

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

prosinec 2018

O počasí všelijakém

Eva Brixí

Když nebe pláče
I já mám smutek v duši
Dívám se
Jak prší
Jak kapky dobývají svět
A jak se změní vše co nevidět
Po směru zlatých cest
Totiž duha přetne mráček
A šedý stařec
Oblékne si pestrý fráček
Ponožky tečkované
Trenýrky krajkově vyšíváné
Rukavičky z cností

A ejhle
Počasí nás nostalgiky
Zase hostí

Olga
Jancurová

Každý úvěr se stává i příběhem
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE



LÁZNĚ LEDNICE PERLA

Darujte ten nejkrásnější dárek pro zdraví:
vánoční poukaz do Lázní Lednice
do hotelu Perla na pobyt či procedury pro vaše blízké.

Objednávat můžete na recepci lázeňského domu Perla:

tel.: 519 304 811

e-mail: recepce@lednicelazne.cz

www.lednicelazne.cz



Za smyslem slova i obrázku do designového knihkupectví

Knihy mého dětství mne provázejí doposud. Svými pohádkovými příběhy špičkových autorů, kresbami předních umělců. Poezie i próza. Někdy špetička smutku, tajná slzička, jindy velkorysá opravdovost skutečných hrdinů, ale také hodně rozvernosti, legrace a šprýmů, lidové moudrosti i nadsázky v rovině zdravého rozumu. Knihy mi otevřely dvířka do školy života, vrátka k poznání, obzory vztahů a souvislostí. Ráda jsem se tedy zeptala majitelky nakladatelství Meander Ivy Pecháčkové, co nám, vášnivým čtenářům, a hlavně dětem, nabídne její první designové knihkupectví otevřené v těchto dnech v Praze:

Před letošními Vánocemi jste otevřeli své první knihkupectví v našem hlavním městě. To však není levná záležitost. Nestačil by e-shop?

To je trochu složitější otázka. Otevřít si pěkné designové knihkupectví stojí dost peněz, a ještě víc obchod pak udržet. Jistěže by stačil e-shop, který provozujeme 15 let, a obchody po netu vzkvétají. Jenže jakou daň za to platíme? Knihy v menších i větších městech už výjma řetězců není kde prodávat. Knihkopcům nejen v Česku, ale i ve světě se zoufale nedaří. Jejich obchody slouží víceméně jako showroom, kde si zákazníci knížky prohlédnou a odejdou si je koupit na internet. Důvod všichni známe – cena knihy je o 20 i více procent nižší, slevové portály s velkou slevou dokonce nabízejí hned i novinky. Ale takto to funguje ve všech obchodech, nejen v knižní branži. Pak se nesmíme divit, že v našich městech to vypadá tak, jak to vypadá – centra jsou vybydlená, prostory po bývalých (nevydělávajících) obchodech jsou obsazeny hernami, hospodami, v lepším případě vietnamskými večerkami. Starší knihkupci, kteří už nemají komu svůj obchod předat, jsou rádi, když je převezme některý z distribučních řetězců, protože jinak mají problém dokonce i s tím, jak svůj obchod zlikvidovat – nástupce už nedokáží najít.

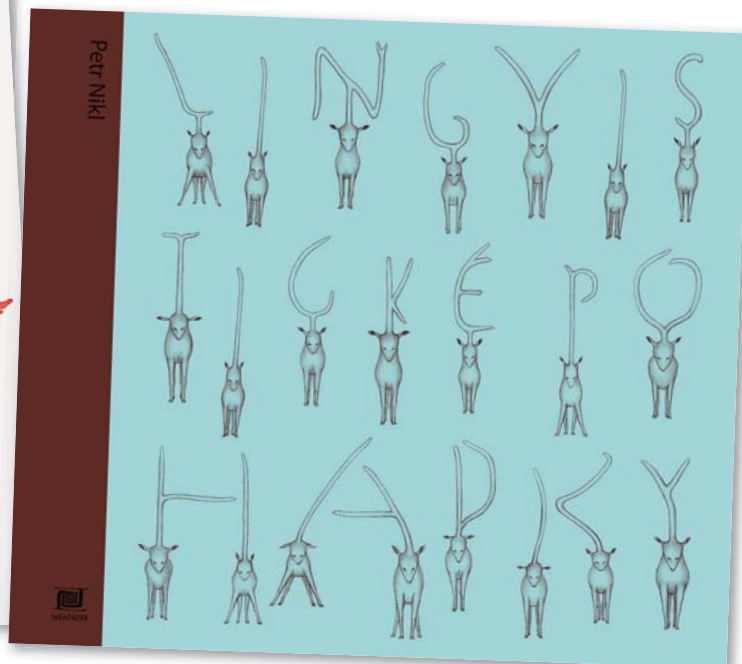
Neprobíráte to s odborníky třeba na půdě Svazu českých knihkupců a nakladatelů?

V této více než 140 let staré profesní organizaci se řeší spousta záležitostí. Například se už dlouho mluví o pevných cenách knih, o „zachování pestré sítě knihkupectví“ – za podpory města, kraje, příj. ministerstva, jenže v realu se nic neděje a dál každoročně končí desítky malých knihkupců. Velké řetězce čím dál tím víc připomínají „státní podnik“, v němž dělají účetnictví, včetně mezd, propagaci, PR, marketingové akce atd., čemuž malý knihkupec neumí konkurovat. Jenže to jde

Děti, s nimiž se nechte, hůř i mluví, hůř se soustředí, opoždují se ve vývoji za čtenáři. Ani ta nejlepší animovaná postavička je z tabletu nenaučí mluvit a přemýšlet a neprozradí jim všechno to, co je v životě tak důležité.



Iva Pecháčková



všechno shora, takže všechny akce jsou jaksi prefabrikované, a navíc se investuje jen do toho, co přináší zisk. Nakladatelé, kteří dostanou granty na vydávání nekomerčních uměleckých titulů, je nemají kde prodávat, a malí knihkupci granty na svou činnost nemají. I nám už se přestala líbit ta koncentrace trhu a podoba megastorů velkých řetězců, kde se přes regály s kuchařkami musíte prokousávat k nějaké kvalitní knížce, a tak jsme se v Meandru rozhodli jít svou, uznávám, poněkud staromilskou cestou.

Co všechno si zde mohou zájemci koupit? Jsou to pouze knížky? Nebo i jiný dárkový sortiment?

Naši čtenáři si tu budou moci koupit snad úplně všechny naše tituly (a máme jich za těch 23 let ke 270), přičemž tyto knihy byly oceněny více než 60 literárními i výtvarnými cenami, to znamená, že téměř čtvrtině naší produkce se dostalo nějakého uznání doma i v cizině. Kničky neustále dotiskujeme (např. Lingvistické pohádky, které jsem před 15 lety vůbec nedokázala prodat, se právě dotiskují již po páté), takže jak vidíte, čtenáři se ke krásným knížkám nechají přivést (a vychovat). Už v minulosti jsme si vyzkoušeli hračky z knížek a s našimi autory a výtvarníky vymyšlení různých her (např. veleoblíbené pexeso), tetování, plátěné tašky a samolepky hrdinů z knížek a drobných doplňků knižní nabídky na různých festivalech, takže takové věci budeme mít v našem obchůdku také. Nově jsme vytiskli z různých ušlechtilých grafických papírů, které nám zůstaly z tisků knížek, plakáty, bločky, sešítky tu a tam se všitou ilustrací, mladí ilustrátoři kreslí a malují pohlednice Prahy atd. Doufáme, že počátkem příštího roku už bude hotová hračka jezevce Chrujdy a jeho

přátel z lesa Habřince. A pak, my dáme i na naše čtenáře, s čím by si chtěli hrát při čtení...

Literární tvorba a překladatelství se věnujete s vášní a smyslem pro neobvyklé vidění krásy, detailu i se snahou sofistikovaně zaujmout. Není to v dnešním světě komercializace určitých hodnot zbytečně složitá cesta?

Složitá cesta to je, žádná pohodlná dálnice, je klikatá a meandrující, ale tak krásná! A jsem moc ráda, že v tom Meander v této postmoderní době zdaleka není sám, kolem nás je stá-

A jsem moc ráda, že v tom Meander v této postmoderní době zdaleka není sám, kolem nás je stále víc lidí, jimž stojí za to se zasazovat za krásno a za „nepohodlné“ bytí, proti pohodlnému konzumnímu životu trávenému jen u svítících displejů a obrazovek.

le víc lidí, jimž stojí za to se zasazovat za krásno a za „nepohodlné“ bytí, proti pohodlnému konzumnímu životu trávenému jen u svítících displejů a obrazovek.

Nebojíte se konkurence?

Z právě uvedeného vyplývá, že je to přesně naopak, my se spojujeme, oslovujeme i různé potenciální partnery a oni nás. Meander vydal již hodně knížek v koedici, teď 20. listopadu např. vyšla nová kniha Petra Nikla Jiné taje opic v koedici se Zónou pro umění 8smička

v Humpolci a vypadá to na další hezkou a nadmíru užitečnou spolupráci. Ale pokud se ptáte na konkurenci v knihkupecké branži, tak to, že obchod otvíráme ve stejném domě, kde má již přes rok své knihkupectví nakladatelství TAKE TAKE TAKE, mluví asi samo za sebe!

Jak dnes přinutit děti, aby četly, myslely a přemýšlely? I když – o tom je asi filozofie vašeho nakladatelství...

Už v dobách, kdy jsem jen pozvolna začínala vydávat různé knížky s uměním svých přátel, byl profil Meandru zaměřen na artové publikace, které zaujmou všechny doma, celou rodinu. Jsou opravdu určeny pro čtení v široké rodině a tento trend jde právě teď, jak děti přestaly číst, světem. Pokud s potomky nezačnete číst hned od mala (a to opravdu myslím v době, kdy ještě ani nechodí a nemluví), velmi nezodpovědně je opozdíte za dětmi, jimž čteno je. Děti, s nimiž se nečte, hůř i mluví, hůř se soustředí, opožďují se ve vývoji za čtenáři. Ani ta nejlepší animovaná postavička je z tabletu nenaučí mluvit a přemýšlet a neprozradí jim všechno to, co je v životě tak důležité. Takové děti se pak nedostanou na tak dobré školy a nebudou takovým přínosem pro společnost, jako ty, které čtou.

Když jsem v Meandru vydala už spoustu hezkých knížek, ale málokdo o nich věděl, přemýšlela jsem, jak je k dětem nějakou zábavnou formou dostat. Napadl mne knižní festival, a dnes již chystáme 10. ročník Děti, čtete?, na němž dětem představujeme nejnovější knížky nejen v literárních, ale i výtvarných, divadelních a hudebních dílnách, takže každý záhy pochopí, že literatura je vždy základem všeho dalšího umění. Je to samozřejmě běh na dlouhou trať, ale běhat je přece zábavné!

ptala se Eva Brixí



Přeji vám opravdové Vánoce

Co jsou to opravdové Vánoce? Podle mne takové, o kterých sní každý z nás. Plné pohody, klidu, vzpomínek i malých dárečků, které hřejí u srdce. Takových, jež se dávají s láskou, chutí potěšit, udělat radost, jež se těžko opisuje slovy. Dětem, rodičům, kamarádům, obchodním partnerům. O Vánocích přepínám hlavu. Na vlnu emocí, snů, přání, voňavých svíček a ozdobených větvíček. K podnosům cukroví, jež koření naše myšlenky. Ke tvaru vánočky, jež symbolizuje domov bez hádek a smutků. Hedám pokoru sama v sobě a mímám křivdy, jež občas přicházejí. Otvírám oči dokořán a nemohu se vynadávat. Na celou tu nádhru, kterou mi život dává.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Vy jako značka
Cristina Muntean



Chcete se posunout dále ve své kariéře nebo jste na jejím úplném počátku a hledáte svou práci snů? Pak je tato kniha právě pro vás! Mnohé příklady a praktická cvičení, které zde najdete, vám ukáží, jak proměnit své jméno na osobní značku, jak identifikovat a komunikovat svoje jedinečné znalosti a jak se umět prodat při pohovorech nebo již v zaměstnání. Tak abyste se už nikdy nemuseli bát o svoji budoucnost.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 12, prosinec 2018

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@prosperita.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

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?

Lenka Šamánková
seznamovací agentura
www.sanceprolasku.cz
majitelka

Dlouho mi trvalo, než jsem se odhodlala nenosit si práci domů. Naučila jsem se poslouchat své tělo i duši, protože „nejdůležitější“ jsem já, moje zdraví a má rodina. Další má technika: uložím složky do skříň, kterou uzamknou, a moji klienti jdou spát... Cestou z práce domů pěšky se naladím na to příjemné, co bude následovat. Nákup, procházka v přírodě se psem, večere, zábava... A potom takový relax ve vaně umí zásadně ovlivnit lidskou psychiku, má antidepresivní účinky. Koupel zbavuje stresu, uvolňuje napětí a pomáhá i k lepšímu spánku.



