

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

prosinec 2020

Podívaná před prosincem

Eva Brixi

Zlato padá na zem
Slunce sklání hlavu
Já jsem z toho blázen
Taky měním barvu
V anonymním davu
V hrstce hlíny
V mlze
Kdy padají mi splíny
Do kabelky dosti drze

Podzim ještě nekončí
Vlajčkami listů mává
Trochu chladu
Do hrnečku s čajem vlévá
Náladu mi společlivě jistí
I když touhy nepřidává

Šípek v mezi nestydatě
Zdravou červeň rozdává
Kopíruje dávné věky
Výkupně si neřádá

Stromy předvádějí striptýz v chvatu
Větr fouká z holých polí
V malém srdci něco trochu bolí
A pohádky v ohmataných knihách života
Vrtní jak ta duše kolovratu
Jenž se v robotickém věku ostýchá
Kázat cosi o návratu
O hříchu i pokušení
Když jablko z ráje ještě zralé není

Ivana
Vojtěchová

Značka Regina se „dědí“
z generace na generaci
rozhovor na stranách 10–11

**Stíracím losem pod vánočním stromečkem
můžete udělat velkou radost!**

Sazka má jako jediná společnost v ČR ucelený systém zodpovědného hraní prověřený auditory, což potvrzují certifikáty WLA – World Lottery Association a EL – European Lotteries. Nyní spustila projekt Hraj s rozumem, jehož prioritou je posilování prevence zodpovědnosti v českém zábavním průmyslu. Informuje, jak hrát, aby zábava zůstala bezpečnou.

www.hrajsrozumem.cz



Nepřežijí ti největší, ale ti, kteří se dokážou **nejlépe přizpůsobit**

Ještě nakupujete přes internet poslední dárky? Spoléháte na to, že e-shopy stihnou doručit vše, co byste svým nejbližším rádi dali pod stromeček? K pomocníkům, jež využíváte v závěru roku, patří i ten, který je rodu ženského – totiž Zásilkovna. Spoléháte na ni jako na svou věrnou kamarádku. A to je dobře. Ona totiž své slovo drží. A také ví, co vám pomůže, co vám dobře poslouží. Proto se stala tak oblíbenou. Nejen o výsledcích unikátní a pro mnohé destinace nadčasové služby jsem hovořila s její zakladatelkou Ing. Simonou Kijonkovou:



Ing. Simona Kijonková

Letošní rok, poznamenaný pandemií covid-19, naboural podnikání v řadě odvětví, jiné obory naopak nebývale posílil. Například ten váš. V čem především?

Segment e-commerce, ve kterém se pohybuje i Zásilkovna, zažívá v současné době dynamický růst. Online začali nakupovat i lidé, kteří dříve neměli v nákupy přes internet důvěru, ale nyní jim vzhledem k situaci nic jiného nezbylo. Enormně tak vzrostl počet zásilek směřujících k zákazníkům z internetových obchodů. Oproti loňskému roku máme nyní 128% nárůst počtu přepravovaných zásilek, denně jich teď před Vánoci odbavíme až 400 000, přitom denní průměr během roku je 150 000. V důsledku koronaviru jsme výrazně urychlili řadu projektů zaměřených na technologický rozvoj. Spustili jsme například samoobslužná výdejní místa Z-BOX, která jsou bezdotyková, a tak mají obzvlášť v této virové

době velké výhody. Pro odpovídání na základní otázky jsme v rámci zákaznického servisu spustili chatbota a voicebota, systémy využívající umělé inteligence. Otevřeli jsme pět nových dep, abychom zefektivnili a zrychlili přepravu. Nabrali jsme stovky nových zaměstnanců, investovali do infrastruktury a moderního vybavení.

Čím vás nová situace na trhu inspirovala?

Vyzkoušela jsem si poprvé v životě práci krizového manažera ve firmě s 1500 zaměstnanci a působící po celé Evropě. Díky tomu jsem se vnitřně hodně moc posunula a věřím, že i další podnikatelské karamboly zvládnou. Základním pod-

nikatelským přístupem je pro mě princip chameleona – nepřežijí ti největší, ale ti, kteří se dokážou nejlépe přizpůsobit.

Jak se díváte třeba na ztráty v cestovním ruchu? V případě hotelů a restaurací, hospod, kaváren, barů? Má šanci se například gastro z průšvihů dostat a posunout výš? Dělat něco chytřejší?

Cestovní ruch a gastronomie jsou pandemií nejvíce zasažené segmenty. Mnoho provozoven již muselo trvale zavřít. Proto i Zásilkovna hledala cestu, jak alespoň malým dílem zachráně podniků z těchto oblastí pomoci. Ve spolupráci s TTG Czech jsme přišli s nápadem, aby se cestovní kanceláře, hotely či restaurace staly výdejním místem Zásilkovny a ziskem z výdeje zásilek alespoň částečně zmírnil negativní dopady vyplývající z uzavření. Moc mě těší, že naším businessem dokážeme pomoci jiným podnikatelům, které krize zasáhla mnohem citelněji.

Co se týče gastrosegmentu, obdivuji, jak se restaurace se situací vypořádaly a bleskově zbudovaly výdejní okénka. Že hledají cesty, jak o sobě dát vědět, organizují akce, jako byl Den okének a podobně, propojují síly s logistickými hráči, aby zajistily přepravu jídel k zákazníkům. V tomto vnímám, že se gastro posune na vyšší level, že se naučí pracovat s online prostředím a díky novým distribučním kanálům dostane své produkty i mimo prostředí restaurace. Vše v mém životě, co se v první chvíli zdálo negativní, a možná kolikrát až beznadějně, se v budoucnu ukázalo jako velmi cenná zkušenost, která vedla ke skvělým výsledkům. Věřím a doufám, že stejný zákon bude platit i v tomto případě.

Sama jste vždy hodně cestovala, odvážně jste šla naproti obchodním příležitostem, navštěvovala jste vzdálené destinace, vyjednávala. Jak tomu bylo v tomto roce? Nebála jste se koronaviru?

Letos jsem byla na pracovní cestě v Dubaji, kde jsme otevřeli novou entitu skupiny Packeta, která se bude starat o distribuci zásilek na Blízký východ. Bylo to v době, kdy jsem si ani v nejhorším snu nedoká-

zala představit, jakých rozměrů pandemie nabude. Pak již cestování nebylo možné a ani jsem jej nepovažovala za zodpovědné. Léto

Otevřeli jsme pět nových dep, abychom zefektivnili a zrychlili přepravu. Nabrali jsme stovky nových zaměstnanců, investovali do infrastruktury a moderního vybavení.



jsme s rodinou strávili v Čechách – rádi a s vědomím, že je třeba pomoci právě tuzemskému cestovnímu ruchu a českým podnikům. Věřím, že se situace posouvá dobrým směrem a že v zimě budeme moci podpořit naše střediska a opět nastartovat Česko!

Skupina Packeta rostla nejen v Česku, ale rovněž v globálním měřítku. Kde se vám daří nad očekávání?

V meziročním srovnání vzrostl obrat skupiny Packeta za devět měsíců letošního roku o 121 % na 1,4 miliardy korun. Počet přepravených zásilek překonal 23,4 milionů, což je meziroční navýšení o 107 %. Packeta také výrazně zvýšila počet výdejních míst. V České republice jich má aktuálně k dispozici více než 4000, celá skupina pak téměř 6000. K rekordním výsledkům ve třetím kvartále letošního roku výrazně přispěly všechny trhy, kde skupina Packeta působí. O více než 100 % jsme rostli na Slovensku, v Polsku a Maďarsku, ještě výrazněji pak v Rumunsku a Ně-

mecku. K růstu skupiny stále více přispívá i služba Mezi námi pro přepravu zásilek mezi fyzickými osobami, kde aktuální počet doručených zásilek překročil tři miliony.

Kam byste rádi investovali v následujícím roce? Počítáte s akvizicemi nebo vstupem do zcela jiného segmentu?

Naším hlavním cílem pro následující roky je stát se globální platformou pro e-commerce.

K tomu je potřeba, abychom výrazně posílili naše pozice na zahraničních trzích. Budeme proto dále investovat do nových technologií, například v oblasti automatických výdejních míst nebo bezhotovostních plateb, musíme ale také zautomatizovat, a tím i zefektivnit všechny naše procesy.

Naším hlavním cílem pro následující roky je stát se globální platformou pro e-commerce. K tomu je potřeba, abychom výrazně posílili naše pozice na zahraničních trzích.

Nakolik únosné je žít více virtuálně, než jsme zvládali doposud? Člověk potřebuje obejmout, pohlídit, ale ne rukou robota nebo pouze sdílením na sociálních sítích...

Osobně v tomto ohledu vnímám situaci, která nás potkala, pozitivním směrem. Rodiny musely zůstat doma a trávit čas společně. Komunikovat. Věnovat se sobě navzájem. Technologie a virtuální realitu vnímám jako součást dnešního světa, která je neodmyslitelná, ale která by nám měla

především pomáhat. Někomu pomůže nakoupit, někomu pomůže relaxovat. Sociální sítě nás teď držely v kontaktu se vzdálenější rodinou. Třeba moje 62letá maminka dlouhé roky odmítala práci s internetem.

Teď, aby byla ve spojení s vnoučaty, dala notebooku šanci. A to vnímám pozitivně, protože se učí novým věcem. Jen je důležité se v online světě nezacyklit, a až to bude s ohledem na pandemii možné, najít si v digitální době čas a užít si osobní setkání, i to obětí a pohlazení.

Na jaký trik sázíte, když cítíte, že stres začíná ovládat vaši mysl i tělo? Umíte se rychle odreagovat? A znáte také bezesné noci? Nebo to jsou věci, které vůbec neřešíte?

To víte, že řeším – a zvlášť letos! Mám výhodu, že bydlíme blízko lesa, a tak když si potřebuji vyčistit hlavu, vyrazím na procházku. Terapií je pro mě ale klidně i chození do kolečka u nás na zahradě, kdy si u toho vychutnávám ranní kávu. Ráno i večer poslouchám relaxační hudbu a snažím se meditovat. To jsem se naučila na svých cestách po Asii. S manželem si taky pravidelně napouštíme doma vířivku, diskutujeme, relaxujeme a snažíme se psychicky podpořit jeden druhého. Ve dnech, když jsem hodně vyčerpaná, mi duševní pohoda přináší vědomí, že moje rodina a přátelé jsou zdraví a že čelíme všem výzvám společně, byť v této době často jen digitálně.

ptala se Eva Brixl





Užitečný home office

Na home office jsem trávila letos spoustu času. Ušetřila jsem tím mnoho minut, které jsem se snažila zúročit. I když... Řeklo by se, že člověk ty chvíle k dobru efektivně využije třeba k vymazání restů, ke zvládnutí rostoucích povinností. Že se vyrovná s věcmi, které se vlečou.

