

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2018

Říjnový stín léta

Eva Brixí

Už zmizel večerní šepot kopru ze zahrad
A půda voní jinak
Někdo by řekl že bez nálad
Je to však přesně naopak
Klid duše vzkvétá
Do mlh a do záhad
Chtěla bych
Aby mě měl stále někdo rád
Ještě přece není konec léta
Byť v dálí voní bramborová nať

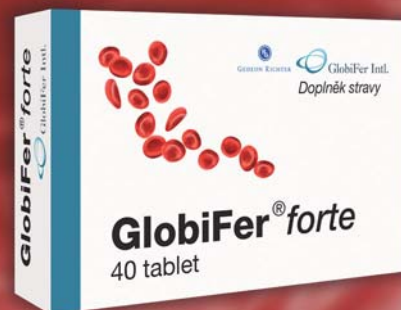
Můj život rozdávající
Chodí kolem výpovědi slečny
Chci hledat dobro v stéblech trav
A mávat padajícím listům rozpustilých barev
Na pozdrav a hned

Jitka Hradilová

Nejlepším učitelem je naše
vlastní praktická zkušenost
rozhovor na stranách 10–11

GlobiFer forte jako unikátní preparát pro doplnění železa v organismu

Nedostatek železa je problémem napříč populací. Trpí jím zejména starší lidé, děti nebo ženy v období těhotenství a kojení či před menopauzou. Pomoci může GlobiFer forte. Je to unikátní doplněk stravy obsahující přírodní lehce stravitelné hemové železo. Na rozdíl od jiných přípravků se železem je GlobiFer forte v zažívacím traktu snadno a více vstřebáván a jeho užívání není spojeno s typickými trávicími obtížemi. GlobiFer forte je doporučené užívat tehdy, když má organismus zvýšené požadavky na železo, takže se osvědčil sportovcům nebo při redukční dietě. Je také užitečné ho aplikovat před a po chirurgických zákrocích a při žaludečně-střevních onemocněních. K dostání je v lékárnách.



Káva mi změnila život

Stačí, když zavoní. Někde blízko vás. Máte chuť si ji dát také. Kávu. Tu vaši, na niž jste léta zvyklí, ať už je to „český turek“, anebo přesíčko jen tak na chuť. Anebo okusit jinou, kterou jste ještě nikdy nepili. Káva je totiž mocná čarodějka. Nutí vás buď zrychlit, nebo zastavit čas. Jak kdy. Jednou potřebujete povzbudit, trochu přidat adrenalinu, abyste dokončili článek, projekt, zakázku. Jindy zas potřebujete zvolnit, vydechnout, užít si svou kratičkou denní chvíli. Káva vám to všechno dokáže zařídit. O mnohém, co s kávou souvisí, se můžete dovědět z knihy nakladatelství Smart Press, která se jmenuje Velká kniha o kávě. Vychází v těchto dnech. Zjistíte, jak je to třeba s kávovou kulturou u nás, dočtete se o pražírkách, baristech, soutěžích, pěstování a sběru kávy, zjistíte, že lze připravovat i čaj z kávových květů. Vhod přijde také řada receptů na to, jak připravit ten nejlahodnější nápoj na světě. Autorky Petry Davies Veselé jsem se zeptala:



Petra Davies Veselá

Kdy a proč vám učarovala káva?

Káva mi změnila život a všechno to začalo tím, že jsem si v roce 2004 otevřela svou kavárnu. Její příprava mě od začátku nesmírně bavila, přestože jsem ji vůbec nepila. Prochutnala jsem se k ní až po dvou letech. Různě jsem soutěžila a nyní zasedám jako porotkyně na mistrovství světa, kde jsem měla možnost ochutnat úžasné kávy. Kavárnu jsem prodala a kávu se věnuji naplno na školeních.

O tomto nápoji panuje mnoho mýtů. Jedni tvrdí, jak je nezdravá, druzí pravý opak. V čem je člověku tedy vlastně prospěšná? Jaké nové poznatky o kávě existují?

Účinky kávy na náš organizmus jsou hodně individuální. Někomu svědčí více šálků kávy, jiní na sobě cítí už druhý třetí. Hodně záleží na kvalitě kávy, na jejím druhu a odrůdě. Jak byla pražená, a hlavně jak připravená. Když je káva dobře připravená, je pro naše tělo zdravá. Ve filtrované kávě je více kofeinu než v espresu. Dále káva obsahuje řadu zdraví prospěšných látek a pozitivně stimuluje kardiovaskulární systém. Dokonce prý pomáhá proti různým typům rakoviny. Důležitá je podle mne pohoda, která by popíjení kávy měla provázet. Určitě asi nemá smysl „házet do sebe“ jeden šálek za druhým jen ze setrvačnosti nebo ve víře, že mne to povzbudí na deset dnů dopředu... Pro mě znamená šálek kávy moment, kdy se v průběhu dne na chvíli zastavím. Nepatřím mezi zastánce kávových řetězců, kteří vás motivují k pití kávy s sebou a ve velkém množství.

Někteří odborníci tvrdí, že káva by se neměla sladit ani doplňovat smetanou, stejně tak že kombinovat ji s dortíky je prohrávek proti zdravějšímu životnímu stylu. Je to pravda?

Pokud si chcete vychutnat pravou chuť kávy, ochutnejte ji bez cukru. Cukr nebo mléko či smetana ji samozřejmě ochutí, ale já sama si nemyslím, že by to bylo špatně. Je na samotném zákazníkovi (či domácím uživateli), jak si svou kávu nejlépe vychutná a užije. A zákusek ke kávě? To je úžasný doplněk.

Knihu, kterou jste nyní vydala, obsahuje obrovské množství informací. Co jste chtěla sdělit především? A jak dlouho jste na ní pracovala?

Na knize jsem pracovala přesně rok. Chtěla jsem aktualizovat původní publikaci, od prvního vydání se toho hodně změnilo. S fotografem Davidem Židlickým jsme vyrazili na plantáže do Panamy a tam pořídili spoustu



nádherných fotografií. Přidala jsem informace o řadě nových metod přípravy kávy a zapojila do nich také své kamarády a různé „kávové“ osobnosti. Také se můžete těšit na úplně nové recepty.

Káva je součástí mnoha zákusků, dortů, sušenek. Pečete z ní také, láká vás to? Máte své osvědčené recepty?

To je moc dobrá otázka. Všichni v našem okolí si myslí, že když s kávou pracujeme, že nám bude chutnat kávový dort nebo třeba zmrzlina. A ono je to naopak. My té kávy máme normálně tak moc, že už nás v zákuscích bohužel neláká.

Jste nejlepší česká baristka. Vedete kurzy správné přípravy kávy. Pro koho jsou určeny a čemu se v nich lze naučit?

Naše kurzy jsou určené pro kávové nadšence, domácí uživatele, ale i baristy a kavárníky. Máme různé druhy kurzů, takže si každý vy-

bere. Kurz filtrované kávy, všeobecný kurz, kde je více teorie, dále školení zaměřené na praxi a malování cappuccin, ale také například degustační kurz. Účastníky kurzů naučíme pracovat s domácími i profesionálními kávovary, nastavit mlýnek, šlehat mléko a také trenujeme čištění.

Cennou surovinou, jež zbývá, je lógr, sedlina. Obsahuje řadu cenných látek a zdá se být velice zajímavou surovinou například pro kosmetický průmysl či jako hnojivo na zahrádky. Vykupuje se někde, anebo se jí stále plýtvá?

O konkrétní firmě, která by lógr vykupovala, bohužel nevím. Ale máte pravdu, používá se jako hnojivo a také jako peeling. Sama ho občas přidám do zeminy k pokojovkám a moje máma venku na zahradě. Manželův kamarád si v Londýně na lógru dokonce založil business. Lógr si odváží z kavárny a pěstuje na něm houby, které potom prodává.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



foto David Židlický



Nebe plné osobností

Dny plné proslulého září. Letos byl tento měsíc překrásný. Potkala jsem spousty lidí, kteří něco umí, přemýšlí a vedou business k ideálu. Jsou to ti, kteří povznášejí vaši duši, myšlení, a často i konání. Jsou to inspirátoři, jenž rozsvěcují lampičky poznání a chápání souvislostí nám ostatním, aniž to tuší. Je úplně jedno, zda se z neuchopitelných okamžiků posléze vyloupne na světlo boží nový podnikatelský koncept, drobný nápad, jak dát určitému směru lepší tvář, nebo jestli vznikne další výroba originálních džemů. Každé nebe má dostatek hvězd. Jen je potřeba občas zhasnout, abychom je viděli. Anebo rozsvítit, abychom nezakopli.

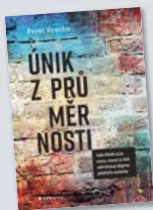
Eva Brixi



Tip Grady

Únik z průměrnosti

Pavel Vosoba



Pokračování bestselleru Dokonalý život. Strhující příběh, v němž se prolíná současnost s minulostí, opět zavede hrdiny do různých koutů světa, nechá je nahlédnout do tajů života známých i méně známých historických osobností a umožní jim setkání s lidmi, jejichž osudy nakonec ovlivní i jejich životy.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



www.manner.com



www.cesky.porcelan.cz



www.ovus.cz

partneři:



www.yourchance.cz



nadeje-byliny.eu



www.tsoft.cz



www.incacollegen.cz



www.pardubickypernik.cz



www.design4net.cz



www.svatebni-dory.cz



www.zpmvcr.cz



www.comoramody.cz



www.americkakosmetika.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 12, říjen 2018

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 Rožníčková

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

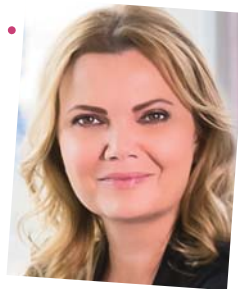
Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat:

- ✓ kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem
- ✓ seriál Vitalita z přírody připravený s firmou Naděje Jarmily Podhorné

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šimkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Co byste letos ráda udělala pro své zdraví?

Karolína Topolová
AURES Holdings, provozovatel sítě autocenter AAA Auto
generální ředitelka

Vždy jsem byla aktivní člověk a věnovala se sportu. Po narození dcery a rychlém návratu do práce jsem ale byla plně pohlcena tím, jak skloubit práci s mateřstvím, a sportovní aktivity šly stranou. Teď však intenzivně pociťuji, že každý člověk si musí najít čas i pro sebe, čímž nasbírá potřebnou energii do života. Postupně zase svůj balanc nacházím – opět sportuji, jím zdravou a vyváženou stravu, nezanedbávám rodinu ani práci, snažím se nestresovat a jsem jednoduše spokojená. Udržení této symbiózy je můj cíl nejen pro letošní rok, ale i prověřený celoživotní recept na zdraví.



Myslíte si, že dokáže podnikat žena v jakémkoli oboru?