Myslíte si, že dokáže podnikat žena v jakémkoli oboru?

Ing. Michal Ševera
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
viceprezident

V zásadě nevidím fyzické ani psychické odlišnosti mezi oběma pohlavími, ani obory, které by bránily v nich podnikat. Odlišnosti jsou mezi lidmi obecně, např. v nadání, vzdělání, intuici, osobních vlastnostech, asertivitě, schopnostech věst lidí apod. Přesto existují drobné rozdíly mezi podnikajícími muži a ženami. Ženy dovedou vnímat i řešit více věcí najednou, muži se více koncentrují na méně, ale významnějších cílů. V některých oborech může být jedno i druhé výhodou.



Informace do kabelky

Kosmetika do města

Negativní účinky znečištěného životního prostředí významně ovlivňují stav a vzhled pleti. Každodenní dávky jemných částíček polévatvého prachu, smog a sluneční záření, často navíc v kombinaci s nezdravým životním stylem a nedostatkem spánku, si vybírají svou daň. Pleť je mdlá, zašedlá, posetá pigmentovými skvrnkami, reaguje precitlivěle a objevují se na ní předčasné známky stárnutí. K předcházení a zmírnění těchto procesů vyvinula společnost Paula's Choice kompletní řadu produktů s exkluzivní APF formulí (Anti Pollution Factor), chránící pokožku před nečistotami z ovzduší. Novinka pod názvem DEFENSE nyní přichází na český trh.

Řada DEFENSE obsahuje Anti Pollution Formuli, jedinečnou směs přírodních antioxidantů a rostlinných extraktů, které zmírňují negativní účinky znečišťujících látek a eliminují následky expozice modrým světlem, které vyzařují digitální přístroje. V každém z produktů je speciálně „namixovaný koktejl“ této APF formule. Sestává z gelového hydratačního přípravku k čištění pleti, antioxidantu k čištění pórů, hydratačního krému k rozžáření pleti SPF 30 a nočního regeneračního hydratačního krému. Koupit lze na www.americkakosmetika.cz.

(tz)





POLOHRUBÁ MOUKA

POUŽÍVÁ SE K VÝROBĚ RŮZNÝCH DRUHŮ
CUKRÁŘSKÝCH TĚST, HALUŠEK A TĚSTOVIN.



Z ČESKÝCH POLÍ



DO NAŠICH
MLÝNŮ



ZABALIT A PŘÍMO
DO OBCHODU



TEĎ UŽ JE
TO NA VÁS



O ochraně rostlin a relativitě názorů

Vidět výrobu německého gigantu BASF bylo jako ocitnout se v kině na nejnovějším filmu science fiction, slovy se tento chemický konglomerát takřka nedá popsat. Třeba procházka ve sklenících, kde se zkouší novinky na ochranu rostlin, mi připadala jako nahlédnutí do nekonečné budoucnosti – být vědcem či výzkumníkem, asi bych to vzdala. Cesta k novému přípravku, který by mohl spatřit světlo světa a dostat se na trh, je nekonečná a zastíněná detailní administrativou. Šanony mapují život každé molekuly. Skrývá se v nich tvrzení proti tvrzení, obhajoby, zamítavá stanoviska, desetiletí poctivé práce a nespočet otázek. Fabrika, která dala lidstvu četné vynálezy, trpělivě pokračuje v bádání.



Miluše Dvoržáková: Konečně u Žluté řeky vidím, co znamená sprašová zem, jak jsem se to učila na základní škole

Novinářská cesta se uskutečnila na pozvání České asociace ochrany rostlin. Naším průvodcem byla Miluše Dvoržáková, manažerka komunikace. Hodně jsme během podzimního zahraničního pobytu hovořili o relativitě všeho možného. Povídaly jsme také o tom, že zbytečně vidíme věci černě, nebo bíle, když jsou šedé, že jsme se jako lidé naučili odmítat kompromisy. Vyptávala jsem se, srovnávala názory, které jsem vyslechla od odborníků i od Miluše Dvoržákové. Ty její se utvářely mimo jiné během mnoha a mnoha zahraničních pracovních cest, neboť je světoběžnicí a v malíčku má zážitky a zkušenosti (a v počítači fotky z celého světa). A vznikl tento rozhovor:

Jste vášnivou zahradnicí, tedy máte vřelý vztah k pěstování kytiček i zeleniny, a v tomto oboru se cítíte jako doma. Byl to právě on, který vás přivedl do České asociace ochrany rostlin?

K zahradničení, i když zprvu nedobrovolnému, mě přivedli rodiče a dědeček, který pocházel ze statku, a na zahradě mu to šlo pěkně od ruky. Jako dítě jsem na zahradě musela samozřejmě pomáhat a často jsem v duchu sprá-

dala plány, že až vyrostu, nikdo mě už na zahradě „otročit“ neuvidí. Potom jsem překročila třicítku, koupila dům se zahradou a zase se začala, a tentokrát dobrovolně, hrabat v zemi. Dnes už na to nemám tolik času, a tak se alespoň snažím, aby má pětiletá dcera viděla, jak co vypadá, roste a co obnáší péče o rostliny. Prostě aby chápala, že jídlo neroste na regálech supermarketů, ale na poli. Většinu svého profesního života jsem pracovala v oblasti komunikace a marketingu ve firmách zabývajících se výrobou potravin, osiv a přípravků na ochranu rostlin, proto mé směřování do asociace považuji za logický krok.

Vaše asociace deklaruje snahu zapojit se do projektů, které chrání přírodu, ovzduší, vody, půdu. Ctíte principy světové udržitelnosti. Přesto vaši členové v poslední době čelí mnoha názorovým třenicím na téma použitelnost chemie, výrobků, jimiž se ošetřují rostliny počínaje řepkou a konče třeba cukrovou třtinou. Jak byste to komentovala?

Veškeré obory se v posledních letech dynamicky vyvíjejí a společnost to většinou přijímá jako něco zcela normálního. Když si vzpomenu, že

první mobilní telefon na trhu byl tak velký, že se mi ani nevešel do kabelky, a vzhledem ke své váze byl dobrý akorát tak na boj zblízka... Běžný uživatel by tenkrát jistě nepředpokládal, že za 25 let budou telefon v kapse nosit i malé děti, budou si všechno fotit a okamžitě online odesílat. Osobně mám takovou teorii, že technický vývoj má dnes mnohem vyšší rychlost, než je naše adaptace na sociální změny, které tento proces s sebou přináší, a proto se často upínáme na nějaké hezké vzpomínky v minulosti... Jak to hezky vonělo, když babička upekla koláč, jak něco chutnalo, když jsme byli všichni spolu, atd. Myslím, že často nejde ani tak o tu chuť, jako o tu příjemnou situaci, kterou chceme znovu prožít. Jídlo je prostě jedna z věcí, na kterou si nechceme nechat sáhnout. A možná právě proto, že většina z nás má svou malou zahrádku, si myslí, že už je odborníkem na zemědělství. Ale to se dle mého názoru opravdu mylí. Ono totiž, když se nám to na tom záhonku doma něco nepovede a úrodu nám zničí nějaká choroba nebo škůdci, nic se neděje. Zajdeme si do obchodu a tam si koupíme, co potřebujeme. Když se to stane zemědělci, budeme mít problém všichni. Ačkoliv lze registrační proces EU pro přípravky na ochranu rostlin bez nadsázky označit za jeden z nejpřísnějších na světě, a tudíž přípravky, které tímto procesem úspěšně projdou, mají zaručenu vysokou míru bezpečnosti, je některými neustále znevěrohodňován. A tak místo abychom se zabývali opravdu důležitými otázkami zemědělství, můžeme z úst politiků slyšet, že zajistí bezpečné potraviny bez chemie a zakázají tu či onu účinnou látku. Krásným příkladem byla předvolební kampaň prezidenta Macrona, který měl zákaz použití herbicidu glyfosát jako jedno z hlavních hesel své kampaně. Po zvolení jeho výroky už nebyly tak jednoznačné a poslední verzi je, že se nic zakazovat nebude, dokud nebude k dispozici jiná adekvátně účinná a bezpečná látka. Říká se, že svět chce být klamán (Mundus vult decipi, ergo decipiatur.). To jsme se od dob antiky opravdu nikam neposunuli? Nutno podotknout, že prezident Macron není z evropských politiků sám, kdo strašáka jménem „pesticidy“ používá pro svou líbivou politiku a využívá neznalosti všeobecné veřejnosti, a místo aby věc pořádně vysvětlil, zasévá obavy tam, kde nejsou namístě.

I já si ráda pochutnám na rajčatech nebo mangoldu, které na zahradě vyrostly bez postřiku. Když je však nejhůř, po přípravku na ochranu té či oné plodiny sáhnou. Nejsou naše obavy z údajné škodlivosti nejrozumnějších látek, které používáme na polích a zahradách, až příliš vypjaté?

Myslím, že váš přístup je zcela správný. Pokud jste udělala vše pro to, aby měla rostlina správné podmínky pro růst, a přesto má nějaký významný problém, je čas na použití patřičného přípravku, ať již biologického, nebo chemického.

ho. Důležité však je, abyste postupovala přesně podle přiloženého návodu a dodržela dávkování a také ochrannou lhůtu, po kterou byste neměla zeleninu nebo ovoce, na který jste ten přípravek použila, jíst. Důležité je také neaplikovat přípravky za větru, aby nám to nelítalo, kam nemá, a dodržet použití ochranných pomůcek, např. rukavic, prostě tak jako když zacházíte s jinými chemikáliemi v domácnosti. Ani bych už nespočítala, kdy jsem se u malo-spotřebitelů setkala s přístupem „dám toho tam trochu víc, ať to zabere“.

Na rozdíl od nás „hobíků“ se u profesionálních zemědělců s tímto přístupem nesetkáte. Pěstitel postupuje podle zásad správné zemědělské praxe, což je sledem různých opatření pro zajištění správného růstu plodin. Od předsklizňové přípravy půdy, výběru správné odrůdy, odplevelení, hustoty porostu, výživy. A jednou z možností je i použití přípravků na ochranu rostlin, ať již biologických, nebo chemických. Každý zemědělec musí projít školením odborné způsobilosti pro nakládání s přípravky a prohlídkou periodicky prochází i aplikační technika. Ráda bych také upozornila na fakt, že celková spotřeba přípravků na ochranu rostlin v ČR patří v EU k nejnižším. V loňském roce odebrala Státní zemědělská a potravinářská inspekce 1407 vzorků a u 27 z nich (1,9 %) zjistila nadlimitní obsah reziduí pesticidů. Většina z těchto nadlimitních nálezů byly výrobky z dovozu.

Na pozvání vaší asociace jsem měla možnost seznámit se s vývojem nových produktů v největší chemické fabrice na světě BASF, jejíž centrála sídlí v Německu. Pravidla pro schválení novinky jsou tak přísná, že je takřka nemožné trh vůbec něčím převratným obohatit. Jakého dojmu jste na byla vy?

Vývoj nového přípravku na ochranu rostlin prochází velice podobným procesem jako vývoj nového léku, vždyť jde v podstatě o lék, pouze pro rostliny. Na začátku vývoje se testuje zhruba 140 000 nových molekul, z nichž se po 10 letech do praxe běžně dostane pouze jedna. Cena vývoje jedné nové účinné látky stojí 250–300 milionů USD. Během vývoje se testuje účinnost, toxikologie, jak se látka chová ve vodě, v půdě atd. V rámci registrace jsou potom jasné stanoveny přesné podmínky použití, zacházení s přípravkem, ochrana lidí při práci, ochrana plodin, ochranné lhůty a maximální limit reziduí, což je údaj sloužící ke kontrolním účelům a jeho překročení automaticky neznamena pro člověka žádné riziko, neboť na rozdíl od jiných chemických látek jsou limity pro pesticidy založeny na předběžné opatrnosti, a ne na reálném riziku. Jako příklad bych uvedla standard pro pitnou vodu, kde limit pro toxický arzén činí 10 µg/l, pro rtuť 1 µg/l a pro jednotlivé pesticidy 0.1 µg/l a pro pesticidy celkem 0.5 µg/l. (Limitu 0.1 µg/l dosáhneme rozpuštěním 80 kos-

tek cukru v Bodamském jezeru.) Nicméně i přes tato omezení a bezpečnostní požadavky pracuje průmysl ochrany rostlin na dalších inovacích a do registrací nové produkty dává, ale ta četnost není vysoká, a přičteme-li zdoluhavý registrační proces, tak za posledních sedm let bylo autorizováno pro uvedení na trh pouze 13 nových účinných látek. V roce 2000 bylo na trhu EU povoleno 943 ú.l., dnes už je to jenom 493 ú.l., což by do budoucna mohlo v ochraně rostlin způsobit poměrně velké problémy. A co není moc známo, je fakt, že naše členské společnosti pracují na výzkumu nových chemických látek, ale také dodávají téměř 50 % biologických přípravků na trhu EU.