Že bude mít čistý stůl. Opak je pravdou. Nevýřízené záležitosti se vrší jako nikdy. Počítám-li, že ušetřím půl hodiny tím, že neberu do ruky řasenku, mejkap, rtěnku, tvářenku, kde je ten prohospodařený fenomén? Zjišťuji, že ztracený ale přece jen není. Srovnala jsem si totiž priority. Pozastavila jsem kolečka umělého stresu. Žít se dá, aniž utíkám ze schůzky na schůzku.

Eva Brix, šéfredaktorka



Tip Grady

Jak neztratit rozum v nerozumné době

Petr Nutil



Tato kniha odhaluje falešné představy a předsudky, které máme o světě, druhých lidech i sobě samých, a představuje nástroje, s nimiž se můžete vlastní iracionalitě postavit. Mezi ty nejdůležitější, bez kterých se neobejdeme, patří schopnost kvalitně nakládat s informacemi, kriticky myslet a neztrácet rozum.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brix-Šimková, e-mail: brix@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?

Jaroslava Dlouhá
značka VEKRA
marketingová ředitelka

Nevyužívali jsme a nevyužíváme, a to ani jako nákup reklamy na stránkách, ani ja-

ko prezentaci zákaznické zkušenosti. Ještě před několika lety byly nabídky od blogerů, kteří stavěli a potřebovali okna, a zastupujících agentur poměrně časté, ale dnes je to spíše výjimka. Takovouto placenou zkušenost považuje VEKRA za poněkud problematickou z hlediska etiky, důvěryhodnosti, ale i efektu, který může vyvolat. Velice nás těší, že nám naši klienti často spontánně napíší pochvalu nebo se o své zkušenosti podělí s přáteli, případně se o ní zmíní na internetu. Děláme vše pro udržení špičkové kvality našich produktů a služeb, a velmi dobře se nám daří získávat nové klienty na základě doporučení našich spokojených zákazníků. Našími klienty je i mnoho známých osobností z médií a internetu, ale v marketingu toho nevyužíváme. Často se to dozvídáme pouhou náhodou, když se naši technici pochlubí, komu montovali okna.



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

Václav Gregor
Soulmates Ventures a.s.
CEO

Pro Soulmates Ventures, tedy zelený akcelérátor a investiční fond soustředící se na udržitelné projekty, je udržitelnost naprostou prioritou. Změna začíná u jednotlivců – ať už jde o vodu ve skle a ne v jednorázových obalech, dobře rozložitelné krabičky na oběd, třídění odpadu či chytrý systém pro osvětlení v kancelářích. To vše bereme jako samozřejmost, stejně jako minimalizaci používání papíru, jsme přeci ve 21. století. Ale jít takto příkladem nestačí. Naš největší přínos vidíme v investicích a akceleraci projektů s ambicemi přinášet inovace do odvětví, která potřebují přehodit výhybku a stát se čistšími, zelenými, zkrátka dlouhodobě udržitelnými vůči našemu životnímu prostředí. Hledáme nejen projekty, jako je produkt Perfect Air pro hyperlokální měření znečištění ovzduší, ale také investory, kteří věří zhodnocení svých prostředků v udržitelných technologiích.



Informace do kabelky

Vánoce v PENNY

Pro někoho je do Vánoc ještě času dost, pro jiného už jsou doslova za dveřmi. Všem bez rozdílu však i letos nabídne PENNY možnost strávit je v klidu a se vším, co k nim patří. V předvánočních týdnech nabídne vše, co by na sváteční tabuli nemělo chybět. Od cukroví přes exkluzivní produkty řady Selection až po Třeboňského kapra. Součástí sváteční nabídky PENNY jsou tradičně desítky produktů zmíněné exkluzivní řady Selection. Letos v ní je více než 80 výrobků. Domácí cukroví doplní plněné perníčky, lanýžové pralinky nebo marcipánová štola. Nebude chybět cukroví prodávané pod značkou Karlova koruna. Pracny, vanilkové rohlíčky, linecké kytičky a další chutnají jako domácí, protože se vyrábějí ručně a z pozitivních surovin. Do vánoční kolekce Karlova koruna skládají v Jizerských pekárnách deset různých druhů pečiva, vše zhotovené podle generacemi ověřených receptů. (tz)

Pomáhat druhým má smysl, nejen o Vánocích

Pro řadu podniků a firem je společenská odpovědnost standardní součástí řídicích procesů a firemní kultury. Odpovědné chování je jim zcela vlastní, přirozené. A mohou jít příkladem ostatním. Českou podnikatelskou pojišťovnu organizace Byznys pro společnost, která oceňuje nejzajímavější aktivity v oblasti trvalého a odpovědného podnikání, vyhodnotila v letošním roce mezi nejlepšími v kategorii „Největší podíl zapojených zaměstnanců“. Kromě běžných aktivit se zaměřuje také na odborné dobrovolnictví. Na toto téma jsme hovořili s ředitelkou marketingu a public relations této pojišťovny Jolanou Kolaříkovou:

Proč se Česká podnikatelská pojišťovna zapojuje do programu firemního dobrovolnictví a proč zrovna i do odborného dobrovolnictví?

Firemní dobrovolnictví je pro nás skvělou příležitostí, jak finančně i jinak pomoci tam, kde je to potřeba, a zároveň zapojit zaměstnance do CSR projektů naší společnosti. Je dobré si občas odpočinout od kanceláře a běžných činností a pustit se třeba do fyzické pomoci, která má navíc okamžitý efekt. Pracujeme týmově a každý rok se víc a víc našich lidí zapojuje do takových dobrovolnických aktivit. A v odborném dobrovolnictví zase můžeme předávat naše know-how v oblastech, které jsou pro nás denním chlebem.

Co firemní dobrovolnictví přináší zaměstnancům a co pojišťovně?

Každý se ve své práci a životě občas potýká s rutinou. Firemní dobrovolnictví dává našim zaměstnancům možnost dostat se do prostředí, do kterého nemají šanci se v běžném životě podívat. Zároveň mají příležitost seznámit se s činnostmi a provozem neziskového sektoru, který je zcela odlišný od toho klasického korporátního prostředí. Pomáhat druhým má smysl. A je také základním prvkem občanské společnosti, ale i důležitým principem pojišťovnictví.

Zapojujete se i vy osobně?

Já dobrovolničím velmi ráda! Se svým týmem jsme si z toho udělali pravidelný teambuilding, skvělou a inspirativní akci, ať pomáháme v dětských domovech, nebo v domovech seniorů. Je důležité si připomínat, že ne každý má nebo měl to štěstí, aby mohl vyrůstat ve funkční rodině nebo strávit své stáří se svými blízkými. Vánoce jsou takřkajíc za dveřmi, osobně smysl těchto svátků vidím také v tom, že bychom se měli snažit myslet na druhé. Vá-



Jolana Kolaříková

noce mohou být dobrým startem, ale lepší je pomáhat dlouhodobě.

Nacházíme se také opět v náročném období v souvislosti s koronavirovou pandemií. Když osobní kontakt kvůli karanténě není možný, jak pomáháte v tomto čase?

Je zcela přirozené, že se opět snažíme pomoci. Jako ostatně všichni. Každoročně se management naší společnosti účastní dobrovolnického dne. Letošní listopad jsme se chystali pomáhat v Palatě – domovu pro zrakově postižené seniory na pražském Smíchově. Vzhledem k tomu, že fyzická pomoc aktuálně není možná, věnovali jsme Palatě finanční dar na zakoupení speciální zdravotnické pomůcky, vakového zvedáku pro přenášení ležících klientů při provádění hygieny. Jakmile to ale situace umožní, rádi se do Palaty znovu vydá-

me i osobně, jelikož tato forma pomoci je pro nás také velmi důležitá.

Přispěli jste také formou materiální pomoci?

Obratem jsme zareagovali na výzvu o pomoc a pro neziskové organizace jsme připravili balíčky hygienických potřeb, které jsme poslali Azylovému domu pro ženy a matky s dětmi ve Vsetíně a Nemocnici Milosrdných sester sv. Karla Boromejského v Praze. Zapojili jsme se rovněž do členské výzvy, kterou vyhlásila Byznys pro společnost, s kterou dlouhodobě spolupracujeme. V rámci iniciativy „Zapojím se z domova“ jsme zajistili ochranné pomůcky do regionálních sociálních zařízení, která mají plné ruce práce s povinným testováním a největší počty nakažených bojujících s nemocí covid-19.

Vím, že pečujete také o vaše hendikepované klienty se sluchovým postižením...

Ano, připojili jsme se ke společnos-tem, které uvádějí diverzitu do praxe. Na naší klientské lince od listopadu nabízíme službu přepisu mluvené komunikace do psané pro osoby se sluchovým hendikepem. Hlas klienta se sluchovým postižením slyší operátor infolinky klasicky v telefonu a hlas operátora simultánně přepisuje profesionální přepisovatel. Přepisovaný text se v reálném čase zobrazuje na určené webové stránce. Online přepis nezpomaluje vyřízení hovoru a pro operátora linky vše probíhá jako při

běžném hovoru bez potřeby jakýchkoli technických změn či požadavků. Pro volajícího je toto volání zdarma.

ptal se Pavel Kačer

Česká podnikatelská pojišťovna (ČPP)

Již 25 let ČPP svým klientům poskytuje komplexní služby v oblasti životního a neživotního pojištění. Patří do top desítky největších pojišťoven v ČR a s více než miliónem pojištěných vozidel je dlouhodobě trojkou na trhu v povinném ručení. Aktuálně spravuje více než dva milióny smluv a její služby využívá přes jeden milión klientů. ČPP je součástí Vienna Insurance Group.



Rakytník z Vysočiny jako vánoční pozornost

Rakytník se v posledních letech stal velmi populární superpotravinou. Okouzující oranžová barva i tvar jeho plodů, když dozrávají na větvích, připomínají malé lucerničky. Sama příroda mu vtiskla podobu, kterou jako by říkala, že v sobě ukrývá mnoho prospěšného pro lidské zdraví. Přestože patří k nejdolnějším rostlinám světa, než se jeho malé peckovice dostanou na stůl, ať už čerstvé, nebo třeba ve šťávě či pečeném čaji, stojí to značné úsilí. O tom, jak se rakytník pěstuje a sklízí, toho vědí v LUKA, a.s., opravdu mnoho. Věnují se mu už více než třicet let.

Pokud byste hledali jednoho z producentů opravdu kvalitního rakytníku, museli byste zamířit na pozemky zemědělského podniku LUKA, a.s., který má sídlo ve Vysokých Studnicích nedaleko malebného městyse Luka nad Jihlavou. Tradice pěstování této odolné vytrvalé dřeviny vysoké až šest metrů, která pochází z Ruska, se na Vysočině píše od konce 80. let minulého století. „V roce 1988 jsme čelili rozsáhlým povodním, které značně poznamenaly zdejší krajinu. Na doporučení expertů změnit a hledat nové plodiny a zaměření, jsme zde pro obnovu nechali vysázet rakytníkové sady. Pěstování plodiny mělo na jedné straně zlepšit stav půdy a na druhé přinést výnos ne tehdy příliš známého ovoce. Už od počátku jsme s ním měli velké plány, ale pak přišla nová politická situace a původní zemědělské družstvo čelilo palčivějším výzvám doby. Pozemky s rakytníkem však zůstaly a rostliny také prosperovaly. K našim plánům jsme se proto vrátili až později, v roce 2013,“ vzpomíná Ing. Alena Nováková, předsedkyně představenstva LUKA, a.s. V současnosti LUKA, a.s., pěstují rakytník na 15 ha půdy z celkových obhospodařovaných 1400 ha.

