

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

srpen 2020

Z jahodové kuchyně

Eva Brixí

Kuchyň mi voní jahodami
Zavažuji džemy
A sklenky zdobím minutami
Krájenými uspěchaným dechem
Milující ženy
Svými myšlenkami
Kreslím vzkazy na víčka
Pod čarou jsem tvoje Evička
K tomu řídím firmu
Jen tak mimochodem
Mezi dnem a nocí
Když se chutě vrací

Marmelády svítí
Červenými praporky
Mávám pozdravem
A kvetu jako záhonky
V rukách muchlám proslazené utěrky
Já madam business
Kuchařinka
Sklem a ovocem to pěkně cinká

Každá chvíle jahodová
Vyhrává mi pod nosem
Servírují ti svá ano
Na vedlejšák se stříbrným podnosem

Stanislava Koprďová

Čeští zemědělci ročně vyexportují mák
za více než miliardu
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE



Ochutnejte kousek mistrovství naší Mlékárny Polná.
Je to novinka – plátková Koliba.
Dopřejte si výjimečné chvíle s českou potravinou.

www.mpolna.cz



Svět módy, designu, umění a osobností naše zákazníci zajímá a baví



Martina Bedrnová

Rádi se obklopujeme lidmi a věcmi, v jejichž přítomnosti je nám příjemně, s nimiž sdílíme společné hodnoty, názory, tu správnou energii. Když si kupujeme auto, vybíráme z těch modelů, které se nám líbí, nikoli to, které nás ničím nezaujme. Automobilová značka DS na českém trhu není dlouho. Přesto si právě řadou atributů, jež vložila do hry o své místo na slunci, srdce mnohých již získala. Při tvorbě automobilů se inspirovala světem módy haute couture, prostředím pařížských butiků a avantgardních pokrokových technologií. Vrací se ke známým charakteristickým místům Paříže a obdivuje odvahu průkopníků, kteří na svět přivedli taková díla, jako je Eiffelova věž nebo skleněná pyramida před galerií Louvre. Sama chce být v automobilovém světě ztělesněním těchto hodnot, proto klade nesmírný důraz na výrazný a jedinečný styl svých modelů, které musí budit emoce a na silnicích zaujmout na první pohled. Jakou cestou o sobě v každodenní praxi dává vědět? Na to odpovídala Martina Bedrnová, DS Brand Director společnosti P Automobil Import s.r.o.:

Značka DS, móda a celebrity. To je jedna spojitá nádoba, jedna DNA. Z čeho vychází tato filozofie?

Francouzská značka DS, která si ještě stále buduje svoji image a známost na automobilovém poli, využívá ráda v komunikaci i práci s ambasadory značky, které reprezentují podobné hodnoty, jako vyznává sama. Tedy avantgardní přístup, důraz na design a styl, touhu po jedinečnosti, originalitě, smysl pro detail, řemeslné um, vysokou kvalitu, dlouhodobou hodnotu. Přes ambasadory značky se s našimi DS vozy může blíže seznámit i náš potenciální klient, který danou osobnost sleduje, obdivuje, a pravděpodobně je tedy i shodně naladěný a náš vůz by mu mohl padnout do noty. Ve Francii značka spolupracuje s módními návrháři, jsme

partnerem Pařížského Fashion weeku. Ale máme třeba partnerství i v oblasti gastronomie s několika věhlasnými šéfkuchaři.

Svět designérů, módních návrhářů, fotografů, hudebníků, přidaná hodnota, kterou nemá žádná jiná automobilová značka. Jak tyto benefity vnímají zákazníci?

Bezpochyby je to svět, který naše zákazníci zajímá a baví. K origi módě a designu mají velmi blízko a je to jeden z hlavních nákupních motivů vozů DS. Styl a avantgardní exteriér

i interiér vozů DS je to, co osloví naše zákazníky v první řadě. Pokročilé technologie, spolehlivost vozu a výkon motorů, to je pak již samozřejmost, kterou od DS očekávají.

Také v ČR spolupracujete s jednou ikonou módy. Kdo to je? A co je cílem?

V ČR dlouhodobě spolupracujeme s televizní moderátorkou Lucií Borhyovou, která je bezesporu ikonou stylu. Lucka chtěla vůz, který se jí bude líbit a bude jiný, než je běžná „konfekce“, a v tom jí zlatý DS 7 CROSSBACK, inspirovaný barvou světél noční Paříže, stoprocentně vyhověl. Spojení s úspěšnou a známou ženou nám bezesporu pomáhá ukázat modely DS širší veřejnosti a zvýšit povědomí o značce.

Automobily DS u nás pojí i přátelství s houslovým virtuosem Jaroslavem Světlým. Proč zrovna s touto osobností?

S Jaroslavem jsme spolu již několik let. Je to respektovaná osobnost, která přiblížila vážnou hudbu i širšímu publiku. Vzpomeňme na jeho odvážný počín, multizánrovou show Vivaldianno, kterou spolu s Michalem Dvořákem s ohromným úspěchem uvedli do života a bylo to jako zjevení. Jaroslav na našich vozech oceňuje kromě designu i příkladný komfort a špičkovou audio techniku Focal, protože naježdí přes 70 000 km ročně, a tak stráví v DS voze opravdu pořádnou porci času! Každý rok pořádá několik hudebních festivalů, spolupracuje s dalšími osobnostmi a vymýšlí stále nové projekty. A DS je mu stále po boku.

Nechystáte se ke kooperaci například s nějakým butikem, který by propagoval vaši značku a automobily DS by si všimaly jeho kolekci oblečení?

Nedávno jsme navázali nové partnerství i s módní návrhářkou Natali Ruden, která mimochodem obléká i Lucii Borhyovou. Natali Ruden je velice osobitá a úspěšná návrhářka s nezaměnitelným stylem a zajímavou klientelou. Vybrala si DS a model DS 7 CROSSBACK právě pro jedinečný a neotřelý styl, který ji oslovil, a top kvalitu a zpracování materiálů

použitých ve voze. A není bez zajímavosti, že Natali jezdí materiál pro svoji tvorbu nakupovat právě do Francie, která je na tomto poli skutečnou referencí. Vybrala si vůz ve zlaté barvě s bílým inte-

Já mám ráda elegantní oblečení se špetkou originality. Preferuji „slow módu“, tedy kvalitní kousky, které vydrží léta, dají se spolu kombinovat a při využití nových detailů či doplňků působí vždy zase neokoukaně.



Televizní moderátorka Lucie Borhyová



Houslový virtuos Jaroslav Svěcený



Módní návrhářka Natali Ruden

riérem, který skvěle ladí k jejím kolekcím. Navíc v hybridní verzi díky nízkoemisnímu provozu bez problémů může parkovat v centru Prahy u svého butiků. Aktuálně navrhla Natali i krásnou roušku ve stylu masky vozu DS.

Tedy avantgardní přístup, důraz na design a styl, touhu po jedinečnosti, originalitě, smysl pro detail, řemeslný um, vysokou kvalitu, dlouhodobou hodnotu.

Jakému módnímu stylu dáváte vy osobně přednost a čeho si na oblečení „do práce“ nebo do společnosti nejvíce ceníte?

Já mám ráda elegantní oblečení se špetkou originality. Preferuji „slow módu“, tedy kvalitní kousky, které vydrží léta, dají se spolu kombinovat a při využití nových detailů či doplňků působí vždy zase neokoukaně. A v každém případě musí být oblečení i boty pohodlné na nošení, a to zejména v případě pracovního dne. Přes to nejede vlak. Na večerní příležitosti si

dovolím více popustit uzdu fantazii, nebojím se výraznějšího outfitu, ale vždy záleží na charakteru společenské události. Obecně mám v poslední době čím dál radši šaty. Je to velice praktický kousek, nemusíte tolik řešit kombinování s dalšími částmi garderoby, a navíc jsou velice lichotivé, elegantní a ženské. Mám ráda barvy, nejvíce pastelové odstíny, které velmi ráda nosím, a dalšími mými favoritkami jsou i tmavě modrá a bílá.

A jaké umění našlo cestu do vaší duše? Kubitistické obrazy, současná poezie, filmová tvorba?

Nemám vyhraněný oblíbený styl umění. V poslední době se mi moc líbila třeba výstava fotografií Helmuta Newtona v Praze nebo mám ráda zajímavou architekturu. Nedávno jsem objevila krásu ne příliš známé funkcionalistické Winteritzovy vily v Praze 5, která byla postavena ve 30. letech minulého století dle plánů Adolfa Loose a Karla Lhoty. A poezie? Mám ráda milou, pozitivní, snovou – třeba od Evy Brixí.

otázky připravila Eva Brixí ■■■



INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

K 24

Doplněk z bylin pro posílení a podporu detoxikace

Kúra pomáhá překonávat následky a urychluje rekonvalescenci po prodělané borelióze.

Složení kúry:

TOPOL T42 BŘÍZA P2 ČERNÝ RYBÍZ-BOROVICE-VINNÁ RÉVA P9 JALOVEC P15

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 www.bylinnyherbar.cz

Doplněk stravy





Počasí: adrenalin, strach

Ráno se podívám z okna a vím, co si vzít na sebe... To už neplatí. Dnes k tomu, abychom se dobře rozhodli, potřebujeme analýzu se vším všudy. Jak je za hranicí naší vlasti, kde zuří hurikány, kdy se připravit na tropy.

Díky nejrůznějším předpovědím počasí si děláme ze života větší drama, než by se slušelo. Jsme závisláci. Brouzdáme na internetu, abychom se dověděli, jak je právě v Jeseníkách. Večer jako součást televizního rituálu hltáme informace o tlakových výších a nížích. Žijeme v napětí. Z toho, jak je, jak bude a jak bylo. Předpověď nebereme jako užitečnou službu, ale jako detektivku, která nás má naučit bát se a počítat s nejhorším. Proč?

Eva Brixová, šéfredaktorka



Tip Grady

Tajemství řeči těla – Gesta, která prozradí více než slova

Joe Navarro



Odhalte skutečné záměry všech lidí, se kterými se potkáte! Nejlepší způsob, jak porozumět svým přátelům, partnerům či kolegům, je naučit se číst řeč těla. S její znalostí dokážete odhalit skutečné záměry a pocity druhých lidí. Ty, které před vámi úmyslně skrývají, i ty, kterých si sami nejsou vědomi.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

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

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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?

Olga Formanová
Nakladatelství Smart Press, s.r.o.
PR a marketing

Letos, v době koronaviru, kdy došlo k útlumu na knižním trhu, nám blogeri

velmi pomohli a podpořili nás na svých blozích a na sociálních sítích. I díky nim se o našich titulech dozvědělo mnohem více lidí, kteří nás následně podpořili přímým nákupem, což pro nás, jako pro malé nakladatelství, bylo opravdu zásadní. Spolupracuji ideálně s blogery, které baví a zajímají stejná témata jako nás v redakci. Vždy preferuji, aby si sami vybrali knihy, které se jim osobně líbí nejvíce, zkrátka se kterými upřímně souzní. A o čem jsou naše knihy? O vaření, zdravém životním stylu, rodinných tradicích a tvoření s dětmi, o zahradách pro radost i úrodu, ale máme třeba i specializované knihy o kávě, sladkostech či pivu. Tedy samá krásná témata i fotky, ideální materiál pro blogující maminky, gurmány i zahrádkáře.



