

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

leden 2020

Silvestr 2019

Eva Brix

Jsou slova plná předsevzetí
Písmena sama píší
Osud vlastních dětí
Cedulky školní
Už dávno přestaly platit
A místo nich
Příběhy jejich cesty zlatí

Říkadla lásky
Již mi nachystala vrásky
Tehdy jsem nemyslela na nic
Dnes sečtělá jsem
Ale nevěřící
Koření dnů
Mnu si v prstech
Nedala bych je za nic
Má šprtouchlata totiž
Nechtěl ani teď znát hranic
Drží krok
Jak svědce stvořitel a panic celý rok

Země se mi začala točit
Vlídým směrem
Budoucnost se už neměří úhloměrem
Vzpomínky rovnám do řádků
A kreslím vtipy nových pořádků
Slza k slze
Provázek na niti
Skřivani z rukávu brzy vyletí

Půlnoc bouchla šampaňské
Přípitek promlčel
Co neměl říci
A mé sny jsou zase koledníci

Zuzana Ceralová
Petrofová

Prodáváme rodinný příběh
napříč šesti generacemi

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Andělské pralinky – luxusní ručně vyráběné poklady

Objednat i nakoupit lze nově i ve firemní cukrárně Andělské dobroty na adrese:
Burešova 1637/7, Praha 8.

Vybrat si zde můžete také originální dorty, domácí marmelády a gelato.

Pralinky s logem, valentýnská i svatební kolekce čeká na vás!

www.andelskepralinky.cz



Do businessu vnáším ženský element

V Čechách mají ženy v businessu menší vliv, než by si zasloužily, v manažerských pozicích tvoří výraznou menšinu. Ženský element v řízení tuzemských firem má však rostoucí tendenci. Markéta Houšteká chce stav změnit. Nejenže kormidluje nově vzniklou firmu INBRAIT, s.r.o., ale její tým v managementu tvoří převážně ženy. Podaří se jí zbořit mýtus, že v práci mohou být úspěšní jen muži, a to v odvětví informačních technologií, které byl dosud jejich doménou?



Markéta Houšteká

Čím vás přitáhly informační technologie?

Hledala jsem změnu v profesní kariéře. Po vysoké škole jsem nějakou dobu pracovala v oblasti logistiky, později jsem zjistila, že mě zajímají finance a oblast controllingu. Neváhala jsem ani tehdy, když jsem dostala nabídku přejít do marketingu. Žádného přechodu do jiné pracovní oblasti jsem nikdy nelitovala. Získala jsem mnoho pracovních zkušeností, které neustále uplatňuji ve svém profesním, ale i soukromém životě. Během mateřské dovolené jsem se věnovala obchodu. Světa IT jsem si do té doby příliš nevěšmala, ale vnímala ho jako zajímavý. Postupně jsem se s ním seznamovala a pronikala do něj hlouběji. Začal mě bavit. Proto jsem přivítala pracovní nabídku společnosti ARBES, kde mi nabídli postavit úspěšný koncept dceřiné firmy, která by se zaměřila na bodyshopping, tedy poskytování lidské síly formou pronájmu firmám působící v IT oboru. Často jsem totiž slyšela postřehy od svých blízkých: „Ty bys byla dobrá IT

obchodnice.“ Tato myšlenka ve mně hlodala čím dál více, a když přišla nabídka vytvořit INBRAIT, vlastně jsem ani moc neváhala. Společnost jsem v loňském létě založila, a na podzim jí vdechla život. Stojím v jejím vedení, podílím se na obchodu, marketingu i sourcingu. Rolí zde zastávám několik, ale díky jejich rozmanitosti mě práce velmi baví.

Proč napadlo ARBES Technologies založit dceřinou společnost?

Založení dceřiné společnosti zaměřující se na poskytování kapacit IT profesionálů stávajícím i novým klientům ARBES Technologies je součástí schválené a systematicky naplňované dlouhodobé strategie mateřské společnosti. Podobně jako ostatní strategické projekty, které jsme ve skupině již realizovali nebo realizovat zamýšlíme. V posledních dvou letech navíc zaznamenáváme enormní poptávku po kvalitních, a především osvědčených IT profesionálech ze strany klientů. Velmi často jde o jejich

vlastní a mnohdy krátkodobé projekty, v rámci kterých by využití interních produktově či kompetenčně orientovaných expertů nemuselo být zcela efektivní a pro klienta přínosné. A právě proto se založení takovéto dceřiné společnosti uvnitř skupiny ARBES Technologies objevilo jako součást dlouhodobé strategie. Hlavním cílem INBRAIT je tedy poskytování kvalitních a námi ověřených IT profesionálů klientům a pomáhat jim perfektně, včas a v plánovaném rozpočtu realizovat jejich vlastní IT aktivity. Zároveň se touto cestou celé skupině ARBES Group otevřely možnosti spolupráce také s novými zákazníky, a to napříč všemi segmenty. Jednoduše bych to shrnula tak, že se nám podařilo velmi elegantně propojit odlišný svět produktových a projektových IT profesionálů, což celá řada stávajících i nových klientů kvituje.

Jak INBRAIT funguje a co si klade za cíl?

Ke každému IT odborníkovi v našem týmu přistupujeme vždy individuálně a zajišťujeme mu širokou paletu služeb, které mu ušetří čas nebo usnadní život v tak hektickém světě, ve kterém se právě nacházíme. Díky tomu se nám s nimi daří budovat kvalitní a dlouhodobé obchodní vztahy. Sama si kladu za cíl propojit převážně mužský IT svět se svými zkušenostmi z oblasti obchodu a marketingu a vybudovat novou důvěryhodnou značku na IT trhu v oblasti bodyshoppingu založenou na dlouhodobém partnerství s vybranými IT specialisty. Business INBRAITu stavím na stejných hodnotách jako mateřská společnost, tedy na kvalitě, férovosti, respektu a závazku. Kvalita pro mě znamená, že každý projekt je důležitý. Svou práci vždy odvádíme co nejlépe, a zároveň stále přemýšlíme nad jejím zlepšením. Klienti díky tomu ví, že výslednou práci nemusí důkladně kontrolovat. Domnívám se, že férové jednání a navazování přátelských vztahů vede ke vzájemné důvěře a odstranění různých nejasností. Jsme fér k sobě i klientům. Podle mého osobního pojetí se respektujeme navzájem, vytváříme tak příjemné pracovní klima, kde klient se stává partnerem na cestě k vyřešení konkrétních potřeb. Dodržujeme sliby, dohody i závazky. Jsme pro své klienty i IT odborníky dlouhodobým partnerem.

Sama si kladu za cíl propojit převážně mužský IT svět se svými zkušenostmi z oblasti obchodu a marketingu a vybudovat novou důvěryhodnou značku na IT trhu v oblasti bodyshoppingu založenou na dlouhodobém partnerství s vybranými IT specialisty.



Je ženské složení týmu spolupracovníků záměrem? Co tím zakladatel sleduje?

Ano, společnost jsem postavila na ryze ženském elementu, přístupu a marketingu. Věřím, že ženy jsou více empatické s hlubokým smyslem pro zodpovědnost, často velmi správně předvídají vývoj různých situací, neprosazují svůj názor za každou cenu a vždy se snaží najít co nejpříznivější řešení a s každým se rozumně domluvit. Ráda bych zbořila mýtus, že v naší práci mohou být úspěšní jen muži. Ano, jsou dravější, většinou jdou do vyššího rizika a v některých případech mají snadnější pozici pro vyjednávání právě proto, že jsou muži. Když se ženám podaří obsadit vedoucí pozici, často musí přistupovat na mužská pravidla hry a přijímat jejich způsob chování, aby si získaly uznání, respekt a podporu kolegů. Ale inspirovala jsem se některými úspěšnými ženami a mám silnou motivaci

každý den dokazovat, že i ženy mají své místo v klíčových pozicích. Na pracovní pozici account managera dle mého názoru žena dokáže citlivým přístupem k požadavkům klienta správně vyhodnotit poptávku, pečlivě zpracovat zadání pro sourcing managera a následně nabídnout nejvhodnějšího kandidáta klientovi. Na tyto pozice jsme podle mého názoru vhodné, protože dokážeme při výběru kandidáta správně identifikovat potřeby IT specialisty a vyhodnotit nejlepší shodu v požadavcích kandidáta a klienta. Tato vzájemná ženská souhra nám v práci následně přináší skvělé výsledky.

V čem se manažerské řízení ženského kolektivu liší od smíšeného nebo ryze mužského?

Nevidím zásadní rozdíl v řízení ženského, smíšeného nebo ryze mužského kolektivu.

V INBRAITu panuje vždy dobrá nálada. Zakládáme si na dobrých vztazích nejen mezi námi a klientem, námi a našimi IT specialisty, ale především na pracovišti. Moc dobře totiž víme, že vzájemná důvěra a přátelské vztahy napomáhají navozovat příjemné pracovní prostředí. Uvolněná a přátelská atmosféra, moderní kanceláře, nadstandardní péče – to vše a mnohé další je u nás samozřejmostí.

Kdy přestáváte být topmanažerkou a stáváte se matkou a partnerkou?

Každý den po splnění pracovních úkolů jsem matkou i manželkou na plný úvazek. Snažím se, aby rodina nestrádala. Není vždy jednoduché skloubit práci a rodinu, ale zatím vše vychází dle mých představ bez větších komplikací. Silné zázemí v rodině mi umožňuje překonávat některá úskalí, která se občas objeví. S manželem jsme nedávno naprosto propadli golfu, kde si vždy nádherně pročistím hlavu od všech starostí. Nesmírně si užívám úspěchů dětí, ať už ve sportu, nebo v jiné oblasti. Vždy říkám, že ta honička stojí za to! Život je strašně krátký a je třeba si užívat každého okamžiku, který nám přináší. Snažím se tím řídit, jak jen to jde, a potom je můj život mnohem veselejší.

mnoho úspěchů popřál
Pavel Kačer

INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

Speciální bylinné produkty pro blaho ledvin

Při potížích s močovými cestami

Přírodní výtažky na podporu energie ledvin a močových cest působí blahodárně na celek vylučovacího ústrojí a pomáhají s potížemi bezpečnou cestou.

Tinktury: směs bylin na ledviny, lichořeřišnice, židovská mochyně, vřes – pcháč – měsíček, vřes, kotvičník, brusinka



Doplnek stravy

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE
objednávky na tel./fax: 582 391 207,
GSM: 737 525 301, poradna: 582 391 254
798 46 Brodek u Konice 3
e-mail: objednavky@nadeje-byliny.eu

www.nadeje-byliny.eu



Bude plný dobré energie...

Prožila jsem složitý prosinec. Lidem kolem mne se nedvedlo, několik známých se potýkalo s nemocemi, myslala jsem na ty, kterým se přihodily životní komplikace. Vnímala jsem nespočet dárcovských iniciativ i sílu těch, kterým choroby nepodlomily jejich víru tvořit a šířit dobrou náladu. Odepisovala jsem na e-maily s pocitem, že rok 2020 bude pro nás všechny tím pravým rádcem, že nás obohatí dalšími nápady a že budeme plni energie, již budeme věnovat smysluplným počínům. A že začneme s pokorou vnímat drobnosti, které nás povznášejí. Stejně jako humor, který naše odhodlání násobí. Přeji vám, ať se daří vše, do čeho se pustíte.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Skryté tajemství dlouhověkosti Zůstaňte mladí až do vysokého věku

Steven R. Gundry



Jak se dožít vysokého věku a zároveň se těšit z výhod mládí? Nejběžnější „nemoci stárí“ totiž nejsou ani tak důsledkem věku jako spíše životního stylu. Autor předkládá ucelený program obsahující doporučení a tipy z oblastí výživy, duševního zdraví i sportu, s nimiž dokážete předejít nemocem a vypadat i cítit se mladí.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, leden 2020
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

Tisk: 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.