Čím vás informace v BASF zaujaly?

Musím říct, že až do návštěvy centra BASF jsem si nikdy neuvedomila, kolik chemických produktů nás denně obklopuje a přijímáme to zcela bez výhrad a automaticky. Ta prezentace pro mne byla velmi inspirativní.

Česká asociace ochrany rostlin se zapojuje do projektů Evropské asociace ochrany rostlin. O jaké aktivity jde a k čemu slouží?

Společné projekty, které jsou uskutečňovány prostřednictvím sítě národních asociací, jsou zaměřeny zejména na propagaci bezpečného používání přípravků na ochranu rostlin, pro-



Rýžová pole v Číně



...po mnoha letech práce na rýžových polích



„Mechanizace“ na rýžových polích. Opravdu se vám cena rýže zdá být vysoká?



Realita čínského venkova

tože většina problémů, které se vyskytnou, nepramení obvykle z přípravku samotného, ale z jeho špatného použití. V České republice dlouhodobě rozvíjíme zejména projekt TOPPS, který vyvinul systematické procedury, jak předcházet možnému znečištění vod přípravky na ochranu rostlin a projekt SUI zaměřený na opakování základních bodů bezpečného používání.

Společenská odpovědnost, cirkulární ekonomika, zdravé potraviny, ochrana vodních zdrojů, to vše jsou pojmy, o něž se zajímá jak široká veřejnost, tak také firmy, vizi-onáři, průkopníci inovací. Jak s těmito pojmy pracuje vaše asociace?

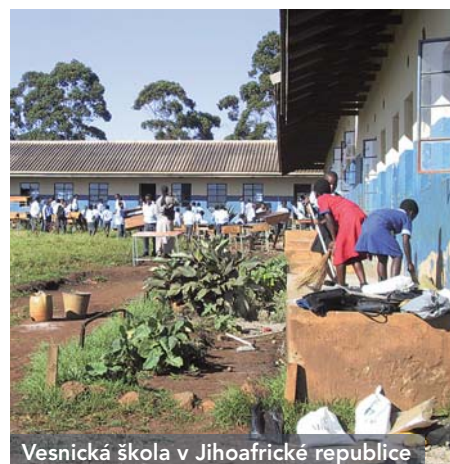
Jsmo přesvědčeni o tom, že pouze bezpečné a udržitelné používání přípravků je cestou, která je do budoucna jedinou možnou. Proto se dlouhodobě snažíme o zavedení systému dohledatelnosti přípravků na ochranu rostlin po celém odběratelském řetězci, tedy od výrobce až po zemědělce, v principu tak, jak je to legislativně upraveno pro farmaceutické výrobky. Domníváme se, že tento způsob evidence přípravků povede k větší transparentnosti a možnosti státní správy využít tuto evidenci v boji proti ilegálním přípravkům, větší ochraně vod či řešení krizových situací. Všechny výrobky budou od 1. ledna 2020 muset být vybaveny 2D maticovými kódy, které budou využívány pro evidenci mezi výrobcem a distributorem. Zda se do budoucna povede tuto evidenci rozšířit až k zemědělcům, bude do velké míry záviset na ochotě ministerstva zemědělství.

A co nového chystáte pro rok 2019?

V lednu asociace oslaví již 25 let své existence, a to pro nás bude jistě doba, kdy budeme trochu rekapitulovat svoji dosavadní činnost. Na-



Rozdíl mezi napadenou a zdravou kukuřicí ovlivňuje život rodiny po celý následující rok



Vesnická škola v Jihoafrické republice



Hromada zdravé kukuřice je bohatství, které znamená jídlo a peníze na následující rok, školné pro starší děti a krmení pro zvířata

šími prioritami budou i nadále aktivity zaměřené na bezpečné používání přípravků a na boj s ilegálními pesticidy. Poměrně málo se ví, že až 18 % všech přípravků na našem trhu jsou produkty nelegální, což považujeme za významný bezpečnostní problém, neboť původ a přesné složení těchto výrobků není známo. Dále budeme pokračovat v komunikaci smě-

rem k laické veřejnosti, abychom se pokusili srozumitelným způsobem reagovat tak, aby se zmírňovaly obavy z použití přípravků na ochranu rostlin. Celá tato aktivita by měla vyvrcholit v roce 2020, který byl FAO vyhlášen mezinárodním rokem zdraví rostlin.

otázky připravila Eva Brixí

Duši zahřejí vánoční ozdoby jako designérské kousky

GLASSOR s.r.o. je česká rodinná společnost specializující se na design, výrobu, prodej a export skleněných ozdob a dekorací. Značka byla založena v roce 2002 a svojí výrobou navazuje na tradici českého sklářství sahající až do 13. století.

Všechny ozdoby i dekorace jsou vyráběny ručně, vyfouknuty tradiční technikou a pečlivě ručně malovány a zdobeny. Právě tento proces zajišťuje produktům firmy GLASSOR s.r.o. jedinečnost a prémiovou kvalitu. Designéři firmy GLASSOR každý rok vytvářejí nové kolek-

ce, které vycházejí z tradičních prvků i moderních trendů. Své výrobky pravidelně prezentuje na světových výstavách designu, jako jsou Christmasworld ve Frankfurtu nad Mohanem, NY Now v New Yorku nebo Maison & Objet v Paříži. Glassor s.r.o. má také své divize

v USA, Německu a ve Francii. Obecně jsou letošní Vánoce dle světových designérů inspirovány zejména čtyřmi hlavními proudy. Své stálé místo si zde drží klasický tradiční styl, který je pořád populární i mezi návrháři. Do Vánoc letos rovněž silně zasáhl skandinávský proud s jeho novým směrem Lagom. Milovníci extravagance bezesporu uvítají nové prvky v tzv. retro stylu a stejně jako v jiných oborech, i do tohoto se vrací příroda a inspirace z ní. „Snažíme se vždy vyvážit výrobu tradičních ozdob a těch moderních. Ať už se to týká tvarů, barev, nebo ornamentů. Také ve světovém designu najdeme překvapivé kombinace nového a starého. Vedle pastelové či výrazné fialové baňky se může krásně vyjímat ozdoba ve tvaru houby či ptáček s pravým perím. Takové netřelé kombinace jsou pro nás výzvou,“ vysvětlila Kateřina Tichá, ředitelka společnosti GLASSOR.

(tz) ■■■



Polabské mlékárny vrátily Čechům mléčné bary

Kvalitních, chutných a zdravých výrobků z mléka najdete na trhu nepřeberné množství. Čím tedy zaujmout, aby lidé kupovali ty vaše? V Polabských mlékárnách a.s. Poděbrady vsadili na mléčné bary, které v bývalém Československu byly velmi rozšířené a oblíbené. Více se dozvíte v rozhovoru s Ing. Drahomírou Vybíralovou, obchodní a marketingovou ředitelkou.

Čím se Polabské mlékárny dokáží odlišit od konkurence?

Naše společnost je významným výrobcem a dodavatelem tvarohu, tvarohových specialit, sýrů, řeckých jogurtů a dalších dobrot. Nebojím se tvrdit, že jsme v oboru opravdoví profesionálové. Produkujeme kvalitní mlékárenské výrobky, působíme v celé České republice a naše výrobky exportujeme i do některých zemí Evropy. Zpracováváme mléko výhradně od českých farmářů. Považujeme za samozřejmý a minimální standard, že veškeré činnosti vedou k produkci zdravotně nezávadných a bezpečných výrobků za trvalého dodržování požadavků legislativy, zásad HACCP, správné výrobní a hygienické praxe.

Zaměřujete se na spotřebitele všech věkových skupin, nebo převažuje sortiment například pro seniory, děti, nemocné, a podobně?

Zaměřujeme se na spotřebitele všech věkových skupin. Naše portfolio je široké, takže si u nás každý najde svůj oblíbený výrobek. Například mezi dětmi je velmi populární Tvaroháček nebo Bio Matylda, diabetik ocení Ovofity. Řecké jogurty a skyry jsou vyhledávané mezi zákazníky, kteří preferují vysoký obsah bílkovin a nízký obsah tuku.

Jste propagátory nových, zdravých produktů, které dříve Češi neznali. Jak přijali skyry? Chutnají jim vaše řecké jogurty? Máte v záloze další novinky?

Podle reakcí, které máme od zákazníků (ochutnávky výrobků, Milko Mléčné bary, propagační akce, facebook atd.), víme, že výrobky chutnají, lidé se vracejí k jejich koupi, a to nás velmi těší. Řecké jogurty se mezi spotřebiteli staly velmi oblíbené hned po zavedení do prodeje. Snažíme se trh překvapovat novinkami –



Ing. Drahomíra Vybíralová

například letos jsme zavedli úplně novou kategorii. Je to Dip z řeckého jogurtu, jde o první mléčný chlazený výrobek v této skupině.

Co pro vás a zákazníky znamená řada bioproduktů?

V rámci biovýroby podporujeme životní prostředí s ohledem na ekologický způsob chovu a pohody hospodářských zvířat. Podporujeme bioprodukci také ve smyslu nového životního stylu – nejen mladí lidé se vracejí k přírodě, vyhledávají potraviny označené bio. Produkujeme kvalitní potraviny s vysokou nutriční hodnotou, bez jakýchkoliv kontaminantů, protože v rámci bioprodukce se vyhýbáme používání látek a postupů, které životní prostředí zatěžují a zvyšují riziko kontaminace potravinového řetězce. Výrobou biopotravin také podporujeme drobné zemědělce v ekologickém způsobu zemědělství, a současně tím rovněž

jejich sociální a ekonomický rozvoj. Vidíme obrovský přínos i potenciál v šetrnosti zpracovatelského postupu k životnímu prostředí a ve zdravotní nezávadnosti biopotravin.

V čem je jedinečný váš mléčný bar a jak hojně je navštěvován?

Otevřením Milko Mléčných barů jsme chtěli nejen propagovat naše výrobky tak trochu jiným způsobem, ale zároveň i obnovit typicky českou tradici mléčných barů, která v dnešním hektickém životním stylu téměř vymizela. Nabízíme možnost nejen si pochutnat na kvalitních mléčných výrobcích, ale i zastavit se, zpomalit a uvědomit si krásy života. V současné době můžete navštívit již pět Milko Mléčných barů – k prvnímu baru, který byl otevřen roku 2013 v Poděbradech, přibýly bary v Jičíně, Městci Králové, Varnsdorfu a Nymburku.

ptal se Pavel Kačer

Každý úvěr se stává i příběhem

Neumím si představit sebe samu v roli finančního poradce, který naslouchá protistraně a připravuje podmínky úvěrování. Přísná a nekompromisní mluva oboru financí a práva by mne přivedla na pokraj zhroutení, brzy by zkolaboval i můj zaměstnavatel. Úvěr bych dala asi každému, protože náklonnost všem zběsilým nápadům je pro mne prvořadá. Fandím všem, kteří se vydávají na cestu dobrodružného vynalézání nových strojů, přípravě převratných technologií, a ze starých principů světa a filozofického zákona o zachování hmoty modelují zcela jinou budoucnost, postavenou na prvním pohled úplně na hlavu. Držím palce všem odvážlivcům, kteří se rozhodnou vzkřísit výrobu potřebných surovin, součástek či potravin, která časem upadla v zapomnění, nemilost či nedostatkem investic zhynula ze dne na den. Skláním se před těmi, kteří začínají dnes, kdy je vše známo, vynalezeno a produkuje se v takřka neřízeném množství, od nuly a s úvěrem. V podnikání, ač je zastřešeno sebejistějšími formulami od personální až po mzdovou strategii či etický kodex, od podepsaných kontraktů na mnoho let dopředu, nikdy nevíte. Business je nádherné riziko, které se sice dá měřit a popsat s pomocí umělé inteligence i zdravého selského rozumu, ale stejně... Je to výslednice stále s mnoha neznámými.