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

Jaroslav Ďuriš
Wero Energy a.s.
generální ředitel

Je to moje životní filozofie. Snažím se takto chovat celý svůj život, v pracovních i osobních aktivitách. Velmi mi vadí, jak se jako lidstvo chováme k přírodě a životnímu prostředí. Jak bezohledně bereme prostor zvířatům i rostlinám v moři i na souši. Vyvíjíme například jednorázové umělohmotné obaly, abychom po pár desítkách let zjistili, že nám natolik zaneřádily planetu, že horko těžko vymýšlíme, jak znovu zavést obaly vratné. Je mi líto každého stoletého stromu, který pokácíme proto, aby na místě vzniklo třeba parkoviště. Vysušujeme kdejakou strouhu či mokřad, abychom získali další půdu. Meliorace bylo velmi často používané téma a pak jsme byli rozčarováni z toho, že krajina neudrží vodu. Je nejvyšší čas s tím začít aktivně bojovat. Tento přístup jsme vtiskli i do strategie naší firmy, kde vyhledáváme inovativní technologie, šetrné k životnímu prostředí, a uvádíme je do praxe, včetně zajištění financování našich projektů. Věnujeme se hodně využití a úpravě povrchových vod na pitnou, recyklaci použitých vod apod. Naše projekty budujeme na ekologickém přístupu, ekonomické výhodnosti a nezávislosti na centrálních zdrojích. Voda je život a udržitelný přístup k vodě je jediná naše šance.



Informace do kabelky

Penze na chatě nebo chalupě

Podzim života v přírodě se stává snem stále většího počtu lidí. Vlastní rekreační chatu nebo chalupu by zvolilo 57 % Čechů za nejlepší místo pro důchod. Naopak městské prostředí pro období v penzi upřednostňuje pouze 22 % osob, vyplývá z průzkumu Poštovní spořitelny. Do rekreačních obydlí, ať již vlastních, či do objektů přátel, jezdí pravidelně po pracovním týdnu více než polovina Čechů a několikrát do roka se tam vydá 22 % osob. Na 7 % respondentů má rekreační sídlo i jako místo své letošní letní dovolené. A poměrně početná skupina se zdržuje na chatě nebo chalupě pořád. Nějaký rekreační objekt si zatím pořídila asi třetina lidí. Na 12 % respondentů využívá rekreační zařízení k běžnému životu. Jde zejména o občany ve vyšším nebo důchodovém věku. (tz)

Ve vrcholovém managementu je ve střední a východní Evropě více žen než v EU

Podíl zastoupení žen ve vrcholovém managementu se napříč světem meziročně nezměnil. Vyplyvá to z výzkumu globální poradenské skupiny Grant Thornton, který se pravidelně zpracovává již více než patnáct let. Nejvíce žen v seniorních pozicích je na území Afriky, kde jejich podíl činí 38 %, dále pak ve střední a východní Evropě a jihovýchodní Asii s 35 %. Ve firmách ženy nejčastěji působí na pozicích HR či finančních ředitelky. Minulý rok získalo téma žen v businessu více pozornosti díky hnutí #MeToo, letošní rok se již čísla ustálila.

„Když jsem se zamýšlel, jak téma pojmut, rozhodl jsem se vyjít z vlastních zkušeností. Od počátku své kariéry jsem coby manažer v bance nijak nerozlišoval mezi pohlavím. Šlo mi v první řadě o schopnosti a přístup. Je pravda, že jsem byl tehdy součástí relativně mladého týmu a všichni jsme byli svou prací pohlceni možná více, než je tomu dnes. S postupujícími roky se v mé vlastní firmě přidal zájem o poměr mužů a žen v týmu. Zkušenost mě naučila, že přínos žen ve vrcholovém vedení týmu je nesporná. Jednání jsou produktivnější a probíhají v mnohem přátelštější a věcnější atmosféře,“ vysvětlil David Pirner, zakládající společník skupiny Grant Thornton Czech Republic.



V Africe je podíl žen na vedoucích pozicích až 38 %, což je celosvětově nejvyšší zastoupení. Hned v závěsu je střední a východní Evropa a území jihovýchodní Asie s 35% podílem žen, v Evropské unii jako celku je podíl žen ve vrcholových pozicích 30 %. V Jižní Americe došlo k nejvyššímu nárůstu oproti minulému roku, a to o 8 % na celkových 33 %. To je o celé 4 % více než v Severní Americe. Z výsledků za rok 2020 vyplývá, že mezi téměř 5000 podniky, které se zúčastnily mezinárodního průzkumu, se podíl žen ve vrcholovém managementu od roku 2019 nezměnil. Stagrace růstu ale nemusí nutně odrážet neschopnost firem se v této oblasti posouvat dále. Minulý rok totiž podíl žen ve vrcholném businessu stoupl mimo jiné také kvůli kampani #MeToo a reportování rozdílů v platovém ohodnocení mužů a žen, díky čemuž si právě téma podílu žen na významných pozicích firem získalo více pozornosti. Za rok 2019 tak podíl žen výrazně stoupl oproti roku 2018, letos již ale k významnému navýšení podílu žen

nedošlo, ačkoliv z dlouhodobého hlediska můžeme dle analýzy sledovat meziročně vzestupnou tendenci.

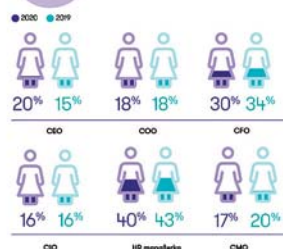
Ženy dle výzkumu nejčastěji pracují na pozici HR ředitelky v podílu 40 % oproti 60 % mužů. Právě oblast HR je pro ženy tradičním segmentem, ale i přesto podíl žen v této oblasti od minulého roku klesl o 3 %. Údaje z roku 2020 svědčí také o povzbuzivém nárůstu počtu žen na úrovni pozic generálních ředitelky se zvýšením o 5 procentních bodů na celkových 20 %, ale poklesem na úrovni finančních ředitelky na celkových 30 %. Pozice finančních ředitelky je tak druhou nejčastější pozicí žen ve zkoumaných firmách za rok 2020.

Poradenská skupina Grant Thornton se výzkumu v oblasti genderové diverzity ve firmách věnuje již více než patnáct let. Dle jejích slov se snaží upozornit na důležitost tohoto tématu a být hybnou silou v cestě za změnou. Součástí snahy o změnu jsou i další programy, které si kladou za cíl podnikat více kroků směrem ke snížení genderových rozdílů v businessu. (tz)

Ženy v businessu 2020: Od plánů k akci

Grant Thornton v průběhu uplynulých 12 měsíců monitoroval aktivity, kterými firmy na celém světě směřují ke zvýšení podílu žen ve vyšším managementu. Jaký je výsledek? Přibližujeme se k genderové vyváženosti?

3 V roce 2020 podíl žen na úrovni CEO povzbudivě vzrostl o 5%
Porovnání podílu žen na konkrétních pozicích v letech 2019 a 2020



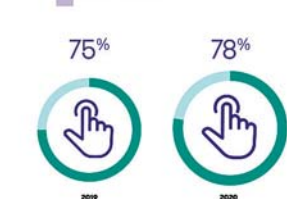
1 Podíl žen ve vrcholovém managementu v roce 2020 stagnuje
Celosvětový podíl žen ve vrcholovém managementu v uplynulých 16 letech



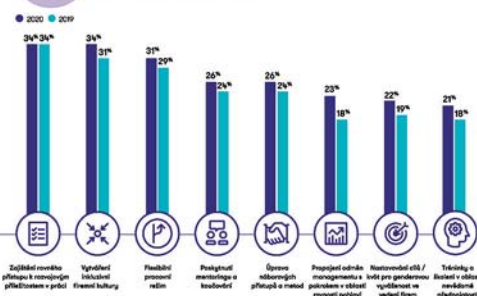
2 V jednotlivých regionech zastoupení žen roste
Podíl žen ve vrcholovém managementu podle regionu



4 Řada společností podniká konkrétní kroky ke zvýšení genderové vyváženosti...
Podíl firem, které aktivně podporují ženy v managementu



5 ...a množství těchto aktivit v managementu stále roste
Jaké konkrétní aktivity firmy realizují nejčastěji? Porovnání let 2019 a 2020.



Výzkum Ženy v businessu 2020 společnosti Grant Thornton zjišťuje, zda firmy podnikají kroky k rovnému zastoupení mužů a žen ve vrcholovém managementu. **Bližšíte si zprávu?**
Přivádíme firmy ke změně, proto jsme vytvořili také roadmapu k inkluzivní firemní kultuře pro rok 2020 a názory a zkušenosti výzkumných aktivních v této oblasti. Zapijte se a získáte inspiraci na naší **webové stránce**.

O botách, které jdou za vámi

Příjemný pocit, na který se těším na sklonku každého dne, se jen těžko popisuje. Začíná svižným koupelnovým rituálem, kdy ze sebe smývám všechny průšvihy dne a s novou jiskrou v oku nastupuji k večerním úkolům, dalším povinnostem, předsevzetím a radostem. K tomu mi pomáhá jedna obyčejná věc. Pantofle. Škoda, že jsem právě tyhle objevila teprve před dvěma roky. Vyrábí je firma SANTÉ – zdravotní obuv s.r.o. a mají katalogové číslo N/105/1/49, lososová. Netuším, jakým dílem náhody či výrobního know-how se staly mým mocným a oblíbeným společníkem. Že by pohodlí s přibývajícím věkem tolik souviselo? To bych přece nepřiznala!



Dominik Šprunk

Čím si získaly moji náklonnost, která generuje nový příliv energie v okamžicích, kdy většina lidí otevírá knížku nebo zapíná televizi? To je jen mezi nebem a zemí. Pantofle poslušně a vstřícně čekají, až chodidlo dosedne do kožené stélky jak do sametové pohovky. Do mé třinácté komnaty vstoupí emoce povzbuzení vyvolaná souzněním propracovaného tvaru obuvi a mého stavu vnímání, že je to přesně ono, co jsem potřebovala. Nevím, zda mi rozumíte, ale v ten okamžik relaxují nejen nohy, ale i hlava. Příslušné body vysílají do mozku signály plné naděje, že je život báječný a že stojí za to si ho, dejme tomu, někdy i komplikovat. Pantofle od SANTÉ mne navádějí k dobré náladě, vyhladí šrámy na duši, kterou hýčkají neviditelnými stopami jemného povzbuzování. Nebylo zbytečné, to vše jsem musela Domini-

ku Šprunkovi, majiteli a řediteli uvedené společnosti, sdělit. Zároveň jsem se ale ptala:

Podle čeho by měla žena vybírat obutí, aby byla vždy svěží a spokojená?

Především podle toho, jaké pohodlí cítí. Když bude bota tlčit nebo v ní noha nebude dobře usazená, je to jednoznačně známka toho, že jste šlápla vedle. Obecně platí, že si ženy často volí boty menší velikosti, než potřebují. Nevím, čím to je, možná proto, že drobnější bota vypadá elegantněji, je zajímavější. Jenže doby Popelčiny jsou dávno pryč a lidem chodidlo roste, Češi mají navíc nohu širší než třeba Italové. Podobnou nozu Rusů nebo Brazilců. Doporučuji tedy vybírat opravdu uvážlivě, zákaznice musí cítit, že bota prostě sedí.

Trendem je však nakupovat stále více i obuv na e-shopech, tedy vyzkoušet až poté...

Svým způsobem to chápu, zejména v letošním roce, kdy byly prodejny uzavřeny a všichni jsme se obávali koronaviru, byl internetový prodej jediným možným. Přesto v našem odvětví jeho zastáncem nejsem. Abyste měla jistotu, že je obuv pro vás jako na míru, musíte si ji jednoznačně vyzkoušet. I proto budujeme síť našich prodejen tak, abychom jimi měli pokryté kraje i větší města. Některé jsou naše, těch je dnes 13, a mají za úkol reprezentovat celou naši kolekci. V Praze máme například hned dvě takové prodejny. S patřičným personálním zázemím, s prodáváčkami, které o zdravém obouvání něco vědí. Myslím si, že konzultace s nimi je užitečnější, než třikrát



koupit na e-shopu a třikrát zboží vrátit, protože „to není ono“.

Ženy tvoří většinu vaší klientely?

