

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

## PROSPERITA

listopad 2018



## Martina Bedrnová

Máme mnoho příběhů,  
které můžeme vyprávět  
rozhovor na stranách 10–11

### Dobroty na stole

Eva Brixí

Zlomek léta na špičku nože  
Přidám do nápoje tvého lože  
Vesmírný prostor smísím s mákem  
A pojistím švestkovými povídky  
Prostřu ti ubrousek  
V našem obydlí  
Pohádku domova s vůní a kouzly koření  
Přivoň a promni ji  
Tu chvíli prchavou  
Když roky krouží nad hlavou  
A ty se nemůžeš dopočítat

Ted' na bílé krajce snídáš  
A nebe plyne z obláček  
Máš plný stůl a moji náruč k tomu  
Z tvarohových koláčků  
Slunce ti míchá první kávu  
A rosa doplňuje v očích vláhu  
Prost strojeností  
Sladiš úsměvem si den  
Však řekni  
Co je víc než zrno soli  
Z potu vzešlé na zlatavém poli  
V posvátném tom čase kohokoli  
Když mysl šátrá ve vzpomínkách  
A buchy voní po maminkách

### Doubleshot zve letos na Vánoce do Etiopie

Limitované edice zajímavých káv už jsou v doubleshotu vánoční tradicí. Letošní dárková sada káv zavede zájemce symbolicky do Etiopie. Obsahuje dvě kávy zpracované různými metodami, které budou chutnat komukoliv, kdo má rád kávy voňavé a ovocné. A samozřejmě nechybí ani klasické dárkové sady pro ty, kdo zatím nemají, na čem si kávu doma připravit.

(tz)



# První ohlasy na náš koncept jsou plné emocí

Netušila jsem, že budu mít příležitost a čest psát o tak geniálním objevu, jako je technologie HYDAL a prvním výrobku z ní, sprchovém kokosovém peelingovém mléku, které bylo před pár týdny uvedeno na český trh. Jmenuje se Coconut Peeling Milk. Za tímto unikátem stojí firmy NAFIGATE Corporation, a.s., v čele s členkou představenstva PhDr. Lenkou Mynářovou, a firma NAFIGATE Cosmetics, a.s.



PhDr. Lenka Mynářová (vlevo) s Ing. Soňou Jonášovou, ředitelkou Institutu Církulární Ekonomiky, při uvádění novinky na český trh

Lenka Mynářová vede projekt, jehož potenciál inspiruje k nekonečně mnoha otázkám. V létě jsme o něm již psali v Prosperitě. A 10. října byl v Praze díky němu na trh uveden první produkt, který znamená revoluci v kosmetickém průmyslu. Nezatažuje totiž životní prostředí problémovými mikroplasty a mikropolutanty. Peelingové mléko je startem nové značky „Věnováno Vám a přírodě“. Mikroplastové částice, které se v takové kosmetice běžně používají, jsou v tomto případě nahrazeny přírodním polymerem P3HB. Ten byl vyvinut ojedinělou českou biotechnologií HYDAL a je vyroben bakteriemi, které jsou součástí našeho ekosystému už miliony let. Bakterie umí tento biopolymer nejen vyrobit, ale i zrecyklovat, a to tak, že pokud jej nespotřebují samy, slouží jako potrava pro další mikroorganismy. Polymer je tedy stoprocentně odbouratelný v přírodě. Základní myšlenka produktu je za-

ložena na uzavřeném toku materiálů, které oproti konkurenčním produktům nejsou zdrojem mikroplastů, což je jeden z globálních problémů tohoto století. Potvrdilo se, že cirkulární přístup skýtá netušené možnosti a je to jedna z cest, která by mohla planetu přivést ku zdraví. A právě to je převratné. V čem, na to odpovídá Lenka Mynářová:

**V říjnu jste představili první výrobek připravený na základě unikátní technologie Hydral, která odpovídá pravidlům cirkulární ekonomiky. Jde o sprchové kokosové peelingové mléko. Čím se liší od běžných produktů na trhu a čím je jedinečné?**

Peelingové sprchové mléko je jedinečné z několika hledisek:

**1.** Jde buď o úplně první, nebo jeden z prvních produktů na světě, které v sobě obsahují peelin-

gové částice, které jsou plně rozložitelné ve vodě. A nahrazují tzv. mikroplasty z polyetyleny, které prokazatelně škodí celému ekosystému.

**2.** Jde o novou generaci produktů s tzv. ecodesignem. Tzn. celý produkt – obsah i jeho obal – je vytvořen s ohledem na nejnovější trendy – obsah biodegraduje a obal je určen pro recyklaci. Produkt tak nijak neškodí životnímu prostředí a předchází vzniku jakéhokoli odpadu.

**3.** Proto i koncept Věnováno Vám a přírodě.

**4.** A v čem máme určité světové prvenství, tak to je zvolení brand ambasadora celého tématu – je to želva. Je na obalu produktu a provokuje svou majestátností a naléhavostí. Vyvolává zájem.

**Prodávát jste ho začali přes vlastní e-shop a brzy by se měl objevit v síti některých drogistických řetězců. Na jakou věkovou kategorii a na jak orientované spotřebitele cílíte především?**

Tento produkt cílí především na lidi, kteří přemýšlejí nad tím, co kupují a jaký má jejich nákup dopad na životní prostředí. Z výzkumu víme, že jich je v populaci ČR zhruba 30 %. Je otázka, zdali je to hodně, nebo málo. V každém případě, my jsme rádi, že jsou!

**Za rok by měl přijít další zástupce této revoluční kosmetiky. Z jaké kategorie? Bude to sprchový gel, tuhé mýdlo, nebo zubní pasta?**

Naši snahou je, aby to byl UV filtr. Je to díky tomu, že přírodní polymer P3HB má v tomto směru také unikátní vlastnosti. A navíc neexistuje přírodní UV filtr. A určitě to bude i tuhé mýdlo. Budeme pokračovat v kokosové řadě. Krásně voní.

**Symbolem vaší první HYDAL kosmetické řady se stal obrázek želváka. Podle průzkumu pro něj byla většina respondentů jako pro reprezentanta čistého životního prostředí. Znamená to, že se k otázkám ekologie, správného hospodaření s odpady, vodou, surovinami obrací stále širší veřejnost?**

Nyní už můžeme říci, jaké máme první ohlasy na náš koncept. A překvapily nás. Jsou plné emocí – stránka věnována želvákovi a problémům s mikroplasty má obrovskou návštěvnost. A stejně tak produkt nakupuje mnoho spotřebitelů. Tzn. ano – potvrdilo se, že český spotřebitel není lhostejný spotřebitel. A jsme opravdu rádi, že se nám tak složité téma podařilo komunikovat zvládnout. A děkujeme za zájem vás – médií. Bez vás by tento úspěch nebyl.



## Kde se kosmetika pojmenovaná Věnováno Vám a přírodě vyrábí?

V České republice.

## Počítáte také s exportem?

Ano, určitě počítáme. Nyní chceme šest měsíců realizovat první pilotní projekt. Vyhodnotit jej ze všech pohledů – jak reaguje spotřebitel, jak reaguje trh, distribuce. A na základě těchto zkušeností připravit mezinárodní expanzi a předat svým budoucím partnerům zkušenosti.

## O technologii, která představuje převratný krok nejen v kosmetickém průmyslu, se začíná doslova celý svět... Jak s takovým zájmem pracujete?

Já stojím nohama pevně na zemi. Vedu projekt a tým sedm let. Je to nesmírně složité, namáhavé a velmi riskantní. Naučíte se mít radost z každého úspěchu. Ale vím, že nás čekají ještě kritické 1–2 roky. Takže v klidu odpovídáme, prezentujeme, komunikujeme. Máme tzv. white paper – tj. dokument o naší technologii a produktech. A o dynamice našeho vývoje svědčí určitě to, že jeho životnost je jeden týden. Každý týden jej doplňujeme o nové údaje.

## Pro vás osobně to je jistě životní adrenalin. Šéfuje projektu, který nastoupil cestu netušených možností. Dá se to emočně zvládnout?

Jsem příkladem, že dá. Ale není to jednoduché. Právě proto, že je to běh na dlouhou trať a proto, že nesete odpovědnost za celý tým. Nyní to jsou desítky lidí. A právě lidé v týmu jsou opravdu to největší bohatství. To je ten klíč k úspěchu. Na Hydalů pracují opravdu ti nejlepší. A to nejen v českém měřítku, ale i v mezinárodním. Fungujeme na principu naprosté důvěry. Je to něco, co má neuvěřitelnou energii.



**Na nedávné tiskové konferenci jste naznačila, že počítáte se zpracováváním mnoha materiálů, od surovin z kafírek až po tuk z fritování, zbytky zrnkové kávy, nánosy v čistírnách odpadních vod. Nabízí se otázka, kde začíná a kde končí potenciál Hydalů. Nepomýšlíte třeba na výrobu pracích prostředků, kosmetiky pro děti, speciálních krémů pro kliniky plastické chirurgie či tělových mlék jako nosičů minerálů, jimiž potřebujeme nasytit krev v lidském organismu, aby lépe fungoval?**

Jsme na úplném začátku. A to je na tom to krásné. My nevíme, kde končí potenciál Hydalů. Za dva týdny letím do Malajsie. Ve spolupráci s ambasádou a MZV jsme oslovili výrobce palmového oleje, že máme zájem o odpad

z jejich výroby – odpadní olej. Jedem pro vzorky. A uvidíme. Stejně je to i s aplikacemi – jsou jich stovky. Vždy ale hledáme ty, kde je rychlá cesta na trh a pomáhají řešit problémy životního prostředí.

## Nebojíte se o své know-how?

Po pravdě – nebojíme. Celý princip je jednoduchý, ale celé know-how je extrémně obtížné ukradnutelné. Roky vývoje bakterie, neuronových sítí pro řízení výrobních procesů, komplexní analytický systém... To ukrást dost dobře nelze.

## Cirkulární ekonomika. Jediná cesta k budoucnosti planety. Jak daleko je Česká republika ve vnímání této strategie?

Jsme na tom stejně jako EU a svět. A to je velmi dobře. Máme podporu ze strany MŽP, MPO a MZV. Řešíme s nimi problémy praktické realizace, hovoříme o problémech, možnostech, společně prezentujeme. Jsme za to opravdu moc rádi a pomáhá nám to.

## Evropská unie bude od roku 2020 požadovat zákaz výrobků s úmyslným obsahem mikroplastů. Už dnes máte konkurenční výhodu, která se dá těžko vyčíslit. Jistě to přináší spousty dalších otázek, ale i nezměrnou radost. Jak ji krotíte?

Celý náš tým má už sedm let jedinou jistotu – každý den přinese mnoho problémů. Některé se zdají neřešitelné, ale my už víme, že řešení najdeme. Jako vždy. A radost. Díky ní to vše můžete přežít. Užíváme si ji – a další den ráno zase vstaneme! A jdeme dál.



Snímek z podzimní tiskové konference k převratnému výrobku

ptala se Eva Brixi ■■■



## Stopy české krajiny, vlasti

Závěr letošního října byl pro mnohé Čechy povznášejícím okamžikem. Většina z nás tvořila součást oslav ke stému výročí vzniku Československa. Měla jsem možnost v tyto dny projet mnohá města a obce, a chvíli se toulat českou podzimní krajinou. Vnímat kořeny vlasti, být prvkem barevných stop země, cítit posvátnost vyzrálé půdy i stromů a vidět plovoucí nebe nad hlavou. Pozorovat řeku, léčivé prameny, rudé šípky na mezi i květiny venkovských zahrad. Není toho málo, co nás těší. A je toho více, co je potřeba zdokonalit, změnit, doladit. Ale: máme kde žít, máme prostor přemýšlet, tvořit a můžeme se těšit z malíčků.