I proto si na druhé straně vážím těch finančních institucí, které dokáží firmám nabídnout takové půjčování peněz, které je pro obě strany optimální a rizika umí dobře eliminovat. Taková skoro až synergie není totiž jen o číslech či zkušenostech, jak dokládají následující řádky. Do roviny úspěchu vás zavede Ing. Olga Jancurová, obchodní ředitelka pro klíčové partnery v Artese, spořitelním družstvu:

Jak vnímáte závěr roku 2018? Půjčují si firmy více než loni, předloni? A větší nebo menší částky?

Jako každý rok, i letos platí, že si v posledním čtvrtletí roku půjčují firmy u našeho družstva mnohem více, než je tomu v jiném období. Oproti loňskému roku mají však družstevní záložny zákonem omezenou výši poskytovaných úvěrů pouze na 30 milionů jedné ekonomicky spjaté skupině.

I přes toto velmi limitující omezení se nám ale v tomto období daří plnit naše plány. Výše úvěru se nejčastěji pohybuje v rozmezí 15–30 milionů korun.

Proč přicházejí právě do Artesy?

Ke každému klientovi přistupujeme individuálně a jsme schopni připravit financování rychle, a přitom na míru. Umíme být klientům blíž a dokážeme vyhovět komplikovaným požadavkům náročných klientů. Po předchozích zkušenostech se k Artese mno-

Ing. Olga Jancurová



2x foto Shutterstock / koláž Schneidy

ho klientů vrací nebo nám naši stávající klienti doporučují své známé nebo obchodní partnery. A my z toho máme opravdovou radost.

A podle čeho se rozhodujete, zda úvěr daný subjekt dostane?

Při rozhodnutí, zda bude žadateli financování poskytnuto, postupuje družstvo obezřetně. V rámci posouzení rizik rozhoduje především bonita klienta, tj. schopnost žadatele splatit úvěr ze své činnosti. Posuzujeme dostatečnost zdrojů pro splácení úvěru a jejich udržitelnost do budoucna. Vyhodnocujeme mimo jiné i účel financování, reálnost a realizovatelnost záměru žadatele. Vzhledem k tomu, že požadujeme zajištění úvěrů, rozhodujícím kritériem je i kvalita a dostatečnost tohoto zajištění.

Jak se vám spolupracuje s rodinnými firmami a mikrofirmami? Jsou zárukou určitého morálního kreditu, nositeli dobrého jména, názoru, odpovědnosti?

S rodinnými firmami se nám spolupracuje skutečně výborně. Máte pravdu, majitelé těchto firem si váží svého jména a mají za svoji firmu i velkou zodpovědnost.

S rodinnými firmami se nám spolupracuje skutečně výborně.

Dalo by se spočítat, kolika zajímavým podnikatelským nápadům a projektům jste mohli na svět?

To se dá spočítat poměrně těžko, ale byla zajímavých projektů celá řada. Jsme například pyšní

na to, že jsme stáli u obnovení značky JELEN, která je dnes, díky kolekci ekologických pracích prostředků, známá v mnoha tuzemských domácnostech. Mnoha našim klientům jsme také pomohli s realizací jejich developerských projektů, a tak si dovolím říci, že i s naší pomocí má nyní řada rodin nový, krásný domov.

Když klient příkladně splácí, má při druhé žádosti o úvěr nějaké výhody?

Při posuzování bonity žadatele se zohledňuje i jeho platební morálka. Určitě je velkou výhodou, když klienta již známe, známe jeho podnikatelskou historii a jeho schopnost dostát svým závazkům. Nicméně i v tomto případě musíme posuzovat realizovatelnost jeho záměru a vyhodnotit jeho schopnost úvěr splatit. Vyhodnocení podmínek úvěru je však mnohem rychlejší, obě strany již ví, co je očekáváno.

Nač se noví zájemci o úvěrování ptají především?

Ve většině případů je zajímavá zejména rychlost schvalovacího procesu, tedy kdy budou mít k dispozici finanční prostředky, které pro svůj záměr potřebují. Zajímá je samozřejmě i cena úvěru, podmínky předčasného splacení a co musejí pro schválení úvěru předložit.

Věci vidíte z odborného i manažerského pohledu, musíte být přísná a nekompromisní. Můžete alespoň někdy zapojit emoce nebo intuici při jednání s klientem?

Určitě ano! Emoce jsou přeci neoddelitelnou součástí všech jednání a hrají velice důležitou

tou roli. A samozřejmě musí převažovat ty pozitivní. Dobrá intuice by měla být povinnou „výbavou“ každého manažera i obchodníka.

Ostatně – patří tyto dva prvky do práce s financemi?

Dle mého názoru ano, stejně jako i do dalších oblastí našeho života. Jsme lidské bytosti, a ne roboti. Emoce jsou součástí každého jednání, je důležité naladit se „na stejnou vlnu“ s klienty, bez emocí není možné dělat dobrý obchod.

Dobrá intuice by měla být povinnou „výbavou“ každého manažera i obchodníka.

O ženách podnikatelkách a manažerkách se říká, že jsou empatičtější než kolegové muži, a že i proto bývají lepšími obchodnicemi. Jaký na to máte názor?

Ano, schopnost empatie bývá ženám skutečně bližší, ale vůbec si netroufám říci, že jsou ženy lepšími obchodnicemi. Je to individuální. Ženy se ale hůře odmítají!

Je pro vás každá firma, každý úvěr i příběhem?

Ano, máte pravdu, každý jednotlivý úvěr se stává i příběhem, a naší snahou je, aby byl vždy příběhem se šťastným koncem.

ptala se Eva Brixí ■■■

GERnétic je pro mne koktejlem krásy a zdraví



Kateřina Krylová

Studio proměn KK je jedním z kosmetických salonů nejvyšší kvality, které mají prestižní titul Partnerský salon GERnétic. Nachází se v pražských Vršovicích. Vlastní jej Kateřina Krylová, která na první pohled vyzařuje temperamentem a pozitivní energií. Ale hned od první chvíle poté, co vstoupíte do salonu, víte, že se o vás bude starat člověk, který je pevný v názorech, profesionální a otevřený, vnímavý ke každému přání klientky. Cesta k její profesi, jak prozradí následující řádky, ale nebyla jednoznačná.

Jak svou profesi kosmetičky vnímáte? Přitahovala vás vždy?

Už od dětství mě lákalo starat se o druhé a pomáhat jim. Původně jsem se toužila stát lékařkou. Vystudovala jsem střední zdravotnickou školu a pracovala jako laborantka. Vlastně jsem si tak přání skoro splnila. Kosmetičkou jsem původně být nechtěla. K tomuto podnikání mě přivedlo rozhodování, co dělat po mateřské dovolené. Zda se do zdravotnictví vrátet, což znamenalo obětovat práci víc, než jsem měla v úmyslu. Toužila jsem si užít rodinu. Práce v mém původním oboru mi ale neumožňovala plánovat si čas podle svého. Udělala jsem si malý průzkum a objevila re-kvalifikační kurz. Ten jsem absolvovala. Od té doby jsem povolání kosmetičky věrná a vděčná, a myslím, že to bylo jedno z mých nejlepších rozhodnutí. Našla jsem své poslání.

Vlastnit a vést kosmetický salon není žádná legrace. Máte osvědčený recept, jak všechny své úkoly a role s radostí skloubit dohromady?

Zcela zásadní je pro mne podpora rodiny, která mi vlastně umožnila podnikat. Jen díky rodině jsem mohla změnu ve svém profesním životě udělat. Je za tím její nehnoucí povzbuzování a láska. Maminka, která dnes už bohužel není mezi námi, mi poskytla prostory v domě ve Vršovicích, kde se salon dodnes nachází. A za to jsem jí stále natolik vděčná, že to slovy nedokáži vyjádřit. Manžel mi pomohl salon zrekonstruovat, zařídit, upravit. Prostředí, které zde klientky obklopuje, je výsledkem jeho práce, je to jeho zhmotněná podpora. Je úžasný a pozoruhodný. Nikdy mě nenechá na holičkách. To, že si v rodině umíme navzájem vypomocet, zastat povinnosti toho druhého a vzájemně na sebe

myslíme, je báječné a dává mi to pocit jistoty. Začínala jsem v době globální finanční krize. Byl to risk. Věřila jsem svému odhodlání a věděla jsem, že když to nepůjde, najdu jiný směr. A najednou to tu bylo. Úspěch, klientky přibývaly. Měla jsem možnost se jim věnovat naplno. A to se mi vrátilo v tom nejlepším. Samozřejmě, že bych si přála, abych vše stihala dokonale, ale v dnešním světě to jde těžko a je to vždy otázka priorit. V každém případě si snažím zachovat pozitivní energii a úsměv. S tím jde vše lépe.

Začala jste díky spolupráci s kosmetikou GERnétic posuzovat péči o krásu a zdraví jinak?

Tato značka je naprosto jedinečná a stejně přístupuje k zákazníkům. Každý přípravek dodává tělu a pokožce to, co potřebují ke své optimální funkci. Na GERnétic mne rovněž fascinuje to, jak mohu využít vlastní kreativitu. Ošetření nejsou přísne narýsovaná, mám určitou volnost v tom, abych vyšla z obvyklých schémat. Udělat něco navíc a jinak. A to mne baví. Navíc zužitkuji své zdravotnické vzdělání. Pod vlivem profesionálů GERnétic jsem se naučila vnímat tělo docela jinak – nejen jeho biologickou podstatu. Daleko více se nořím do souvislostí a vidím člověka holisticky, jako spojenou nádobu, kde tělo a psychická složka mají svou roli a jedno se promítá do druhého.

Co si návštěvnice salonu oblíbily a jaká procedura je vaším největším evergreenem?

Krém Synchro je absolutní stálice, jehož možnosti využití jsou takřka nekonečné. Je to špič-



kový produkt pro výživu a regeneraci pleti. Velmi oblíbená je salonní slupovací alginátová maska s arganovým olejem a liftingovými účinky Peel Off Anti Age, která je nesmírně příjemná zejména v teplejší části roku a umí pokožku výborně zklidnit. A mezi tělovými procedurami rozhodně vedou zábaly z mořských řas Marine Essence.

Je pro vás důležitá životní rovnováha? Myslíte si, že dnešním ženám schází?

Životní rovnováha je smysluplná cesta. Jde-li o práci, neměl by jet člověk na doraz. Samozřejmě i já jsem si prošla obdobím velkého pracovního nasazení, do salonu jsem přicházela dopoledne a odcházela v osm večer. V začátcích to bylo důležité a pomohlo mi to. Dnes se ale snažím svůj čas organizovat jinak, nehnout se, těšit se ze všeho, co dělám. Abych si mohla vychutnávat pohodu, musela jsem některé věci přehodnotit ve své hlavě. A také na straně finanční strategie. Razím názor, že za kvalitní práci by si člověk měl nechat adekvátně zaplatit. Také je potřeba si uvědomit, že člověk nemůže vyhovět vždy všem. Měl by si vytvořit jasné hranice, umět odmítnout ve chvíli, kdy určité věci necítí jako správné. Ženy dnes prožívají mnohem více stresu, jsou neustále v jednom kole. Bojí se čas od času zastavit a uvědomit si, že pokud budou samy v pořádku a budou se cítit dobře, pak se to po-



zitivně promítne i do okolí. Mnoho dam má problém užít si vlastní čas tak, jak chtějí, aniž by se zatěžovaly výčitkami. Ale to je špatně. Je potřeba si uvědomit, že trocha sobectví je to nejlepší, co pro sebe i pro své blízké můžeme udělat. A jedním ze způsobů, jak si takovou chvíli dopřát, je třeba profesionální kosmetické ošetření. Ženy by si měly umět vychutnat

to, že při takových procedurách o ně někdo precizně pečuje a nemusí se o nic starat. Bezstarostně mohou relaxovat. I ta nejvytíženější z nás si takový zážitek zaslouží. Péče GERnétic je rovněž investicí do vlastního zdraví, které s věkem potřebuje větší pozornost. GERnétic může namíchat koktejl krásy a zdraví na míru.
ptala se **Kateřina Šimková**

INZERCE



*Dárek
s oříškovým
srdcem*



S českým porcelánem Vánoce lépe chutnají

Jen ženy dokáží vytvořit tu pravou vánoční pohodu, bez níž by těmto rodinným svátkům chybělo to nejkrásnější. Jak to dělají? Aby doma vykouzly příjemnou atmosféru, pomáhají si různými prostředky. A my teď jedno jejich velké tajemství, které se ukrývá v porcelánu, odhalíme. Zeptali jsme se totiž několika významných českých manažerek a podnikatelek: Dovedete si představit pravé české Vánoce bez krásného českého porcelánu nebo proslulého českého skla? Bez svátečního šálku na kávu, jemně tvarované konvičky a vkusného hrnečku na čaj? Bez skleničky, v níž se zrcadlí věky prověřený materiál? Najdete si v tuto dobu čas na svůj malý rituál, k němuž stolování s nevstíravou noblesou patří? Při každodenních starostech totiž zpravidla na takový odpočinek, spojený s kulturou prožitku v přítomnosti tradiční značky a chvilkou jen pro sebe či ve společnosti těch nejbližších, skoro zapomínáme...

