně atypických, které už spíše spadají do kategorie špičkového designu, produkce a vysokým podílem uměleckých prvků.

Originalita zakázkových dortů a náročnost provedení jsou dnes již pro naše cukráře vlastní, a tedy učit se můžeme dále v oblasti uměleckého provedení dortů, které, jak říkáte, posouvá klasickou cukrářinu do umělecké fáze a samotné ztvárnění zakázkových tematických dortů dostává skutečnou podobu s prvky vlastní fantazie. Co si pod tím má člověk představit? Samozřejmě že dort! Například s vyobrazením reálných postav, ať již ve 3D provedení či jako kresbu, kterou naši umělci cukráři promítnou dle věrné podoby přímo na dort. A jelikož zastáváme stále krédo, aby vše bylo jedlé a chutné, těšíme se právě na reakce zákazníků, kteří ocení jak provedení dortu, tak i jeho náplň, kterou nejraději kombinujeme s čerstvým ovocem.

Jak vlastně vzniká takový dort? A jak se dostane na místo určení? Servírujete a krájíte ho také sami?

Ano i tomu se občas neubráníme... Podle náročnosti provedení dortu řešíme spolu se zákazníky i doručení, instalaci a samozřejmě následné krájení a servírování. Doručení je u nás již samozřejmostí pro jakýkoli dort, a dnes již i do zahraničí, kde jsme připraveni zakázku dohoto-

vit v případě potřeby na místě. A doručujeme moc rádi, protože vidíme radost přítomných, často i oslavenců, pro které je dort připravený.

Proslavili jste se a o vaši práci je velký zájem. Kdo si u vás tyto překrásné dorty objednává a jaké typy preferují nejčastěji?

Těžko hledat nejčastější skupinu příznivců, jejich spektrum je opravdu široké. Někteří si přijdou jen posedět do cukrárny, ke kávě si dají tradiční větrník a pak například k narozeninové oslavě objednají harlekýn s pravou šlehačkou. Jiní si vyberou z naší vlastní nabídky více než 5000 dortů s nejrůznější tematikou na webových stránkách www.dortydomu.cz a další zákazníci přijdou do cukrárny a vymýšlejí spolu s námi naprosto originální provedení. A my dokážeme vyrobit jakýkoli dort!

Při příležitosti výročí firmy jste vylepšili interiér cukrárny v Praze podle svého vlastního návrhu a také jste obohatili sortiment zákusků, autorkou jste byla opět vy. Nad čím nyní přemýšlíte?

V srpnu proběhla v cukrárně Dorthy Domu na Praze 4 rekonstrukce, která byla sice náročná a trvala téměř celý měsíc, ale určitě to byl krok správným směrem. Dnes jsem především ráda, že se nový interiér líbí všem, kteří do cukrárny v Podolí chodí. Mezi tradičními zákusky z pravých surovin se opravdu objevily i novinky, které jsme vzorovali několik měsíců. Mezi nejoblíbenější patří dortíky Raffaello a Ferrero, které stojí za to ochutnat, i když jste stálým příznivcem klasiky. Pávě nyní připravujeme složení tradičního vánočního cukroví a spolu s maminkou diskutujeme, jak ještě exkluzivní kolekci vylepšit. Nejlepšími rádci jsou však přímo naši hosté, a tak již nyní může každý ke kávě v cukrárně Dorthy Domu ochutnat první výtvo-ry, které v Podolí na zkoušku pečeme.

cukrárna Dorthy Domu
Jeremenkova 7, Praha 4-Podolí
www.dortydomu.cz



A to je nový interiér cukrárny v Praze-Podolí



Dort pro V.I.P. klienta

Změnit chuť potravin trvá celou generaci



RNDr. Magdalena Hrabcová, Ph.D.

foto Pavel Kačer

Náš jídelníček se mění. I výživa má být trendy a především zdravá, zároveň však dobře chutnat. Pro výrobce to představuje tvrdý oříšek. Mají snižovat obsah nežádoucích látek v potravinách, zároveň udržet jejich chuť, trvanlivost, sensorické a další vlastnosti. Jak toho dosáhnout? Zjednodušeně řečeno, s pomocí vědeckých poznatků, ve spolupráci s odborníky. Hovořili jsme o tom s RNDr. Magdalenou Hrabcovou, Ph.D., předsedkyní Platformy pro reformulaci při Potravinářské komoře ČR.

Co si představit pod reformulací potravin a proč vznikla platforma při Potravinářské komoře ČR?

Reformulace znamená úpravu receptury, vylepšení struktury potravin. Reformulacemi se výrobci snaží reagovat na požadavky a potřeby spotřebitelů a nabízet širokou paletu nutričně vyvážených, bezpečných a chutných potravin. Mezi nimi také potraviny se sníženým obsahem energie nebo některých živin (hlavně cukru, soli, transmastných kyselin a nasycených

mastných kyselin) tak, aby měl spotřebitel dostatek možností sestavit si pestrý a vyvážený jídelníček. Platforma pro reformulace vznikla právě v reakci na sílící evropské i lokální snahy o zlepšení struktury potravin. Od svého vzniku se snaží vytvořit odborné fórum, v rámci něhož by členové mohli nejen diskutovat nad jednotlivými reformulačními cíli a technologiemi, ale hlavně nastavili závazky ke snížení obsahu cukru, soli, transmastných kyselin a nasycených mastných kyselin ve výrobcích, které uvádějí na trh. Neméně vý-

znamným úkolem je ve spolupráci s akademickou obcí a příslušnými odbornými institucemi vzdělávat veřejnost a také sdílet zkušenosti s reformulacemi mezi členy platformy a celého potravinářského průmyslu.

Představují opravdu tuky, cukry a soli tak závažný zdravotní problém, nebo jde spíš o módní záležitost?

Cukry, tuky i sůl jsou pro vitalitu a normální fungování lidského organismu naprosto nezbytné, bez nich to prostě nejde. Problematické je, pokud jich konzumujeme nadměrně. Například doporučený příjem soli by se měl pohybovat mezi 5 až 6 g denně, zatímco český spotřebitel běžně konzumuje dvakrát až třikrát více. Přitom vysoký příjem soli významně zvyšuje riziko hypertenze, a tím riziko infarktu nebo mozkové mrtvice. Podobné to je u cukru: Doporučuje se, aby jednoduché cukry tvořily 10 % denního energetického příjmu člověka, v ČR však v průměru sníme dvojnásobek. V případě tuků jde zejména o jejich typ, výrobci se snaží zejména snižovat obsah transmastných a nasycených mastných kyselin, které mají negativní vliv na kardiovaskulární systém.

Jak se mění receptury podle současných trendů? Můžete uvést příklady úspěšných reformulací?

Díky reformulacím v rámci portfolia minerálních vod se výrobcům v letech 2012 až 2016 podařilo snížit obsah cukru o neuvěřitelných 1124,6 tun, což představuje pokles o 10,76 %. Významně se snižuje obsah soli v masných výrobcích. Zatímco ČSN norma pro obsah soli v šunce je 3,3 %, dnešní průměr je 2,1–2,3 %. Podobně probíhá snižování i u dalších masných výrobků. Výrobci čokoládových cukrovin odstranili transmastné kyseliny z celé řady výrobků, takže spotřebitel se dnes setkává s vylepšenou recepturou např. čokolád Mar-got, Orion, Banánky, Kofila, Studenstká pečeť, Milena, Deli a oplatek a sušenek Horalky, Tatranky, Miňonky, Disco, Bebe, Fidorka, Brumík a dalších.

Pozná spotřebitel na chuti, na užitných a dalších vlastnostech, že výrobce použil „novou recepturu“, aby dostal požadavkům zdravotníků?

Snahou výrobců je samozřejmě zajistit, aby „vylepšená“ receptura spotřebiteli chutnala. Při změně složení tuku (např. snížení trans-

masných nebo nasycených masných kyselin) se sice výrobce potýká s technologickými problémy, ale na výsledné chuti výrobků by se nemělo nic zásadního změnit. Horší už je to ale při snižování obsahu soli. Výrobci se snaží např. nahrazovat sodík draslíkem nebo používat různé bylinky. Ale podle zkušeností trvá snížení obsahu soli o jedno procento celou generaci. Důležité proto je, aby reformulace probíhaly postupně a ideálně u více výrobců v rámci dané komodity.

Substitucí některých látek a surovin vznikají i technologické problémy, jak jste zmínila. Které patří k těm nejčastějším?

Například sůl je po staletí používanou konzervační látkou. Dále se její snížení v masných výrobcích projeví ve snížené vaznosti masa a nestabilitě barvy. Snížení obsahu transmastných kyselin probíhá nahrazením částečně ztužených tuků oleji. Výrobek s novou recepturou je pak měkčí, takže chlazení musí probíhat precizně a při vyšší teplotě, což znamená prodloužení doby chlazení, která je spojena s rizikem tvorby nestabilních forem krystalů tuku, tedy šedivění. Cukr má kromě sladivosti také významnou roli tvorby hmoty výrobku.

Kam bude směřovat další vývoj při reformulaci potravin? Jaké jsou cíle a meze tohoto vývoje?

