

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

prosinec 2019

Ke konci roku

Eva Brixí

Před tvé kroky
Padá sníh
Cestu dláždí ornamenty
Z ledničky
Úsměvy
Z nichž vyprchaly letničky
Halíš do šály
A jemné vůně parfémů
Necháváš zrát
Cestou z cukrárny či harémů
Prosinec je svůdný
Chystá nový rok
A nevědomky řídí kalendáře
Nahlíží i do diáře
Plní mobil
Zpovídá si lidské tváře
Předsevzetí nefungují
A lásky
Ty se negooglují
Bez líbánek
Život je jen obrácený vánek
Nevím
Jak to mají muži
Ale ženy
Ty jsou vždycky jako džbánek
Plně zrcadel a svítelníček
Ztracených a nalezených
Nečitelných dalek
Se závojem bílých kremrolí i holubiček

Před tvé kroky
Padá sníh

Martina Nováková

Stírací los je náš kouzelný
vánoční společník

rozhovor na stranách 10–11



INZERCE

SCAN quilt[®]



www.scanquilt.cz 49 prodejen v ČR

Chci věnovat čas tomu, co mě baví

Od salonu v Liberci, který vlastní tato dáma více než dvacet let, je to na dominantu tamního kraje, Ještěd, co by kamenem dohodil. I to je patrně jeden z důvodů, proč má toto místo zasvěcené kráse a relaxaci tak jedinečnou atmosféru. Chuť navštívit je znovu a znovu však člověk dostane, jakmile se setká s PhDr. Miroslavou Peřinovou, majitelkou kosmetického salonu, která byla v rámci odborné soutěže Hvězda GERnétic Česko 2019 uvedena do Síně slávy a jejíž specialitou je ošetření dvojic.



PhDr. Miroslava Peřinová

Jak jste se od vzdělávání ve zdravotnictví dostala k profesi kosmetičky?

Ošetřování pokožky je mým celoživotním koníčkem. Už během let, kdy jsem vyučovala na střední zdravotnické škole, mne pokožka fascinovala jako orgán. Když jsem po revoluci složila státní zkoušku, s kolegyněmi jsme na škole vytvořily volitelný předmět, v němž jsme téma chtěli se svými studenty probírat do hloubky. Vzbudilo to velký zájem. Ministerstvo je akreditovalo, ale narazili jsme na problémy s financováním. Ale my nechtěli, aby šlo naše úsilí vniveč. Vymysleli jsme, jak předmět realizovat alespoň formou seminářů. Když jsem dovedla své poslední studenty k maturitě, rozhodla jsem se s učením ale skončit a naplno se věnovat svému koníčku. Ještě během pedagogické dráhy jsem si založila kosmetický salon. Skloubit obě práce bylo opravdu náročné. Když přišel důchod, chtěla jsem podnikat a věnovat čas už jen tomu, co mě baví a naplňuje.

Vzpomenete si na své první setkání s GERnétic?

Francouzská kosmetika měla vždy dobré renomé. Jenže já jsem chtěla ještě něco navíc, aby byly přípravky podloženy medicínsky. To jsem našla ve značce GERnétic, jejímž duchovním otcem je Dr. Albert Laporte. Jeho příběh a zkušenosti z popáleninové kliniky, schopnost vše jasně, srozumitelně vysvětlit v medicínských souvislostech, to mne velmi inspirovalo a utvrzovalo v tom, že jsem narazila na něco opravdu hodnotného.

Co bylo tím impulzem, který vás přesvědčil o tom, že GERnétic je pro vás ten správný partner?

Že jsem na správné cestě, jsem si uvědomila během mnohých setkání s Alenou Kimlovou, která dokázala s obrovským zápalem a erudiicí předávat své vědomosti o značce GERnétic

a fascinuje tím též i mnoho dnes začínajících Gerneticienne. Přesvědčil mne i přístup celého zakládajícího týmu v čele s Ladislavem Kavanem, majitelem generálního zastoupení značky pro ČR a SR, Hanou Maříkovou a Martou Záveskou, které pro potřeby kosmetiček, jejich dotazy a osobnost mají vždy správné pochopení.

Se značkou spolupracujete už více než dvacet let. Ovlivnilo vás to v rovině profesní i v rovině osobní?

Obě roviny se svým způsobem sloučily. Důležité je však také vyvažovat různé aktivity. Pro mne bylo a stále je důležité zázemí, obrovská podpora mého muže. Dal mi pocit, že si mohu dovolit podnikat, a tím se v mém životě vytvořil pro podnikání prostor. Z počátku, když děláte něco nového, je přirozené, že se do toho ponoříte. Po jisté době, kdy si vše potřebné osvojíte, už zase činnosti lépe umíte vybalancovat. Takže bych neřekla, že GERnétic mě automaticky najednou naučil najít rovnováhu mezi osobním a pracovním světem, spíše jsem k tomu dospěla postupně.

A co vše by měla kosmetička umět a vědět, pokud se chce svému oboru věnovat naplno?

Motivace je pro obor klíčová. Jiná je v patnácti letech, jiná, když se na dráhu kosmetičky vydáte z úplně odlišného odvětví. Mladí lidé vidí převážně tu krásnou práci, ale nedomyšlejí její souvislosti – fyzickou námahu, ekonomické náležitosti, psychické předpoklady. Starší lidé ji někdy volí jako nouzové východisko, udělají si rekvalifikační kurz, mechanicky se to naučí, ale aby to takový člověk opravdu uměl, musí to dostat pod kůži. Musí cítit, že se v tom chce rozvíjet a dál vzdělávat. Sebedůvěru totiž kosmetička získává díky vědomostem. A od toho se posléze odvíjí i důvěra zákazníka, který na své dotazy vždy dostane fundovanou odpověď. Je to ale také o empatii, schopnosti naslouchat, je to o zručnosti, kreativitě a ekonomické gramotnosti. Není nad pocit, když pod mýma rukama vystupuje krása každého z klientů. Těším se z toho, že je pro mé klientky a klienty každá návštěva relaxací a příležitostí, kde mohou odhodit své starosti nebo se z nich vypovídat.

Myslíte si, že lidé chybují v péči o sebe sama? Jak by to mohli změnit například manažerky a manažeři?

Během praxe jsem vyzorovala, že existují tři skupiny klientů – ti, kteří naslouchají doporučení kosmetičky, chodí k profesionálové pravidelně a dbají také na domácí péči. Poté jsou zde ti, kteří chodí pravidelně, ale v domácí péči si vše ladí podle sebe. Obvykle jim chybí trpělivost a vytrvalost. A třetí skupina chodí

na kosmetiku pravidelně, ráda, ale o tom, že by se o sebe měli tito lidé starat také dvakrát denně doma, nechťejí ani slyšet. Manažerky a manažeři obvykle patří do první skupiny. Jsou si vědomi toho, že potřebují vypadat reprezentativně, vědí, že po finanční stránce si mohou takové zážitky u Gerneticienne dopřát a rovněž nešetří na produktech, které používají doma. Velkou roli u nich hraje pozitivní zpětná vazba, která je utvrzuje v tom, že pro sebe dělají správnou věc. A právě reakce okolí do salonu mnohdy přiláká nové zájemce.



klientce vše lépe vysvětlit. Také rádi s mužem jezdíme na wellness pobyty, kde s chutí vyhledám služby kosmetičky, nemusí nutně pracovat s GERnétic, ale chci si u ní odpočinout a užít si ten příjemný pocit, že se o mne stará někdo jiný.

Víte, co vám pomáhá udržovat se v kondici a dobré náladě?

Jednoznačně spánek.

Jaký psychologický význam má pro ženy po padesátce pravidelná profesionální kosmetická péče?

Která procedura je nejoblíbenější?

To nelze jednoznačně říci. Já se zaměřuji na obličej, krk, dekolt, a případně paže. Jsem zařízená také na to, abych mohla ošetřovat dvě osoby najednou. Takto za mnou například dojíždí jeden pár až z Rakouska. Je to ideální volba také pro kamarádky. Proceduru však stavím vždy na individuální diagnostice pleti. Na začátku ošetření zařazuji manuální lymfodrenáž, která umocní výsledky, a klienty tak připravím na další kroky procedury. Je to moment, kdy se snažím, aby se lidé maximálně

uvolnili a otevřeli se relaxaci. Pocit uvolnění přetrvává, pokud se ty méně příjemné úkony, jako je úprava obočí, odehrají ze začátku, aby nerušily pozdější zážitky.

Pečujete o druhé s obrovským profesionálním nasazením. Necháváte se ale také sama hýčkat?

Ráda se starám sama o sebe a GERnétic mne provází každý den. Všechny produkty, všechny techniky, které denně využívám ve své kosmetické praxi, jsem na sobě otestovala. Věřím tomu, že když s nimi máte zkušenost, dokážete

Mladé ženy, které ještě nemají partnera, chtějí vyřešit něco, co je na jejich vzhledu trápí. Chtějí se cítit atraktivní a sebevědomé, vědí, že v tomto věku je vzhled pro navazování vztahu důležitý. Další kategorií tvoří například novopečené maminky, pro ně je kosmetika příležitostí, jak si užít čas jen pro sebe a vypnout, nabrat síly. Ženy po padesátce se kosmetikou rozmazlují. Jsou ve věku, kdy si to mohou dovolit, pečují o sebe, protože chtějí. Baví je cítit se dobře, vnímat se jako krásné, elegantní a obvykle je poji elán a chuť užívat si života aktivně.

ptala se Kateřina Šimková

Výstižná vyjádření názoru na poštovní obálku

KRKONOŠSKÉ OBÁLKY

O tom, že i v digitálním světě k nám patří poštovní obálka, vypovídala naše anketa v listopadové Madam Business. Sedmi podnikatelek a manažerek jsme se ptali, zda ji v korespondenci používají, jaký význam jí přikládají, jaký k ní mají vztah. Partnerem ankety byla společnost KRKONOŠSKÉ OBÁLKY s.r.o. Kterou odpověď vybral jako nejlepší Ing. David Kotajný, MBA, ředitel uvedené firmy? To se dočtete v následujících řádcích, které nám David Kotajný zaslal:

„Rád bych touto cestou poděkoval redakci časopisu Prosperita a přílohy Madam Business za průzkum mezi ženami nazvaný Poštovní obálka k nám patří i v digitálním světě. Mys-

lím si, že jak samotná otázka, tak i zacílení na ženy, podnikatelky a manažerky, bylo velmi zdařilé. Kdo jiný než právě ženy, má před námi muži náskok v citu pro krásu a estetiku? Pro nás jako výrobce poštovních obálek však závěr z tohoto průzkumu nevyšel dobře. Potvrdil se jinak již obecný trend, nám v posledních letech dobře známý, a to postupného ústupu od zasílání zpráv, smluv, přání atd. v písemné podobě na papíře vloženém do poštovní obálky. Rád bych nicméně poděkoval všem zástupkyním českých společností za jejich krásná, a někdy i velmi výstižná vyjádření názoru na poštovní obálku. Bylo naším záměrem již v samém úvodu této zprávy odměnit malým dárkem nám nejlépe znějící odpověď. Rád bych tedy velmi ocenil příspěvek Heleny Kohoutové, jednatelky společnosti Agentura HELAS, s.r.o. A to nejen proto, že odkazuje na krásu tradice našich babiček a dědečků při využívání poštovních obálek, ale také proto, že zároveň odkazuje na Anglii (a dle našich zku-

šeností je tomu podobně i v jiných zemích západní Evropy), kde si ještě stále v oblasti marketingu cení poštovní obálky jako významného nosiče informace a prezentace společnosti. Proč tomu tak není v ČR, to opravdu nevím...“

Vítězce Heleně Kohoutové blahopřejeme a přejeme jí, aby do její firmy přicházely obálky jen s těmi nejlepšími zprávami. Od KRKONOŠSKÝCH OBÁLEK obdrží pěkný dárek. (red)





Poslední měsíc roku

Duševními aktivitami se v prosinci dostáváme do nebyvalých obrátek. Tlak doby vítězí a nám se zdá, že nastává konec světa. Nepřejeme si než to, aby všechny aktivity skončily a my se uchýlili do náruče nejbližších, do pohostinnosti domova, k laskavým stránkám knížek, které jsme nestihli za celý rok přečíst. Není to však tak trochu naše vina, že se necháváme vtáhnout do víru nekonečna a utěšujeme se tím, že je to tak v každé firmě, každé organizaci? Proč si to namlouváme a proč si to vůbec uvědomujeme? Proč si připouštíme, že je to norma? Odpověď neznám, ale myslím si, že ji budeme muset hledat. Možná v jiném pohledu na sebe sama.