Partnerem této letošní poslední ankety je společnost Český porcelán, a.s., z Dubí. Proč? Kulturou stolování, designem porcelánu i vztahem spotřebitelů k českým výrobkům se zde dlouhodobě zabývají. I proto se generální ředitel a předseda představenstva Ing. Vladimír Feix rozhodl, že si letos na podzim ověří, jak hosté továrny reagují na vzorky připravené pro vánoční nabídku do podnikových prodejen. To, co intuitivně označili za nejhezčí, je již na trhu a sklízí značný úspěch. Velmi například zaujala novinka, kterou vidíte na fotografii. Pro autorky odpovědí jsou kousky této originální sady připraveny jako poděkování za snahu vyjádřit, co pro ně Vánoce s pěkným porcelánem či sklem znamenají.



Mgr. Jarmila Podhorná

majitelka
firma Naděje



Vánoční svátky jsou výjimečnou příležitostí ke chvilce pohody, ke které patří jednak vánoční cukroví, a jednak a hlavně šálek kávy nebo čaje. Tímto ráda uctím návštěvu, ale též využiji vždy pěkný porcelán s kávou nebo čajem k vytvoření příjemného posezení, kdy chci navodit pěknou atmosféru ke chvilce osobního zklidnění a pohody.

Porcelán, který k tomu využívám, mi často připomíná bližní, s nimiž jsem takto sedávala a kteří tu se mnou již nejsou.

Monika Palatková

generální ředitelka
agentura CzechTourism



Sváteční stolování určitě patří k českým tradicím a vánočním svátkům, mozek, jak známo, jí i očima, a vkusně prostřený stůl nabudí chuť ještě před tím, než se na stole objeví samotné pokrmy. Pokud mám doporučit sama za sebe, pak odpověď na poležené otázky vidím takto: Letos slavíme 100 let od vzniku Československa a propagujeme tradiční české značky. Proto za mne k českým Vánocům patří určitě tradiční české pokrmy i nádobí, jež pamatují i naši předci, a v mnoha rodinách se předává z generace na generaci.

Ing. Irena Vlčková

generální ředitelka
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR



Musím přiznat, že ani pár týdnů před těmito nádhernými svátky roku jejich naléhavost nestačím skoro vnímat. Určitě jsem však zastánce klasických českých Vánoc. Mám ráda tu krásnou a sváteční dobu, ke které neodmyslitelně patří pohoda a setkávání se s rodinnými příslušníky a přáteli. Toto vše bývá podtrženo dobrým jídlem a pitím, které by alespoň v tomto zimním období mělo být servírováno s maximální péčí. Takže určitě k pěkným Vánocům patří i slavnostně prostřený stůl, který se bez českého porcelánu a skla neobejde. Určitě si i kávu ráda vychutnám ze svátečního servisu, má to své zvláštní kouzlo. Vánoce jsou tedy obdobím, kdy si tak trochu sobecky chci opravdu užít pár dnů volna, klidu a nenapodobitelnou atmosféru, jež k přelomu roku patří.

Ing. Andrea Trčková

výkonná ředitelka společnosti
Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS, Generální zastoupení GERnétic pro ČR a SR



Vánoce mám ráda pro jejich kouzlo, tradice a čas s nejbližšími. Je to pro mě důležité zastavení se, uvědomění si hodnot života a jejich vychutnání. Každý rok chodíme na Štědrý den do zoo a nosíme zvířatům dobroty. Sejdeme se s přáteli, popijíme svařák a ve „štístku“ vždy objevíme něco nového. K obědu je tradiční kuba, který dělá moje maminka famózně z krup a hub. Připraví nám ho a servíruje

na svátečním porcelánu, který si půjčuje ze skříně jen o svátcích. Po obědě se políbíme pod jmelím a spěcháme domů, kde dokončíme přípravy na Štědrý večer. Na stylingu sváteční tabule si zakládám, pulírui skleničky, příbory, i já vytahuji ze skříněk nejlepší kousky českého porcelánu a skla, které mám. Dobroty pak nějak lépe chutnají. Po večeři, než jdeme ke stromečku, lijeme olovo, krájíme jablíčko, zpíváme koledy a také pouštíme lodičky. Mám na to doma jednu speciální misku z cibuláku a modrá barva mi připomíná moře. A vánočka s kakaem jediné z konvičky a šálků s modrými kvítky, které mám po babičce. Krásné Vánoce všem!

Petra Štěpánová

PR Director CZ & SK, Bisnode ČR, a.s.



K Vánocům jakožto významným svátkům v naší rodině neodmyslitelně patří velmi sváteční atmosféra, provoněná cukrovím a koledami, kterou umocňuje výzdoba celého domu. Nechybí adventní věnec s živými orchidejemi nebo starodávná vánoční zvonkohra. Co ale miluji snad nejvíc, jsou skleničky po mé babičce, které používá již třetí generace jen o těchto svátcích, Silvestru nebo významných rodinných oslavách. Babička tyto skleničky dostala od svých rodičů jako svatební dar v roce 1942, kteří je nechali vyrobit na zakázku ve sklárnách Kamenický Šenov. Na slavnostně prostřeném stole vždy působí dominantně. Zvláštností těchto skleniček je, že každá má jinou barvu a při cinknutí má každá jiný zvuk, takže když si při přípitku tuká více lidí, ozývá se zvláštní melodie. Když si vychutnávám sklenku dobrého vína právě z této skleničky, dýchá na mne historie celé mé rodiny.

Ing. Vendula Vítovcová

obchodní ředitelka a jednatelka
ASPEKTA Trading s.r.o.



Já si bez kávy v příjemném porcelánu neumím představit ani běžný den, natož Vánoce. Mám ráda své rituály, v kterých utíkám dnešnímu, na mě někdy až příliš konzumnímu světu, a k nim patří i káva a domácí koláč. Velmi ráda pečtu, tak je doma téměř vždy napečeno. Jeden z mých nejoblíbenějších porcelánů je ten s drobnými růžičkami, bohužel značku neznám. Je to vlastně vzpomínka na dětství, na moji babičku, která ho ráda používala, a v tom je pro mě velmi cenný. Vánoce a svátky jsou u nás v rodině spojené s tradičním jídelním porcelánem v barvě slonové kosti značky Pirkenhammer – bez něj by to nebyl ten správný slavnostní oběd, u kterého se seje celá rodina.

Ing. Kateřina Hrdličková

ředitelka obchodu a marketingu
Hotel Port u Máchova jezera



Můj vztah k porcelánu a jeho používání je ovlivněn mým zaměstnáním, pracovní čas trávím v hotelu. V tom našem si na pěkné a vkusné servírování potrpíme. Hosté si pozornost v tomto směru bezpochyby zaslouží. Snídaně či oběd pak úplně jinak chutná, ovlivňuje to kulturu života, a nakonec i náladu a zdraví člověka. Osobně mám ráda bílý, hladký porcelán, nezdobený, co nejjednodušší. Vnímám ho především ve spojitosti s kávou. Tu piji pravidelně ráno z pořádného hrnku, odpoledne si vychutnám už menší dávku, dobré espresso z pěkného šálku. Ke kávě nemlsám, protože třeba lineckého cukroví ochutnám poměrně hodně právě u nás v Portu. Sami si ho pečeme, servírujeme jako pozornost ke kávě, a dá se říci, že naši hosté je milují. A já samozřejmě občas také okusím. No a o Vánocích? Na klidné posezení si čas určitě udělám. To k takové době prostě patří. Ale moje siesta nemusí být nutně spojena s tradicemi. Také sváteční porcelán po babičce bych doma nejspíš někde našla, ale nepoužívám jej, asi tedy zbyde pro další generaci či generace...

Sberbank CZ zaměstnala novou robotku

Sberbank CZ jako jedna z prvních evropských bank najala na práci softwarové roboty. Nyní k dva roky starému robotu Standovi přibyla nová robotka Adina. Jsou posilou v back office, kde plní rutinní administrativní činnosti spojené s čerpáním úvěrů. Lidským kolegům oba ušetří měsíčně přes 1100 hodin času, které mohou věnovat zkvalitnění zákaznické péče a činnostem vyžadujícím kreativnější a důmyslnější přístup. Běžný administrativní úkon trvá robotovi čtyři minuty, jeho lidskému kolegovi v průměru pětkrát déle.

Díky spokojenosti s robotem Standou se Sberbank CZ rozhodla zaměstnat dalšího robota. Od října spolupracuje s Adinou, jejíž podoba i jméno vzešlo z dětské soutěže.

Robotka začala v pilotním provozu připravovat refixační dodatky hypotečních úvěrů a testuje jejich zpracování v bankovním informačním systému. Oba roboti již nyní pracují až na deseti procesech denně, měsíčně zpracují přes 6000 transakcí a ušetří 1100 hodin lidské práce. „Naše roboty vnímám obdobně jako ty kuchyňské. Tedy primárně nám ulehčují práci, pomáhají s tím, co se opakuje a obtěžuje nás. Lidé pro nás ale jsou a stále budou nezastupitelní. Kolegové kolem robota se stávají většími odborníky, prohlubují si znalosti, celkově pak více přispívají ke zlepšování procesů. V budoucnu bychom rádi automatizovali také zpracování finančních výkazů nebo činnosti v našem e-shopu,“ komentovala robotizaci Vratislava Šestáková, Head of Operations ze Sberbank CZ. Sberbank CZ představila jako první banka v Čes-



ké republiky a mezi prvními v Evropě softwarového robota, kterému zaměstnanci dali jméno Standa. Ten začal pomáhat v back office se zpracováním velkého množství hypoték a spotřebitelských půjček. Prvotním cílem robotizace ve Sberbank CZ bylo uvolnit ruce přetíženému týmu back office, který se

nyní může soustředit na sofistikovanější práci s vyšší přidanou hodnotou. „Se Sberbank jsme vybrali vhodné procesy k automatizaci a posléze jsme bankovní tým mentorovali. Díky tomuto přístupu se podařilo v bance vybudovat interní znalost robotické automatizace velmi rychle,“ dodal Zdeněk Kabátek, Head of Professional Services ve společnosti NEOOPS, která se na zavedení automatizace ve Sberbank CZ podílela.

Za posledního půl roku došlo podle výsledků Sberbank CZ k jednoznačnému zrychlení ve všech procesech. Průměrně trvá robotovi zpracování úkonů 4,5 minuty, což představuje pětinu času oproti zaměstnancům, kteří nad stejnými procesy stráví průměrně 23 minut. Například proces přípravy smluv a potřebné dokumentace zabere zaměstnanci Sberbank celou hodi-

nu a čtvrt, robotickému kolegovi trvá administrativa pouhých 13 minut. Standa s Adinou za šest měsíců zvládli zpracovat celkem 36 608 transakcí. Softwarový robot je vhodný pro automatizaci opakujících se administrativních procesů řízených pravidly a nevyžadujících složité rozhodování. (tz) ■■■

název procesu	doba zpracování (min.)	doba zpracování (min.)
	člověk	robot
čerpání spotřebitelského úvěru	26:00	4:00
čerpání konsolidace	30:00	4:19
první čerpání hypotéky	30:00	10:01
nastavení kontokorentního rámce	18:00	2:39
vyhotovení smluvní a zajišťovací dokumentace	75:00	13:16
autorizace FX dealů	3:00	0:39
otevírání pomocných servisních účtů	6:00	1:14
uzavírání pomocných účtů	1:00	0:13



Koho a co mám ráda



Z technologie HYDAL unikátní kosmetické přípravky šetrné k přírodě

Pro krásu se prý musí trpět. A krásu má za úkol udržet i řada kosmetických přípravků, které o naše tváře a těla pečují. Jenže u mnoha běžných výrobků jejich používáním nejvíce trpí příroda. Domnívám se, že i proto stále sílí boom přírodních produktů, které jsou šetrné k životnímu prostředí i lidskému zdraví. Nedávno jsem měla možnost seznámit se s opravdu revoluční novinkou. Peelingovým sprchovým krémem značky NAFIGATE Cosmetics, v obalu tak nápadném, že ho nepřehlédnete. Dominuje mu želva mořská, která patří k těm nejohroženějším živočichům trpícím znečištěním světových oceánů. V tomto případě symbolizuje jedinečnost novinky kosmetického průmyslu. Peelingové částičky tohoto krémového po kokosu vonícího sprchového gelu jsou v přírodě plně rozložitelné. Na jejich výrobu není použit polyethylen, ale polymer, který dokáže bakterie vyrobit i rozložit na potravu pro další mikroorganismy. Jde o českou technologii HYDAL. Neznečišťuje vodní prostředí. Koncept pojmenovaný Věnováno Vám a přírodě, jehož první výrobek se na podzim objevil na českém trhu, je příkladem cirkulární ekonomiky, která je pro nás nadějí a jasným příkladem udržitelnosti v praxi.