Miroslav Koberna
Potravinářská komora ČR
ředitel

Na základě životních zkušeností jsem přesvědčen, že není obor, ve kterém by se žena nedokázala prosadit a nebyla pro muže rovnocennou konkurentkou. Samozřejmě má to, v případě, že se rozhodne současně fungovat jako žena, manželka, matka, o mnoho složitější. A nejsem si jist, zda toto společnost náležitě oceňuje. Třeba nevím, zda si finance např. na chůvi k dětem tak, aby se mohla plně věnovat svému businessu, může dát do nákladů. Pokud ano, je to dobře, ale stejně tak by si třeba zaměstnaná matka dítěte do určitého věku měla mít možnost odečíst náklady spojené s opatrováním dítěte z daní, pokud se chce vrátit do práce. Setkal jsem s řadou vynikajících podnikatelek a úspěšných manažerek a stejně tak s řadou neúspěšných podnikatelů a manažerů, takže v této oblasti nevidím žádný „genderový“ rozdíl. To, k čemu mám výhrady, je snaha dnešní psychicky narušené společnosti udělat z ženy, ale následně, pokud se to povede, jistě i z muže, jakéhosi bezpohlavního tvora, kde zdvořilost a slušnost k opačnému pohlaví se po zásluze trestá jako harašení. Myslím si, že daleko častěji haraší zodpovědným politikům. Bylo by špatné, aby se tyto manýry přenesly i do businessu, a možná následně i do rodiny a jako nemoc do celé společnosti. Asi mám v tomto zastaralé názory, ale žena jeřábice, svářečka a hornička, nebo snad hornice, mi tak úplně nesedí. Ale třeba se lidstvo vzpamatuje dřív než MeeToo rozloží celou planetu. Doufám, že jsem kostrbatě vyjádřil to, co jsem chtěl k tématu říci. Prostě držím palce ženám podnikatelkám a manažerkám, přeji jim úspěch, přeji jim, aby jim okolí ten úspěch moc nezávidělo.



Informace do kabelky

ROSSMANN a Henkel opět vysadí stromy ve městech

Třetí ročník kampaně Vraťte stromům korunu se uskutečnil v srpnu ve spolupráci společností ROSSMANN a Henkel. Od zákazníků ROSSMANN byly vybrány peníze ve 131 prodejnách na vysazení 400 vzrostlých stromů v blízkosti prodejen této sítě. Z každého prodaného výrobku značek Fa, Syoss, Vadamecum, Palette, Taft a dalších putovala jedna koruna do sbírky. Samotná výsadba stromů bude probíhat během října a listopadu a zajistí ji organizace Sázíme stromy. (tz)

Co pomáhá snižovat platové rozdíly mezi ženami a muži

O nerovnoměrném odměňování žen a mužů se často diskutuje. Nelze generalizovat, ale ženy se od mužů (naštěstí) opravdu liší, a jednou z oblastí, kde se to výrazně projevuje, je právě míra, ve které jsou ochotné a schopné své práci podřídit ostatní složky života. Ženy také více tíhnou k „pečujícím“ profesím ve zdravotnictví, vzdělávání a službách, které jsou hůře honorované. Co tedy s tím? Co mají dělat ženy, aby dosáhly srovnatelného platu? Paylab (u nás zastoupený značkou Platy.cz) vymezil sedm oblastí, které snižování platových rozdílů velmi pomáhají.

1. Výběr vzdělání a povolání

Rozhodnutí o výběru povolání je základním předpokladem, který předurčuje budoucí kariéru směřování žen, a tedy i jejich platové ohodnocení v budoucnosti. Ženy se orientují spíše na netechnické směry. Do velké míry se rozhodují i podle společenských předpokladů, na jakých pozicích by se jako ženy měly uplatnit. Tato dlouhodobá tradice je směřuje především do pozic prvního kontaktu, kde je potřebná empatie: například zdravotní sestra, učitelka, sociální nebo také klientská pracovnice, zákaznická podpora. Právě tyto profese jsou bohužel platově ohodnoceny nízkou. Ženám je proto třeba připomínat, že se mohou zacílit na progresivnější pozice v rámci „nové ekonomiky“. Ty sice nejsou většinou vnímány jako ženské, a zatím v nich převažují muži, ale nejsou zde potřeba silové dispozice. Jde například o vědu, výzkum a nové technologie.

2. Prohlubování digitální zručnosti

Muži jsou více technicky orientovaní a zaměřeni na novinky v oblasti informačních technologií. Právě digitální gramotnost, ovládání počítačových programů, služeb a online nástrojů je v současném moderním světě určující silou i na pracovním trhu, a tento směr patří k nejlépe placeným. Ženy mají v high-tech oborech menšinové zastoupení. Prohloubení IT znalostí je také cestou ke zvyšování atraktivity v očích zaměstnavatelů, ať už v marketingu, administrativě, personalistice, ekonomice a dalších směrech. Proto investice do IT vzdělávání a získávání odborných zkušeností v některé z IT oblastí jsou cestou k lepšímu výdělku. Na to se zaměřují i společenské iniciativy jako Women in Tech. Situace v České republice je ale v současné době taková, že nejvíce žen zaměstnaných v oblasti IT pracuje na pozici IT tester nebo IT analytik.

3. Leadership žen a posilování diversity

Na celkové vnímání žen ve společnosti má velký vliv i zastoupení žen ve veřejných funkcích a na významných státních postech v jednotlivých státech. Ženy tak získávají vzory, které jsou pro ně stimulem a povzbuzením. Ženy

mají na mnoho věcí jiný pohled než muži, což napomáhá k pluralitě pohledů a názorů. Do vrcholového managementu firem se dostává stále málo žen. Na jedné straně je kritika povinných kvót, na druhé straně závěry několika studií (Peterson Institute, Morgan Stanley) potvrzují pozitivní vliv rodové diversity v managementu, který je měřitelný v lepších ekonomických výsledcích firem. „Zastoupení žen v managementu firmy svědčí o určité vyspělosti a otevřenosti firemní kultury, proto stále více společností přispívá diverzitě velký význam,“ řekl Michal Novák z Profesia.cz. „Ukazatelem určité vyspělosti země je i podíl žen podnikatelek, které měly odvahu rozběhnout vlastní podnikání. Těch je oproti mužům poměrně málo.“



4. Transparentní komunikace o platech

Firmy investují mnoho energie a prostředků do posilování své zaměstnanecké značky. Chtějí být atraktivním zaměstnavatelem nejen pro muže, ale i pro ženy. Z pohledu odměňování zaměstnanců by měly zprůhlednit platovou politiku a odměňovat férově. Ale firem, které to opravdu realizují z vlastní iniciativy, je stále málo. V zemích jako Německo, Island, Rakousko, Švédsko, Finsko a Francie platí různé „reporting laws“, které firmy nutí zabývat se otázkou gender gap – tedy nerovnoměrného odměňování mužů a žen. „Spravedlivé odměňování, finanční motivace pracovníků, ale i reálný obraz o mzdách a platech v České republice budou tématy přednášek a diskuzí v rámci odborné konference HR days, kterou Profesia připravila na začátek listopadu,“ podotkl Michal Novák.

5. Rostoucí zaměstnanost žen

Na gender gap má do velké míry vliv i samotná možnost nechat se zaměstnat. Jinak řečeno, jaké podmínky mají ženy v jednotlivých zemích k tomu, aby byly motivované pracovat. Na pracovním trhu je stále vyšší podíl zaměstnaných mužů, ale tento rozdíl se díky modernímu životnímu stylu, zlepšování pracovních podmínek a emancipaci žen postupně zmenšuje. Ze statistik EU ale vyplývá, že rozdíly v zaměstnanosti se v jednotlivých zemích velmi liší. Nejmenší jsou ve Skandinávii, tedy v Norsku, Finsku, Švédsku, a pak v pobaltských zemích, kde pracuje přibližně stejné procento žen a mužů. Oproti tomu zaměstnanost žen v zemích střední Evropy se dlouhodobě nezlepšuje; velký vliv na to má i stále poměrně malá nabídka práce na částečné a flexibilní úvazky.

6. Zkrácené úvazky jako vstupenka zpět na trh práce

Zkrácené úvazky jsou pro pracující matky často jedinou možností, jak zvládnout zaměstnání a nerezignovat na rodinný život. „Zatímco v Holandsku pracuje až 74 % zaměstnaných žen na zkrácený úvazek, v celém EU je to asi třetina. Poměrně dobré podmínky vytvářejí také Německo, Rakousko, Belgie a Velká Británie, kde na zkrácený úvazek pracuje téměř polovina zaměstnaných žen. Na druhé straně stojí země bývalého východního bloku, které mají v tomto směru velké rezervy, protože zde pracuje na zkrácené úvazky jen asi desetiina žen,“ upřesnil Michal Novák. Kratší úvazky pomáhají ženám udržet se na trhu práce a zabezpečit si finanční nezávislost. Zde je ale třeba poznamenat, že jen velmi málo žen zaznamená kariéru růst a platový progres, pokud pracují na zkrácený nebo flexibilní úvazek.

7. Větší angažovanost otců v péči o děti

Výchova dětí a péče o rodinu hrají v životě žen významnou roli, a je proto přirozené, že některé upřednostní v určité fázi života delší kariéru pauzu. Právě tato absence má výrazný vliv na platy žen, protože často přichází ve věku největšího kariérního progresu. Jednoduše řečeno, zatímco je žena doma s dítětem, muž na stejné pozici kariéru i platově roste. Když se žena opět vrátí do pracovního kolotoče, její pozice už je výrazně jiná. V současnosti se velmi diskutuje o tom, že ženy by neměly mít pocit, že jsou penalizované za to, že mají děti. Mnohé země tak začaly motivovat otce, aby se více angažovali v péči o rodinu, a tak i oni přispěli k pohodlnějšímu návratu žen do práce a snižování gender gap. U nás je první vlašťovkou tzv. otcovská dovolená, tedy možnost vzít si týden volno po narození potomka, do možností, které mají rodiče v Holandsku nebo skandinávských zemích to ale má stále daleko.

(tz)

Co je jogurt, tvaroh, skyr?

Zejména ženy se zajímají o to, co obsahuje jejich jídelníček. Požadavky na to, aby byly zdravé, vypadaly úžasně, sexy a plnily úlohu nejen manželek, maminek, babiček či reprezentativních přítelkyň, rostou. A nejen to. Žena v roli podnikatelky nebo manažerky bývá ztotožňována s ideálem, který druhá polovina lidstva ke svému dobrodružnému životu zkrátka potřebuje. Avšak – jak toho dosáhnout a jak vydržet neúprosný tlak doby? Odpověď právě na tuto otázku hledáme všechny. Náповědou mohou být informace o stravování, například o úloze mléčných výrobků v něm. Ty zažívají velký návrat na náš stůl. Na mnohé zajímavosti jsem se zeptala Ing. Jiřího Kopáčka, CSc., předsedy Českomoravského svazu mlékárenského:

Myslím, že se na výsluní dostaly jogurty. Také tvaroh jsme znova objevili. Proč je máme tak rádi?

Možná i proto, že jsou svým způsobem velmi univerzálním jídlem. Jogurt si můžete dát k snídani, na svačinu, k večeři. Doplňt ho



Ing. Jiří Kopáček, CSc.

můžete zeleninou, ovocem i pečivem. Navíc je v praktickém balení, a to je nespornou výhodou. Jogurt je pohodlný na cesty i do kanceláře. Tvaroh zase může posloužit jako základ mnoha pokrmů a nebrání se žádné nové variaci. V České republice ročně zkonsumuje průměrný Čech kolem 15,5 kg jogurtů a zakysaných mléčných nápojů a 4,7 kg tvarohů. Díky fermentaci dochází u těchto výrobků k částečnému rozštěpení mléčného cukru, proto je



leckdy mohou konzumovat i osoby, které mají problém s trávením laktózy přímo z mléka.

Co je v zakysaných výrobcích pro naše zažívání užitečné?

Už naši předkové věděli, že fermentované neboli zakysané potraviny (jogurt, kefir, některé druhy sýrů, tvaroh, kysané zelí nebo ostatní kysaná zelenina) pozitivně ovlivňují střevní mikroflóru, kde se nachází více než 70 % buněk imunitního systému. Proto se proces fermentace využívá v potravinářství dodnes. Zakysané mléčné výrobky kromě toho, že podporují imunitní systém, také obsahují bakterie mléčného kvašení, které dávají mléku nové nutriční vlastnosti. Rozštěpí část bílkovin, sacharidů i tuků, čímž pomáhají našemu trávení a zároveň vytvářejí zdraví prospěšné látky. Podle použité suroviny, druhu bakteriálních kultur, popř. dalších přísad a technologických kroků je možné zakysané mléčné výrobky rozdělit na:

- jogurty a jogurtové výrobky
- zakysaná mléka a zakysané smetany
- další zakysané mléčné výrobky (novými výrobky jsou např. skyr a jogurtová smoothies)

Jogurt se stal favoritem z mnoha důvodů. Ale jogurtů je celá řada. Jak se v nich vyznat?