Eva Brixová, šéfredaktorka



Tip Grady

Vnitřní svět vítězů Čím se nejlepší liší od průměrných

Marian Jelínek



Co rozhoduje o vítězích mezi nejlepšími? Jak se nevzdávat, i když se zrovna nedaří? Jakými technikami nejvíce ovlivníme svůj výkon? Naučte se využívat své vnitřní dvojče, svého kritika. Uznávání kouč a sportovní psycholog se dělí o své zkušenosti a doplňuje je příběhy světových i českých vítězů.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, prosinec 2019
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixová-Šimková, e-mail: brixov@prosperrita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

Martin Šimek, e-mail: martin@prosperrita.cz, mobil: 606 615 609

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

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



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.

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.



Čemu byste se letos chtěla naučit?

Soňa Jonášová
Institut cirkulární ekonomiky
výkonná ředitelka

Chtěla bych pracovat na svém osobnostním managementu. Je pro mě důležitý autentický leadership, zlepšit time management a pochopit, že NE není špatné slovo, ale určuje moje hranice. Moje práce zahrnuje každodenní kontakt s mnoha lidmi a mám tendence říkat lidem, že se mohou kdykoliv ozvat a já jim poradím, provedu je tématem nebo se s nimi setkám. A v tomto roce došla kapacita mých hranic, protože jsem prakticky z kalendáře vyřadila sebe samu. Člověk si nemůže udělat čas na ostatní, když to neumí sám u sebe.



Jak vnímáte genderové otázky? Má smysl se jimi zabývat?

Jonathan Appleton
asociace ABSL
ředitel

V každém případě ano. Příklady z českých center podnikových služeb jsou jednoznačným důkazem toho, že diverzita v jakékoliv své podobě podporuje inovace, růst a kvalitu poskytovaných služeb. A je to logické, tým složený z lidí stejného pohlaví, přibližně stejného věku, vzdělání a původu nemůže přicházet s příliš rozdílnými nápady, jejich životní zkušenosti jsou totiž velmi podobné. Naopak skupina lidí z různých prostředí a lišícími se zkušenostmi může firmu obohatit o celou řadu jedinečných pohledů na věc, zkušeností a názorů. Téma rovného zastoupení žen a mužů je zejména pro progresivní firmy prioritou. Oblast podnikových služeb je tradičně v otázce přístupu k ženám a mužům pokroková. Podle našich údajů ženy v centrech průměrně obsazují 48 % pozic a jejich počet roste i na vrcholových postech, meziročně zhruba o 15 %. Aktuálně činí poměr žen a mužů v managementu českých center podnikových služeb 5:4. Je to dáno především tím, že centra služeb lákají manažerky na zajímavé benefity, které jim umožňují skloubit rodinu a kariéru, a zároveň se snaží udržet ženy v kontaktu s prací i v době mateřské dovolené. Cílem přitom je, aby měly stále přístup k vývoji v oboru a udržely si své know-how. Myslím, že je to dobrý příklad i pro zbytek trhu.



Informace do kabelky

Ochutnejte francouzský luxus

Světově známá značka prémiových sýrů Ile de France, která se zrodila v roce 1936 ve Francii, zavítala v listopadu také do ČR. Na náš trh přišla s pěti druhy luxusních plátkových sýrů. Hodí se jak pro studenou (Baldaran, Normantal, Crémérin), tak pro teplou kuchyni (Charmidor, Montaver). V této souvislosti byly prezentovány zajímavé informace: největší spotřebu sýrů za rok v Evropě mají Řekové – 31 kg. Následují je Finsko, Francie, Německo, Nizozemsko a Itálie. V ČR je průměrně konzumováno 17,7 kg na osobu.



(tz)



Hory pohody

Ochutnejte zimu v Peci :-)

OBJEVTE SVŮJ HORIZONT...



★★★★
HOTEL HORIZONT

PEC POD SNĚŽKOU

+420 499 861 222

www.hotelhorizont.cz

Od cibule k brokolici a kosmetice

Bez cibule se obejde málokterá kuchařka. A je přímo magické, kolik pokrmů si cibuli žádá. I to, jak ji máme rádi. Mnozí vyhledávají tu Všeťarskou. Není divu. Má svébytné složení a je zkrátka jedinečná mezi jinými druhy cibule. Pěstuje ji Zemědělské družstvo Všeťary. S předsedkyní představenstva Ing. Monikou Nebeskou jsem se však nebavila jen o cibuli, ale také o brokolici a českém zemědělství:



Ing. Monika Nebeská

Všeťarská cibule je značka, která v sobě skrývá i kousek národní hrdosti. I tak jste ji prezentovali na slavnostech cibule na podzim. Je to akce, již posilujete vnímání vašeho družstva veřejností, vztah lidí k poctivému zemědělství. Daří se to?

Myslím, že ano. Primárním cílem těchto slavností je představit naše družstvo a jeho vládkový produkt – Všeťarskou cibuli – právě široké veřejnosti. Jde nám o to ukázat návštěvníkům, že produkujeme kvalitní cibuli a další plodiny s náležitou péčí a ohleduplností k půdě a přírodě. Chceme ale i oslavit a zvi-

ditelnit české zemědělství a úrodu, regionální pěstitele, posílit povědomí veřejnosti o šetrném přístupu k půdě, o kvalitě regionálních potravin i o nutnosti přistupovat k současné „zelené vlně“ se zdravým selským rozumem. Pro ekologii každý z nás udělá mnohem víc, když se bude zajímat o to, kde a jak kvalitně byly plodiny vyprodukovány, zda nebyly dovezeny přes půl světa či dlouho skladovány. Cítím jako svoji povinnost prezentovat české zemědělství, které je opravdu na velmi dobré úrovni, a ukazovat ho lidem v jiném světle, než jak bývá někdy nesprávně hodnoceno. Všeťarské oslavy cibule a mléka jsou jednou

z příležitostí, jak k tomuto cíli přispět. A letos se nám naše oslava opravdu povedla. Připravili jsme bohatý program pro celou rodinu a i přes nepřízeň počasí přišlo několik tisíc návštěvníků. Všeťarská cibule je produkt, na který můžeme být právem pyšní. A jsem ráda, že již pozoruji ve společnosti trend měnícího se přístupu spotřebitelů k potravinám. Více nakupují regionální produkty, poznávají, že jsou kvalitní, a uvědomují si, že preference lokálních (nejen) potravin je rozumná i s ohledem na životní prostředí.

Jaká byla letošní úroda?

Letošní sezona v našem podniku byla úspěšná, sklizeň se povedla. Část Evropy sice ještě nemá kvůli počasí cibuli „pod střešou“, ale zdá se, že by letos nemuselo dojít k situaci, která nastala vloni zjara, že se vozila cibule z Egypta, či dokonce z Nového Zélandu, protože v Evropě nebyla. Nový Zéland je vzdušnou čarou vzdálený 18 000 kilometrů, takže drahá logistika se přirozeně promítá do cen. Cibule v obchodech byla často dražší než banány a jiné exotické ovoce. Trochu nespravedlivě někdy spotřebitelé z vysokých cen viní provozy. My zemědělci však cenu cibule neovlivníme. Konečnou cenu stanovuje obchod na základě jejího množství na trhu.

V jaké úpravě máte vy sama cibuli nejraději? Někdo miluje cibuli syrovou skoro ke každému jídlu, jiný grilovanou, další jako polévku cibulačku či jako delikatesní řízečky v trojbalu...

Asi jsem trochu „profesně deformovaná“, ale já si svůj jídelníček (a ostatně i život) bez cibule opravdu nedokážu představit. V kuchyni zpracovávám cibuli ve všech možných podobách, navíc ji i využívám jako lék první volby při různých nachlazeních a virózách. Na kašel je nejlepší cibule nakrájená na kostičky s cukrem, to je účinný recept od mojí babičky. Při svých cestách ráda ochutnávám i různé exotické pokrmy s cibulí a zkouším se tím inspirovat, a to jak doma v kuchyni, tak při úvahách

U nás v ZD Všeťary máme a vždy jsme měli živočišnou výrobu, do půdy vracíme hnůj – organickou hmotu – tolik nezbytnou pro její výživu, zdraví a dlouhodobou úrodnost. Pěstujeme sóju, která obohacuje půdu o dusík a uvolňuje málo přístupný fosfor a draslík. A taky vojtěšku. Tím udržujeme pozemky ve skvělé kondici i pro další generace.



o rozšíření produkce našeho družstva. V tomto směru testujeme nějaké aktivity směřem k výrobě dalších cibulových produktů, jako je třeba cibulové chutney či sušená cibule coby šikovné dochucovadlo pokrmů.

Blahodárné účinky cibule lze ale využít i jinak než při přímé konzumaci. Slupky z cibule mají totiž slibný potenciál pro kosmetický průmysl. Jsou skvělým zdrojem kvercetinu, silného přírodního antioxidantu, jehož vlastností se využívá při léčbě a zmírnění zdravotních problémů způsobených různými druhy alergií. Spolupracujeme v tomto ohledu s Mendelovou univerzitou v Brně, konkrétně s Ústavem pěstování, šlechtění rostlin a rostlinolékařství, kde v současnosti probíhá výzkum zaměřený na možnosti využití látek obsažených v cibulových slupkách v kosmetických přípravcích. Tak vidíte, kam až jsme se z té kuchyně dostali...

Kde všude může právě vaši cibuli zákazník koupit? A čím se odlišuje od cibule jiných pěstitelů?

Výjimečnost Všecké cibule spočívá v její chuti i nutričních hodnotách. Oproti průměrným cibulím obsahuje o čtvrtinu více železa a má dvojnásobek niacinu (vitamin B3). Díky tomu je od roku 2008 držitelem chráněného zeměpisného označení Evropské unie. Charakteristické jsou pravidelné kulovité nebo vejcovité tvary, chuť lahodná, sladká či pálivá podle odrůd, vůně sladká i cibulovitě štiplavá. Žádnou nutričně a chuťově srovnatelnou cibuli na trhu nenajdete. U nás ve Všecké cibuli nejen pěstujeme, třídíme a balíme, ale také ji loupeme. Loupaná cibule je připravena na kuchyňské zpracování, dodáváme ji tak třeba do nemocnic, jídelen, objednat si ji mohou hotely, lázně, výroby lahůdek apod. Zákazníci se s naší cibulí mohou setkat třeba na pultech prodejen Albert.

Také jste ji letos přihlásili do soutěže Česká chuťovka a ocenění získala. Čím si naklonila porotu?

Určitě vynikající chutí, protože to je rozhodující kritérium pro udělení této značky kvality. Značku „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka“ uděluje každoročně hodnotitelská komise nezávislých odborníků pod záštitou místopředsedů Senátu ČR a ministra zemědělství. Mám radost, že naše cibule u porotců svojí nezaměnitelnou chutí zabodovala.

Vím, že družstvo hledalo další specializaci a rozhodlo se pro brokolici. Proč právě pro ni? Čím je zajímavá pro producenta a čím pro konečného strávníka?