Zužitkovat rakytník znamená plody očesat i s celými větvkami. Keř se tedy během sklizně rovnou prořeže, aby mohly nadcházející rok vyrazit nové výhony. Protože by vybírání jednotlivých plůdků bylo náročné a neefektivní, celé větve se zmrazí a posléze se z nich plody jednoduše sklepou. Protřídí se a následně je lze dále zpracovávat dle potřeby. „Letošní úroda bych zhodnotila jako průměrnou, skli-

dili jsme celkem 25 000 kg. Celé množství spotřebujeme pro produkci pod naší vlastní značkou,“ upřesnila Alena Nováková.

LUKA, a.s., vyrábí 100% rakytníkovou šťávu, Rakytníkový sirup, Rakytníkový sypaný čaj, Rakytníkový džem či Pečený ovocný čaj s rakytníkem. Produkty neskrývají své rakytníkové srdce a dávají spotřebitelům možnost si svůj nápoj či pokrm doladit tak, aby jim chutnal.

Tato plodina patří k superpotravinám právě proto, že obsahuje obrovské množství vitamínů a minerálů a dalších složek, které pozitivně stimuluji funkce imunity. I přesto, že mají plody specifickou chuť a vůni, v LUKA, a.s., se snaží, aby jejich zastoupení bylo v jednotlivých výrobcích co nejvyšší. „Chceme, aby zákazníci poznali toto ovoce v jeho plné kráse a z každého produktu získali maximální množství zdraví prospěšných látek pro svoje tělo. V dnešní době je to obzvláště důležité. Pokud se však s rakytníkem teprve seznamují, mohou si například šťávu rozředit vodou, moštem nebo k ní lze přidat lžičku medu,“ komentovala Alena Nováková.

A jak by měl spotřebitel poznat, zda je v produktu rakytník opravdu hojně zastoupen? Prozradí mu to právě ona specifická chuť. Pokud je kyselká, lehce svíravá a má zvláštní aromatický oásek, který připomíná nádechem exotické ovoce, může se spolehnout, že konzumuje produkt s vysokým podílem rakytníku.

„Na trhu je celá řada dobrot, které rakytník obsahují, zpravidla však v nižší koncentraci. Na vysokém obsahu zdraví prospěšných látek si zakládáme, zájemcům předkládáme maximální kvalitu za velmi příjemnou cenu. Nechceme na tom profitovat, chápeme to jako samozřejmost. Proto jsou ceny našich výrobků velmi konkurenceschopné a těší nás, že si sortiment našel zákazníci a zájem je čím dál větší,“ doplnila Alena Nováková.

V současnosti je nejoblíbenější 100% rakytníková šťáva. Pro období vánočních svátků jsou rovněž připraveny dárkové kazety s rakytníkovými lahůdkami. O tyto sety je každoročně velký zájem. Zdraví je pro mnoho lidí čím dál větší prioritou a promítá se to i ve výběru drobných pozorností, které se scházejí pod vánočním stromečkem. Již dnes je možné rakytníkové produkty telefonicky objednat a nechat si je zaslat domů. Aby bylo nakupování pro zdraví a dobrou chuť ještě příjemnější a snazší. (tz)



Procter & Gamble oceňuje sílu žen a podporuje je

Každá žena se chce líbit, všechny chceme být krásné, přitažlivé. A děláme pro to možné i nemožné. Kromě jiného vyhledáváme ty nejlepší šampóny, kondicionéry, řasenky, pudry, rtěnky, tělová mléka, denní i noční krémy. Také se snažíme stravovat zdravě, více než v minulosti stoupá obliba procházek v přírodě. I starší dámy se oblékají trendově jako ty třicetileté a není to vůbec na škodu. Ale to je jen jedna stránka věci. Žena ví, že zaujmout může svou kultivovaností, moudrostí, optimizmem, dobrou náladou. Avšak i tím, co dokáže, co umí, jak si poradí nejen doma, ale i na pracovišti s problémy, povinnostmi a novými výzvami.

Řada žen se zapsala do novodobé historie lidstva v roli vynálezkyň, zlepšovatelek, inovátorek, novinářek, spisovatelek, lékařek, šikovných podnikatelek. Potenciál žen je nesmírný. Ti prozíraví to vědí a dělají vše pro to, aby se ženy mohly například uplatnit v profesích, které pro ně bývaly ještě nedávno tabu. Aby mohly rozvíjet svůj talent, zkušenosti, touhu něco dokázat. Aby se mohly seberealizovat obdobně jako jejich mužské protějšky. Měly pro to přiměřené podmínky, příležitosti i například finanční ohodnocení.

V této souvislosti se mnoho manažerek či podnikatelek na celém světě zamýšlí už pěknou řádku let právě nad tím, jak být v případě své profese rovnocennými subjekty mužům, protože zavedené stereotypy ve vnímání role žena-muž zdaleka nejsou překonané. Genderové záležitosti nejsou vždy jednoduše proveditelné, byť diskuze nad mnohými otázkami kariéry či celospolečenského uznání sílí. Cíle Udržitelného Rozvoje OSN respektují naléhavou potřebu řešení překážek, kterým ženy a dívky čelí opravdu všude, včetně složitějšího přístupu ke zdravotní péči, vzdělání i zaměstnání.

Společnost Procter & Gamble v tomto slova smyslu vytyčila svou globální dráhu jasně. Snaží se zlepšovat životy 2,5 mili-



Alexandra Keith

ardy žen a dívek prakticky ve všech částech zeměkoule každý den prostřednictvím svých značek, produktů, vzdělávacích programů

a podpůrných kampaní, mezi které patří například: Pantene Silná a krásná nebo Always #LikeAGirl. Mnoho produktů P&G je vyrobeno výhradně pro dívky a ženy – ženy však nakupují či ovlivňují nákup prakticky všech produktů P&G.

Jmenovaná společnost nejen díky svým výrobkům ženám rozumí, proto Alexandra Keith, jako jediná vedoucí manažerka z Top 10 kosmetických společností, vystoupila také na akci Global Women's Forum, která se letos uskutečnila v polovině listopadu v online prostředí, a podělila se o příklady z praxe. P&G zaměstnává více než 40 000 žen po celém světě a třeba jen například v pražské kanceláři Procter & Gamble je celková zaměstnanost žen 61 %, na úrovni managementu je to pak 55 %. V továrně P&G Rakona

v Rakovníku činí podíl žen 29 %, v managementu továrny je to 37 %. Celosvětově vytváří P&G se svými dodavateli a partnery pracovní místa pro další desítky tisíc žen. Je to důkaz, že postavení žen a jejich seberealizace je na významném místě v hledáčku aktivit tohoto významného a prestižního zaměstnavatele.

Společnost P&G se zaměřuje na tři hlavní oblasti:

1. Využívá svůj vliv v reklamě a médiích k řešení genderových stereotypů a podněcuje diskuzi na základě zkušeností spotřebitelů s používáním produktů.
2. Pomáhá odstraňovat překážky ve vzdělávání dívek a podporuje ekonomické příležitosti této skupiny firemními a produktovými programy.
3. Posiluje angažovanost v rámci firmy mezi zaměstnanci:
 - Odstraňuje překážky rovného zastoupení žen na všech úrovních a ve všech částech společnosti.
 - Buduje kulturu, kde všichni, muži i ženy, mohou rozvíjet svůj potenciál.

V rámci úsilí o genderovou rovnost se P&G chce učit a sdílet osvědčené postupy, protože zastává názor, že jen touto cestou lze docílit co největšího vlivu na změnu ve společnosti. (red) ■■■



Seznamka z vědeckého algoritmu i pro nevidomé



TvojeLaska.cz

Ať si to přiznáme, nebo ne, každý z nás touží po pěkném vztahu. V profesním týmu, v partnerském soužití, v širším rodinném kruhu. Základem radosti ze života je láska ve všech souvislostech. Ne každý však má to štěstí, aby si našel protějšek podle svých představ. Někdo má přehnaná očekávání, jiný trpí nižším sebevědomím, dalšího trápí zdravotní potíže,

a do toho všeho ještě nyní zasáhl koronavirus, který přinesl osobní komunikaci mnoho překážek. I toto však může být příležitostí pro podnikání, výzvou, o které stojí za to přemýšlet. Jak vznikla unikátní seznamka Tvoje Laska.cz, o tom jsem hovořila s Mgr. Kristýnou Mertlovou, spoluautorkou konceptu a spolumajitelkou seznamovací agentury Date2k:



Mgr. Kristýna Mertlová

Proč se zrodil zrovna tento projekt? A jak jste podpořili zájem o využívání jeho možností a služeb?

Myšlenka začít se profesionálně věnovat individuálnímu seznamování pro náročnější klienty mne napadla již v roce 2013, kdy jsem já sama velmi intenzivně řešila, že vlastně nemám možnosti, jak se úspěšně a efektivně seznámit. O rok později jsem se svým dnes již

manželem, se kterým jsem se zkontaktovala přes jednu seznamku, založila seznamovací agenturu pro náročné klienty zaměřenou na čisté individuální seznamování. Můj manžel jako doktor matematiky pak vyvinul světově unikátní vědecký algoritmus, který v kombinaci s osobním přístupem vztahových koučů dává dohromady protějšky tak, aby se k sobě skutečně názorově a hodnotově hodili a měli podobná očekávání od budoucnosti. Právě dí-

ky této kombinaci individuálního a vědeckého přístupu máme opravdu vysokou úspěšnost seznámení.

Nicméně v roce 2015 se stal naším klientem Michal Sněhota, který, přestože je vzdělaný a profesně velice úspěšný, má od dětství zdravotní hendikep (dětskou mozkovou obrnu) a pohybuje se jenom s pomocí vozíku nebo francouzských holí. Byla jsem extrémně zaskočena, jak jindy úspěšné mechanismy seznamování v naší agentuře v tomto případě nefungovaly a jak často je Michal odmítán jenom s ohledem na jeho postižení. Začala jsem se proto aktivně zajímat o problematiku seznamování lidí s hendikepem a zjistila jsem, jak vlastně strašně složité to mají. Také na trhu chyběla seznamka, která by se jejich specifickým potřebám věnovala. Proto jsme se rozhodli s manželem využít našich zkušeností a znalostí, a v roce 2017 jsme založili online seznamku (nejen) pro hendikepované TvojeLaska.cz, která je pro uživatele zcela zdarma. Podařilo se nám pro myšlenku nadchnout nejen Michala Sněhotu, který je ředitelem projektu, ale hlavně získat evropskou dotaci (na zaměstnávání znevýhodněných osob), díky které jsme dokázali částečně zaměstnat další kolegy, kteří mají sami vlastní zkušenost s životem postižených. Moc dobře totiž s manželem víme, že ačkoliv máme rozsáhlé zkušenosti v oblasti seznamování, nikdy nebudeme schopni plně pochopit, jaké problémy řeší nevidomý člověk nebo člověk s psychickými problémy a jak jim pomoci se úspěšně seznámit.