Eva Brixí, šéfredaktorka



### Tip Grady

**Cviky a protahování při sedavém zaměstnání – První pomoc při bolesti zad**  
Frank Thömmes



Zatočte s bolestí zad způsobenou dlouhodobým sezením! Pomocí snadných cviků, které můžete provádět v kanceláři či doma, předejdete i vážnějším problémům. Poznejte jednoduché, ale velmi účinné cviky pro posílení a mobilizaci různých částí těla. Tato příručka nabízí vše potřebné k tomu, abyste se i v kanceláři udrželi v pohybu a zdraví.

## partneři [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

hlavní partneři:



[www.manner.com](http://www.manner.com)



[www.cesky.porcelan.cz](http://www.cesky.porcelan.cz)



[www.ovus.cz](http://www.ovus.cz)

partneři:



[www.yourchance.cz](http://www.yourchance.cz)



[nadeje-byliny.eu](http://nadeje-byliny.eu)



[www.tsoft.cz](http://www.tsoft.cz)



[www.incacollagen.cz](http://www.incacollagen.cz)



[www.pardubickypernik.cz](http://www.pardubickypernik.cz)



[www.design4net.cz](http://www.design4net.cz)



[www.svatebni-dorty.cz](http://www.svatebni-dorty.cz)



[www.zpmvcr.cz](http://www.zpmvcr.cz)



[www.comoratomy.cz](http://www.comoratomy.cz)



[www.americkakosmetika.cz](http://www.americkakosmetika.cz)

### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 12, listopad 2018

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: [brixix@iprosperita.cz](mailto:brixix@iprosperita.cz), mobil: 602 618 008

Šéfredaktor [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz): Martin Šimek,

e-mail: [martin@iprosperita.cz](mailto: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 označeny grafickým symbolem

[www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

Internetový marketing: Media Know, [www.mediaknow.net](http://www.mediaknow.net)

### Z [www.madambusiness.cz](http://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](http://intuitivediary.com) naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

Přemýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šimkem a [mediaknow.net](http://mediaknow.net) najdete správný směr.



### Co byste letos ráda udělala pro své zdraví?

Bc. Gabriela Mikulecká  
PETROF Gallery  
project & marketing manager

Chtěla bych pokračovat v tom, co dělám stále. Obklopuvat se přáteli, najít si chvíli jen pro sebe a také porušovat pravidla a být šťastná.



### Myslíte si, že dokáže podnikat žena v jakémkoli oboru?

Martin Kudelka  
JUST FOR YOU s.r.o.,  
projekt [www.krasanamiru.cz](http://www.krasanamiru.cz)  
jednatel

Díky bohu je již doba, kdy byla ženě přisuzována pouze role manželky a ženy v domácnosti, dávno pryč. Nyní jsou ženy po právu mezi muži businessmany hýčkány a vítány. Myslím, že ženy mají, ať se rozhodnou podnikat v jakémkoli oboru, dveře otevřené, a že mohou být často i úspěšnější než muži. A čím to je? Myslím, že ženy jsou často citlivější ve vnímání mezilidských vztahů a intuice. Ne nadarmo se říká, že muži jsou z Marsu a ženy z Venuše, není tedy divu, že i přístup k podnikání se často odlišuje. S manželkou podnikáme již pátým rokem a skvěle se doplňujeme. Já jsem spíše pragmatik se zaměřením na čísla a ona zase dá na pocit a estetickou stránku věci. To nám pomáhá obstát v tvrdé konkurenci.



### Informace do kabelky

## Delikatesy: vánoční paštiky

Pokud tápete v tom, čím obdarovat své blízké či kamarády, máme pár tipů od značky Páté du Chef. Jde o paštiky.

K dostání bude samozřejmě prémiová paštiková bonboniéra, ale i novinka loňského roku v podobě paštikových minidortíků.

Paštiky totiž i nadále zůstávají tradiční součástí českých jídelniček a v její oblíbenosti drží Češi světové prvenství. „Pro období letošních Vánoc doporučujeme paštikovou bonboniéru, ale také paštikové mini dortíky, oboje od značky Páté du Chef. U obou těchto paštikových specialit je kladen velký důraz především na použité suroviny a recepturu,“ řekl Martin Kincl, marketingový ředitel značky Páté du Chef. Tyto speciality se k vánočním svátkům hodí nejen luxusním balením, ale především vybraností chutí jednotlivých paštik. Paštikové mini dortíky jsou na českém trhu naprostou novinkou. Jsou také skvělou alternativou tradičních sladkých dortů. Vybrat si můžete z pěti různých příchutí – mandlové, provensálské, bruselské s brusinkami, kachní s pomerančem a pečeného masa.

(tz)





# Radost dětem i životnímu prostředí

**ROSSMANN**  
A život je krásnější

Systematickou  
péči o potřebné,  
zejména o děti,

proslula společnost ROSSMANN. Také do zlepšování životního prostředí vkládá nemalé úsilí a prostředky. Už bezmála čtvrt století. Je to pro něj čest i potěšení. Pomáhat tam, kde je potřeba. Na toto téma jsem hovořila s Mgr. Olgou Stanley, manažerkou komunikace:

**Téma společenské odpovědnosti je vaše letitá srdeční záležitost. Jak celé společnosti ROSSMANN, tak i vaše osobní. Několikrát jste to i na našich stránkách zmiňovala. Myslíte si, že získává náklonnost stále větší skupiny české veřejnosti?**

Jsem o tom přesvědčena. Většina z nás s tímto očekáváním přichází jak do zaměstnání, tak i k obchodníkům, u kterých realizuje své běžné nákupy. U zaměstnavatele předpokládáme, že mimo to, že se věnuje oboru podnikání, snaží se pomáhat a vracet zpět něco z utrženého zisku do komunity, kde je činný. Již to není jen pro vytváření dobrého jména firmy, kterou reprezentuje, ale i z toho důvodu, že je to součástí firemní strategie a jejího plánu. U obchodníka je to obdobné. Rozhodujeme se vždy nejen podle ceny, ale zajímá nás, kdo a kde se podílel na výrobě toho či onoho produktu. V případě, že část výtežku je věnována na dobrou věc, je to pro mnoho zákazníků jasný důvod, proč se rozhodnout právě k takovému nákupu. U mě to tak funguje vždy, a domnívám se, že u mnoha našich zákazníků v prodejnách ROSSMANN to bude velmi podobné. A o to víc, když jde o pomoc dětem, na kterou se naše společnost zaměřuje nejvíce.

**ROSSMANN podporuje potřebné, velkou pozornost věnuje nemocným dětem, matkám samozvítelkám. Je to stále váš hlavní směr?**

Náš hlavní směr pomoci v rámci charitativní kampaně Dejme úsměv dětem, který se letos v září konal již poděváté ve spolupráci s Nadací Naše dítě, je pomoc ohroženým dětem. Děti za to, že neměly to štěstí, jako ostatní, nemůžou. Pomáháme tam, kde se u dětí projevil nemoc již od narození, někdy přišla během života, a také pomáháme dětem, které nevyrůstají v úplné rodině. Každoročně má kampaň jedno nosné téma, okolo kterého se točí celá pomoc a organizace, kam finanční prostředky směřují. Loni to byla hlavně pomoc opuštěným dětem, letos to byly hendikepované děti. V uplynulých letech jsme se zaměřili na děti onkologicky nemocné a autistické, na děti trpící různými onemocněními kůže, na ty, které utrpěly popáleniny, atd. Naše pomoc je buď směrována



Mgr. Olga Stanley

na nákup zdravotnických přístrojů, které jsou umístěny ve velkých nemocnicích v celé České republice, nebo vycházíme vstříc organizacím, které dětem pomáhají jinak (např. zajišťují různé motivační ozdravné pobyty). Veškerými těmito aktivitami šíříme i osvětu na témata spojená s péčí o děti a zkvalitňování jejich života.

**Také jste nadšenými zahradníky. Zajišťujete výsadbu stromů v okolí svých prodejen. Kde všude již rostou? Zasadila jste i vy sama nějaký?**

Nadšenými zahradníky jsme, to ano. Ekologie je pro nás velmi důležitá. Proto jsme ve spolupráci se společností Henkel, divizí Beauty Care ČR a neziskovou organizací Sážíme stromy již potřetí uspořádali kampaň Vratte stromům korunu. Cílem bylo opět v rámci běžné obchodní aktivity část prostředků věnovat na výsadbu zeleně v našem okolí. Letos se podařilo získat finanční prostředky na výsadbu 400 vzrostlých stromů a vysázel je v celkem 18 lokalitách v okolí našich prodejen. Sázel jsem i já s ostatními kolegy z naší centrály v Praze a zástupci společnosti Henkel a musím říct, že vidět za sebou vysazenou alej je nepopsatelné a doporučuji každému si to vyzkoušet.

**Jakým směrem se budou vaše aktivity tohoto typu ubírat v příštím roce?**

Příští rok se ponese v duchu oslav 25 let působení značky ROSSMANN na českém trhu. Naše aktivity z oblasti společenské odpovědnosti připravujeme, a myslím, že ke stávajícím ještě určitě něco přibude, ale co to bude, zatím prozrazovat nechci.

**Co budete nadělovat v rámci CSR o Vánocích?**

Jako každý rok budeme Ježíškem pro děti z Klokánků a také ony si pro nás na oplátku připravily malou nadílku.

**Ostatně prosinec je pro vás měsíc nejnáročnější, spousty vašeho zboží míří pod stromček, přicházíte s novinkami, a zároveň už myslíte na jaro... Nač se můžeme v roli klasických zákazníků právě v této době těšit?**

Ano, je to tak. Prosinec je pro nás všechny, kdo působí v oblasti maloobchodu, měsícem nejnáročnějším. Před Vánoci se naši zákazníci můžou zapojit do právě probíhající věrnostní kampaně Živlíci, která je na téma ekologie, a sbírat body na figurky, jakými jsou Kája Kořínek, Anetka Planetka a další. Již z názvu je patrné, že se vše točí kolem přírody a našeho vztahu k ní. Myslím, že jako nápad na dárek je to velmi dobré. Samozřejmě jsme připravili jako každý rok luxusní vánoční balíčky a další vánočně laděný sortiment plný inspirace. A jelikož jsme letos změnili i náš obchodní koncept, s nímž ladí i náš slogan: ROSSMANN. A život je krásnější, tak doufáme, že ten život našim zákazníkům před Vánoci skutečně krásnější uděláme. Vyberou si z našich nápadů, z nákupů v našich prodejnách budou mít radost a s chutí se k nám opět vrátí.

otázky připravila Eva Brixl



# Dvoje lázně pod jednou taktovkou



Bohdana Opočenská

Koupele v uhličitě vodě s jemnými osvěžujícími bublinkami, kdy se člověk ponoří do hloubi své vlastní duše. Masáže, při nichž se nemluví, jen odpočívá a vy vnímáte každý svůj sval a učíte se mu porozumět. Bohaté procházky malebnou krajinou, která zklidní mysl i tělo. Posilující spánek beze snů. I tak se dají charakterizovat lázně, jež stále více lidí využívá nejen po operacích a při chorobách, ale také na vylepšení kondice, pro srovnání psychiky, k odstranění stresu. Léčebné lázně Bohdaneč znám z vlastní osobní zkušenosti i několika novinářských návštěv. V Lázních Teplice nad Bečvou jsem byla letos poprvé a musím přiznat, že bych se tam hned vrátila. Sama, inkognito, sobecky, užít si malé nicnedělání. Oba lázeňské subjekty vede výkonná ředitelka Bohdana Opočenská:

**Řídit dvoje lázně, jedny v Čechách a druhé na Moravě, to není asi úplně jednoduché. Co je oběma společné?**

Myslím, že to dnes není zas až tak neobvyklé. Na ekonomické scéně České republiky jsem se setkala s řadou případů obdobné strategie. Mnozí manažeři řídí více firem. Má to totiž své výhody. V našem případě například můžete sjednotit procesy a z obou subjektů strategicky podpořit to, co je dobré, co se osvědčilo, co funguje.