V ideálním případě by mělo portfolio potravin v dané kategorii uspokojit nároky všech spotřebitelů. Tedy těch, kteří hledají výrobky „se sníženým obsahem“, i dalších, co dávají přednost tradičním recepturám. Určitě bude



foto Pixabay

ještě docházet ke snižování obsahu soli a cukru, v oblasti tuků se výrobci zaměřují také na snížení nasycených masných kyselin a dále na celkové snižování energie nebo velikosti porcí. Pokud jde o kategorie potravin, letos jsme představili reformulace nápojů, čo-

koládových a masných výrobků. Vylepšování ale probíhá také u mléčných výrobků (např. sýry, zakysané mléčné výrobky), chleba a pečiva a dehydratovaných výrobků.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

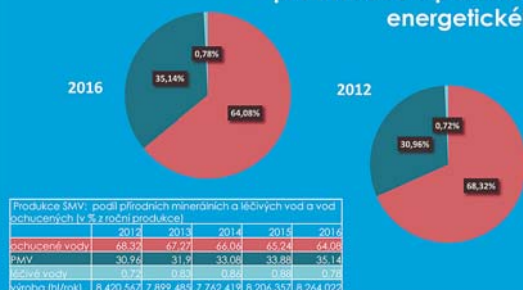
Roste poptávka po přírodních minerálních vodách



Ochucené vody:
za 2012-2016
pokles podílu
na objemu
prodeje
o 4,24%



Významný podíl ochucených vod je příležitostí pro inovace v portfoliu: snižování energetického obsahu



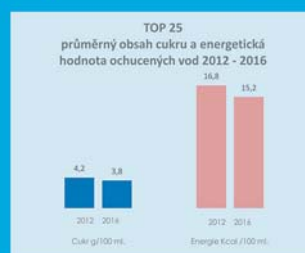
Díky aktivnímu přístupu ke snižování obsahu cukru se portfolio zásadně mění



Snížili jsme obsah cukru
o 1124,6 tun.
To je pokles
o -10,76 %
i přes nárůst
prodeje TOP 25
(4,3%)



Průměrná energetická hodnota portfolia je díky aktivním inovacím příznivější



Průměrný obsah cukru v ochucených vodách poklesl o -9,53% na 3,8 gr./100 ml, což odpovídá 15,2 kcal.



Učte se s nápadem

Vědomosti se můžete „nabířovat“, nebo si je osvojíte snadněji – hrou. Druhá možnost bývá mnohem příjemnější a učební efekt znatelně lepší. Učitelům v základních a mateřských školách se dostaly do rukou didaktické pomůcky, které pomáhají učení vědomostem a dovednostem a také k upevňování pozitivních vztahů a sociálních vazeb mezi dětmi při skupinové práci. Didaktické pomůcky pod značkou Učení s nápadem dal dohromady autorský tým pod vedením Aleny Finsterlové. Její podnikatelský příběh nás zaujal, proto jsme ji požádali o rozhovor.

Jak jste přišla k podnikání?

Podnikám od roku 1997, tedy dvacet let, ale ne v tomto oboru. Do roku 2013 jsem pořádala různé kulturní, sportovní, společenské, vzdělávací akce, nejrůznější aktivity na klíč. Působila jsem převážně v Praze, žila na Moravě. V té době můj nejmladší syn nastupoval do první třídy a musela jsem se rozhodnout, jestli chci být matka, nebo dělat kariéru v Praze. Materská funkce zvítězila, ale dělat na Moravě to, co dosud, jsem nemohla. Myslela jsem si, že svoje pracovní tempo zmírním. Nechala jsem se proto zaměstnat v Olomouci, kde jsem zúročila vědomosti i praktické zkušenosti ze sportovního marketingu.

Takže jste si vyzkoušela i roli zaměstnance.

Ano, byla jsem zaměstnaná jako marketingová ředitelka v nadnárodní korporaci a s tím souviselo mé pracovní nasazení. A opět jsem strávila v práci více hodin, než mi přikazoval zákoník práce. Své pracovní tempo jsem nezmírnila naopak zdvojnásobila. Práce v týmu mě bavila, přišla jsem mezi nové lidi, seznámila se s novými technologiemi, o nichž se mi dříve ani nezdálo. Jenže... Vnitřně jsem toužila dělat něco, co mě bude naplňovat, uspokojovat. Měla jsem snahu po sobě něco plnohodnotného zanechat. Mé děti i manžel moje pracovní nasazení nenáviděli. Pozdní příchody z práce, stu-



dený dům, žádná večere, nevnímající máma. Odejít z pracovní pozice nebylo lehké, ale měla jsem na výběr. Souhra náhod mi pomohla situaci vyřešit. Z práce jsem odešla na dohodu a zcela přehodnotila svůj dosavadní pracovní i životní postoj. Dnes vím, že vše bylo správně, a jak se říká, za pět minut dvanáct.

Ozvala se ve vás znovu žena-matka?

Touha vytvořit něco, co zde zůstane léta a bude pomáhat ostatním, mě stále neopouštěla. Mám tři děti a vždy v neděli jsme měli opakování učiva, kdy jsem zjišťovala, jak na tom jsou. Děti tuto moji aktivitu strašně „milovaly“. Při zkoušení jsem používala knížky, ze kterých se učily ve

škole. Často jsem se rozčilovala nad kvalitou knih. Děti nedokázaly přemýšlet v souvislostech. Začala jsem pro ně připravovat různé vychytávky, jak si nejlépe dané učivo zapamatovat. Například jsem hodně používala paměťové mapy a asociace, ale to byl úplný začátek mého snažení. V té době jsem potkala známou, která vedla malé vydavatelství a také vyráběla pomůcky pro učitele. Naše představy byly však odlišné. Rozhodla jsem se, že připravím pomůcku podle vlastních představ.

To už se bavíme o tom, co děláte nyní, že?

Změnila jsem svůj způsob myšlení, zvolnila a zjistila, že to bylo ku prospěchu věci. Nyní mám autorský tým snů. Skvělé lidi všech věkových kategorií a profesí. Učitele, akademické malířky, textaře, grafika, IT a online specialisty, obchodní zástupce a ostatní spřátelené duše, které nám v našem snažení fandí a pomáhají. Přitáhla jsem si k sobě velmi moudré, kreativní, laskavé, empatické kolegy. Všem nám jde o jedno, vytvářet takové didaktické pomůcky, které budou dodržovat tato pravidla:

1. Přímý kontakt žák – učitel, učitel – žák, žák – žák. Chceme, aby děti při učení využívaly všechny smysly a tak si učivo co nejlépe zapamatovaly.
2. Šetřit učitelům čas s přípravou na hodinu tím, že všechny pomůcky až pro 30 žáků najdou na jednom místě.

Co jste musela podniknout, abyste se od nápadu dostala až k výrobku?

Syn tehdy probíral násobilku. Ví, že s tím mají děti problém, proto jsem vyhledala kamarádku, která učí na základní škole. Sešly jsme se u kávy a já se jí vyptávala na výuku počtů obecně. Řekla mi, že s násobilkou i počítáním je to hrůza, pořád něco hledá, nic nemá na jednom místě, stahuje z internetu, vyrábí podomácku kartičky z lamina. Školu to přijde drahé, nemá na to ani prostředky. A tak jsme daly hlavy dohromady a takto vznikl náš první produkt Malá násobilka do lavice, která je vyrobena pro práci ve skupině, až pro 30 žáků, obsahuje 1481 výukových karet, 19 námětů na hry, příručku pro učitele, a to vše přehledně uložili do pevné krabice. Nyní stačí použít naši krabici a rozdat žákům její obsah.

Druhý produkt do matematiky se jmenuje Počítáme do 20 – Sčítání a odčítání. Naším cílem bylo nabídnout ucelený soubor pomůcek pro efektivní výuku matematiky v 1. a 2. ročníku ZŠ, aby je mohl využít jak učitel, tak i sa-



motné děti při skupinové práci a individuálním procvičování učiva (pro rychlíky). Není nic krásnějšího než vidět, jak jsou děti hraním zaujaty, plné emocí, jak spolu komunikují a mezi sebou soupeří o nejlepší výsledek. Jako třešničku na dortu jsme pro učitele k oběma produktům připravili pracovní listy s příklady a slovními úlohami.

Zůstali jste jen u matematiky?

Ne, následoval program pro mateřské školy. Vznikl soubor dvou krabic pod názvem Učení s nápadem 1 – Obrazová a praktická část. Úkolem tohoto souboru je rozvíjet a podpořit vyjadřovací schopnosti zejména u předškolních dětí. Dali jsme dohromady 12 témat, například moje tělo, moje rodina, zařízení domova, zvířecí rodiny, barvy a tvary, barevná abeceda a podobně, a k nim vyrobili názorné karty, pracovní desky, malé karty na přiřazování. Součástí souboru jsou také pohádky s něžnými texty Dagmar Pernické a omalovánky od akademické malířky Veroniky Balcarové, která všechny karty ilustrovala.

Kolik produktů nabízíte?