V roce 2018 jsme pak s naším projektem vstoupili do Laboratoře Nadace Vodafone, abychom maximálně rozvinuli jeho potenciál, dosáhli jeho zpopularizování, a férově přiznám, i získali nějaké partnery, kteří by nám s jeho rozvojem a propagací aktivně pomohli.

Seznamka, která dobře poslouží hendikepovaným lidem, mezi nimi i nevidomým. To asi nebylo jednoduché vymyslet...

Nevidomí lidé mají logicky úplně stejné problémy se úspěšně seznámit jako kdokoliv jiný – tedy nedostatek času, příležitostí, omezený okruh známých apod., jenom ještě znásobený daným zdravotním omezením. Žádná z velkých světových seznamek, které každého napadnou, není uživatelsky nastavená pro nevidomé. Přiznám se, že tomu opravdu nerozumím, vždyť i čistě z businessového pohledu jde o ohromný segment potenciálních uživatelů.

Na druhou stranu jde o technologicky velice náročnou oblast a bez větších investic je téměř nemožné ji kvalitně připravit. My na TvojeLaska.cz právě pro rozvoj seznamky se zaměře-

ním na zrakově hendikepované hledáme investora nebo i někoho, kdo disponuje technologií pro převod textů a obrázků pro nevidomé a který by se na rozvoji v této oblasti s námi chtěl podílet, samozřejmě s potenciálem expanze. Aktuálně náročné technologie na TvojeLaska.cz supluje lidskou silou, kdy pro nevidomé je připravený některý z našich vztahových koučů a ve spolupráci s ním si nevidomý vyplní profil, nebo to za něj udělá kouč, nahraje fotografii, zkontroluje správné nastavení a pak mu již seznamka umožňuje využití plné funkcionality. Obecně na TvojeLaska.cz velmi intenzivně klademe důraz na bezpečnost a seriózní přístup k seznamování, právě proto jsou na seznamce naši vztahoví koučové, které může klient využít, nejen když mu seznamování nejde, ale i třeba pro ověření serióznosti zájmu protějšku apod.

Opravdu dala základ celému systému matematika a znalost algoritmů? Co na tom všem bylo nejtěžší? A jak čísla poslouží případnému budoucímu vztahu? Jsou s emocemi kamarádi?

Matematicko-statistickou metodu párování jsme si pro její úspěšnost, v upravené podobě samozřejmě, přenesli z naší seznamovací agentury a stala se absolutním základem celého systému na TvojeLaska.cz. Moc dobře totiž z našich letitých zkušeností víme, že pokud chceme navázat skutečně úspěšný a dlouhodobě funkční vztah třeba s potenciálem založení rodiny, je nutné si vybírat jinak, než pokud mi jde jenom o rozptýlení či zábavu, což mnohdy lidé na internetových seznamkách či aplikacích hledají. Právě proto, abychom dokázali skutečně pomoci s úspěšným seznámením těm, kteří to myslí opravdu vážně a jde jim o seriózní vztah, vyvinuli jsme v roce 2018 světově unikátní analýzu seznamovacího a vztahového potenciálu LOVE-REPORT, která dokáže odhalit, jak si daný člověk „stojí v oblasti seznamování“, tedy jaká má slabá místa, která ho mohou v seznamování limitovat nebo jsou důvodem, proč je vlastně stále sám, a naopak v čem vyniká, kde jsou jeho přednosti, na kterých by měl úspěšné seznamování postavit. Jsme totiž absolutně přesvědčeni, že pro úspěšné seznámení (jednoho) je naprosto zásadní nejprve zjistit, jak si já sám stojím, co nabízím, v čem vynikám a co vlastně chci, a až následně začít hledat vhodný protějšek. Největší chybou při seznamování je, když řeším jen druhého, protějšek a vynechala jsem prvotní analýzu sebe sama, to nikdy nemůže vést k úspěchu. Na druhou stranu láska je o emocích, vzájemné chemii a tu ani nejlepší algoritmus či vztahový kouč nezajistí. Já k tomu ale vždy dodávám, že je lepší onu chemii hledat mezi předvybraným „vzorkem“ skutečně vhodných

partnerů, třeba i jenom o pár lidech, než to zkoušet znovu a znovu metodou pokus omyl podle toho, kdo mě zaujal jenom fyzicky, navíc mnohdy na falešné fotografii.

Seznamka je startup. Znamená to, že jste na její založení dostali i nějaké peníze například od státu, fondů, soukromého investora?

Jak jsem již zmínila v předcházející odpovědi, tak se nám podařilo na její vznik získat evropskou dotaci postavenou na zaměstnání znevýhodněných osob, díky kterým jsme dokázali vytvořit základ seznamky, připravit společně s nimi celý koncept a v roce 2017 spustit. Následně jsme pak získali mentoringovou podporu od řady profesionálů v rámci Laboratoře Nadace Vodafone. Nyní zcela transparentně přizná-

váme, že hledáme i soukromého investora, který by se spolu s námi podílel na expanzi na východ Evropy, neboť z detailních analýz velmi dobře víme, že tam je pro online seznamku se skutečně odborným know-how velký prostor. Zatímco na Západě, v USA ale i v západní Evropě, se aktuálně online seznamuje 10 % populace, v ČR je to pak 6 %, na Slovensku a Polsku už jenom 5 % a dále na východ pak už jen 3 %, takže jde o ideální prostor na trhu, samozřejmě s vizí potenciálně následného prodeje větší světové seznamce. Jedním z našich mentorů a poradců v týmu je IT specialista, který byl součástí týmu developerů seznamovací aplikace v Silicon Valley zaměřené na specifickou menšinu v USA a kterým se následně podařilo tuto aplikaci prodat světové seznamovací dvojce za neuvěřitelných 50 miliónů dolarů.

V managementu jsou lidé s vysokoškolským vzděláním. Je to záměr?

Naši jedinou motivací při výběru členů týmu bylo jejich nadšení pro rozvoj našeho projektu, skutečný zájem o problematiku seznamování lidí s hendikepem, a hlavně jejich porozumění specifickým potřebám těchto osob. Vzdělání, a dokonce v některých případech i zkušenosti (nebo spíš jejich absence), bylo vždy až to poslední, co jsme s manželem řešili. Na druhou stranu odbornost a skutečná znalost, a zejména práce s daty, jejich analýzou a následně využitím do dalšího rozvoje,

a hlavně zlepšování byla a je naší největší předností.

Jaké jsou vaše vize?

Moje vize v oblasti seznamky jsou zcela jednoduché – dokončit proces jejího rozvoje tak, abychom díky externí investici mohli zahájit úspěšnou expanzi na východní trh s tím, že bychom se rádi stali nejefektivnější seznamkou pro lidi se specifickými potřebami vůbec. Nemám ambici vybudovat největší seznamku na světě, to ani není možné. Co ale vím moc dobře, je, že je možné vystavět seznamku nejefektivnější, tedy s největší úspěšností seznámení. Dnes každý „nadává“, jak online seznamky a aplikace nefungují, i když avizují statisíce uživatelů, nejde se tam vlastně vůbec skutečně seriózně seznámit. A to my chceme změnit, vlastně měníme. Právě díky našim enormním znalostem dat, rozsáhlé práci s nimi i zcela individuálním přístupem ke každému klientovi.

Pomohla Tvoje láska hledajícím v uplynulých měsících, ovlivněných koronavirem? Lidé se mohou méně setkávat, sbližovat, omezeně komunikují. Tím se snižuje i počet příležitostí k seznámení, zejména pro ty, kterým se život dlouhodobě komplikuje...

Na jaře jsme byli svědkem velkého nárůstu počtu uživatelů na online seznamkách obecně a na TvojeLaska.cz nevyjímaje. A totéž se ještě ve větší míře děje nyní. Je to zcela logické, neboť koronavirová epidemie výrazně omezuje, už tak omezené, možnosti seznámení. Lidé se ale chtějí seznamovat stále, dokonce bych řekla,

že mnohem více, čím více si uvědomují osamělost, která na ně v karanténě doléhá. Takže z pohledu majitelky seznamky by mne mohla covidová opatření a omezení těšit, nicméně i já moc dobře vím, že pro skutečně úspěšné seznámení je potřeba se z onoho online světa a komunikace rela-

tivně rychle přesunout do reálného života, na skutečné rande, protože jenom tak poznám, zda má daný vztah šanci, zda tam je ona potřebná chemie a má smysl v tom pokračovat. Nakonec právě proto jsme v rámci TvojeLaska.cz spustili i vzdělávací „praktickou“ část nazvanou Akademie, kde se snažíme pomocí videí, praktických článků, tipů a triků poradit lidem, jak zvýšit svoji atraktivitu pro opačné pohlaví, jak správně vybrat vhodné místo na první schůzku, jaká témata otevřít, jaká naopak ne. Prostě celkově jak se nejlépe na to první rande na živo připravit a díky tomu ho úspěšně zvládnout. Ať už to bude, doufám, v brzy otevřené kavárně, nebo třeba jen na procházce v přírodě v rousce.

ptala se Eva Brixí

Značka Regina se „dědí“ z generace na generaci



Ing. Ivana Vojtěchová

Moje první řasenka byla ta z Detechy. Provázela mě i na první rande, i na první přednášku Fakulty žurnalistiky na Univerzitě Karlově. Ještě dříve jsem však používala z nabídky tohoto proslulého výrobního družstva Jelení loje na rty, patřily k mé stálé dívčí kosmetické výbavě, bývaly to moje „rtěnky“. A vlastně již mnoho desetiletí má Jelení lůj z Detechy pevné místo v mé kabelce jako samozřejmost, ať je zima, nebo léto, prostě každý den. Není to nostalgie ani přehnaný obdiv ke starým dávným časům, ale vztah založený na kombinaci kvality, užité hodnoty, dostupnosti, zvyku. Atributy spojené s úctou k tradici a poctivě české výrobě mě k sortimentu tohoto družstva svádějí stále. A neskrývám radost z toho, že jsme mohli právě nyní, v čase předvánočním, připravit rozhovor s Ing. Ivanou Vojtěchovou, předsedkyní představenstva:

Kdy jste se poprvé setkala s družstvem Detecha? A našeptávala vám intuice, že se stanete jednou jeho předsedkyní?

V roce 2003 jsem po mateřské dovolené hledala zaměstnání v chemickém oboru, který jsem vystudovala, a našla jsem práci v družstvu Detecha. Tenkrát jsem vůbec nepřemýšlela o vyšší pracovní pozici. Práce v laboratoři mě bavila a byla mým koníčkem. Pozice předsedy družstva přišla nečekaně, jak to už v životě bývá...