Lázně v Bohdanči i Teplicích nad Bečvou mají dnes stejnou majetkovou strukturu a mnoho společného i v orientaci na klienta. Bohdaneč je více zaměřena na pobyty klientů, za něž hradí rehabilitaci zdravotní pojišťovna, v Teplicích se ve větší míře zaměřujeme také na samoplátce. Oboje lázně se specializují na pomoc pohybovému aparátu, v Teplicích nejvíce

v návaznosti na kardiovaskulární problémy a pooperační stavy pacientů, kteří prošli operací srdce, a na dětskou rehabilitaci. Tím, že lázně na obou místech fungují podobně, je řízení pro mne svým způsobem snazší. Jeden management vyhovuje požadavkům na efektivitu práce. Máme tedy jednoho výkonného ředitele, jednu obchodní ředitelku, jeden marketing. Na první pohled to poznáte třeba podle vizuální komunikace, grafika má jednotný styl, a pro image to má velký význam.

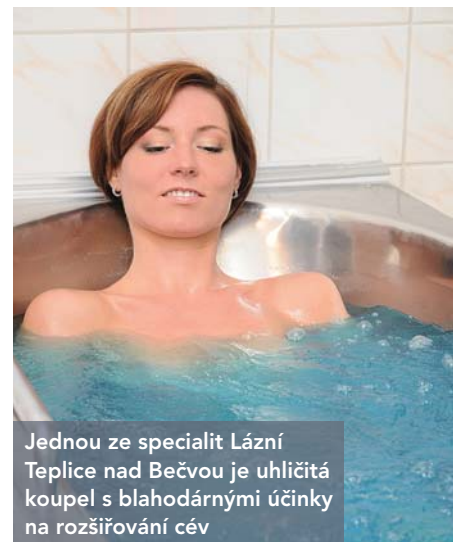
**Oč se vaše strategie opírá?**

Dříve jsem působila v pozici obchodní ředitelky v Léčebných lázních Bohdaneč. Role výkonné ředitelky obou lázní je pro mne nová manažerská zkušenost. Protože nemohu být fyzicky na dvou místech najednou, tak jsem ze začátku řešila, jak postavit v obou lázních kva-

litní tým spolupracovníků na klíčových pozicích. Takový, na který se mohu vždy spolehnout. Tím, že jsou lázně od sebe dosti vzdálené, nemohu osobně řešit vše, co bych za jiných okolností zvládla. I když technika pomáhá, a bez mobilů a mailů bychom se neobešli, základem jsou vždy lidé. Tím jsem jen chtěla naznačit, že velký důraz klademe na již zmíněnou komunikaci. Je základem toho, že nám to klapě, odráží se to v takřka stoprocentní obsazenosti pokojů, kdy máme vlastně kromě závěru roku a ledna stále vyprodáno.

**Máte větší prostor k rozvíjení místního potenciálu, když jsou lázně v soukromých rukách, v porovnání s možnostmi státního podniku?**

Určitě. Až s vámi pro věc se věnujeme rozvoji špičkové kvalitní rehabilitace, nakupujeme nové přístroje a zařízení, zavádíme pokrokové rehabilitační metody, rozšiřujeme fyzioterapeutické služby pro pacienty i veřejnost. V obou lázních se zaměřujeme na pooperační rehabilitaci, v Bohdanči je to specializace na pohybový aparát, v Teplicích nad Bečvou zase jde o péči o pacienty po kardiologických operacích. Na obě místa jsou převáženi rovnou z nemocnice a ubytování ve špičkově vybavených pokojích se stálou službou a přístrojovou technikou, takže se zotavují v maximálním komfortu. Mají individuální režim, včetně stravovacího. Všechny pokoje mají vyvýšená lůžka, uzpůsobené koupelny, pacienty učíme správně vstávat, chodit o berlech, cvičit. V Teplicích rozvíjíme rozsáhlou spolupráci s přednosty kardiologických oddělení klinik ze spádových oblastí, stále s nimi konzultujeme, učíme se, abychom péči ještě vylepšili. Na toto téma zde také jednou ročně pořádáme velkou lékařskou konferenci. Není pak větší odměny než vidět, že se naše snaha promítne do života lidí a že jim pomůžeme.



Jednou ze specialit Lázní Teplice nad Bečvou je uhličitá koupel s blahodárnými účinky na rozšiřování cév



## Dávat lidem radost z obnoveného zdraví je vlastně úžasný a povznášející business...

Charakterizovala bych to jinak: je to naše poslání a pocity dobře odvedené práce si nálezitě vychutnáváme. Samozřejmě do rehabilitačních služeb hodně investujeme. Finanční prostředky však musíme někde generovat. Proto rozvíjíme doplňkové služby, což jsou nejrůznější relaxační masáže, koupele, cvičení na míru, rekondiční programy, cvičení a relaxace pro firmy, nabízíme rozmanité pobytové balíčky a jsme schopni je sestavit podle individuálních přání. V současné době je v Teplicích asi 30 % samoplátců, v Bohdanči 20 %. Vážíme si zájmu veřejnosti a jsme rádi, pokud je u nás klient nejen spokojený, ale i nadšený. Přinést pohodu do jeho života, toho si ceníme nad jiné.

### O jaké principy opíráte své manažerské dovednosti?

Určitě je to ženská intuice, té využívám opravdu hodně, a nezapomínám ani na logické myšlení. Také vím, že člověk, pokud chce něčeho dosáhnout, se nesmí bát. Takže se nebojím. Při řízení týmu ctím princip spravedlnosti, i když se těžko rozlišuje, co spravedlivé je, a co ne, každý to vidí v trochu jiné rovině. Nejsem však typ přísného šéfa, stavím na upřímnosti a pochopení situace.

### A jak jste se vlastně k lázeňství dostala?

Do Léčebných lázní Bohdaneč jsem nastoupila jako produktový specialista už se zkušeností z businessu. Kdysi jsem totiž založila personální agenturu, a podnikání mne mnohemu naučilo. Třeba být organizačně zdatná. V Bohdanči jsem tehdy zastávala vlastně svým způsobem klíčovou pozici, musela jsem pochopit a poznat fungování lázní napříč všemi úseky, od procedur až k technickým záležitostem týkajícím se třeba rekonstrukce budov. Mechanismus lázní je poměrně složitý. Musíte vědět, jak pracovat s jídelníčkem, proč jsou slatinné zábaly léčivé, kolik je potřeba zaměstnat zahradníků nebo jak školit fyzioterapeuty. Jsou



Bazén v Léčebných lázních Bohdaneč skýtá nespočet příjemného

to obory jako gastro, zdravotnictví, marketing, životní prostředí, turistika... Pak jsem postoupila na pozici obchodní ředitelky a posléze mi byla nabídnuta role výkonné ředitelky pro oboje lázně. Praxe z podnikání mne naučila jednat s lidmi, z čehož dodnes hodně čerpám.

### Minerální vody, i ta v Teplicích nad Bečvou, to je velké bohatství. Nechystáte se zdejší kyselku využít nějak jinak než dosud? Udělat vrt, čerpat, prodávat?

Naše minerálka je vhodnější pro léčebné a ozdravné koupele než k pití. Když ji okusíte, záhy zjistíte, že je velmi projímavá, což je společensky složitá okolnost. Náš vztah k této minerální vodě je spíše symbolický: vnímáme ji jako dar země, neděláme na jejím základě těžkou komerci. Navíc – podzemní vody jsou bohatstvím státu.

### Podnikatelky a manažerky si stěžují na nedostatek času, stres, potřebují obnovit síly, načerpat energii. Pobyt v lázních bývá řešením. Přibývá požadavků právě od takových klientek?

Ano, tyto požadavky rostou. Jezdí ženy samotné nebo jako skupinka kamarádek, které potřebují (nebo spíše v zájmu svého zdraví musí) hodit občas starosti za hlavu, vypnout mobil.

Užívají si koupele, masáže, aromaterapii, procházky, cvičení, plavání. Velmi početnou skupinkou jsou ženy ve věku 50+. Hojně oblíbený je balíček služeb nazvaný Zadáno ženám. Ráda bych zmínila, že velmi vyhledávané jsou právě koupele v naší kyselce, která prokrvuje pokožku, ovlivňuje kardiovaskulární systém organismu, uvolňuje napětí. Vynikající je také indická masáž hlavy, která skvěle odstraní stres.

### Co jste nachystali na prosinec, leden a únor?

V Bohdanči končí sezona v prosinci a začíná v lednu, a již nyní máme obsazeno. Takže jsme se tentokrát soustředili na propagaci možností v Lázních Teplice nad Bečvou. Pro zájemce z řad samoplátců jsme připravili zvýhodněnou nabídku, lze ji zakoupit jako dárek pro své blízké či zaměstnance. Loni byl o tyto dárkové poukazy na leden až březen se slevou ve výši až 30 % obrovský zájem. Čeští zákazníci jezdí do lázní zejména v létě, ale myslím si, že i v zimě mají lázeňská místa co nabídnout. Krásnou zimní přírodu, v parku sem tam proběhne veverka, je to dokonalá idyla, kterou si stojí za to užít. Na Silvestra koncipujeme bohatý program, vždy máme brzy vyprodáno. Loni jsme zdobili vánočné exteriéry... Prostě pohádka.

### Mohou dárkové poukázky nakupovat i firmy a uplatnit tuto položku do nákladů?

Určitě ano, a je to poměrně rozšířená praxe. Příspěvek zaměstnanci na rekondici – je to právě, co ho donutí odpočívat a udělat něco pro zdraví.

### Když byste měla vybudovat nové lázně na zelené louce, čím byste začala?

Především bych vybrala lokalitu, kde je nějaký zajímavý přírodní benefit. Lázně potřebují vodu, slatinu, něco výjimečného, určitý léčivý zdroj. Jenže Česká republika je na lázně poměrně bohatá a zájemce má z čeho vybírat. Takže bych asi žádné lázně neměla šanci postavit. Navíc o nových nálezích pramenů nevím...

ptala se Eva Brixí



Masáže dokáží zázraky

# Profese provoněná bylinami

Nikdy nebudu odborník na bylinky, přesto se mi v tom nejlepším slova smyslu pletou již od dětství do cesty. V podobě mateřídoušky na louce za babiččinou zahradou, v podobě těch, které každé ráno snídám, ať už je to petrželka, pažitka, libeček, nebo jarní česnáček, pampelišky, listy lichořeřišnice, bazalky nebo koriandru. Je to takové moje zelené království, z něhož vycházím do dnů plných adrenalinu posílena tím, co mi příroda naděluje. Když trhám květy černého bezu nebo lípy, nevnímám na jaře nic jiného. Jen vůně, barvy, tvary. A do duše se mi ukrádá klid i odpočinek. Na čaj z máty, meduňky, kopřivy, tymiánu nebo kořene pampelišky nedám dopustit. Jsou to moji tiší přátelé, před nimiž smekám a jimž důvěřuji. Svou profesní dráhu poté, co přestala být učitelkou, bylinkám zasvětila Mgr. Jarmila Podhorná. Její firmu Naděje zná mnoho lidí, protože mnohým její bylinkové umění pomohlo nastartovat zdraví a vrátit úsměv na tvář. Po čase jsem se jí zeptala:



Mgr. Jarmila Podhorná

**Naše životní tempo se zrychluje a nikdo neví, jak z toho ven. Co doporučujete na základě svých zkušeností a práce s bylinkami? Nakolik mohou prospět a čím nám jsou právě dnes užitečné?**

V dnešní době náročné na jedince si lidé uvědomují, že musí udělat něco pro své zdraví – udržet dobrý stav organismu. Hledají různé cesty ozdravení. Jako jsou masáže, akupunktura

a jiné, a také si uvědomují, že byliny jim mohou být prospěšné k udržení zdravotního stavu, a hlavně k prevenci civilizačních onemocnění.