Ano, z 80 %. Berme v úvahu i to, že jsou to ony, které nakupují také pro děti. 20 % tedy zbývá na mužskou populaci. A protože ženy mají k módě i zdraví odlišný vztah než muži, a také rády zkouší, neberou to jako nepříjemnou ztrátu času, snažíme se o to, aby naše prodejny navštěvovaly co nejvíce. Dodáváme rovněž do sítě prodejen zdravotnických potřeb nebo lékáren, celkem je to na tisíc obchodů, kde se s naším sortimentem můžete setkat. Těší nás, když je ženy navštěvují aktivněji, než když vyhledávají boty přes e-shopy.

Jakou tedy zvolit obuv, abychom předcházeli únavě, zvýšili koncentraci, cítili se komfortně?

Určitě je to obuv zdravotní. Neberte to, prosím, jako obhajobu naší nabídky, ale jako objektivní doporučení k tomu, abyste se cítila dobře. Sama víte, jak boty, které tlačí nebo jsou „jen“ krásné, s vysokými podpatky, dokážou z hezkého společenského večera udělat ztraceně nepříjemné chvíle. A to sám přiznávám,

Abyste měla jistotu, že je obuv pro vás jako na míru, musíte si ji jednoznačně vyzkoušet. I proto budujeme síť našich prodejen tak, abychom jimi měli pokryté kraje i větší města. Některé jsou naše, těch je dnes 13, a mají za úkol reprezentovat celou naši kolekci.

že ženská noha na podpatcích je prostě dokonalost sama... Ale zpět k argumentům. Zdravotní obuv je stavěná také pro vyšší zátěž, což zase koresponduje se zmíněným pohodlím.

Mohu si to tedy vysvětlit tak, že pohodlná obuv je vlastně protistresová?

Ano, tak to je. I když bych to netabuizoval. Každého zklidní něco jiného. Já si zajdu třeba na pivo... Ale vážně. Nyní připravujeme jeden

neobvyklý model, který bude mít v patní části zabudovaný masážní, vibrující motorek, jenž bude vydávat jemný zvuk podobný vrnění. Finta pro snížení stresu. Jsem zvědavý, jaká bude zpětná vazba. Na podzim bychom tuhle hračku chtěli uvést do prodeje.

Podle čeho volíte, co do kolekcí zařadíte, a co ne?

To je i pro nás nejtěžší otázka. Může to být jedna bota, nad kterou všichni žasnou, ale přesto si ji nikdo nekoupí. Může to být bota úžasné barvy, z níž jsou všichni nadšení, ale také si ji nikdo nepořídí, raději si vezme černou nebo hnědou. Vyhrává klasika, možná univerzálnost, těžko říct. Zvyklosti zákazníků se těžko odhadují, a ještě hůře prolamují.

To znamená, že jsou české ženy stále spíše konzervativnější než jejich zahraniční protějšky?

Do jisté míry to tak je, i když se snažíme nasměrovat je trochu odvážněji. I proto jim chceme našimi prodejny v krajských městech být co nejvíce nablízku, vysvětlovat, dát prostor k volbě, seznamovat je s novými materiály, které předčí vlastnosti kůže. Snažíme se skloubit trendy, design, cenu, pohodlí.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Česká firma VEGANEK nabídla kvalitní koření nejen pro vegany

Česká firma VEGANEK SPICES s.r.o. se rozhodla ukázat, že lze zákazníkům dopřát kvalitní koření bez zbytečných přísad živočišných komponentů. Chce se tak vymezit konkurenci, která například do svých produktů stále ještě využívá karmín, tedy barvivo vyráběné z vysušených těl hmyzu červce nopálového.

Chutě pro své koření vyvíjí VEGANEK pomocí Maillardovy reakce, procesu, kdy se bílkovina vaří v kyselém prostředí společně s glukózou za určité teploty a během tohoto procesu se získávají finální bohaté chutě a vůně. VeganeK však pro tento proces využívá rostlinných bílkovin, a právě tím se zásadně liší od konvenčních produktů, které jako zdroj bílkovin využívají šlachy živočichů. „Naše chutě vznikají inteligentními postupy z rostlinných bílkovin a terpenů. V podstatě, jak rád říkám, baví mě se koukat, jak lidé nechápou, že jsme mohli do vývarů, které nabízíme, dostat tak

výbornou chuť a nezaměnitelnou vůni,“ prozradil Jiří Stabla, jeden z majitelů firmy.

Vývar Premium – sypká směs – 500 g

Tato kombinace je oblíbená hlavně v náročnějších pokrmech, u kterých chceme dosáhnout výrazné chuti a vůně. Pravý gurmán pozná hned, že tento produkt je špička na současném trhu se zeleninovými vývary. Vaření s bujónem VeganeK premium si zkrátka zamilujete. Můžete si jej také zalít vodou a vychutnat se svou oblíbenou těstovinou nebo samotný.

Vývar Vůně venkova – sypká směs – 50 g

Jemný zeleninový vývar inspirovaný tradiční chutí babiččiných polévek. Pamatujete si ještě, když jste jako malí jezdili do přírody a v rendlíku si na ohni připravovali chutnou polévku? Právě takovou chuť venkova si za pár minut můžete opět připomenout tím, že v pohodlí svého domova připravíte příjemně voňavý vývar, rychlou alternativu pro prodlévání tofu nebo základ zeleninových a houbových omáček.

Biorajčata sušená – vločky – 50 g

Výborná dekorace do salátů, dresingů, marinád, čatní, salátů, zkrátka všude tam, kde si přejete chuť rajčat posílit. Rajčata dnes tvoří podstatnou část jídel moderní společnosti. Dají se skvěle použít v mnoha segmentech vaření, a když někde vyžadujeme intenzivnější chuť a vůni pokrmů, vločky sušených rajčat jsou ideálním pomocníkem.

(tz)

www.veganek.eu



Jsem architekt, protože chci měnit svět

Prispívat k proměně krajiny tak, aby se stávala součástí našich duší, aby nám dobře sloužila a pomáhala žít v harmonii se vším, co patří k našim dnům všedním i svátečním, to je jedno z mnoha poslání architektury. A když se podaří navrhnout a postavit kousek sídliště, řadu rodinných domků nebo administrativní budovu prolnutou parkem a lidé se zde dobře cítí a na místo se rádi vracejí, je to jako poděkování tomu, kdo je autorem myšlenky. Ale nejen to. Jaký názor na roli architektů má Ing. arch. Jana Mastíková, která vede architektonické studio LOXIA a.s.?



Ing. arch. Jana Mastíková

Proč jste se rozhodla přijmout manažerskou pozici? V LOXII vedete obchod, marketing a komunikaci. Neubírá to sil kreativě?

Mám ráda vysoké cíle a věřím si. Manažerská pozice přináší obrovskou zodpovědnost, ale já věřím své hlavě a svým schopnostem. V průběhu let, které již v LOXIA pracuji, jsem si uvědomila, že vyznávám stejné hodnoty a ideály a cítím, že nás mohu a chci posunout dál. A právě proto, že jsem v LOXIA hlavním

architektem a jsem zodpovědná za koncepci a kvalitu všeho, co vymyslíme, přibyl k tomu marketing naprosto přirozeně. Pokud se nám skutečně něco povede, jsem ráda, že to přes vhodné kanály můžeme rozšířit dál. Za každým z našich projektů je obrovské množství práce celého týmu lidí, a to nejen našich architektů, ale i našich inženýrů a je úžasné vidět pak některý z našich domů na titulní stránce. Pokud to alespoň některého z kolegů potěší stejně jako mě, má to smysl.

Zabýváte se projekty bytové, kancelářské i občanské výstavby, máte ráda, když města žijí, fungují a přinášejí pohodu a radost. Jak se tyto prvky dají architekturou navodit, vyjádřit, doladit?

Dobré město je především o dobrém urbanizmu. Tedy o své samotné podstatě, o tom, jak má uspořádané ulice, náměstí a parky. Zda využívá nábřeží, zda má stromy v ulicích a zda se po něm dobře cestuje, a to jak pěšky, na kole, nebo městskou hromadnou dopravou. Má dost laviček, mateřských školek a obchodů, kde pohodlně seženete vše, co potřebujete? Dobrý urbanismus sám o sobě ale není zárukou šťastného města. To vytvoří až jeho obyvatelé a jejich nálada a přístup k životu. Je-li pozitivní, bude jedno a to samé město působit s pozitivními obyvateli radostnějším dojmem. Architektura samotná k tomu samozřejmě může také přispět. Pokud jako architekti koncepčně nezvládneme třeba dispoziční řešení, například dáme vstup do domu někam, kde by ho nikdo nehledal, nebo uděláme malá okna, protože se nám to tak líbí, bude vás jako uživatele takový dům po určité chvíli rozčilovat a bude vám vadit. A ta pozitivita se může vytratit také. Proto se snažíme koncepčně nad věcmi dlouze přemýšlet a takové věci jako architekti nedělat.

Bývá těžké před investory obhájit nápad?

Ano zajisté. Investoři bývají velice schopní a vzdělaní lidé, kteří mají většinou jasnou představu o tom, co chtějí. Pouze tu představu neumí přesně ztvárnit na papír a promyslet ze všech úhlů. Proto si najímají nás a naším úkolem je co nejvíce naslouchat a pochopit jejich přání a sny, a pak se je pokusit zhmotnit. A jak jsem již řikala, neděláme koncepční a zásadní chyby, a proto můžeme jít někdy s investory do sporu a musíme je o našem pohledu přesvědčit. A ten pohled může být i ekonomického rázu. Je pro nás v LOXIA důležité domy stavět, ne je pouze navrhovat, a pokud se má dům postavit, musí vycházet takzvané „v černých číslech“. Takže na jednu stranu je to o obhajobě nápadu a konceptu, ale na druhé straně je to i o kompromisu a schopnosti adaptace.

Rezonují ve vašich projektech principy smart cities?

Smart cities je v dnešní době moderní pojem. Myslím si, že spousta našich měst zatím ani nespĺňuje základní urbanistická kritéria, o kterých jsem již mluvila, a to by měl být podle mě základ. Není problém v dnešní době vy-



projektovat smart městskou čtvrť, ale integrace smart prvků do celého města zpravidla narazí na dvě věci – vysoké pořizovací náklady a náklady za budoucí provoz a správu. I tak ale musí být průkopníci v těchto směrech, a proto se do některých našich urbanizmů, které v LOXIA právě tvoříme, snažíme smart řešení integrovat. Je to společně s autonomií a umělou inteligencí jednoznačně budoucnost směřování společnosti.

Jedna z věcí, která vás zajímá, je snižování teploty ve městech. Co všechno k tomu může napomoci? Zeleň, vhodná cirkulace vzduchu, využívání energie samotných budov?

Určitě souhlasím s tím, že město samo si svým uspořádáním může velice pomoci při regulaci teploty. Pokud na některé plochy pálí slunce doslova celý den, tyto plochy se ohřejí, a nejenom že je na nich nepříjemné trávit čas přes den, sálají teplo i v noci, a tím přispívají ke zvýšení teploty. Chodníky, cesty a silnice se stejně jako střechy a fasády budou vždy zahřívat více než vodní plochy, parky a stromy. Lidé se ve městech pohybují nejčastěji v úrovni parteru, tedy v přízemí domů. Pokud zajistíme, že na parter nebude svítit přímé slunce, tedy že bude zastíněny stromy nebo domy samotnými, které budou vysázeny tak hustě, aby vrhaly stín na své sousedy naproti, nebude se parter zbytečně přehřívat a teplo zůstane v úrovni střech, kde může být „odfouknuto“ větrem. Teplo může být také absorbováno stromy a zelení, které svým přirozeným výparem z listů klima ochlazuje. Tento princip je krásně vidět na jihu Evropy, kde se setkáváme s kompaktními městy plnými stromů a v ulicích.

Spolupracujete i s majiteli starších rodinných domků při rekonstrukcích?