Jste známým výrobcem nátěrových hmot, na trhu jste již 66. rokem, takže řemeslníci i kutilové vás velmi dobře znají. Co na vašich produktech oceňují nejvíce?

S našimi zákazníky jsme ve velmi úzkém kontaktu, a to jak s obchodníky, aplikačními firmami, tak s konečnými zákazníky. Naši obchodní poradci každý den zodpovídají mnoho dotazů, na které se zájemci ptají, tím je náš servis unikátní. Doručujeme, radíme, počítáme spotřebu nátěrových hmot a v neposlední řadě jsme schopni dodat barvy až do domu. Na našich barvách zákazníci oceňují nejvíce to, že jde o poctivé české barvy, jejichž kvalita je generacemi prověřená. Barvy na dřevo a náš výrobek Karbolineum extra ošetřují nejen budovy skanzenu v Rožnově pod Radhoštěm, ale také šindelové střechy památkových objektů prakticky po celé České republice. Barvy na beton, kov a protiplísňové přípravky vysoce hodnotí kutilové i aplikační firmy.

K vaší historii i současnosti patří jedna proslulá značka, a to Regina. Jde o kosmetiku, která provází již několik generací, mne již od dětství. Na které věkové kategorie dnes cílí?

Vzhledem ke skutečnosti, že značka Regina se v rodinách „dědí“ z generace na generaci, udržujeme stále velkou uživatelskou základnu, a to ve všech věkových kategoriích. V našem sortimentu máme výrobky pro nejmenší zákaznice, a to v podobě výrobků Jelení lůj, až po nabídku pro ženy zralého věku. Přiznávám, že v minulosti jsme se věnovali spíše ženám, jejich kráse a půvabu, ale v posledních letech se snažíme cílit rozmanitými výrobky na různé cílové skupiny, a to například i na muže. Na podzim tohoto roku jsme uvedli na trh sadu výrobků pro muže pod značkou Regina for Men. I muži o sebe začínají pečovat ve větší míře, a proto jim chceme dopřát i kvalitní české výrobky pod naší značkou.

Čím si dokáže v obrovské konkurenci udržet své příznivce? Je to kvalita, cena, dobrá pověst? Inovace, které mají smysl? Výrobky, které lidé opravdu potřebují?

Ano, prakticky jste popsala vše, čím to je. Je to kombinací kvality, naší tradice, rozumné ceny a vztahů se zákazníky. Prací s konečnými zákazníky, jakými jsou jak obchodnice, tak i koncový spotřebitel, který má v současné době hodně vysoké nároky jak na servis, tak na kvalitu. Neustále sledujeme nové trendy v používaných materiálech, obalech i surovinách, využíváme poznatky odborných pracovišť, vyhodnocujeme požadavky našich zákazníků a přizpůsobujeme jim nabídku dle jejich aktuálních potřeb – dalo by se říci přímo na míru.

Nabídka výrobků Jelení lůj se rozšiřuje a upravuje každým rokem. Je to naše top kategorie, které věnujeme největší pozornost.

Jelení lůj na rty, ale už také na ruce, je několik desetiletí vaší stálíci a má své neúnavné obdivovatele. Nabízíte ho v mnoha variantách. Bude se jeho nabídka ještě rozšiřovat?

Nabídka výrobků Jelení lůj se rozšiřuje a upravuje každým rokem. Je to naše top kategorie, které věnujeme největší pozornost. Letos jsme uvedli na trh Jelení lůj Makronka, který je, co se týče prodejnosti, velmi úspěšný, dále Jelení lůj I love JL pro teenagerky a Jelení lůj Žužu pro holčičky. Pro podzimní období jsme připravili Jelení lůj rty a ruce a Placentu rty a ruce, jde o převratné balení dvou výrobků v jednom obalu.



Ženy se bez kosmetiky neobejdou, tím spíše ženy v business pozicích. Určitě byste jim doporučila vyzkoušet z vašeho sortimentu něco, co je může hodně potěšit. Máte pro ně nějakou specialitku?

Ráda bych jim doporučila z péstíci kosmetiky naši aloe vera řadu, obsahuje jemnou parfemaci. Designem a funkcí obalů patří ke špičkovým produktům našeho sortimentu. Já sama používám velmi ráda oční stíny v aplikátoru Mono-Matic a řasenku Jumbo. Pro příští rok máme připravenou luxusní novinku. Mohu prozradit jen to, že to bude řada pleťové kosmetiky s velmi bohatým složením účinných látek.

Příkladáte velký význam online prodeji? Zvyšuje váš obrát?

Online prodej je obchodování budoucnosti. Každý, kdo to myslí vážně, tak tento způsob prodeje musí akceptovat. V současné době se i díky celosvětové hygienické situaci zvyšují obraty těch, kteří tento způsob prodeje realizují.

Jak budeme letos nakupovat vánoční dárky, to mnozí z nás ještě stále nevědí, i když do Štědrého dne zbývá pár dní. Čím byste opozdilce rádi inspirovali?

Máme v nabídce velmi krásné dárkové sady, ale i jednotlivé výrobky. Myslím, že na našem e-shopu www.reginakosmetika.cz si každý



něco najde, jak pro sebe, tak i pro ty, které chce obdarovat.

Koronavirus zasáhl svými důsledky celou ekonomiku, Detechu rovněž. Získala jste za tu dobu zkušenosti, které vás donutily přemýšlet v jiných souvislostech než doposud? Naučila jste se něčemu novému?

Myslím, že všichni jsme se mnohému naučili a stále se učíme. Doba je rychlá, reagujeme na rozhodnutí vlády jak nejrychleji a neúčinněji umíme. Musím přijímat opatření, komunikovat s lidmi tak, aby opatřením porozuměli a mohli se soustředit bez zbytečných obav na svou práci a po skončení pracovní doby v klidu odejít domů za svými blízkými.

Určitě řada zaměstnanců, jimž to profese dovolila, také pracovala nebo pracuje z domova. Nakolik vám všem chyběla či chybí běžná, všední komunikace, potkávání se?

Jsmen menší firma, máme sto zaměstnanců, a to nám umožňuje jednat s pracovníky individuálně. Po vzájemné dohodě se snažíme skloubit přijímaná opatření, pracovní povinnosti a osobní potřeby našich lidí. Pracovní prostředí jsme přizpůsobili tak, abychom nikoho nemuseli dlouhodobě izolovat.

Myslíte si, že si budeme po letošní zkušenosti více vážit vlastního zdraví, že budeme sem tam pokornější?

Kvůli letošním událostem, které změnily prakticky celý svět, jsme všichni nuceni přehodnotit svůj přístup k životu. Rychlá doba s sebou nese rozvoj, ale je dobré se někdy zastavit a přemýšlet o tom, co je v životě důležité pro to, abychom žili šťastně a svobodně.

otázky připravila Eva Brixi ■■■

Bylinky nás posilují proti infekcím

Únava, bolest svalů a kloubů, zvýšená teplota. Přestože takové příznaky má onemocnění covid-19, stejné projevy nese i obyčejné nachlazení či chřipka. V každém případě, a v rizikovém období zvláště, se vyplatí posílit imunitu. Jak? To naznačila Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE, zkušená bylinářka, jejíž know-how je na špičkové úrovni a hodné obdivu:



Mgr. Jarmila Podhorná

Obranu proti virům nekoupíme jen v lékárně – účinné pomocníky seženeme i z přírodních zdrojů. Co doporučujete?

Chladné měsíce, kdy lidé tráví většinu dne ve vytopených místnostech, jsou pro přenos virů ideální. Suchý vnitřní vzduch vysušuje sliznice, a ty se tak stávají nebezpečným prostředím pro množení virů. Pokud se vytopeným místnostem nevyhnete, jako vhodná prevence poslouží grapefruit. Výtažek ze semen ráda doporučuji. Tento extrakt působí proti stovkám kmenů virů a bakterií. Navíc obsahuje bioflavonoidy, které posilují imunitu a čistí organismus, takže pomáhají proti nachlazení a infekcím. Jelikož grepové kapky působí podobně jako antibiotikum, pomáhá grep nejen jako prevence virových a bakteriálních infekcí, ale také při jejich léčbě. „K vnitřnímu užití se hodí především tinktury, které pomáhají v boji proti nepřátelským virům, ale například i plísním.

Jste také velkou propagátorkou účinků hub. Jak ony souvisejí s naším zdravím?

Podobně jako grapefruit, i další pomocníky v boji proti nemocem známe z naší spíže. Typickým příkladem je pečárka neboli žampion. Jeho látky oceníme především při problémech s horními cestami dýchacími, ale i průduška-

mi. Nejvíce prospěšných prvků se nachází v čerstvých plodnicích a jejich počet se skladováním i konzervací klesá. Nejlépe proto poslouží žampiony ve formě tinktury. Je to podobné jako antibiotikum na horní cesty dýchací. Pečárky ale nejsou jediné houby pro boj s chřipkou a nachlazením. Podobnou službu prokáží také japonské houbičky šitake, ty mají rovněž výrazné protivirové účinky.

Mnoho Čechů nedá dopustit na česnek, ten snad zažívá svoji renezanci. Také na něj spoléháte?

Česnek je skutečným pokladem. Je téměř univerzálním pomocníkem v péči o naši kondici. A to jak setý, ze kterého využíváme cibulku, tak medvědí, který nese svou sílu v listech. Jako pomocník proti šíření infekčních onemocnění se používal již ve starém Egyptě. Například z 560 známých kmenů Zlatého stafylokoka jich česnek 500 ničí.

Doslova módní se stala bazalka, naučili jsme se ji používat i v zimě...

Nejen v kuchyni, ale i v lékárně poslouží bazalka. Ať ve formě tinktury, čajové směsi, nebo koupele – nezapře své antibakteriální účinky, úlevu při bolesti ani pomoc s vykašláváním.

Na jaké byliny byste ještě ráda upozornila?

Dobrou službu v prevenci i v akutním boji s nemocemi nám prokáží také rostliny, které známe spíš od našich babiček. Typickým příznakem je čertův kořen, znám také jako sibiřský ženšen, který se používá mimo jiné při doléčování infekčních chorob, slabosti a virových onemocněních. Čertův kořen působí jako adaptogen a harmonizátor, což znamená, že zvyšuje také obranyschopnost organismu.

Ještě v listopadu kvetla na mnohých zahrádkách lichořeřišnice. I ta nám může prokázat dobré služby?

Dobrá imunita je základ pro boj organismu s virovými a bakteriálními onemocněními. K jednomu z nejlepších antibakteriálních prostředků patří právě lichořeřišnice. Likviduje v organismu streptokoky, stafylokoky a další druhy bakterií, hlavně na dýchacích a močových cestách.

V dávných herbářích se popisuje účinek vrby, černého bezu a jiných rostlin. Spoléháte na ně také?