**Připravila vaše firma nějakou zimní novinku?**

V poslední době se zaměřujeme na posilu imunity a tam nám mohou pomoci nejvíce tinktury z bylin ve spojení s betaglukanem

(gemmoglukany) a některé z nových speciálních tinktur – Vilkakora-graviola, Kalisie-eleuterokok, a dále ty, které očisťují od bakteriálních zátěží (Chlamysan, Helmifit), od těžkých kovů (Aluven).

**S jakými dotazy se na vás v poslední době obracejí ženy, zejména podnikatelky a manažerky? Co je trápí?**

Především žádají pomoc při gynekologických záležitostech, protože psychika se většinou promítá do činnosti těchto orgánů, dále žádají o posilu nervového ústrojí a byliny zvyšující a udržující imunitu. Vždy je třeba na řešení těchto potíží působit komplexně a s ohledem na všechny složky, které se na problému podílí.

**Myslíte si, že lidé zase začínají hledat rovnováhu mezi prací a odpočinkem?**

Lidé se dnes snaží udělat něco pro regeneraci organismu, a proto hledají cesty pro aktivní odpočinek.

**Stále pořádáte přednášky a semináře pro laickou veřejnost i odborníky o tom, jak bylinky využívat, jak mohou sloužit člověku. Určitě prezentujete další poznatky ze své praxe stejně tak jako informace, které nám mohou být velmi užitečné... Můžete nám napovědět? Co třeba nevíme o kopřivě, pampelišce nebo třezalce?**

Od počátku své činnosti se snažím seznámit veřejnost s účinky bylin na jejich organismus. Přednášky dělám pro veřejnost, pro studenty vysokých škol, pro lékaře. Seznamuji je s účinky bylin, které znám jednak z odborné literatury, ale také, a to hlavně, hovořím o těch, kterým pomohly, a to je pro mne velice důležité, protože mi to dodává jistotu, že to, co dělám, je dobré a důležité. Rovněž čtyřikrát do roka dělám víkendový seminář pro lékaře, lékárníky, léčitele a vůbec pro lidi, kteří mají o byliny zájem. Zde se také často dozvídám o dalších účincích bylin, které jsem sama neznala, ale také získávám podněty na vytvoření nových speciálních tinktur. Takovými nejvíce využívanými bylinnými prostředky jsou např. topol na doléčení boreliózy, třezalka s protizánětlivými a zklidňujícími účinky, lichořeřišnice s antibakteriálním působením, pupeny černého rybízu s působením imunitním a protialergickým.

**Přibývá lékařů, kteří s vámi spolupracují?**

Spolupracuji od počátku s lékaři, v poslední době jich stále přibývá, a je mi ctí, že mohou





poznatky o bylinách přednášet na lékařských a farmaceutických fakultách.

**Významná je určitě zpětná vazba od uživatelů vašich tinktur, doplňků stravy, mastí. Sdělují poznatky o kombinaci preparátů, dávkování? Nabízí se nové zkušenosti, nad kterými přemýšlíte?**

Pro mne je zpětná vazba velice důležitá. Od uživatelů se dozvídám o jejich poznatcích ať už na přednáškách, seminářích, nebo z e-mailů. Jsou pro mne velice přínosné a motivací k vytvoření nových produktů.

**Je o vás známo, že velkou váhu přikládáte také pozitivnímu myšlení, čínorodosti, pracovitosti. Jak se to vše promítá do našeho zdraví?**

Pozitivní myšlení je velice důležité i pro udržení dobrého zdravotního stavu. Psychika člověka je na prvním místě i při onemocnění. Je tedy potřeba udělat vše proto, aby se zlepšila, a zde jsou bylinné prostředky velice účinné, hlavně gemmoterapeutikum z lípy, bacopy, šišáku, a také tinktura z eleuterokoku někdy v tomto případě dokáže zázraky. Co se týče čínorodosti a pracovitosti, jsou důležité

i pro vyšší věk k udržení náležitého zdravotního stavu.

**Nedávno jsem si přečetla, že největší hrozbou pro pracovní neschopnost bude deprese, kvůli které bude čím dále více lidí vyřazeno na čas z pracovního procesu. To je trochu odstrašující prognóza. Jak žít a nebláznit se?**

Dnešní způsob života, tempo, jsou někdy příčinou vzniku psychických onemocnění. Je proto třeba si vytvořit režim dne, kdy je dobré organizmus podpořit pohybem, a i dalším cílevědomým působením na jeho revitalizaci. V poslední době přibývá různých sportovních aktivit, při kterých lidé mohou relaxovat a posilovat organizmus. Důležitý je také pobyt v přírodě na čerstvém vzduchu.

**Na druhé straně zastánců a vyznavačů zdravého životního stylu přibývá zejména mezi mladými lidmi. Vy sama jste profesí učitelka a dětskou duši velmi dobře znáte. Předáváte mládeži své zkušenosti, spolupracujete s nějakou školou a hledáte příznivce a pokračovatele, kteří by vše, co jste vybudovala, dále rozvíjeli, a hlavně si hledali cestu k využití bylinek a jejich účtyhodných vlastností?**

Mladí lidé si uvědomují nepříznivý vliv uspěchaného způsobu života a hledají cesty k vytvoření režimu dne a snaží se o získání dalších možností k nastavení správného životního stylu. Vidím to na přednáškách i seminářích, že se zajímá čím dál tím více mladých lidí o nové přírodní poznatky, které by jim mohly přispět ke zlepšení jejich kondice.



otázky připravila Eva Brixí

# Máme mnoho příběhů, které můžeme vyprávět

Osobitost, kterou asi každý z nás vnímá jinak. Luxus ve stylu, o němž si přejeme, aby nás zaslouženě občas, anebo i častěji, provázel. Ne jako ukázka blahobytu, ale jako projev komfortu, který dokáže pozvednout náladu, přenést myšlenky do roviny klidu, naznačit, že v tom každodenním shonu máme právo na něco hodně příjemného. Treba v souznění s automobilem. Český trh má novou značku. Její DNA je Francie, hlavní město Paříž. Jmenuje se DS Automobiles. Tým, který se o ni v České republice stará, vede Martina Bedrnová v roli ředitelky značky DS ve firmě C Automobil Import s.r.o.:



**Francouzská značka koncernu PSA DS Automobiles vznikla v roce 2014. Její ambicí je ztělesnit know-how francouzského luxusu v automobilovém odvětví. Byla jste pověřena uvést koncept na český trh a řídit tým, který se o prezentaci, image, prodej a servis bude starat. Čím si vás nová značka získala? Novými příležitostmi, další výzvou, otazníky, které s neznámem přicházejí?**

Je to nesmírně zajímavá příležitost. Vždyť kdo může ve svém kariérním životě zažít něco takového, jako je vznik nové automobilové značky? Moc nás není a taková výzva se určitě nebude opakovat. Je to krásná práce, stavět věci úplně od začátku, v podstatě na zelené louce. DS chce být menší prémiovou značkou svým objemem, ale velkou svými nároky sama na sebe. Budeme se věnovat i mnoha oblastem, na které větší značky často nemohou ani pomyslet. Navíc mne láká hlavní moto značky, které tkví v přenesení know-how francouzského luxusu a rafinovanosti do světa automobilů. Všichni ví, o čem je řeč, když si vybavíte francouzskou módu, smysl pro detail a styl, svět vůní nebo třeba francouzskou gastronomii. A DS modely přinášejí zákazníkům podobné pocity. Jsou inspirovány světem šperkařství, ruční práce, pařížskými módními bulváry a ulicemi, ikonickými místy Paříže.

Myslím, že právě v tom je silná stránka DS, to nyní nenabízí žádná jiná automobilová značka.

## Co z toho pro vás vyplynulo?

Hodně práce, ale jsem za ni ráda. Navíc pronikám i do oblastí, které mi nebyly dříve až tak blízké. Jako je například servis, obchod, dokonalá péče o zákazníka. Znamená to pro mne i daleko větší napojení přímo na finálního klienta a jeho očekávání. Sleduji projekt zrození nové značky od úplného počátku, jako je například i stavba pražského DS showroomu, tzv. DS STORE. Prodej a servis modelů DS si vyžaduje naprosto samostatný prodejní prostor a taktéž vlastní velmi náročně vyškolený DS personál. To je jeden ze základních předpokladů úspěchu značky DS.

**V prostředí automobilů se pohybujete už pěknou řádku let a odborníci vás znají jako tvář Citroënu nebo z marketingového vedení značek PSA. Určitě své zkušenosti využijete pro DS Automobiles...**

Ano, marketing a PR je pořád velmi milou oblastí mého zájmu, a proto si tyto činnosti i v rámci vedení značky DS ponechávám já sama. Osobní přístup je pro značku DS jedním z klíčových momentů, a proto zejména vztahy s veřejností budu

opečovat já, jako ředitelka značky. Jinak mám k ruce skvělý tým kolegů, se kterými společně tvoříme všechny další linky.

**Řekla bych, že jste tak trochu profesně univerzální a multifunkční, protože se věnujete v DS i komunikaci a zmíněné práci public relations a máte na starost také půjčování vozů novinářům, takže získáváte povědomí a čerstvé informace o tom, jak právě média značku hodnotí. Jaké to má další výhody?**

Je to první zpětná vazba, jak na produkty, tak na naše služby. A to mě samozřejmě zajímá velice, protože novináři jsou také svým způsobem naši zákazníci a jejich postřehy pak často můžeme promítnout i do vztahů se zákazníky, kteří mají zájem o naše modely. Novináři, ať už motorističtí, nebo lifestyloví, jsou profesionálové se širokým rozhledem na automobilovém trhu, jsou velmi nároční a přísní ve svých soudech. Jsem ráda, že tuto vazbu mám. Každá pochvala i kritika člověka posunuje vpřed.

**Kolik modelů DS jste na český trh již přivedla? Co je jim vlastní?**

V současné době uvádíme první model 2. generace vozů DS, DS 7 Crossback, který patří do kategorie SUV segmentu C. Tento vůz předznamenává novou prodejní strategii v rámci samostatné sítě prodejen DS. Jeho prodej a prodej všech následujících modelů DS, každý rok přibude jeden model, je již možný jen v prodejnách typu DS STORE. Ten bude v ČR zatím jeden, a to na Černém mostě v Praze, kde ho otevírá náš zkušený partner společnost Domanský. Pro modely DS je typický avantgardní design, pokrokové technologie, dynamický komfort a jistota při řízení, rafinovanost a smysl pro detail.

**A jakou exkluzivitu mohou klienti očekávat od servisu těchto vozů?**

K vozům DS nabízíme program služeb Only You šitých na míru každému zákazníkovi. Součástí je např. služba Pick up servis (tzv. DS Valet), kdy si zákazník může vybrat, zda na servis s autem pojedete sám, nebo využije službu našeho řidiče, který pravidelnou údržbu vozu DS zajistí. Vůz si vyzvedne přímo u zákazníka a zase ho tamtéž po servisu vrátí. Dalším souborem služeb jsou prémiové DS asistenční služby 24 hodin denně a 7 dní v týdnu, které pokrývají např. i ztrátu klíče, píchnutí pneumatiky či načerpání špatného paliva. Svým zákazníkům vždy zaručujeme plnou mobilitu. S tím souvisí



i poskytnutí náhradního automobilu v případě potřeby. Máme k dispozici i zelenou bezplatnou linku DS k Vaším službám, kde náš operátor vždy odpoví na případné dotazy, pomůže se zajištěním servisu nebo např. s objednááním testovací jízdy. A je toho mnohem více...

**Vstoupili jste na pole čisté mobility. Jistě to nabízí mnohé benefity nejen pro životní prostředí.**

Značka DS plní všechny ekologické limity dle protokolu WLTP již dnes. V příštím roce plánujeme uvedení plně elektrického modelu a také aktuální nový model DS 7 Crossback přijde i v hybridní variantě, kdy bude kombinovat benzinový motor s elektromotorem. Výhody jsou nasnadě: čistší a levnější provoz, bezplatné parkování v Praze, zvukový komfort...