Tento tradiční fermentovaný výrobek pochází z Balkánu. Jsou v něm vždy přítomny dva ušlechtilé mikroorganizmy, a to *Lactobacillus bulgaricus* a *Streptococcus thermophilus*. Legislativa stanovuje, že produkt, který je nazván jogurtem, musí vždycky obsahovat živou jo-

gurtovou mikroflóru v přesně definovaném množství, a to ještě i na konci data trvanlivosti jogurtu. Počet zárodků musí být nejméně deset milionů v jednom gramu. Důležitý je ale také poměr obou mikroorganismů, laktobacilů a streptokoků (1:1, 1:2, nebo 2:1), což má vliv na konečnou chuť výrobku. Převažují-li lehce laktobacily, pak je chuť kyslejší. Z pohledu technologie se vyrábí tyto typy jogurtů:

a) Jogurt s nerozmíchaným koagulátem

Zraje přímo ve spotřebitelském obalu. Do mléka se přidává jogurtová kultura a tento polotovar se ihned stáčí do obalu, ve kterém pak probíhá fermentace. Konzistence je pevná, gelovitá, lámavá a na lomu nepravidelná. Hustší konzistence je dosaženo povoleným přidáváním sušeného mléka do mléčné směsi. Mírné vyvstávání syrovátky u tohoto typu výrobku není na závadu.

b) Jogurt s rozmíchaným koagulátem

Ten zraje v procesním tanku. Hotový produkt je až po dokončené fermentaci a rozmíchání koagulátu plněn do obalů. Předtím mohou proběhnout ještě další technologické procesy (např. homogenizace, chlazení a balení). Jeho konzistence je krémovitá, hladká a lesklá.

c) Řecký jogurt

Benefitem je zde vysoký obsah bílkovin, zhruba 2,5x více než v klasickém jogurtu. Konzistence je velmi hustá a krémovitá. Po fermentaci mléka jogurtovou kulturou dojde k odstranění syrovátky. Tím se výrazně zvýší sušina výrobku, který má pak přirozeně vysoký obsah bílkovin (nejméně 5,6 %, ale obvykle více než 8 %).

d) Jogurt řeckého typu

Ten má rovněž vysoký obsah bílkovin. I v jeho případě je konzistence velmi hustá a krémovitá. Zvýšeného obsahu bílkovin ve výsledném produktu bylo dosaženo jejich dodatečným přidáním.

Hodně populární se staly skyr. Čím se vyznačují?

Skyr je fermentovaný mléčný výrobek velmi podobný jogurtu. Má ale původ na Islandu. Jeho sušinu tvoří zejména vysoce koncentrovaná mléčná bílkovina (více než 10 %). Na ni je navázáno vysoké množství biodisponibilního mléčného vápníku, který je tolik potřebný zejména pro stavbu kostí a zubů.

Výhodou je jednoznačně obsah bílkovin, který je dokonce vyšší než v řeckém jogurtu, je ho tam zhruba třikrát více než v klasickém jogurtu. Další výhodou je nízký, nebo dokonce nulový obsah tuku. Konzistence je velmi hustá. Při jeho výrobě je na rozdíl od jogurtu použita jiná termofilní a probiotická kultura, a navíc i protektivní mikroorganizmy, které ze skyru vytvářejí funkční potravinu. Další odlišností (od běžného jogurtu) je nutnost odstředění syrovátky po fermentaci mléka, což je podobné výrobě tzv. řeckého jogurtu. To v podstatě zajišťuje onen zázračně vysoký obsah bílkovin. Díky svému složení jsou skyr doporučovány v rámci dietních a rekonvalescenčních programů.

Mnohá z nás občas sáhne po lahvičce, jejíž obsah neumíme přesně definovat, ale chutná nám...

Máte asi na mysli zakysané mléčné nápoje. Ty se staly oblíbené a módní. Ale nejen to. Plní velmi užitečné poslání. Do této široké skupiny výrobků patří kysaná mléka a smetany, kysané podmásli, jogurtové nápoje, acidofilní a kefirové mléko a nově také jogurtová smoothies, která jsou vlastně kombinací jogurtového drinku s vysokým podílem ovocné složky. Stávají se ví-



taným doplňkem vyvážené stravy a vhodně dokáže posílit naši střevní mikroflóru.

Při výrobě těchto nápojů se používá opět ušlechtilá bakteriální mikroflóra, ale v některých jsou i tzv. probiotické mikroorganizmy, které příznivě působí na organismus člověka. Vědci ověřují jejich účinky na zmírňování chronických střevních onemocnění, posilování přirozené imunity, léčení průjmů a urogenitálních infekcí. V kefiru a kumysu jsou dokonce přítomny kvasinky, proto tyto mléčné nápoje mohou obsahovat také stopy alkoholu a oxidu uhličitého, což se promítá do jejich svěžiu, a tak trochu šumivého charakteru.

Milujeme tvarohové pomazánky, buchty s tvarohem, tvarohem nahrazujeme i část mouky v pečivu... Tvaroh je univerzální materiál, s nímž se v kuchyni dají dělat divy...

Máte pravdu. Tvaroh je v podstatě čerstvý fermentovaný výrobek. Podle obsahu tuku se produkuje několik tržních druhů: měkký (odtučněný), jemný (polotučný) a tučný. Vyrábí se podobně jako sýry vysrážením mléčné bíl-

koviny z mléka pomocí kulturních mléčných bakterií a syřidlových enzymů. Někteří výrobci zavedli výrobu tzv. termotvarohu, kdy zvýšenou teplotou při pasteuraci mléka a následnou termizací vysrážené tvarohoviny zajistí ve výrobku vyšší množství cenných syrovátkových bílkovin.

Dalším oblíbeným výrobkem je tvrdý tvaroh určený zejména ke strouhání na saláty a ovocné knedlíky. Tento tvaroh se vyrábí pouze kyselým srážením mléka, tedy bez použití syřidla. Tvarohy jsou velmi hodnotnou potravinou, která se ve vhodných úpravách a ve spojení s ostatními potravinovými přísadami stává zdravým, výživným a sytým pokrmem. S tvarohem si zcela oprávněně mnozí lidé spojují hubnutí. Výrobek má totiž málo kalorií, v odtučněné podobě je téměř bez tuku, ale přesto dodává organismu pro zdraví cenné a velmi snadno stravitelné plnohodnotné bílkoviny. Pro nízký obsah laktózy může být přijatelný i pro lidi trpící tzv. laktózovou intolerancí a pro osoby nemocné cukrovkou. Výhoda konzumace tvarohu spočívá také v tom, že jej lze upravit jak na slano, tak na sladko.

Už druhým rokem široké veřejnosti představujete projekt nazvaný „Mléko vás zdraví“. Co je jeho cílem?

Upozornit na to, že mléko a mléčné výrobky vždy patřily v našem zeměpisném pásmu do jídelníčku lidí. Rádi bychom zajistili lepší informovanost o jednotlivých druzích mléčných produktů, ukázali jejich přednosti ve výživě člověka, ať už to jsou děti, starší populace, nebo úzké skupiny jednotlivců, třeba sportovci nebo vámi zmiňované podnikatelky a manažerky, tedy lidé s vysokou stresovou zátěží. Navíc mlékárenský průmysl je v Čechách na špičkové úrovni, měřeno jak technologickým vybavením, tak kvalitou či inovacemi. A upřímně: jsem rád, že Češi zase začínají milovat sýry, tvaroh se vrací do české kuchyně a jogurty či další nové zakysané mléčné výrobky nacházejí své uplatnění.

ptala se Eva Brixí
www.mlekovaszdрави.cz



Česká móda v nových projektech a mezinárodním rozměru

NÁRODNÍ
KOMORA
MÓDY
ČR

Slova o tom, že nastal čas podívat se na českou módu stejným pohledem jako na sport či film, tedy jako na prestižní odvětví, které má svou hodnotu a mezinárodní potenciál, přednesla před několika lety zakladatelka Národní Komory Módy ČR a její prezidentka Julie

Hendrychová. Zdůraznila tehdy, že mimořádná pozornost by se měla věnovat mladé generaci a také jejímu prosazování za našimi hranicemi. Praxe potvrdila, že měla pravdu. Činnost se od té doby košatí. Jak, o tom právě Julie Hendrychová:



Julie Hendrychová

Móda je fenomén, který se snad víc než cokoli jiného dotýká našeho životního stylu, úspěchů i prestiže. Hýbe businessem i lidským sebevědomím. Objevuje osobnosti, pracuje s emocemi a nejnovějšími vědeckými poznatky. Ovlivňuje náš život možná více, než si dokážeme představit. Jakou roli má na půdě módního průmyslu Národní Komora Módy ČR?

Naše Národní Komora Módy ČR vznikla před sedmi lety v Praze. Jako sdružení, jehož prvořadým posláním je podpořit a prezentovat českou módu, tradice, kreativní ekonomiku a intelektuální kapitál, který svojí tvorbou zosobňují zejména mladí čeští návrháři. Chceme prosazovat nejlepší praxi a také svůj etický kodex, vytvářet prostor k široké profesní diskuzi a podporovat uplatnění českých tvůrců na mezinárodní platformě.

Rozvedla byste to podrobněji?

Česká móda i český módní průmysl si zaslouží větší ucelené pozornosti, než se jim dosud do-

stávalo. Před lety jsme byli v jistých směrech, tradici i výrobě svým způsobem velmocí, i když to někdo nerad slyší. Měli jsme vynikající návrháře, sledovali jsme trendy, uměli utkat skvělé materiály, střihy byly propracované, a také medializace tohoto odvětví nebyla zanedbatelná. Začátkem 90. let se mnohé změnilo, a móda jako taková se stala spíše záležitostí jednotlivých špičkových, zavedených designérů, butiků a měnícího se životního stylu. Zaniklo mnoho továren, rozpadly se organizace, které měly s módní tvorbou hodně co do činění, trh ovládl do značné míry dovoz levných materiálů, prádla i oděvů, kabelek, obuvi, doplňků. Tomu podlehl nákupní chování i vkus zejména mladé generace. Postupně nastal čas se nad tímto stavem zamyslet a hledat řešení, změnu.

Tedy?

V našem pojetí třeba nastavit platformu ku podpoře české módy, vyzdvihovat prestiž českých designérů a módních značek doma i v zahraničí, navazovat perspektivní partnerství napříč odvětvími, státy, odborníky.

Co říkají stanovy Národní Komory Módy ČR?

Své členy chceme podporovat například v podnikání a investování. Rádi se ujmeme vzdělávacích aktivit, na tom nyní usilovně pracujeme. Budeme se snažit využít evropských fondů, které našemu záměru mohou posloužit. Národní Komora Módy ČR rovněž ochraňuje zájmy svých členů v kontextu evropské spotřebitelské módní politiky, v obchodě a strategiích. Velice se zasazujeme o podporu mladých módních tvůrců do 30 let v jejich profesionálním rozvoji a ukazujeme cesty, jak využít právě pro jejich podnikání evropské peníze. Neméně podstatné je zabezpečit i mediální podporu našich aktivit v Česku i v zahraničí, prezentovat členy na vybraných setkáních módních tvůrců, na konferencích a odborných seminářích.

K tomu ale budete potřebovat i globální zázemí...