Kateřina Šimková

Ve střední a východní Evropě dominují maloobchodu nákupní centra

Rychlý růst HDP v posledním ekonomickém cyklu, nízká nezaměstnanost i stoupající mzdy přispěly k boomu módního segmentu v regionu střední a východní Evropy (CEE). Vyplyvá to z nejnovější výzkumné zprávy společnosti Colliers International nazvané **ExCEEding Borders (Překračování hranic CEE) s podtitulem Módní odvětví ve 14 zemích regionu CEE.**

Mark Robinson, specialista výzkumu Colliers International pro CEE, vysvětlil: „S rostoucími disponibilními příjmy, které se přibližují průměrným hodnotám Evropské unie, se v CEE móda a doplňky stávají jednou z hlavních kategorií, za něž spotřebitelé své prostředky utrácejí. Rychlý nárůst HDP v posledním období spolu s nízkou nezaměstnaností a zvyšováním mezd přispěly k současnému boomu módního segmentu v regionu.“

Mezi klíčová zjištění výzkumné zprávy patří:

- Maloobchodní prodeje narůstají v celém regionu: v rámci cyklu roku 2017 dosáhly nejvyšší úrovně v Rumunsku, a to 11 %.
- Maloobchodu v CEE dominují nákupní centra; jediným trhem s převládajícím high street segmentem je Praha. Největším trhem



nákupních center v regionu je Polsko se zastoupením téměř 500 různých subjektů o celkové ploše 11,8 milionu metrů čtverečních hrubé pronajimatelné plochy.

Marjan Gigov, ředitel oddělení Retail společnosti Colliers International v České republice, dodal: „Praha patří mezi 30 nejvyhledávanějších destinací světa a v roce 2017 ji navštívilo více než sedm milionů turistů. To spolu se stabilní ekonomickou situací, rostoucími disponibilními příjmy a vysokým povědomím místních obyvatel o značkách vytvořilo ideální prostředí pro mnoho luxusních i současných módních brandů, které si ve městě zřídily přímé zastoupení. Z Prahy se tak v rámci celého regionu střední a východní Evropy stala prvotřídní destinace pro nákupy v segmentu high fashion.“

Největší módní značky aktivní v zemích CEE14 dosáhly úrovně obrátu 350–450 eur/m²/měsíc. CEE nadále přitahuje mezinárodní obchodní řetězce – k významným uvedením na trh došlo v Polsku (Primark), Rumunsku (Victoria's Secret) a Lotyšsku (Van Graaf). V regionu jsou aktivní i polské značky, například Sizeer se zastoupením na sedmi trzích (Litva, Lotyšsko, Estonsko, Česká republika, Slovensko, Maďarsko a Rumunsko). Kromě své přítomnosti v nákupních centrech mají v CEE14 módní značky významný vliv také na segment e-commerce. Ve čtyřech zemích regionu (Bulharsku, Estonsku, Polsku a České republice) se móda na celkovém objemu prodeje online podílí více než 30 %. K nejvýznamnějším zástupcům módního segmentu na trzích CEE patří například H&M, LPP, Inditex, New Yorker, C&A a TK Maxx. (tz)

INZERCE

Výhodná energie s mnoha bonusy

innogy Karta je lákavou odměnou pro všechny zákazníky **innogy**, kteří mají rádi český film, lyžování a pravidelně jezdí s rodinou na výlety a dovolenou. Klikněte na **innogykarta.cz**. Dozvíte se, jak si kartu objednat a kde všude lze slevy čerpat.



innogy



innogy

innogy Karta
plná energie

innogy.cz

Inovace pro boj s vypadáváním vlasů

Příčin padání a řídnutí vlasů existuje hodně. Obvykle to bývá stres, užívání některých léků, nedostatek některých vitaminů či minerálů ve stravě, léčba onkologických onemocnění, poruchy štítné žlázy a jiné nemoci, ale i nešetná péče a používání nevhodných kosmetických přípravků. Často vlasy padají ve zvýšené míře po porodu a v menopauze, což je způsobeno vlivem hormonální nerovnováhy. Další příčinou ztráty vlasů může být dědičná predispozice, neboli alopecie. Účinné řešení nabízí nový přípravek Revalid Regrowth Serum s klinicky prověřenou a oceňovanou aktivní složkou Redensyl.

„Pokud vás trápí zvýšené padání nebo postupné řídnutí vlasů, doporučuji konzultovat problém s odborníkem, ať už s dermatologem, nebo lékárníkem. Ten je totiž schopen lépe identifikovat příčinu a navrhnout pak řešení. Nedoporučuji kupovat bez rozmyslu první přípravek, o kterém jste jen něco zaslechli,“ říká uznávaná dermatoložka doc. MUDr. Monika Arenbergerová, Ph.D.

Revalid Regrowth Serum je aktivátor růstu vlasů, který obsahuje inovativní aktivní složku Redensyl. Jejím základem jsou patentované molekuly získané ze dřeva modřínu evropského a listů čajovníku čínského (zeleného čaje). Redensyl omezuje vypadávání vlasů, zvyšuje hustotu vlasů a stimuluje jejich růst. Revitalizační účinky Redensylu doplňuje pelyňkový

extrakt získaný z bylin rostoucích ve Švýcarských Alpách. Přípravek obsahuje také aminokyseliny a panthenol. Tyto složky receptury hydratují suché vlasy a pokožku hlavy. Navíc je Revalid Regrowth Serum zcela bez parabeno-



nů, silikonů a sulfátů, a bude tak vyhovovat i požadavkům lidí, kteří upřednostňují přírodní kosmetiku.

Klinická studie prokázala u uživatelů až osmi-procentní zvýšení hustoty vlasů, což odpovídá přibližně 28 000 nových vlasů po třech měsících používání. Revalid Regrowth Serum proto nabízí alternativu transplantace vlasů. Po pouhých 84 dnech pravidelné aplikace byla většina účastníků studie (71 %) s účinky Redensylu spokojena a projevila ochotu si nový produkt zakoupit. „Oceňuji vysoké procento přírodních složek v receptuře přípravku Revalid Regrowth Serum. Redensyl považuji za inovativní aktivní látku pro řešení problémů s padáním a řídnutím vlasů, která má potenciál u některých typů alopecie nabídnout alternativu transplantace vlasů, což ostatně potvrzují i klinické studie,“ doplnila Monika Arenbergerová.

Revalid Regrowth Serum se používá velice jednoduše. Aplikuje se na postižené části vlasové pokožky a zlehka se vmasíruje. Neoplachuje se. Orientační cena je 699 Kč.

Nový přípravek Revalid Regrowth Serum skvěle doplňuje stávající řadu Revalid Swiss Hair Care System, kterou tvoří léčivý přípravek v podobě tobolek k vnitřnímu užití a rozsáhlá řada vlasové kosmetiky k vnější aplikaci. Řada Revalid v sobě dlouhodobě kombinuje švýcarskou kvalitu, účinnost a dermatologicky prověřenou snášenlivost – to vše pro vaše zářící a zdravé vlasy.

(tz)

www.revalid.cz



Fejeton

Nejkrásnější Vánoce

Na Vánoce se těší jen děti, co věří na Ježíška. Dospělí jen rádi nostalgicky vzpomínají, jaké to bylo tenkrát. Naše paměť má tu úžasnou vlastnost, že dokáže z hlubin času vylovit pouze hezké vzpomínky. Ošklivé zážitky mysl potlačí do nevědomí. Kdo to neumí, komu to nejde automaticky, musí se naučit techniky, s nimiž to jde ráz na ráz.

Nikdy nezapomenu na vánoční svátky před půlstoletím, kdy vrcholila zlatá šedesátá léta a pod povrchem kvasily nastávající společenské změny. Na přelomu roku 1967/68 jsem byl (ne)řádným příslušníkem Lesnického odborného učiliště v Lomnici nad Popelkou. Duši jsem měl rozervanou romantickou láskou k jisté slečně Nadě, která mi však nedala sebemenší naději, že mě city opětuje. Dodnes její obraz nosím v srdci a dal bych nevímco za to, abych ji mohl potkat, dotknout se její ruky, pohlédnout jí do tváře, být o padesát let starší, a trochu si poklábovit o životě, dětech a vnoučatech, no a taky o snech, jimž, jak už to bývá, není dopřáno naplnění.

Svátky se přiblížily a já tušil, že mé pololetní vysvědčení dopadne nad očekávání špatně. Ani ne kvůli výuce nebo praktickým dřevorubeckým cvičením, ty jsem ještě jakž takž zvládal, ale téměř jsem propadal z mravů. Poprvé a naposledy jsem pak i dostal trojku z chování. Na vánoční prázdniny jsem se proto moc netěšil. Navíc ještě před odjezdem domů jsem od vychovatele dostal dost neobvyklý úkol. Ale abych nepředbíhal událostem. Sníženou známku z mravů o dva stupně jsem si vykoledoval tím, že jsem spoluúčinně přerazil nos pěsti. Napadený skončil v nemocnici, a jak mi bylo sděleno, jeho nosní kost praskla podél, a ještě do strany. Tenkrát jsem byl drsný chlápek, neboť jen tak jsem mohl obstát v kolektivu dospívajících mužů, kteří se měli celý život ohánět pilou a sekerou v československých státních lesích. Před nástupem na vánoční prázdniny mi proto bylo uloženo, abych vyhledal rodiče zraněného učně a přihlásil se k tomu, co jsem mu udělal. Pamatuji se, jak jsem s malou dušičkou zazvonil u dveří domku v Dlouhé Třebové a čekal, co se bude dít. Otevřela postarší paní, jak se ukázalo, maminka postižené osoby. Venku byla zima, pozvala mě tedy dovnitř, a tam jsem se představil: „Jsem ten, co vašemu klukovi rozbil, s prominutím, frňák,“ řekl jsem,

ale lezlo to ze mě jako z chlupaté deky. Avšak rodičovská reakce přišla naprosto nečekaná, až šokující: „No já vím, jak je ten náš hoch grázl! Tak si pěkně odložte a dejte si po cestě něco k snědku,“ vyběhla mě matka a už mě podstrojovala vánočku, vánoční cukroví a nalévala horký čaj. Já jí za to vděčně vykládal, jak to chodilo u nás v učení a že ten její chlapec zas takový grázl není, ať nemá zbytečné obavy. Na zpáteční cestě vlakem jsem měl nádherný pocit z překonaného strachu, splněného úkolu a slibu, že příště už nikoho neuhodím. Co jsem si slíbil, to jsem i dodržel.

Ríkám si, co to bylo tehdy za člověka, který mlátil kolem sebe, neměl ani tolik sebevědomí, aby se přihlásil na střední školu a zrzavou palici měl plnou hloupostí? Snažím se na to přijít. Vim ale jedno: Před půlstoletím jsem si, jak se říká, sáhl až na samé dno, a právě o Vánocích v Dlouhé Třebové se od něj odrazil. O pět let později jsem už na Karlově univerzitě skládal zkoušky i na výbornou a chlubil se prospěchovým stipendiem.

Láska k lesu mi zůstala. A také zkušenost, že vše se děje tak, jak má. A že vlastně nic není ani dobré, ani špatné. Záleží jen na mně, na mém pravém já.

Pavel Kačer

Hyundai i20:

Malý městský živel a zábavné auto

V říjnu jsme v redakci přivítali nového člena ze stáje značky Hyundai. Faceliftovanou i20. Poprvé v historii s automatickou sedmistupňovou dvouspojkovou převodovkou DCT. Máme rádi i menší auta, a tento kompaktní vůz nás překvapil, protože zevnitř nabídl nečekané možnosti.