**Máte jednoznačně vymezenou cílovou skupinu zákazníků? Jakou roli v ní jste přisoudili ženám, podnikatelské a manažerské veřejnosti?**

Máme sice nějaké představy o cílové skupině, ale myslím, že až realita nám ukáže, kdo bude ve skutečnosti naše auta kupovat. Jsme velmi otevření a troufám si tvrdit, že možná budeme překvapeni. A priori bychom mohli zaujmout lidi citlivé na design a styl, zákazníci, kteří nejdou vždy s davem, ale mají rádi odlišnosti, chtějí komfort a chtějí servis, nejen samotný produkt. V řadách zákazníků DS 7 možná budou určitě jak muži, tak i ženy. Pokud jde o podnikatele a manažery, věříme, že oslovíme i je. Máme speciální fleetový program i velmi zajímavou nabídku operativního leasingu. Ten je určen jak soukromým osobám, tak i podnikatelům.

**Ostatně dnešní ženy by si luxus víc než kdy jindy zasloužily. Podávají úžasné kariérní výkony, srší nápady, zastanou rodinu, vzdělávají se, vydávají nezměrné množství energie, aby vše bylo tak, jak má být...**

To mi povídejte! Ano, ženy si nakládají na svá bedra opravdu neskutečné množství úkolů a já



DS 3 Crossback přijde na náš trh v 1. polovině roku 2019

sama vím, co pro mne znamená čas. Někdy si říkám, že by den měl mít 48 hodin, abych vše stihla tak, jak si představuji. Vidina, že za mne třeba někdo vyřídí vše kolem auta, nebudu se muset trmácet přes celou Prahu na servis, pak MHD do práce a večer zase zpátky pro auto, je něco, co mi naprosto padá do noty. Všichni se cítíme čím dál více uhonění a stresovaní, a vše, co nám ulehčí každodenní život, je jako balzám. Vidíme to např. i na nárůstu zákazníků e-shopů, nákupu potravin přes internet atd. Dělejme jen to, co je opravdu nutné nebo co nás skutečně těší, a na vše ostatní využijme pomoc, když se nabízí. To je podle mne cesta, abychom si zachovaly zdraví a vlastní optimismus a spokojenost.

**V jedné tiskové zprávě jste uvedla, že z odvahy se rodí dokonalost. Je to úžasná myšlenka. Dnešní svět však stále více sází i na úlohu emocí, vášně, touhy, radosti. Jak se tyto atributy promítají do DNA značky DS?**

Všechny úžasné věci, objevy, nádherná díla vznikají díky odvaze pustit se do něčeho neznámého, jít vlastní cestou, dívat se na věci nově. Když děláte jen to, co již existuje, co znáte, tak si možná nerozbijete nos, ale nezůstane po vás žádná zvláštní stopa. Vezměte si třeba stavbu skleněné pyramidy před pařížským Louvrem. Ve své době prokázal Francois Mitterand velkou odvahu, že prosadil tuto realizaci, která zcela rozdělila francouzskou společnost. Dnes

je to považováno za nesmírně citlivé propojení historie a současnosti a moderní pyramida před Louvrem je jedním z míst, kterými se Paříž hrdě pyšní. Nebo Eiffelova věž! Víte, že ji někteří kdysi chtěli zbourat? Považovali ji za lešení, nehodné takového města, jako je Paříž. Emoce hrají velkou roli i u značky DS. Máme mnoho příběhů, které můžeme vyprávět. Značka nevznikla jen tak z ničeho nic. Má svůj předobraz ve slavném modelu DS 19 z roku 1955. Když byl tento model představen veřejnosti na pařížském autosalonu na Champs-Élysées v Grand Palais, tak šlo o naprosté „automobilové zjevení“ jak z hlediska nevidaného stylu, tak i technologií (otáčecí světlomety, maxi komfortní hydropneumatické odpružení). Bylo okamžitě prodáno vše, co továrna vyrobila, během jednoho dne. Tento model byl dlouho nedostupnou modlou. Písmenka DS při jejich vyslovení ve francouzštině, Déesse, znamenají v překladu Bohyně. Dnes jde o skvělé sběratelské kousky. DS má prostě Francii, s její historií i současností, pod kůží. Příkladem z nejnovějších je i vytvoření speciální nové zlaté barvy karoserie DS 7 Crossback s názvem Or Byzantin, jež je inspirována barvou světél, kterými září Paříž, když do ní přilétáte v noci. Schválně, zkuste si všimnout, až budete mít příležitost. Je to skoro až magické, skutečně září velmi specifickým teplým, zlatě oranžovým odstínem.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■



DS 7 Crossback, první model nové značky, který se v ČR prodává od letošního podzimu



# Ženy v zemědělství podle 17 zemí světa

V průzkumu společnosti Corteva Agriscience, zemědělské divize společnosti DowDuPont, ženy uvedly, že pokrok je sice evidentní, ale příliš pomalý. Pomine-li se finanční nerovnost, jen méně než polovina dotazovaných žen se cítí doceněná, vnímaná nebo v pozici, v níž může rozhodovat.

Ženy působící v zemědělství po celém světě, a to v rozvojových i rozvinutých zemích, potvrdily, že diskriminace pohlaví stále přetrvává a překází jim v tom, aby co nejlépe nakrmily plodinami svět, naznačila nová studie Corteva Agriscience, zemědělské divize společnosti DowDuPont.

„Cílem této studie bylo, abychom hlouběji porozuměli aktuální situaci farmářek po celém světě, od těch největších hospodářství v těch nejpokročilejších ekonomikách až po ta nejmenší samozásobitelská hospodářství v rozvojovém světě, a abychom vytvořili výchozí bod, od kterého můžeme měřit budoucí pokrok,“ řekla Krysta Harden, viceprezidentka pro vnější záležitosti a ředitelka pro udržitelnost ze společnosti Corteva Agriscience. Corteva Agriscience si vyžádala tuto studii provedenou v 17 zemích proto, aby zdůraznila důležitost žen v zemědělství a pojmenovala překážky jejich úplného a úspěšného začlenění. Do studie se zapojilo 4160 respondentek z rozvinutých i rozvojových zemí světa na pěti různých kontinentech.

Výsledky průzkumu ukázaly, že ačkoli jsou ženy z naprosté většiny hrdé na to, že působí v zemědělství, diskriminaci podle pohlaví považují za velice rozšířenou, a to od 78 % v Indii po 52 % ve Spojených státech. Jen polovina z nich uvedla, že jsou stejně úspěšné jako jejich mužské protějšky, přičemž 42 % sdělilo, že mají stejné příležitosti jako muži. Pouze 38 % konstatovalo, že mají možnost rozhodovat o tom, jak se v rámci hospodářství a v zemědělství využijí jejich příjmy. Téměř 40 % respondentek zmínilo nižší příjem než muži a horší možnosti financování. Vysoko se na žebříčku obav umístila finanční stabilita, blahobyt rodin a dosažení rovnováhy mezi pracovním a osobním životem. Mnoho žen naznačilo, že potřebují větší právu k tomu, aby mohly využívat zemědělskou technologii, která se stala nezbytnou pro finanční úspěch a odpovědný přístup k životnímu prostředí. Tato touha po vzdělávání se objevuje coby potřeba, kterou respondentky nejčastěji uvádějí jako nezbytnou k odstranění

## ŽENY V RÁMCI SVĚTOVÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ



### DISKRIMINACE je považována za ROZŠÍŘENOU

s drobnými odchylkami v rámci různých zemí, od **78%** v Indii po **52%** v USA



37% SI MYSLÍ, ŽE **PLATY ŽEN JSOU NIŽŠÍ** NEŽ PLATY MUŽŮ



36% SE DOMNÍVÁ, ŽE MÁ **HORŠÍ PŘÍSTUP K FINANCOVÁNÍ** NEŽ MUŽI

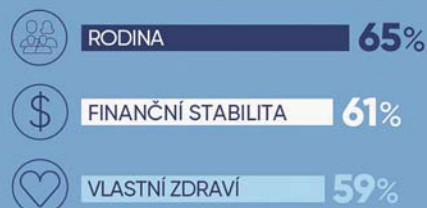


88% TVRDÍ, ŽE MÁ PŘÍSTUP K TECHNOLOGIÍM, ALE JEN 78% **JSOU VZDĚLANÉ** V TOM, JAK JE EFEKTIVNĚ VYUŽÍVAT



### BARIÉRY ROVNOSTI existují

### ŽIVOTNÍ STAROSTI hrají svou roli



### Co je potřeba: POSÍLENÍ ROLE ŽEN



I když genderová rovnost zaznamenala pokrok, **34%** si myslí, že bude trvat

**NEJMÉNĚ DESETILETÍ** a možná **VÍC**, než bude **DOSAŽENO ROVNOSTI.**

### JAK?





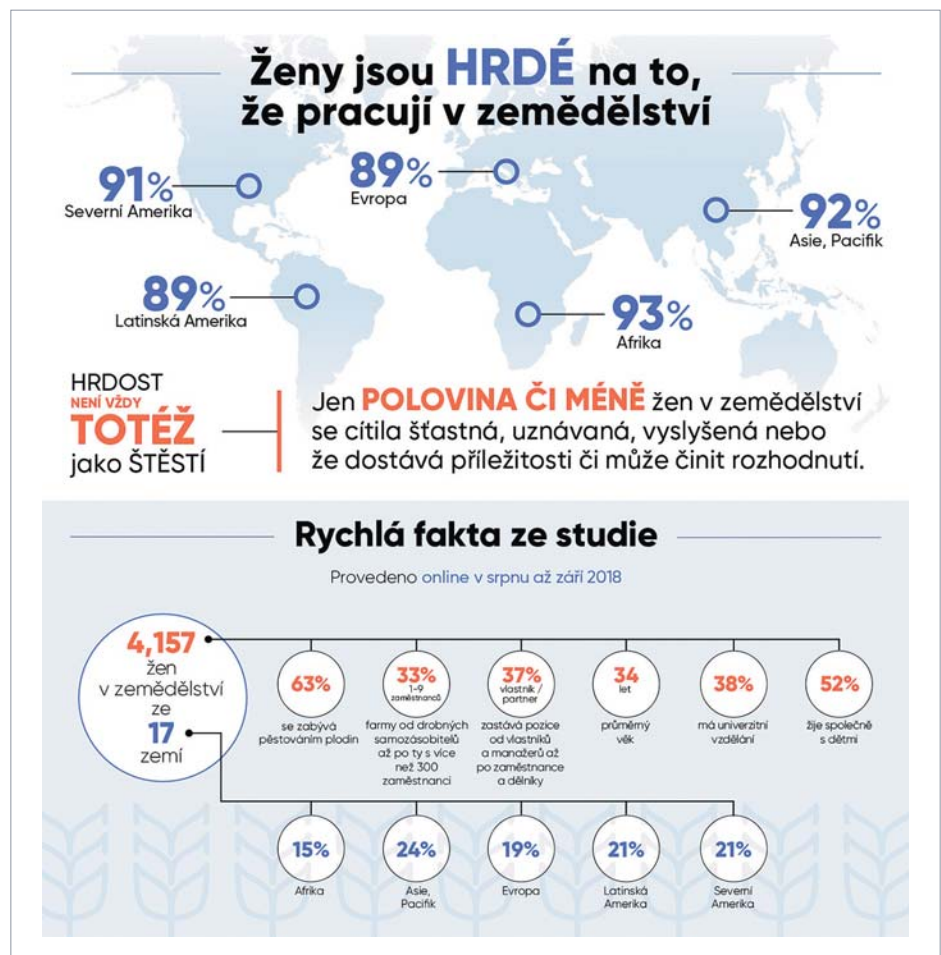
překážek způsobujících nerovnost pohlaví. Tato čísla výrazně překročila 50 % ve všech 17 zemích. V čele stojí Brazílie, Nigérie, Keňa, Mexiko a Jižní Afrika.