Proto se Národní Komora Módy ČR stala členem mezinárodní organizace EFC (European Fashion Council), výboru prezidentů, právního výboru a investičního výboru EFC. Přijetím a členstvím v Evropském Módním Výboru jako jediná česká organizace má možnost prezentace a ocenění českých módních tvůrců na globální úrovni, přístup k informacím o mezinárodním módním businessu.

Jaké z toho plynou pro vaši komoru povinnosti?

Máme za úkol koordinovat přípravu legislativy a implementaci evropského práva v působnosti módního průmyslu a zahraničně módní politiku ČR ve vztahu k jednotlivým státům EU. Máme rovněž pravomoc ke sjednávání obchodních a ekonomických dohod. Realizujeme obchodní a ekonomickou spolupráci s EFC i s jinými organizacemi zabývajícími se módou na úrovni Evropské unie i ve světě.

Zmíníte projekty, které vás dnes reprezentují?

Za sedm let naší práce se nám ukázalo, že zaměření na mladé módní tvůrce ze středních, vyšších a vysokých škol, ale i na kreativce ze široké veřejnosti přináší nemalé výsledky stejně jako práce s dětmi.

Česká móda i český módní průmysl si zaslouží větší ucelené pozornosti, než se jim dosud dostávalo.



kresba Pixabay

Například soutěž Diamond Fashion Talent vyhlášíme od roku 2012 každým rokem pro dvě kategorie, děti od 6 do 10 let a děti od 10 do 15 let. Malují oděv podle svých představ, obrázky se vyhodnocují. Loni zvítězila slečna Kristýna a právě letos v prosinci bude Česko reprezentovat v rámci mezinárodní edice v Týdnu módy v Praze. Od roku 2014 je projekt zařazen do aktivit Evropského Módního Výboru, a tím se stal mezinárodním. Zkrátka líbil se.

Další aktivitou je Diamond Fashion Designer, což je kreativní inovační program určený studentům středních, vyšších a vysokých škol do 24 let. Vyhlášen byl na Mezinárodním veletrhu World of Beauty and Spa 2011. Na tomto poli máme jasné výsledky. První historický vítěz Josef Konečný byl v roce 2013 zařazen mezi TOP 10 mladých módních tvůrců EU.

Například vítězka za rok 2013 Ludmila Rosová byla zařazena mezi prvních 10 mladých módních tvůrců EU pro rok 2014. Jakub Ručka, vítěz roku 2015, dokonce vyhrál i další soutěž Fashion Talent a reprezentoval ČR v mezinárodním projektu European Fashion Talent v Srbsku v rámci spolupráce Národních Komor Módy Česka a Srbska. Anna Skopcová, vítězka roku 2016, se stala i vítězkou Fashion Talent v roce 2017 a předvedla svou tvorbu na Týdnu módy NKMódy ČR 2017 i na mezinárodním festivalu Poklad Národa – Fashion Interdiamond letos v květnu. Tereza Broklová, vítězka roku 2017, uspěla s výjimečnou kolekcí pro Plus size fashion v loňském roce, a navíc byla její tvorba

prezentovaná a odměněna cenou na Týdnu módy ČR. Bude nás zastupovat v roce 2019 na soutěži Evropského Módního Výboru.

Plus size, to zní lákavě a lehce tajemně...

Trochu se musím pochlubit. Byl to můj nápad, který vzešel z letité situace na trhu – korpulentnější ženy stále těžko shánějí pěkné, elegantní oblečení. Náhodné setkání s ředitelkou soutěže Miss Prima křivky v roce 2015 Markétou Zámysickou dalo podnět k vytvoření právě tohoto projektu. Historicky první kolekci navrhla členka NKM a renomovaná návrhářka Jiřina Tauchmanová právě pro finále Miss Prima křivky v roce 2016. Pro rok 2017 byl vytvořen nástěnný kalendář finálistek této soutěže. Kolekce měla velký ohlas a oceněna byla Evropským Módním Výborem.

Čeká vás stěžejní akce, a to Týden módy Czechia Fashion Week...

Bude to velká událost pro český módní průmysl. Poprvé jsme o tomto projektu informovali již v roce 2014, kdy se na dnech módy Serbia Fashion Week v Srbsku objevila naše módní návrhářka Jiřina Tauchmanová. Vyhrála první místo a byla vyhlášena designérem číslo jedna v Evropě. Navíc byla zařazena mezi TOP 10 módních tvůrců světa, jako jsou například Oscar de la Renta nebo Carolina Herrera. Na jaře roku 2014 naše komora prezentovala českou módu v Srbsku, kde byla podepsaná dohoda o spolupráci

mezi komorami módy s tím, že se bude pravidelně uskutečňovat „výměna“ designérů. V listopadu 2015 jsme byli pozváni na třicetiletí německé módy. A rok 2017 byl pro NKM zlomový. Nové stanovy nám ukládají jako prvořadou povinnost prezentovat činnost doma i v cizině. Proto vznikl nultý ročník Czechia Fashion Week, odehrál se loni v říjnu. Potěšila nás účast prezidentky Evropského Módního Výboru N. Valeva a viceprezidentky S. Miller. Přijela také předsedkyně Rumunského Módního Výboru A. Balan, výkonný ředitel Bulharské Komory Módy K. Stoilov, představitelka Národní Komory Módy Srbska, a módní návrháři z těchto zemí.

Letos se odehraje Týden módy ve dnech od 3. do 8. prosince v pražském hotelu Olšanka. Budeme prezentovat módní tvorbu mladých českých autorů, přijedou samozřejmě i zahraniční tvůrci. Uskuteční se výstava 100 let české módy, mezinárodní výstava fotografií z módního prostředí a bude také zasedat Evropský Módní Výbor. Zdůraznila bych, že v rámci této události se budou prezentovat výhradně české firmy a české výrobky, ať již jde o prádlo, oděvy, bižuterii, šperky, boty, kabelky, kosmetiku, parfumerii. Při této příležitosti chceme představit nový projekt NKMódy a další myšlenku, a to o age managementu. Je to o ženách nad 50 let, které pracovaly v českém módním průmyslu. Ráda bych jejich zkušenosti shromáždila a dala podnět k zúročení. Stále je to významné know-how, které si zaslouží renezanzi i praktické využití.

připravila Eva Brixí

Národní Komora Módy ČR z.s.
Hybernská 1007/20
110 00 Praha 1
e-mail: office@comoramody.cz
mobil: 733 637 425

Nejlepším učitelem je naše vlastní praktická zkušenost



Ing. Jitka Hradilová

O podnikání mnozí tvrdí, že je to velké dobrodružství. Plné adrenalinu, improvizace a neočekávaných událostí a změn. Většina majitelů firem by však neměnila. Přesto připouští, že více klidu k práci a méně obav z výsledků či budoucnosti by neškodilo. Zmírnit takové úvahy dokáže například vhodné pojištění. Jeho přednosti pro chod firmy ale často ještě podceňujeme. Myslíme si, že je drahé, že je nepotřebujeme v patřičném rozsahu a že nás před možným průvihem ochrání sám anděl strážný. Ing. Jitka Hradilová, prokuristka české makléřské společnosti SATUM CZECH s.r.o., by jistě dokázala dobře oponovat. Její zkušenosti z každodenní praxe jsou o tom, že podceňováním rizik si firmy do velké míry šlapou po štěstí.

Kde hledat průvodce na cestě pojištění? Makléřská firma SATUM CZECH jistě poradí...

Zkusím to co nejstručněji: společnost SATUM tvoří skvělý tým profesionálů v oboru pojištění, který na sobě neustále pracuje. Nabízíme kvalitu a rozsáhlé zkušenosti, o které se může opřít opravdu každý, kdo se chce pojištit. Specializujeme se především na pojištění firem a organizací a trůfám si tvrdit, že každému

klientovi dokážeme najít takový mix produktů, který je pro něj tím nejvhodnějším. Tedy dává smysl a představuje pro něj jistotu.

A co je nového ve světě pojištění? Vládne trhu nějaký trend, na který byste nás ráda upozornila? Je rozdíl v přístupu k pojištění mezi malými a velkými společnostmi?

Stále platí to, že nejlepším učitelem je naše vlastní praktická zkušenost. Bohužel, tohle škol-

né je natolik vysoké, že metodu pokus-omyl nikomu nedoporučujeme. Mnohem lepší je obrátit se na odborníky. A to doporučuji i menším společnostem, například malým rodinným firmám, které musí doslova šetřit každou korunou. Určitě se zeptáte proč. Odpověď je jednoduchá: pojištění ve své podstatě funguje na bázi nahodilosti. Pokud by šlo o jistotu, patrně by komerční pojišťovny nikdy nevznikly. Trend lehkovážného spoléhání na to, že „my máme štěstí a nám se smůla vyhne“, považuji za nebezpečný hazard. Těším se na okamžik, až budu moci někdy říci, že všechny české firmy jsou zodpovědnější než dříve.

Vždy, když máme obavy o majetek v materiální podobě, stavíme ploty, zabudováváme sejfy, montujeme další zabezpečení... Ale jak je to s duševním vlastnictvím? Dá se pojištit?

Ochranu společnosti obecně dělíme na aktivní a pasivní. Pojištění patří do té druhé skupiny. Staráme se, aby u našich klientů, ale i u nás samotných ve společnosti SATUM, dobře fungovalo obojí. Duševní vlastnictví bývá obvykle spojováno s autorskými právy, patenty, smlouvami, databázemi... A funkční zabezpečení se musí týkat všeho, preventivní opatření a důkladná příprava nesmějí být podceňovány. Pojištění duševního vlastnictví? Co se chová nahodile, pojištit lze. Teoreticky je možné vytvořit pojistný produkt šitý na míru, samozřejmě, že to bude nákladnější než standardní pojištění. Aktuálně se na trhu nejčastěji setkáváme s potřebou pojištění odpovědnosti při úniku dat a následných pokut orgánů dohledu, které mohou být po takovém úniku uděleny. Rozhodně pořad platí, že je nutné chránit je aktivně a systémově.

Předvídat rizika je sice důležité, ale nemůžeme se stát, že by pak firma viděla kolem sebe jen samá nebezpečí? Život je přece plný báječných příležitostí! Jak správně vybalancovat svoji optiku?

Děkuji za podnětnou otázku. Motto naší společnosti zní „Umění předvídat“. A protože jde o umění, musíte hodně umět, znát a neustále

Miluji komunikaci všeho druhu a souhlasím s tím, že je sice složitá, ale také plná života, někdy radosti, jindy smutku, a je to ten nejdůležitější prvek vztahu mezi lidmi.

se vzdělávat. Rozpoznat zdravý a nezdravý přístup k ochraně jako takové dokáže komplexní audit rizik. Na základě správně provedeného auditu se optimalizuje ochrana klienta, nastavují se limity, spoluúčasti, rozsahy. Pokud je firma chráněna, bude pro ni mnohem snadnější chytit každou vhodnou příležitost za pačesy a proměnit ji v zisk.

Souhlasíte s tím, že pro makléře je nezbytné vyznat se v lidské povaze? Dá se vůbec charakterizovat, co je v komunikaci s klientem nejsložitější?

Miluji komunikaci všeho druhu a souhlasím s tím, že je sice složitá, ale také plná života, někdy radosti, jindy smutku, a je to ten nejdůležitější prvek vztahu mezi lidmi. Nejsou to jen slova, ale hlavně činy, kterými přesvědčujeme, že to, co říkáme, realizujeme. Bez komunikace, která je cestou vpřed, není šance na porozumění. Snažíme se komunikovat tak, abychom si vzájemně dobře rozuměli a platí to jak interně v rámci týmu, tak také všemi směry ke klientům a dalším spolupracujícím subjektům.

O ženách se tvrdí, že mají větší dar empatie než muži. Zdá se vám, že se ženy dohodnou jednodušeji než muži?