Zpracované pupeny vrby v gemmoterapeutikum jsou vynikajícím prostředkem proti virům, ale také pomáhají již při vzniklé viroze a snižují i vysoké teploty. O černém bezu bylo známé přísloví „Před bezem klekni“. Ke zlepšení stavu organismu se odedávna využívalo několik částí bezu. Čaj z květů je vynikajícím prostředkem na nemoci z prochladnutí, ničí bakterie, čistí zahalené průdušky, plody zlepšují nervové problémy, ale pupen nám může pomoci s likvidací virů a bakterií.

A co méně známé bylinky, které se vyskytují daleko za našimi hranicemi?

Také je u nás celá řada cizokrajných bylinných prostředků, které se vyznačují antivirovými a antibakteriálními účinky. Tradiční Čínská medicína využívá andrographis – měkčý latnatý, který se vyznačuje silným antibakteriálním a antivirovým působením. Vilka-kora – kočičí dráp pochází z amazonských pralesů a má hodně druhů příznivých působení na lidský organismus. Jedním z nich je také protivirové a protizánětlivé působení. K nejvýznamnějším bylinám v tradičním čínském lékařství patří zlatice. Její hlavní léčivé účinky jsou antiseptické a protizánětlivé. Každá tato rostlina působí likvidačně na určitý druh virů, a proto je nejlépe zhotovit směs z těch nejúčinnějších.

ptala se Eva Brixi



O losech, které se mění v dárky

O dárkách máme každý z nás jinou představu. Někdo si potrpí na drobnosti s nápadem, jiný miluje neobvyklé zážitky, další stojí o pěknou večeři v luxusní restauraci a debatu s přáteli, pro osobnosti nejednoduchého ladění jsou umělecké předměty značné hodnoty tím pravým ořechovým. Někomu stačí pár slov, aby se rozjasnila mysl a člověk se začal usmívat poté, co zjistí, že na něj ostatní myslí. Jsou lidé, kteří každý rok před Vánoci doufají, že to největší potěšení naleznou 24. prosince v knížce vonící novotou, anebo v novém oblečení či sportovní výbavě. Ježíšek aby si vedl přesné zápisky a nic nepopletl. Možná bychom mu usnadnili práci, kdybychom spoléhali na zdánlivě obyčejnou, jednoduchou věc. Totiž na stírací losy.

Když bych se vás zeptala, jestli byste chtěli vyhrát poté, co začnete rejdit pětikorunou po políčkách stíracího losu, věřím, že jinou než kladnou odpověď bych nedostala. Neznám nikoho, kdo by řekl, že o výhru nestojí. Právě losy společnosti SAZKA už pěknou řádku let přinášejí spousty radosti nejen během celého roku, ale hojně i v čase předvánočním a v závěru posledního měsíce. Losy se kupují při všelijakých příležitostech i hnutích myslí, z legrace, pro zábavu, jako dárečky. Často jen tak, nahodile, když kráčí člověk kolem trafiky, a napadne ho koupit si kapku adrenalinu v podobě stíracího losu. Nebo když se večer rozhodne zamknout starosti do skříně a zabrousí do online prostředí a rozhodne se dát prostor snům a touhám. Proč to nezkusit? I los za pět korun může přinést dobrou náladu. Každá výhra se přeci počítá! Do Vánoc zbývá pár dnů. Nemáte-li ještě všechny dárky a přemýšlíte-li, čím obohatit nadílku, je stírací los určitě dobrou volbou. Jeho koupě nezabere příliš času, je skladný, nenáročný na přepravu, můžete ho poslat v obálce nebo naaranžovat na Štědrovečerní stůl, stejně jako vkusně zabalit a položit pod stromeček. Takovým losem se dá vyjádřit i spousta emocí, ukázat, jak moc tomu druhému přejete jen to dobré. V době, kdy se k vám náš časopis dostává, sice již Adventní kalendář Sazky mnozí mají, ale vše se dá ještě dohnat, pokud jste zapomněli. Výhry jsou úžasné a usilovat pár tahy o nějakou z nich... Losů s nejrozmantější tematikou vydává Sazka nespočet, před svátky hojnosti jsou to

však hlavně Vánoční přání, která mohou nést nejrůznější poselství. Osobní přáníčko, které darující vepíše, může adresáta provázet dlouho, ať už vyhraje, nebo ne. Slovo je mocná čarodějka, říká se, to upřímné od srdce je někdy víc než samotná výhra. Nemusí jít o pár řádek jen pro vaše nejbližší, ale elegantně tak můžete obdarovat kamarády, přátele, členy svého týmu. Čtyřicetý prosinec bývá den velkého očekávání. Ať je vás doma hodně, nebo tuto dobu

trávíte sami se svými vzpomínkami. Losy umí navodit atmosféru, jež ozvláštňuje slavnostní chvíle. Také se k tomu čím dál častěji užívají. Co třeba letos podarovat Vánoční Zlatou rybkou nebo Zlatou šupinu? Už sám název napovídá, že i tentokrát je nač se těšit. Vánoční zlatá rybka má v sobě kód výhry 8 000 000 korun, ale také třeba parádního auta či luxusní dovolené. Dokonce je 99,9 % losů výherních, takže není nač čekat. Zkusíte to? Já osobně jeden los věnuji i sama sobě. Na tom nebude určitě nic špatného.

Zlatá šupina může nahradit tu opravdovou, kapří, pod talířem s bramborovým salátem a řízkem. Může posloužit i jako jmenovka k dárkům či k určení zasedacího pořádku u stolu s početnějším osazenstvem. Nevím, jaké zkušenosti se stíracími losy máte, ale ty moje mi napovídají, že i v roce 2020 budou patřit k těm dárečkům, bez nichž se moje Vánoce neobejdou.

Eva Brixi ■■■



Spolu pro mateřství

Nemoc, a zejména vážná nemoc dítěte, bývá vnímána tragicky. Avšak může poskytnout i příležitost k velkým činům. Pavlu Škorpilovou, Lukáše Doskočila a Tomáše Veselého přivedla k projektu, který chce pomáhat nastávajícím maminkám. Hovořili jsme o tom s jedním ze zakladatelů, Tomášem Veselým.

Jak nápad vznikl a proč?

Nezisková organizace Fairsurance Spolek pro mateřství vznikla jako iniciativa tří zakladatelů Pavly, Tomáše a Lukáše, které na stejnou cestu svedla chuť hledat řešení opravdových problémů. Lukáši i mně k nápadu na nový projekt dopomohla vlastní zkušenost, na kterou jsme sami nebyli připraveni. Naším oběma dětem totiž byla diagnostikována vrozená vývojová vada. Zjistili jsme, že rodičovství a cesta k němu s sebou nesou mnoho nejistot a že se v něm mnohdy můžeme cítit sami. Rozhodli jsme se svou osobní zkušenost využít pro něco smysluplného, a umožnit maminkám, aby si těhotenství užily v psychické pohodě s vědomím, že jsou připraveny na vše, co je čeká. Dalšími cíli neziskové organizace je možnost prodeje voucherů online, aby tak členství mohli snadněji darovat i partneři, příbuzní či kamarádky, nebo rozšíření seznamu vrozených vývojových vad pro uplatnění nároku na finanční pomoc.

Kdo jsou „otcové zakladatelé“ a jaká byla jejich cesta ke Spolku pro mateřství?

Lukáš Doskočil a já jsme dlouholetí přátelé a obchodní partneři, které spojuje chuť budovat projekty, jež dávají dlouhodobě smysl. Mezi ty



Tomáš Veselý



Zleva: Lukáš Doskočil, Pavla Škorpilová a Tomáš Veselý

nejúspěšnější patří například firma Tesla Medical, která vyvinula neinvazivní přístroj pro léčbu inkontinence. Do Fairsurance jsme tak investovali nejen své úspory, ale vložili do něj i svůj osobní příběh a odborné zkušenosti s prosperujícími startupy právě z oblasti zdravotnictví, e-commerce, či dokonce automotive. Já osobně se ve Spolku i nadále věnuji budování strategických partnerství a finančnímu řízení. Pavla Škorpilová téměř tři roky působila v inovačním týmu startupového studia Creative Dock v Praze, které testuje a staví nové produkty a služby pro velké korporace v rámci Česka, Rakouska, Švýcarska a Německa. Věnovala se zde pestré škále projektů pro klienty. Patřily mezi ně například značky Škoda, Raiffeisenbank (AT) či E.ON a další. Do projektu Fairsurance přinesla své zkušenosti s projektovým vedením, inovačními procesy a výzkumem digitálních produktů a má na starosti především exekutivu projektu.

Co projekt obsahuje a na jaké hlavní problémy se zaměřil?

Fairsurance Spolek pro mateřství je nezisková organizace, která svou službou vytváří komplexní podporu budoucím i stávajícím maminkám.

Hlavními benefity členství ve spolku jsou:

- a) Finanční pomoc ve výši jednoho miliónu korun v případě, že se členice Spolku narodí dítě se závažnějším typem vývojové vady. Seznam byl vytvořen na základě spolupráce s odborníky, přednosty dětských klinik, kteří nám pomohli vytipovat vývojové vady závažnějšího typu, a to z pohledu dlouhodobého snížení kvality života dítěte a rodiny. Peníze rodině pomohou s výpadky příjmů spojenými s péčí o dítě, s nákupem zdravotních pomůcek či procedur, které nejsou hrazeny z veřejného zdravotního pojištění.
- b) Nefinanční benefity, na které mají členky nárok i v případě bezproblémového těhotenství:
 - Neomezený počet online konzultací s odborníky prostřednictvím portálu Ulékaře.cz po dobu tří let. Mohou se tak obrátit na gynekology, pediatry, výživové poradce, ale třeba i psychology.
 - Obsahová platforma, prostřednictvím které se maminky dostanou k ověřeným informacím v podobě článků o zdraví, těhotenství a mateřství.
 - Přehled nároků v rámci zdravotního a sociálního pojištění.
 - Praktický rozcestník se seznamem pracovišť a kontaktů na příslušné odborníky

z oblasti paliativní a rané péče, nadace a další specializované organizace, které se vztahují právě k péči o dítě s vrozenou vývojovou vadou.

Komu je pomoc určena a za jakých podmínek?

Spolek funguje na principu vzájemné pomoci a solidarity. Pokud se člence narodí dítě s vrozenou vývojovou vadou ze Spolkem stanoveného seznamu 72 diagnóz, pak získá nárok na jeden milión korun. Pokud se člence narodí zdravé dítě, její peníze ve Fondu finanční pomoci pomohou jiné mamince, která takové štěstí neměla. Všechny ostatní nefinanční benefity však může využívat i v případě, že se narodí dítě zdravé.

Celých 90 % z členského příspěvku jde okamžitě do Fondu finanční pomoci, odkud se berou peníze v případě, že bude potřeba některé z členek vyplatit finanční pomoc. Zbylých 10 % z jednorázových členských příspěvků jde na zajištění nefinančních benefitů (např. na úhradu konzultací portálu Ulékaře.cz atd.), jejich rozvoj (např. soustavné budování rozcestníku) a na běžný provoz neziskové organizace.