Využíváte ve své praxi služeb blogerek a blogerů?

Jana Kolrusová
Fit, zdraví, výživa
značka Dandelion
a Pampelišková kavárna v Bohdanči
majitelka

Spolupráci s blogery nebo blogerkami mám v cílech firmy pro letošní rok. Sleduji některé blogerky již nějakou dobu a líbí se mi jejich přímá komunikace s okolím. Ze spolupráce si slibuji přínos právě pro vývoj nových výrobků a tvorbu gold linie pro rok 2021. V tuto chvíli mám blogerku pro spolupráci vybránu a moc se na naši spolupráci těším.



Co děláte pro udržitelnost života na zemi, na pracovišti či v osobním životě?

Ing. Jiří Dědek, MBA
Lázně Luhačovice, a.s.
výkonný ředitel

Jestli je něco lepším, a především neodmyslitelným, společníkem lázeňské léčby, pak je to příroda. Kvůli ní jezdil do Luhačovic, města v parku obklopeném nedotčenými lesy, už Leoš Janáček a řada dalších. Proto, aby zůstala zachovaná i pro další generace, jsme například vedle pravidelné péče o přírodní léčivé prameny investovali do technologie zásobování hotelů teplem, která je efektivnější i šetrnější k životnímu prostředí. Současně mě velmi těší, že se nad otázkami udržitelnosti setkáváme i na úrovni celého regionu. Ať už jde o řešení možností alternativní městské dopravy, rozvoj pěší a cyklo dopravy, rozměňování návštěvnosti i mimo přetížená turistická ohniska, nebo podporu činnosti místních malých řemeslníků a podniků. Ekologická udržitelnost totiž také úzce souvisí s udržováním vědomí kulturně sociální identity a tradice, která je ostatně tím, za čím se do Luhačovic vrací většina hostů.



Informace do kabelky

Okamžité platby u ČSOB

ČSOB a Poštovní spořitelna zavedly od 10. prosince pro své klienty tzv. okamžité platby, tedy převod z účtu na účet během několika vteřin. Novou službu lze využívat v internetovém bankovníctví i v mobilní aplikaci Smartbanking. Ve stejný den mohou také klienti skupiny ČSOB s platebními kartami Visa začít využívat mobilní aplikace Apple Pay, Google Pay a Garmin Pay. Skupina ČSOB tím dále rozšířila nabídku platebních možností. „Okamžité platby jsou další z řady inovací, které svým klientům přinášíme. Pokračujeme v cestě zjednodušování a zkvalitňování služby. Aktuální čísla ukazují výrazný nárůst u mobilního bankovníctví, kde v meziročním srovnání stoupl počet aktivních uživatelů o 26 % a o 33 % se zvýšil počet transakcí. Z toho jasně vyplývá, co klienti chtějí, a my se jim snažíme jít svými inovacemi naproti. Mobilně a instantně,“ řekla Michaela Lhotková, výkonná ředitelka za oblast Inovací. Okamžité platby fungují nepřetržitě, lze je využívat ve všední dny i během víkendů a svátků. Stanovený limit pro odesílání a přijímání plateb je 400 000 korun. Aby mohla služba fungovat, musí ji také podporovat další banky. ČSOB nabízí odchozí okamžité platby zdarma, a to jak pro klienty s kontem Plus i Premium, tak i pro zákazníky Poštovní spořitelny s Poštovním účtem. (tz)

Bez zdraví firma nefunguje: pozor na ledviny a močový systém

Hlavně zdraví, to ostatní už přijde samo, přáli jsme koncem minulého roku svým nejbližším, přátelům, obchodním partnerům. A mysleli jsme to upřímně. Asi každý z nás si totiž již vyzkoušel, co to znamená opustit běžné životní tempo kvůli nemoci. Pro vyčerpání osobnosti, majitelky firem, manažerky zodpovědné za velké týmy lidí, ale stejně tak pro živnostníky, kteří musí najednou zavřít kadeřnictví nebo pedikúru, je to doslova pohroma.

Velmi obtěžující jsou například nachlazení a onemocnění močových cest. Mohou být vyvolána proběhlými virózami, chřipkou nebo také jen nachlazením. U veškerých problémů močového ústrojí se musíme zaměřit na jednotlivé složky věci: očistu od bakterií a virů, protizánětlivě působit a zbavit orgány usazenin a solí, které zde mohou vytvářet močový písek a kaménky. K prevenci také patří tepelné zabezpečení pánevní oblasti oděvem, proplachování pitím hojného množství tekutin, nejlépe čajů z bylin. Musíme si rovněž uvědomit skutečnost, že dolní části močových cest mají vztah k pohlavním orgánům, čili musíme se zaměřit na řešení obojího komplexně.

Častým problémem s ledvinami je infekční zánětlivé onemocnění, které má ve většině případů bakteriální původ. Jde o nepříjemný a nebezpečný stav, kdy zánět poškodí nejen ledviny, ale může se rozšířit i do krevního oběhu a způsobit tak otravu krve. Zánět vzniká ve chvíli, kdy bakterie vystoupají močovodem z močového měchýře až do ledviny. Mezi rizikové faktory tohoto stavu patří například výskyt močových kamenů, které zamezují normálnímu odtoku moči, a tak i nezbytnému očišťování močových cest od bakterií. Zvýšené riziko vzniku infekce se objevuje především u žen, které jsou k zánětu náchylné kvůli anatomii močových cest. Močová trubice je u žen velmi krátká, proto se bakterie snáze dostanou do vyšších oddílů močových cest. Neméně rizikovým faktorem vzniku zánětu ledvin je také neléčená či komplikovaná infekce dolních močových cest.

Mezi projevy zánětu ledvin patří časté nutkání na močení nejen během dne, ale především v průběhu noci. Dalším často se vyskytujícím příznakem jsou bolesti při močení, které lze popsat jako řezání či pálení. Neměli bychom být lhotejší ani k neobvyklé barvě a zápachu



Mgr. Jarmila Podhorná

moči. K projevům, které potvrzují onemocnění močových cest, se dále přidává bolest nebo pocit tlaku v břiše a také zvýšená teplota. Podobnými příznaky se projevuje i zánět močového měchýře, který je rovněž způsoben bakteriemi. Často však zánět vyvolává i přecitlivělost na chemikálie, pohmoždění během pohlavního styku nebo kvasinková infekce. Oproti zánětu ledvin ve většině případů stačí časté doplňování tekutin ve formě čajů a konzumace brusinkových produktů. Pokud se s léčbou začne okamžitě, obvykle zánět do tří dnů odezní. V případě obtíží bychom však měli vždy vyhledat lékaře. Ten určí, zda jde

o méně závažnou formu zánětu, nebo o onemocnění ledvin.

Léčba zánětu ledvin probíhá formou podání účinných antibiotik. Na zmírnění průvodních obtíží může lékař doporučit i protizánětlivé léky. Nemocný však může léčbě výrazně přispět zvýšeným příjmem tekutin. Pravidelné močení pomáhá urychlit očišťování močových cest a snížení počtu bakterií. Odborníci doporučují také užívání brusinek a brusinkových preparátů, které mají protizánětlivé účinky.

Na jednotlivé problémy močového ústrojí můžeme využít celou řadu bylinek. Jejich využitím lze preventivně celé ústrojí očišťovat od usazenin, bakterií a virů. Pokud je již močové ústrojí zaneseno a vyskytují se tam močové kameny a písek, využijeme bylinné prostředky z pýru, židovské mochyně, kotvičnicku, výtažky z pupenů jasanu, břízy a buku, které silně očišťují od kyseliny močové, která má také podíl na pohybových problémech, revmatu a dně. Bakteriální problémy močového ústrojí řeší přírodní antibiotikum lichořeřišnice, která patří mezi nejvíce využívané bylinné prostředky s protibakteriálním působením a také známá brusinka. Dále je třeba regenerace močového ústrojí a tu nám může zabezpečit směs na ledviny složená z hluchavky, heřmánku, vřesu, břízy a celiku zlatobýlu. Nejúčinnějším prostředkem k regeneraci močového ústrojí je gemmoterapeutikum z vřesu, které zároveň využíváme všude, kde jsou i otoky.

Mgr. Jarmila Podhorná,
majitelka firmy Naděje



foto Shutterstock

Spokojená duše je vedle jídelníčku základem na cestě za zdravím



Mgr. Ivana Stenzlová

foto Gábina Mančíková

Cestou z firmy, často pozdě večer, vyřizujeme nepříjemné hovory v mobilním telefonu. Řídíme čtyřnohého společníka a za volantem stále ještě pracujeme. Ještě než se pozdravíme s dětmi, manželem, babičkou, už zapínáme notebook, aby nám náhodou něco neuniklo, abychom dokončily, co mělo být hotovo už odpoledne. Nevnímáme příliš, jakými otázkami nás zahrnují naši nejbližší, protože už zase plánujeme, organizujeme, připravujeme se na zítřejší důležitá jednání, obchodní schůzky, porady. Často padáme únavou a ani nevíme, jak usínáme, někdy jak spíše neusínáme, jak se plíží syndrom vyhoření nebo vysoký krevní tlak. Co na tom, že jsme si dali báječná novoroční předsevzetí... Mnoho našich čtenářek, podnikatelek a manažerek je ve věku, kdy se přesto všechno čas od času zamýšlí nad stylem života i nad zdravotními komplikacemi, které jim věk a „tlak doby“ přinášejí. Hledají metody, jak si svoji kondici vylepšit, jak zvládat život v pohodě. Jedním z návodů nebo inspirací může být kniha, již koncem minulého roku vydalo nakladatelství Smart Press. Jmenuje se Šance pro ženu 40+ a napsala ji Mgr. Ivana Stenzlová, mikrobioložka a odbornice na výživu. Jí patřily i následující otázky:

Žena 40+ a řada potíží. Nepřeceňujeme toto období přeměny organismu? Je svým způsobem opravdu tolik problematické?

Střední věk přináší do života každé ženy nerovnováhu ženských hormonů, která je výsledkem biologických změn přirozeně v těle probíhajících. Tato nerovnováha může a nemusí vést k nepříjemným klimakterickým projevům. Jde o naprosto individuální záležitost.

A nestačilo by rozebírat okolnosti změn až po padesátce?

Určitě nestačilo. Hormonální nerovnováha spojená s poklesem hladiny progesteronu začíná již kolem čtyřicátého roku života, kolem padesátého roku života výrazně klesá i hladina estrogenů a nerovnováha ženských hormonů pokračuje až do šedesátého pátého roku života, než hormony dosáhnou nové rovnováhy. Celé toto období hormonálních změn může trvat až dvacet let a souhrnně se nazývá klimakterium. Je složeno ze tří etap (premenopauza, perimenopauza a postmenopauza). Každá etapa s sebou přináší určité klimakterické projevy, jejichž intenzita je spojená s aktuální hladinou ženských hormonů v těle. Estrogeny jsou hormony, které ovlivňují funkci mozku, štítné žlázy, zdravé kosti, kontrolují průběh menstruačního cyklu, zodpovídají za metabolismus tuků, rozhodují o stabilitě srdce. Je toho opravdu hodně, za co jsou estrogeny zodpovědné. V případě, když jejich hladina začne v období klimakteria klesat, automaticky přicházejí změny, které mohou ženy vnímat na své psychice i na svém těle.