Pro zákazníka je zajímavá především tím, že se řadí mezi tzv. superpotraviny. Je příbuzná

květáku, ale obsahuje o 60 % více vitamínu C než květák. Je bohatá na vlákninu, betakaroten, vitamin E a kyselinu listovou. Brokolice je velmi silným antioxidantem, který snižuje hladinu volných radikálů, a tím i riziko vzniku cévních onemocnění, podporuje celkovou obranyschopnost organismu. Obsahuje tolik vápníku jako mléko. Je prostě velmi zdravá a také chutná, proto ji vyhledává stále více zákazníků. A to je z našeho pohledu zajímavý segment produkce zeleniny.

Kdo od vás bude tuto zeleninu nakupovat? Budou mezi odběratele patřit také obchodní řetězce?

I tuto komoditu mohou spotřebitelé najít ve všech prodejnách Albert.

Kolik hektarů v příštím roce plánujete brokolici věnovat? Je to choulostivá plodina nebo nevyžaduje přehnanou péči?

Brokolici pěstujeme třetím rokem a pro příští rok ji plánujeme sázet na 93 hektarech. Prvním rokem jsme zkoušeli pět hektarů, následně 35 hektarů a letos jsme plochu jejího pěstování opět rozšířili. Je to hodně náročná plodina. Je závislá na počasí, potřebuje dostatek slunce, ne nadarmo jsou jejími hlavními producenty v Evropě Španělsko a Francie. Ale pokud např. nadměrně vysoká letní vedra nastoupí bezprostředně po výsadbě brokolice, zabrzdí se vývoj růžic, které nemusí dospět do tržní zralosti před nástupem podzimních mrazů. Je taky citlivá na nepříznivé povětrnostní situace. Vyžaduje prostě specifické podmínky a její pěstování je tedy relativně náročné.

Říká se, že ten, kdo podniká, řídí firmu a hraje si zároveň, dosahuje nejlepších výsledků. Platí to také ve vašem případě?

Někdy jsem z toho „hraní si“ docela unavená! Ale je pravda, že mě práce baví a naplňuje. Vě-





řím totiž, že to má smysl a že to za trochu té únavy stojí. Podařilo se nám v družstvu vytvořit fungující tým lidí, se kterými je radost pracovat. Asi proto, nebo právě proto se nám daří.

Jistě máte velkorysé vize i pro další roky. O čem asi jsou?

Naši vizí je družstvo, které nejenže realizuje zisk, ale také dbá na provázanost s okolím, ve kterém hospodáří. Snahou je budování dobrého jména, využívání nových trendů v rostlinné a živočišné výrobě, podpora komunitního rozvoje, kulturního dědictví venkova, spolupráce s neziskovými organizacemi atd. Naším úkolem není jen prvovýroba potravin, ale i tvorba krajiny a podpora života na venkově. Chceme produkovat kvalitní lokální potraviny, poskytovat pracovní příležitosti, přispívat k sociálnímu a kulturnímu rozvoji, prostě být nedílnou a tvořivou součástí života v našem regionu.

Projevují Češi odpovědný přístup k půdě a jsou na ni dostatečně hrdí?

Ano i ne. Myslím si, že české zemědělství je na velmi dobré úrovni, a to i co do vztahu k životnímu prostředí a ochraně půdy. Rada lidí, kteří v zemědělství nepracují, si toto ale možná tolik neuvědomuje a neprávem české zemědělství podceňuje. Nesouhlasím s někdy zaváděnou kategorizací na malé a velké zemědělské podniky a od toho odvozovaným dopadem na životní prostředí. Myslím si, že tolik nezáleží na rozloze obhospodařovaných pozemků, ale na tom, jak se hospodář chová k půdě. Tradiční postupy, které poskytují

trvalý přísun hnoje z živočišné výroby, zajišťují kvalitu půdy. V půdě musí být život, žížaly, larvy atd., dokáže pak lépe zadržovat vodu, které je čím dál větší nedostatek.

U nás v ZD Všeňstary máme a vždy jsme měli živočišnou výrobu, do půdy vracíme hnůj – or-

ganickou hmotu – tolik nezbytnou pro její výživu, zdraví a dlouhodobou úrodnost.

Pěstujeme sóju, která obohacuje půdu o dusík a uvolňuje málo přístupný fosfor a draslík. A taky vojtěšku. Tím udržujeme pozemky ve skvělé kondici i pro další generace. Jsme větší

Slupky z cibule mají totiž slibný potenciál pro kosmetický průmysl. Jsou skvělým zdrojem kvercetinu, silného přírodního antioxidantu, jehož vlastností se využívá při léčbě a zmírnění zdravotních problémů způsobených různými druhy alergie.

podnik, ale jsme i dobrý hospodář! České zemědělství vynívá velmi dobře v porovnání s ostatními evropskými zeměmi, i co se týče spotřeby pesticidů. Naše republika má v porovnání s Belgií zhruba čtyřikrát nižší spotřebu pesticidů a zhruba dvakrát nižší v porovnání s Francií nebo Německem. A podobně hovoří statistiky o spotřebě umělých hnojiv. I zde se nacházíme spíše na chvostu pomyslného pelotonu, daleko za státy, jako je Irsko, Belgie nebo Německo. Před námi jsou dokonce země s výrazným akcentem na ochranu životního prostředí jako Norsko nebo Švýcarsko. Tím chci tedy dokumentovat, že přístup českých zemědělců k půdě je odpovědný a profesionální a že je potřeba téma významu a kvality českého zemědělství více v celé společnosti akcentovat. Měli bychom využít aktuální vlny zvýšeného zájmu především mladých lidí o ochranu životního prostředí planety a více upozorňovat na fakt, že nákupem u nás vyrobených potravin šetříme životní prostředí, které je devastováno zbytečným transportem potravin napříč kontinenty. Snad se tak zvýší zájem veřejnosti o domácí zemědělství, které bylo po léta opomíjeno.



ptala se Eva Brixí

Ženy v technologických oborech jsou pro firmy přínosem

V rámci dalšího ročníku konference Dell Technologies Forum se uskutečnilo setkání zaměřující se na ženy v technologických oborech. Hlavním tématem bylo jejich zastoupení a role v IT firmách. Z diskuze vyplynulo, že nejde jen o mezigenderovou spravedlnost a vyváženost, ale v sázce je i prosperita a úspěch firem. Genderová rozmanitost totiž přináší o 21 % vyšší zisky a lepší schopnost přizpůsobovat se. Ačkoliv na světě žije 51 % mužů a 49 % žen, poměr zastoupení mužů a žen v IT je 75 % ku 25 %.

Na dotaz, zda respondenti znají nějakou ženu zastávající ředitelskou pozici, 4 % uvedla jméno Siri či Alexa a 92 % lidí neodpovědělo, ukázala studie Glass Ceiling Index. Katerina Athanasopoulou, ředitelka regionálního marketingu v Dell Technologies pro Střední a východní Evropu, se v panelové diskusi Women in Technology zaměřila na rozmanitost a začlenění zaměstnanců. Kladla důraz na rovnoprávnost žen v technologických společnostech a hovořila o tom, jak lze pracovní prostředí udělat více genderově spravedlivější. Důležité je zdůraznit, že se předsudky v pracovním prostředí neobjevují pouze s ohledem na pohlaví, ale i náboženství, sexuální orientaci, věk, kulturu a sociální pozadí, ze kterého zaměstnanec pochází. „Diverzita a inkluze je pro nás důležitá i z obchodního pohledu. Pomáhá nám růst a inovovat, je tak zásadní pro náš dlouhodobý úspěch. Víme, že rozmanitější tým je silnější tým. Také proto u nás považujeme rovnocenné postavení žen a mužů za jednu z priorit,“ řekl Jiří Kysela, generální ředitel Dell Česká republika. V IT světě je velmi důležité ptát se žen na názor a nepředpokládat, že se například na určitý problém či právě probíhající projekt dívají



ilustrace Pixabay

stejně. Je totiž zcela možné, že řešení, které se z mužského pohledu hledá obtížně, ženy na jedou snáze.

Co firma získá díky tomu, že podporuje rozmanitost a začlenění zaměstnanců?

● **Finanční výhody.** Podle studie Harvard Business Review přináší genderová rozmanitost firmě vyšší zisky, a to o 21 %.

● **Inovace a konkurenceschopnost.** Firmy, které se zaměřují na podporu diverzity, jsou konkurenceschopnější. Na 70 % společností uvedlo, že se jim díky tomu daří působit na více trzích.

● **Lidské zdroje.** Díky rozmanitosti se stane firma atraktivnější pro potenciální zaměstnance, jelikož 67 % uchazečů o zaměstnání dává přednost různorodému týmu a vnímá to jako velice důležitý faktor při rozhodování o budoucí pracovní pozici.

Společnost Dell Technologies má zavedeny různé programy týkající se diverzity a inkluze,

aby zajistila podporu rozmanitosti a začlenění na pracovišti. Tyto programy souvisejí s posilováním rovnocenného postavení žen a mužů, podporováním správné komunikace v pracovním týmu, se snahou pochopit etnické a kulturní cíle zaměstnanců, a také s dodržováním zavedených strategických iniciativ. Jedním takovým programem je MARC (Many Advocating Real Change), který pomáhá zaměstnancům na vedoucích pozicích rozpoznat a bojovat proti nevědomým předsudkům. Jsou to totiž právě předsudky, které omezují podnikání a mohou snadno ovlivnit HR oddělení při hledání potenciálu u zaměstnanců. V České republice je 18% rozdíl ve mzdách mužů a žen, ten je o 2 % vyšší než evropský průměr. Česko dělá pomalé krůčky k rovnoprávnosti v zaměstnání, a aby tuto rovnoprávnost firmy podpořily, je podle Kateriny Athanasopoulou potřeba, aby organizace zavedly začleňovací program, ujistily se, že vedoucí zaměstnanci podporují rozmanitost mezi pracovníky a zabývají se všemi oblastmi diverzity. (tz)

INZERCE

NAFIGATE COSMETICS



KRÁSA JE VĚDA ZPOMALTE ČAS

Super hydratační péče od NAFIGATE Cosmetics obsahuje čistou **KYSELINU HYALURONOVOU**, jenž dokáže skvěle pleť omladit jak v povrchových, tak v hlubokých vrstvách pleti.

Pleť je svěží, prozářená, vypnutá a viditelně mladší den po dni.

Představujeme safírovou řadu Skin Recovery, kterou jsme vyvinuli speciálně pro potřeby zralé pokožky. Řada obsahuje sérum a krém, které dohromady účinně redukuje vrásky, intenzivně hydratují pleť a působí anti-aging efektem. Sérum navíc pleť rozzáří, zjemní a dodá energii kožním buňkám. Krém se kromě vyživení pleti o potřebné vitamíny, minerály a mastné kyseliny postará o zpevnění pokožky a správnou funkci kožní bariéry.

WWW.NAFIGATECOSMETICS.CZ

Stírací los je náš kouzelný vánoční společník

Vánoční čas bývá plný zážitků a překvapení. Milujeme ho my, dospěláci, stejně jako naše děti, ať už jim je pět, nebo třicet. Vánoce jsou magickým obdobím konce roku, kdy chceme potěšit duši ostatních a prožít spousty krásných chvil. Vyberáme dárky, jimiž chceme překvapit své blízké či obchodní partnery, poděkovat jim za vše, co pro nás udělali, čím přispěli k naší radosti. Možná tomu nebudete věřit, ale stírací losy jsou jedním z nástrojů, které dokážou přinést spousty štěstí právě o Vánocích. Stalo se totiž tradicí, že jsou vyhledávaným dárkem právě v této slavnostní době, kdy jich SAZKA a.s. prodá největší množství v porovnání s jiným ročním obdobím. A navíc letos slaví právě tyto losy rovných třicet let na našem trhu. Produktová manažerka Sazky, která o nich ví spousty zajímavostí a byla u jejich zrodu, se jmenuje Martina Nováková:



Martina Nováková

Opravdu se kolem tohoto svátku zvedá prodej stíracích losů až několikanásobně?