Když se řekne i20, obvykle si člověk představí vozidlo malých rozměrů. To ale není tak docela pravda, jakmile otevřete dveře. Do vínku faceliftovaná verze vozu dostala neobyčejnou prostornost. Náš standardní test velí na zadní sedadlo nacpat dvoumetrového kolegu s devadesáti kily živé váhy. A pak čekáme, kdy bude prskat, že je mu těsně. A ejhle – v případě i20 nenastalo žádné kyselé kritizování. Na tváři se tomuto muži nejprve objevil překvapený výraz, posléze spokojený úsměv. I pasažéra rozměrů pořádného Vikinga na zadní sedadla vměstnáte bez potíží, a ještě k tomu si bude užívat šikvné řešení prostoru. Tímhle u nás vozidlo zabodovalo. Dost místa nad hlavou i pro nohy. Malinkou výtku máme k předním sedadlům, kde bychom ocenili ještě o něco širší oporu pro horní polovinu zad. Exteriér je krásný, šťavnatý. Design se povedl na výbornou a je vidět, že v Hyundai dobře vědí, že oko bere. Přední maska je díky přepracování panelu s mlhovými světlými poněkud robustnější. Světlomety dodávají vozu na plastičnosti. Zád má také své kouzlo a brnká na noty příznivců tvarů se sportovním nádechem. Tohle auto vládne sexappealem a rozhodně osloví mladé a na estetiku náročné řidiče, kteří nechtějí dělat kompromis mezi cenou, designem a užitnou hodnotou. Věřím, že se bude líbit ženám i mužům všech věkových kategorií, kteří potřebují vozidlo s úspornými motory, dostatkem vnitřního prostoru a zároveň se nechtějí šidit na technologických mož-



nostech, jež šetří čas a usnadňují život. Od listopadu přibyla možnost si vozidlo nakonfigurovat v dvoubarevném provedení, což je detail, který je posledních několik let velmi trendy a českým silnicím sluší.

Zážehový přeplňovaný motor s litrovým objemem je v případě i20 opravdu živá a hravá volba. V kombinaci s převodovkou DCT z automobilu dělá velice hbité a zábavné auto, kterému sedmý stupeň řazení výrazně pomáhá, abyste si s ním užili správně dynamickou jízdu. Získáte pocit, že motor má bohaté rezervy a zvládne i rychlé a náročnější manévry. Nejspíše si odnesete dojem, že řídíte suverénní malý městský živel, který na souboj může vyzvat bez ostudy i mnohem silnější vozy. Jednu malou výhradu ale máme k řazení. Automat řadí dolů váhavě až loudavě. Z našeho pohledu to není katastrofa, ale není to ani úplně příjemné. Naštěstí se v těchto případech dá zásahnout ručním ovládáním voliče, a to pak umí

tento Hyundai opravdu špičkově svést. Podvozek je tvrdší, na což nejsme úplně zvyklí u tohoto typu vozů, ale na druhou stranu se drží i prudších zatáček jako klišé a je velmi precizní ve své odezvě.

Líbilo by se nám ještě o chloupky lepší odhlučnění kabiny, ale opět nejde o dramatický nedostatek. Bezvadné reproduktory při poslouchání muziky, kterou má člověk rád, si s tím hravě poradí, a vy vnímáte jen to, co vám sedí.

Ocenili jsme, že je zóna řidiče a spolujezdce přehledná a u úrovni výbavy Style zde člověk najde v podstatě vše, co k pohodovému cestování potřebuje. Zvlášť se nám zamlouvaly možnosti konektivity.

Kufr je poměrně kompaktní, a pokud si i20 pořizuje člověk jako druhé auto do rodiny, bude bohatě stačit. A nakonec mu budete vděční. Nákupní dny s dámskými magazíny, patříte-li mezi vášnivé shopaholiky, asi chvilkami budete proklínat. Má to však i své klady: alespoň ušetříte svou peněženku před impulzivními nájezdy na nové lodičky, kozačky, kabáty a další věci, které vlastně vůbec nepotřebujete. Hyundai i20 nás celkově v této konfiguraci bavil, nebáli bychom se ho adoptovat do svého vozového parku. Ve městě jsou jeho rozměry darem, se kterým se vmanévrujete i díky parkovací kamerě do té nejtěšnější mezírky. Zároveň ale na palubu naložíte všechny klíčové členy týmu. Má předpoklady získat si srdce i firemních zákazníků.

Kateřina Šimková



Manažerky touží po květinách, ale...

Čerstvá květina potěší nejen vaši partnerku, maminku nebo kamarádku, je také vhodným dárkem pro obchodní partnerku. I přes to však české manažerky dostávají květiny nejčastěji pouze jednou za půl roku (10 %), dalších více než 30 % z nich květiny nedostává vůbec. Jednou za týden se z darovaných květin těší pouhých 6 % manažerek. Naprostá většina z nich (96 %) si však myslí, že je květina vhodným dárkem. Tato informace vyplývá z průzkumu květinové doručovací služby Fleurop.



Výběr vhodného dárku pro ženu, která ve své profesi zastává manažerskou funkci, se může zdát jako velmi těžký úkol. Nechcete-li ji obdarovávat stále tím samým, vsaďte na klasiku a sáhněte po pugétu čerstvých květin. Jejich prostřednictvím můžete poděkovat, poblahopřát i upevnit váš profesní vztah. Průzkum společnosti Fleurop potvrdil, že ženy na manažerských pozicích dostávají květiny nejčastěji k narozeninám a svátku (63 %) či jako formu poděkování (34 %).

Nepodceňujte květomluvu

Již ve starověku si lidé uvědomovali, že darování květiny je spouštěčem pozitivních emocí. Turci pak každé květině přiřazovali zvláštní význam, který se posléze rozšířil po celém světě a funguje prakticky dodnes. Etiketa darování květin obchodnímu partnerovi je podmíněná příležitostmi, ke kterým chcete kytici věnovat,

a typem květiny. „Na světě existuje kolem 250 000 druhů květin a každá z nich vyjadřuje nějaký pocit nebo emoce. Jako poděkování se skvěle hodí hortenzie. Slunečnice pak vyjadřují vřelost, tulipány eleganci a různobarevné gerbery vyvolávají dobrou náladu,“ vysvětlila Jitka Mandysová z květinové doručovací služby Fleurop.

Květinu nechte doručit

Darování květiny může být pro vaše obchodní partnery ojedinělý zážitek. V dnešní uspěchané době přijde vhod kurýrní doručování. To zajišťuje i Fleurop, který svým zákazníkům nabízí možnost doručení ještě tentýž den v případě, že objednávku uskutečníte do 15. hodiny.

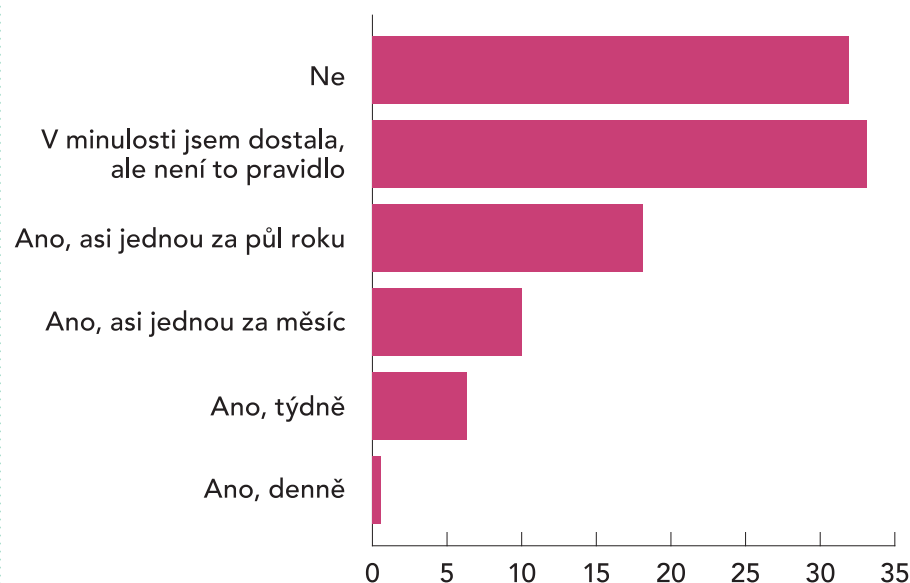
O značce Fleurop

Značka Fleurop v rámci mezinárodního sdružení Fleurop – Interflora je jednou z největších

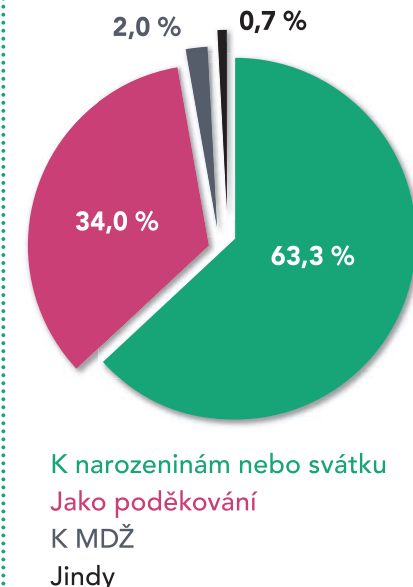
a nejznámějších doručovacích květinových služeb na světě. Vznikla v roce 1908 v německém Berlíně z iniciativy floristy Maxe Hübnera. Základem jejího obchodního konceptu je myšlenka, že cestovat by neměly květiny, ale jen jejich objednávky, které se následně doručí na spolehlivá a profesionální místní 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 vstoupila společnost Fleurop na trh v České republice jako kvalitní doručovací květinová služba a přináší nabídku rozmanitých kytic vytvořených speciálně pro český trh a pro každou příležitost. Více naleznete na adrese www.fleurop.cz. (tz)

Dostáváte od svých klientů či obchodních partnerů někdy květiny?



K jaké příležitosti dostáváte květinu nejčastěji?



Kouzelné Vánoce v dm se srdcem a největší péčí

Vánoční svátky znamenají pro všechny obchodníky vyvrcholení celého roku. V dm jsou, ostatně jak jsme u nich zvyklí, dokonale připraveni. Nezáleží jim však pouze na spokojenosti svých zákazníků, peněžní sbírkou pamatovali i na děti a mládež. Hovořili jsme o tom s jednatelkou dm drogerie markt Martinou Horkou.

Když se v dm řekne Vánoce, co to pro vás jako obchodníky znamená?

Vánoce pro všechny obchodníky, nás nevyjímaje, samozřejmě začínají mnohem dříve než pro zákazníky. V prosinci, kdy vánoční atmosféra pohltila většinu populace, máme za sebou již velkou část odvedené práce a sledujeme, jaký má úspěch. Výsledkem, o který usilujeme a který vytváříme pro své zákazníky promyšleně, ale zároveň srdcem, jsou prodejny plné krásných vánočních dekorací a nepřehrně množství tipů na dárky. A spousta zákazníků, kteří ať už s předstihem, nebo na poslední chvíli přijdou svým nejbližším vybírat vánoční dárky, má nepřehrně množství možností. Vánoce v dm představují ale také třeba usměvavé prodavačky, které jsou vždy připravené ochotně poradit s tím nejvhodnějším dárkem nebo pomoci zákazníkům u nás zakoupené dárky také zabalit. Vánoce zároveň, jako každé jiné roční období, znamenají dialog se zákazníkem, a snahu, aby se u nás každý cítil dobře a rád se do našich prodejen vracel. Nejen o Vánocích.

Existuje něco jako „vánoční zákazník“? Mění se výrazně nabídka zboží, ale i organizace a celý systém služeb v tomto období?

Myslím si, že z nás všech, kteří nenakupují dárky průběžně, se koncem roku stávají právě vánoční zákazníci. Takže ano, řekla bych, že termín „vánoční zákazník“ lze určitým způsobem charakterizovat. A právě pro vánoční zákazníky chystáme již od podzimu širokou a zajímavou vánoční nabídku, ať už v sortimentu oblíbených dm značek, tak např. prostřednictvím limitovaných vánočních balíčků, edic či čím dál oblíbenějších adventních kalendářů, které mohou představovat zajímavý a neokoukaný tip na dárek. Pro kupující jsme přichystali koncem listopadu také inspirativní aktivitu s názvem Giving Friday, neotřelou dobu známého Black Friday. Ta přinesla příležitost, aby svým nákupem zároveň obdarovali něko-



Martina Horká

ho dalšího. Pět procent z pátečního obratu, který zákazníci uskutečnili v prodejnách dm i v online shopu dm, jsme se totiž rozhodli věnovat tam, kde je to potřeba, a sice organizacím, jež se zabývají smysluplnou prací s mládeží. Z vybrané částky 1 700 000 korun, kterou rozdělíme 20 konkrétním organizacím, máme velkou radost.

Jak nakupují vánoční dárky ženy a čím se od nich liší předvánoční zákazník-muž?