Máme jich pět, tím posledním jsou Písničky, básničky a příběhy v obrazech. Na přední stranu formátu A3 jsme nechali namalovat akademickou malířkou Ivetou Autratovou obrázky



písniček, a drobné kresby, které jsou tematicky svázány s básničkami a říkadly na druhé straně. Tato rubrová strana je stejně významná, protože zde učitel může pracovat s texty zmíněných básniček a říkanek a s notovým zápisem písní. Součástí tohoto souboru jsou také namalované příběhy, s texty Dagmar Pernické na druhé straně, které jsou vhodně zvoleny tak, aby dětem napověděly, jak se mají chovat k přírodě, rodině, kamarádům...

A jak vám teď jde dohromady vymýšlení, podnikání a rodina?

Výborně, miluji to. Nemám žádnou kancelář, pracuji v pokoji. Impulz vlastně vzešel od mých dětí, které nenáviděly společnost, do níž jsem denně odcházela pracovat. Prosilily mě,



abych pracovala, ale doma. Vyslyšela jsem je. Manžel mě v podnikání velmi podporuje, protože má navařeno, naklizeno a spokojenou ženu, kterou její nynější poslání naplňuje a maximálně uspokojuje. Dělam práci, která je smysluplná.

Čím vás ještě podnikání obohatilo nebo co vás naučilo?

Když jsem působila ve velké korporaci, tak se kupříkladu práce typu online média zadávala. Později na volné noze jsem se to musela učit. Založila jsem si svůj první web, zvládla e-shop, sociální média. Baví mě, že učení v téhle branži nikdy nekončí.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

INZERCE

Nová řada sladkého potěšení



**POEX Velké Meziříčí, a.s., Třebíčská 384,
594 01 Velké Meziříčí, tel. 566 502 711
www.poex.cz**

Aby fotky neusnuly v počítači

Fotky převedené z karty fotoaparátu nebo fotky z mobilu nekončí někde na disku počítače. Naopak! Ing. Pavel Schreiber, předseda představenstva společnosti CeWe Color, a.s., potvrdil, že má firma dobrý rok a odborná veřejnost pracuje s fotografiemi stále více. Snímky z dovolených, firemních oslav, konferencí, nejruznějších akcí a setkání žijí dál! A právě o tom jsme připravili rozhovor do naší Madam Business. Ze slov šéfa, který si bez obrázků neumí svůj život představit, jsem se také dozvěděla, čím ho zaujaly ženy v roli zákaznic a jak si jich za to váží. Nejeden z nich marketing CeWe Color inspirovala svým dotazem, nejeden napomohla šířit osobními zkušenostmi smysluplnost práce, kterou tato firma z Prahy 4 dělá. A tak tedy:

Letošní rok je pro vaši společnost i pro vás osobně rokem úspěchů – byl jste nominován na Manažera roku 2016, značka FOTOLAB získala titul Superbrands 2017, počet zájemců o vaše služby roste. V čem je podstata?

Ani vloni jsme si nevedli špatně, avšak letošní výsledky za leden až říjen jsou nádherné, dovolím si tvrdit, že vynikající! Čím to je? Uznávám, že nejsme levní a není naší snahou získat zákazníka přes laciný výrobek. Snažíme se přiblížit vysokou kvalitu a náležitý servis, které širokou veřejnost přesvědčují, proč s námi spolupracovat. Dnes a denně hledáme přidanou hodnotu, jak být klientovi blíž, jak to udělat, aby naše produkty a služby potřeboval, chtěl, toužil po nich. Nevyrábíme sériově, ale specializujeme se na individualizované zakázky, pracujeme s lidskými emocemi. Naším špičkovým produktem je CEWE FOTOKNIHA. Z fotografií si jednotlivců, firma či organizace může navrhnout krásný a užitečný dárek, prezentaci – CEWE FOTOKNIHU, tedy knížku, jejímž autorem je subjekt sám, fotky jsou jeho a grafický design si dotvoří dle možností, které mu nabízí náš software. Pokud by klient potřeboval zjistit, poradit, pomoci, není problém, jsme k dispozici sedm dní v týdnu. Díky německé mateřské společnosti se dostáváme k nejnovějším technologiím, které nám umožňují růst, pracovat efektivně, rychle a skutečně ve vynikající kvalitě. Dnes můžeme nabídnout fotografie jako obraz i na plátně, v rámu takřka jakékoli velikosti, umíme udělat reprodukce uměleckého díla tak, že skutečné dílo může být uschováno v trezoru a kopie zdobit obývací pokoj majitele. Fotografie umíme aplikovat na různé materiály a předměty. Máme rozmanité vychytávky v online prostředí, šetří-



Ing. Pavel Schreiber

me zákazníků spoustu času. Hýčkáme si loajální zaměstnance, kteří pracují s chutí, baví je to, a stejně tak dobře dokáží uspokojit poptávku v České republice jako německého či francouzského klienta. Vypravovali jsme zásilku i na ostrov Réunion.

To znamená, že se k vám do Prahy sbíhají zakázky i z různých koutů světa?

Ano, některé produkty a služby poskytujeme v rámci koordinace prací naší korporace my, některé polský výrobce, něco dělá jen Německo. Například fotografie v papírové formě či na jiném nosiči z analogových fotoaparátů se zhotovují pouze v Praze, a to pro celou Evropu. Stejně tak nabízíme pro evropské klienty i velmi ojedinělou službu – převedení starých záznamů, filmů pořízených kamerou „osmičkou“ či z VHS na jiný nosič záznamu, třeba na flash. Materiál vyčistíme a archivujeme tak, aby se dal bez problémů použít, promítnout jako vzpomínka či zajímavý dokument dané doby. Samozřejmě je nutné ho nejprve přehrát, a to je ta nejsložitější záležitost, zařízení, která k tomu slouží, pomalu dosluhují a největší problém jsou náhradní díly, které sháníme, takřkajíc kde se dá. Tím chci jen naznačit, že jsme v jistém slova smyslu také fajnšmekři, kteří se snaží pomoci technologiemi v těch případech, kdy to už nikdo jiný neumí.

Úspěch nejsou jen čísla o zisku, ale také výpověď o smysluplnosti lidské práce. Jak to vnímáte? A co to vlastně úspěch je?

Co je podstatné: lidé hledají, jak druhým udělat radost. Promítá se to rovněž do požadavků na naše služby. Domnívám se, že jsme napomohli návratu fotografie k širšímu praktickému využí-

tí. Stala se i naším přičiněním fenoménem, který lidem zpřijemňuje dny všední i sváteční. To je ten úspěch, na který se ptáte. Snažíme se klientovi být nablízku, pomáhat mu a respektujeme digitální svět. Nemalé prostředky vkládáme do toho, aby o našich benefitech věděl. Chceme být hraví, pohotoví, intuitivní. Ne, úspěch opravdu není jen o penězích. Nejvíce mě u srdce hřeje, když třeba natáčíme Snídani s Novou a kameraman na mě zamává a řekne: jo, já si u vás nechám udělat obraz, já mám od vás kalendář... Je to výpověď o tom, že nás zná a že i náš produkt patří do jeho života. Že je zákazník spokojen, ba nadšen. Můžeme si přát víc?

Vlajkovou lodí je CEWE FOTOKNIHA...

Ano, náš sen se stal skutečností. Mnoho lidí si na tento produkt zvyklo, vrací se k nám a knihy s fotkami si zákazníci sestavují sami ku potěšení sebe i svých blízkých. Náš software, na jehož základě si můžete CEWE FOTOKNIHU navrhnout, je geniálně dokonalý, pomůže vám krok za krokem se vším, co potřebujete vyřešit. S výběrem a rozmístěním fotografií, s jejich úpravou, stačí si to vyzkoušet a nebat se. Obavy zájemců, že se jim to nepovede, že to nedokáží apod., jsme snížili na minimum. Pokud při přebírání výrobku zákazník nebude spokojen, třeba se sám sobě najednou na fotografiích nelíbí, nemusí si ji odnést ani zaplatit. Postupně tím odbouráváme obavy z výsledku. Máme kolem sebe spousty příznivců, kteří se vracejí a chtějí se zdokonalit. V jejich tvořivém přístupu je podporujeme, pořádáme kurzy a semináře. A žasneme, pro kolik lidí se právě tato činnost stala báječnou zálibou. V důstojné, a řekl bych až noblesní formě, si tak mohou uchovat fotky z dovolené, svatby, různých výročí, obrázky z přírody, houbření, vzpomínky na firemní večírek. Ročně CEWE FOTOKNIH zhotovíme kolem 110 000 kusů.

Naznačil jste, že mají mnohostranné uplatnění. K čemu všemu poslouží?

Můžete tak zhodnotit nejen fotografie z výletu, ale z nejruznějších akcí, okamžiků, své záběry z podzemní procházky, produktové foto, snímky z výroční konference, firemní grilovačky. CEWE FOTOKNIHY se staly vítaným pomocníkem ve firmách, zejména pokud jde o personalizaci každého výstiku. Mohou sloužit jako prezentace výrobků, modelů originálního oblečení nebo novinek ve výrobě, stejně tak jako mohou být průvodcem nejdůležitějších milníků života firmy v daném roce, mohou se zkombinovat i s papírovým poznámkovým blokem, může zde být průvodní slovo ředitele s jeho fotografií či foto člověka, jemuž je CEWE FOTOKNIHA určena. Těch možností je nespočet a já si troufám tvrdit, že vyrobíme opravdu všechno, nač si klient vzpomene. Jako obrazový materiál mohou posloužit fotky všeho možného, i náladovky podle

ročního období, když jde o materiál, který má uvést například seminář o psychologii prodeje.