S několika rekonstrukcemi jsme se v LOXIA setkali, ale zpravidla šlo o větší budovy a celky než rodinné domy. U rekonstrukcí obecně je skvělé hledat a najít genia loci původního místa, odkázat se na historii, tu pozvednout, vyleštit a udělat z ní jedinečné poznávací znamení

pro celý projekt. Něco takového se nám bezesporu podařilo na projektu Chateau Troja Residence, který jsme letos dokončili vedle Trojského zámku. Snažili jsme se zde zachovat ducha původního barokního statku a díky promyšlené kompozici zahrad a všech venkovních prostorů do něj zasadit i několik citlivě provedených novostaveb.

S jakou vizí jste vstupovala do architektonického studia? Byla to touha po seberealizaci, vůle vyzkoušet si manažerskou profesi, chuť být zodpovědná za proměnu prostoru a myšlenky?

Architektura je umění, vášně a poslání. Vytváří svět kolem nás, tedy kolem lidí, a umožňuje nám žít své životy. A plnit si v nich své sny a cíle. Zároveň má architektura moc lidí a jejich svět měnit, formovat a ovlivňovat. V budovách se rodíme, vyrůstáme, dospíváme, učíme se, pracujeme, žijeme, a nakonec v nich i ze světa odcházíme. Jsem architekt, protože chci měnit svět. Chci ho dělat pro lidi hezčí, funkční a jejich. A jsem šťastná, že jsem hlavní architekt právě v LOXIA, protože v LOXIA se snažíme být víc než architekti. Naším cílem je nad věcmi přemýšlet, vidět je koncepčně a chceme je také společně s našimi inženýry dotahovat k radosti jednak našich investorů, ale také budoucích obyvatel a uživatelů.

Projektovala jste také unikátní mateřskou školkou v Praze, která se teprve bude stavět. Co vás inspirovalo a podle jakých principů jste postupovala? Čím by měl být tento objekt s duší umělce pozoruhodný?

Školka pro Prahu 12 je na úchvatném pozemku, který se nachází na konci pomyslné urbanistické osy, kterou jsme založili naším pojetím zástavby pro pozemky bývalého modřanského cukrovaru. Pozemek je celý ukrytý v zeleni a tvoří dojem tajemné zahrady, která je jako stvořená pro malé děti a jejich objevování světa a bujnou fantazii a představivost. Pozemek sám nás přivedl na myšlenku zasadit na něj objekt školky co nejcitlivěji a zachovat maximum z přírody okolo. Školka si klade za cíl vytrhnout

dnešní děti z poněkud přetechizovaného světa zpět do zahrady a ukázat jim běžné děje a procesy. A to i prostřednictvím ekoklubovny s malým hospodářstvím, kde budou i drobná zvířata. Chtěli jsme jako architekti navrhnout nejenom klasickou školkou, ale i prostor, kde děti uvidí přirozené věci, třeba jako že rostlinky rostou z hlíny, musí se zalévat a pak se kompostují. Nebo že slepice snášejí vajíčka, ale potřebuje k tomu krmit a mít výběh, aby byla šťastná. A to vše samozřejmě při pasivním energetickém standardu budov.

Nelákají vás brownfieldy? Nebo projekty nových továrních hal, menších fabriček, které by jistě mohly vypadat úplně jinak, než jak je dosud známe. Tak, aby svým pojetím, originalitou přinášely do srdcí lidí potěšení každý den...

Brownfieldy nás samozřejmě lákají, několik jejich přeměn máme již v LOXIA za sebou. Třeba právě přeměnu ploch po bývalém modřanském cukrovaru nebo po opravných vojenských strojích v Čimicích. Často se tyto staré a již dosloužilé areály nacházejí u center měst, tedy v místech s výbornou dopravní dostupností, s kapacitní technickou infrastrukturou a službami. Dává tedy logiku přeměnit tyto bývalé areály na rezidenční projekty nebo na mix rezidenčních a administrativních budov. Výroba v podobě továren a fabrik do středů měst dnes nepatří.

Už víte, pod jaký projekt byste se někdy také chtěla podepsat?

Ať je to jakýkoliv projekt, měl by to být vždy ten, který přinese radost a úsměv na tváři co nejvíce lidem! A když ne u všech úsměv, tak alespoň vzbudí emoce, bude to dům, o kterém se mluví, a který díky tomu lidé znají, to je pro nás nejvyšší metou. Já sama bych jednou chtěla pro naši rodinu navrhnout malý dům na kouzelném místě v přírodě, kam bychom se s dětmi a partnerem jezdili ukrývat a trávit čas společně jen sami se sebou.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Čeští zemědělci ročně vyexportují mák za více než miliardu



Stanislava Koprdová

foto Kateřina Šimková

Plodina, která je neodmyslitelně spjatá s kulinární tradicí slovanských zemí. Modré zlato, jež v červnu pole zaplavuje růžovobílými květy, má pro českou kulturu i ekonomiku nemalý význam. Copak byste se vzdali krupavé houstičky sypané lahodným mákem? Ale víte, že ten modrý český je tak trochu unikát? Více o něm prozradila Mgr. Stanislava Koprdová, Ph.D., ředitelka spolku Český modrý mák, z. s.:

Mohla byste charakterizovat roli spolku Český modrý mák?

Ráda. Plníme roli mediátora mezi zainteresovanými stranami a snažíme se vést dialog, který pomůže pěstitelům a zpracovatelům našeho potravinářského máku získávat lepší podmínky. Samozřejmě se k tomu váže vyjednávání s Ministerstvem zemědělství, Ústředním kontrolním a zkušebním ústavem zemědělským, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí a dalšími institucemi. Naším hlavním cílem je tedy vytvořit vhodné podmínky pro to, aby se mák v naší krajině dobře a hojně pěstoval, měli o něj zájem tuzemští spotřebitelé, ale snažíme se mu také prokázat cestu za hranice.

Je o mák exportovaný z České republiky ve světě velký zájem?

Ano, je to věhlasná exportní surovina, ale musíme si uvědomit, že mák kulinární je doma

zejména ve slovanských zemích a regionech střední, jihovýchodní a východní Evropy. Největším odběratelem je Rusko. Ročně se z Česka vyveze této suroviny za 1,38 miliardy korun, což je vlastně částka, která převyšuje i proslulý český chmel. Rádi bychom zájem o mák posílili nejen na domácí scéně, ale i ve světě.

Jaký k máku zaujímá postoj česká veřejnost?

Mák je stále nejoblíbenější u starší generace. Vyrůstala na něm, byl tradiční součástí jídelníčku. Mnozí si dodnes nedovedou život představit bez lahodných buchet nebo koláčů s touto typicky slovanskou pochoutkou. Dnes si mírný pokles zájmu vysvětlujeme tím, že se doma méně vaří a peče a v místech hromadného

stravování mák nebývá tak často k vidění a např. nudle s mákem je v očích veřejnosti vnímáno spíše jako prosté jídlo. Vezměte si děti, ty mák konzumují zřídka, protože jsou zvyklé na pochutiny jiné než na makové sladké pečivo.

Znamená to, že mladí lidé k této surovině vztah nemají?

To bych určitě nechtěla říci. Objevují ho jako hodnotnou potravinu ve zcela nových kontextech. Možná už jste slyšeli o hnutí raw food a o různých dalších směrech zdravého životního stylu a výživy. Ty s ingrediencemi rostlinného původu s vysokým obsahem tuku velmi často pracují, protože tuková složka dodává pokrmům lahodnost, a v případě máku i zcela unikátní chuť. Skvělým příkladem je například značka Nemléko, která se specializuje na výrobu veganských rostlinných nápojů jako alternativy ke klasickému mléku. Jejich „Makové Nemléko“ vyneslo modrému zlatu u mladých lidí velkou popularitu. Dalším příkladem může být makový protein, který se vyrábí z „odpadu“ zbylého po vylisování výtečného makového oleje. Jeho produkcí se u nás zabývá například další firma s mladým duchem Bohemia Olej. A také mák zažívá renezanci v moderních kulinárních směrech, vrací se v podobě netradičních i tradičních dezertů, kanapek, bonbónů, chutovek, zejména prostřednictvím bister, kaváren a dalších podobných podniků.

Takže by se dalo říci, že mák také stimuluje českou podnikavost k objevování nových směrů v businessu?

Částečně určitě ano. Ale aby to bylo možné, základem je vždy umožnit zemědělcům mák pěstovat ve vhodných podmínkách, čímž se zdaleka nemyslí pouze půda, ale také legislativa a další náležitosti. Bez těchto základů by se tyto nové podnikatelské nápady neobešly.

Zmínila jste, že i pro export je důležitá osvěta. Cožpak se mák stále setkává v zahraničí s předsudky?

Představte si, že ano. V České republice pěstujeme převážně odrůdy modrosemenné, ojediněle bílosemenné, a máme i jednu okrovosemennou. Všechny jsou potravinářské. Kromě máku potravinářského se ve zbytku světa rozlišují máky opiové (zejména pro nelegální extrakci

Ročně se z Česka vyveze této suroviny za 1,38 miliardy korun, což je vlastně částka, která převyšuje i proslulý český chmel.

opia a následnou proměnu na heroin) a průmyslové/technické (surovina pro výrobu farmaceutických produktů) s vyšším obsahem opiových alkaloidů (morfin, kodein, thebain, atd.). Rozlišení máku jako potraviny od jiných máků (zejména od technického máku) si vyžaduje naši osvětovou aktivitu. Abych vše uvedla na pravou míru, nejvíce alkaloidů obsahuje makovice a část stonku těsně pod ní. Semena jako taková ne, ale ta mohou být kontaminována jako důsledek poškození makovic škůdci nebo na semeni máku ulpí prachové částice z makoviny otěrem při sklizni a další manipulaci (čištění).

V České republice se však pěstují odrůdy výhradně potravinářské, takže naši spotřebitelé nemusí mít strach. Obsah alkaloidů v makovině zdejších odrůd je opravdu velice nízký. Zákonná norma udává, že potravinářský mák může obsahovat maximálně 0,8 % morfinových alkaloidů v sušině tobolek a na povrchu makového semene nesmí být obsah morfinových alkaloidů vyšší než 25 mg/kg. Česká celochovná norma je ještě o 5 mg/kg přísnější (20 mg/kg). V roce 2013 se uskutečnilo šetření, z něhož Státní zemědělská a potravinářská inspekce zjistila, že ve 12 vzorcích semen odebraných u českých producentů se množství těchto alkaloidů pohybovalo hluboko pod horní hranicí normy. Jejich průměrný obsah činil 7,44 mg/kg. A to samé platí o máku exportovaném. Jiné to bylo v běžné tržní síti, kde průměrná hodnota dosáhla 36,71 mg/kg.

Jak si tento rozdíl vysvětlujete?

Průmyslové máky se tepelnou úpravou (horká pára, vysoká teplota) cíleně zbavují nadbytečných alkaloidů. Jeho chuť se však s potravinářskými odrůdami nedá srovnat. Ke kulinárním účelům prostě není vhodný. Jenže jeho příznivá cena láká k tomu, aby byl nelegálně přidáván do máku potravinářského a výrobků z máku. Takové nekalé praktiky přinášejí obchodníkům nemalé zisky. Naším úkolem je proto také trh a spotřebitele před těmito „pančovanými“ pochutinami a potravinami chránit.

Samozřejmě tyto praktiky mnoho lidí, kteří mák konzumovali rádi, odradí právě kvůli chutnovým vlastnostem takového produktu. A v mnohých zasejí antipatie, či dokonce strach z máku. Proto potřebujeme neustále sdělovat, že český modrý mák je bezpečný a lahodný.

Kterými aktivitami toho chcete dosáhnout?