Čím si ženy zpravidla v této fázi života nejvíce škodí? Nevhodným stravováním? Stresem, pokud zastávají manažerské pozice nebo podnikají?

Právě ve středním věku ženám jejich nezdravý životní styl (nevhodné stravování, nedostatek odpočinku, přemíra stresu) nejvíce ubližuje,

V důsledku převahy jangové energie v těle dochází k zablokování plynulého proudění energie tělem, především v oblasti jater a ledvin. Výrazně slábne energie středu (zažívání). To vše jsou skutečnosti vedoucí ke klimakterickým potížím, se kterými se ale dá velmi dobře pracovat správně zvolenou výživou.

protože ještě více prohlubuje nerovnováhu, ve které se přirozeně nacházejí, a tudíž zvyšuje i míru klimakterických projevů.

Jsou však léta, kdy takové ženy opravdu neřeší nic jiného než kariéru a rodinu. Samy sebe zanedbávají a své já odsouvají až na konec žebříčku hodnot. Co v takových situacích doporučujete v souvislosti s možnými klimakterickými komplikacemi?

Co všechno doporučuji, to detailně popisují ve své knize *Šance pro ženu 40+*. Je samozřejmě spousta možností, jak klimakterium zvládat. Já nabízím řešení pětielementovou kuchyní, která je postavená na principech tradiční čínské medicíny. Právě ta objasňuje období hormonální nerovnováhy žen jako období, kdy není v rovnováze jinová a jangová energie. V důsledku převahy jangové energie v těle dochází k zablokování plynulého proudění energie tělem, především v oblasti jater a ledvin. Výrazně slabší energie středu (zažívání). To vše jsou skutečnosti vedoucí ke klimakterickým potížím, se kterými se ale dá velmi dobře pracovat správně zvolenou výživou. Potraviny podle TCM nejsou jen souhrnem makro a mikroživin, mají také své termické a chuťové účinky a těch lze velmi dobře terapeuticky využít právě ke snížení klimakterických potíží přirozenou cestou. Jak správně uplatňovat principy pětielementové kuchyně, to vysvětlují ve jmenované knize.

Nestačily by třeba jen zdravé snídaně, méně kávy a párkrát týdně dvacetiminutová procházka?

Ano, možná bych přesněji doplnila, jaké snídaně a jaké pokrmy jsou pro ženy středního věku vhodné a proč. Právě ve středním věku mají ženy toho již hodně odžitého (péče o rodinu a domácnost, náročné zaměstnání), což s sebou logicky nese oslabení energie středu (sleziny a žaludku). Oslabené zažívání vede k tomu, že tělo neumí naplno vyrobit z konzumované stravy dostatek energie. Žena to vnímá únavou, vyčerpáním, chutěmi na sladké a přibíráním na váze. Když k náročnému životnímu tempu žena připojí ještě nadměrnou konzumaci syrové zeleniny, mléčných výrobků, suchých a chlebových pokrmů, výsledkem je ztráta energie středu a výrazné zpomalení metabolismu. Což v praxi znamená, že přestože strava je zdánlivě zdravá, začnou po ní ženy přibírat na váze. Tady nabízí TCM skvělá řešení v podobě vyvážených teplých obilných snídaní, teplých polévek nebo jídel z jedné pánve či jednoho hrnce. Tepelně upravené pokrmy

z kvalitních průmyslově neupravených potravin s dostatkem bylinek a vhodného koření vracejí energii oslabenému zažívání, odstraňují energetické blokády v těle, ředí krev a tělní tekutiny a přispívají k celkové harmonizaci těla. Recepty na takovéto harmonizující pokrmy najdou ženy v mé knize.

Také nadměrná konzumace kávy není pro ženy středního věku vhodná. Káva sice patří mezi živinově velmi hodnotné potraviny, ale z hlediska termického účinku káva vysušuje, což může vést k ještě výraznějším klimakterickým projevům, jako je např. bušení srdce, poruchy spánku, ztráta elasticity kůže nebo zvýšené vypadávání vlasů. Vysušující účinek se zvyšuje, když kávu kombinuje žena s cigaretou.

A co se týče procházek, tak ty by měly být vedle výživy tou základní terapií pro každou ženu středního věku. Právě chůze nejlépe odblokovává stagnující energii v oblasti jater a vede k výraznému zlepšení klimakterických projevů spojených s návaly horka, pocením, podrážděnou psychikou, nespavostí. Doporučuji proto, aby se procházky staly nejlépe každodenním rituálem.

Různá dietetická pracoviště používají ke zjištění zdravotního stavu klientů přístroje na měření viscerálního tuku, průchodnosti cév, množství svalové hmoty – dá se jim věřit? Určuje se také metabolický věk – co to vlastně znamená? Operujete s tímto termínem také?

Ne, já považuji např. měření těchto hodnot za zbytečné. Každá z nás vidíme, jestli se nám na



Fenyklová polévka



břiše tuk hromadí. Z toho také logicky můžeme usoudit stav našich cév a stejně tak i množství své svaloviny na těle vidíme pouhým okem. Své vlastní tělo zná každá žena nejlépe, a nemyslím si, že určením přesných hodnot břišního (viscerálního) tuku a svalové hmoty se posouváme ke zdraví. Metabolický věk – tento výraz ve své praxi rovněž nepoužívám. Člověk, který je i ve středním věku plný životní energie, optimizmu a radosti ze života, je jednoduše stále mlád.

Začíná se diskutovat o přesnosti ukazatele BMI. Jak se na tuto veličinu díváte?

Ze začátku mé odborné praxe v oboru funkční výživy a zdraví byl BMI pro mě jakousi veličinou s určitou výpovědní hodnotou o klientovi. V průběhu přibývajících profesních zkušeností jsem stále více od jeho používání upouštěla z důvodů, že správně nastavená a zdravá výživa přispívající k utužení celkového zdraví, štíhlosti a dobré kondice klienta, rozhodně není o číslech. A tedy i BMI pro mou práci ztratilo význam. Do stravování podle mého matematika prostě nepatří! Proto také neuznávám počítání kalorií. Kalorie nevypovídají ještě zdaleka nic o výživné hodnotě daného jídla. Právě ta je určující veličinou na cestě za zdravím.



Hovězí kuličky



Kuřecí kari na květáku



Dýňové rizoto s parmazánem

foto Petra Novotná

Jste jedna z mála, která tvrdíte, že cvičením kila neshodíme, že nejvíce zmůžeme vhodným stravováním. Nebojíte se jiných názorů?

Ne, určitě nebojím. Názorů na výživu v kontextu s hubnutím je v současné době více než dost. A je potřeba, aby každý, kdo nějaký názor přináší, ho uměl před širokou veřejností obhájit. Jsem vystudovaná biologka, a proto můj názor, že hubneme stravou, vyplývá z logiky toho, jak jídlo na naše tělo působí. Jestliže přijmeme důležitou a velmi zásadní informaci o tom, že především jídlo rozhoduje o činnosti metabolických hormonů, dostáváme se k podstatě celého tématu – váha. Jestliže naše jídlo nevede k rovnováze metabolických hormonů, tzn. jestli po jídle máme neustále zvýšenou hladinou ukládacího hormonu inzulinu v krvi, nemůžeme zhubnout, ani kdybychom dlouhé hodiny denně sportovaly. A to nehovořím o tom, že náročné sportovní aktivity stresují (zvyšují hladinu kortizolu v krvi) a vedou k živinovému vyčerpání těla. Daleko důležitější než sport je pravidelný přirozený pohyb, tedy chůze, běh, jízda na kole, jóga, tai-či a jiná protahovací a dechová cvičení. Takovýto pohyb pomáhá k udržení zdravého pohybového aparátu, je velikou prevencí proti kardiovaskulárním chorobám a diabetu, osteoporóze a formuje postavu. Ale vždy mu musí předcházet živinově bohatý a správně sestavený talíř, což učím svým pravidlem pěstí, ve kterém vysvětluji, jak si sestavit své jídlo pro zdravou hormonální odezvu. Jen ta je základem nejen zdraví, ale i štíhlosti. Tomuto tématu jsem věnovala svou první knihu *Dej tělu šanci a rozvádím ho i ve své druhé knize Šance pro ženu 40+*.

Jakou roli přisuzujete v menopauze užívání kolagenu?

Rozhodně jeho užívání nebudu negovat, má ve stravě žen středního věku svá důležitá opodstatnění v rámci pohybového aparátu a zlepšení kvality kůže a pleti. Ale osobně se více přikláním k přirozeným formám a zdrojům. Například dlouho tažené hovězí vývary z morkových kostí obsahují dostatek kolagenu. Také strava s vysokým obsahem antioxidantů přispívá k je-

ho vyšší produkci v těle. Dokonce existují i stimulační cviky (např. obličejová jóga). Možnost jak zvýšit produkci kolagenu v těle je jistě více. Jestliže dá někdo přednost užívání v podobě doplňku stravy, určitě nemám nic proti, jen volte tu nejvyšší možnou kvalitu, která bude pro tělo opravdovým přínosem.

Ve vaší nové knize jsem si přečetla, že v našem těle mohou právě v tomto období života ženy bodovat vitaminy K2 a D. Proč právě tyto dva?

Střední věk žen se často spojuje se zvýšeným rizikem osteoporózy a nádorových chorob. A právě tyto dva vitaminy sehrávají v prevenci těchto onemocnění velmi zásadní roli. Vitaminy K2 a D jsou rozpustné v tucích. Několik desetiletí propagovaná beztuková strava se podepsala právě na příjmu a využití těchto dvou veledůležitých vitaminů. Vitamin K2 je mimo jiné zodpovědný také za zabudování vápníku do kostí. To znamená, že jestliže v naší stravě chybí potraviny, které jsou zdrojem vitamínu K2 (vejce, máslo, tučné mléčné výrobky, kvašené potraviny), nadměrná konzumace potravin obsahujících vápník a vápníkové doplňky nás od osteoporózy nezachrání. Naopak, zvyšují riziko ledvinových kamenů a ukládání vápníku na stěnách cév. K tomu, aby se vápník stal součástí kosterního aparátu, potřebujeme nutně vitamin K2 a vitamin D, který zajišťuje vstřebávání vápníku ze střeva do krve. Načerpání dostatečného množství vitamínu D ze stravy je téměř nemožné. Malé množství nalezneme v treskách, sardinkách, lososu, másle, sádle, slanine, játrech, žloutcích. Hlavním zdrojem tohoto vitamínu je ale především sluneční záření, konkrétně UVB záření. Množství přijatého slunečního záření závisí na více faktorech. Např. na úhlu dopadu slunečního pa-

prsku na zem. V létě, kdy paprsky dopadají pod větším úhlem k povrchu země, obsahuje sluneční záření nejvíce UVB paprsků. Pro načerpání dostatečného množství vitamínu D doporučuji krátké slunění podle typu kůže, kolem poledne, nejlépe vleže. Slunečnímu svitu pro tvorbu vitamínu D brání oděv, make-up, opalovací krém s UVB filtrem i okamžitá koupel po slunění. Vitamin D v naší zeměpisné šířce nemůžeme čerpat od podzimu (října) do jara (dubna) s výjimkou opalování na horách. Proto je velmi důležité vytvořit si v létě dostatečné zásoby vitamínu D. Vědecké studie potvrzují, že vysoké dávky vitamínu D (kolem 5000 IU) sehrávají důležitou preventivní roli v obraně proti kardiovaskulárním a nádorovým chorobám. Více informací o vitamínu D3 a K2 najdete v mé knize pro ženy.