Čím jsou CEWE FOTOKNIHY zajímavé pro podnikatele?

Vyplatí se do počtu 50 kusů třeba pro živnostníky, kteří svému okruhu zákazníků potřebují vkusně sdělit, co nabízejí. Dobrou službu udělají dámské krejčovské, která může zvětšit své modely, nebo květinovému studiu, které se rádo prezentuje květinovými vazbami, stejně jako majiteli stavební firmy, jenž se může budoucímu zákazníkovi pochlubit, jaké rodinné domky postavil či zrekonstruoval. Může posloužit cukrářům, truhlářům, výrobcům originálních šperků... Pro jednu restauraci tak připravujeme například jídelní lístky. Již letitá je naše soutěž CEWE FOTOKNIHA roku. Aktuálně probíhá 8. ročník. Kromě toho máme další soutěže, například Our World Is Beautiful, což je největší otevřená fotosoutěž světa v roce 2017. Amatérští a profesionální fotografové letos přihlásili přes 183 000 fotografií a pro Česko je to o to větší úspěch, že mezi vítězi byla zástupkyně z ČR.

Blíží se konec roku, chystáme vánoční dárky. Je to pro vás vážně nejnáročnější část roku?

Taková období míváme dvě – když se lidé vrací z letních dovolených a dobu předvánočních nákupů, a ta nám právě začíná. Dny se krátí, lidé tráví více času doma, zahrádky jsou zazimované, na houby se už nechodí, a tak člověk sedne k počítači a přemýšlí, co s fotkami... Na takový nápor jsme připraveni a zpracováváme zakázky až do 18. či 19. prosince s tím, že každá musí být dopravena na místo do 24. prosince. To víte, stane se i chybička, jsme jen lidé. Jednou jsem osobně na Štědrý den vezl zapomenutý balíček do Nového Strašce a velmi jsem se omlouval. Dobře to dopadlo a dnes na to už jen vzpomínám.

Jste firmou hravou, a to dnešní doba vyžaduje. V jakých souvislostech vidíte produkty a služby, jež od vás předvánoční trh očekává?

Pod stromečkem nemusí být jen něco, co daný člověk potřebuje, co si přál, ale i to, o čem vůbec netušil, že by mohl dostat. Třeba naše CEWE FOTOKNIHA. Zdánlivá drobnost s nápadem udělá mnohdy více radosti než drahé šperky nebo kožichy. Nyní se například hojně objednávají adventní kalendáře, takové ty s čokoládíčkami. V tomto ohledu jsme začali spolupracovat s jednou renomovanou společností, která nám čokolády dodává, a můžeme pro firmy i jednotlivce vyrobit právě tyto kalendáře. Mohou být vyzdobeny logy, firemními fotografiemi, nač si jen zadavatel pomyslí.

Do popředí zájmu se dostávají také stolní kalendáře, v Čechách mají své stálé místo doma i v kanceláři. Čím jste vy obohatili sortiment možností?

Dám příklad: Pro naše zaměstnance vyrábíme stolní kalendáře takové, že každý týden provází



fotka jiného pracovníka, tím kalendář svým způsobem personifikujeme, a jednoznačně z toho plyne, že s našimi lidmi komunikujeme a chceme, aby se jim dobře pracovalo. Někdo by řekl, srandičky, fotky... Jenže to je ta psychologie v praxi. V tom je hledání i nacházení smyslu drobných radostí, na kterých pak stojí svět, a nebojím se otevřeně říci, že i náš business. Ale vraťme se k otázce. Ano, stolní kalendáře znovu získaly oblibu, i když už žijeme takřka virtuálně. Mají své pevné zázemí v mnoha kancelářích, usídlily se na řadě pracovních stolů. Známe spousty šéfů, kteří nemají jen kalendář v počítači a mobilu, ale také před sebou, v papírové podobě, kam si mohou vepsat termíny, jména, schůzky... Oblíbené jsou i klasické roční kalendáře s jednou fotografií na obálce a 12 fotkami pro jednotlivé měsíce – třeba pro menší firmy to může být skvělý dárek vystavěný na fotografiích majitele nebo šikovné manažerky týmu. Během šesti týdnů před Vánocemi vyrobíme vždy okolo 150 000 takových kalendářů. Koncem prosince pak už jedeme vždy na tři směny, abychom vše stihli. Máme garanci – dodání objednaného zboží do Vánoc, nebo zdarma. Kdyby se skutečně něco vážného přihodilo a my nestáli zakázku odbavit, zákazník by neplatil nic.

Co dnes vyžaduje český trh? Jak lidé pracují s fotografií a co od ní očekávají?

Naše úsilí směřuje k tomu, abychom oživilí cestu k fotografii a svým způsobem v té papírové podobě. Myslím, že se nám to podařilo. Doba, kdy jsme byli všichni nadšení jen z toho, kolik fotek se nám vejde na disk po-

čítače, je pryč. Zážitek z fotografií nezískáte tím, že si je prohlížíte na monitoru, většinou na to stejně nemáte čas, ale tehdy, když máte fotky před sebou, třeba jako zmiňovanou CEWE FOTOKNIHU nebo jako kalendář, samolepku, obrázek na stěně. Pod tlakem doby a stresu lidé přicházejí na to, že je potřeba se také zastavit, oživit vzpomínky, udělat si pohodu – v kanceláři i doma, a to třeba pěknou fotkou.

Ženy mají k fotografiím, zejména k těm rodinným, tak trochu jiný vztah než muži. Projevuje se to v objednávkách, zakázkách?

Ano, určitě. Řekl bych, že 60–65 % zakázek mají na svědomí ženy. Jsou našimi úžasnými zákazníčkami, s nimiž se velmi dobře komunikuje. Jsou velmi citlivé, šikovné a znalé věci, s našimi produkty pracují. Mají sofistikované dotazy, na které rádi odpovídáme. A samozřejmě vztah k rodinné fotografii mají o něco vřelejší, jiný než muži. Plyne to z jejich biologické funkce, intenzivních emocí i z toho, že péče o děti a domácnost zpravidla z větší části spočívá stejně na nich. Ať jde o majitelky společností, nebo o ženy v domácnosti.

Nač byste právě nyní soustředil pozornost ženského publika? Myslím, že naše čtenářky, podnikatelky a manažerky, které plánují čas více než efektivně, by řada vašich produktů určitě zaujala.

Skoro se mi chce nasměrovat ke zmíněným adventním kalendářům. Mohou být užité firmě na míru a určitě lze jejich prostřednictvím dobře zaujmout. Za úvahu stojí i naše CEWE FOTOKNIHY třeba jako poděkování za výsledky, jichž dosáhl jejich firemní tým. Z vlastní zkušenosti vím, že se takové dárky nevyhazují, ale zůstávají navěky.

Jak byste charakterizoval něžnou polovinu lidstva v roli vašich klientek? Jaké jsou ženy – měřeno vaším pohledem?

Musím je pochválit. Velmi dobře znají náš sortiment a zajímají se o novinky. Na 60 % dotazů směřuje k termínům dodání. Plyne mi z toho, že dokáží svůj čas organizovat lépe než my, muži. Reprezentantky firem se ptají na detaily, jsou zvyklé tak pracovat. A za peníze vyžadují špičkové parametry. Jsem rád, že jim je dokážeme garantovat.

ptala se Eva Brixi ■■■



Návštěva kosmetického salonu má být luxusním zážitkem



Oceněné kosmetičky GERnétic si užívaly zasloužené chvíle slávy



„naordinují“ optimální způsob péče, ale vyzpovídají vaši duši, pomohou, poradí, i když samy vlastně prožívají to, co jejich zákaznice.