Snahou Fairsurence je, aby se ženy stávaly členkami Spolku proaktivně, předtím, než jejich dětem byla vývojová vada diagnostikována. Zamezují tím zneužívání služby a zároveň



jím to dovoluje poskytnout pomoc těm členkám, které na ni budou mít nárok.

Kdo se může stát členkou?

- Ženy, které přijmou stanovy a Kodex Spolku,
- jsou ve věku mezi 18 a 40 lety,
- o dítěti přemýšlejí nebo již jsou těhotné, a to nejpozději do jednoho dne před porodem.
- zaplatí jednorázový členský příspěvek ve výši 5000 Kč, (což odpovídá 139 Kč za každý měsíc, kdy členku a její miminko Spolek

kryje – nárok na finanční pomoc lze totiž uplatnit kdykoliv od narození až do 36 měsíců po narození miminka).

Jsou už nějaké konkrétní výstupy nebo zkušenosti z praxe?

Spolek pro mateřství má již tři týdny po spuštění desítky registrovaných žen a setkává se s pozitivními ohlasy maminek.

otázky připravil Pavel Kačer

INZERCE

**UDĚLEJTE RADOST SVÝM BLÍZKÝM
DÁRKOVOU KARTOU**

ROSSMANN

Naše děti budou učit roboti

Začali jsme zdánlivě nesmyslným tvrzením. Umělá inteligence přece nemůže překonat lidský rozum s tvůrčím vědomím, proto se nemůžeme od robotů naučit vůbec nic. Přesto už dnes využíváme humanoidy ve vzdělávacím procesu. Rozhovor se specialistkou Janou Večerkovou, zakladatelkou projektu Coding Bootcamp Praha, který provozuje nezisková organizace data4you z.s., kterou jsme požádali o rozhovor, vás tedy asi překvapí:

Měli bychom se bát, že nás roboti připraví o práci?

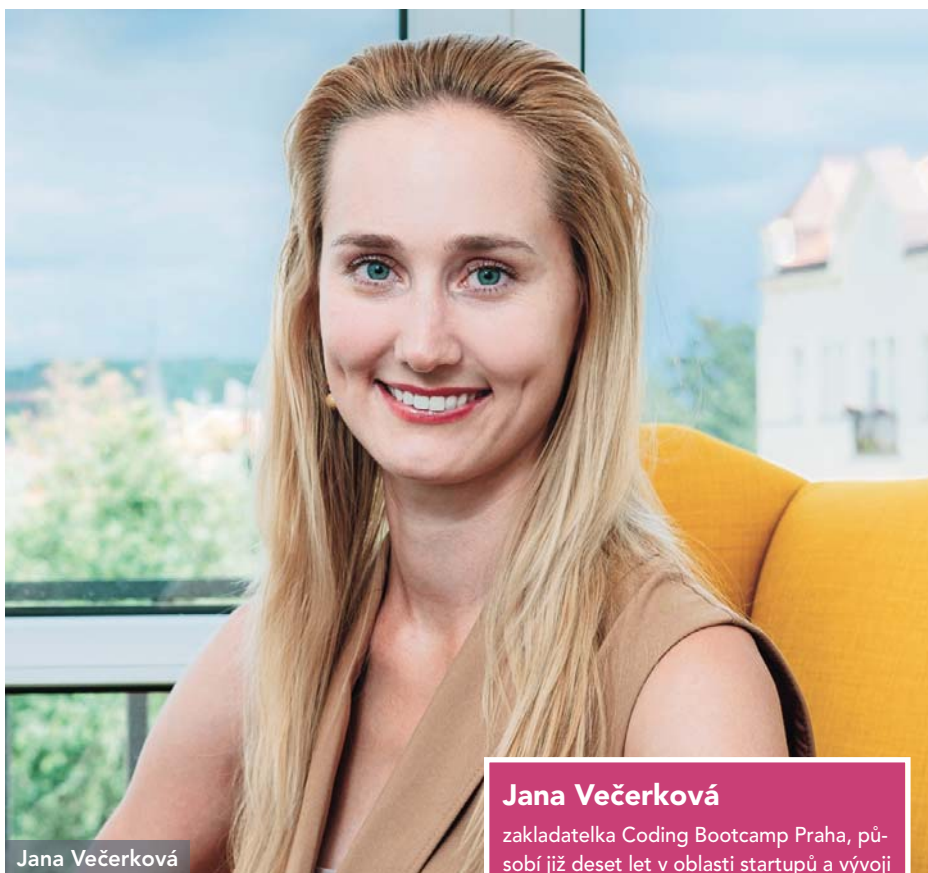
Už desítky let se objevují zprávy, že nás roboti vystřídají. Nedávno jsem viděla krásné srovnání tří obálék německého magazínu Spiegel, z let 1964, 1978 a 2016. Všechny predikovaly, že technický vývoj bude znamenat zánik pracovních míst. Podívejte se na statistiky nezaměstnanosti v posledních letech – pokud by platila úměra, že vyšší míra automatizace znamená méně pracovních míst, tak by jak v Německu, tak v Čechách měla nezaměstnanost růst, a přitom tomu bylo právě naopak.

Dnes se roboti stále víc podobají člověku. Myslíte, že to je správná cesta, nebo nás to přibližuje světu, který vylíčil spisovatel Karel Čapek v utopickém dramatu RUR?

Nejvíce kontroverzními roboty jsou tzn. humanoidy, aneb roboti, kteří připomínají lidské bytosti. Zde narážíme na limity toho, co jako společnost v tento okamžik akceptujeme. Lidsky vyhlížející roboti zároveň mohou přinášet různé zajímavé etické otázky do budoucna v případech, kdy nejen jako lidé vypadají, ale zároveň dosáhnou takového stupně vývoje, že by je ostatní lidé považovali za inteligentní „bytosti“.

Využíváte roboty při výuce nebo třeba ve vzdálené budoucnosti byste chtěli?

Jsou dva hlavní způsoby, kterým se roboti mohou podílet na výuce. Prvním je programování samotných robotů, což je pro děti zábavná forma učení se logickému myšlení. Čím méně mají děti pocit, že se aktivně učí, tím lépe – nejlepší je, když jsou natolik vtáhnuty do tvorby, že ani vnímají čas. Proto je programování her či robotů tolik oblíbenou formou učení programování pro děti. Programování ale není jedinou dovedností, kterou se děti takto zdokonaľují. Jde o kreativní proces, do kterého se zapojují v týmu spolužáků. Zároveň pracují na projektu, jehož výsledky mohou hrdě prezentovat



Jana Večerková

Jana Večerková

zakladatelka Coding Bootcamp Praha, působí již deset let v oblasti startupů a vývoji inovativních produktů po celé Evropě. Vystudovala ve Velké Británii. Coding Bootcamp Praha je mezinárodně oceňovaný program pro lidi měnící kariéru do webového vývoje.

Coding Bootcamp Praha byl prvním coding bootcampem na českém trhu a nadále je jediným českým poskytovatelem takto intenzivních školení. Funguje nepřetržitě od září 2016 a vzdělal více než 200 nových programátorů. Coding Bootcamp Praha byl jako jediný evropský coding bootcamp oceněn prestižní americkou univerzitou MIT a Evropskou komisí pro vysokou úspěšnost absolventů a úspěšnost budoucího uplatnění. Všechny kurzy je nově možné studovat osobně nebo online. Více na www.codingbootcamp.cz.

vat svým kamarádům či rodičům. Děti se také učí trpělivosti, protože brzy zjistí, že každá vlastnost, kterou robot má mít, je třeba dobře promyslet a naprogramovat, pečlivě krok po kroku. Druhým způsobem je zapojení samotných robotů místo nebo vedle učitelů. V Nizozemí měli nedávno zajímavý pilotní projekt ve školách, kdy roboti učili žáky angličtinu. Robot komunikoval s každým žákem individuálně a například ho požádal, aby mu ukázal na tabule konkrétní věc, případně vedl jednoduché konverzace. Žáci v průzkumu neměli před robotem žádný ostych, nebáli se dělat chyby a tím, že šlo o zcela individuální přístup, tak je výuka i více bavila a byla lépe orientovaná na jejich konkrétní potřeby.

Mohou naopak naučit roboti děti programovat?

Určitě, už od roku 2012 je k dostání například Raspberry Pi, vyvíjený britskou nadací, jejímž cílem je propagovat výuku programování na školách. Tato nadace vyvinula celou sérii kurzů zdarma, jsou vhodné pro výuku programování, včetně robotů.

Jakou roli hraje programování v robotice?

Zcela zásadní. Roboti dělají pouze to, co jim někdo „řekne“, to znamená, že to, co jim nena-programujete, to neumí.

Vy máte osobní vztah k robotům?

Automatizace je v dnešní době přítomná skoro ve všech oblastech a do budoucna nám může dále pomoci vylepšovat kvalitu našich životů.

Uchytli se někteří vaši studenti v robotice?

V našich programech Coding Bootcamp Praha se soustředíme na webový vývoj. Někteří naši studenti ale mají o robotiku dlouhodobý zájem.

připravil Pavel Kačer

Eliška Lhotská, nové šperky, filozofie

Sloganem „Zůstaň online, zachraň životy“ instalovala Eliška Lhotská šperkařské novinky ze svého ateliéru na podzimním festivalu Designblok. Autorčin krátký manifest nadále provází i předvánoční prodej jejích výrobků. Vyzývá jím k ohleduplnému nakupování a podpoře lokálních značek, které obvykle umožňují nákup také online a předvánoční sezóna bývá pro pokračování jejich podnikání klíčová. Desítku nových šperků, o níž čerstvě rozšiřuje svou poslední, vodou inspirovanou kolekci So, lze pořídit na e-shopu eliskalhotska.cz.

„Opět je čas se semknout, abychom letošní podzim a zimu přečkali a všichni přežili. Proto i nákupy vánočních dávků můžeme promýšlet tak, aby nejen potěšily, ale také podpořily naši oblíbenou českou značku. Je to důležitější než kdy jindy. Po zkušenosti s jarním lockdownem spousta lokálních tvůrců pracovala na vylepšení online prodejních platform. Vysněné výrobky se proto dají sehnat i z bezpečí a pohodlí vlastního gauče,“ komentovala Eliška Lhotská. Na e-shopu designérky je možné vybírat mimo jiné z novinek, jež nesou myšlenku její poslední kolekce So. S dokonale vyleštěným šperkem nápadně připomínajícím matérii vo-

dy tak obdarovanému svěrujeme také poselství o nepostradatelnosti i kráse této životodárné tekutiny, které motivovala autorčina obava z ohrožení jejích zdrojů. Mezi čerstvými přírůstky So dominují náušnice – od jemných symetrických kapek a lesknoucích se stříbrných hladin až k výraznějším asymetrickým formám. Pozornost poutají zejména náramky z masivních řetízků ověšených elegantními říčními perlami. Precizní řemeslná práce, při níž jsou ručně tvarována a spojována jednotlivá oka řetízku, se promítá jak do luxusního vzezření, tak i cen náramků.