Většina žen sice zmínila pokrok směrem k rovnosti pohlaví, ale přesto 72 % odhadovalo, že úplné rovnosti bude dosaženo za deset až třicet let či později. Pět klíčových opatření by dle respondentek mohlo vést k odstranění nerovnosti:

- rozsáhlejší průprava v oblasti technologie (uvedlo 80 %)
- rozsáhlejší akademické vzdělání (uvedlo 79 %)
- větší podpora – právní či jiná – která pomůže ženám v zemědělství, které zažily diskriminaci na základě pohlaví (uvedlo 76 %)
- zvýšení povědomí veřejnosti o úspěchu, kterého ženy působící v zemědělství dosahují (uvedlo 75 %)
- zvýšení povědomí veřejnosti o diskriminaci na základě pohlaví v zemědělství (uvedlo 74 %)

„I když víme, že ženy tvoří téměř polovinu zemědělců na světě, tato studie potvrzuje, že potíže stále přetrvávají, což znevýhodňuje nejen ženy působící v zemědělství, ale také lidi, kteří jsou na nich závislí: jejich rodiny, jejich komunity a společnost. Pojmenování těchto potíží je prvním krokem při odstraňování překážek stojících venkovským ženám-farmářkám v cestě za dosažením svého plného potenciálu,“ informovala Krysta Harden.

V Evropě si 68 % žen v zemědělství myslí, že diskriminace na základě pohlaví je stále problémem, i když se situace zlepšuje a dnes je určitě menší nerovnost než před deseti lety. Na 67 % evropských respondentek řeklo, že klíčovou aktivitou pro odstranění překážek rovnosti



je zvyšovat povědomí veřejnosti o této diskriminaci v zemědělství na základě pohlaví. „Věříme, že Corteva Agriscience hraje důležitou roli při urychlení pokroku. Hledáme k tomu různé možnosti, včetně dalšího výzkumu, cíle-

ných akcí a partnerství s vládami, nevládními organizacemi a dalšími skupinami, abychom odstranili překážky naprosté rovnocennosti,“ uvedla Clara Serrano, vedoucí marketingu Corteva Agriscience v Evropě. (tz)

## Více než polovina českých firem neodvádí daň z příjmu

**Od roku 2012 klesá podíl společností, které v Česku do státní kasy neodvádějí žádnou daň z příjmů, nicméně v celkovém součtu tato skupina stále tvoří nadpoloviční většinu. Naopak roste podíl firem, které na dani z příjmů ročně státu odvedou víc než milion korun. Ukázala to nejnovější analýza poradenské společnosti Bisnode, která v ČR disponuje nejrozsáhlejší databází finančních výkazů.**

Do analýzy Bisnode vstoupily všechny společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, které v letech 2012 až 2017 zveřejnily své finanční výkazy. V období 2012 až 2015 jde zhruba o vzorek 170 000 subjektů, za rok 2016 o necelých 130 000 a v roce 2017 téměř o 71 000 firem. „V České republice od roku 2012 klesá podíl společností, které nepla-

tí daň z příjmu. Za posledních šest let jejich podíl klesl o 9,3 procentního bodu na 50,2 %. Nicméně firmy, které neodvádějí do státní kasy žádnou daň z příjmu, stále tvoří nadpoloviční většinu z analyzovaného vzorku subjektů, přičemž v roce 2012 jich bylo dokonce 60 %,“ zhodnotila průzkum analytička Bisnode Petra Štěpánová.

„Současně roste podíl subjektů, které daně odvádějí. Zatímco v roce 2012 to bylo podle dostupných dat 40,5 % firem a v roce 2017 již

49,8 %. Daň z příjmu do 100 000 korun odvádí necelých 27 % ze sledovaného vzorku. 100 000 až jeden milion korun platí téměř 15 % společností a milion až deset milionů na dani z příjmu do státního rozpočtu odvede 6,5 % společností,“ dodala Petra Štěpánová s tím, že rostoucí podíl společností, které odvádějí daně z příjmu právnických osob, souvisí s rostoucí ekonomikou, stejně jako se zpřísnujícími se podmínkami, jako je například zavedení EET nebo kontrolního hlášení DPH. (tz)

### Daně z příjmu společností s r. o. a akciových společností

| daň z běžné činnosti v Kč | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <= 0                      | 59,52 % | 58,93 % | 55,71 % | 52,74 % | 51,41 % | 50,19 % |
| 0–100 000                 | 23,15 % | 23,76 % | 25,01 % | 25,98 % | 26,01 % | 26,77 % |
| 100 000–1 000 000         | 12,48 % | 12,34 % | 13,57 % | 14,80 % | 15,09 % | 14,98 % |
| 1 000 000–10 000 000      | 4,24 %  | 4,30 %  | 4,95 %  | 5,60 %  | 6,31 %  | 6,52 %  |
| 10 000 000–100 000 000    | 0,56 %  | 0,61 %  | 0,71 %  | 0,81 %  | 1,08 %  | 1,39 %  |
| > 100 000 000             | 0,06 %  | 0,05 %  | 0,06 %  | 0,07 %  | 0,10 %  | 0,15 %  |

• data k 12. 10. 2018 • malý objem dat za rok 2017 souvisí s neplněním informační povinnosti ze strany firem

zdroj: databáze a výpočty Bisnode

# Kokoska v Senátu

Jakmile začnou padat podzimní mlhy a stromy ztratí listy, přichází myšlenky na Vánoce. Líbezná svátka, jež s sebou přináší nespočet emocí, vzpomínek i snahu připravit svým blízkým pěkné pohostění či dárek. JaJa Pardubice s.r.o. je přesně tou společností, která bývá o vánočních svátcích s námi všemi. Peče totiž perníčky, které zdobí nejen stromeček, ale vůni koření krouží kolem naší duše a vnáší do ní klid a pokoj, a sváteční cukroví, jež na Štědrý den nesmí chybět na žádném stole. Firma z Pardubic se také již několik let účastní soutěže o kvalitní český výrobek Česká chuťovka. Byla přítomna i letos, kdy klání slaví 10. výročí. A uspěla. S novým výrobkem, kokoskami. Ochutnala jsem a okusila bych znova. Jarmily Janurové, zakladatelky, jsem se zeptala:

**Opět jste letos v České chuťovce uspěli. Proč jste se již po několikáté přihlásili?**

Tento rok jsme uspěli v soutěži již po šesté a zase máme velkou radost. Jsme firma, která dává důraz na inovaci výrobků, neustále dodáváme na trh novinky vysoké kvality bez zlepšujících prostředků z jakostních surovin. Česká chuťovka je jednou z cest, kterými o sobě dáváme vědět široké i odborné veřejnosti. Také si poměřujeme síly s ostatními potravináři. Rovněž v roce 2018 jsme mohli být mezi těmi, kterým se 11. října dostalo pozvání na slavnostní odpoledne České chuťovky do pražského ho Senátu.

**Co vám právě tato soutěž ukázala? Co je na ní pro vás povzbudivé?**

Ocenění hodnotitelskou komisí složenou z odborníků nás ujistí o kvalitách předloženého výrobku, což je pro nás velké vyznamenání. Rádi se udělenými cenami chlubíme v obchodě svým zákazníkům nebo při exkurzích, kterých se ve firemní prodejně během roku odehraje kolem patnácti. Vítáme také možnost se prezentovat na půdě Senátu, kde se koná slavnostní vyhodnocení chuťovky, a provést ochutnávku oceněných výrobků. Také se otevírá možnost se předvést před mnoha ostatními účastníky. Rádi se poučíme i z jejich komentářů. Dosud jsme poslouchali jen samou chválu, což nás těší a nutí opět chystat na příští rok další novinku. Vlastně nás účast v soutěži nabíjí energii pro další práci.



Jarmila Janurová

**Tentokrát jste nabídli k hodnocení výrobek, který s perníčky nemá mnoho společného, jde o kokosku. Jak vznikla tato inovace?**

Letos jsme se odklonili od perníkového sortimentu, a to proto, že jsme delší dobu zvažovali, jak smysluplně využít bílky, které vznikají při výrobě českých buchet. Výroba tradičních drobných kokosek na trhu velmi rozšířených a balených v sáčku nás neuspokojovala. Dalším vývojem jsme sestavili kokosky plněné trvanlivým krémem ve dvou velikostech se

třemi příchutěmi, jako je vaječný likér, káva a pomeranč.

Kokoska v našem pojetí je zcela nový výrobek se vzhledem bílé pyramidy naplněné trvanlivým krémem doplněné cukrářskou tmavou polevou. Použitý kokos, cukr, bílky, krém a poleva přispívají k dokonalé vláčné a vyvážené chuti. Výrobek neobsahuje lepek, čímž se rozšiřuje jeho použitelnost. Kokosky se prodávají jednotlivě, vložené do cukrářského košíčku, zabalené do potravinářské fólie zavázané mašličkou. Barva mašle prozrazuje použité příchutě krému.

**Kokos je zajímavá ingredience a Češi jej mají velmi rádi. Jakýma očima ho vidí cukrář, odborník, znalec gastronomie? Se strouhaným kokosem se dá hodně kouzlit, vidíte?**

Kokos je prvek v cukrařině velmi oblíbený. V naší výrobě máme mnoho perníkových výrobků, jejichž součástí kokos je. Například v perníkových dezertech a minidezertech v různém provedení, obsahuje ho i kokosový kmen s tradiční recepturou a naše sváteční cukroví. Fantazii se určitě hranice nekladou.

**V čem je nutričně výjimečný a našemu stravování prospěšný?**

Kokos je velmi zdravý, obsahuje například 55 % nasycených mastných kyselin, které zvyšují energii, ale nepřispívají k tloušťce.

**Budou kokosky součástí vaší vánoční nabídky? Zařadíte je v menším provedení do sady vánočního cukroví?**

Ano, kokosky budou v menším provedení i novinkou v sadě svátečního cukroví.

**Kdy v JaJa Pardubice začínají Vánoce a kdy si může zákazník-firma ještě objednat perníčky jako dárkový předmět?**

Poté, co jsme dokončili zakázku po Velkou pardubickou, nastala doba pro výrobu s vánoční tematikou. Už v říjnu čekaly v balírně betlémské různých velikostí, drobné perníčky, zasnežené chaloupky, svíčky atd. Máme velmi bohatý sortiment vánočních výrobků, třeba i perníčky jako ozdoby na stromeček. Objednávky rozmanitého charakteru se kupí a je jen a jen na nás, abychom vše stihli napéct včas i přes velký nedostatek pracovníků.

Stálý program firmy JaJa Pardubice s.r.o. představuje výrobu a prodej zdobeného perníku, perníkových dezertů a minidezertů, perníkové dorty, produkty z cukrářské hmoty, sváteční cukroví a české buchty. Těší nás, že každá skupina výrobků z našeho sortimentu již dosáhla na různá ocenění. Kdo ještě naši firmu nezná, ale rád by ochutnal, může navštívit naše webové stránky, zavolat, napsat, zastavit se ve firemní prodejně. Rádi vyjdeme vstříc. Myslím, že za 28 let působení na trhu máme co nabídnout.

připravila Eva Brixí





# O certifikaci platové rovnosti mužů a žen

**V České republice je rozdíl mezi platy mužů a žen druhý největší v Evropské unii, téměř 22 %. Trendem posledních let je prostřednictvím různých programů a legislativních opatření zabránit této platové diskriminaci. Důkazem je Island, který je první zemí na světě, kde zákon firmám neumožňuje platit ženám nižší mzdy než mužům. K rovnocenné mzdové politice v odměňování se hlásí také společnost Philip Morris ČR a.s., která jako vůbec první v Česku prošla auditem PwC Equal Pay a certifikací Equal-Salary.**

I v dalších evropských zemích hrozí firmám za odlišný přístup ke mzdám z hlediska pohlaví sankce. V České republice je za nerovné odměňování čeká dle zákona pokuta až jeden milion korun. Dokázat však platovou diskriminaci není vůbec snadné. Světovým trendem se tak stala certifikace platové rovnosti pohlaví, která prokáže rovnocenné odměňování uvnitř společnosti. Nově je certifikace, kterou uděluje švýcarská nadace Equal-Salary, dostupná také na českém trhu.