V naší společnosti jsme tři společníci, dva jsou muži. Většina našich klientů, obchodních partnerů, jsou také muži. Ale pokud mohu mluvit sama za sebe, dokážu si porozumět jak s muži, tak i se ženami. Protože, vyšší citlivost, která je základem vcítění, empatie, je výhodou i nevýhodou zároveň. Kromě empatie je neméně důležitá velkorysost, tolerance, ohleduplnost. A určitě je prima nebrat si všechno osobně. To vše je třeba trénovat.

Společnost SATUM má i vlastní manažerku kvality. Co všechno řeší?

Naše manažerka kvality je člověk, který je skutečně přísný. Nejvíce k sobě, ale... pokud se



Vedení společnosti SATUM CZECH (zleva) Ing. Peter Dil, Ing. Jitka Hradilová a Ing. Roman Horváth

v týmu bavíme, jak realizovat něco nového, občas si posteskneme, že tahle záležitost „přes Ivonu neprojde“. A je to v pořádku, kvalitář je ten, kdo má oči i na zádech a její důslednost je na místě. Ale není na to sama, do kontrolních procesů je zapojeno celé vedení společnosti.

Pokud je firma chráněna, bude pro ni mnohem snadnější chytit každou vhodnou příležitost za pačesy a proměnit ji v zisk.

Proč jste zvolila obor, kde není snadné uspět?

Má práce je krásná a baví mě. Říkám si, že jsme se pojišťování a já potkaly náhodou, šťastnou náhodou. Každý den mě čekají se-

tkání s úžasnými, inspirujícími a vzdělanými lidmi. A výsledky poctivého snažení se dostávají, jako všude tam, kde se lidé umějí postavit k práci.

Zdá se vám, že roste administrativa, byrokracie? Jak to zvládáte?

Ano, potřeba reportingu narůstá i v našem oboru, zdá se, že snad ve jménu ochrany spotřebitele. Jsem již řadu let členkou prezidia Asociace českých pojišťovacích makléřů. Aktivně se snažíme komunikovat se zákonodárci a Českou asociací pojišťoven. Správný je společný cíl očistit trh od těch, kdo klientům škodí, ale papírování pro papírování nepovažujeme za dobrý nápad. Ve společnosti SATUM jsme si již v počátku podnikání zvolili maticovou strukturu řízení, ta jde ruku v ruce s certifikací ISO. Procesy jsou zmapované, směrnice postupně jen upravujeme zároveň s IT. Byl to krok dobrým směrem, protože jsme na sebe vysoké nároky kladli průběžně.

V loňském roce jste slavili 20 let svého působení na českém pojistném trhu. Když se ohlédnete zpět, co považujete v životě a podnikání za nejvýznamnější?

Jednoznačně je to důvěra, a to v sebe i ve své okolí. Dostatek jí přejí nám všem.

Tuším, že na své pracovní záležitosti myslíte stále, protože vás velmi naplňují. Čím však začínáte den, aby byl pohodový?

Úplně obvykle: očištnou sprchou, dobrou snídaní a procházkou s pejsky. Kávu si dám až ve společnosti svých kolegů a kolegyně nebo na prvním jednání s klienty.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■



Nejužší tým společnosti SATUM CZECH

I web je pro kosmetičku důležitou referencí



Miriam Korenková

Nedávno jsme měli s redakcí možnost navštívit kosmetický salon Jetée na luxusní adrese v pražské Libni. Přivítala nás pozitivně naladěná Miriam Korenková, majitelka a gerneticienne v jedné osobě. Okouznil nás cit pro detail a estetiku. Obojí nasvědčovalo tomu, že jsme na mimořádném místě a hostí nás mimořádná osobnost, která do své profese vložila nejeden ze svých talentů. Jak uspět jako kosmetička v dnešní technické době, kdy internet vládne téměř celému světu, prozradila Miriam Korenková v následujících řádcích.

Jak vnímáte profesi kosmetičky? Co vás k ní přivedlo?

Již od dětství mě lákala oblast péče o půvab a zdraví. Svůj podíl na tom měla jistě i moje maminka, kterou jsem vždy doprovázela na kosmetická ošetření. Navíc jsem pečovatelská povaha a ráda pracuji s lidmi. Tomu všemu jsem se později přiblížila tím, že jsem se stala zdravotní sestrou. Je to krásná práce, ale cítila jsem, že se chci posunout ještě dál, jiným směrem. Pustila jsem se do rekvalifikace a stala se

kosmetičkou. Pro mne představuje úžasnou možnost seberealizace, protože mám možnost zapojit schopnost empatie, naslouchání, klientkám pomoci radou, psychicky je podpořit, když je něco trápí. Dalo by se říci, že profese kosmetičky přesahuje hranice prosté péče.

Čím je pro vás spolupráce s GERNétic jedinečná?

Myslím si, že GERNétic je jedinečný sám o sobě. Sama jsem jej objevila před 15 lety,

kdy jsem bojovala s akné. Dostala jsem doporučení na Alenu Kimlovou jako excelentní kosmetičku, která je dnes hlavní firemní školitelkou značky pro Česko a Slovensko.

A v její péči moje pleť opět získala zdraví a kondici. S GERNétic jsou výsledky viditelné vlastně již po první návštěvě. Během půl roku se obvykle pleť stabilizuje a získá opět kýžený vzhled. GERNétic totiž v produktech využívá pokročilé technologie, například buněčnou terapii. Svou filozofii i přípravky dokáže působit na člověka jako celek. Něčím unikátním je též to, že každá kosmetička GERNétic se pečlivě věnuje klientovi i déle než dvě hodiny. Není to sériová výroba, ale skutečně výsostně individuální přístup. Pracovat s GERNétic je tedy pro mne velká radost.

Kdo tvoří vaši typickou klientelu?

Mou typickou klientelou jsou ženy. Kupodivu jde převážně o věkový segment od 25 do 30 let. Jsou to dámy, které si přejí dbát na prevenci stárnutí a udržovat si pokožku mladistvou co nejdéle. To je pro ně také impulzem, proč se svěřit do rukou profesionálové. Preferují péči na míru a vyžadují vkusné zázemí. Mnoho těchto klientek našlo můj salon díky webové prezentaci. A mnohé z nich přicházejí také na základě doporučení, ať již od kamarádek, kolegyně, či příbuzných. Cítím, že s klientkami jsme často na jedné vlně, což mi mou práci zpřjemňuje.

Všimla jsem si, že velký význam přikládáte estetické hodnotě interiéru salonu. Jak podle vás dokáže pěkné a útulné prostředí ovlivnit zákazníky?

Prostředí bez sporu zákazníky velmi ovlivňuje, ovlivňuje určitě i mne. Vnímám svůj salon jako soukromé území, kde je na místě diskretnost a důvěra. Klientky se tu musí cítit dobře a v bezpečí. Ale není to jen ladění interiéru. V první řadě záleží na osobnosti kosmetičky. Do atmosféry se okamžitě promítne, zda je pozitivní a ráda pracuje s lidmi. Každá kosmetička je jiná, a podle toho si utváří i svůj pracovní prostor. Můj salon Jetée je zařízený tak, aby byl vzdušný, příjemné zázemí dokresluje výhled na líné plynoucí Vltavu. Klientky se zde snadno oddehnou, změní se zcela jejich všední rozpoložení, nabírají energii, líbí se jim, kde čas tráví. A transformuje se i jejich pohled na ně samé, na život. Prostředí dokáže inspirovat, probudit lásku k sobě samé, uvolnit cestu fantazii. Nežřídka se stane, že člověka s trdomysl-

nou nebo mírně defenzivní, či naopak ofenzivní náladou prostředí přemění jako mávnutím kouzelného proutku. Ale stále je třeba pamatovat na to, že velkou moc v tomto ohledu má v rukou právě kosmetička.

Kromě krásného prostředí jste salonu také zajistila přehledné, moderní a oku lahodící webové stránky. Myslíte si, že dobrá webová prezentace dokáže klientky ovlivnit v rozhodování, jakou profesionální kosmetickou péči si vybrat?

Webové stránky jsou dnes standardem. Na internetu se nachází celá řada potenciálních zákazníků, lidí, kteří hledají kvalitní služby. Můžete tak oslovit více jedinců, lépe na ně zacílit, protože díky webu mohou mít přehled o tom, co děláte, kde vás najdou, jaká jste kosmetička, a mají první indicie, zda jim bude vyhovovat prostředí salonu. Navíc je web dostupnější druh propagace s větším zásahelem, než je tomu například u letáček. Správně se prezentovat na internetu láká navíc klienty i z větší dálky a mnoho z nich, jsou-li spokojení, neváhá dojíždět i desítky, ne-li stovky kilometrů. Zejména mladší generace potřebuje, aby vás na internetu našla. Představuje to pro ni také druh reference. Do webu se tedy určitě vyplatí investovat a udělat ho tak, aby se líbil, byl přehledný, doplněný o fotografie a byly na něm uvedeny veškeré potřebné informace.



Komunikujete hodně také na Facebooku, kde jste svému salonu Jetée zařídila vlastní stránku. Sdílette zde zajímavý obsah. V čem může být kosmetičkám tento komunikační kanál užitečný?

Facebooková stránka je určitě dobrá věc, ale ne tolik kvůli masivnímu počtu sledujících, kterým je dnes díky všudypřítomné komercializaci této sociální sítě těžší se dostat. Mně samotné se osvědčilo si čas od času podle sezony zaplatit na Facebooku reklamu. Je to také cesta, jak s klienty komunikovat, sdílet to, co

nějakým způsobem dokresluje salon, práci kosmetičky. Oceňuji také, že jsem pomocí vlastní facebookové stránky v kontaktu s tou oficiální generální zastoupení GERnétic pro ČR a SR. Mohu sdílet příspěvky, které publikuje v poradnách, online médiích, na svém firemním blogu, zajímavé informace z praxe, novinky. Následně je zase šířím na vlastním účtu Jetée na Facebooku. Takže kosmetička tak může pomoci zviditelnit nejen sebe a svůj salon, ale i značku, s níž pracuje.

ptala se **Kateřina Šimková**

S čidly a chytrými technologiemi čelte rozmarům počasí

Ať už venku zuří bouře a lijáky, nebo panují extrémní vedra, či naopak třeskuté mrazy, ve své zimní zahradě můžete v klidu relaxovat, aniž byste museli hnout jediným prstem! O vaše dokonalé pohodlí a klimatický komfort se za vás postarají důmyslná čidla!

Bojíte se, že by při nečekaně silné průtrži mračen doprovázené kroupami mohlo dojít k poškození externího zastínění vaší zimní zahrady nebo do ní napršet střešním oknem, které jste zapomněli zavřít? Tak neváhejte doplnit zimní zahradu větrnými čidly a čidly na déšť, které vás před nenadálými rozmary počasí

ochrání! „V případě, že přijde déšť, bouřka či silný vítr, čidla dají pokyn k zavření okna a vytažení zastínění do ochranných boxů,“ vysvětlil Ing. Miroslav Culka, obchodní ředitel společnosti DAFE-PLAST, která se zabývá výrobou zimních zahrad a hliníkových a plastových oken. Čidla se montují na exteriérovou část zimní zahrady a jejich integrace je zajištěna pomocí inteligentního systému ovládání, který umožňuje nastavit přesné parametry a podmínky, za kterých by mělo dojít k pohybu stínících či okenních prvků.