Každý věk má i své přednosti. Jaké právě tento?

I přes všechny negativní dopady hormonální nerovnováhy na naše zdraví může být střední věk jedním z nejkrásnějších období. Máme totiž spoustu za sebou, díky tomu se změnila i naše životní priority. Netoužíme již po vzdušných zámčích, stojíme nohama pevně na zemi a k radosti nám stačí zdánlivé maličkosti. Ale především je to období, kdy konečně můžeme mít čas jen a jen pro sebe a díky tomu pracovat intenzivně na svém zdraví a dobré kondici.

Chtěla bych popřát všem ženám středního věku, mezi které rovněž patřím, aby se měly rády a aby změny svého těla prožívaly s lehkostí, a především vědomím, že ví, jak na ně. A nezapomínejte, že spokojená duše plná radosti a štěstí je vedle jídelníčku základem úspěchu na vaší cestě za zdravím.

otázky připravila Eva Brixí

Tepleně upravené pokrmy z kvalitních průmyslově neupravených potravin s dostatkem bylinek a vhodného koření vracejí energii oslabenému zažívání, odstraňují energetické blokády v těle, ředí krev a tělní tekutiny a přispívají k celkové harmonizaci těla. Recepty na takovéto harmonizující pokrmy najdou ženy v mé knize.

Cincink – šťastné emoce na konci projektu



Už jste kupovali nebo prodávali dům či byt, chtěli rozšířit a modernizovat svoji nemovitost? Pokud ano, víte, kolik je s tím spojeno času, nervů, starostí a nečekaných komplikací, často i nepříjemných překvapení. Jistě byste si přáli mít v té chvíli na své straně erudovaného a vždy připraveného přítele, na něž bude spolehnouti. Komerční banka vyslyšela přání klientů a pod názvem Cincink přišla s takovým pomocníkem. Není to jen další realitní portál s bezplatnou inzercí, ale partner nabízející komplexní služby, odborné poradenství, financování, stěhování a mnohé další. S autorkou a šéfkou projektu Kateřinou Stehlíkovou jsme hovořili nejen o novém produktu, ale také o ní samotné.

Jak byste se charakterizovala?

Když bych měla sama za sebe shrnout do pár vět – tak určitě je pro mě důležité pracovat na projektech, které mají přesah a jejich cílem je lidem pomoci s konkrétním problémem. Baví mě jít postupně s myšlenkou od první idey až k její finální realizaci, kde vidím výsledek. Nápadů mám spousty, ale trůfám si říct, že mi nechybí ani sebereflexe k tomu, co jde a co nejde uskutečnit. A v okamžiku, kdy se do nějakého tématu zamiluji, tak se jako správný buldoček zakousnu a nepustím, dokud nenajdu řešení.

Proč jste zareagovala v Komerční bance na výzvu vytvořit nový start-up? Měla jste hned na začátku nápad, na němž se dalo stavět?

Ano, stěžejní pilíř celé myšlenky byl jasný už od začátku. Můj nápad stál na konceptu ekosystému realitních služeb pro klienty KB, kteří kupují nebo prodávají nemovitost. Tato idea je velmi blízko již realizovanému projektu. V průběhu získávání insightů od klientů i realitních makléřů jsme se dozvěděli, že téma je mnohem širší než jen čistě nabídka služeb. Naše vize je pomáhat klientům řešit otázky „Jak dobře koupit“ a „Jak dobře prodat“ nemovitost od začátku do konce. Každý jsme jiný, máme jiné potřeby a ocitáme se v různých situacích. Při

řešení bydlení jde obvykle o vysoké částky peněz, pro mnoho lidí celoživotní úspory. Svěřit obchod do rukou odborníků má tak na trhu své místo. Proto vznikl Cincink, abychom pomáhali lidem správně se rozhodnout. Jak těm, co chtějí pomoc odborníků na reality, tak těm, co chtějí prodat nebo koupit sami na vlastní pěst.

Co bylo pro vás nejobtížnější při tvorbě a realizaci nového konceptu?

Sebelepší nápad nikdy nezrealizujete sami. Klíčové pro jakýkoliv projekt je mít v týmu profíky, kteří se zároveň ztotožní s vizí realitního portálu, kde se vše točí kolem potřeb klienta, a ne nikoho jiného. Tedy postavit tým lidí, kteří naplno s myšlenkou proklientsky orientovaného realitního portálu souzní. Nový obchodní koncept by ale rozhodně neměl být postaven na jediném nápadu. Je to dále o mravenčí práci spočívající v navrhování řady prototypů, jejich testování, ladění textace a UX, a to vše znova a znova dokola.

Cincink zní spíš jako dětská hra než seriózní realitní projekt... Proč ten cinkající zvoneček?

Cincink je primárně o lidech a řešení jejich potřeb spojených s bydlením. A tento proces je čas-



Kateřina Stehlíková

to spojen se strachem a obavami – vždyť dům nebo byt každý z nás kupuje maximálně jednou dvakrát za život. Hodně jsme přemýšleli, co chceme. Aby lidé, když se vše podaří, mohli vnímat ty šťastné emoce, a radost z nového bydlení měla svůj zvuk.

Když Cincink dostal prostor a běží, v čem spočívá nyní vaše úloha?

Cincink se vlastně právě rozběhl. V beta verzi pracoval od června a v ostré verzi byl spuštěn a veřejnosti představen začátkem října loňského roku. Moje role je stále více rozkročena od strategického rozvoje přes navazování spolupráce s vybranými partnery až po motivaci a challengování celého týmu.

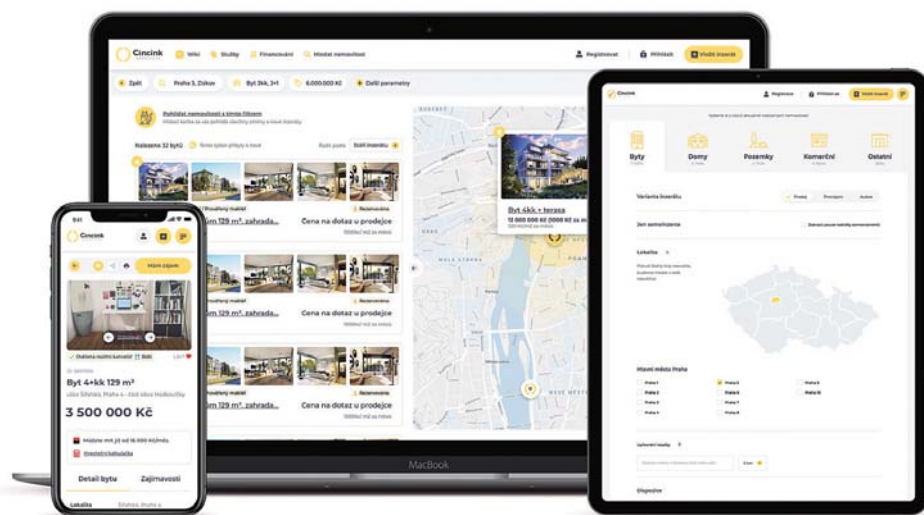
Kam se podle vašeho názoru posunou služby v tomto oboru? Vidíte ještě další příležitosti k rozvoji, máte další nápady?

Nápadů máme dost a novinky i další služby budeme postupně představovat.

Co vám dává energii?

Impulzy od klientů, že podobná služba je potřeba a pomáhá. A také úžasná parta lidí, kteří denně pracují ze všech sil na tom, jak v oboru realit udělat člověka šťastnějším, zbavit ho starostí, pomoci s těžkým a velkým rozhodnutím, splnit si sen. Jsme na začátku, takže také zakopáváme, to k tomu patří. Ale máme velkou ambici přinést do tohoto oboru něco víc než jen bezstarostný a úspěšný prodej nebo koupi nemovitosti.

mnoho nových nápadů popřál Pavel Kačer



Prodáváme rodinný příběh napříč šesti generacemi

Petrof. Značka, která má víc než zvuk. Její tóny zní po celé zeměkouli. Loni oslavila 155. výročí na trhu. Není však samo sebou, že je ryze česká, žádaná a s image opírající se jak o tradici a léty prověřené hodnoty, tak o vlastenectví spojené s moderním pojetím businessu napříč kontinenty a empatickou komunikaci se zákazníkem. Petrof je značka plná osobních vztahů, otevřeného srdce i touhy experimentovat a okoušet nekonečné výzvy, které píší dějiny podnikání současnosti. Strategii úspěchu poodhalila Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová, prezidentka skupiny PETROF:



Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová

Loňský rok jste slavili významné výročí. Jak moc se odkaz historie značky Petrof prolíná do současnosti?

Velmi. Jsme si vědomi, že bez našeho prapradědečka zakladatele Antonína Petrofa bychom tady nebyli. Nechali jsme mu proto udělat památník na jeho původním domě naproti Katedrále sv. Ducha v Hradci Králové, kde postavil v roce 1864 svůj první klavír. Myšlenka patří mému tatínkovi, realizace renomovanému sochaři Josefu Novákovi, to vše za laskavého přispění města Hradce Králové. Také po něm máme pojmenovanou ulici nedaleko naší továrny a již pátým rokem úspěšně prodáváme trojici pian té nejvyšší kvality pod jeho jménem.

Každý vnímá tradici jinak. Pro vás je významná. Čím především?

Prodáváme rodinný příběh, který jde napříč šesti generacemi. Moje sestra o tom poutavě vypráví v Muzeu PETROF. Je z toho patrné, že podnikání není žádná legrace, ale pěkná dří-

na. Někdy se daří lépe, jindy zase hůře. Člověk se ale k tomu musí umět postavit čelem a jít dál. Všechno už tu jednou bylo, každá situace má řešení. Tradice zkrátka zavazuje. Preferujeme v rodině dlouhodobou prosperitu před krátkodobým ziskem.

Jaké hodnoty firmy se snažíte rozvíjet, ctít a posilovat?

Říkat si mezi sebou pravdu, jak v rodině, tak mezi zaměstnanci, a především směrem ke svým zákazníkům. Proto je zveme k nám do továrny, aby viděli celý proces výroby od začátku až do konce, vyslechli si příběh v muzeu, zahráli si na sto a více let staré nástroje i na ty nejnovější. Top materiály, ruční práce, zkušenost našich zaměstnanců, to jsou věci, na kterých si zakládáme. Nejsme montážní dílna, stavíme klavíry a pianina celé. Piano má 7000 součástek, výroba je velmi složitá a trvá 6 až 12 měsíců, u speciální kolekce i déle. Takový nástroj musí přežít několik generací, není to spotřební zboží a tak je třeba se k tomu stavět.

Které světové trhy jsou nejbližší vaší firemní filozofii?

Jsou to všechny trhy napříč světem, kde jsou zákazníci, kteří ocení kvalitu, dlouholetou stabilitu nástroje a respektují vyšší cenu. Zákazníci, kteří mají rádi náš dynamický romantický tón a špičkovou povrchovou úpravu.

Vy sama jste velkým vizionářem a obdivuhodným obchodníkem a mnohokrát jste si ověřila, že pouze dobré jméno či prestiž by pro úspěch v businessu byly málo. Nač sázíte dnes především?