„Pro ně a k povzbuzení jejich snahy podnikat zodpovědně, stále lépe a šířit prestiž francouzské kosmetiky GERnétic, uspořádala firma Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS soutěž Hvězda GERnétic Česko 2017, jejíž vyhodnocení se odehrálo v září při příležitosti veletrhu World of Beauty & Spa v pražských Letňanech,“ sdělila výkonná ředitelka LK SERVIS / GERnétic Ing. Andrea Trčková. „Osobně si je-

Vést kosmetický salon, být nablízku klientkám, respektovat jejich čas i potřebu se nejen zkrášlit a ozdravit, ale také vychutnat si chvílky jen pro sebe, zkrátka umění sdílet – i tak se dá charakterizovat povolání a business kosmetiček. Ženy, které se touto dráhou vydaly, často dokáží nemožné. Nejen že

jich přínosů značně nesmírně vážím, stejně tak jako času, který věnují systematickému vzdělávání, vyhledávání nových příležitostí i komunikaci s potenciálními zájemci o jejich služby. Jsou příkladem toho, jak spolupracovat, motivovat ostatní k hledání životní harmonie, vyzářovat pozitivně.“ Při té příležitosti jsme se všech oceněných zeptali:



1. Co děláte pro to, aby se do vašeho salonu klientky a klienti rádi vraceli?

2. Proč vás podnikání těší?

Martina Zítková

MV Beauty, Partnerský salon GERnétic, Teplice

Ocenění: Hvězda GERnétic Česko 2017 – absolutní vítězka

1. Mým cílem je, aby u mě klientky našly nadstandardní kosmetické služby. Myslím tím péči, kterou neposkytuje každý salon. V první řadě jde o práci s úžasnou a velmi kvalitní kosmetikou GERnétic. Po letech hledání jsem se utvrdila v tom, že tato kosmetika nabízí nejširší škálu možností při ošetřování všech typů pleti všech věkových kategorií, včetně pleti mužské, a také mi

umožňuje nabízet mnoho typů tělových ošetření. Vzhledem k možnostem neustálého vzdělávání mohu nabízet stále nové a nové typy ošetření nebo zdokonalovat ta stávající – proto i klientky, které mne navštěvují několik let, mají možnost spolu se mnou „objevovat“ stále něco nového. Snažím se o to, aby u mě našly příjemné prostředí – vyhřáté lůžko, šálek čaje a místnost provoněnou jemnými vůněmi éterických olejů vybíraných dle ročního období nebo potřeby klientky. Salonek se i často mění na koncertní síň, kde se ozývají tóny hudby dle přání té které ženy. Mnohdy se stávám psychologem a poradcem a během ošetření odstraníme i emoční napětí, pokud je třeba (používám

i Reiki – jsem terapeut se dvěma stupni). Naše duše se zrcadlí i v našem obličejí – kosmetické ošetření dávno není jen maska, čištění pleti a líčení... a na to se snažím stále pamatovat!

2. Podnikání v tomto oboru – ač je v dnešní době dosti obtížné (legislativa, hygienické předpisy, časová náročnost atd.), je pro mě určitým typem svobody. Je také možností poskytnout každému šanci omládnout nejen na těle, ale i na duchu a radovat se z viditelných výsledků své práce i přes všechny překážky, které nám doba klade. Přála bych každému stejný pocit naplnění, i když zrovna nepoužívají kosmetiku GERnétic.

Dagmar Kacerová

Studio D, Partnerský salon GERnétic, Vyškov

Ocenění: Síň slávy GERnétic 2017

1. Je to souhra více věcí dohromady a vnímání kosmetického ošetření všemi smysly. Usiluji o to, aby klientky vstoupily do salonu, který je harmonicky sladěný a lahodí oku, aby byla v salonu příjemná vůně podbarvená něžnými tóny relaxační hudby, doprovázená při kosmetické proceduře příjemnými doteky teplých lidských rukou. Po takovém zážitku musí mít klientka chuť se vrátit. Patří k tomu také předání znalostí k vyřešení aktuálního problému, doporučení přípravků pro domácí péči, psychologie.

2. Myslím si, že povolání kosmetičky je spíše posláním než podnikáním. Smyslem tohoto poslání je činit lidi nejen krásnější, ale i zdravější a šťastnější. To je cílem mé profese, která mě velmi těší, naplňuje a uspokojuje.



Mgr. Ladislav Kavan vede zastoupení GERnétic pro ČR a SR, na snímku s Martinou Zítkovou (uprostřed) ze studia MV Beauty v Teplicích, absolutní vítězkou soutěže Hvězda GERnétic Česko 2017, a Alenu Kimlovou, hlavní firemní kosmetičkou GERnétic

Mgr. Simona Fleková

Kosmetické studio S&F, Partnerský salon GERnétic, Brno

Ocenění: Cena za poskytování nejvíce druhů ošetření GERnétic

1. Začátek všeho byl výběr místa a prostor mého současného kosmetického studia. Studio je v domě, kde byla před mnoha lety porodnice. Rodily se zde děti, rodil se zde nový život... A prostory studia jsou protkány touto pozitivní a příjemnou energií, kterou vnímají i moje klientky-klienti. Při setkávání se a seznamování se s novými lidmi dám hodně na

první dojem. A tak i v mém kosmetickém studiu je pro mě důležité oslovit a zaujmout klientky a klienty už při první návštěvě. Hezké přivítání, voňavé, čisté a příjemné prostředí, které zaujme. A následně vysoká profesionalita a odbornost v přístupu ke každé jednotlivé klientce-klientovi, která je nezbytná. S tím souvisí neustálé vzdělávání se v oboru. V neposlední řadě je velmi důležitá vzájemná empatie. A klientky-klienti se rádi vrací, potkáváme se pravidelně, náš kontakt je velmi osobní, což je mou velkou odměnou.

2. Podnikat jsem začala před zhruba dvaceti lety. Vrhla jsem se do nejistého světa sa-

mostatné výdělečné činnosti. Splnila jsem si své sny o samostatnosti a seberealizaci, mohla jsem zúčtovat posbírané nápady a zkušenosti, jsem ve stálém kontaktu s lidmi, to mě uspokojuje. Ráda poznávám a objevuji nové věci, postupy, názory. Jistou relativní výhodou je i skutečnost, že jste pánem svého času, i když nakonec zjistíte, že práci věnujete daleko více času než v zaměstnaneckém poměru, k tomu někdy i pracovní víkendy. A taky třeba večery, kdy vyřizují a dotahují veškerou administrativu. Občas to není jednoduché, ale neměnila bych, moje podnikání mě opravdu těší.

Marie Drenková

Kosmetický salon v hotelu Salve,
Partnerský salon GERnétic, Karlovy Vary
Ocenění: Cena za odborné znalosti
GERnétic

1. Pro své klienty sestavuji individuální programy jak na ošetření, tak i domácí péči. Takový přístup je vždy na místě, každý zákazník má jiný problém, jinou pleť. Od toho se odvíjí míra času, kterou vynakládám, aby byl zákazník spokojený, to se samozřejmě odráží v individuálním cenovém programu. Nabízím věrnostní program. Někdy kombinuji

kosmetické ošetření GERnétic s chemickými peelings, přístrojovým ošetřením a jinými zákroky. A výsledky jsou fantastické. Často věrnému zákazníkovi věnuji originální dárek, malou pozornost k narozeninám nebo překvapení k vánočním svátkům. Profesionální i lidský přístup, vzdělání, praxe, vědomosti, porozumění, příjemné a čisté prostředí atd. jsou samozřejmostí. Návštěva kosmetického salonu má být luxusním zážitkem pro zákazníka. Ten má odcházet spokojený, nadšený, plný energie, nelitovat času ani peněz. Svoji profesi se snažím dělat s láskou, preferuji kvalitu nad kvantitou, proto neustále investuji do svého vzdělání i nových technologií

a přípravků. Klienti jsou mojí motivací i inspirací!

2. Práci v tomto oboru beru jako poslání, mým úkolem je dodávat lidem mladistvý vzhled, zdraví, krásu, zvyšovat jim sebevědomí. Pozitivní ohlasy klientů, ať už jsou to úsměvy, kladné reference, poděkování za vyléčené kožní onemocnění, akné, celulitidu, nebo omlazení, mají magickou moc, která mě nabíjí. Těší mě, když se klientky nemohou dočkat návštěvy v mém kosmetickém salonu nebo nechtějí odcházet po ošetření... když mi s nadšením vyprávějí, že jim okolí dělá komplimenty, jak báječně vypadají a jak omládlý.



Dámský svět

Dámský svět s.r.o., Partnerský salon
GERnétic, Děčín

Ocenění: Cena za nejhezčí salon
na profesionální úrovni

1. Jsme společnost, která je založená na komplexnosti wellness služeb. Pokud k nám

klientka nebo klient vstoupí, byť na jednu proceduru, nezřídka se zajímá i o to, co se děje za jinými dveřmi. Myslím, že okřídlené je „čisté prostředí, profesionalita a milý úsměv“, ale mám pocit, že toto je přímo Svátá trojice, kterou se musí kvalitní salon řídit.

2. Je v něm svoboda a možnost seberealizace.

Zuzana Gmuzdeková

Partnerský salon GERnétic, Jihlava

Ocenění: Cena za nejaktivnější účast
v Akademii GERnétic

1. Snažím se vždy vytvořit voňavé a samozřejmě čisté prostředí, kde klientka může v klidu odpočívat. Malé občerstvení, dárčky, které vždy potěší. Rozloučení s klientkou

slovy „těším se příště na setkání s Vámi“. Myslím a cítím vše upřímně z celého srdce. Vážím si svých klientek a jejich důvěry.

2. Svoboda, jsem pánem svého času, za vše zodpovídám jen já sama. Je to výzva. Ráda dělám věci, které mají smysl, a pracovat s milovanou značkou GERnétic opravdu smysl má, a to mě samozřejmě také baví, protože s touto značkou mám opravdové výsledky.