Ano, je to tak. Lidé je kupují jako jeden z dávků, který může přinést nečekané překvapení, splnit dávný sen, změnit život. Oblíbené jsou ale také jako dárek k Mezinárodnímu dni žen, Dni matek a otců nebo na Valentýna. A skoro jako samozřejmost se dávají k narozeninám a svátkům, a v posledních letech dokonce jako doplněk ke svatebnímu daru. Prestiž stíracích losů tedy roste.

Z jakého losu se radují zejména ženy?

Statistiky nám ukázaly, že zástupkyním něžného pohlaví udělá vždy radost los pojmenovaný Černá perla nebo losy s nádechem magie, třeba

ba Horoskopy. Také není bez zajímavosti, že ženy stírací losy kupují častěji než muži, mezi zákazníky tvoří hned 63 %, z desítky kupujících je tedy šest žen a čtyři muži.

Čím lákají losy muže?

Jsou pragmatičtější než ženy, takže pokud budete chtít losem obdarovat muže, vsaďte na ten z rodiny Rentiér. Láká pravidelnou výhrou až 100 000 korun v podobě měsíční renty na pět let, ale také to může být okamžitá finanční injekce v hodnotě pěti milionů korun.

A proč lidé losy tolik milují?

Řekla jste to správně, ano, milují. A z jakého důvodu? Největším lákadlem je pro ně rych-

lost, s jakou zjistí, jestli vyhráli. Nemusí čekat na losování jako třeba v případě Sportky, Eurojackpotu nebo jiných her. Od případné výhry je dělí jen setření hracího pole. Z průzkumu, který si Sazka před nějakou dobou zadala, vyplynulo, že lidé losy vnímají také spíše jako zábavu a neočekávají astronomické výhry jako třeba právě ve Sportce nebo Eurojackpotu. I když není bez zajímavosti, že v hracím poli může člověk najít až 15 milionů korun. Je to prostě milý adrenalin, očekávání, štěstí na dosah. Tak proč to nezkusit.

Pro skupiny přátel se losy staly také dobrou zábavou...

Je to tak, posezení s kamarády nebo rodinnými příslušníky či kolegy z práce občas doprovází i stírání losů. V kavárně nebo restauraci je to tím atraktivnější, protože se u toho vtipkuje, plánuje, sní, vymýšlí, co by se s vyhranou sumou peněz dalo udělat...

Letos na podzim uplynulo třicet let od data, kdy se k nám dostaly první stírací losy. Jak to tehdy bylo?

V tehdejší Československu, které se pomalu připravovalo na sametovou revoluci, se jako první objevil los Spartakiádní hra. Stal se hitem, deset milionů kusů se okamžitě rozprodalo během čtyř měsíců. Výherci si tehdy rozdělili 851 280 výher za 30 milionů korun, v hracím poli byl ale i automobil Škoda Favorit. Spotřebitelům se stírací losy nesmírně zalíbily a dařilo se jim v 90. letech minulého století nebývale dobře. Legendární byla Tutovka, které se za pouhých pět let prodalo neuvěřitelných 230 milionů kusů. Popularitu si získaly rovněž Křížovky a již zmiňované Horoskopy, které jsou v naší nabídce dodnes. A přibyl Rentiér, Černá perla, Zlatá rybka. Samostatnou kapitolou jsou vánoční losy, třeba Vánoční kometa ukrývala vůbec nejvyšší výhru historie, rovných sto milionů korun! Ale ani dnešní zákazníci nepřijdou zkrátka, vybírat si mohou hned z několika stíracích

Více než polovina dospělých si loni dopřála alespoň jeden stírací los, jde tedy zhruba o 4,5 milionu lidí. Za celý život si los koupil skoro každý Čech starší 18 let. Ti, co stírají, si u Sazky pořídí za rok průměrně asi šest losů, za které utratí kolem 400 korun.



losů. Vánoční zlatá rybka a Zlatá šupina jsou skvělými dárky a oblíbě se těší rovněž los nazvaný Vánoční přání. Své příznivce si získal Adventní kalendář, který od letoška krásně voní jako perníčky.

Který z losů byl nejúspěšnější?

Nejžádanějším stíracím losem všech dob se stala Tutovka. Propojena byla s televizním vysíláním, bývala to nejsledovanější televizní soutěž u nás, ve které hráči plnili celou řadu kuriozních disciplín. A bavili se všichni, jak ve studiu, tak u obrazovek. Tutovka kombinovala stírání losů, loterii, spotřebitelskou soutěž a televizní show a vyhrávaly se v ní dosud nevídané finanční částky. Hrál se o rovný milion korun, což byla suma, za niž se dal pořídit třeba rodinný dům.

Ke stíracím losům máte i spousty zajímavých čísel...

To mohu jen potvrdit. Od roku 1989 například Sazka vyplatila na výhrách ze stíracích losů více než 11 miliard korun. Je to částka, která by například kompletně pokryla zahraniční dluh České republiky. Stejně tak od roku 1989 byla vyrobena více než jedna miliarda těchto losů. Přesně tolik lidí žilo na naší planetě na počátku 19. století. Zatím si lidé koupili přes 750 milionů stíracích losů. Kdyby se všechny daly na sebe, vytvořily by věž vysokou 250 km. Více než polovina dospělých si loni dopřála alespoň jeden stírací los, jde tedy zhruba o 4,5 milionu lidí. Za celý život si los koupil skoro každý Čech starší 18 let. Ti, co stírají, si u Sazky pořídí za rok průměrně asi šest losů, za které utratí kolem 400 korun.

V Sazce se zabýváte losy dlouho. Co všechno máte na starost?

Mým hlavním úkolem je připravit podklady pro zahraničního výrobce losů a zajistit dopravu losů do našeho centrálního skladu. Zadáání zní sice jednoduše, ale je za tím hodně práce, aby losy byly dodány v dobré kvalitě a v požadovaném termínu. Nové losy musíme plánovat dlouho dopředu, celý proces přípravy a výroby trvá tři až čtyři měsíce podle toho, jak je který los složitý. Kromě běžných losů tištěných na klasický papír se snažíme hráčům nabídnout i různé efekty, které dělají losy atraktivnější, lesklejší a zajímavější. Mimo vizuálních efektů to je v letošním roce i již zmíněná novinka – nově los Adventní kalendář.

Podle čeho se vlastně navrhuje stírací losy?

Ideu nebo téma nového losu většinou přináší brand manager, který má portfolio losů na starosti. Ten připraví zadání pro naši interní grafickou, která vytvoří základní design losu, a ten se pak ještě finalizuje podle připomínek marketingu, právního oddělení a našeho produktového oddělení, kte-

rě posuzuje los z hlediska technologie výroby. Ale samozřejmě další inspirací jsou i úspěšné losy v zahraničí nebo návrhy od výrobců losů.

A kdo bývá autorem designu a názvu?

Sazka má vlastní grafickou, jak jsem již řekla, a mít interního grafika není zcela obvyklé, zahraniční loterijní společnosti zpravidla používají knihovny výrobců nebo jejich designerská studia. To je možná i jeden z důvodů, proč jsou naše losy graficky originální a jedinečné. Název losu je součástí zadání pro grafickou, která se snaží vystihnout pojmenování losu svým návrhem. Zcela originálně si poradila například s názvem Splněný sen nebo Magic-ké výhry.

Co si přejete, když vydáváte nový los?

Samozřejmě jediné: aby se nový los hráčům líbil, přinesl jim radost, zábavu a také nějakou výhru. Jsme rádi, když si v dnešní uspěchané době najdou čas na malé zastavení a prožijí chvilku napětí, jestli to tentokrát vyjde. Nejde zpravidla o výhry, které by jim zásadním způsobem změnily život, ale pomohou přispět k jeho spokojenějšímu pojetí.

otázky připravila Eva Brixl ■■■



S bylinnými kúrami do pohody také koncem roku



Mgr. Jarmila Podhorná

Říkali jste si, že se letos vánočním shonem nenecháte vyvést z míry? A zase to není pravda? Stresu přibývá, povinnosti rostou rychlostí světla? Do toho viróza, vybírání dárků pod stromeček a nečekané radosti i starosti? Firma vás potřebuje a rodina ještě více? Jak z toho ven? Možná rozumně, pragmaticky a bez emocí. Pomocnou ruku podávají bylinky a výtažky z nich. O tom odbornice na slovo vzatá, majitelka společnosti NADĚJE Mgr. Jarmila Podhorná:

Prosinec bývá pro mnoho žen velmi náročný. Bilancování ve firmách, plány na další rok, příprava vánočních svátků doma, pečení, nakupování dárků, společenská setkání, to vše nad rámec běžných povinností. Častokrát je to pro organismus zátěž na hranici možností. Jak mohou pomoci právě při takové zátěži bylinky?

Období konce roku je náročné na organismus jednak většinou nepříznivým počasím, potom

závěrečnými pracemi ve firmách, jak uvádíte v otázce, a také se na kondici člověka promítá příprava vánočních svátků. Co můžeme v tomto období dělat pro to, aby naše tělesná schránka zvládla tyto problémy pomocí bylin? Především se zaměříme na podporu imunity, jednak prostřednictvím bylinných tinktur z eleuterokoku nebo maralího kořene. Ještě více mohou imunitu podpořit gemmoterapeutika z černého rybízu, lesního bezu a ořešáku. Při velké únavě zvolíme bylinnou podporu na

očistu jater, a to pomocí ostropestřce, schizandry, gemmoterapeutiky z jalovce nebo klíčků žita. Také se snažíme předejít infekcím a to díky lichořeřišnici, tinkturou z grepu či směsí zvanou Stopkok.

V hlavě míváme v tento čas přemíru starostí, málo a špatně spíme. I na takové situace lze bylinky a výrobky z nich použít?

Ano, náročné období se nám může projevit také zhoršeným spánkem. Pokud sáhneme po bylinkách, zvolíme kozlík, třezalku, z gemmoterapeutik jsou účinné lípa, bakopa či šišák bajkalský.

Ostatně vaše kúry, masti a další produkty lze využít také jako vhodný dárek pod stromeček. Oč bývá největší zájem?

Lidé často volí naše kúry jako dárek pro zdraví svým blízním. V dárkovém balení se slaměnými ozdobami máme několik kúr vždy společně s kalendářem. Jako vánoční dárek mohou sloužit balíčky složené tzv. na míru či dárkové poukazy.

Mnoho lidí z businessu mívá vysoký krevní tlak, ale i ten se dá upravit přírodní cestou. Co je účinné? A pomáhá to také při srdečních arytmiích vznikajících vlivem stresu?

Při problémech s vysokým tlakem se musíme zaměřit především na očistu a regeneraci cév, a to kúrami složenými z bylin čistících cévy jako pelargonie, gotu kola. K regeneraci použijeme gemmoterapeutikum z kaštanu, jeřábu oskeruše, jinanu či kotvičníku. Na zlepšení krevního tlaku máme tinkturu ze jmelí či gemmoterapeutikum z olše, hlohu a speciální směs zvanou Valocardum.

Špatný životní styl se občas podepisuje na podrážděném zažívání, například i pálením žáhy. Jak poradit v tomto případě?

Nápor na organismus se v tomto období může projevit oslabením nervové soustavy a také problémy se zažíváním. Nepříjemností při trávení bývá pálení žáhy či jiné problémy s jícnem, někdy až neuvěřitelně pomůže rakytníkový olej.

Při řešení trávicích problémů se zaměříme na regeneraci slinivky, např. penízovkou či gemmoterapeutikum z borůvky nebo rozmarýnu, dále regeneraci jater a žlučníku, kde máme hodně pomocníků v podobě tinktury z ostropestřce, měsíčku či gemmoterapeutikum z ja-

lovce a žita. Účinným přípravkem, který pomůže rychle zasáhnout při nadýmání, je směs bylin zvaná Amarit.

Vyrábíte také masti. Lze některou z nich využít k navození pohody, uvolnění organismu?

Z prostředků k vnějšímu použití můžeme pro navození pohody využít hned několik. A to mast zvanou Ekzelup, dále nám celý organizmus může pomoci zklidnit třezalkový olej. K témuž účelu a k navození spánku máme bylinnou koupel, která je velice oblíbená i v okolních lázních.