Kromě tradice, ruční práce a výběru materiálu je třeba dbát na neustálou inovaci. Máme své výzkumné a vývojové oddělení, kde kromě zkoušení materiálů testujeme neustále zvuk svých nástrojů, vymýšlíme nové konstrukce za použití moderních technologií. Spolupracujeme s řadou vysokých škol jak v Čechách, tak v zahraničí, s Libereckým VÚTS, brněnskou firmou Sobriety s.r.o., která pracuje na vesmírných programech, ale také s řadou externích zahraničních odborníků z našeho oboru. To vše proto, abychom nástroje neustále uživatelsky vylepšovali. Tak snad to naši zákazníci ocení.

A z jakých obchodních vztahů máte ten nejlepší pocit?

Z takových, kde cítím, že prospěch je na obou stranách, tzv. win win situace. Jen takové vztahy mohou být dlouhodobé a vydrží. Některé zákazníci ve světě máme více než 70 let. Známe se celé rodiny a dokážeme si pomoci, když je třeba.

Zákazníci se rekrutují z nejrozmanitějších zájmových skupin a doslova celé zeměkoule. Přesto – kdo je nejstabilnějším odběratelem klavírů a pianin?

Obecně Asie, pro nás hlavně Čína, je velmi dobrý trh. Odpovídá to mentalitě a vůli učit se hře na hudební nástroj a také koupěschopnosti, která zde stále roste. Jinak pro nás jsou i velmi dob-

Spolupracujeme s řadou vysokých škol jak v Čechách, tak v zahraničí, s Libereckým VÚTS, brněnskou firmou Sobriety s.r.o., která pracuje na vesmírných programech, ale také s řadou externích zahraničních odborníků z našeho oboru.



ré trhy Evropa, Rusko a země SNS. Letos máme v plánu věnovat se po delší odmlce i USA.

Chtěli jste více zacílit na rodiny, které mají vztah k umění, domácímu muzicírování, ale také na firmy, jejichž kultura se dá posílit hraním a zpíváním... Vychází to?

Ano, určitě. Tomu odpovídá i náš projekt PETROF Gallery v Hradci Králové. Je to nové místo pro setkávání lidí, kteří mají rádi hudbu a kulturu obecně. Chodí sem lidé napříč věkem a každý si zde najde ten svůj „šálek kávy“, a to doslova.

Ke 155. výročí jsme vyrobili limitovanou edici pianin, kde dominuje exotická dýha, a také unikátní klavír Stingray, který má nádherný zvuk a speciální povrchovou úpravu kombinovanou s rejnočí kůží.

Velkým otazníkem jsou školy, které by vaše hudební nástroje potřebovaly, ale nemají tolik prostředků na nákup. Našli jste již nějakou kompromisní cestu?

To je velmi těžké. Jedna věc jsou peníze, druhá ochota nakupovat české značky. Tady je stále ještě pole neorané a hodně práce. Ale nakonec od toho jsme tady, abychom s tím něco udělali. Myslím, že řada našich spoluobčanů jsou vlastenci a naučili se již kupovat české značky, protože vědí, že tím dávají práci českým lidem a společnost bohatne. U institucí je to však složitější. Snad se začíná blýskat na lepší časy, například Ostravská univerzita si od nás loni pořídila čtyři klavíry a pět pianin.

Kdysi jste hovořila o tom, že i do nemocnic, wellness, lázní by bylo pěkné umístit tu a tam nový hudební nástroj. Hudba, jak známo, stmeluje, boří mýty komunikace, ukazuje cestu, čistí hlavu a otevírá srdce...

Ano, to je krásná myšlenka, ale realita je, že když se staví wellness, většinou již investorovi nezbydou peníze na piano. Více se nám daří v hotelech, restauracích nebo kavárnách. Velkým úspěchem je pro nás klavír se samohrajkou v hotelu Pupp v Karlových Varech

a kooperace s novým panem ředitelem, který prosazuje ve svém hotelu české značky. Velmi si této spolupráce vážíme.

Také rozvíjíte designovou cestu výroby pian. Umíte vyrobit „cokoli“ i podle extravagantního přání klienta, hudební nástroj vykládaný perletí, zdobený českými granáty nebo v neobvyklé barevnosti. Platí to stále?

Ano, platí. Na přání uděláme cokoli. Je to jen otázka času a peněz. Ke 155. výročí jsme vyrobili limitovanou edici pianin, kde dominuje exotická dýha, a také unikátní klavír Stingray, který má nádherný

zvuk a speciální povrchovou úpravu kombinovanou s rejnočí kůží. Momentálně si na tento jediný kus můžete zahrát v našem showroomu v PETROF Gallery.

Co pro podnikání a historický předěl let uplynulých dvanáct měsíců pro Petrof znamenalo?

V minulém roce jsme kromě oslav 155. výročí založení firmy, které byly opravdu vel-

kolepé a na pokračování, řešili rozvoj nového projektu PETROF Gallery, z kterého máme opravdu radost. Naučilo se k nám za ty dva roky chodit velké množství lidí na koncerty, odborné workshopy a konference, výstavy, večírky nebo jen tak si posedět a dát si dobrou kávu a domácí dort u nás v kavárně. No a my jsme moc rádi, že se jim tady líbí. Loni jsme otevřeli druhou PETROF Gallery v čínském Xianu, a šíříme tak myšlenku projektu dál.

Mimo to v zahraničním obchodě jsme řešili expanzi na nové trhy, jako je například Vietnam, Barma, JAR. Hodně jsme se také věnovali personálním věcem. Máme mnoho nových kolegů, kteří potřebují podat pomocnou ruku od starších, zkušenějších odborníků. Generace se prolínají a musíme si pomáhat. Takže běžné věci.

Jsou pro vás pojmy jako konkurenceschopnost, inovativnost, dynamický marketing stále důležité?

Jsme si vědomi toho, že nejsme jediní výrobci pian na světě a své místo si musíme udržet a stále vylepšovat. Máme nové kolegy v marketingu a po ruce spoustu nápadů, tak snad se nám to všechno podaří zrealizovat!

za rozhovor poděkovala Eva Brixl



Peugeot pořád překvapuje a nikdy neomrzí



Andrea Kalivodová

Na premiéru nového Peugeotu 208 se koncem loňského roku přišla podívat i operní pěvkyně Andrea Kalivodová. Je dobrou řidičkou i manažerkou, vzornou maminkou a člověkem, který si umí nabírat život plnými hrstmi. Rozdává kolem sebe optimismus a dobrou náladu. Jaký vztah má k autům a značce Peugeot?

Jste známá svým obdivem k francouzskému pojetí života, k jeho hodnotám. Už mnoho let také řídíte vozy Peugeot. Čím si právě tato značka získala vaše srdce?

Jednoznačně designem! Jde s dobou, je odvážný a současně elegantní. Pořád překvapuje a nikdy vás neomrzí. Peugeot neustále vyvíjí moderní karoserie a interiér, přidává nové prvky a vymoženosti. Na vozech této značky oceňuji také spolehlivost. Nikdy jsem se u mého automobilu nesetkala s žádnými technickými problémy a běžné provozní záležitosti řeší servis rychle a precizně.

Co pro vás znamená francouzský styl a v jakých dalších oblastech k němu tíhnete? Móda, parfém, gastronomie?

Tak samozřejmě k Francii a Paříži patří kromě úžasné historie a architektury i móda a parfém, to jako žena musím ocenit, ale s Francií mám spojená i skvělá, zejména červená vína, a šampaňské! Francie je prostě šarm a již zmíněná elegance.

Nový Peugeot 208 v současné době přijíždí na české silnice. Tento model zaujme na první pohled právě svým designem karoserie. Získal tím i vás, nebo na vás spíše zapůsobil jinými prvky?

Premiéry nových Peugeotů si málokdy nechám ujít a na akci k uvedení nové dvěstěosmičky jsem šla s velkým očekáváním. Zvláště v posledních letech značka Peugeot dělá opravdu povedená auta se zajímavým vzhledem. Například nedávno uvedený fastback 508 mě úplně nadchnul. Čekala jsem tedy, čím překvapí nová 208. A neklamala mě. Je to opět krásné auto. Neokoukané, originální, moderní. U malých aut obecně nečekáte, že vás ohromí svým vzhledem. Tento malý Peugeot 208 se však vymyká veškerým stereotypům. Kromě jeho exteriéru se mi moc líbí interiér. Je útulný, moderní a působí luxusně. Používá zajímavé kombinace materiálů a barev. Takovou třešničkou na dortu je možnost navolit si barvu doprovodného interiérového osvětlení. Na výběr je osm barev, takže si zkusíte třeba jemně modrou nebo růžovou,

zkrátka podle nálady. Je to plus, bez kterého byste se samozřejmě obešli, ale na druhou stranu je to něco, díky čemu se do svého auta budete těšit.

Jde o vůz s třemi možnostmi pohonu – benzin, nafta a elektřina. Pro který byste se rozhodla vy?

Něco jsem si o tom vyslechla i přečetla, dle mne elektřina je ideální pro dojezd na krátké vzdálenosti pro lidi, kteří mohou vůz doma dobít. Má to i své další výhody, třeba parkování všude v centru zdarma, a navíc roste počet míst, kde můžete vůz dobít, mimochodem stání pro elektrické vozy je i v Národním divadle, což bych rozhodně využila. Na každodenní jízdy by pro mě elektromobil byl ideálním dopravním prostředkem. Avšak v průběhu roku se autem přepravuji na koncerty po celé republice, a navíc převážím objemné kostýmy, takže větší auto na klasické palivo je pro mě nutností. Ideální by pro mě byly dva vozy, anebo ještě lépe – dobíjecí hybrid.

Jste osobností světa umění, provází vás takřka na každém kroku. Jaký vztah máte k výtvarnému vnímání věcí denní spotřeby, třeba právě aut, nábytku, porcelánu, šperků?

Říká se, že všechny věci mají hlavně sloužit a nemá cenu vše šetřit jen na okrasu. A žijeme jen jednou, tak proč nemít kolem sebe to, co nám slouží, ale zároveň nám dělá radost svým vzhledem. Mám ráda kolem sebe hezké a k sobě ladící doplňky, jak v módě, tak v bytě. Chci se cítit všude dobře – doma, na své zahradě, v autě, ve společnosti, to mě nabíjí energií i pro moji uměleckou práci.

Jaký model od Peugeotu je dnes tím vaším vyvoleným a proč?

Já jsem nyní moc spokojená s vozem Peugeot 3008 GT, který mi vyhovuje po všech stránkách – velikostí, výbavou, spotřebou i výkonem, a navíc vypadá opravdu skvěle. Příleži-

Máte-li v hlavě stále tisíc věcí, oceníte, když auto na některé myslí za vás, například hlídá mrtvý úhel a bezpečnou vzdálenost, samo vypíná a zapíná dálková světla, umí samo zaparkovat atd.

tostně jsem jezdila i s většími auty a zalíbilo se mi i prostorné rodinné SUV Peugeot 5008, nebo Traveller, který je pro společné cesty celé rodiny naprosto ideální.

Oceňujete v interiéru svého auta určité vychytávky?

Jako žena a umělkyně, která je v neustálé časové tísně a hodně cestuje, to nemám tak úplně jednoduché. Máte-li v hlavě stále tisíce věcí, oceníte, když auto na některé myslí za vás, například hlídá mrtvý úhel a bezpečnou vzdálenost, samo vypíná a zapíná dálková světla, umí samo zaparkovat atd. Na dlouhých cestách si zasloužíte i trochu pohodlí, takže přijdou vhod masážní a vyhřívaná sedadla. Já osobně si nemůžu vynachválit audiosystém Focal, díky kterému je zvuk v autě opravdu kvalitní.