Jaroslava Musilová

Barmus, Partnerský salon GERnétic, Praha 2

Ocenění: Cena pro nejlepšího prodejce
produktu Lift Crème za období 16. 4. až
31. 7. 2017

1. Svoji práci mám velice ráda, ale plně si uvědomuji, že současná doba, a vlastně asi žádná, nedá nic zadarmo. Snažím se proto stále vzdělávat, abych dokázala odpovědět někdy až na závažné otázky klientek, a práci s jejich pletí provádět na vysoké úrovni. Myslím, že musí cítit profesionalitu, aby mi důvěřovaly a dle mých rad se o sebe dobře staraly i doma. Při ošetření v mém studiu se snažím, aby se klientka cítila

dobře již při příchodu do studia. Vzhledem k tomu, že pracuji s kosmetikou GERnétic, která je na vysoké úrovni, musím já osobně přistupovat k práci s touto kosmetikou velmi odpovědně. Je pro mě vždy velkou odměnou, že klientky se cítí jak při ošetření, tak po skončení velmi dobře. Odchází spokojeny a již se těší na další návštěvu. V dnešní době při tak velké frekvenci salonů není jednoduché to zvládnout, a tak je to pro mě stále velká výzva.

2. Když jsem opouštěla základní školu, neměla jsem možnost studovat to, co bych chtěla. Tak jsem po revoluci v roce 1989 chytla příležitost, jak se říká „za pačesy“. I když jsem měla dvě malé děti, dala jsem se na stu-

dium. Vystudovala jsem Institut profesionální kosmetiky u paní Knoblochové. Jako kosmetička jsem začala pracovat v roce 1992 v době, kdy kosmetika byla taková „Popelka“. I když začátky nebyly vůbec jednoduché, například vybudovat, zafinancovat studio atd. Zvládla jsem to za pomoci manžela a rodiny. Byla to možnost dělat to, co jsem si vždy přála. Podnikání umožňuje i určitý prostor svobody. Můžu si věci řídit dle svého uvážení a nakládat se svými zkušenostmi podle sebe. Je jasné, že nejde vše úplně tak, jak bych si přála, ale i tak se cítím být vlastní paní. Doufám, že mě elán neopustí a u této práce budu moci zůstat až do konce své pracovní i podnikatelské aktivity.

Prosperita Madam Business
byla mediálním partnerem tohoto projektu.

přípravily Eva Brix a Kateřina Šimková



Vajíčko jako symbol chuti a pohody

Jedna z letošních tiskových zpráv o soutěži Česká chuťovka, která je určena domácím výrobcům potravin, začínala větou: „Žijeme jen jednou, a proto bychom si měli umět pokud možno každý okamžik života náležitě vychutnat.“ Je to moudrost, k níž se začíná přiklánět stále více lidí, protože tlak doby už mnozí přestávají obdivovat a libovat si v něm. A příjemně si odpočinout během oběda či večeře, objevit úžasné chutě českých potravin, vážit si okamžiku, kdy můžeme být společně s rodinou či přáteli, to patří neodmyslitelně k životu. Jen jsme na to tak trochu zapoměli. Devátého ročníku této soutěže se už potřetí zúčastnila společnost OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r.o., producent několika druhů vajíček, farma sídlící poblíž Slaného. Jednatel firmy Ing. Tomáše Milicha jsem se zeptala:



Ing. Tomáš Milich

Proč jste zkusili své štěstí i tentokrát?

Nejprve jsme hodně váhali, protože jsme nevěděli, co vlastně nabídnout. Zdálo se nám, že loň i předloň hodnotitelská porota okusila z našeho sortimentu vše a že nemá smysl předkládat totéž. Pak jsme si ale řekli, že opakování je matka moudrosti a že do třetice všeho dobrého a šli jsme s kůží na trh. Ověřili jsme si tak, že naše produkce má trvalou hodnotu a že držíme také kvalitu, tedy i kvalitu chuti.

Tedy jste neprohloupili...

Určitě ne, ba naopak! Umístili jsme se nečekaně a máme z toho velkou radost. Získali jsme dokonce tři Dětské chuťovky za vejce Farmářský výběr, Moravia a Indiánská vejce a za ta poslední jmenovaná jsme obdrželi také Českou chuťovku. Tedy celkem 4 ceny, a to je pro nás velký úspěch. Je to pro nás i určité poděkování za naše úsilí nabídnout českému trhu prvotřídní produkty s vyhlášenými nutričními vlastnostmi. Také se prokázalo, že naše vajíčka velice chutnají dětem, a to je jasná zpráva. Děti jsou bezprostřední, a když jim, jak se říká, něco nejede, tak s tím nic nenaděláte. Naše vajíčka označily jako pochoutku a ohodnotily je trojicí cen, a to je skutečně úžasná pocta.

Jak vnímáte značku Česká chuťovka a Dětská chuťovka? Pomáhá spotřebitelům k orientaci na trhu?

Domnívám se, že ano a že také velmi dobře koresponduje se snahou zákazníků měnit stra-

vovací návyky – hledat na pultech prodejen to, co skutečně chutná, co je zdravé a nabízí zároveň určitou přidanou hodnotu. Lahodí mi i skutečnost, že lidé začínají velmi cíleně vyhledávat potraviny místních dodavatelů, jimž důvěřují. Jako bychom se všichni tak trochu vraceli ke kořenům v hledání hodnot, které činí život člověka smysluplnější, opravdovější. A dobré jídlo k tomu samozřejmě patří. Kvalitně se stravovat neznamená jen naplnit si žaludek, ale dodat organismu jak potřebné živiny, tak také kousek radosti.

Soutěž vlastně o té radosti opravdu je, protože pochutnat si je krok k dobré náladě, pohodě.

Myslím, že právě tento příjemný požitek bychom si měli připomínat častěji. Jak je známo, vše souvisí se vším, a ono babičkovské: „sedni si a jez v klidu“, má své opodstatnění. Zásadní je, jak si tuto skutečnost kdo uvědomí a jak s touto možností bude zacházet. A jak víme všichni, stresu máme nad hlavu, a alespoň během jídla bychom se od něj měli oprostit. Podaří se nám to tím spíše, čím více nám bude chutnat.

Rodina příznivců České chuťovky se rozrostla a její význam podtrhuje odborná garance Vysoké školy chemicko-technologické v Praze. Odborným patronem projektu je rektor prof. Ing. Karel Melzoch, CSc. Jak významné pro veřejnost je toto sdělení?

Určitě je to skvělá podpora. Tato vysoká škola disponuje mnohými nejnovějšími poznatky, které jsou pro výživu lidí významné stejně tak jako pro vývoj potravin, spolupráci s firmami. Osobně si toho velice vážím, protože není nic lepšího, než se v recepturách opírat o nové informace a kombinovat je s osvědčenými pravidly generací. Naše firma například používá ojedinělé technologie jak při chovu nosnic, tak při zpracování vajec pro gastro účely, vědecky jdeme na dávkování krmných směsí, řízení celého procesu, od nákupu kuřat až po design obalů pro odběratele. Přitom se snažíme stát nohama na zemi a trpělivě veřejnosti vysvětlovat, že jsou vajíčka opravdu zdravá, že to nejsou cholesterolové pasty, naopak, že je vejce svým způsobem superpotravinou.

rozhovor připravila Eva Brixí



foto Kateřina Šimková

Účast žen na trhu práce: do budoucna plánují trávit více času doma

Účast žen na trhu práce stagnuje. V celosvětovém měřítku jde pouze o 54 % žen ve srovnání s 81 % mužů. Vyplývá to z nejnovějšího průzkumu The Global Gender Gap Report 2016. Do budoucna navíc ženy plánují trávit více času doma, aby se mohly starat o ostatní, a dokonce i více působit v rámci dobrovolnictví. Podle personalistů proto budou talenty v budoucnosti směřovat do společností, které jednají otevřeně a férově. To potvrzuje i letošní mezinárodní průzkum společnosti ManpowerGroup.

Počet žen v seniorních a manažerských pozicích v ČR rovněž zůstává nízký. V této oblasti se dle průzkumu The Global Gender Gap Report 2016 Česká republika umístila na 74. příčce (z celkem 144 zemí). Z loňského průzkumu navíc vyplývá, že z hlediska mzdové rovnosti za stejnou vykonanou práci se Česká republika propadla až na 110. místo. Tuzemští zaměstnavatelé proto budou stále častěji pod drobnohledem, protože změny v organizačních strukturách si žádají vyšší míru otevřenosti a férového jednání. Podle personalistů budou mít v budoucnosti dostatek talentů pouze společnosti s kulturou vědomé inkluze. Ty společnosti, které pomohou ženám dostat se do seniorních pozic, pak budou také dosahovat nejlepších výsledků. „Flexibilita a schopnost propojit práci s domovem bude i nadále velmi důležitá, zejména s ohledem na skutečnost, že ženy tradičně stráví denně mezi 90 minutami a několika ho-



foto Pixabay

dinami péči o členy domácnosti, přičemž stárnoucí populace povede k ještě vyšší potřebě pečovat o starší členy naší společnosti,“ uvedla Gabriela Kodenková, personalistka ze společnosti Talentica.cz, která se zaměřuje na nábor technických pracovníků.