Aby byl mák považován za hodnotnou, chutnou a zdravou potravinu v zahraničí, neustále se učíme rétoriku zaměřit na jeho bezpečnost, jasně odlišení od farmacií využívané plodiny. Upozorňujeme na jeho zdravý prospěšné účinky i využitelnost pro každodenní výživu lidí. Na domácí půdě se snažíme posilovat jeho dobré jméno a tak trochu vzkřísit jeho zašlou slávu zejména v domácnostech. Pekaři a další potravinářské obory o máku vědí. Ale je potřeba povzbudit chuť k máku, zprostředkovat lidem o máku zajímavé informace, které je budou motivovat tuto plodinu více a detailněji poznávat v kuchyni i na poli.

Mák v krajině býval a už zase je fenoménem. Začínáme ho čím dál častěji vidat i v okolí hlavního města. Co vše navrací modré zlato krajině?

Pokud se zaměříme na oševní postupy, pak jde o významnou zlepšující plodinu. Významná je role máku jako exportní plodiny, která přináší nemalé finance a pro stát výrazně kladnou bilanci zahraničního obchodu, a to ji pěstujeme (pouze) na ploše 40 000 ha. Mák navíc krajinu obohacuje i esteticky. Pohled na rozkvetlé makové pole je sám o sobě krásný vizuální zážitek a ne jinak tomu je s dozrávajícími makovi-

cemi, které jsou v krajině svým tvarem prostě unikátní. Ale jde i o koncový produkt, tedy nejen o kulinářské využití, ale například také o různé další výtvořky – od dekorací v podobě makových panenek až po účely floristické.

Do kolika odvětví v České republice mák proniká? A jaký objem peněz to zahrnuje?

Můžeme začít společnostmi, které se zabývají produkcí osiva, dále jsou to zemědělci, kteří mák pěstují a sklízí, samostatným oborem je čištění máku, prodej velkoobdobatelům a ma-

lospotřebitelům. Mezi velkoobdobatele počítám převážně zpracovatelské firmy, které tuto surovinu připraví pro využití v pekárenském a potravinářském průmyslu. Mák využije velká pekárna zásobující celou republiku zrovna tak jako lokální cukrárna. A následně jde o prodejce

a obchodníky, kteří makové pochoutky zprostředkují svým koncovým zákazníkům. Objem peněz, který se v celém tomto řetězci pohybuje v rámci ČR, nemáme ale zmapovaný.

A vraťme se ještě k vaší manažerské profesi. Co vás nejvíce naplňuje v roli ředitelky spolku Český modrý mák?

Moje každodenní práce je soustředěna v komerčním prostředí, a proto mě o to víc baví práce odlišného charakteru pro náš spolek. Jsou za námi vidět výsledky a praktický přínos zejména pro pěstitele máku, ale také výsledky propagace této komodity přes projekty Ministerstva zemědělství, kterých hlavním řešitelem je Agrární komora České republiky. Takže přes den pracuji a večer makuji.

ptala se Kateřina Šimková



foto Ing. Michal Vokřál, CSc.



foto Ing. Vlastimil Mikšík, Ph.D.

Češi objevují kouzlo minerálů

Růženín, onyx, ametyst, tygří oko, křišťál nebo hematit patří k nejprodávanějším minerálům, ze kterých si lidé vyrábějí nejrůznější šperky. Obliba korálků z minerálů v Česku stoupá, množí se ale také podvodníci, kteří za minerály vydávají obyčejné sklo. Poznat na první pohled rozdíl je, zejména pro laiky, velmi obtížné. Existuje ale celá řada indicií, jak nenaletět.

Každý minerál má vlastní jedinečnou barvu, tvar a spousta lidí věří i v jejich léčivou energii. To jsou hlavní důvody, proč stále stoupá zájem o šperky z těchto drahých kamenů. Množí se ale také padělky – obyčejné skleněné korálky, které prodejci vydávají za minerály. „V dnešní době se padělá téměř vše, o co lidé projeví větší zájem, minerály nevyjímaje. Jejich padělky se nejčastěji vyrábějí z lisovaných minerálních drtí, ale i z obyčejného skla nebo pryskyřice. Podvodníci dotáhly podobu falzifikátů téměř k dokonalosti, a je proto velmi obtížné rozeznat je od pravých minerálů. Poznat pravost minerálů není vždy snadné, protože každý minerál má jinou přirozenou barvu, kresbu, tvrdost a další vlastnosti. Zákazníci se ale mohou zaměřit na několik faktorů, které napoví,“ řekl Martin Stibor, zakladatel společnosti Korálky.cz, největšího e-shopu v Česku s komponenty k výrobě šperků. Velmi častým omylem je to, že sytější barva automaticky určuje pravost kamene. „Některé druhy minerálů jsou přirozeně velmi světlé, a objeví-li se na trhu v tmavším provedení, zpravidla nejsou pravé. Před nákupem minerálů je proto dobré seznámit se s barvou, která je danému minerálu vlastní. Pozor ale na dobarvování kamenů, to nemá na jejich pravost vliv, pokud je ale kámen dobarvený, poctivý prodejce to u něj vždy uvede. Dalším ukazatelem pravosti může být kresba. Při koupi minerálových korálků, které jsou pověstné právě pro svou kresbu, je vhodné ji podrobně prozkoumat. Kresba na korálcích by měla být vždy naprosto unikátní, podezřelá je hlavně její pravidelnost, případně ostrost kresby, kdy jsou jednotlivé barvy přesně odděleny. Také

je potřeba zjistit, jaký druh kresby je u daného minerálu nejběžnější,“ doporučil Martin Stibor. Poznat pravost minerálu je možné i na omak. „Pravý kámen je na omak studenější než sklo, déle se v ruce zahřívá a déle naopak teplo drží, protože má lepší tepelné vlastnosti než sklo. Pokud ho člověk rozbije a rozdrtí, padělek se většinou rozpadne na drť a má jinou strukturu, kdežto pravý kámen se rozpadne na menší kousky stejně jako v přírodě. Pravý kámen také samozřejmě nejde zapálit, lisované drti nebo pryskyřičné náhrady v sobě ale mají nějaký druh pojiva, které hoří,“ popsal Martin Stibor. Stejně tak jako většina padělaného zboží jsou i falešné minerály výrazně levnější než ty pravé. Úspora několika stovek korun se tak nemusí vyplácet. „Cena je vždy dobrý ukazatel pravosti minerálů. Občas si může člověk vybrat konkrétní minerál, ale jeho cena je opravdu vysoká, a proto se snaží najít levnější variantu. U levných kousků si ale zákazníci nemohou být jisti jejich pravostí. Pokud se minerál vyskytuje pouze v určité lokaci, je na trhu v omezeném množství nebo je náročnější na zpracování, je samozřejmě, že jeho cena se zvýší. Minerály jako například tanzanit nebo safír jsou sice dražší, ale rozhodně se ne-



vyplatí na nich šetřit,“ upozornil Martin Stibor. Stále více lidí pořizuje minerály na internetu, právě v e-shopech se ale vyskytuje největší množství padělků. „Jednoduchým pravidlem při nákupu online je nenakupovat od prodejců, u kterých se zákazníkovi něco nezdá. Pokud jsou ceny všech jejich minerálů podstatně nižší než ostatní ceny na trhu, může to být známka toho, že nabízené vzácné kameny nejsou pravé. Především pokud si kameny člověk kupuje nejen kvůli jejich krásnému vzhledu, ale třeba pro jejich pozitivní vlastnosti, doporučuji pořizovat u prodejce, který je důvěryhodný,“ vysvětlil Martin Stibor.

Nárůst poptávky po minerálech v Česku stoupá i proto, že stále větší počet lidí věří v jejich pozitivní účinky. „Drahé kameny a minerály fascinovaly člověka od pradávna. Už ve starém Egyptě a Mezopotámii věřili, že kameny ovlivňují fyzické i psychické pochody v těle. Vyráběli z nich amulety, byly součástí lektvarů ochranných i posilujících. Lidé věřili, že drahé kameny mají moc zahánět zlé síly, neštěstí, neduhy, chránit před úrknutím a pomáhají překonat těžká období života. V poslední době se lidé k síle drahých kamenů opět začali obracet. Mezi kameny, které se neřadí mezi minerály, ale jsou v Česku velmi populární například mezi maminkami, patří jantarové korálky. Nosí je v době těhotenství, jelikož věří, že jantar chrání matku i miminko. Kupují je také pro své děti v době, kdy ratolestem rostou první zoubky,“ uvedl Martin Stibor. Většina Čechů sleduje horoskopy a více než polovina jim věří. Kromě pozitivních účinků, které jsou jednotlivým minerálům připisovány, se tak lidé zajímají i o to, jak se konkrétní minerál hodí k jejich znamení zvěrokruhu. „Stále více lidí chce nosit originální šperk, který navíc koresponduje s jejich osobností. K tomuto účelu jsou právě minerály ideální. Naši zákazníci velmi často nakupují kombinace minerálů podle svého znamení zvěrokruhu hlavně proto, že díky speciálním přívěskům a komponentům se znamením si mohou vytvořit unikátní personalizovaný šperk nebo talisman,“ uzavřel Martin Stibor. (tz)

Na zlepšení koncentrace

Mahagonový obsidián prohlubuje logiku, fluorit pomáhá při učení, sodalit zvyšuje sebevědomí, bílý onyx napomáhá koncentraci, fialový pruhovaný achát podporuje paměť, karneol pomůže vytyčit cíle, leopardí jaspis zlepšuje organizační schopnosti.

Pro dobrou náladu a vitalitu

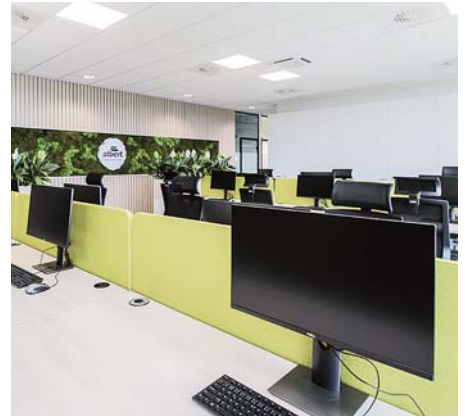
Akvamarín navozuje vnitřní klid, modrý howlit harmonizuje pocity, citrín dodává pocit bezpečí, láva ochraňuje majitele, opalit dodává stabilitu, angelit přináší pocity míru, avanturin doplňuje energii.

Ke snížení stresu

Černý pruhovaný achát snižuje úzkost, amazonit tiší emoce, červený pruhovaný achát je proti únavě, bílý korál navozuje pozitivní myšlenky, leopardí jaspis harmonizuje vztahy, modrý krajkový achát dodává energii, ametyst zvyšuje naději.

Albert využil koronavirové odstávky na centrále ke kompletní rekonstrukci

Albert využil období koronakrize, kdy zaměstnanci pracovali z domova v režimu home office, a zrekonstruoval pro ně centrálu. Větší část je již hotová a páska u prvního dokončeného patra se stříhala již 1. června, ještě s rouškami na ústech a za malé přítomnosti pracovníků. V té době totiž platilo bezpečnostní rozdělení na dva týmy, které se po týdnech střídaly.



Modernizace centrály je ve firmě vnímaná jako další ze série remodelingů, které proběhly již na více než 150 prodejnách. I na letošek jich je připravených několik desítek, Albert kromě toho zmodernizoval i v době koronakrize osm obchodů.

Rekonstrukce centrály začala krátce před vypuknutím pandemie, a tak zaměstnanci ještě stihli osobně vybrat a v anketě odhlasovat vybavení. Týkalo se to stolů, kontejnerů se šuplíky, židlí, ale také doplňků, jako jsou paravány nebo židle do zasedacích místností. Po koro-

nakrizi se tedy někteří vraceli již do zcela nových prostor, jiní si o několik týdnů protáhli home office.