Je to spíš auto pro ženy, nebo mladší věkové kategorie lidí?

Myslím, že je pro obě kategorie. Na jedné straně je moderní, svižné, vybavené těmi nejmodernějšími technologiemi, a to mladí umí ocenit. Lehce se ovládá, dobře se s ním parkuje, má příjemný a útulný interiér, to zase ocení ženy.

Co je na tomto modelu opravdovým potěšením?

Já myslím, že kdo ho uvidí a sedne si do něj, už bude nadšený...

Většinou volíme model vozu s ohledem na své potřeby a možnosti, to znamená z hlediska praktičnosti, prostornosti, cenové dostupnosti... Jaký byste zvolila, kdyby žádné omezení nebylo?

Asi Peugeot 508 – fastback – je to elegantní, ale i sportovní vůz špičkově vybavený, ale je to opravdu těžký výběr z té velké řady krásných aut...



Nač během jízdy myslíte? Řešíte pracovní záležitosti či ty ohledně fungování rodiny, povídáte si se svými syny nebo zpíváte?

Snažím se být ukázněnou a pozornou řidičkou, ale občas se nevyhnu nějakému telefo-

Například nedávno uvedený fastback 508 mě úplně nadchnul. Čekala jsem tedy, čím překvapí nová 208. A neklamala mě. Je to opět krásné auto. Neokoukané, originální, moderní. U malých aut obecně nečekáte, že vás ohromí svým vzhledem. Tento malý Peugeot 208 se však vymyká veškerým stereotypům.

nu, řešení operativních věcí v rodině, i v mé profesi. Když jedu na koncert, tak se i rozepívám a opakuji si písně, které budu zpí-

vat. Když mám v autě kluky, společně si také zazpíváme nebo naslouchám jejich právě hrozně důležitým příběhům a přáním.

I pro Peugeot jsou výzvou budoucnosti kroky k ozdravení planety, proto se zabývá filozofií udržitelnosti. Jak ji vnímáte vy v běžném životě člověka? A čemu v této souvislosti učíte své děti?

S manželem se snažíme vést kluky k tomu, že se musí příroda, zvířátka i náš svět chránit. Začíná to drobnostmi, jako že doma poctivě třídíme odpad a kluci to vědí. Že se díváme na pořady a pohádky o zvířátkách a ukazujeme, co je dobře a co špatné. Jezdíme hodně na výlety a učíme je správně se v přírodě chovat, nic neničit, mít vztah ke všemu krásnému. Snad si do života odnesou to, že žít v poklidu a v míru na této planetě je dar, který si musíme umět sami chránit, každý dle svého nejlepšího svědomí.

ptala se Eva Brixl



Největší česká kosmetická značka Dermacol investuje do prestiže a image

DERMACOL
PRAGUE

Nové logo hlásící se k legendárnímu make-upu a k mezinárodně populární Praze, nové sídlo firmy a nová varna barevných kosmetických hmot ve vlastní továrně v Brně. A samozřejmě i nové produkty: krycí, voděodolný a dlouhotrvající make-up Longwear Cover, stínové paletky Drama a Romance, luxusní srdíčková paletka na tvář, Collagen sérum a dva parfémy, doplňující stávající řadu dámských i pánských vůní. Takové jsou novinky konce roku 2019 u značky Dermacol, největšího českého výrobce kosmetiky.

„Ke změně loga v roce, kdy jsme slavili 30 let svobody, nás vedla celosvětově stoupající známost a prestiž města Prahy. Tu v zahraničí vnímají jako město romantiky, krásné architektury, hudby, kultury a nádherných žen,“ řekla Věra Komárová, spoluzakladatelka rodinné společnosti Dermacol. „Podobně jako je Rimmel spojován s Londýnem, L'Oréal s Paříží, Maybelline s New Yorkem a Kiko s Milánem, je podle nás na čase, aby mělo „svou“ kosmetiku i hlavní město České republiky – a proto jsme přišli s Dermacol Prague,“ uvedla. Podle Věry Komárové jde zároveň o postu legendárnímu, extrémně krycímu make-upu Dermacol Make-up Cover. Proslulý, dodnes oblíbený make-up byl vůbec prvním výrobkem, který se zrodil ještě ve filmových ateliérech na Barrandově. „Jeho název Dermacol vznikl složením dvou latinských slov: derma – kůže a color – barva čili barva na kůži,“ vysvětlila Věra Komárová a připomněla i původní logo výrobku Dermacol Filmstudio Barrandov Prague Make-up Cover. „Dnes tohoto make-upu prodáme přes tři miliony kusů ročně a najdete ho ve více než 70 státech. Recenzovalo ho už asi sto youtuberů po celém světě a označili ho za „nejlépe krycí make-up na



světě“. Na Amazonu patří mezi top prodávané kosmetické produkty a z našeho celkového obrátu tvoří jeho prodej přes 30 %. I proto jsme se rozhodli uctít tento úspěch tím, že původní logo Dermacol Filmstudio Barrandov Prague zjednodušíme na Dermacol Prague,“ sdělila Věra Komárová.

A hned přidala ještě další, už ryze obchodní důvod: obměna loga spolu s dalšími ochrannými prvky na obalech znesnadní případy kopírování produktů, s nímž se značka setkává hlavně při prodeji na internetu. „Online přímé prodeje se nám meziročně díky novým kanálům zpětinašobily. Takže jde nejen o návrat k naší zlaté tradici, ale rovněž o investici do naší růžové budoucnosti,“ podotkla ředitelka strategie Věra Komárová.

Novou etapu v historii firmy odráží i její zbrusu nové sídlo. Dvě patra v kancelářském komplexu Avenir Park v Praze 5, kam se Dermacol přestěhoval z dosavadních prostor v Praze 6, zabírají téměř 1700 čtverečních metrů.

A pod vedením Věry Komárové byly už od začátku zařízeny s ohledem na zaměstnankyně, které jsou ve společnosti Dermacol nad muži v drtivé převaze. „Chtěli jsme vytvořit povznášející prostředí, které bude příjemné hlavně nám, ženám, což se podle dosavadních ohlasů povedlo. Krásné prostory, kde můžeme nejen pracovat, ale také se společně setkávat, bavit a vymýšlet nové věci, nás nesmírně povzbudily a zlepšily i celkovou firemní kulturu,“ uvedla Věra Komárová. Beauty Room je například speciálně navržena místnost sloužící jako výkladní skříň produktů, jichž má značka už víc než 1000. Určena je hlavně pro pravidelná jednání oddělení vývoje a marketingu, cosmetic-

ká školení, ukázky líčení, schůzky s obchodníky a prezentace exportním klientům.

Recepci lemují z obou stran průhledné panely, v nichž stoupají nekonečné proudy růžových bublinek. Společné prostory i kanceláře majitelů pak zdobí mnoho ikonických kousků slavných designérů a značek. Na stěnách najdete básně a příjemnou atmosféru navozují i rozmanitá křesílka, židle a pohovky ve tvaru růží, srdcí, mašlí nebo ženských rtů.

Technickou novinkou je nová barevná varna, kterou nyní do plného provozu spouštějí v továrně na brněnské Lesné. „Základ varny pro barevné hmoty – tedy hlavně make-upy, ale i fluidy nebo oleje – tvoří dva nové kotle, z nichž má každý objem 1100 litrů. Spolu s digitálními technologiemi, umožňujícími přesně kontrolovat každý var, jde o nejmodernější typ zařízení, který je na trhu dostupný,“ vysvětluje Věra Komárová. „Třeba našeho legendárního krycího make-upu teď můžeme vyrobit až pětkrát víc, což znamená až 15 milionů kusů ročně. Investice činila asi 25 milionů korun a předpokládáme, že kapacita varny bude stačit na dalších 15–20 let,“ uvádí Komárová.

Rodinná česko-slovenská společnost manželů Vladimíra a Věry Komárových tak do budoucnosti hledí s optimismem. „Na domácím trhu s dekorativní kosmetikou jsme už několik let nejprodávanější značkou, naše prodeje rostou i ve světě a v roce 2020 se vydáme dobývat další nové trhy, které vidíme v Brazílii, Polsku, Indii či USA. A daří se nám pronikat i do takových zemí, jako je Izrael či Španělsko. Tradičně jsme silní v Saúdské Arábii, Sýrii, Afghánistánu, Jordánsku či Palestině,“ uzavřela Věra Komárová. (tz)



Síťovka se vrací

Pro toho, kdo tenkrát, kdysi, před několika desetiletími chodil na nákupy, není třeba síťovku představovat. Taška do kapsy, pro níž nebyl žádný nákup dost těžký a objemný. Na tři desetiletí ji pak nahradily igelitky, ale dnes je tu zase, v novější a překvapivě atraktivní podobě. Za sympatickým počinem stojí Karolína Pechová, majitelka značky Česká síťovka. Dostala slovo.

Jak se mladá filozofka dostala k nákupním taškám? Souvisí tyto ryze užitékové předměty s naší kulturou života?

Slovo nákupní taška není samo o sobě nikterak zajímavé. Ale když vezmete fakt, že jde o český vynález, který má stoletou tradici? Dále je to produkt, který v rámci udržitelnosti a vztahu k životnímu prostředí sehrává velmi podstatnou roli, protože máte tašku na opakovatelné použití, která vám vydrží léta, a eliminujete používání plastů, produkt dostává tímto širší rozměr. Navíc se také snažím síťové tašce vtisknout symbolický význam. Tím, že ji používám, vyjadřuji, že nosím něco, čím podporuji českou výrobu, českou myšlenku a také že nesouhlasím s jednorázovými obaly. Navrhuji širší škálu síťových tašek od klasických po ty, které slouží více jako módní doplněk, takže se zaměřuji i na estetickou stránku. Na značku Česká síťovka bude navazovat dcerinná značka, kde bude rovněž síť sehrávat dominantní roli. Půjde o kolaboraci s mladými návrháři a budeme spojovat síť nebo síťovku s jejich produkty. Výsledkem budou kabelky, tašky, ale třeba i oblečení. Navíc síťová taška dle mého názoru patří ke hmotnému kulturnímu dědictví, tudíž bychom na ni neměli zapomínat.

Co vás přivedlo přejít od zajímavého nápadu k realizaci?

Jsem dost kreativní člověk a ráda tvořím, navíc mám v sobě také jednu vlastnost: dokážu

spoustu věcí přetvořit v možný podnikatelský záměr.

Čím musí projít nezkušený člověk, který má originální produkt, nemá výrobce, proto chce sám podnikat?

Člověk se neustále učí novým věcem. Začala jsem jako nadšenec, co chce vrátit na trh síťovou tašku, a procházela jsem fázemi: studium materiálu a jejich vlastností, možné způsoby výroby. Spolupráce se sociálními podniky, protože naše výroba probíhá v chráněných dílnách. Logistika a skladování, procesy zadávání výroby.

Nabízíme síťovku také jako reklamní předmět, takže vše děláme na míru, tudíž je okolo toho spousta práce. Dále obchod, strategie, ekonomické a účetní záležitosti, aby vám firma jednou opravdu začala vydělávat.

Marketing je další oblast, ve které se nyní vzdělávám. V neposledním je zde operativa, což jsou takové ty provozní věci, které jsou pod hladinou a navenek nejsou vidět, ty mi zabírají mnoho času. Naštěstí se pomalu rozrůstáme, takže se postupně dostávám k věcem, které mne nejvíce těší, a tím je vývoj a design samotných produktů, obchod a marketing.