Je pravda, že v předvánočním období jsou nakupující muži v dm k vidění častěji než v ji-

ných obdobích. Zatímco v průběhu roku nakupují svým mužům drogerii zpravidla ženy, vánoční dárky v podobě drogerie obvykle muži zodpovědně vybírají sami. A jsou to právě muži, kteří často a vděčně využívají nabízeného poradenství a nechají si naším proškoleným personálem poradit, co by mohlo udělat ženám radost. A pro ty, kteří nechtějí bloudit po obchodech, ale přesto hledají inspiraci, nabízí sofistikovaného vánočního rádce také náš online shop, kde lze najít vhodný tip na vánoční dárek z mnoha kategorií, a to navíc zcela v klidu a v pohodlí domova.

Dostál e-shop dm očekávání? Projde i internetové obchodování před svátky, případně během nich, zatěžkávací zkouškou?

dm online shop si zatím vede lépe, než byla naše očekávání. V současné době má za sebou více než devět měsíců provozu a od jeho spuštění web eviduje přes tři miliony přístupů zákazníků. Samozřejmě očekáváme, že počet návštěv i objednávek v předvánočním období vzroste, ale jsme na tento nápor připraveni.

Jaké dárky máte nejraději a co nesmí chybět pod vánočním stromkem?

Spíše než hmotné dárky pod vánočním stromkem si o Vánocích užívám blízkost své rodiny a ty vzácné okamžiky, kdy se všichni sejdeme u štedrovečerní večeře nebo u vánočního stromečku a užíváme si společně tu slavnostní atmosféru Vánoc. To je pro mě ten nejhezčí dárek ze všech.

šťastné a veselé popřál Pavel Kačer ■■■



České podnikatelky slaví úspěchy hlavně v obchodu a službách

Letošní 11. ročník projektu Ocenění českých podnikatelek zná od 8. listopadu 2018 své vítězky. Soutěž vyzdvihuje úspěšné české ženy na poli podnikání. Měřeno nejrůznějšími úhly pohledu jde o nejsilnější ročník a silné podnikatelské příběhy. Stejně jako v předešlých ročnících i tentokrát si úspěšné české podnikatelky odnesly ceny v kategoriích podle velikosti firmy i čtyři speciální ocenění.



Cílem projektu OCP je od jeho samého začátku objevovat a zviditelňovat úspěchy českých žen – podnikatelek a nejen to. Jeho smyslem je rovněž vytvořit platformu plnou inspirace, vzájemného respektu, spolupráce a přinášet příklady úspěšných českých lidí pro budoucí generace podnikatelů. „Také v letošním roce platí, že doménou českých podnikatelek jsou především obchod a služby, kde působí hned 62 % finalistek. Výrobě se věnuje 16,5 % podnikatelek, 13 % podniká ve stavebnictví, 10 % v dopravě či logistice, 8 % ve vzdělávání, 7,5 % pak shodně ve zdravotnictví a také v gastronomii a potravinářství. Zhruba 6 % podnikatelek působí v oboru cestovního ruchu. Jsem velmi ráda, že i letos máme mezi vítězkami podnikatelky, které již v minulosti v Ocenění českých podnikatelek uspěly. Svědčí to o jejich stabilitě a usilovné práci na jejich růstu,“ řekla zakladatelka projektu Ocenění českých podnikatelek Helena Kohoutová.

Záštitu nad letošním ročníkem převzalo stejně jako v případě jubilejního ročníku Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. „Jako každý rok je nám ctí udělit záštitu právě tomuto projektu, který si váží žen a zviditelňuje úspěšné podnikatelky. Ženy si v podnikání zaslouží naši podporu a je pro mě jako vrcholovou manažerku potěšitelné, že jich v podnikání přibývá. Jsem přesvědčena, že právě takové projekty, ja-

ko je tento, dodávají ženám nejen vůli vše zvládnout, ale i radost a hrdost,“ sdělila ministryně průmyslu a obchodu Marta Nováková. Záštitu nad galavečerem Ocenění českých podnikatelek udělilo Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR. „Ženy v Evropské unii stále vydělávají v průměru o 16 % méně než muži. Avšak Česká republika má druhý nejvyšší rozdíl ve výdělcích žen a mužů v EU, a to 21,8 %. Ženy totiž primárně zajišťují péči o děti, ale i starší členy rodiny, a na delší období opouštějí trh práce. Nízké zastoupení mužů pečujících o děti pak souvisí s ekonomickou volbou rodiny o tom, kdo zůstane doma a kdo bude vydělávat. Proto jsem velice ráda, že svět podnikání je otevřený i ženám, a ty v něm dokáží být velmi úspěšné. Jak ukazují výsledky soutěže Ocenění českých podnikatelek z minulých let, některým se daří úspěšně podnikat i v oborech, které jsou považovány spíše za mužskou doménu. Stát by měl podnikatelkám vyjít vstříc hlavně při zjednodušování administrativní záležitosti při komunikaci se státní správou a přizpůsobení rekvalifikačních potřebám zaměstnanců a zaměstnavatelů,“ uvedla ministryně práce a sociálních věcí Jana Maláčová.

Odborný garant soutěže, společnost CRIF – Czech Credit Bureau, vybíral z 28 535 potenciálních kandidátek, které odpovídaly kritériím soutěže. Z nich bylo na základě ratingu

nominováno 1062 semifinalistek s nejlepšími ekonomickými výsledky. Ve finále se vybíralo ze 120 firem, přitom 83 z nich splnilo všechna kritéria. „Z databáze Cribis vyplývá, že více než 70 % finalistek OCP 2018 působí na trhu déle než deset let. Je potěšující, že v ČR je mnoho dlouhodobě úspěšných podnikatelek. Svědčí to o tom, že se jim povedlo nejen dobře stanovit firemní vize a strategie, ale také své podnikání flexibilně přizpůsobit změnám na trhu. Nikoho asi nepřekvapí, že čtvrtina finalistek podniká v Praze. Více než 10 % z finalistek má sídlo v Jihomoravském, Moravskoslezském a Středočeském kraji. Ostatní finalistky potom fungují v dalších sedmi krajích. Úspěšné podnikatelky tedy můžeme najít prakticky v celé republice,“ sdělil Pavel Finger, místopředseda představenstva CRIF – Czech Credit Bureau, a.s.

„Dovolte mi v roce 100. jubilea založení Československa připomenout slova prvního prezidenta Tomáše G. Masaryka, který obhajoval zapojení žen do práce i veřejného života: Moderní česká žena znamená našemu malému národu zdvojení našich sil. Správně poukázoval na to, že země, která nevyužije polovinu svého potenciálu, je odsouzená pouze k polovičnímu úspěchu. Vodafone dlouhodobě podporuje obrovský potenciál žen, které jsou čím dál aktivnější i jako podnikatelky,“ sdělil Mi-



chal Müller, obchodní ředitel pro firemní zákazníky společnosti Vodafone, zástupce hlavního partnera projektu.

Vítězky 11. ročníku projektu:

Malá firma

1. **Ice Café s.r.o.**, Pavla Polišenská
2. **Esthé – Klinika estetické medicíny, a.s.**, Hana Raková
3. **Market Point, s.r.o.**, Olga Landová

Střední firma

1. **KALA Trans s.r.o.**, Ilona Kalová
2. **Aquastyl International, s.r.o.**, Eva Domenici
3. **ADI interiér s.r.o.**, Renata Kobzová

Velká firma

1. **Lubricant s.r.o.**, Zdeňka Heyn Edlová
2. **Abydos s.r.o.**, Olga Kupec
3. **KTA technika**, Irena Hrnčířová

Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka

Zámek Loučeň, Kateřina Šrámková

„S paní Kateřinou Šrámkovou, chcete-li zámeckou paní, jsme se potkali již v loňském ročníku OCP. Zaujal nás její příběh, který je spojen se záchranou historického objektu – zámku v obci Loučeň. Navíc vybudovala v zámeckém parku 12 unikátních labyrintů a bludišť, čímž zatraktivnila samotnou památku. Prohlídky zámku a celého areálu probíhají zásadně s kostýmovou postavou, pořádají speciální tematické, dětské, večerní a čokoládové prohlídky. Součástí objektu je i hotel. Celý koncept je netradiční, a díky tomu je zámek Loučeň mezi Top 10 nejnavštěvovanějšími památkami v České republice. Je příkladem pro ostatní vlastníky a provozovatele památek, kteří se inspiřují jejími nápady. Dokázala se odlišit od konkurence na trhu, od zjetého modelu provozování historických památek, a tím zcela oprávněně získává titul Výjimečná podnikatelka,“ vysvětlil Petr Manda, ředitel Firemního bankovníctví ČSOB.

Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft

unuodesign, s.r.o., Petra Plemlová

„Příběh Petry Plemlové ze společnosti unuodesign je typickým příběhem digitální transfor-



mace. Firma podnikající s textilní galanterií zjistila, že se potřebuje lépe orientovat ve svém skladu, tak vyvinula interní aplikaci pro skladování a vybavování skladových zásob. Tuto aplikaci posléze začala nabízet i jiným firmám, a vznikl tak business a zdroj příjmu, který byl nezávislý na původním podnikání. Ze čtyř pilířů digitální transformace Petra Plemlová inovovala procesy ve své firmě a zároveň vytvořila nový produkt/službu, a proto jsme ji zvolili jako vítězku kategorie za Digitální transformaci,“ uvedl Ondřej Novodvorský, ředitel pro malé a střední firmy společnosti Microsoft ČR.

Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny

IN-EKOTEAM s.r.o., Eva Komárková

„Firma IN-EKO TEAM s.r.o. paní Evy Komárkové mě zaujala okamžitě jednak svým posláním all for water, a pak hlavně tím, že veškerá zařízení a technologie jsou vyvinuty konstruktéry u nás v Čechách. Žádný dovoz, ale naše úžasné české mozky. Výsledek práce této firmy s celosvětovou působností můžete vidět, můžete ochutnat. Poslání této „očistovací a vodu napravovací“ společnosti je přesně v souladu s postojem naší firmy k přírodě a jejím bohužel vyčerpátným zdrojům,“ zdůvodnila výběr pro udělení Ceny za inovativní řešení Šárka Dolanská, krajská ředitelka Praha II České pojišťovny.

Cena za výjimečný růst firmy – pod patronací Mastercard

unuodesign, s.r.o., Petra Plemlová

„Příběh Petry Plemlové je unikátní v tom, že se čtyřmi dětmi prakticky vlastními silami vybu-



dovala z nuly e-shopy, které zatím v České republice na trhu chyběly, a návazná digitální řešení pro automatizaci skladových procesů, která pomáhají i dalším e-shopům. To vše navíc s ekologickým přesahem. S ohledem na tato fakta a výsledky, kdy tržby její společnosti rostou dvojnásobným tempem, tak se stává letošním vítězem v kategorii Výjimečný růst firmy,“ konstatoval Tomáš Doležal, marketingový manažer za ČR a SR společnosti Mastercard.

Auditorem projektu je již několik let poradenská firma NSG MORISON, která každoročně analyzuje jak finanční ukazatele firem, tak podnikatelské chování žen. „Česko je plné schopných, vzdělaných a talentovaných žen. Přesto stále, kvůli tomu, že ženy dělají business s velkou mírou proto, že je to baví, nikoliv prioritně pouze pro peníze, nedosahují tak velkých finančních zisků. Přesto ženy mají neuvěřitelný výkon a jsou efektivnější než muži. Jen si to stále dostatečně neuvědomují. Ženy obecně pracují o dost více než jejich protějšky. Vedle logiky, strategického myšlení a klasických kompetencí dobrého šéfa totiž ženy využívají a přirozeně ovládají lépe i další dovednosti, jako je emoční inteligence, či ženy častěji volí řešení win-win vhodné pro všechny. Muži naopak někdy soutěží a bojují pouze za vlastní zájem i tam, kde to není účinné. Ženy podnikatelky, přestože se také potýkají s nedostatkem zaměstnanců, vykazují právě díky své empatii větší loajalitu svých zaměstnanců, což je v současné době velice přínosné,“ popsal Petr Šíma, partner NSG MORISON. (tz)

www.oceneniceskychpodnikatelek.cz



Stylová řešení vašich
koupelen a kuchyní



Žaneta Vitáková
Product Manager

Rovnováha tak akorát

Rádi kombinujete čistý design s jednoduchostí, ale s důrazem na funkčnost a praktičnost? Pak se zamilujete do koupelen a kuchyní zařízených ve skandinávském stylu. A není se čemu divit. Jsou nádherné, působí velmi harmonicky a nadčasově.