Ve své zimní zahradě se můžete bránit nejen dešti a větru, ale i nečekaným výkyvům teplot, a to s pomocí praktických teplotních čidel. „Teplotní čidla umožňují nastavení přes-

ně podle vašich potřeb. Jestliže budete například chtít, aby teplota v zimní zahradě nikdy neklesla pod 18 °C, můžete čidla nastavit tak, že pokud dojde k poklesu teploty k této hodnotě, automaticky se spustí vytápění,“ sdělil Miroslav Culka a dodal: „Pokud naopak budete chtít, aby v zimní zahradě nebylo příliš horko a teplota nepřekročila 25 °C, lze čidla nastavit tak, že při přiblížení teploty k této hodnotě dojde k zatažení zastínění nebo otevření střešních oken.“

Nenechte se tedy rozhodit nepředvídatelnými rozmary počasí a užívejte si ve své zimní zahradě za všech okolností. Vše ostatní za vás zařídí čidla!

(tz)

www.dafe.cz



Společnost DAFE-PLAST Jihlava, s. r. o.

vznikla v roce 1992. Zabývá se výrobou a montáží plastových a hliníkových oken, dveří, prosklených stěn, ale také zimních zahrad. Za svůj výrobek okno Progress Elite získala firma v roce 2011 Cenu veřejnosti v soutěži Výrobek roku.

DAFE-PLAST se zabývá také poradenstvím, odbornými konzultacemi a projektováním v sektoru oken a plastových a hliníkových dveří. Kvalita výroby, špičkové materiály a široký rozsah poskytovaných služeb řadí společnost mezi nejvýznamnější české výrobce otvorových výplní současnosti.



foto Phabey

Když jste na vrcholu tvořivých sil

Ženy ve věku moudrých mívají spousty starostí, o nichž mnozí nemají ani tušení. Jejich nitro bývá složité, dny provází mnoho otázek, které si dříve nepokládaly. Zkušenosti, někdy nedostatek času, který by sobě rády věnovaly, přemíra stresu a požadavky okolí na ně v roli dokonalých bytostí doma i v práci dokáží své. V době vrcholící kariéry se dostavuje také období, o němž ženy nerady slyší – klimakterium. Je mezinárodním výrazem pro období života, kterému česky výstižně říkáme přechod. Zjednodušeně je přechodem od doby, kdy žena může otěhotnět, k době, kdy již otěhotnět nemůže. Významným příznakem končícího přechodu je trvalá zástava menstruace – menopauza. V této době jsou mnohé ženy na špičce svého profesního života, jejich firmy mají zvuk, ale vyžadují i hodně energie stejně tak jako role vysokých manažerských postů. Etiketa velí nepoddávat se potížím, ale být stále fit, usměvavá, vstřícná, umět řešit situace s nadhledem, být stále in... Jenže... O pár dobře miněných rad jsme požádali prof. MUDr. Josefa Donáta, DrSc. z Porodnicko-gynekologické kliniky Pardubické nemocnice.

Příznaky přechodu se mohou lišit. Jaké bývají nejčastější?

Velký počet žen, zhruba polovinu až dvě třetiny, provází toto období specifické potíže nej-různějšího charakteru. Příznaky klimakterického syndromu se mohou objevit od několika měsíců až několika let před vlastní menopauzou a mohou trvat řadu let po menopauze, mnohdy až do pozdního věku. Přechod se může projevit nejrozličnějšími psychickými problémy, nepravidelnostmi menstruačního cyklu, poruchami tepelné regulace a pocením. Jsou to typické návaly horka a potu, které se vyskytují ve dne i v noci, vedou k poruchám spánku a unavě. Dále také závratě, brnění a pálení rukou, chodidel, obličejů, kůže hlavy, brnění v ústech, bolesti hlavy, bolesti ve svalu a zažívací potíže.

Je to normální, nebo rizikové?

Poruchy, při nichž nedostatek estrogenu vede k poškození různých orgánů, jsou souhrnně označovány jako syndrom z nedostatku estrogenu. Ten se může po několika málo letech projevit potížemi z oslabení, dráždění

a ztráty obranyschopnosti sliznic pochvy, močové trubice a spodiny močového měchýře, oka, nosu, úst, hrtanu a tlustého střeva. Příznakem pak jsou urologické potíže, často připomínající zánět močového měchýře, suché záněty spojivky a rohovky oka, pálení a sucho v nose, ústech a krku, někdy i mikroskopické krvácení do stolice, vedoucí časem až k chudokrevnosti – anémii. Pokud těmto potížím není věnována dostatečná pozornost a není zahájena vhodná hormonální léčba, může zhruba za deset a více let vzniknout vážné poškození zdraví, nyní již dokonce s rizikem ohrožení života v podobě zlomenin kostí a jejich komplikací na podkladě řídnutí kostí – osteoporózy a v podobě infarktu myokardu, vzniklého na podkladě arteriosklerózy.

Lze těmto onemocněním z nedostatku estrogenu předcházet a lze je léčit?

Určitě ano. Mnohým ženám to zkvalitní tuto fázi života, a za to to přece stojí.



Prof. MUDr. Josef Donát, DrSc.

O hormonálních přípravcích kolují různé mýty...

Především je třeba zdůraznit, že dnes léčíme přírodním nízkodávkovým estradiolem a přírodním progesteronem nebo progestiny v podobě polykacích tablet. U estrogenu dáváme přednost lékovým formám, které neprocházejí zažívacím traktem, ale vstřebávají se přímo do krevního oběhu přes kůži, případně přes sliznici. K těmto formám patří náplastová, gelová nebo sprejová forma. Estradiol a progesteron lze také podávat vaginálně, kde se vstřebává vaginální sliznicí. Náplasti, ať již estradiolové, nebo kombinované s progesterinem, se aplikují na kůži dvakrát nebo jednou týdně, estradiolový gel a sprej se na kůži aplikuje 1x denně. Sprej má tu výhodu, že jeho dávku lze přesně odměřit od jednoho do tří stříků, což ostatní lékové formy neumožňují, rychle zasychá, má účinnost i na zpoceně kůži, i po předchozím ošetření kůže opalovacím krémem.

Je třeba připomenout, že tyto nízkodávkové a přes kůži se vstřebávající formy estradiolu mají minimální riziko vůči žilnímu systému,

vzhledem k možnosti hluboké žilní trombózy a riziku rakoviny prsu.

Jak dlouho by měla hormonální léčba trvat?

S léčbou by se mělo začít v době, kdy se objeví návaly horka a pocení nebo jiné příznaky klimakterického syndromu, tedy někdy i před poslední menstruací. Ve vztahu k menopauze je optimální zahájit léčbu co nejdříve po menopauze a užívat ji po dobu deseti let.

Po 60 letech věku již léčba nemá preventivní účinek pro metabolický syndrom, to jest pro osteoporózu a ischemickou nemoc srdeční.

Ovlivňuje přechod sexuální život?

Neovlivňuje ve smyslu snížení libida a prožitku. Poruchy sexuálního života, které v přechodu a častěji po menopauze vzniknou, nejsou zapříčiněny vlastním přechodem, ale spíše narušením partnerského vztahu mezi mužem a ženou. Není v podstatě rozdíl mezi sexualitou žen mlad-

ších a žen v přechodu nebo po něm. Jediný rozdíl je v tom, že žena v přechodu je člověk více zranitelný a daleko citlivější na chování svého partnera. A právě oblast sexuální je snad nejzranitelnější částí lidského myšlení.

Určitě významnou roli hraje správná životospráva.

Ta se týká rizika nadváhy a obezity, kouření, alkoholu, sedavého způsobu života a nedostatku pohybu. Většina žen ví, co je zdravé. Těžší už je zdravě žít a zdravě se chovat. Nelze souhlasit s názorem, že co nám chutná, je pro nás to nejvhodnější. Nadváha a obezita, vysoký krevní tlak ani abnormální hodnoty tuků a cukru v krvi nejsou zdravé. Dietní režim s omezením cukru, soli a živočišných tuků musí být trvalý, jednorázová nebo krátkodobá dieta nic neřeší. Je třeba změnit poměr příjem a výdej energie. Pohyb se zapojením celého těla, třeba chůze s holemi, jsou pro starší ženy po menopauze nejvhodnější. U těch sportovněji založených to může být kondiční cvičení, jóga nebo pilates, plavání či jízda na kole.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Ajala nadchla na European Bean to Bar Competition: Má stříbro a dva bronzy

Čokoládovna Ajala si přivezla z nejprestižnější evropské čokoládové soutěže tři medaile – stříbrnou získala jejich čokoláda Květy a pomeranče a bronzové Rustikální a Kokosový krém. Je to už druhý ročník, ve kterém se Ajala umístila tak vysoko (poprvé získala stříbro jejich tmavá čokoláda v roce 2016) a tento rok je jedinou českou čokoládovnou, která ocenění získala.

„Ajalu jsme založili před čtyřmi lety s cílem dělat pravou čokoládu, která chutná nám, a doufali jsme, že nadchne i zákazníky, protože zkrátka chutná jinak, než je běžné. Že se nám ale během čtyř let podaří zaujmout i odbornou porotu a umístit se po boku čokoládoven z prestižních regionů a s mnohem většími zdroji a tradicí, to jsme neplánovali a jsme nadšení. Je to pro nás skvělá motivace, protože vidíme, že jdeme správnou cestou,“ shrnul Filip Teplý, zakladatel Ajala Chocolate, co pro ně znamená umístění v soutěži.

V soutěži European Bean To Bar Competition soutěží čokoládovny z Evropy, Afriky a Blízkého východu v několika kategoriích podle typu vyráběné čokolády (podle % objemu kakaových bobů, příchutí apod.). Letos bylo do soutěže zasláno více než 500 různých tabulek čokolády, což je nejvíce v historii soutěže.



Filip Teplý a Silvia Bazalová, zakladatelé značky Ajala

Ajala se umístila hned ve třech kategoriích a získala tři medaile:

- stříbrnou za Květy a pomeranče (tmavá čokoláda s výtažkem z divokého pomeranče a sušenými lučními květy)
- bronzovou za Rustikální (čokoláda inspirovaná původními metodami výroby čokolády s hrubší strukturou, ve které se spojí chuť sušené třtinové šťávy a kakaových bobů až na jazyku)
- bronzovou za Kokosový krém (variace Ajaly na mléčné čokolády – používá kokosové mléko místo běžného).



„Na čokoládě je báječné, že si můžete denně dovolit jíst ty nejlepší čokolády světa. Na rozdíl třeba od vína, kde se lahve šplhají až do tisíců, ve světě čokolád se i ty nejlepší u nás pohybují kolem 100 korun za tabulku. A jsou tak chuťově pestré a zábavné, že je škoda je nezkusit. Navíc v případě velké většiny, včetně těch našich, je můžete jíst s čistým svědomím, protože suroviny na ně byly vypěstované ekologickými způsoby a s úctou k jejich pěstitelům,“ vyjádřil Filip Teplý své přesvědčení a názor na na výběrové bean-to-bar čokolády. Všechny tři vítězné čokolády si můžete koupit nyní na www.ajala.cz v limitovaném „medailovém“ balíčku za 270 Kč na www.ajala.cz/e-shop/ produkty/vyherni-balicek.

Čokoládová manufaktura Ajala Chocolate vznikla v roce 2014 v Brně a vyrábí výběrovou čokoládu tzv. bean-to-bar. To znamená, že svou čokoládu vyrábí přímo z kakaových bobů dohledatelného původu (nerozpouští předem připravený čokoládový mix, což je běžný postup většiny čokoládoven), ručně, na jednom místě od pražení bobů až po balení. Za Ajalou stojí původně nadšenci, kteří se zamilovali do jihoamerických čokolád tak, jak je vyráběli a vyrábějí indiáni. Po dlouhých studiích výroby čokolády, nákupu vybavení a testování ji začali vyrábět. Z původního zájmu se brzy stala hlavní náplň jejich práce. Aktuálně má Ajala v nabídce 18 druhů čokolád, naprostou většinu v biokvalitě a v žádné z nich nenajdete mléko ani cukr.