Ženám v určitém období života ubývá hormonů, což působí nemalé potíže. Lze tento proces zmírnit výtažky z rostlin? Máte takový elixír mládí?

V dnešní době přibývá hormonálních problémů ve všech věkových kategoriích, a hlavně v období klimakteria. K dodání ženských hormonů do organismu může být účinný ptačí jeřáb, lékořice, andělíka lékařská či gemmoterapeutikum z maliníku, kontryhele nebo červeného jetele. Hodně využívaným prostředkem je gemmoterapeutikum z kotvičníku, které pomáhá u obou pohlaví. Nejlépe působí na různé zdravotní problémy kúry sestavené z několika bylin.



Připravili jste nějakou novinku v závěru letošního roku? Třeba právě na zvládání vysoké psychické zátěže?

Na podporu psychiky a nervového systému můžeme využít směsi z nejlepších bylin jako Neurosan a Klidex. Na vnější použití vyvíjíme směs třezalkového oleje s látkami, které zvyšují



jí jeho působení na kožní problémy i nervové. K nejlepším posilujícím prostředkům, které máme v distribuci, patří flavonoidový doplněk stravy Matuzalem a Dihydroquercetin – flavonoid ze sibiřských stromů. Oba jsou špičkou ve využití regenerace organismu.

ptala se Eva Brixi

INZERCE

ZLATÝ KUCHAR

RECEPTY KUCHARSKÝCH HVĚZD



**GASTRO
& HOTEL** PRÁŽSKÝ REZERV

FAGOR 
FAGOR INDUSTRIAL

Ferdinand
KUCHAŘSKÝ

1701 COOP
KUCHAŘSKÝ

Prážská vodovody a kanalizace

BOHE MILK

Po šesti letech působení ankety Zlatý kuchař na naší gastronomické scéně vyšla 10. 10. první kuchařka Zlatého kuchaře – Recepty kuchařských hvězd. Najdete v ní jedinečné recepty dvaceti pěti skvělých kuchařů a navíc se dozvíte, jaká byla jejich cesta k úspěchu. Prostřednictvím této unikátní kuchařky můžete nakouknout pod pokličku nejlepším šéfkuchařům v České republice.

K objednání na webu www.zlatykuchar.cz nebo na info@gastroahotel.cz. Cena 330 Kč

Na 70 % českých podnikatelek rozjelo svůj business po roce 2000



BUDUJEME
HRDÉ
ČESKO

OCEŇENÍ
ČESKÝCH
PODNIKATELEK

Začátky podnikání jsou začátky velkých příběhů. Člověk si to vůbec neuvědomuje, protože řeší spousty všelijakých starostí, učí se každou hodinou něco nového, potýká se s riziky, o nichž neví, co mohou přinést. Jsou to však také okamžiky plné adrenalinu, nespoutaného nadšení a touhy udělat něco po svém, ale tak, aby to mělo smysl i pro ostatní. V tom je podnikání hrdinnou stopou našich všedních dnů i těch svátečních. Když podnikáte, pak srdcem i rozumem, ve dne i v noci, v klasické pracovní době, ale také o sobotách či nedělích... A když rekapitulujete, někdy, po roce, dvou, dvaceti, říkáte si, že to přece jen stálo za to. Začít...

Z celkem 81 finalistek vybírala porota vítězky letošního 12. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek. Drtivá většina z nich působí v oblasti služeb a obchodu. Stejně jako v předešlých letech, i tentokrát si úspěšné české podnikatelky odnesly ceny v kategoriích podle velikosti firmy i čtyři speciální ocenění pod patronací generálního a hlavních partnerů projektu. Patronkou 12. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek je Jaroslava Valová, zakladatelka společnosti SIKO KOUPELNY & KUCHYNĚ, která v roce 2015 obsadila v rámci projektu 1. místo v kategorii Velká společnost.

Bylo by chybou domnívat se, že podstatou projektu Ocenění Českých Podnikatelek je jen vyhlášení výsledků a předávání cen. Od samého začátku je jeho cílem objevovat a zviditelňovat úspěchy českých žen – podnikatelek. Žen, které

se rozhodly aktivně převzít odpovědnost za svou budoucnost a pustit se do samostatného podnikání. „Z dvanáctileté historie Ocenění Českých Podnikatelek vím, že zapojit se do tohoto klání je pro mnohé podnikatelky významným krokem, který často znamená vystoupit z každodenní rutiny a zajetých kolejí podnikatelského, ale i osobního života. Účast jim přináší příležitost si opravdu uvědomit, jak úspěšné jsou. A to je fakt – vždyť finalistky ročně dosahují celkového obrátu vyššího než tři miliardy korun. Stále platí, že doménou českých podnikatelek jsou především obchod a služby, kde působí hned 67 % finalistek. Výrobě se věnuje 16 % podnikatelek, 10 % podniká ve stavebnictví, 6 % v dopravě či logistice, 5 % ve vzdělávání. Také letos byly mezi vítězkami podnikatelky, které již v minulosti v Ocenění Českých Podnikatelek uspěly, což jen potvrzuje stabilitu jejich firem a výběr správné cesty, kterou svůj business vedou,“ řekla zakladatelka projektu Ocenění Českých Podnikatelek Helena Kohoutová.

Záštitu nad letošním ročníkem převzalo stejně jako v předchozích letech také Ministerstvo průmyslu a obchodu. „Podpora podnikání je jednou z klíčových úloh našeho ministerstva. Nejen proto, že jsem bytostně přesvědčen o tom, že ženy budou v příštích dekadách v řízení businessu postupně sehrávat stále důležitější roli, podporovat Ocenění Českých Podnikatelek je logické, strategické a jednoduše správné. Ženy si zaslouží, aby se vědělo o tom, co všechno umí a že jejich trpělivost, která je daleko větší, než mají muži, vede i ke skvělým podnikatelským výsledkům. I když to může být pomalejší a méně přímá cesta. Je přitom nejen na nás, mužích, ale celém rezortu průmyslu a obchodu, abychom ženám v podnikání nejen fandili, ale také jim usnadnili život,“ sdělil vicepremiér a ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček.

Odborný garant soutěže, kterým je společnost CRIF – Czech Credit Bureau, na základě splnění podmínek soutěže vybral 24 281 kandidátek na získání ocenění. Z nich bylo na základě ra-

tingu nominováno 623 semifinalistek s nejlepšími ekonomickými výsledky. Do finále se pak dostalo 81 podnikatelek. „Z našich aktuálních statistik vyplývá, že ženy podnikatelky preferují samostatné vlastnictví více než muži, kdy v rámci obchodních společností převažují u žen výrazně ty s jedním vlastníkem. Konkrétně mezi společnostmi ve vlastnictví žen najdeme 87 % s jedním vlastníkem, přičemž u mužů pouze 69 %. Ukazuje to na fakt, že ženy podnikatelky vynikají samostatností a schopností se o podnikání postarat komplexně. Zjistili jsme rovněž, že ženy v pozici vlastníka obchodních společností hospodaří odpovědněji, když téměř 70 % z nich má přiřazen zelený semafor Cribis ukazující nejvyšší hodnocení a pouze 9 % nejhorší červený semafor. V rámci společností ve vlastnictví mužů mělo zelený Semafor Cribis jen 65 % a červený naopak 11 %. Ukázalo se také, že se ženy nebojí podnikání ani ve vyšším věku, přičemž polovinu společností ve výlučném vlastnictví žen tvoří ty, které patří ženám ve věku 50+ . Lze to tedy jen ocenit a vážit si toho, že české podnikatelky jsou samostatné a odpovědné. Tyto pozitivní trendy jsou příslibem do budoucna, protože právě uvedené manažerské vlastnosti jsou důležité pro dlouhodobé úspěšné působení na trzích, na kterých se často mění nákupní chování. Což je trend, se kterým je nezbytné do budoucna počítat,“ sdělil Pavel Finger, místopředseda představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, a.s.

Generálním partnerem 12. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek je ČSOB. Hlavními partnery se staly společnosti Microsoft, DAQUAS, Česká Pojišťovna a Vodafone.

„Letošní rok se pojí s významným výročí – obnovou soukromého podnikání. Po změně režimu před 30 lety došlo k renezanci českého podnikání. Navíc v posledních letech, a potvrzuje to různé statistiky, dochází k velké expanzi českých firem do zahraničí. Proto jsem velmi rád, že dlouhodobě podporujeme rozvoj podnikání nejen prostřednictvím svých bankovních pro-



duktů a služeb, ale díky partnerství v projektu Ocenění českých podnikatelek. Jsem přesvědčen, že právě mezi nimi se objevují další významné podnikatelské ikony. Pomáháme tím v budování hrdého Česka," uvedl Petr Manda, výkonný ředitel Firemního bankovníctví ČSOB. „Rok 1989 přinesl svobodu také českým ženám. Každá z nich tehdy v listopadu dostala novou životní roli: možnost věci měnit. Svoboda navíc české společnosti otevřela dokořán cestu k technologiím, které se brzy staly užitečným pomocníkem k ekonomickému úspěchu a růstu. Svět se díky technologiím zmenšil a úspěšné příběhy podnikatelek, jejichž firmy expandovaly nejen po České republice, ale i do zahraničí, jsou toho příkladem," nastínil Jonathan Rutherford, viceprezident pro firemní zákazníky Vodafone Czech Republic. „Českým podnikatelkám bych chtěl popřát, aby mohly i nadále svobodně podnikat a aby neztratily odvahu využívat inovací a moderních technologií pro větší dopad svého podnikání. A České republice přeji, aby své ženy nepřestávala podporovat – a to nejen v podnikání. Žijeme v digitální době a budoucnost této země se neobejde bez potenciálu českých žen. My jsme tu ve Vodafone od toho, abychom jim vize a potenciál prostřednictvím svých technologií a služeb pomáhali přetvářet v každodenní realitu," dodal. Auditorem letošního ročníku Ocenění Českých Podnikatelek se stala společnost Esop.

Vítězky 12. ročníku projektu:

Malá firma

- 1. RUTEX CZ, s.r.o.**
Kamila Brzezínová
- 2. Grant Consulting, a.s.**
Kateřina Procházková
- 3. Zdravičko – zdravá výživa s.r.o.**
Hana Lacinová

Střední firma

- 1. Cosmetics ATOK International, s.r.o.**
Anastázie Skopalová
- 2. STOPRO BEK, s.r.o.**
Jarmila Fabišková
- 3. Photodienst Brno, s.r.o.**
Kateřina van Kranenburg

Velká firma

- 1. Carollinum, s.r.o.**
Tamara Kotvalová
- 2. Conneco chemicals, s.r.o.**
Šárka Hronková
- 3. Apro Delta, s.r.o.**
Alena Procházková

Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka Trustav, s.r.o.

Jana Nováková

„Zaujal nás podnikatelský příběh paní Jany Novákové. Ve svém oboru podniká již 21 let, dokázala zvládnout mnoho překážek a vybudovat úspěšnou firmu. Své původní zaměření na výrobu dřevěných eurooken, balkonových, vchodových a interiérových dveří postupem času



doplnila o specializaci na výrobu historických špaletových oken. Tím se dokázala odlišit od konkurence, a navíc si splnila svou vášeň pro ožívování kulturních a historických budov v České republice," vysvětlil Petr Manda, výkonný ředitel Firemního bankovníctví ČSOB. „Za jejím úspěchem stojí garance dodání kvalitních produktů na míru danému objektu a bezproblémový průběh zakázky od okamžiku nabídky až po montáž. Svým zákazníkům zajišťuje kompletní podporu v podobě odborného poradenství, vyřizování grantů a jednání s památkáři. Oceňujeme, jak s pokorou, a přesto zdravou mírou sebevědomí zvládá být úspěšnou podnikatelkou ve stavebnictví s přesahem do historie. Jana Nováková dlouhodobě investuje do vzdělávání sebe sama a svých zaměstnanců. Je zaměřená na podporu a motivaci svých kolegů, díky kterým se může věnovat dalšímu rozvoji firmy a inovacím v oboru výroby oken," doplnil Petr Manda. „Důkazem toho je, že její historické okno splňuje hygienické požadavky a současně i nároky na energetickou úsporu a snížení hluku. Přitom vypadá stále jako původní okno, čímž zachovává dobovou podobu kulturní památky nebo objektu. Unikátnost jejich na míru vyráběných oken potvrzuje fakt, že svou mimořádnou výrobní technologii chrání neposkytováním DVG výkresů.“

Cena za výjimečný růst firmy – pod patronací Mastercard

My interior service s.r.o.