První společností, která pod dohledem poradenské společnosti PwC certifikací prošla, je český Philip Morris se svým závodem v Kutné Hoře. „Chtěli jsme objektivně posoudit, zda to, v co věříme, také skutečně děláme. Svým zaměstnancům chceme vytvořit skvělé místo pro práci, bez ohledu na jejich pohlaví. Proto je pro nás certifikace významným potvrzením toho, že téma různorodosti a začleňování zaměstnanců bereme vážně. Ostatně rozmanitost je klíčovým pilířem naší firemní kultury,“ uvedl Árpád Könye, předseda představenstva a generální ředitel Philip Morris ČR a.s. Ten zároveň potvrdil, že jde o první certifikaci v České republice. A dále dodal, že certifikace je hmatatelný způsob, jak můžeme posílit vnímání své značky jako dobrého zaměstnavatele a vybudovat

hrdost svých zaměstnanců. Celkově poradenský tým PwC, který se jako jediný na světě se svojí metodikou může na certifikaci podílet, auditoval v oblasti rovných platových podmínek již osm mezinárodních firem. V Česku je však tabákový koncern zatím jedinou takto certifikovanou společností.

„Aby byla větší firma na trhu dále konkurenceschopná, do budoucna se bez certifikace již neobejde. Pokud si tímto procesem projde, společnost jedinež získá, i kdyby se jí nepodařilo napoprvé uspět. Potvrzením rovnosti v odměňování získá významnou konkurenční výhodu a silný nástroj v oblasti HR. V případě neúspěchu firma dostane zpětnou vazbu, na jejímž základě může přenastavit interní procesy a po půl roce se o certifikát ucházet znovu,“ zmínil možnosti Johaness Smits z PwC Švýcarsko.



torem také to, že ženy věnují mnohem víc času péči o rodinu než muži, i když do práce po rodičovské znovu nastoupí. Třetí příčinou je, alespoň dle evropských úředníků, že ženy bývají finančně zajišťovány svými partnery, a proto necítí tak velký tlak na to, aby si o ten velký plat řekly,“ uvedla Andrea Linhartová Palánová, manažerka v oddělení People and Organisation PwC ČR.

Dalšími faktory nerovnosti pak jsou rozdělení trhu práce na mužské a ženské obory, nízké zastoupení žen v rozhodovacích pozicích, nejasnosti ohledně výše odměn na jednotlivých pracovištích (platová netransparentnost) a také společenské tradice a stereotypy. „Ke snižování těchto genderových rozdílů už ale firmy napříč odvětvími podnikají různé kroky. Týká se to narovnání platů a zavádění programů na podporu kariérního růstu žen

i v době mateřství a rodičovství, od zavádění tzv. woman coaches znovu připravující matky do pracovního procesu přes zřízení baby office na pracovišti až po speciální školení pro doplnění profesních vědomostí, které ženám-maminkám utekly,“ dodala Andrea Linhartová Palánová. Analýza certifikace, jejímž autorem je Yves Flückiger z Ženevské univerzity, je založena na regresní metodě umožňující na základě údajů o zaměstnancích, jako je úroveň jejich vzdělání, seniorita, zkušenosti apod., odhalit platovou

diskriminaci ve firmě. Tato tzv. OUE metodologie používaná při udělování certifikace se uplatňuje také při soudních sporech, např. v roce 2003 se osvědčila v průlomovém případě platové diskriminace, který řešil Švýcarský federální soudní dvůr.

Certifikát Equal-Salary je platný po dobu tří let. Během tohoto období musí certifikované společnosti předložit dva monitorinky, aby prokázaly své trvalé odhodlání a plnění opatření na uplatňování spravedlivé, nediskriminační mzdové politiky mezi muži a ženami. (tz)

INZERCE

## Ježíšku, chci do lázní!



Teplíce  
nad Bečvou

BOHDANEČ  
LÉČEBNÉ LÁZNĚ

call centrum 581 81 81 81 | www.ltnb.cz

call centrum 466 860 860 | www.llb.cz

# Červená barva Vánoc slaví pořád úspěch

To může potvrdit i český výrobce vánočních dekorací, firma GLASSOR, která se i letos účastnila největšího světového veletrhu Christmasworld ve Frankfurtu nad Mohanem a kde se svými kolekcemi sklídila velký úspěch. Ústřední barvou kolekce Navždy je právě červená. Ta byla také vybrána jako hlavní kolekce k prezentaci vánočních inspirací na velkolepé výstavní show holandského designérského studia 2Dezign. Letošní exhibice nesla název The Loft a jejím cílem bylo poukázat na tradiční, ale stále moderní červenou barvu Vánoc.

„Letošní veletrh byl pro nás velmi výjimečný a úspěšný. To, že se fenomenální duo holandských designérů rozhodlo použít naše dekorace v takové míře, jsme skutečně nečekali. Tato show je extravagantní a snaží se prezentovat tradiční ozdoby v moderním pojetí, v kombinacích, které by normálního člověka nenapadlo udělat. Je tak inspirací jak pro koncové zákazníky, tak pro designery nebo samotné prodejce,“ uvedla Kateřina Tichá, majitelka firmy GLASSOR. Úspěch firmy potvrzuje i fakt, že byla v celosvětové studii společnosti Wise Guy Reports věnující se vývoji trhu s vánočními ozdobami zařazena mezi klíčové globální společnosti zaměřené na vánoční dekorace.

Kolekce Navždy je inspirovaná tradičními barvami Vánoc, kombinuje červenou, zlatou a sněhově bílou. Zdobení tzv. mrazolákem vytváří dojem, jako by ozdoby okrášlil skutečný mráz. Kolekce obsahuje širokou škálu tvarů, které dokáží efektně ozdobit nejen vá-

noční stromek, ale také interiér. Kolekce je ručně vyráběná, tradiční foukanou metodou. Každá ozdoba je vyfouknutá a malovaná jednotlivě, čímž je zajištěna její jedinečnost a vysoká kvalita.

„Mohu potvrdit, že o ručně vyráběné skleněné ozdoby neroste díky tradici zájem pouze v Česku. Je to celosvětový trend. Dokládá to například i náš prodej na francouzském, německém

nebo americkém trhu, kde jsme díky velkému zájmu zřídili i zahraniční sklady pro rychlejší distribuci,“ dodala Kateřina Tichá.

Výstavní show je v rámci veletrhu každoročně tematicky zpracována a udává trendy nadcházející vánoční sezony. Firmě GLASSOR se zde s kolekcí Navždy podařilo úspěšně zabodovat. Poskytla na ní největší množství dekorací ze všech vystavujících firem. (tz)



Koho a co mám ráda

## Mandle v kabátku zabaione



foto Kateřina Šimková

Nikdy jsem si nemyslela, že by mohlo fungovat spojení dvou tak dominantních chutí, jako jsou pražené mandle a vaječný koňak neboli zabaione. Každá z nich mi připadala příliš charakteristická a příliš jedinečná na to, aby společně dokázaly vytvořit harmonický požitek. V POEX Velké Meziříčí, a.s., ale našli způsob, jak křupavé lehce pražené mandle propojit s chuťovými notami italského vaječného likéru. Jádra sladkých mandlí jsou zabalená do kabátku z bílé čokolády a doladěna tak, aby připomínala proslulý nápoj. Ve složení člověk nenajde náhražky, ale jen skutečné suroviny. Třeba plnotučné mléko nebo smetanu. To se zcela určitě na výsledném zážitku z mlsání podepisuje. Nelze se divit, že když sáček s touto pochoutkou otevřeme v redakci, za pár minut jsou mandle pryč. Doslova nás tato laskomina uhranula. A máme podezření, že dokonce násobí inspiraci.

Kateřina Šimková



# Skvělé vzdělávání, štědré benefity a s dotazy klidně až k řediteli

**Finanční společnost Provident Financial již potřetí úspěšně absolvovala audit rovných příležitostí od Gender Studies. Audit potvrdil, že v Providentu nedochází k genderové diskriminaci a firma má velmi dobře nastavené procesy proti diskriminačnímu jednání. Česko přitom dlouhodobě patří v rámci EU k zemím s nejméně vyrovnanými platy mezi muži a ženami, na což upozornil i nedávný Den za rovné příjmy.**

Cílem auditu bylo zhodnotit rovné příležitosti, ocenit dobrou praxi a nabídnout cestu ke zlepšení. Auditorky s ohledem na to provedly hloubkovou analýzu interních směrnic, dotazníkovou šetření a individuální a skupinové rozhovory se zaměstnanci. „Zjistily jsme, že Provident má velmi dobře nastavené procesy týkající se hodnocení, odměňování nebo vzdělávání. Výzvou je spíše aplikace těchto procesů do firemní praxe a jejich důsledné dodržování. Pozitivním zjištěním je, že jak muži, tak ženy mají ve firmě stejný přístup ke vzdělávání, zaměstnaneckým benefitům nebo možnostem kariérního růstu,“ řekla auditorka Gender Studies Johana Jonáková. Provident auditem úspěšně prošel již potřetí, poprvé certifikát získal již v roce 2009 jako jedna z prvních velkých společností v ČR. Letos auditorky ocenily zejména vzornou péči o zaměst-

nance. „Mezi silné stránky Providentu patří dobře kodifikovaný systém vzdělávání, možnost otevřené zpětné vazby až k vedení společnosti, velmi přátelská atmosféra na pracovišti a spokojenost zaměstnanců. Jisté rezervy má firma ve využívání kapacit zaměstnankyň na rodičovské dovolené a v jejich zapojení do pracovního procesu po návratu, včetně větší nabídky částečných úvazků,“ doplnila Johana Jonáková.

„Přestože se audit zaměřuje hlavně na prosazování rovných příležitostí žen a mužů, jeho výsledkem je i celkové zlepšení výkonnosti firmy. Všimá si totiž firemní kultury, komunikace ve firmě, náboru a rozvoje zaměstnanců a sladování práce a soukromého života. To nám přináší spokojenější, loajálnější a motivovanější zaměstnance,“ vysvětlila HR manažerka Providentu Kateřina Brikciová, proč se firma pro audit rozhodla.

Vznikl jako reakce na to, že společenské postavení žen a mužů není rovnocenné a životní i pracovní role žen a mužů jsou do velké míry ovlivňovány zažitými stereotypy. Ačkoliv dnes dávno neplatí, že ženy se doma starají o děti a muži jsou živitelé rodin,

tento stereotyp stále ovlivňuje podmínky zaměstnávání žen a mužů. Ženy tak kvůli potenciálnímu mateřství mívají velice často horší podmínky při přijímání do zaměstnání, ale i horší vyhlídky na vzdělávání a kariérní postup, a v neposlední řadě bývají i hůře odměňovány.

Dle statistiky, kterou letos zveřejnil u příležitosti Mezinárodního dne žen Eurostat, má Česko v rámci EU po Estonsku nejméně vyrovnané

platy. V Česku vydělávají ženy v průměru o 22 % méně než muži na stejné pozici, a to i přesto, že mezi mladými ženami je

o 14 % víc vysokošolaček než mezi muži stejné věkové kategorie. Při průměrné hrubé měsíční mzdě 31 851 korun ve druhém letošním čtvrtletí tak ženy berou skoro o 7000 korun méně než muži.

Příjmová nerovnost je veřejností chápána jako velký problém. V Česku na něj upozornil např. Den za rovné příjmy, který tentokrát připadl na pátek 12. října.