To potvrzuje i nejnovější mezinárodní průzkum společnosti ManpowerGroup mezi příslušníky generace Y. Podle něj ženy do budoucna plánují strávit více času doma, aby se mohly starat o ostatní, tedy o děti, starší pří-

buzné, partnery, a dokonce i více působit v rámci dobrovolnictví. Talenty budou v příštích letech směřovat do společností, které budou zřetelně a otevřeně jednat, ne pouze vykazovat čísla. „Vrcholoví manažeři musí přijmout osobní odpovědnost a převzít roli tvůrců změny. Důležité je, aby budovali důvěru a ukazovali, že formují budoucnost, a jsou v kontaktu s lidmi, které zaměstnávají, a komunitami, v nichž působí,“ upřesnila Gabriela Kodenková. (tz)



Koho a co mám ráda

Vitalita a klid do kapsy



foto Kateřina Šimková

Když se řekne inhalace, většina z nás si vybaví obrázek jako z české komedie. Pára, ručník kolem hlavy, bačkory a v hlavní roli ucpaný nos. Inhalace ale dokáže pomoci i při řadě jiných obtíží a stavů. Tak například při únavě či ve stresu. Otázkou je, jak z inhalace učinit skladnou a přenosnou záležitost, říkáte si. Odpověď mi dala česká společnost Nobilis Tilia. Vyvinuli zde tzv. inhalační tyčinky, které se vejdou i do té nejmenší kabelky, do kapsy saka či kalhot. Tyčinka vypadá jako běžný balzám na rty. Když ji odšroubujete a přiložíte k nosu, zhluboka se nadechněte a nasajte všechnu tu příjemnou vůni zkomponovanou ze vzácných rostlinných složek. Postup opakujte podle potřeby. Po třetím nádechu se já už cítím mnohem klidnější. Například před pracovní poradou, rozhovorem, schůzkou s klienty nebo projevem před větším publikem. Je to taková okamžitá pomoc, rada přímo z přírody. V mé kabelce je v pohotovosti inhalační tyčinka proti stresu. A nedám na ni dopustit. Ještě kdyby tak existovala další varianta, jež ukonejší chuť na sladké laskominy...

Kateřina Šimková

Na zdraví i krásu můžeme jít **chytře a bezbolestně**

Péče o vlastní image má velký smysl. Nejde však jen o to, jak člověk vypadá, ale také o to, zda je zdravý a jak se cítí, jaké má vyzařování, zkrátka, jak ho vnímá okolí. Jde také o vlastní pocit, který náš vzhled ovlivňuje více, než si občas připouštíme. Vypadat dobře znamená lépe se propracovat také k obchodnímu úspěchu. Většina lidí z businessu to dobře ví.

Stejně tak zná spousty informací o tom, jak se tělo chová s přibývajícím věkem. Ať se nám to líbí, nebo ne, je to tak. Po 30. narozeninách naše tělo začíná neúprosně stárnout. To, co nám stačilo, když nám bylo sladkých 20, už najednou není dost. Možná i proto jsme často ochotni pro krásu trpět. Předtím, než se objednáte na další kosmetický zákrok slibující kouzla na počkání, se zkuste zamyslet, proč naše pleť s věkem ztrácí jiskru a mladistvý vzhled.

Ani ten největší kosmetický zázrak vám v souboji s časem nepomůže, pokud tělu nedodáte to, co s věkem přirozeně odchází. Řeč je o kolagenu, který je často přezdívaný i bílkovinou mládí. A právem. Dokud si ho naše tělo dokáže vyprodukovat v dostatečném množství samo, funguje jako hotový elixír krásy – udržuje nejen pleť, ale všechny tkáně v těle pružné a hydratované. Právě i díky kolagenu si mladá pleť uchovává ty úžasné vlastnosti, které časem odchází do nenávratna. Návod na „zpomalení času“ existuje. V užívání kolagenu. Doplníte ho

nejúčinněji jeho pitím. Aby se vstřebal a účinkoval tak, jak má, musí být živý, tedy „bioaktivní“, takový, jaký je nejvíce podobný lidskému kolagenu a naše tělo s ním dokáže pracovat jako s vlastním. Ten se zatím vyrábí výhradně ve formě prášku, který se jednoduše rozpustí a vypije. Stejně důležitý je i jeho původ (ideálně mořský), množství v denní dávce a samozřejmě jeho kvalita. Investovat do prémiového produktu se v tomto případě skutečně vyplatí.

Takovým je i nový Inca Collagen, unikátní hydrolyzovaný 100% čistý mořský kolagen bez přísad. Jeho jedinečnost je nejen v tom, že je vysoce koncentrovaný (obsahuje až 3000 mg čistého 100% kolagenu v denní dávce). Měsíční kúra Inca Collagenu obsahuje 30 sáčků s 3 gramy čisté bílkoviny, což je doporučená denní dávka. Přípravek Inca Collagen je k dostání ve vybraných lékárnách a na webu www.incacollagen.cz. Použitím slevového kódu navíc získáte slevu 140 korun, dopravu zdarma a Vitamin C ke každé objednávce. **(red)**



140

korun českých

Inca Collagen

Mořský kolagen | Doplněk stravy | 100% čistý bez přísad

Jak uplatnit slevu:

- zadejte www.incacollagen.cz
- v kategorii "OBJEDNAT"
- zvolte počet kusů
- zadejte kód a zvolte "POUŽÍT"

SLEVOVÝ KUPÓN

C01 000 666

Sleva 140 korun

Doprava ZDARMA

Vitamin C k zásilce ZDARMA

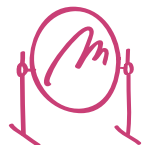
www.incacollagen.cz

INZERCE



Již třikrát po sobě, tedy i v roce 2017, jsme získali ocenění v soutěži Česká chuťovka a Dětská chuťovka. Máme z tohoto úspěchu upřímnou radost.

Naše farma OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r.o. děkuje všem zákazníkům, kteří zůstávají naší chuti věrni.



Tip pro vaše svěží já

Symbiose je název výživného denního a nočního krému pro suchou pleť

Francouzská kosmetika GERnétic vás vybaví na chladné dny



Také jste se definitivně rozloučili s hřejivými paprsky sluníčka a barevnými dny

podzimu? A vybavili se kosmetikou určenou pro sychravé, mlhavé a chladnější období? Udělali jste dobře, vaše pleť vám poděkuje.

Doporučujeme například krém Symbiose polomastné konzistence s regeneračním a ochranným účinkem, který spojuje účinnou ochranu a vyváženou výživu. 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. Vy-

zkoušejte a určitě nebudete litovat. Objednat si ho můžete prostřednictvím www.gernetic.cz. U zralé pleti 35+ doporučuje GERnétic používat Symbiose pouze jako denní krém. Při večerní péči využijte krém Synchron s intenzivnějším regeneračním účinkem.

Jak používat: po aplikaci všech specifických



přípravků naneste malé množství krému na pokožku dekolte, krku a obličeje, včetně očního okolí a nechte dobře vstřebat. Pak začněte s líčením.

Nejste-li si jisti, zda zvolit Symbiose, nebo využít širší paletu přípravků, objednejte se do některého z kosmetických salonů, jejichž seznam najdete rovněž na webových stránkách této značky. Přívítivě a zkušené kosmetičky provedou analýzu vaší pleti a navrhnou řešení, a doporučí takové produkty, které optimálně pokryjí vaše potřeby.

Rádi bychom upozornili na nový design webu a zajímavé informace, které poskytuje. **(red)**

www.gernetic.cz

staňte se našimi fanoušky:

www.facebook.com/GERnetic.cz

www.instagram.com/gernetic.cz



Fejeton

Cesta do hlubin spolužákovy duše

S určitým věkem se člověku dostává nostalgie. Co mu dříve otravovalo život nebo dohánělo k depresím, na to po létech s dojetím vzpomíná a přeje si návrat starých časů. Odcházejí mu do nenávratna kamarádi, a teprve v tom okamžiku mu opravdu začínají chybět. Takovým pokusem zachytit kousek dětství, posunout se v čase o hodný kus nazpátek, potkat se s těmi, s nimiž jsem hrál kuličky a pouštěl draky, bývají srazy spolužáků. Je pozoruhodné, že určitá jména mám spojená jen s klukovskou čupřinou, krátkými kalhotami na šle a modřinou pod kolenem. My se v zrcadle měníme, naši vrstevníci ve vzpomínkách zůstávají, jací byli tenkrát. I spolužačky dosud nosí dívčí jména, ačkoli se několikrát provdaly, a mají pro nás půvab sotva patnáctiletých. Nevadí, že dnes váží třikrát tolik, trápí je žlučník a pořád vyprávějí jen o svých vnoučatech.

To, co nás spojuje, jsou společně prožitý kus dětství, trampoty a úsměvné historky prožité mezi stěnami naší alma mater. S nikým jiným si nemohu popovídat o školním výletě na Pastvinskou přehradu, o kantonu, který na nás spouštěl hrůzu a nutil zdravit soudružsky „Čest práci!“, o zákoutích, kde jsme tajně zkoušeli kouřit suché listí zamoťané do toaletního papíru... Tedy mohl bych, ale sotva našel tak nadšeného posluchače než toho, s nímž jsem sdílel několik let života na tak malém prostoru.