Lada Krsičková

„Příběh Lady Krsičkové a její mladé a dynamické společnosti My interior service je mimořádně silný, inspirující a zahrnuje v sobě klíčové aspekty úspěchu, jako jsou: originální nápad, mimořádně vysoké nároky na tým i servis, houževnatost, business-drive, technologické inovace, a hlavně vášeň, se kterou k neustálému zlepšování své společnosti přistupuje. Když tyto aspekty spojíte dohromady a obklopíte se skvělým týmem, tak z toho může vyrůst společnost rostoucí každoročně dvojnásobným tempem, jako je právě My interior service," sdělil Tomáš Doležal, marketingový ředitel Mastercard pro Českou republiku a Slovensko.

Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft & DAQUAS REXY, s.r.o.

Vlasta Šílarová

„Po poradě se společností Microsoft jsme cenu za Digitální transformaci udělili Vlastě Šílarové, majitelce společnosti REXY. To ocenění jí



patří především za vynikající myšlenku využít nástroje informačních technologií nejen k dosažení vyšší efektivity či úspor, kde se uplatňují nejčastěji. REXY a jejich Digital Experience totiž díky nim snižuje zátěž životního prostředí – tím, že se nevyrábějí krátkodobě užitečné dekorace, které po delší či kratší sezoně skončí v odpadu. A co je na celém jejím podnikání nejlepší – jejím cílem je krása a kultivovanost českých (a nejen českých) měst. Aby na vás při procházce nezářely prázdné, zaprášené či nevkusné krámy, ale šmrncovní, elegantní prostředí ať už pro nákup, či inspiraci," komentovala Darina Vodrážková, Strategy Lead společnosti DAQUAS, s.r.o.

„Společnost Microsoft, která digitální transformaci v podnicích považuje především za příležitost pro všechny, jak dosáhnout lepších výsledků, jak zvládnout víc, a přitom mít větší radost z tvorby, lepší pocit ze smysluplné práce, v oceněné podnikatelce našla navíc příklad úspěšného naplnění tohoto záměru. Paní Šílarová má právě malé miminko, ale díky technologiím dokáže výtečně rozdělit a využít svůj čas, aby se mohla dostatečně věnovat jemu i firmě," doplnil Jakub Mádle, Partner Business & Development Lead ve společnosti Microsoft.

Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny Pracoviště ošetřovatelské péče s.r.o. Hana Pekárková

„To, co nás u paní Hany Pekárkové zaujalo a přimělo k udělení Ceny za inovativní řešení, je zejména inovativní přístup k jejímu životnímu poslání, kterým je pomáhání lidem ve zdravotních nesnázích. Prošla si etapou zdravotní sestry na transplantační jednotce, oddělením psychiatrie, zachytnou stanicí, etapou drogově závislých a začala přemýšlet, jak všem těm lidem ulevit. Vrhla se tedy do kurzů, jak se zbavit bolesti, masáží a dalšími postupnými kroky si vždy doplnila vzdělání, v čem bylo potřeba. Naposledy například absolvovala vysokou školu a dál své know-how předává formou přednášek a prezentací. Aby byly její pečovatelské služby kompletní, založila firmu na zapůjčování kompenzačních pomůcek. Aby je měla kam uskladnit, buduje sklady. Další její „profesí“ je tedy stavbyvedoucí. Pro ulehčení administrace při práci založila další firmu se speciálními čtečkami. Hledáte-li vzor pro inovaci – je jím rozhodně paní Hana Pekárková," připomněla Šárka Dolanská, Krajská ředitelka Praha II, Česká pojišťovna. (red)

www.oceneniceskychpodnikatelek.cz

Pro krásnou pohádku konce roku

Už vás pohltila vánoční atmosféra? Už máte v hlavě kromě firemního uzavírání roku jen a jen sváteční přípravy? I ve vaší kanceláři se na stole objevila vánoční hvězda, ochutnávka prvního cukroví? V recepcích business budov září nazdobené stromečky, pod nimi symbolické krabičky převázané mašličkami, a všichni přítomní se tváří tak trochu jinak, povzneseně. Doma se věnujeme úklidu a zkrášlování interiéru s nebývalou péčí, je to v nás zakořeněno, máme rádi všechny ty přípravy na den D. Každý rok přemýšlíme o tom, jak vše pojmout, co udělat jinak než v letech minulých, jaké barvy zvolit, jaké vánoční ozdoby dokoupit. Chystáme se vyrábět nejrůznější dekorace, balit dárky, užít si dny volna a slavnostních okamžiků.

Stále více v této době využíváme adventní věnec. Ten symbolizuje advent jako dobu půsty, kajícínosti a očekávání, proto má mít prostý vzhled. Jeho tradiční barva je červená, fialová, růžová a zelená. Adventní věnec se u nás zhotovují k zavěšení do prostoru nebo k položení na stůl. Symbolika kulatého tvaru a vázání po směru hodinových ručiček znázorňuje koloběh života. Měl by být vázaný z pichlavého materiálu, ten upozorňuje na zdravý život



foto archiv Svazu květinářů a floristů ČR

a také je to vyjádření směřující k odpuzení všeho zla od rodiny po následující rok. Jeho svíčky se zapalují v protisměru hodinových ručiček. Svíčky by pokaždé měly být dány pravidelně do kříže, ten poukazuje na Kristův kříž, čtyři roční období a čtyři světové strany. Oblíbené jsou také dekorace zavěšované na dveře. Ty mají zase přivítat příchozí hosty ať v interiéru, nebo exteriéru. Mohou být v podobě věnce, podkovy, hvězdy, měsíce, zvonu, stromečku a jiných vánočních motivů. Na našich příbytích se objevují stále častěji, jak nám potvrdili představitelé Svazu květinářů a floristů ČR.

Bez vánočního svícnu si svůj obývací pokoj snad už ani neumíme představit. Může být z jedné, ale i z několika svící. Plamen svíce znázorňuje chránící světlo Kristovo. Naši fanatiky při jeho přípravě nemusíme klást meze.



Jsmo to my, komu bude násobit prosincovou pohodu. Vánoční stromečky mívaly kdysi ochrannou funkci. Ozdobené větve rozdávaly i kolená. „Podle tradice a také podle první zmínky se stromek zavěšoval i nad štedrovec, avšak špičkou dolů. Ten v dnešním pojetí je takřikajíc už hodně moderní,“ vysvětlil Vlastimil Kucharovič, reprezentant SKF ČR. Trendem je nastrojít si ho třeba už v polovině měsíce, abychom si ho mohli déle užívat. Názory na měnící se zvyklosti, dříve se zdobíval až o Štědrém dnu, mění. Názory a komentáře nechme stranou. Je na nás, jak si přejeme Vánoce užít. Jak dlouho vydržíme být povzneseni nad všední starosti, jak moc se nám bude chtít prožívat krásnou pohádku závěru roku.

připravila Eva Brix

INZERCE

Jak předběhnout přírodu: budme zdraví a krásní

Snem každého šéfa je mít zdravé a krásné pracovníky a kolegy. Jejich pohoda se odrazí v práci i celkové pohodě kolektivu. Ptáte se, jak toho docílit?

Jednoduše sobě i jim darujte na Vánoce prémiový 100% bio-aktivní Inca Collagen.

Je to český výrobek, který má jedinečné složení. Jeho účinek už znají široko daleko. Připojte se tedy mezi zdravé a krásné jedince a udrzte si v pracovním týmu zdraví a krásu déle, než vám příroda naplánovala.

Inca Collagen je vhodný pro ženy i muže na všech pracovních pozicích (sedavých i běhových, řídicích i řízených).

Rozhodněte se, kolik dárkových kusů uplatníte, a získejte ke každému Inca Collagenu i Vitamin C.

Zásilku lze doplnit o dárkovou tašku a jiné drobnosti.

Daňový doklad může být zajímavým a prospěšným výdajem vaší společnosti.

Tak nezapomeňte a sobě i ostatním objednejte pod stromeček Inca Collagen.

Veselé Vánoce přeje Romana Ljubasová, zakladatelka a majitelka značky Inca Collagen

www.incacollagen.cz



Vánoce s porcelánem, který se zalíbil

Popíjím voňavý čaj z hrnečku, který je součástí setu, jež uvedla na trh loni před vánočními svátky společnost Český porcelán a.s. z Dubí. Firma, která si podmanila svět tradičním cibulákem, dělá radost lidem už 155 let. Avšak nejen milovníci cibulového zoru chtějí snídat pouze z modro-bílého potěšení. Znam to z vlastní zkušenosti. Abyste mohli zažít pohodu a vstřebávat to pěkné kolem sebe, musíte dát prostor i jiným tvarům, barvám, jiné síle střepu. Velmi intenzivně to vnímá právě severočeská porcelánka. Proto se v roce 2018 rozhodla nabídnout zákazníkům před Vánoci úplně jiný design konvičky na čaj, šálku, hrnečku s podšálkem, svícnem, než to bývalo zvykem, zkrátka upoutat pozornost naruby obráceným pojetím krásy než nabízí cibulák. A podařilo se.

Z designérských variant vybrala červeno-šedo-bílý dekor s motivy stroměčku, ptáčka se srdíčkem, sněhové vločky, rozesmátého sněhuláka, veselého soba, hvězdičky. „Měli jsme připravenou daleko širší paletu námětů, nakonec jsme se rozhodli právě pro tyto motivy,“ vysvětlila Petra Klázrová, ředitelka marketingu Českého porcelánu. „Když jsme výrobek spolu s několika dalšími testovali loni na podzim mezi náhodnými hosty porcelánky, jednoznačně se s pochvalou vyjadřovali k tomu. Proto jsme se rozhodli ho do sortimentu jednoznačně zařadit.“

Ti, kteří si podle fotografií na naší stránce vzpomenou, že již někde takové milé drobnosti viděli a rádi by si je tentokrát koupili, nebudou zklamáni. Mají možnost si je pořídit právě teď. „Ono vždy chvíli trvá, než se novinka na trhu usadí, než o sobě dá dobře vědět, to



máme vyzkoušené. Proto jsme letos nezařadili v tomto smyslu žádnou inovaci, máme za to, že by to zákazníci spíše mátló. Věříme, že nyní chuť takový dárek pořídit svým blízkým či sami sobě jen umocníme, vloni z něj byli milovníci porcelánu opravdu nadšení.“

Něco na tom je. Odměnit třeba sebe sama maličkostí, s níž může být člověk ve spojení každý den, od adventu

až po Silvestra, anebo až do konce ledna, to je přece to, co každý z nás, ať si to přiznáme, nebo ne, tak trochu potřebuje. Všední dny, zvláště pak ty prosincové, bývají plné spěchu a starostí, tak proč se netěšit z maličkostí, v níž se mohou zračit všechny naše sny?

A tak – držím se s hrnkem za ucho, vychutnávám kopřivový čaj s medem a přemýšlím nad stolem vyzdobeným věnečkem z jedle a skořicových ozdůbek o tom, jak doladit dárky, o jaké druhy obohatit letošní sestavu cukroví a kolik vánoček vlastně upéct, aby se dostalo na všechny stánky i nenasaty. Pouštím si tradiční koledy a vzpomínkami se vracím do svého veselého dětství. Hrnečky a šálky z Dubí k němu totiž patřily, ať už ty cibulákové, nebo později jiné, označené časem, v němž vznikaly. Díky své profesi jsem se s výrobou v této fabrice také seznámila. Víím, že je to poctivý a kvalitní porcelán, mohu se na něj spolehnout. Slouží bez obav a rizik. Dává mi jistotu, přináší mi uspokojení. Byť by to byl jeden, jediný hrneček.