Překvapil vás zájem o síťovky, které můžeme považovat za relikty socialismu, všemožného shánění místo nakupování s bohatým výběrem zboží?

Zprvu na síťovku reagovala pozitivně spíše generace našich babiček. Setkávám se samozřejmě i s negativním ohlasem, že je to ta šílená taška, ze které kapalo mlíko ze sáčku. Produkty dělám tak, aby byly síťovky hezké a nepůsobily pouze jako retro. Ten, kdo k nim má negativní vztah a vzpomínky, toho stejně přemlouvát nebudu, a hlavně to není ani cílem. Co mne ale těší, že se dostává do oblíbenosti u mladší generace, která jí vnímá jako něco, co je trochu výstřední a zároveň trendy.



Karolína Pechová

V čem se liší silonová síťovka včerejška od dnešního produktu pro zhyčkaného zákazníka?

Snažím se používat více přírodní materiály, jako jsou organická bavlna, bambus, bavlna s příměsí elastického vlákna. Dále máme síťové kabelky, které jsou pletené na rámu nebo klasickým drháním, navíc mají vnitřní kapsu, takže to už je opravdu taková „designovka“.

Nelituji, že jste se vydala nejistou cestou, šla s kůží na trh a riskovala „sociální jistoty“ zaměstnance?

Jedna věc je práce, která je vidět, neboli to, co má člověk odpracované. Druhá je mít vize a přemýšlet nad strategiemi a produkty, a kde byste všude například chtěli být. Kreativní podnikání není pro typy lidí, kteří mají rádi svůj teplý flek. Je pro ty, co na sobě neustále chtějí pracovat a dokázat něco svým úsilím. Musí pracovat dlouho a dlouho opravdu zadarmo, protože zpětná investice do firmy je nejméně na pět let. A my to máme ještě složitější tím, že jsme výrobci. Za spoustu práce a úsilí nikdy nedostanete zaplacené, buď se to povede, nebo ne. A když ne, nesmí vás to položit.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer





Dana Dezortová

Když se vám to stane, nezdoufujte. V Praze 4 v Podolí najdete cukrárnu pojmenovanou DortyDomu, která vám umí okamžitě pomoci. Kolektiv odborníků pod vedením majitelky Dany Dezortové se řídí sloganem: Nemožné ihned, zázraky do druhého dne! Cukrárna také spustila nové webové stránky www.zapomneljsemnadort.cz. Jde o projekt Dany Dezortové, která výrobu sladkých dobrot založila a cukrárnu do dnešního dne provozuje. A nejen to...

Jak to všechno vlastně bylo?

Tehdy, před skoro třiceti lety, kdy jsem s výrobou zakázkových dortů začínala, si zákazníci objednávali naše díla osobně v kamenné cukrárně. Svoji představu zákazník nastínil, vybral náplň, zdobení a velikost. Výsledná podoba byla dál již v rukou cukráře. Vlastně nic neobvyklého. Jinak jsme to ani neuměli. Obrazků dortů bylo minimum, a tak jsme postupně vytvářeli vlastní fotogalerii z klasických fotografií, ze které mohli následně zákazníci čerpat. Takto pracovala cukrárna mnoho let.

Ale časy se mění...

Když by mi tenkrát někdo řekl, že se dorty budou objednávat před internet, asi bych se mu vysmála. V dobrém obchodním vztahu přece není nad osobní komunikaci. A zvláště v případě, kdy se má zhotovit něco na míru, originálního, dárek určité hodnoty. Ať připravujete jeden jediný narozeninový dort, nebo dort neobvyklých rozměrů pro výroční firemní večírek, či dort svatební, vždy je to o rozpravě se zákazníkem, o rozpoznání jeho představ, o jeho vztahu s obdarovaným apod. Nejde jen o cukrařinu, ale také o psychologii, taktost, empatii. Vždy jsem se přikláníla k tomu, abychom klientovi vše ukázali, vysvětlili, poradili mu. Otázek při takové diskuzi bývá hodně. Brzy se však ukázalo, že stejně tak jako v jiných oborech, třeba v praxi cestovních kanceláří, také v cukrařině bude třeba zapřemýšlet a dát zákazníkům k dispozici e-shop, tedy možnost doma v klidu vybrat variantu, která se nejvíce bude podobat jich záměru. Využili jsme tehdy již dostatečnou galerii vlastních fotografií

Zapomněli jste na dort?

Dnešní doba je plná nových informací, povinností, úkolů, změn, shonu. A zapomínání. Přesto, že máme k dispozici nejrůznější úkolníčky, kalendáře, upozorňovače, diáře, lepicí papírky, počítačový a telefonní komfort, často zapomeneme, že má manžel svátek, tchyně narozeniny, kolegyně a kamarádka významné pracovní výročí. A že k oslavě patří zpravidla pěkný dort.

a spustili v té době jediný internetový obchod s dorty. Úspěch se dostavil okamžitě. Zájemci přibývali neuvěřitelným tempem, galerie dortů přesáhla počet 2000 a stále se obnovuje. E-shop i dnes generuje většinu zakázek.

Nedávno jste však zjistila, že se potřeba zákazníků trochu změnila. Jak?

Když je něčeho moc, je toho příliš. Lidé jsou nabídkou e-shopů přesyceni, vybírat z nespočtu možností je obtěžuje a unavuje, mají málo času. Stále více zákazníků pošle jen jednu větu s poptávkou, případně obrázek dortu, který se jim líbí a vše ostatní již očekávají od dodavatele, tedy od cukrárny. Nabídku provedení, náplní na výběr, celkový design a samozřejmě i služby s dodáním související. Zkrátka kompletní servis, tak, aby dort pouze převzali – mnohdy ani to ne, hodně dortů je zasíláno jako dárek, a to i ze zahraničí na českou adresu! Zároveň se prokazuje, že lidé čím dál více zapomínají, na dort si vzpomenou na poslední chvíli. Ale ani tehdy nechtějí oslavenci přinést „obyčejný“ kulatý dort. A když dáte tyto dva poznatky dohromady, vyjde vám, že společným jmenovatelem je čas. Nikdo se nechce dlouho něčím zabírat. A tak se zrodil nápad přesně pro tuto kategorii klientů.

Což znamená?

Nadneseně – splnit zákazníkovi jakýkoliv požadavek. Stačí telefon nebo e-mail s poptávkou nebo přímo požadavkem, konkrétním nebo zcela neurčitým. Sami zákazníkovi připravíme návrh zakázky a po jeho odsouhlasení zajistíme výrobu i dodání. Nebo, pokud naši cukrář

nu zná či jde náhodně kolem, rádi mu dort připravíme na počkání. Než si u nás vypije kávu a ochutná třeba zákusek, může odnést dort malý nebo třeba i patrový, dekorovaný dle potřebného určení. Žádné složité objednávky, žádné komplikované zvažování, do 20 minut má hotovo.

Na to však musíte mít sehraný tým cukrářů a nadstandardní organizaci práce. Je to tak?

Bez toho bychom se neobešli. Zaměstnáváme vynikající specialisty a za to čtvrtstoletí jsme nasbírali nesčetné zkušenosti, mnohému jsme se naučili. A víme, co můžeme slíbit, a že to splníme. Dokážeme připravit dort vícepatrový stejně jako velký rozměrný ještě v den zadání. Cukrárna má stále k dispozici atraktivní dekorace vlastní výroby – figurky z marcipánu stejně jako doplňky pro design moderních dortů, to vše připraveno pro okamžitou dekoraci dortu dle fantazie zákazníka. Máme za sebou plejádu originálních svatebních dortů a nespočet atypických dortů jakýchkoli tvarů, rozměrů, chutí. Máme tak neuvěřitelnou fotogalerii dortů všech témat i příležitostí, zákazníkovi tudíž sami zašleme v nabídce to, co by sám dlouze vyhledával. Tento způsob práce jsme si ověřili v průběhu posledních let, kdy ho ocenilo mnoho zájemců, z nichž se postupně stali naši věrní, od velkých firem až po celebrity. Máme z toho radost. A nebráníme se novým výzvám, nápadům a stylům. Věříme, že naše nová služba nabízena jako zapomneljsemnadort.cz zaujme a usnadní výběr sladkého dárku.

ptala se Eva Brixi
www.zapomneljsemnadort.cz



DARUJTE MINCI

Dárek, který má hodnotu



V ČR pracuje jen necelá polovina maminek dětí do pěti let

Možnost umístit děti na část dne do předškolního zařízení je předpokladem pro to, aby se maminky rychleji vracely do pracovního procesu. V současné době minimální nezaměstnanosti situace motivuje zaměstnavatele k nabídce vlastních řešení, přístup ale mění i stát. Uvažuje se zejména o znovuzřízení zařízení pro děti mladší tří let.

Česká republika má jednu z nejdelších mateřských a rodičovských dovolených na světě: celkem 236 týdnů. Současně ale také vykazuje v rámci EU jedny z nejvyšších negativních dopadů mateřství na uplatnění žen na trhu práce. Narození dítěte je spojeno s dlouhodobým přerušáním kariéry, což se odráží na následných mzdách, a posléze i důchodech. Stát se také dobrovolně připravuje o velkou část pracovní síly. Problém tkví zejména v tom, že stále mnoho maminek (nebo tatíků) zvažuje, zda se mu od dvouletého dítěte vyplatí odcházet do práce, když nemají jinou alternativu než placené hlídání nebo komerční školku. Šance umístit do dotované školky dítě mladší než tři roky je prakticky nulová, a to nejen proto, že se zavedením povinné předškolní výchovy školky musejí přijímat především starší děti. V loňském roce mateřské školky odmítly přijmout podle údajů České školní in-

spekce každé třetí dítě, přičemž více než třetina z nich byla mladší tří let.

Pouze 44 % žen s dítětem ve věku do pěti let podle některých průzkumů pracuje. Nový systém čerpání rodičovského příspěvku sice nabízí rodinám vyšší míru flexibility, ale hlavními bariérami pro dřívější návrat do práce zůstávají nedostatečné kapacity zařízení pro péči o děti do tří let a malá nabídka kvalitních flexibilních úvazků.

Jak vyplývá ze statistik ministerstva školství, počet mateřských škol se za posledních deset let



zvýšil o desetinu a množství jejich tříd asi o čtvrtinu. Do školek nyní chodí 364 000 dětí. S navyšováním kapacity školek pomáhají i peníze z EU. „Integrovaný regionální operační program (IROP), který spravuje ministerstvo pro místní rozvoj, překročil významný mezník – bylo z něj už rozděleno více než sto miliard korun. Do toho spadají i prostředky na rozšíření nebo vybudování 485 mateřských školek,“ sdě-

lila Helena Mišková, ředitelka Sekce administrace programů IROP Centra pro regionální rozvoj ČR. „Dokonce se podařilo prostředky navýšit o více než šest miliard korun, z toho připadá na mateřské školky 1,2 miliardy.“

V některých krajích ale zůstává situace se školkami kritická. Obecně je možné říci, že hůře jsou na tom lidé v menších obcích, co do počtu je kromě Středočeského kraje největší nedostatek míst hlášený v Praze a v Brně. Firmy, které stojí o to, aby se jim ženy po mateřské pauze vracely rychleji do práce, tak zřizují vlastní

školky nebo dětské kluby. Příkladem velmi netradičního řešení může být firemní školka Bosh, která vzhledem k směnnému provozu ve firmě nabízí zaměstnancům zajištění péče o jejich děti i přes noc.