Samostatnou kapitolu tvoří učitelský sbor, jehož pozůstalé členy rádi zveme na společná setkání. Přicházejí ti, kterým jsme utkvěli v dobré paměti a stejně jako oni nám, tak i my jim, dokresluje jejich mládí. Obvykle na nás si jako čerství absolventi pedagogiky mohli vyzkoušet, jak se šedá teorie liší od zeleného stromu praktického vyučování a výchovy. Jsme navzájem dojatí, jak hlubokou stopu



jsme ve svých srdcích navzájem zanechali. A rádi si znovu poslechneme, že jsme byli jiní než dnešní generace školáků. „Ne lepší, ale jiní,“ zdůrazňuje tělocvikář a fyzikář, který se za půlstoletí kupodivu téměř nezměnil (na rozdíl ode všeho okolo).

Na abiturientské srazy chodíme i kvůli školním láskám. Někdy to bývá vzácná příležitost

se potkat se zbožňovanou bytostí. A tentokrát už bez trémy, obav a následků jí vyjevit, jaké city k ní pořád chováme. Asi mi dáte za pravdu, že životní partneři se mění častěji než dětské idoly ze školních škamen. Mají v našich očích stále ten půvab, asi proto, že se nad tím klene hluboká propast času, ale také vzdálenost a promarněná příležitost. Ani zralé dámy nepřestávají bavit tyto výlevy dávných citů. Jsou dojaty, neboť nezáleží, kdy zazní takové vyznání, hlavně že je upřímné. Mezi horoucím citem a jeho projevem může uběhnout i celé půlstoletí. Jeden vyjevil při tanci své bývalé spolužačce, že ji celou tu dobu miluje a touží dát jí opravdový polibek. Teď nelenil, využil okamžiku překvapení, uchopil její hlavu do dlaní, přitáhl a políbil. Nevzpouzela se, čímž ho prý utvrdila v přesvědčení, že jeho tajná láska musela být zcela jistě po celý ten dlouhý čas v skrytu duše opětována.

„Nevadí ti, že jsem dvojnásobnou prabábou?“ odpověděla, když se oba trochu vzpamatovali.

„Vůbec ne. A nepřekvapujeme mě to, vdávala ses tak mladá!“ odpověděl

a jistě by se pokusil o další pusu, kdyby na ně nebyla soustředěna pozornost celé třídy 9.B. V neustále se měnícím světě, kterému už nerozumíme a nedokážeme se přizpůsobovat jeho pravidlům, bývá společně prožitá minulost jedinou jistotou. Proto se tak rádi s našimi blízkými vracíme tam, kde je vše srozumitelné a uzavřené. Nebo ne?

Pavel Kačer

O vůních, které přinášejí pohodu

PartyLite je nejen ve světě, ale také v České republice známá společnost především pro to, jak dokáže její výrobky proměnit atmosféru a prostředí domova, zasedací místnosti či kanceláře, hotelové haly nebo kavárny. Každou sezonu přináší něco nového, čím si zákazníci mohou udělat radost. Lucie Záleská, zastávající pozici Sales Director pro Českou republiku, Slovensko a Polsko, jsme se proto zeptali, jak v PartyLite k obměně trendů přistupují.

PartyLite je společnost, která udává trendy v oblasti bytových doplňků a vůní. Čím se řídíte, podle čeho dokážete určit, jakým směrem půjde vývoj?

Trendy vytváříme ve spolupráci s předními parfumérskými domy, které pro nás sestavují vůně na míru. Náš trh a zákazníci velice dobře známe, a jsme proto schopni určit, jakým směrem se vývoj v našem sortimentu má ubírat tak, abychom se dokázali odlišit od konkurence, ale přitom nabízeli takovou paletu vůní, která uspokojí všechny zájemce. V kompozici vůní vždy najdou něco známého, ale také složky a jejich kombinace, jež vůni učiní unikátní. Velkým trendem je také vůně personalizovat každému jednomu zákazníkovi na míru. Ostatně proto jsme také vytvořili program, díky kterému si může člověk vytvořit vůni přesně podle sebe. Ze dvou až tří vonných verzí si namíchá svou Signature kombinaci, která vystihuje vkus, preference a překračuje hranice, které by jinak byly výrobcem předem naryšované. My v PartyLite totiž podporujeme tvořivost lidí a chápeme, že sebevyjádření je pro člověka důležité stejně dobře v módě jako při tvorbě útulného prostředí.

Změnil se vkus zákazníků za posledních pět let? Co jim vonělo v roce 2012 a jakou vůni upřednostňují dnes?

Preference se mění s tím, jak jsou lidé otevření novým zkušenostem. Po čase se vonná varianta mnohdy může zdát stereotypní a prostor domova si žádá oživení. To také vidíme na vývoji prodejních čísel. Ale pak jsou zde rovněž určité stálice, které mezi vůněmi zůstávají na špičce. Výběr závisí v tomto ohledu hodně také na demografických údajích zákazníků a kultuře. A tak se nedá úplně jednoduše říci, zda a kam se trend posunul. Mohli bychom však říci, že zájem je o sofistikovanější vonné kompozice, které se rozvíjejí s každým zažehnutím svíčky. To potvrzuje také počet aromatických ingrediencí, jež v našich svíčkách najdete. Mnohdy se dostáváme až na těžko uvěřitelná čísla atakující hranici několika desítek složek.



Lucie Záleská

Liší se vkusem Češi, Poláci a Američané?

Víte, v tomto ohledu je hrozně těžké generalizovat. Každá země má své vlastní kulturní zázemí. A z ní se rodící vkus. Nicméně útulnost domova a vřelou atmosféru chápeme velice podobně. A tak volíme vždy takové vůně, které nám dojem útulnosti a příjemné atmosféry dokáží umocnit. V USA jsou to hodně gurmánské vůně s vanilkou, které symbolizují teplo krbu, pečení koláčů atd. Ty se nejvíce prodávají v zimním období. Tím jsem narazila na další faktor, který se vkusem značně souvisí. Pro každé roční období volíme specifické typy vůní. Proto v našem sortimentu kromě gurmánských vůní naleznete také ovocné, květinové, svěží, tropické. Je zajímavé podívat se, jak vůně vnímají ženy a jak muži. Něžné pohlaví je mnohdy uchvámeno svěžími „mužskými“ variantami, kdežto silnější protějšky jsou příznivci těch květinových.

Jaké novinky jste si pro letošní zimní sezonu připravili?

Přichází období Vánoc, to jsou pro nás nejdůležitější svátky roku. Plamen svíčky symbolizuje teplo, které na severní polokouli všichni v chladném období roku potřebujeme. Představuje také naději a světlo, to, že se všichni sejdeme v kruhu svých nejbližších, rodiny i přátel. Mezi vůněmi pro nás toto období charakterizují například Skořicové dřevo, Stříbrná břiza, Bílý jantar, Zimní ovoce nebo

Modrý smrk. Ale ke sváteční atmosféře se také váží doplňky, jež docela promění interiér – dekorativní kryty na skleněné soudečky, lucerničky a svícny. Najdete zde motivy typicky vánoční, ať už jde o použité barvy, nebo symboly.

A co byste z vašeho sortimentu doporučila pro ozvláštnění kanceláře, domácí pracovní, abychom byli v pohodě a uvolnili se ze stresu, který nás stále provází?

Pokud jde o kancelář, jíž s nikým nesdílíte, pak bych nechala volnou cestu fantazii a vytvořila si Signature vůni, která pro vás bude představovat významný krok k příjemné pracovní atmosféře. Jde o to, abyste se s vaší vůní cítili dobře, svěže, pohodlně. Zkrátka, aby byla vaší ideální společnicí celých osm a více hodin, které v práci trávíte. Pokud však budete prostor sdílet s dalšími lidmi, zkuste výběr správné vůně pojmout jako malý teambuilding a volte takové varianty, které budou příjemné všem, nebo je alespoň budou kolegové vnímat neutrálně a vůně je nebudou rušit.

Zaznamenala jsem, že se design svíček během posledního roku a půl značně změnil. Co vedlo k tomuto posunu a jaké benefity z toho plynou?

Ano, skleněné soudečky dříve bývaly menší, barevně rozdílné a mívaly jeden knot. Ale naši zákazníci si přáli větší požitek z vůně za kratší čas. A tomu se design musel přizpůsobit. Dnes je skleněný soudeček vybaven třemi knoty, díky nimž se rychleji vytvoří vonné ježíčko a aroma se uvolní již během několika minut. Vůně je rovněž intenzivnější. Nejčerstvější změna se týká vosku. Ten je stále stejně kvalitní, vyrobený z rostlinných zdrojů, obsahuje vonnou esenci v celém svém objemu. Ale ve svíče se třemi knoty je bílý. Na povrchu skleněné nádoby jsou pak dekorativní potisky, které mají umocnit dojem z vůně. To má dva důvody. Naše skleněné soudečky se lépe kombinují s paletou doplňků, jež k nim nabízíme. A pak také lépe vyniknou v interiéru. Navíc naše zákazníci změna a z ní vyplývající možnosti tvořit velice baví.

ptala se Kateřina Šimková ■■■





TVOŘÍME PŘÍBĚH PEČIVA

KAŽDÝ DEN PRO VÁS TVOŘÍME PŘÍBĚH PEČIVA,
KTERÝ SI MŮŽETE VYCHUTNAT A DÁT MU TAK TEN PRAVÝ SMYSL



Z ČESKÝCH POLÍ



DO VLASTNÍCH
MLÝNŮ



A NAŠICH PEKÁREN



PŘÍMO K VÁM