Eva Brixí ■■■



Podíl žen ve vedení mírně roste, ČR za evropským průměrem stále zaostává

Ženy jsou v řídicích orgánech společností zastoupeny stále jen v malé míře. Jejich podíl za dva roky celosvětově vzrostl o 1,9 procentního bodu na 16,9 %, předsednické funkce ale zastávají v 94,7 % muži. Ukazuje to šesté vydání reportu *Ženy ve vedení (Women in the Boardroom)*. Studie mapuje situaci v 66 zemích světa, včetně České republiky. Ta zůstává s 13,8 % zastoupením žen ve vedení za globálním i evropským průměrem (25,8 %). Nicméně oproti roku 2016 (9 %) jde o více než poloviční nárůst.



foto Shutterstock

„Vedle vymáhání kvót zákonem existují další možnosti, jak se zaměřit na podporu žen v jejich kariérním růstu. Mnoho společností ženám neumožňuje vrátit se po mateřské dovolené na částečný úvazek, protože by to mohlo přinést administrativní a finanční zátěž. Pro ženy je tak obtížné po krátkodobém přerušení kariéry dále své dovednosti a schopnosti rozvíjet,“ řekla Diana Rádl Rogerová, řídicí partnerka Deloitte.

Z šesti zemí s nejvyšším podílem žen ve vedení je pět Evropských – Norsko (41 %), Francie (37,2 %), Švédsko (33,3 %), Finsko (31,9 %) a Belgie (30,5 %). Před ní je jen Nový Zéland (31,5 %). Velká Británie má žen ve vedení zhruba o polovinu méně (22,7 %) než první Norsko, ale stále více než Spojené státy americké, které se od roku 2016 posunuly pouze téměř o čtyři procentní body na 17,6 % žen ve vedení.

Z hlediska jednotlivých sektorů v Evropě působí nejvíce žen v orgánech společností v biofarmaceutickém průmyslu a péči o zdraví (28,2 %), spotřebitelském sektoru (27,7 %) a sektoru finančních služeb (26 %). (tz)



Fejeton

Myš fantom

Patřím k chalupářské generaci. Pohodlí velkoměsta mám rád a s rostoucím věkem ho dokážu ocenit stále víc. Moderní technologie mě vždy okouzlovaly a novinkám jsem se snažil vycházet vstříc. Ale také vzpomínám na staré dobré časy, kdy jsme žili jednodušeji, bez elektronických asistentů a neustálého dohledu kamer. Aniž jsme se o tom museli nějak dlouze dohadovat, udělali jsme to tak, že na výši doby žijeme přes týden a víkendy trávíme minimalisticky, postaru, nostalgicky na chalupě uprostřed kosořínských lesů a pískovcových masivů. Pravidelné střídání městského a venkovského vzduchu má své kouzlo, určitě značný význam pro tělesné a duševní zdraví, veselou mysl, a doufám, že jen tak neomrzí. Aby nebyla mýlka, nechci tvrdit, že život na vesnici je sto let za opicemi a lidé tam chodí na nákupy v teplákách a galoších. Naopak, změnu životního stylu tam vidíte mnohem lépe než v hlučné a turisticky přeplněné Praze. Komfortem jejich rodinné domky v ničem nezaostávají, totéž se dá říci o vybavenosti automatickými pračkami, sušičkami, chytrými telefony, internetovými přípojkami a spotřebě alkoholických a energetických nápojů. Jak říkají rusové, vsjo rovnó!

Snad právě proto se v obci vymykáme místním zvyklostem. Nemáme elektrické topení v podlaze, v koupelně neteče teplá voda a kuchyň postrádá elektrickou pečící troubu s indukcí a grilem. Obrázek starosvětský, téměř jako z Jiráskovy kroniky U nás. Nedávno mě rozesmáli sousedi. Podezřívají nás, že netopíme a večer místo rozsvícení žárovky zapalujeme svíčku. I když tedy se v naší roubené chaloupce dobrovolně a rádi navracíme do minulosti, má to své meze. Neodháníme kočky, které za námi přijdou, hned jak se objeví ve dveřích, ale jiné projevy živé přírody se snažíme spíš potlačovat. Srnkám, které do zahrádky chodily na pastvu, jsme zahustili plot. Pásy se totiž nejen na trávníku, ale i na květinách a v zelinářském koutku. Na kuny, které se proháněly na půdě, jsme si chtěli pořídit plašící zařízení, ale naštěstí je vystrnadil kocour Fanda. Samostatnou kapitolou jsou myši domácí. Z jara a v létě o nich sotva víme. S podzimem se však stěhují do tepla a obývají s námi celé přízemí. Nejde jinak než je odkázat do patřičných mezí. Jed na krysy jsme zavrhlí jako nehumánní prostředek a zvolili klasickou pastičku. Ta do chalupy patří. Hubení drobných hlodavců je sice pracnější, ale v případě úspěchu má člověk pocit, že udělal něco pro zkrášlení domova.

Věc má však háček. Stejně jako se bakterie staly imunní na penicilin, myšky se poučily a jen tak nám na špek neskočí. Chytit drobného rejseka nebo většího, vypaseného tvora vyžaduje

skutečné lovecké umění. A i tak ne vždy je vynaložená námaha korunována úspěchem.

Poslední myšák mi dal fakt co proto. Obvykle dávám do pasti vlašský oříšek, protože myším chutná a údajně na něm ani nedokážou zachytit lidský pach. Ale teď byl ořech pryč, pružina natažená, připravená spustit, kořist nasycená a dobře ukrytá. Nezbylo než znova nastražit a spouštět zjemnit. To se snadno řekne, ale pastička pak ráda sklapne v okamžiku, kdy ji kladete na podlahu. Nakonec se zadařilo, odjištěná zbraň čeká na svou oběť. S rozedněním jdu nejprve zkontrolovat úlovek, ale situace se opakuje. Oříšek sežraný, past nastražená, myš neznámo kde.

Atmosféra zhoustla, protože zvířátko se dostalo do kredence a pustilo se do zásob. Jeho trus jsme našli všude. Rozhodl jsem se tedy přitvrdit a vyměnit nástrahu. Špek je špek, není křehký, ale tuhý, a nedá se proto jen tak snadno odloupnout a odnést z pastičky. Jak myšleno, tak uděláno. Po noci nastává okamžik pravdy. Past sklapnutá, špek i myš pryč. V tom okamžiku mi bylo jasné, že v našem domku řádí čtyřnohý fantom. Aha, tak toto je životní výzva – buď já, nebo on! Rozestavěl jsem všechny tři pastičky, které jsem posháněl, a návnadu do nich obzvlášť pečlivě upevnil, napjatě čekal na výsledek. Zrána jsem sebral dvě mrtvolky. Všichni jsme si oddechli... Další den zmizel ze třetí pasti špek. Myší fantom to nevzdává.

Pavel Kačer

Nejlepší podmínky mají podnikatelky v USA, Česko je na 43. místě



foto Shutterstock

Nejlepší podmínky pro podnikání mají ženy ve Spojených státech amerických, za nimiž následují Nový Zéland a Kanada. Česká republika skončila na 43. místě. Vyplyvá to z globální studie Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2019 porovnávající 58 zemí, ve kterých žije 80 % výdělečně činných žen na světě. Spojené státy se v čele žebříčku umístily vůbec poprvé. Nejvíce žen mezi podnikateli je v Ugandě, poté v Ghaně a Botswaně.

Studie sleduje pokrok a výsledky podnikatelek a majitelek firem ve třech oblastech: (i) pokrok v postavení žen, (ii) dostupnost znalostních a finančních prostředků a (iii) faktory podporující podnikání.

„Firmy ve vlastnictví a pod vedením žen jsou významným katalyzátorem hospodářského růstu a přínosem pro všechny. Naše studie upozorňuje na ty ženy, jimž se dostatečného prostoru nedostává a které jsou kvůli přetrvávající nerovnosti mezi pohlavími a vyloučení stále v nevýhodě. Ve společnosti Mastercard nepochybujeme o tom, že skvělé nápady se mohou zrodit v kterékoli hlavě. Je na čase, aby vlády a organizace spojily síly a podpořily ženy v jejich podnikání tím, že vymýtí diskriminaci vůči ženám a zajistí jim lepší přístup ke vzdělání a finančním službám,“ uvedla výkonná místopředsedkyně představenstva společnosti Mastercard Ann Cairns.

Výsledky studie potvrzují, že ženy dosahují větších podnikatelských úspěchů a více se zapojují do výdělečné činnosti na otevřených a aktivních trzích s vyšší mírou podpory pro malé a střední podniky, kde se podnikání nepotýká s mnoha překážkami. Na takovýchto trzích podnikatelkám také častěji pomáhají další příznivé podmínky, jako je přístup ke kapitálu, finančním službám a vzdělávacím programům. První dvacítku nejlépe hodnocených trhů tvoří z 80 % bohaté ekonomiky, k jejichž bohatství přispívají příznivé podnikatelské podmínky.

Z 58 zkoumaných zemí celkem osm stouplo v pořadí o více než pět pozic oproti předchozímu roku. Největším skokanem je Francie (+22 míst), jejíž posun způsobil téměř dvojnásobný nárůst míry podnikatelské aktivity žen. Dále si výrazně polepšily Indonésie (+13), Kostarika (+11), Tchaj-wan (+9),

Irsko (+7), Rusko (+6), Thajsko (+5) a Ghana (+5).

Přehled ale také ukazuje, že příležitosti k podnikání nemusejí nezbytně souviset s bohatstvím a rozvinutostí trhu. Země jako Uganda, Ghana a Botswana, v nichž jsou podmínky podporující podnikání na slabší úrovni než na rozvinutých trzích, se dokázaly dostat mezi první tři nejlepší podle podílu žen mezi majiteli podniků. Vzhledem k obecnému nedostatku dostupného kapitálu a špatnému přístupu k podpůrným službám však v tomto případě převládá názor, že příčinou je především nezbytnost začít podnikat kvůli zajištění obživy. V České republice je podle studie podíl žen jako majitelek firem 22,4 %.

(tz)

Pořadí zemí – Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2019 (hodnoty v bodech):

1. Spojené státy americké	70,3
2. Nový Zéland	70,2
3. Kanada	69,0
4. Izrael	68,4
5. Irsko	67,7
6. Tchaj-wan	66,2
7. Švýcarsko	65,8
8. Singapur	65,6
9. Velká Británie	65,6
10. Polsko	65,1
.....	
12. Francie	64,8
14. Thajsko	64,6
22. Ghana	62,3
23. Indonésie	62,1
26. Kostarika	61,9
29. Německo	60,9
33. Rusko	59,5
39. Rumunsko	58,3
43. Česká republika	56,0
46. Japonsko	53,0

Trhy s nejvyšším podílem žen mezi majiteli podniků:

1. Uganda	38,2 %
2. Ghana	37,9 %
3. Botswana	36,0 %
4. Spojené státy americké	35,1 %
5. Nový Zéland	31,8 %
6. Rusko	31,2 %
7. Malawi	31,1 %
8. Austrálie	30,9 %
9. Angola	30,3 %
10. Portugalsko	30,2 %
.....	
36. Česká republika	22,4 %

Nebát se a poslouchat své srdce

Jak dotvářet interiér barvami? Jak ho vyladit, aby nám doma, v kanceláři, v prodejně nebo v knihovně bylo příjemně? Aby nás tam nic nerušilo, ale naopak podporovalo naše úsilí vhodně se koncentrovat, uvolnit, odpočívat nebo se pro něco nadchnout? Jak barvy používat, čím se inspirovat? Na to z velké části odpovídá kniha, již nedávno vydalo nakladatelství Grada Publishing. Autorkou je Ing. Iva Bastlová, DiS. Publikace je velmi praktická a doplněná mnoha ukázkami. Dokáže odpovědět na nespočet našich otázek, dokáže nás vést při úvahách, jaké barvy zvolit, aby to bylo to pravé... Iva Bastlová jsem se zeptala:



Ing. Iva Bastlová, DiS.