V nových kancelářích je instalované například inteligentní osvětlení s led technologiemi a automatickým stmíváním na principu čidel pohybu a intenzity světla. Prostorná pracovní místa doplňují odhlučňené telefonní budky i příjemné relax zóny. Všechny stoly jsou polohovatelné, a zaměstnanci tak mohou pracovat vestoje, anebo si uzpůsobit výšku pracovní desky optimálně k vlastní postavě. Elektronické

ké nástěnky jim přinášejí aktuální informace, monitoring i videa, jako například časosběrné z průběhu rekonstrukce. Prostory ozvláštňují designové prvky, jako živý mech na zdech, který neplní jenom okrasnou funkci, ale vylepšuje také akustiku.

Zasedací místnosti jsou vybavené technikou pro telekonference Teams. Na této komunikační platformě také probíhala většina komunikace k rekonstrukci, zaměstnanci zde mohli například komentovat a pokládat dotazy či prohlížet pravidelně aktualizované fotografie. (tz)

Známý, a přesto nový kávovar Tchibo Esperto



Léto opět uteklo tryskem divokých koní a s otevřenou náručí nás pomalu přivítá podzim, který zahálí přírodu do hřejivých barev a protne ji chladným vánkem. Začne období plné shonu a pracovního nasazení vrcholící koncem roku. O to důležitější nyní budou chvíle, kdy se dokážeme zastavit, v klidu se nadechnout a dopřát si čas například na šálek dobré kávy.

Pro tyto příležitosti je ideální pořídit si kvalitní kávovar přímo domů nebo do kanceláře, abyste nemuseli vybíhat do podzemních plískanic. Skvělou volbou je novinka Tchibo Esperto Café, který připraví voňavé espresso a caffè crema z čerstvě namletých kávových zrn. Jeho nová verze Esperto Latte je doplněna jednak o funkci doppio, díky které můžete mít hned dvě dávky kávy za sebou, a rovněž o napěňovací trysku pro lahodné mléčné speciality, jako je caffè latte macchiato, cappuccino nebo caffè latte. Ať už zvolíte Esperto Caffé, nebo Esperto Latte, zamilujete si ho a stane se vaším oblíbeným osobním baristou. (red) ■■■

tchibo.cz

K bylinkám přibyly nadčasové technologie



Znalosti Mgr. Jarmily Podhorné, podnikatelky, manažerky, bylinářky, jsou obdivuhodné. Její zásluhou se mnozí lidé naučili věřit rostlinné říši a využívat její mocnou sílu ve prospěch svého zdraví. Jarmila Podhorná patří jedno velké prvenství: je zakladatelkou gemoterapie u nás. Puppenová zahrada v Brodku u Konice, kde také její firma NADĚJE sídlí, je jejím unikátním

dílem, které poskytuje nejen neuvěřitelný obrázek o tom, jak pospolu mohou růst ve vzorném pořádku stromy, keře a byliny, ale také základní materiál k výrobě tinktur s prokazatelnými účinky. Tento druh zahrady je největší v Evropě a je výsledkem znalostí, pílě i zařazování inovativních metod do praxe. Přesvědčily se o tom například mnohé firmy během letošního jara a řádění koronaviru, když odebíraly, ať již pro zaměstnance, nebo potřebu vlastníků a managementu určité produkty ve velkém objemu. Přesto, že by Jarmila Podhorná mohla ve zdánlivém klidu odpočívat a vlastně už nic nedělat, plní si své sny o tom, že je potřeba lidem pomáhat. A nacházet příčiny jejich zdravotních problémů a ty odstraňovat či zmenšovat. Své služby v oblasti fytotherapie nyní rozšiřuje o další možnosti péče, a to pomocí diagnostických, terapeutických a regeneračních přístrojů. Ve svém působišti otevřela a postupně uvádí do plného provozu regenerační centrum, ve kterém klienti najdou špičkové techniky a procedury.

Tentokrát jste nevsadila pouze na bylinky, ale na techniku. Co vás k tomu vedlo?

Protože se ve své každodenní praxi setkávám s velkým množstvím případů, kdy lidé hledají pomoc při řešení svých zdravotních potíží, a nenechávám mne to klidnou, už dlouho jsem přemýšlela o tom, jak jim vyjít vstříc i jinou cestou než přírodní.

Měla jste svůj podnikatelský sen?

Ano, byl to sen posledních několika let. Přála jsem si vybudovat u nás v sídle firmy regenerační centrum, kde bychom pomocí přístrojové techniky špičkové úrovně mohli odhalit příčiny nemocí, oslabení organismu a s využitím jiných přístrojů neduhy napravovat. A to to přání jsem si začala plnit. Nejprve jsme ale s mým týmem museli najít vhodné místo na našem pozemku, pak přišel na řadu projekt, stavba a nakonec nákup přístrojů v miliónových částkách.

Centrum nyní postupně nabíhá do provozu. A první návštěvníci se hlásí. Co jim je a bude k dispozici?

Jednak originální stavba vybudovaná podle určitých zákonitostí energie. To je velmi důležité. No a pak přístrojová technika, která dnes dokáže opravdu mnoho. Například je to přístroj SALVIE, který je určen pro základní diagnostiku tělesné schránky člověka. Jde o zařízení, které změří toxické zatížení organismu, patogenní mikrobiální zátěž, kvalitu funkce

jednotlivých orgánů, alergenů a otestuje odezvu na optimalizaci stravy a jednotlivých potravin.

Mnohé si slibujeme také od Plazmového generátoru. Jsou-li pomocí diagnostiky Salvie u klienta zjištěny mikrobiální zátěže, lze na jejich eliminaci a likvidaci použít frekvenční terapii pomocí plazmového generátoru, který je sestaven a vyroben na základě poznatků průkopníka metody selektivního ničení mikroorganismů – Dr. Royala Raymonda Rifa. Je to velmi jednoduchá, ale účinná metoda.



Mgr. Jarmila Podhorná

Vekou roli nejen v životě lidí, ale i ve vnímání všech možných souvislostí naší existence hraje dnes čas. Projevuje se také ve funkcích některých zařízení? Získáme potřebné informace hned?

Příkladem může být Systém ERI – podrobná diagnostika během jedné minuty. Ten představuje nadčasovou technologii z oblasti bioinformační medicíny, která umožňuje detailní zjištění základních i pokročilých informací o stavu organismu a jeho následném harmonizování do optimálního stavu. Je to moderní rychlý a efektivní způsob screeningu široké škály nemocí a zdravotních potíží. Eri systém pracuje s více než miliónem markerů – obsáhlostí databázi pomocí supercitlivé sondy a díky sofistikovanému softwaru se provede během méně než jedné minuty devět měření s 10 000 informacemi. Bioinformační data jsou sestavena do strukturovaného reportu s návrhy na vhodná homeopatika. Terapie trvá půl hodiny.

To zní až neuvěřitelně...

Máte pravdu, ale na druhé straně je pokrok ve vývoji právě třeba diagnostických metod obrovský, a to je dobře. Prvořadě je vědět, co člověku schází a podle toho nastavit regeneraci. Technika a její možnosti nám otevírají nové světy a příležitosti. Snažím se je pochopit a uchopit.

Vím, že jste pořídila také Lehátko Cera-gem Master V3. Co nabízí?

Tento inovativní přístroj kombinuje moderní technologie s tradičními metodami východní medicíny. Na začátku lehátka naskenuje páteř uživatele. Díky tomu se dokáže dokonale přizpůsobit potřebám konkrétního jedince. Poté již následuje „na míru šitá“ termo masáž s použitím jadeitových kamenů. Tato tepelná masáž ulevuje od bolestí zad a kloubů. Zmírňuje také projevy artrózy a revmatu. Uvolňuje nervové bloky a pomáhá k lepšímu spánku. Důležité je, že umožňuje organismu dokonalou relaxaci, v dnešní uspěchané době nezbytnou.

A co je to Bemer terapie?

Bemer je kontaktní, neinvazivní přístroj, který je využíván v mnoha lékařských a rehabilitačních zařízeních. Principem přístroje je působení nízkofrekvenčních pulzních elektromagnetických polí na krevní cévy. Tento postup vede ke zvýšení aktivity malých cév. Díky tomu dochází v organismu ke zlepšení krevní cirkulace v tkáních a také je posílen imunitní systém.



**LED lůžko
s mikrofrekvenční energií světla**

Bemer terapie je doporučována jako prevence, ale lze ji také podstupovat při nejrůznějších onemocněních. Terapie zvyšuje počet prokrvených kapilár a rozšiřuje jejich průměr. Také zlepšuje využití kyslíku organismem. Pomáhá proti rozvoji chronických a degenerativních onemocnění pohybového aparátu a chronických metabolických poruch, např.: může zmírnit následky diabetu při pravidelném používání. Podporuje organismus při boji proti chronické únavě.

Jako součást terapie je možné použít doplňkové aplikátory. Pásový aplikátor napomáhá k rychlejšímu hojení lokálních zdravotních problémů. Kožní aplikátor je velmi vhodný při nejrůznějších kožních problémech.

Slyšela jsem o Denas terapii. Také ji využijete?

Ano. I na ni spoléháme. Tato terapie funguje na principu elektrostimulace. Přístroj pracuje se slabým proudem. Tento proud se umí dokonale přizpůsobit neuroimpluzu vycházejícího z nervového systému konkrétního jedince dynamicko-elektro-neuro adaptabilní stimulaci. Celá terapie se tedy řídí nervovým systémem klienta. Proto má mnoho pozitivních účinků na organismus. Pomáhá urychlovat procesy hojení po traumatech a snižuje farmakologickou zátěž organismu. Také pomáhá s hojením po lékařských zákrocích. Denas terapie vede ke zvýšení výkonnosti a redukuje únavu. Zlepšuje kvalitu spánku. Je také výbornou podporou při nejrůznějších chronických onemocněních.

O účincích světla se mluví v různých rovinách, a jak víme, jednou světlo pomáhá, jindy škodí...

Možná bych to až tak nekategorizovala. Samozřejmě všeho s mírou. V noci za tmy se má spát, ve dne za světla být aktivní. Jsou to přírodní zákonitosti a ty se vyplácí alespoň do jisté míry respektovat.

My jsme pořídili přístroj nazvaný LED Bed, což je speciální technologie pro světelnou te-

rapii. Jejím principem je působení intenzivního infračerveného a modrého světla. Toto světlo proniká pomocí fotonů do buněk v organismu a stimuluje jejich funkci. Výborné využití pro fototerapii nalézáme při kožních problémech. Fototerapie stimuluje tvorbu kolagenu a elastinu v kůži a vede k redukci vrásek, zmírnění celulitidy, zlepšení lymfatického systému. Profesionální LED terapeutické lůžko s mikrofrekvenční energií světla je určeno ke zdravotní terapii, relaxaci a posílení a obnově krevních kapilár, které podporují krevní



Denas terapie funguje na principu elektrostimulace



Regenerační centrum již přijímá první klienty

oběh, oksylichující a urychlují detoxikační efekt. Hlavní přínos léčby pro zdraví pacienta by se dal shrnout takto:

- 1.** snížení zánětlivosti
- 2.** zlepšení činnosti štítné žlázy
- 3.** obnova mikrocirkulace
- 4.** zabraňuje vniku kardiovaskulárních onemocnění
- 5.** tlumí bolesti, pomáhá řešit artritidu, osteoartrózu i revmatoidní artritidu
- 6.** zlepšuje a řeší problémy kůže, jako jsou akné, ekzémy, minimalizuje vrásky a řeší celulitidu

Jaké jsou zkušenosti klientů z pobytu ve vašem novém centru?

Ještě je brzy na hodnocení. Myslím si však, že budou pozitivní. Vždyť vše, co člověku může pomoci, co je mu ku prospěchu, má význam. Dnes, kdy je tolik lidí přepracovaných, nadmíru vytížených, postižených stresem, nespavostí, psychickými potížemi, má smysl více než kdy jindy hledat vhodné cesty k harmonizaci organismu, ať už pomocí bylinek, nebo dalších průkopnických metod. Já sama věřím jak staletími prověřeným zkušenostem, tak nejnovější nabídce vědy a techniky. Stále se učím, sbírám informace a tvořím si vlastní názor na věc. A teprve, když jsem na základě argumentů přesvědčena, že má daný krok smysl, nabízím ho ostatním.