(tz)

Stále více Čechů nakupuje drogerii online

Popularita online nákupu drogerie stále roste. Jak dokazují data Českého statistického úřadu, odpovídá tento trend celkovému nárůstu oblíbenosti internetového prodeje mezi spotřebiteli – zatímco v roce 2012 pořizovalo zboží přes internet pouze 30 % z nich, v roce 2017 jde zhruba o 51 %.



foto Pixabay

Právě segment drogerie roste ze všech odvětví online nákupů nejznatelněji a zákazníci láká hlavně na širší nabídku než v klasické kamenné drogerii, až o 60 % nižší ceny, a samozřejmě doručení těžké drogerie až domů. Dle statistik internetové drogerie Ageo.cz tvoří zhruba 73 % zákazníků ženy ve věku 22 až 47 let. Jak dokládají data ČSÚ, muži na internetu objednávají spíše elektroniku a sportovní potřeby.

Nejvíce zboží putuje do malých měst

Nejvíce objednávek zaznamenává Ageo.cz z menších měst a vesnic, kde nejsou kamenné prodejny schopné zajistit tak široký sortiment, jaký nabízí internetové prostředí. Z velkých měst poté pochází zhruba třetina všech nákupů, z toho 23 % připadá Praze.

Jak Ageo.cz dále uvádí, zákazníci nejčastěji objednávají drogistické zboží (76 % objednávek). Největší oblibě se těší velká balení pra-

cích prostředků, aviváže, pleny, vše pro úklid domácnosti, tablety do myčky a domácí potřeby. V rámci kosmetiky (zbylých 24 % objednávek) mají zákazníci rádi vlasovou péči, pleťové přípravky a ústní hygienu.

Zákazníci se řídí trendy i výší poštovného

Jedním z aspektů, které ovlivňují rozhodnutí spotřebitele pro nákup online, je výše poštovného. „Zhruba 70 % všech objednávek přesahuje částku 1200 Kč, což je hranice, od které zlevňujeme poštovné. Od 1500 Kč je poté u nás doprava zcela zdarma,“ dodává Michaela Pražáková, CEO společnosti Ageo.cz. Vliv na chování zákazníků mají avšak také aktuální trendy ve společnosti – výrazný nárůst popularity v tomto směru zaznamenává sekce bio a eko výrobků. „Zatímco v roce 2017 tvořily tyto produkty jen 5 až 7 % obrátu drogerie, v roce 2018 jde zhruba o 15 až 20 %. Nejvíce

objednávek tohoto segmentu přichází v průběhu jara a září, tedy v sezoně alergií,“ uvedla Michaela Pražáková.

Trend rostoucí oblíbenosti nákupu drogerie online potvrzuje také samo Ageo.cz. „Stoupající popularita internetového prodeje je v praxi opravdu znát, o čemž ostatně svědčí pravidelný nárůst tržeb. V roce 2017 jsme oproti roku 2016 zaznamenali nárůst o 397 %,“ sdělila Michaela Pražáková.

Zboží nakoupené v online drogeriích tvoří v současné době zhruba 6 % celkového prodeje v daném segmentu. Pro příští roky se ale očekává nárůst tohoto podílu až na 10 %, protože online nákup drogerie má stále co nabídnout a předpokládá se, že si získá přízeň i těch, kteří nakupování na internetu zatím nezkoušeli.

„Podle dotazníků spokojenosti od našich klientů je k nákupu drogerie online přesvědčila hlavně úspora peněz i času, širší sortimentu a pohodlí nákupu, který jim doručíme až ke dveřím,“ upřesnila Michaela Pražáková. (tz)

Ageo.cz

je český online prodejce drogerie, kosmetiky a domácích potřeb nabízející skladem více než 40 000 druhů zboží. Sortiment zahrnuje drogerii, tělovou a dekorativní kosmetiku, hygienické, domácí a chovatelské potřeby, parfémy či potřeby pro úklid domácnosti. Firma garantuje doručení nákupu do druhého dne kamkoliv po ČR a ten samý den po Praze, včetně víkendů, s dopravou při nákupu nad 1500 Kč zdarma. Ageo.cz je nejnovějším projektem skupiny RAM Internet Ventures, která stojí i za úspěšnými portály kuponplus.cz či jidloted.cz.

Koho a co mám ráda

Kouzelná Tančírna pod horami

Na samém severním cípu Olomouckého kraje se nachází překrásné údolí, které má svou bohatou historii. Tam, kde vesnička položená na Račím potoce téměř končí, pod vrcholky Rychlebských hor, vznikla na počátku 20. století půvabná Tančírna v secesním stylu. Dal ji zbudovat Georg von

Kopp a po něm nese dodnes svůj název Georgshalle. Jenže ke konci století se z překrásné budovy žijící kulturou, tanečními zábavami, hudbou a veselkami stala téměř ruina. Už se zdálo, že Tančírnu postihne tragický osud jako ostatně mnoho jiných unikátních staveb v našem pohraničí. Ale nakonec, díky šikovnosti lidí a lásce k dědictví, se podařilo něco neuvěřitelného. V roce 2014 započala rekonstrukce. A nato byla nová Tan-



foto Kateřina Šimková



čírna v roce 2018 vyhlášena nejkrásnější dřevěnou stavbou roku. Ale musela se o to zasloužit. Tento titul získala stejně jako srdce všech, kteří ji alespoň jednou navštívili, díky zručnosti řemeslníků, kteří se na její rekonstrukci, doslova renovaci, od základů podíleli. Tesaři, malíři, podlaháři, nábytkáři. Budova je

skoro na chlup stejná jako kdysi, když v prvních letech své existence slavila úspěchy a přinášela veselí do života místních. Je to okouzující místo, kde stojí za to strávit drahocenný čas. Místo, kde se můžete tiše ukrývat v zahradě, procházet se po terasách nebo ochutnávat cukrářské dobroty z místní produkce. Pod horami, za symfonie zurčícího potoka i šelevení korun stromů.

Kateřina Šimková

Hyundai Kona:

silnější ségra si troufne i na nehostinnou krajinu



Hyundai Kona 1.6 T-GDI



Hyundai Kona 1.0 T-GDI



foto Kateřina Šimková

O modelu se zážehovým litrovým motorem jsme již v Madam Business psali. A o designu nejde říct nic jiného, než že má šmrnc a všechny si nás v redakci získal. Snad jen s drobným dovětkem, že tomuto automobilu nejvíc ze všeho sluší zářivé barvy, ale v odstínu Ceramic Blue, tento model jsme měli k dispozici hned poté, působí trochu smutně. Přitom je to hravé vozidlo!

A naše srovnání těchto dvou krás: Víc jsme si tentokrát posvětili na motorizaci: přeci jen přeplňovaný čtyřválec s objemem 1,6 litru a celými 177 koňskými silami slibuje velice zajímavý zážitek z jízdy. Motor opravdu dobře reaguje a jeho odezva je poněkud jistější než

u litrové verze, což jsme při našem redakčním testování pocítili především ve chvíli, kdy jsme převáželi opět poměrně těžká břemena na firmovní akci – tedy vozidlo bylo obsazené do posledního místa a kufr málem nešel ani zavřít pro všechnu tu techniku a propriety nutné ke správné prezentaci. Tam, kde se litr trochu zapotí, tam má Kona s větším objemem prostě ještě dostatečnou rezervu a stále to umí velice dobře rozjet. V této sestavě – tedy v plně naloženém vozidle, jsme sice stovku na tachometru naměřili za 8,2 vteřiny, ale dokážeme si představit, že když bychom jí odlehčili, v režimu sport s námi bude pádit rázněji, až se dostane klidně na tabulkovou hodnotu. Tato motorizace (Kona 1.6 T-GDI) je dodávána se sedmistupňovou dvouspojkovou převodovkou DCT, kterou už jsme vychvalili u předešlých modelů, a ne jinak tomu bude u Kony. Řazení je plynulé, příjemné, téměř je člověk nepocítí. Potěší i možnost zvolit si jízdní režim nebo rozložit pohon rovnoměrně na

přední i zadní nápravu. Ale ani proti manuálu ve „slabší“ verzi nemůžeme namítat vůbec nic! Hyundai toto prostě umí. Největší rozdíl jsme ale cítili u podvozku srovnávaných modelů. Ten má u silnější Kony naprosto špičkovou odezvu, je velmi dobře naladěný. Kona se drží cesty a nepustí. Ostřejší zatáčky nejsou žádný problém. Projev podvozku je dospělý. Nezávislé zavěšení všech kol dělá své. Když bychom toto vozidlo měli přirovnat k typu osobnosti, je to jasně sangvinik na půl namixovaný s flegmatikem. Stabilní člověk, který se perfektně postará o sebe i o druhé. A v případě potřeby dokonce tvrdě zakročí. Litrová varianta je oproti tomu spíše dozrávající mladá osobnost, která se tak trochu ještě hledá, ale určitě jí je nejlépe v městském prostředí, kde umí dobře zužitkovat vše, co je jí dáno do vínku. „Jedna šestka“ si troufne i na nehostinnou krajinu a ve stínech neznáma schované přeludy.

Kateřina Šimková

Čím je heslo delší, tím je bezpečnější

Přihlášení pomocí hesla vyžaduje prakticky každá internetová služba, firemní systém nebo sociální síť. Z pravidelně publikovaných seznamů nepoužívanějších hesel je ale patrné, že stále mnoho lidí nepochopilo, že s bezpečností je třeba začít u sebe, a to používáním rozumných hesel.



Přístup k tvorbě kvalitních hesel prodělal určitý vývoj. Pokud si myslíte, že pro dobré zabezpečení firemního systému je nezbytné nutit uživatele pravidelně měnit hesla, jste na omylu. „Problém s pravidelnou změnou hesel je, že to je nepříjemné pro uživatele, tedy v konečném důsledku kontraproduktivní. Mají pak tendenci poznamenávat si je na viditelná místa apod. Dnes už se proto nedoporučuje ani tak hesla pravidelně měnit, jako spíš mít kvalitní hesla, která se mohou používat dlouhodobě,“ řekl Ondřej Ševeček, odborník na bezpečnost Počítačové školy Gopas. „Bezpečné heslo by mělo být především dlouhé. Stačí, když vezmete několik slov, dobře zapamatovatelných, a použijete jedno dvě velká písmena, číslo nebo nějaký speciální znak. Heslo třeba o dvaceti znacích je v podstatě neprůstřelné.“ Seznam nepoužívanějších hesel se příliš ne-

mění. V roce 2017 se opět umístila na prvních dvou místech hesla 123456 a password, v první desítky se kromě číselných řad objevily výrazy qwerty, letmein, football nebo iloveyou. V seznamu těch nejfrekventovanějších často figurují křestní jména, názvy oblíbených sportovních klubů nebo hudebních skupin a sekvence čísel nějak spojené s rodinou. Odstrašující žebříček nikoho nepřekvapuje. Jak ale s hesly zacházet? Není reálné mít pro každou službu unikátní dlouhé vyplávané heslo, které si navíc nemusíte nikam poznamenávat. A tak řada lidí používá pro různé služby stále stejná hesla. „Je potřeba rozlišovat aplikace, které jsou v podstatě nedůležité a při průlomu hesla by útočník maximálně zjistil, co jste si v poslední době koupili – zde je možné pro lepší zapamatování využívat stejná nebo podobná hesla. Ale

pozor – některé e-shopy uchovávají informace o vaší kreditní kartě, a zde už je větší opatrnost na místě. Pro firemní a e-mailové systémy a aplikace, díky kterým uchováváme nebo sdílíme pro nás důležité údaje, bychom měli mít unikátní přihlašovací jména a hesla. U kritických loginů jako internetové bankovníctví je kromě silného unikátního hesla dobré využívat ještě doplňkový bezpečnostní faktor, například SMS, mobilní aplikaci, čipovou kartu atp.“

Pro uchování nezapamatovatelných hesel odborníci doporučují používat tzv. trezory na hesla. Je to sice lepší cesta než mít hesla poznamenaná na papírku, v diáři nebo v souboru na telefonu či počítači, ale ani zde není bezpečnost 100% zaručena. Tomuto tématu se věnoval Ondřej Ševeček v rámci své přednášky na největší odborné akci zaměřené na počítačovou bezpečnost a etický hacking HackerFest 2018, který se odehrál v Praze 17. září. „S účastníky konference jsme se podívali na to, jak je například možné se bez hesel přihlašovat na účty sympatických kolegyní nebo prudících šéfů, jak funguje spyware, který stáhne seznam vašich hesel, a že na napadeném počítači je možné uložená hesla získat, kdykoli je puštěný,“ podotkl Ondřej Ševeček. (tz)



Fejeton

Robot, kam se podíváš

Dlouho jsem si myslel, že tohle se mě už týkat nebude. Že zvládnutí počítačové gramotnosti byl můj vrchol a zároveň labutí píseň. Že si vystačím s Windowsy, Androidem a Office, s jedním písíčkem a jedním „chytrákem“ – a mám vystaráno. Jenže vše běží stále rychleji a rychleji, další převratné novinky, jež nám mají dál zpříjemnit a usnadnit život, nám

dýchají na záda a nepředstavitelně se stává denním chlebem. Přicházejí roboti s umělou inteligencí! Mládež, která teprve přemýšlí nad svým budoucím povoláním, by měla vzít rychlý pokrok v technologiích do úvahy.