„Nabídka firemních benefitů, které umožňují ženám lépe skloubit práci a péči o rodinu, je v současné době velmi aktuální téma. Fi-

remní školky a dětské kluby umožňují pracujícím ženám mít děti poblíže a snižují časový stres spojený s dojížděním a vyzvedáváním dětí. Firemními školkami to ale nekončí – návrat do zaměstnání by ulehčila i širší nabídka časových úvazků, větší flexibilizace práce nebo zavedení sdílených pracovních míst,“ komentoval situaci Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz. (tz)



Fejeton

Říkají mu Bob

Když si dnes pořídíte motocykl, neděláte to proto, že nemáte čím dojíždět do práce, na nákupy a cestovat o dovolené. Nezískáte dopravní prostředek, protože stejně už máte auto v garáži nebo před domem, ale „hračku“ pro velké kluky, a stále častěji i děvčata. A stáváte se, ať vědomě, či mimoděk, členem klubu. Nikoli dárce orgánů, jak motorkáře často posměšně nazývají „plechovkáři“, ale někým, kdo získal nového kamaráda. A nedivte se, že velmi rychle vzniká mezi člověkem a strojem pevná citová vazba. Stačí se podívat na web motorkari.cz a v mžiku pochopíte, o co v takovém případě vlastně jde. Tady si vzal zdravý rozum (?) náhradní volno a srdce buší v divokém omamném rytmu pod přívalem adrenalinu. Chtěl bych se tu však trochu rozepsat o vztahu k podnikání a businessu vůbec. Mnoho manažerů, majitelů firem, lidí, kteří tvrdě a úspěšně pracují, si pořídilo „hárleje“, „goldwinga“ nebo „bavoráka“ a mají ho jako hobby. Říkají, a to jim můžete věřit, že jim slouží k „vyčištění hlavy“. Usednou za řídku a všem starostem, úkolům a událostem odjedou. Ne, neřítí se po silnici zá-

vratnou rychlostí, nekrouhají zatáčky a stupáčkami nebrousí asfalt. Jedou na pohodu a jen si užívají „vitr ve vlasech“, relaxační pocit, který jim nic jiného neposkytne. Vráti se za hodinu nebo za týden omládlí, odpočatí a s obnovenou chutí do života.

Jsou mezi námi ti, kterým stačí jedna láska na celý život. Já patřím do jiné kategorie. Motocykly střídám a shromažďuji. A tím pádem získávám zkušenosti s nákupem a prodejem. Zejména když zájemce hledá bazarové kousky, musí postupovat obzvláště opatrně a pečlivě vybírat. Přesto někdy přebere a napálí se. Jako každý business i obchod s ojetými motocykly je o lidech. Bývají to takoví „koňští handlíři“ moderní doby, vychvalují své zboží, i když „kulhá na obě nohy“. Najít mezi nimi solidní firmu se rovná malému zázraku. A přece jsem na takového poctivce narazil. Na jednom velkém motorkářském fóru mu říkají Bob a pěji na něj jen samou chválu. Musel jsem ho vidět! Proto jsem za ním zajel do jedné zapadlé obce ve středních Čechách.

Pan Bohumil už má trochu léta a mírně nadváhu, ale na první pohled vidíte, že je to „sekáč“. Vychodil hotelovou školu a vydal se jako kuchař do světa, až do Austrálie. Když se vrátil domů, nezůstal v branži, podnikatelský osud ho svedl do jedné stopy. Z Německa vozí „bavoráky“ a můžete vzít jed na to, že od něj koupíte to nej-

lepší, co se dá z druhé ruky sehnat. Za dobrou cenu!

Jak to dělá? „Hýčkám si je tam plzeňským. A za ta léta už k sobě máme důvěru,“ poodhalil cípek tajemství obchodního úspěchu. Nechce prý na kšeftování zbohatnout, chce se motorkářům, s nimiž se pravidelně setkává, dívat zpřímá do očí. „Když vidím v Rozvadově, co se do České republiky vozí za materiál, tak si říkám, že touhle cestou nikdy nepůjdu,“ pověděl mi Bob. Na vysvětlenou se dozvídám, že těžce havarované motocykly se u nás co nejlevněji opraví, naleští a nabízejí jako výhodný nákup. No nekupte to za ty peníze! A mladí kluci, co mají horkou krev, ale hluboko do kapsy, po tom rádi sáhnou. Vždyť motor tak skvěle vrní, brzdy brzdí, podvozek se nekroučí, když jedete pomalu. Ale jistě si dovedete představit, jak se taková mašina chová ve dvousetkilometrové rychlosti... Stává se z ní smrtelně nebezpečná záležitost. Jsou mezi námi i podnikavci, kterým provozovat takový kšeft nevadí, vždyť prachy přece nesmrdí. Známé přísloví praví, že když nejde o život, jde o h... Jenže v tomto případě o život jde. Motorkáři jsou trochu jiná sorta. Mají k sobě blíž. Spojuje je jedna velká láska k těm jejich rychlým „potvorám“. Proto dokážou ocenit výjimečného férovoého člověka, i když je, nebo právě proto, že je to „koňský handlíř“.

Pavel Kačer

Excentrická šelma má sexappeal

Malé vozidlo, které přijíždí ve zbrusu novém kabátku a na zcela nové platformě. Na tuto šelmu s označením Peugeot 208, v našem případě s úrovní výbavy GT Line, jsme se v redakci velmi těšili. Nejen proto, že designem vystoupila z vod usedlého, a někdy až nudného pokoukání, které se pozorovateli v segmentu B nabízelo.

Tvary karoserie se všemi těmi atraktivními a provokativními detaily dráždí zrakové centrum v mozku. Krásně. Radostně. Vyvolávají emoce, které vybízejí k tomu posadit se za volant a s touto kočkovitou šelmou se seznámit blíže. Ještě jednou se pokocháte ze všech stran, než zaberete za kliku dveří. Důsledně prozkoumáte boční linie, ladně vypracovanou záď, kterou po stranách zdobí světlomety se třemi ikonickými drápy, vrátíte se k předku a žasnete dál nad provokativním koncertem přední masky, světlometů a v neposlední řadě některé jasné barev, jimiž automobilka auto obdařila. Nová 208 je zkrátka nádherná. Chce provokovat a bavit také interiérem. Zde hodnotíme velmi pozitivně použití prémiových materiálů, které zlepšují vnímaný komfort. Dominantu kabiny tvoří digitální 3D přístrojová deska Peugeot i-Cockpit, která je velmi přehledná a snadno čitelná i za horších světelných podmínek. Druhou dominantou je kapacitní dotykový desetipalcový display zapuštěný do středového panelu. Jeho prostřednictvím si uzpůsobíte barevné motivy, ale také některé funkce, jejichž ovládání bychom uvítali spíše ve verzi nedigitální. Regulace klimatizace nebo například vypnutí start stop systému si tak žádá rozdělení pozornosti řidiče, nemá-li s sebou spolujezde, kterého tímto úkolem může pověřit. Pochvalu si však zaslou-



Foto Kateřina Šimková

ží úložné prostory a konektivita. Rovněž posezení za volantem je velmi příjemné, ale obáváme se, že řidiči s bříškem budou mít o důvod víc držet se zásad zdravého životního stylu. Skromnější je prostor pro cestující vzadu. Pro děti nebo osoby menšího vzrůstu je však dostačující. Peugeot 208 si však stejně nejvíce užijete z přední řady. Především řidičky potěší menší volant, který je pohodlný zejména pro menší ruce.

Pod kapotou našeho modelu v červené metalíze Elixir předl tříválcový benzinový motor PureTech o objemu 1,2 litru. Tento motor, přestože nejsme velcí příznivci lichého počtu válců, má velmi sympatický projev a jeho zvuk lahodí i citlivým uším. Stádo 130 koňských sil kočírovala osmistupňová automatická převodovka EAT8. A nutno dodat, že je kočírovala

báječně a nad očekávání. Odezva motoru na polečání plynu byla nesmírně rychlá a plynulá. Městská šelma vyrazila pokaždé do provozu i v mírně stísněných podmínkách nekompromisně a nenechala nikoho na pochybách, že si umí prodrat svou cestu nejen nepřehlednými situacemi (manévrovat s 208 je prostě radost), ale dokonce na delších cestách napráskala i mnohem sebevědomějším řidičům dražších vozů: viděli z ní zkrátka jen tři drápy na rozloučenou, když uháněla vpřed. Přitom to není auto zbrklé. Řídí se velmi dobře. Cítíte, že to máte v ruce. Některé asistenční systémy jsou sice trochu přecitlivělé, což zkušenějšího řidiče může rušit, ale ti méně sebevědomí si jejich vedení budou pochvalovat. Podvozek se chová také jako dobrý parťák, jen jej občas mohou rozhodit dramatičtější nerovnosti, ale jinak vás podrží při přejezdu retardérů, kolejí i v ostřeji vykroužené zatáčce. Z našeho testu si odvezla nová 208 poklonu. Uchvátila nás její mrštnost i síla. Očaroval nás exteriér a jízdní vlastnosti. Ocenili jsme, že se dokáže vměstnat téměř na jakékoli parkovací místo. Projev motoru i skvělé odhlučnění kabiny si zaslouží potlesk. Dává najevo svou dynamičnost a jedinečnost. Dokáže být elegantní a excentrická v tom samém okamžiku. Je jako moderní žena, podnikatelka či manažerka. Umí dosahovat svých cílů a nenechá se zastavit nepřízní osudu. Umí být trpělivá a také se dokáže dostat vpřed, když se jí nabídne příležitost. Přesto si zachovává sexappeal. A drobná třesnička na dortu. Tento vůz se skvěle bude řídit i s lodičkami na jehlách z dílny Christiana Louboutina. Máme to vyzkoušené.

Kateřina Šimková



NOVÉ SUV PEUGEOT 2008 UNBORING THE FUTURE



5 LET*
ZNAČKOVÉ
ZÁRUKY

PEUGEOT I-COCKPIT® 3D

POLOAUTONOMNÍ ŘÍZENÍ

BENZINOVÝ, DIESELOVÝ I ELEKTRICKÝ MOTOR

MOTION & e-MOTION



PEUGEOT

Zažijte vzrušující pocit svobody za volantem nového SUV Peugeot 2008! Robustní a elegantní křivky, zvýšená světla výška a charakteristický světelný podpis, tvořený Full LED světlomety s kresbou lvích drápů, nenechají nové SUV projet bez povšimnutí. Technologie nejnovější generace PEUGEOT i-Cockpit® 3D a řada asistenčních systémů umožňujících poloautonomní řízení naplňují vizi budoucnosti mobility. Dokonalý komfort a jízdu bez hranic si užijete díky automatické 8st. převodovce EAT8 a technologii Advanced Grip Control. Vybrat si můžete z výkonných a úsporných motorů v dieselové, benzinové a plně elektrické variantě. Je jen na vás, jaké potěšení z jízdy si zvolíte!

PEUGEOT DOPORUČUJE TOTAL PEUGEOT FINANCE by ESSOX Spotřeba a emise CO₂ modelu 2008 v kombinovaném provozu 3,6–5,0 l/100 km, 97–114 g/km. Foto je pouze ilustrativní. * Pětiletá značková záruka se skládá z běžné dvouleté záruky a následně ze servisní smlouvy Optiway Garantie na další 3 roky / do najetí 60 000 km.