Co byste doporučila zájemcům o vaše centrum?

Nejjednodušší je zavolat k nám a domluvit si termín a vše ostatní. V plném provozu bude od podzimních měsíců. Zájemci z našeho okolí nemají problém i s opakováním potřebných procedur, ostatní ze vzdálenějších oblastí mohou využít ubytování golfového klubu Sokrates, který se nachází nedaleko. Věřím, že můj splněný sen pomůže mnoha lidem.

připravila Eva Brix
www.nadeje-byliny.eu
tel.: 605 049 604

Pobavit, poučit a přimět k přemýšlení

Nad druhým, aktualizovaným a rozšířeným vydáním knížky *Image a firemní identita*, kterou nyní vydalo nakladatelství Grada, jsme si povídali se spoluautorkou doc. Jitkou Vysekalovou. Osobností, která pro chápání pojmu reklama, image a všeho, co s tím souvisí, udělala nepřeberně mnoho. Stala se ikonou oboru, který sází nejen na kreativitu, neotřelost, nápady a originalitu, ale i na odpovědnou, pilnou tvůrčí činnost, kterou je potřeba brát například v businessu zcela vážně.

Co je obsahem vaší nejnovější knihy, proč a za jakých okolností vznikla a ke komu se obrací?

Proč je image důležitá pro člověka? Umožňuje orientaci tím, že nahrazuje znalost: žádný člověk nemůže dnes vědět všechno, co se kolem něho děje. Proč je image tak důležitá pro firmy? Ovlivňuje vnímání a řídí chování vztahových skupin – negativně i pozitivně. Proto se firmy snaží vytvořit přijatelnou představu o své „firemní osobnosti“. To jsou některé otázky, na které se autoři v novém vydání knížky pokoušejí odpovědět.

Publikace se věnuje zásadnímu významu image v komerčním, ale i sociálně ekonomickém a kulturním světě, v národním i globálním rámci. Analyzuje jeho jednotlivé strukturální prvky, popisuje metodiku jeho tvorby a definuje roli a místo loga, corporate communication, corporate culture a významu produktu v manažerské a komunikační strategii. Zaměřuje se na osobnost firmy a její image v rámci historického kontextu a ve vazbě na vývoj značek.



Autoři publikace, uprostřed doc. Jitka Vysekalová

Nechybí ani typologie image, role emocí při tvorbě, a metody a techniky výzkumu v různých cílových skupinách i psychologický „pohled“, který se váže na zjištění, že to, co spotřebitel kupuje, je celková osobnost produktu, tvořená nejen technickými parametry. Ale i představami, názory a emocionálními kvalitami, které si s nimi spojuje. Poslední kapitola, nazvaná Nekonečný příběh, se v historických souvislostech věnuje (ne)vytváření corporate identity naší země, včetně v současné době velmi diskutované problematiky krátkého názvu pro ČR a jeho výhod pro marketing.

A pro koho knížka je? Přehledné a logicky uspořádané informace, včetně konkrétních příkladů, zde najdou jak marketéři, tak studenti marketingových oborů, kteří jistě vítají i obsáhlou bibliografii.

Máte za sebou bohatou publikační činnost. Stále vás psaní baví? Když chcete vydat knihu, co na celém procesu bývá nejtěžší?

Baví, stále je to pro mne „dobrodružství poznání“, poznání toho, o čem píši, i poznání svých možností. Někdy je těžké si uvědomit, nakolik a v jaké podobě je schopen čtenář předkládané téma přijmout. Ne každý, byť výsoce inteligentní, zájemce o danou záležitost musí být chodící encyklopedií. Také je důležité vybalancovat obecnou úroveň daných poznatků a nutnost používání odborných výrazů či „odborné hantýrky“. Takže čtenáře ani nepodceňovat, ani nepřeceňovat.

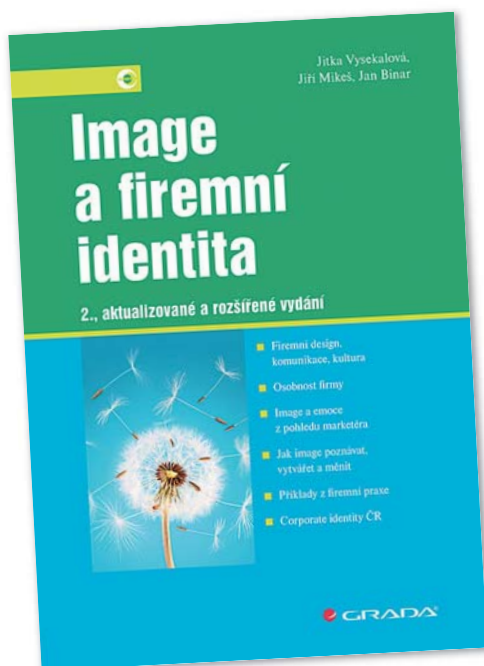
Oceňuji humorně filozofický i chápavě ironizující pohled Benjamina Kurase na náš národ

v příručce národního přežívání „Češi na vlásku“ i v „Nebýt Golema“. Jeho 4P jsou nejméně tak zajímavá jako ta známá „pé“ marketingová. Pobavit, poučit a přimět k přemýšlení... To bych chtěla umět. Ale zkouším také „jiný žánr“, připravuji knížku veršů s tématem věčným, zajímavým a věřím, že povznášejícím, jakým víno je. Neb již Plútarchos pravil, že „Vino je mezi nápoji ten nejprospěšnější, mezi léky nejchutnější a mezi potravinami nejpříjemnější.“

Jak se mění role marketingu v dnešním světě? Nebo zůstává neměnná?

Marketing samozřejmě musí reagovat na změny prostředí, na vliv nových technologií ovlivňujících život – i ten marketingový v 21. století. Současná krize nám jen potvrzuje, že cílem marketingu zůstává „uspokojování potřeb zákazníků“ či vytvoření vzájemně prospěšného vztahu mezi firmou a zákazníkem a nutná reakce na změny zákaznického chování, které se mění rychleji, než jsme si dokázali představit. A je zřejmé, že nová situace daná pandemií koronaviru zasáhne (i když v různé míře) většinu odvětví a bude mít vliv nejen na nás a naše vnímání světa (včetně toho „co je důležité“), ale ve svém důsledku i na budoucnost mnoha firem a značek. I v této době musí marketing při hledání nových příležitostí především nabízet komplexní a kvalitní řešení problému na základě analýzy marketingové strategie a poznání „nového“ zákazníka.

spoustu spokojených čtenářů
popřál Pavel Kačer



ROSSMANN
**KDE
SRDCE
POMÁHÁ**

Dlouhodobě pomáháme těm,
kteří nemají v životě tolik štěstí.
Přidejte se k nám i vy!
Děkujeme.

Více v aplikaci **ROSSMANN CLUB**



ROSSMANN

A život je krásnější

Investiční zlato je velmi atraktivní

Investiční zlato je v době krize velmi atraktivní. Nejistota na trzích láká investory právě k bezpečným investicím. Vzácný kov už po tisíce let funguje jako uchovatel hodnoty. Primárně z dlouhodobého hlediska, protože reálná hodnota zlata vždy spolehlivě pokrývá inflaci. Ale i v krátkodobějším horizontu, než desítky let může zlato pomoci překonat nesnadné chvíle. Pro investici do této komodity hovoří i osvobození od DPH.

Při nástupu pandemie koronaviru se cena zlata krátkodobě propadla, ale vzápětí se opět vyšplhala nahoru. Na chvíli byla po zlatě tak velká poptávka, že se obtížně shánělo, protože byl nedostatek zlatých slitků a cihel. Příčinou byla koronavirová epidemie. Ta navíc na dva měsíce odstavila tři největší švýcarské rafinerie. Žádná česká mincovna investiční zlato ve formě slitků – cihel – nevyrobí. Na tuzemském trhu proto hrají prim právě švýcarské rafinerie. „Jejich uzavření během pandemie ochromilo zásobování zlatem i stříbrem. Není se čemu divit, neboť rafinerie Argor-Heraues, PAMP a Valcambi dohromady produkují třetinu světové produkce. Všechny leží ve švýcarském kantonu Ticino, tedy u italských hranic. Naří-

zením vlády byly téměř dva měsíce uzavřené,“ popsal situaci Pavel Palas, zástupce firmy Zlaté mince – Numizmatika. I dnes, po obnovení běžného provozu, je stále nedostatek slitků z drahých kovů, zejména stříbrných. Ani zlatých cihliček stále není dost k pokrytí poptávky trhu. Čeští investoři tak nyní objevují půvab investičních zlatých mincí Wiener Philharmoniker. Ty se razí ve Vídni z ryzího zlata v hmotnosti trojské unce – 1 Oz – a menších.

„Největší zájem je o mince v originálním balení po deseti nebo dvaceti kusech. To je zapečetěno speciální fólií s hologramem. Klienti tak mají jistotu, že jejich mince jsou zbrusu nové, nedotčené,“ uvedl Pavel Palas.

Cenově jsou mince dokonce mírně levnější než švýcarský slitky stejné hmotnosti. I výkupní ce-

na mince odpovídá ceně cihličky. V případě potřeby se dají prodat kdekoli a kdykoli. Pro klienty, kteří oceňují diskrétní jednání, je atraktivní i skutečnost, že mince nemusí být číslovány, tak jako to vyžaduje zákon u slitků. Další výhodou mincí proti slitkům je i jejich vyšší estetická hodnota. „Pozorovat reliéf mince, dotýkat se jej a cítit v ruce magickou sílu zlata je zážitek, který můžete sdílet i se svými přáteli. Ten vám prostý slitky zatavený do akrylátového obalu nenabídne,“ shrnul Pavel Palas, zástupce firmy Zlaté mince – Numizmatika.

Tyto speciální zlaté mince, které se prodávají pouze za cenu zlata, jde vlastnit bez omezení, aniž by se musela platit přidaná sběratelská hodnota nebo DPH. Tím se liší od běžných numizmatických mincí a produktů českých mincoven. V Obecním domě v Praze mají vedle Wiener Philharmoniker na výběr i kanadské mince s motivem javorového listu, americké s nádherným reliéfem Indiána a bizona nebo slavné australské klokany. To vše jsou mince z ryzího zlata nejvyšší ryzosti, tedy 24 karátů. Hromadit zlaté mince má význam. Nabídnou nejen hmatatelnou jistotu, ale i nezávislost na rozhodnutí vlády či centrálních bank. Mince jsou navíc dostupné a ty nejmenší se dnes dají koupit v hodnotě do 5000 korun. (tz)



Fejeton

Jak jsem si ukradl motorku

Každý člověk je něčím postižený. Někdo má tělesnou vadu a snaží se ji skrývat, jinému se líbí děvčata a v životě se devětkrát ožení, další je pyšný na svou sbírku zubních kartáček... Těch zálib a nejrůznějších umanutostí může být tolik, že na to naše fantazie nestačí. Dokonce jsem poznal člověka, jenž si zakládal na své tuctovosti, prý není ničím výjimečný a nemá nic, co by ho odlišovalo od šedého davu. Prostě podivín! Patřím do té sorty lidí, kteří chtějí něčím vyniknout. Když ne v profesi, tak alespoň jako hobysta mít něco mimořádného v rukávu. Jako kluk jsem začínal s nálepkami od zápalek. Před půlstoletím bylo z čeho vybírat, přesto jsem svou sbírkou nijak neohromil ani sebe, ani ostatní. Proto jsem se brzy snažil poohlédnout po něčem, co by mi sedělo víc. Přesto mi některé slogany ze zápalkových krabiček uvisly v paměti a vybavují se mi dodnes. Například: „Nepočítal piva, proto odpočívá.“ A ještě lepší: „Až dosloužím, chci do sběru!“ Svoji skromnou sbírku jsem jednoho krásného dne rozdál a přihlásil se k místním ochotníkům. Nato jsem se souborem mladých nastudoval moderní pohádku, v níž jsem ztělesnil temnou postavu Daimona. I když jsem se však na prknech, co znamenají svět, hodně snažil, bylo mi hned jasné, že pro naprostý nedostatek talentu nebude mít můj koníček dlouhého trvání. Při prvním a zároveň posledním představení pro dětské publikum mne kolega rozesmál tak, že

jsem se neudržel v roli. A malí diváci nechápali, proč se ten zlý a podlý černokněžník tak dlouho svíjí smíchy. Pak už jsem obsazován nebyl a od Thálie odešel.