Protože mnoho tradičních profesí zanikne dřív, než se vyučí. A co my, dříve narození? Nechají nás digitální technologie v klidu zestárnout? Něco mi říká, že nikoli. Co dělat, abychom v budoucím světě ještě neztratili úplně kontakt, nezůstali naprosto mimo, spřátelili se s tím, co nevyhnutelně přijde, stali se alespoň trochu rovnocennými partnery? Ignorovat to nelze, protože příchodu a rozšíření umělé inteligence nic nezabrání. Možnosti, o nichž jsme před pár lety neměli tušení, už obsazují ve-

řejný i osobní prostor, tlačí se všude mezi nás. Přišel mi nedávno zajímavý e-mail, v němž byla odkrývána nepříliš vzdálená budoucnost. Pochopil jsem z něho, že do deseti až patnácti let převezmou otěže nejen ve výrobě, v ekonomice, ale v celé společnosti roboti. Kde se dřív objevil člověk z masa, krve a kostí, tam se běžně uplatní sofistikovaný stroj s umělým mozkem. Představil jsem si, že přijdu s nějakým neduhem za praktickým lékařem. Místo milé paní doktorky s její přísnou zdravotní sestřičkou mě přijme automatizovaný systém s medicínským softwarem. Čekárna bude



pochopitelně prázdná, pacienti budou odbavováni okamžitě. Robotický organizmus mi bez dlouhých řečí provede potřebné testy a obratem sdělí diagnózu. Pak nasadí vhodnou terapii, stanoví přesnou medicínu a zavede aplikaci dosud nevidaných farmaceutických prostředků. Bude-li to situace vyžadovat, okamžitě mě předá do péče dalšího robota – specialisty, ať už to bude chirurg (v lepším případě), nebo psychiatr.

Snad bych zdravotním problémům předešel lehčí prací ve své profesi. Jenže živí novináři, právníci, knihovníci, dokonce i politologové, horníci a instalatéři už budou nadbyteční a jen by se pletli do řemesla digitálním odborníkům, kteří zvládnou zadané úkoly snadněji, levněji a efektivněji. Takže o „dělání, které smutky za-

hání,“ si nechám jen zdát. Ani doma nenajde člověk nikoho stejně nedokonalého, s lidskými chybami, které by bylo možno druhému vytknout a kvůli nimž mít tichou domácnost nebo naopak „italské manželství“. Ve společenském zřízení 4.0 to nebude možné. Muž získá k partnerskému životu robotku, jež bude obdařena vysněnými vlastnostmi. Kromě manuální zručnosti zvládne i přiměřené intelektuální funkce, veškeré povinnosti pak vykoná s úsměvem, pochopením a bez bolení hlavy. Vše proběhne pod kontrolou, za nejvyšších bezpečnostních standardů, s ohledem na věk, hladinu hormonů v těle a momentální citové rozpoložení partnera.

Futurologové se nás snaží přesvědčit, že o dokonalém životě sníme. Že civilizační vývoj k takovému obrazu směřuje už od dob Evy a Adama. Že až ho okusíme, vyjádřeno slovy básníka, „nedotrhne ret více“. Ale mají skutečně pravdu? Umělé panny se už vyrábějí v Číně. Na rozdíl od většiny žen mají krásnější tvář, ideální tělesné křivky a stále smyslný výraz. Poskytnou iluzi dokonalosti bez kompromisů, a když se omrzí, nahradí je nový model. Možná, že jim někteří muži dají přednost už teď. Za pár let to bude patřit ke společenskému bontonu, potom už nebude jiná alternativa.

Nevím, jestli mám k takové budoucnosti zaujmout kladné stanovisko. Postaví-li si umělá inteligencia hlavu, budeme mít problém. To věděl téměř před sto lety už Karel Čapek, proto napsal R.U.R. Pokud však roboti budou tak perfektní, jak si jen dokážeme představit, ovlivní to naše životy ještě víc. Může se stát, že postupně vytvoří roboty oni z nás.

Pavel Kačer

Květinová burza v Nizozemsku:

17 milionů květin prodaných za pět hodin každý den

Na květinové burze v Nizozemsku, která je otevřena pouhých pět hodin denně, se během této doby prodá okolo 16 milionů řezaných a jednoho milionu hrnkových květin. Nejžádanějšími jsou růže, které šly v loňském roce na odbyt v počtu 3,3 miliardy kusů. Jejich oblibu potvrzuje také průzkum doručovací květinové služby Fleurop, kde růži jako nejoblíbenější květinu uvedlo téměř 80 % dotázaných. Fleurop proto zmapoval, co vše obnáší dostat květiny na pulty českých květinářství a jakou cestu přitom musí urazit.

Z holandských květinových dražeb, které se chovají podobně jako klasické burzy na finančních trzích, pochází zhruba polovina všech řezaných květin a rostlin na světě. A právě z tohoto důvodu se Nizozemsku říká Květinová Wall Street. Většina nakoupených květin putuje do evropských zemí, včetně České republiky, (nejčastěji do Německa – 29 %, Spojeného království – 14 % a Francie – 13 %), 10 % je pak letecky přepravováno do Asie, USA a na některé trhy v Rusku. Zisk z prodeje květin vzrostl v roce 2016 oproti předešlému roku o 1 % a vyšplhal se na částku 35,9 miliardy eur. Růst

zájmu je patrný zejména na internetu, například v Německu prodeje stouply o 12,5 %. Nejen tedy překvapením, že nejlepší květinové služby se daří právě v Německu. To potvrzuje i společnost Fleurop, která je v rámci uskupení Fleurop-Interflora jednou z největších doručovacích květinových služeb vůbec. Fleurop-In-

terflora spolupracuje se zhruba 50 000 partnerskými květinářstvími a ve více než 150 zemích po celém světě ročně dodá na 25 milionů květinových pugetů.

Aukce v Aalsmeeru

Neuvěřitelných 90 % holandského businessu s květinami probíhá v aukčních domech společnosti Royal FloraHolland, které mají kolem 5000 členů, 9000 dodavatelů a na 3500 zákazníků. Tato holandská společnost celosvětově vytváří, přímo či nepřímo, více než 250 000 pracovních pozic. Aukce v nizozemském Aalsmeeru jsou unikátní tím, že ceny květin začínají vysoko nad jedním euro a postupem času se jejich cena snižuje. Čím déle však nakupující čekají, tím více roste riziko, že někdo jiný bude rychlejší a oni odejdou s prázdnou. Tímto způsobem proběhne denně zhruba 50 000 obchodních transakcí. „Na konečnou cenu květin na burze má vliv mnoho faktorů. Mezi ně například patří sezonnost, rozměry rostliny nebo počet jejích květů. Ceny samozřejmě stoupají před Valentýnem nebo Mezinárodním dnem žen,“ vysvětlila Jitka Mandysová ze společnosti Fleurop.

Cesta na pulty obchodů

Po úspěšném prodeji je potřeba květiny co nejdříve přepravit k zákazníkovi. K tomu byla vyvinuta dokonalá distribuční síť. Ihned po ukončení dražby se květiny třídí, balí a klimatizovanými automobily přepravují do cílové evropské destinace. V případě dopravy do zbytku světa je k dispozici nedaleké letiště Schiphol. Oba způsoby zaručují, že se už druhý den ráno květiny objeví na pultech obchodů cílové země.

„Než se květiny na burzu vůbec dostanou, sklízí se jako poupata a jejich stonky jsou v době přepravy ve speciálním roztoku, který pozastavuje vývoj rostliny. A právě díky tomu jsme schopni zaručit, že budou květiny našich partnerů dodány v té nejlepší kvalitě,“ potvrdila Jitka Mandysová. (tz)

Zdroje:

- www.freightwaves.com/news/dutch-flower-market-logistics
- www.hortweek.com/floraholland-sees-slight-europe-wide-flowers-houseplants-increase-2016/ornamentals/article/1431290
- www.holland.com/global/tourism/destinations/provinces/north-holland/royal-floraholland-1.htm
- www.worldstopexports.com/flower-bouquet-exports-country/



O Fleurop-Interflora Česká s.r.o.

Značka Fleurop v rámci mezinárodního sdružení Fleurop-Interflora je jednou z největších a nejznámějších doručovacích květinových služeb na světě. Vznikla v roce 1908 v německém Berlíně z iniciativy floristy Maxe Hübnera. Základem jejího obchodního konceptu je myšlenka, že cestovat by neměly květiny, ale jen jejich objednávky, které se následně doručí na spolehlivá a profesionální místní květinářství umístěná co nejbližší adresátovi květinového daru. Sdružení Fleurop-Interflora v současné době spolupracuje s více než 50 000 partnery floristy a má zastoupení ve více než 150 zemích světa, v rámci nichž každoročně doručí přes 25 milionů květinových objednávek. V roce 2017 vstoupil Fleurop na trh v České republice jako kvalitní doručovací květinová služba. Přináší nabídku rozmanitých kytic vytvořenou speciálně pro český trh a pro každou příležitost.

více na www.fleurop.cz

Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s.

Tradice, styl, elegance



1818~2018
200 YEARS OF SPA TRADITION

OPRAVDOVÉ LÁZNĚ V LÁZNÍCH

- **Komfortní ubytování** v lázeňských hotelech **Nové Lázně******, **Centrální Lázně******, **Maria Spa******, **Hvězda******, **Pacifik******, **Butterfly******, **Vltava******, **Svoboda***** a **Labe*****
- **Garantovaná léčba přírodními zdroji** – minerálními prameny, přírodním Mariiným plynem a slatinou
- **Pitná kúra** přímo v hotelu
- Kvalifikovaný zdravotnický personál a **tým lékařských specialistů**
- Relaxační **wellness & beauty** programy
- Speciální **preventivní programy pro děti** od 4 let
- **Mezinárodní certifikace** - TÜV, EuropeSpa med, Medispa
- **Propojení jednotlivých hotelů** = široká nabídka služeb, maximální komfort a spokojenost našich hostů
- **Karta slev a výhod** Marienbad Kur & Spa Card



Nové Lázně

Centrální Lázně

Maria Spa

Hvězda

Pacifik

Butterfly

Vltava

Svoboda

Labe



www.marienbad.cz