Proč jste se rozhodla napsat právě tuto knihu? Zdá se vám, že lidé neumí s barvami pracovat nebo odvážně zacházet? Že se jich bojí?

Knihu jsem napsala hlavně jako pokračování předchozího titulu Tvoříme interiér s českou designérkou, kde jsem se barvám záměrně nevěnovala. Je to speciální kapitola v oboru interiérového designu a zaslouží si dost prostoru. Češi jsou obecně konzervativní v kombinování a používání barev. Možná je to nedostatek odvahy, možná obava „co tomu řekne návštěva“. Obecně je to hlavně nezařazení estetiky do našeho každodenního života i vzdělání.

Češi jsou však považováni za dost velké kreativce a vynalézavý národ. Nicméně – barvičky nejsou tedy jejich parketou?

Nejsem si jistá, že slovo „kreativec“ je výstižné. Co se týče barev, tak se bojí experimentovat a udělat si bydlení dle svého vkusu – bojí se projevit individualitu. Nedokážou si barvu v prostoru představit, proto je kniha založena na fotografiích barevných interiérů, aby to bylo vizuálně velmi snadné.

Čím vám barvy učarovaly?

Barvám v interiéru jsem se věnovala již ve své první i druhé diplomové práci. Je to velmi ná-

ročná disciplína. Domnívám se však, že cit pro barvy nelze zcela naučit a člověk ho buď má, či nikoliv.

Jak jejich prostřednictvím vyladit byt, dům, kancelář, aby to podpořilo osobnost každého z nás, aby motivovaly k výkonu, aby probudily tu správnou energii?

Nebát se a poslouchat své srdce a přestat se ohlížet na sousedy, známé či kolegy v práci. A když si člověk neví vůbec rady, tak se obrátit na specialistu, který může třeba jen hodinovou konzultací vyřešit základní barevnost. Není na to žádný obecný návod, každý je individualita a vnímá barvy jinak. A když vám designér začne nutit svou představu bez ohledu na vaše požadavky, není to profesionál.

Většina podnikatelek a manažerek čelí neúměrnému stresu a domov bývá jejich útočištěm, oázou. Jak mohou barvy k uvolnění organismu pomoci?

V tomto případě nejde jen o barvy, když je interiér stresující nevhodnou dispozicí či zařizovacími předměty, změna výmalby opravdu nepomůže. Interiér je v dnešní době útočiště a místo pro relax. Je třeba k němu přistupovat zodpovědněji. Kolikrát lidé tráví více času výběrem dovolené než řešením nového vybavení bytu.

Dokážete poradit, kterak barevně pojmut pracovní, v níž člověk tráví až deset hodin denně u počítače, aby podával dobrý výkon, nerozptyloval se, a přitom odolával tlaku doby?

Zde opět nejde jen o barvy, ale celkový styl. Na někoho mohou dobře působit čisté linie a strohý vzhled, jiný potřebuje klasiku nebo přírodní či exotické materiály. Obecně bych se vyvarovala velmi sytých a agresivních barev, které jsou dobré třeba do recepce, ale pro dlouhodobou koncentraci nejsou vhodné.

Co chybí většině kanceláří? Jemný a hravý detail, barevný humor, svěží linka nadhledu v pojetí a barevnosti prostoru?

Kancelářím chybí dostatek úložných prostor (proto tam bývá nepořádek), dobré osvětlení, vhodně řešená akustika a ergonomické vybavení. Barva je až to poslední, co vidím jako prohrěšek, protože lze jednoduše přidat nebo ubrat.

Často podléháme trendům, a to i barevným. Vy publikaci končíte slovy: Není krásné, co je krásné, krásné je, co se nám líbí. Opravdu to platí?

A vy si myslíte, že kdyby to neplatilo, tak bych to do knihy dala? Interiérový design není škaltkování. Stejně tak nejde jen o barvy a estetiku. Je to komplexní věda. Proto také již nyní pracuji na třetím pokračování!

otázky připravila se Eva Bixi



SIKO koupelny a kuchyně

Nová prodejna v Praze na Černém Mostě právě v těchto dnech získala krásné ocenění a stala se **vítězem DIAMANTOVÉ LIGY KVALITY hned ve dvou kategoriích** – „Cenu za vynikající kvalitu“ České společnosti pro jakost a současně „Cenu za inovace“ v segmentu NON-FOOD za rekonstrukci prodejny na nový showroom. Na slavnostním vyhlášení tak mohl vedoucí úspěšné prodejny Pavel Vohnoutka přebírat cenu přímo **z rukou ministra průmyslu Karla Havlíčka**.



Nejmodernější showroom pro stylová řešení koupelen a kuchyní

SHOWROOM SIKO

Praha Černý Most - Moderní inspirace

- Více než 100 stylových řešení koupelen a kuchyní
- Technologie a inovace pro komfortní zařízení koupelny i kuchyně
- Služby pro plánování a realizaci koupelny i kuchyně na klíč
- Široký výběr interiérových dveří
- Moderní, vzdušný nákupní prostor



Minimalisticky zařízená koupelna METAL, v čistě pánském stylu



Moderní ostrůvková kuchyně s tmavém provedení, v kombinaci s metalickými prvky.

Jedinečnost nové prodejny objevíte až při její návštěvě. Označení prodejna přitom není tak úplně na místě, původní prodejna byla totiž kompletně zrekonstruována a vznikla velkoryse pojatá nákupní galerie. Ta je vytvořena v novém obchodním konceptu, který klade důraz na zákaznický komfort, služby a vzdušný nákupní prostor.

Pokud uvažujete o nové koupelně či kuchyni, nebo jen hledáte inspiraci, neměla by tato prodejna vaší pozornosti rozhodně ujít.



Koupelna zařízená ve skandinávském stylu

SIKO je teď diamantové

Siko
KOUPELNY • KUCHYNĚ

Spánek umocní příjemné povlečení

Jak spíte? Hůře se vám usíná? Nebo naopak ani nevíte a jste v propadlišti krásných snů? Zůstáváte v posteli dlouho, nebo vám stačí pár hodin? Každý to má trochu jinak. Většina z nás se však shodne na tom, že dobrý pocit z odpočinku umocňuje vhodné povlečení. Třeba to, které se vám vyloženě líbí, ať je jednobarevné, nebo pestré, hřejivé, nebo spíše chladivé, zděděné po mamince, nebo právě zakoupené v prodejně SCANquilt.

Přiznám se, že zejména před vánočními svátky chodím do obchodů jmenované značky moc ráda. Pořizuji zde praktické dárky, a občas si vybírám, no, co jiného než právě povlečení. Kupuji je pro radost a vlastní pohodu, s trochou rozmařilosti i pro výzvy, které mi nabízí design jednotlivých kousků. Ten je totiž nadmíru osobitý a dokáže přinést opravdové potěšení v okamžiku, kdy si člověk po celodenním shonu zaslouží to správné intimní lenošení. Ing. Ivana Šachová, majitelky firmy SILEX, jsem se zeptala:

Jaké materiály a vzory jsou nyní žádané?

Oblíbené a nejprodávanější povlečení podléhá sezoně stejně jako módní oblečení. Materiály, ale i vzory, si vybíráme podle ročního období, své nálady, vkusu i charakteru interiéru. Během roku volíme ty, které nás v zimě zahřejí, oblíbený je flanel s počesanou úpravou nebo s vlasem velur, a celoročně velmi příjemný nemačkávký úplet jersey. Toto povlečení z dlouhovlákné česané bavlny, které je velmi hebké a splývavé, se navíc nemusí žehlit. Novinkou je povlečení KLASIK SOFT, v tom-



Ing. Ivana Šachová

to případě i u běžného plátka je speciální úpravou dosaženo velmi hebkého omaku.

Letní měsíce bývají stále teplejší, co doporučujete pro toto roční období?

V tuto dobu bývá nejlepší volbou příjemný a nežhlivý SATÉN PLUS z jemných přízí dlouhovlákné česané bavlny. Na chalupu většína z nás volí krepové povlečení, kdy krep efekt zabraňuje pomačkání tkaniny. Chladivý pocit vyvolává i nové jednobarevné povlečení damaškového typu ve směsi dlouhovlákné česané bavlny s lyocelovým vláknem, které má výjimečné vlastnosti díky své schopnosti absorbovat přebytečnou vlhkost. Obecně většina zákazníků preferuje povlečení z kvalitní bavlny, která je po tisku a finální úpravě příjemná na dotyk, a teprve pak vybírá vzor a barvu.

Každý z nás má jiný vkus, miluje jiné barvy, někdo dává přednost klasice, jiný experimentuje...

Vyhledávané jsou minimalistické vzory v přírodních barvách, romantické pastelové vzory

nebo pestré květinové pro svou přirozenou krásu a energii.

I dětem se dnes dává pod stromeček povlečení? Dříve to bývalo docela běžné...

Podle našich zkušeností bych si dovolila tvrdit, že je to léta tradiční dobrý dárek. Nejvyhledávanějším povlečením maminek je stále v plátovém provedení KLASIK, KLASIK DESIGN a FINO DESIGN z kvalitní bavlny s pestrými potisky. Oblíbené je i povlečení TREND s příměsí polyesteru, kdy se povlečení tolik nemačká a rychle po vyprání schne. Pro děti i teenagery máme v kolekci více než 90 různých motivů. Pro miminka doporučujeme v dětském rozměru jemné úpletové povlečení JERSEY z dlouhovlákné česané bavlny, které je velmi jemné a přívětivé k dětské pokožce.

Které materiály patří mezi nejluxusnější?

Zcela jistě to jsou ty z dlouhovlákné česané bavlny, které jsou jemné a hebké na dotyk. Nežhlivé SATÉNY PLUS jsou velmi oblíbené, protože jsou hladké a krásné na nich vynikne potištěný vzor. Jsou zákazníci, kteří preferují jednobarevné povlečení a volí čisté bílý bavlněný satén nebo damaškové vytkávané vzory v pastelových odstínech typu ELEGANT a EXCLUSIVE. Nově v kolekci nabízíme kromě stoprocentní bavlny i kombinaci s lyocelovým vláknem značkové úpravy Tencel, které je jemné, hebké, a navíc má přirozenou termoregulační schopnost, takže v zimě příjemně hřeje, v létě vyvolává chladivý efekt, navíc výborně absorbuje nadbytečnou vlhkost při spaní. V naší kolekci jde o povlečení Exclusive Tencel v jednobarevném provedení a v potisku to bude po novém roce nová řada Satén Design Tencel. Dosud nejžádanějším v poslední době je ale úpletové povlečení mako JERSEY, které je splývavé, hebké a stejně příjemné jako jemné noční prádlo.

ptala se Eva Brixí





Czech Specials

Váš gastronomický rádce při cestách po Česku

- Czech Specials je certifikační značkou potvrzující, že právě v takto označeném podniku Vám připraví tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.
- Czech Specials je spolehlivým průvodcem po našich dobrých restauracích.

Ochutnejte Česko!

www.czechspecials.cz



2019



2019



ZSS
Roll Skořicový
350 g



Olomoucký
cibulák
500 g



Chléb Quinoa
500 g



ZSS Jankovy
buchty tvarohové
350 g



Babeta
s příchutí citrónovou
250 g



ZSS
Choco cake
250 g

TVOŘÍME PŘÍBĚH KVALITNÍHO PEČIVA



Z ČESKÝCH POLÍ



DO VLASTNÍCH
MLÝNŮ



A NAŠICH PEKÁREN



PŘÍMO K VÁM