Následovalo hluché období bez výraznější stopy. Věnoval jsem se především své rodině a zoufalé snaze o její obživu. Vzdal jsem se všech ambicí vyniknout a většinu energie věnoval tomu, abych neudělal svým nejbližším hanbu, například uvrhnutím do dluhů. Avšak i tato léta poměrně rychle vzala za své a já opět mohl myslet na to, jak uplatnit svou zanedbanou individualitu. Protože mne život už částečně opotřeboval, měl jsem padesátku na krku, rozhodl jsem se pracovat na obnově duševního a fyzického zdraví. Z prvních nesmělých pokusů s holotropním dýcháním a cvičením Pěti Tibeťanů u mne nakonec na chvíli zvítězila touha po celkové dokonalosti. Šel jsem na to přes jógu, křesťanskou mystiku a Wim Hofovu metodu otužování, ale bylo mi jasné, že dřív než starořecký ideál „ve zdravém těle zdravý duch“ mne dostihne Parkinson a Alzheimer.

Zcela nečekaně a jaksi mimo plán se u mne náhle začala projevovat náchylnost k jednostopým motorovým vozidlům. Začalo to nenápadně, když jsem si na stará kolena pořídil moped. A protože jsem z něho padal jen zcela výjimečně, povzbudilo mě to k pocitu, že jsem motorkář, který potřebuje stroj, jemuž k překonání většího stoupání není třeba pomáhat šlapáním

do pedálů. Odvahu na silnou mašinu jsem nepostrádal a brzy jsem měl ne jednoho, ale několik motocyklů různého výkonu a zbarvení. Objevil jsem v sobě vášeň, o níž jsem dlouhá desetiletí neměl nejmenší ponětí.

Motorkář v pozdním věku není tak vzácný, jak by se zdálo, ale musí slyšet na různé výzvy. Například jak přehodit nohu přes sedlo a pevně se v něm udržet, aniž by ho chytil „houser“. Jak z něho opět slézt bez cizí pomoci. Jak vtáhnout dva metráky železa do garáže, aniž by on, motorka nebo stěny doznaly větší úhony. Vše jsem jakž takž zvládl, ale čertovo kopýtko se ukázalo jinde. Člověk v mém věku se už hůře orientuje v čase a prostoru, nedokáže také dlouho udržet myšlenku a krátkodobá paměť vynechává. Stalo se mi, že jsem nenašel svého milovaného skútra na svém místě, kde ho obvykle parkuji. Všechny motocykly se do garáže nevejdou, a proto je občas nechávám jinde. Začal jsem tedy s pátráním, avšak bez výsledku. Nakonec mi nezbylo než ohlásit krádež. Smířil jsem se se ztrátou a dál to neřešil.

Po dvou týdnech se ozvali policisté s překvapivým nálezem. Vypátráný skútr se nacházel u nádraží, kde mi ho také s radostí předali. V hlavě se mi rozsvítilo. A o to víc mi bylo trapno. Hodným nálezčům jsem se samozřejmě nepochlubil, že jsem svého oře právě na toto místo před časem odstavil sám a utíkal na vlak. Ostatní jsem zapomněl.

Alzheimer a motocykl nejdou moc dohromady. Ale já to nevzdávám!

Pavel Kačer

Zkušenosti, řešení, **slušnost...**

Situace ohledně pandemie způsobené koronavirem se dotkla každého. Ať už po osobní, nebo po pracovní stránce. Každá mince má však dvě strany. Řadu firem donutil nynější stav k zamyšlení, jak business změnit, vylepšit, posunout. Pro všechny jde o velké poučení a hledání cest budoucího rozvoje.

Motivace a výkonnost

Potvrzuje se, že štěstí přije připraveným. Institut home office byl dlouho vnímán jako benefit, který se v současné době proměnil v nutnost. „Pokud máte jako firma již procesy pro práci z domova nastavené, pak byl pro vás přechod do tohoto náročného období o něco jednodušší než pro ostatní, a nemusel nutně znamenat ztrátu pracovní efektivity zaměstnanců. Naopak pomohl zachovat plynulé fungování firmy, a může navíc znamenat příležitost zaměřit se na efektivitu pracovních procesů, a prověřit, jak si jako firma v tomto ohledu stojíte,“ řekla Bronislava Chudobová, generální ředitelka jazykové agentury Skřivánek. Zároveň se ukazuje, že to, co firmu v těchto chvílích spolehlivě drží, jsou zaměstnanci. Jestliže firma průběžně investovala do vzdělávání a rozvoje, pak je nyní mnohem lépe připravena čelit současné situaci. „Investice do lidského kapitálu pomáhají zvýšit zásobu vědomostí, produktivitu, ale i motivaci a výkonnost. Současně s použitím technologií je proto flexibilita a know-how zaměstnanců jedna z největších výzev dnešní doby, ale i příštích let,“ uzavřela Bronislava Chudobová.

Chytře na administrativu

Digitalizace je hodně diskutované téma posledních několika let. Nyní, kdy se většina z nás ze dne na den ocitla doma a potřebuje pracovat, jsme zjistili, jak málo ji povětšinou využíváme. „V situaci, kdy se mnohým z nás business zpomalil, je ideální doba se postavit k digitalizaci čelem a být připraveni využívat více chytrých řešení v oblasti správy dokumentů a administrativy. Až se vše zase rozběhne, firmy se budou moci věnovat tomu, co dělají, naplno a bez zbytečné administrativy,“ komentovala Veronika Brázdilová, ředitelka společnosti Xerox, která v tomto směru firmám nabízí podporu a pomocnou ruku. V rámci digitalizace pracovních procesů je možné fyzické dokumenty převést do elektronických, zautomatizovat běžné procesy, jako je zpracování faktur, využít digitální archivaci či chytrou podatelnu. „Většinu „papírové“ agendy je možné transformovat do elektronické podoby a následně využívat nových možností. Fir-

my tím ušetří mnohdy až 30 % na přímých i nepřímých nákladech, a to bez ohledu na svou velikost. Efektivita pro nás všechny bude nyní klíčová,“ dodala Veronika Brázdilová.

Morálka a loajalita

„Řídím pět výrobních podniků, jež poskytují servis pracovních oděvů a pomůcek, každý cílí na jiný segment a je jinak zasažen krizí. Jeden je po stoprocentní ztrátě odbytu uzavřen a další jede víc než na plné obrátky, aby stihl dodávat farmaceutickým firmám potřebné pracovní oděvy v té nejvyšší čistotě. Ostatní se pohybují někde mezi,“ uvedla Jana Puškáčová, regionální manažerka společnosti Elis pro Českou re-

publiku, Slovensko a Maďarsko. V Elis proto zavedli krizové řízení dle všech praktických i strategických pravidel, ale klíčem k přežití krize jsou pracovníci, jejich týmy. Svízelné období prověří leadership managementu a odolnost všech ve firmě, projeví se loajalita, morálka, silné stránky i lidské slabiny, obzvlášť jde-li o omezení fungování či o nesnáze podniku. „Mnohdy je krizové jednání náročné, ale i v těchto vypjatých chvílích jde hlavně o slušnost, věcnost, otevřenost a rozhodnost. Tak sehraný tým, jako mám já, který si vzájemně věří a funguje efektivně, je tím nejdůležitějším faktorem, díky němuž vím, že nelehké období zvládneme,“ vysvětlila Jana Puškáčová. (tz, red)

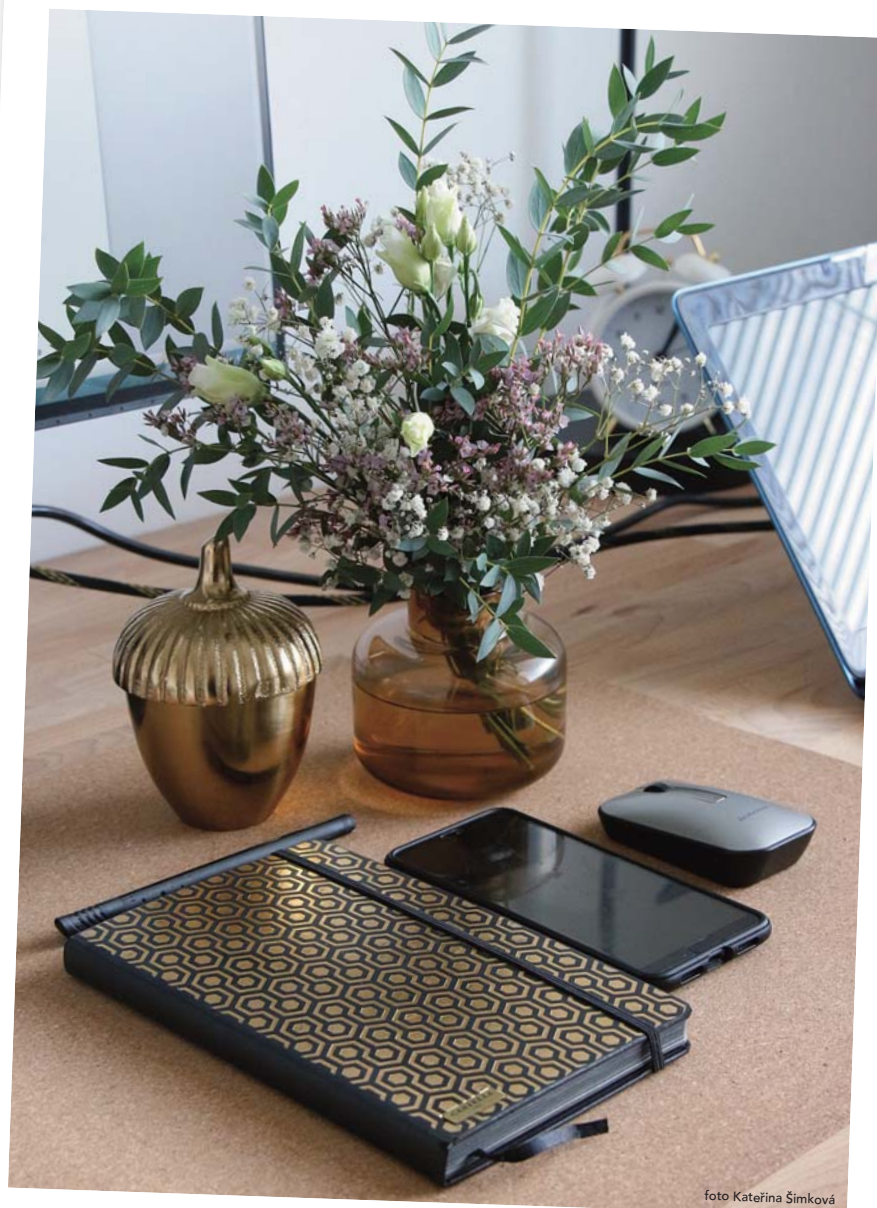


foto Kateřina Šimková



BBOQ

CHLÉB

se sladem



SPRÁVNÝ PARTÁK KE GRILOVÁNÍ

www.PENAM.cz