Největší rozdíl mezi příjmy obou pohlaví vzniká v momentě, kdy se ženy vracejí do zaměstnání po mateřské. Obtížné pak konkurují mužům, kteří svou kariéru nepřerušili. (tz)



kresba Pixabay

INZERCE



*Dárek  
s oříškovým  
srdcem*



# Proti stresu: sprchování v práci, skladování kol, sportovní vyžití

**Možnost sprchování v práci, skladování kol až po nabídku neomezeného občerstvení či sportovního vyžití. To považují dvě pětiny (40 %) zaměstnavatelů za benefity, díky kterým lze snížit stres svých zaměstnanců. Pro 27 % zaměstnavatelů pak tyto výhody představují i způsob, jak u pracovníků zvýšit produktivitu. Vyplývá to z nejnovějšího výzkumu náborové společnosti Totaljobs.**

Z aktuálního průzkumu, kterého se zúčastnilo přes tisíc zaměstnanců a 260 zaměstnavatelů, vyplývá, že zaměstnavatelé si v současnosti stále více uvědomují důležitost investování do kancelářských benefitů jako způsobu snižování stresu a zvyšování výkonů a morálky svých zaměstnanců. „Čtvrtina zaměstnavatelů si myslí, že si udrží zaměstnance poskytováním výhod, jako je například možnost sprchování v práci, skladování kol až po nabídku neomezeného občerstvení nebo sportovního vyžití,“ komentovala výsledky výzkumu personalistka Gabriela Kodénková ze společnosti Talentica.cz, zaměřující se na nábor technicky zaměřených pracovníků.

Podle nejnovějšího výzkumu má 27 % zaměstnanců na pracovišti či v kanceláři možnost sprchovat se, 26 % pracovníků může využívat úschovnu kol a u 12 % pracovišť je součástí

sportovní vybavení nebo posilovna. Čtvrtina zaměstnavatelů dále poskytuje relaxační místnost pro zaměstnance, 12 % zaměstnavatelů nabízí zaměstnancům různé výlety či neformální akce. Téměř 12 % firem poskytuje slevy v místních tělocvičnách a restauracích, 10 % pak možnost neomezeného občerstvení. Prostřednictvím nových, praktických kancelářských benefitů se zaměstnavatelé snaží podporovat duševní zdraví svých zaměstnanců, které v současnosti nabývá na důležitosti. Podle odborníků totiž znamenají investice do duševního zdraví a pohody zaměstnanců pro firmy velké přínosy. „Kromě toho, že zlepšují výkonnost a produktivitu, lze jimi vylepšit i pověst organizace. V Evropě existuje řada ocenění pracovišť za vynikající výsledky podniku v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, která zesilují pověst organizace nejen ve vnitrostátním, ale i mezinárodním měřítku,“ uvedla Gabriela Kodénková.

Duševní problémy na pracovišti v současné době ovlivňují velkou část populace napříč celou Evropou. V mnoha členských státech EU roste pracovní neschopnost, nezaměstnanost a nároky na odškodnění z důvodu dlouhodobého zdravotního postižení v důsledku stresu při práci a problémů duševního zdraví. Experti navíc odhadují, že deprese bude brzy hlavní příči-



nou pracovní neschopnosti v Evropě. Kromě pracovní neschopnosti jsou důsledky špatného duševního zdraví spojovány s dalšími škodlivými dopady pro organizace, jako je snížená výkonnost a produktivita zaměstnanců, nižší motivace a vysoká fluktuace. (tz)



**Fejeton**

## Novinář netleská

Už se vám také stalo, že jste se ve společnosti cítili trapně, nepatříčně, prostě mimo mísu? Nemyslím tím situaci, kdy na sebe nechťně upoutáte cizí pozornost a přede všemi se zesměšíte. Tentokrát bych však chtěl popsat pocit, kdy se stydíte za jiného nebo za ostatní. Abych dlouho nechodil kolem horké kaše, uvedu rovnou, že mířím do vlastního hnízda, mezi kolegy novináře. Patřím k nim už několik desetiletí, mám mezi nimi řadu známých a kamarádů, s mnoha se rád vidím při každé příležitosti. Za ten dlouhý čas jsem se vypracoval ze snaživého eléva přes samostatného redaktora až k seniorskému statutu pišícího důchodce. Zatímco dříve jsem býval obklopen starými „novinářskými psy“, postupně jsem vnímal, jak se jejich věk snižuje, zatímco já zestárl. To bylo v pořádku, protože jsem přestával být pronásledován pocitem profesionální nedostatečnosti a přílišného respektu vůči těm, kteří měli za redakčním stolem odslouženo mnohem víc. Dokonce jsem někdy pocítil, že bych se o své zkušenosti mohl rozdělit, kdyby o to však někdo stál. No, zatím nestál. Ani jedna z mých, už dávno dospělých dcer, které si, chválabohu, vybraly zcela odlišnou profesní kariéru, natož pak někdo

z branže, z těch přicházejících mladých a perspektivních...

Pochopitelně se neměnily jen tváře (stále mladší), ale revolucí prošly technologie a samotná náplň novinářské práce. Deníkům a časopisům přibýlo stránek, psací stroje skončily ve starém železe a místo nich ovládly redakce počítače. Kdo chtěl zůstat u novinářského řemesla, musel se s nimi mezi jedním a druhým vydáním, tedy za pochodu, naučit komunikovat. Staly se základním výrobním nástrojem,



možná méně poetickým, zato však přinášející mnohonásobně větší možnosti a výkon. Mám určité podezření, že na odborných školách, které vychovávají budoucí „mistry pera“, dávají příliš velký důraz právě na technickou stránku věci. A zapomínají na neméně důležité znalosti, jejichž osvojení odlišuje grafomana

od skutečného tvůrce pozornost si zaslouhujících textů.

Rozhodně nemám v úmyslu poučovat, školit a vyvyšovat se, jen připomenout, že sama esence naší práce spočívá v jasné vyjádřeném, pravidlovém pohledu na život, na děje, které se odehrávají pod slupkou banální skutečnosti. Avšak obávám se, že pronikavý pohled se někým vytrácí a přibývá přezvykávání starých faktů a otřepaných myšlenek. Jistě, digitální technologie to snadno umožňují a tlak na vyšší efektivitu práce v redakci to přímo vyžaduje. Abych se ale vrátil na začátek k těm trapným pocitům. Jsem na tiskové konferenci. Člověk, který ji svolal, jako správný „jarmareční trhovce“ nabízí a vychvaluje své zboží. Myšlenky, projekty, výrobky, na tom nezáleží. Domluví a sálem se ozve potlesk. Stává se už na těchto akcích pravidlem. Měl bych se přidat, ale nejde mi to. V obchodě, kde si koupím nové boty nebo televizor, taky prodejci netleskám, že mi doporučil dobrou značku.

Tak jen trapně sedím a snažím se neslyšet, jak novinářští kolegové nadšeně aplaudují. Proč se nepřidám? Egon Ervin Kisch by taky nepohnul brvou. Média si nemají plést úlohy. Tisková konference není představení v divadle, kde diváci odměňují účinkující herce „oponami“. Jenže doba možná dnes žádá, aby potlesk vyplnil mezeru neprofesionality a nedostatku vlastního myšlení. Pak bude snadné nahradit živého redaktora tleskajícím, pišícím robotem.

**Pavel Kačer**



# Cesta za duhou vede od zákeřné nemoci k tvorbě, radosti a pochopení

**Neziskovou organizaci Revenium tvoří tým profesionálů různých oborů, pro které je důležité, aby nikdo kvůli svému (nejen) zdravotnímu znevýhodnění nemusel marnit svůj talent, ale naopak ho mohl rozvíjet, ať už v zaměstnání, či podnikání. Díky ní se mohla uskutečnit mimořádná výstava nazvaná Cesta za duhou. Hovořili jsme o tom s Hanou Potměšilovou, předsedkyní představenstva této organizace.**

## Proč vznikla výstava Cesta za duhou?

Pravidelné pořádání výstav děl pacientů s roztroušenou sklerózou Cesta za duhou začalo v roce 2001 ve starokatolickém sociálně pastoračním středisku Communio. V té době se tam konaly kurzy výtvarného umění Malování pro radost, což byla série výstav autorů s různými zdravotními problémy. Výstava lektorky tohoto kurzu Marcely Zálisové, která onemocněla roztroušenou sklerózou, byla pojmenována Cesta za duhou. Tato výstava se stala podnětem pro pravidelné pořádání výstav děl českých pacientů s roztroušenou sklerózou. Od roku 2003 jsou jako výstavní prostory záměrně volena veřejně přístupná místa, kudy denně proudí ko-lemjdoucí. Cílem výstav je, aby se o nemoci a pracích pacientů s roztroušenou sklerózou dozvěděli i lidé, kteří by běžně do galerie na podobnou výstavu nepřišli.

## Kdo vystavuje a odkud díla pocházejí?

V Cestě za duhou vystavují svá díla profesionální i amatérští tvůrci, které spojuje umění, radost z něj a diagnóza roztroušená skleróza. Každý rok Cestu za duhou provázejí autoři, kteří mají takzvanou eresku

rok, dva, ale i deset, dvacet, třicet let. Za těch 16 let jsme zažili a prožili mnoho různých příběhů a osudů našich pacientů. Někteří z těch, kteří vystavovali v prvních ročnících, mezi ná-

mi bohužel už nejsou... Bez výrazné pomoci sestřiček a lékařů v centrech pro léčbu roztroušené sklerózy bychom neměli výstavy tak barevné a různorodé. Každý rok svá díla vystavuje dvacet až třicet autorů. A podle možností místa konání vždy vybíráme jedno až tři díla od každého z nich.

## Jak pomáhá tvorba a její prezentace na veřejnosti hendikepovaným pacientům?

Nejlépe to vystihne věta autora letošního hlavního vizuálu projektu Jana Müllera: „Každá účast na výstavě je pro mne jako samouka nesmírná pocta. A pokud by se našel alespoň jeden člověk, kterého má práce potěší či rozesměje, mělo to smysl.“

## O roztroušené skleróze se dříve nevědělo nic, v poledních letech lidí s touto diagnózou rychle přibývá...

V Česku je odhadem 20 000 lidí s touto nemocí. Podle nejnovějších dat z Registru REMUS jsou ženy zastoupeny mezi nemocnými téměř 72 %. Toto chronické zánětlivé onemocnění nervového systému se nejčastěji objevuje kolem 30. roku života. Medicína jde mílovými kroky kupředu. Máme na výběr řadu kvalitních a prověřených léků, ale i diagnostických metod. A právě proto lze první ataku nemoci zachytit včas.

**Prý jsou nejvíce ohroženi ti, kteří prožívají velký stres a nedopřejí si potřebný čas na relaxaci a „dobití baterek“. Jak mohou manažerky a podnikatelky nejlépe odolat tlaku svého povolání a dalších povinností?**

Příčina roztroušené sklerózy není dosud známa. Předpokládá se, že vznik nemoci je dán určitou dědičnou dispozicí a faktory prostředí. Tedy, že u geneticky vnímavých jedinců do-

káží jisté zevní faktory onemocnění nastartovat. K nejčastěji uváděným negativním vlivům prostředí patří virové infekce, například EB virus. První příznaky se mohou objevit po in-



Hana Potměšilová

foto Lukáš Bíba, Economia III

fektech, operacích, velkém stresu, očkování, nicméně většinou není vyvolávající faktor zřejmý. Příznivý účinek na průběh autoimunitních onemocnění má vitamin D. Stres je zatěžující, protože ho neřešíme tak, jak se vývojově předpokládalo – bojem či útekem, do krve se nám proto vyplaví spousta látek, které jsou potřebné pro tyto archaické reakce. Proto by měla „stress management therapy“ být vyučována už na základních školách. Je však nezbytná pro lidi, kteří hodně pracují, ukrajují ze svého odpočinku či spánku, protože tak vyčerpávají rezervy svého organismu. Musí se naučit náhradní strategie. Pohyb a péče o psychickou kondici jsou základem. Někdy je i potřeba srovnat životní hodnoty, které společnost často nastavuje velmi falešně. S relaxačními technikami pomůže např. jóga, ale také psychoterapeut. Jinak se může stát, že to bude až tělo, které signalizuje, že takto to dál nejde a člověka zastaví (pokud je vůbec ochoten slyšet jeho signály).

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Monika Otáhalová: Bukové listy





**SCAN** quilt®



**www.scanquilt.cz**

**46 prodejen v ČR**