Vedle nových přírůstků designérka v nabídce doplňuje také mezi zákazníky doposud nejoblíbenější kolekci New Archeology. Chlebovou střídku coby symbol návratu k základním hodnotám, domovu, rodině, pokoře i srdečnosti odlévá do drahých kovů. Stříbrné či pozlacené prsteny, náušnice či náhrdelníky se tak ne náhodou stávají součástí rodinných šperkovnic předávaných z generace na generaci. Po skončení příslušných vládních opatření bude možné šperky kromě e-shopu www.eliskalhotska.cz zakoupit opět i v kamenné prodejně Showroom na adrese Klimentská 3, Praha 1.

V pražském ateliéru jí pod rukama vznikají drobné artefakty na pomezí designu a umění. Šperky pro ty, kteří chtějí zdobit svá těla a zá-



roveň autorskými objekty intimně vyjadřovat navenek svou osobnost. První z trojice kolekcí Elišky Lhotské, New Archeology – symbolické odlitky chlebové střídky ve stříbře a zlatě – se do povědomí zapsala coby „šperky z chleba“. Ta doposavad poslední, So, simuluje lesklou vodní hladinu jako zrcadlo nastavené svědomí a proměnila již třetí nominaci designérky na ceny Czech Grand Design ve vítězství. (tz)

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

Tato kúra je sestavena z bylin a pupenových výtažků, které zvyšují imunitu a působí protivirově. Kúru lze doplnit i grepovým olejem na potírání.

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

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.bylinnyherbar.cz

www.nadeje-byliny.eu

ROSSMANN inspiruje ženy, které přišly o práci

ROSSMANN ve spolupráci s reklamní agenturou DDB přichází s novým unikátním projektem ROSSMANN ženám. Jeho cílem je poskytnout podporu ženám, které kvůli současné situaci přišly o práci.

Projekt navazuje myšlenkou na stávající komunikační koncept společnosti, který se zaměřuje na péči a krásu. Díky spolupráci s portály Jobs.cz a Práce.cz může nyní ROSSMANN poskytovat péči svým zákaznicím nejen svými produkty, ale také relevantním odborným poradenstvím. „V posledních měsících přišli v Česku o práci desetitisíce lidí a z větší části jde bohužel o ženy. Projekt ROSSMANN ženám vznikl proto, že chceme být našim zákaznicím oporou a pomáhat jim toto náročné období překonat,“ přiblížila vznik kampaně Marcela Syrovátková, vedoucí marketingového oddělení ROSSMANN. Vizuální stránka kampaně působí minimalisticky a na první pohled produktově. Ve skutečnosti však komunikuje přesný opak – tedy to, že na získání nové práce či zvládnutí po-

hovoru je třeba víc než jen kosmetické produkty. „Pro klienta, který má ve svém portfoliu širokou škálu kosmetiky, je to velmi od-



vážné gesto. Jsme rádi, že jsme ho mohli spolu s drogistickou sítí ROSSMANN realizovat. Chtěli jsme překvapit a zároveň jasně předat myšlenku kampaně. Je skvělé, že nejde jen o klasickou produktovou kampaň a že se značka rozhodla pro takto komplexní projekt, kterým může svým zákaznicím skutečně pomoci,“ řekl o kampani Mike Tucker, creative director DDB.

Hlavní část projektu se odehrává na webových stránkách www.rossmann.cz/rossmann-zenam. Na návštěvnice webu zde čeká odborné poradenství v oblastech duševního zdraví, personálních záležitostí, vzdělávání a mnoha dalších. Obsah jednotlivých kategorií vzniká také ve spolupráci se známými tvářemi různých profesních odvětví. Své příspěvky zde mají zkušené personalistky, profesionální stylistky, make-up artistky a influencerky – např. bloggerka Kristýna Dolejšová s úspěšným projektem Za normální holky, kterým povzbuzuje ženy, aby se cítily dokonale právě takové, jaké jsou. Nový projekt ROSSMANN ženám je možné sledovat na sociálních sítích ROSSMANN či pod hashtagem #rossmann-zenam. (tz)



Fejeton

Komín

Naše roubená chalupa toho hodně pamatuje. Stála už za první průmyslové revoluce, kdy tkalcovský stav v sednici vytlačovala textilní manufaktura. Byla svědkem pádu Habsburské monarchie, vyhánění českých rodin ze Sudet a o pár let později odsunu německých spoluobčanů. Na to, že byla sroubena z borovicových trámů a slepena slámou s jilem, vypadá pořád zachovale a bytelně. Jen ten komín!

Roubenku vlastně korunují komíny dva, protože stavení bylo postaveno jako dvougenerační a disponuje dvěma topeništi. Každý z nich se však chová jinak. Když zatopí ve svých kamnech mladá chasa, okolí se dusí v temném dýmu. Z komína nás starých vychází sotva viditelný proužek kouře, i když přikládáme vydatně a topíme všichni stejným dřevem z nedalekého lesa.

Díky tomu jsme si vysloužili u místních pověst skrbíků, pražských lakomců a chudáků. Myslím si o nás, že se i v mrazivých dnech tetelíme uvnitř zimou a kamna necháváme studená. Protože se naše obydlí otočilo ke vsi zády a okny se dívá jinam, připisují nám k horšímu, že si večer ani nerozsvítíme, abychom šetřili elektrickou. Korunu vši té chamtivosti jsme nasadili tím, že se obloukem vyhýbáme hospodě, nechodíme na pivo a jsme zapřísažili nekuřáci. Nahromaděné úspory zřejmě strkáme do slámnicku.

Náš komín tedy nekouří, ani když kamna naládujeme smolnatými poleny. Ale už dávno ho poznamenal zub času a události, které po staletí procházely vesnicí a zanechaly tu svá svědectví. Prostě mu nahoře dobrý kus chybí. Nevypadá to pěkně, výškou nedosahuje úrovně hřebenu střechy, a v tom spočívá to čertovo kopýtko. Nedokáže se vypořádat s klimatickou změnou.

V praktickém životě se to projevuje tak, že se bojíme zapálit oheň, kdykoli se zvedne prudší vítr. A že počasí bývá v posledních letech divoké a větrné! Mohutný proud vzduchu pak nabere opačný gard, chytí jakousi kontrafales a žene se shora potrubím dovnitř chalupy. Plameny, které pak z kamen vyšlehnou, nahánějí hrůzu i otrlému ignorantovi, protože hrozí zničující požár. V takových dnech raději zůstáváme bez tepla. Ono však stačí, když vítr vyžene saze z komína a trubek a rozfouká je po místnosti. Neznalý člověk, jenž by nás navštívil, by se dal potom stěží přesvědčit, že v domě už nemáme černou kuchyni.

Rodinná rada proto přišla s radikálním řešením. Komín se musí zhruba o metr a půl nastavit, tak jak se sluší a patří. A začala shánka po mistru kominickém, který umí nejen vymetat, ale i stavět. V nejbližším okolí však už vymřeli po meči a v okruhu padesáti kilometrů pracují tři. Oslovlili jsme je s poptávkou. Přilákat se nám podařilo dva. První sliboval, že se ozve, až dokončí zákazku v Podkrkonoší. Jenže týden ubíhal a kominík nikde. Skončilo to výmluvou, že nemá pokrývače a bez něj do toho nepůjde. V ohni jsme měli ještě jedno želízko. Odborník přijel, znalecky posoudil zchátralost komína, vy-

počítal, jak situaci napravit, i cenu. Vše jsme odkývali v naději, že tentokrát to vyjde. Jenže k provedení nastavení si znalec vyžádal hydraulickou plošinu. Nepoleze přeci na komín po žebříku, že? Speciální stavební technika, která je na okrese pouze jediná, a proto žádaná, se však také ukázala jako nepoužitelná. Chybí prostor, kam by se mohla umístit. Další šance tedy padla. Ještě se rozhořel nápad na vyřešení komínové krize svépomocí. V zetákovu, který má stavební průmyslovku, se probudila hrdost. Řekl, že se do práce pustí sám. Snad to myslel upřímně. Ale po smutné zprávě v novinách, že předseda poslaneckého klubu komunistů propadl při opravě víkendové chalupy střechou, jsme ho od tohoto úmyslu odradili.

Na obecním úřadě nám poradili šikovného místního zedníka, který umí i komíny. Než jsme se ho však rozhodli vyhledat a oslovit, musely do naší vsi přijet čtyři hasičské sbory k požáru, který vznikl od špatně provedené opravy komína. Na vině byl zedník-všeuměl. Řekli jsme si, že jsme měli štěstí v neštěstí, protože jsme mohli dopadnout podobně.

V letošní zimě budeme bedlivě sledovat předpovědi počasí. Nejen teplotu, rosný bod a srážky, ale také sílu a směr větru. Pokud bude hrozit kalamita, nejenže nezatopíme, ale pečlivě utěsníme všechny výstupy z komína. A vzdálenější budoucnost? Těšíme se na čtvrtou průmyslovou revoluci, až dorazí i k nám na sever. S ní se snad objeví i robotický kominík, který se nebude bát vylézt na střechu, obejde se bez pokrývače a žádná zakázka mu nebude zanedbatelná.

Pavel Kačer

Češky chtějí nakupovat výhodně, ale ne na úkor volného času

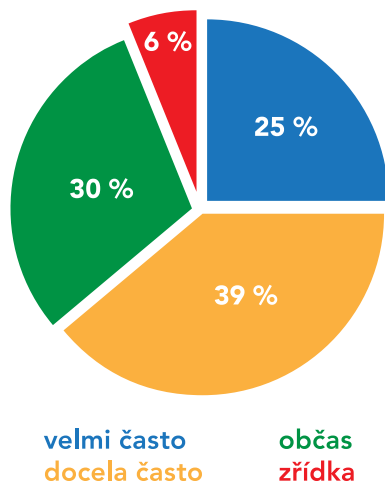
České ženy jsou svou zálibou ve slevových akcích pověstné. Celkem 58 % jich výhodné ceny vyhledává aktivně. Bez mála dvě třetiny Češek pak přiznaly, že ve slevách nakupují často i produkty, které aktuálně nepotřebují. Více než polovina dotázaných zároveň uvedla, že je pro ně nakonec důležitější časová úspora než ta finanční. Vyplývá to z aktuálního průzkumu společnosti dm drogerie markt, který se zaměřil na nákupní chování Češek.

Průzkum pro společnost dm drogerie markt, do něhož se zapojilo více než 500 českých žen ve věku od 25 do 60 let, realizovala agentura STEM/MARK. Šetření ukázalo, že zlevněné zboží je pro ně skutečně atraktivní. Pouhých 6 % dotázaných dokáže slevám odolat a v průzkumu uvedlo, že si zlevněné produkty, které aktuálně nepotřebují, pořídí jen zřídka.

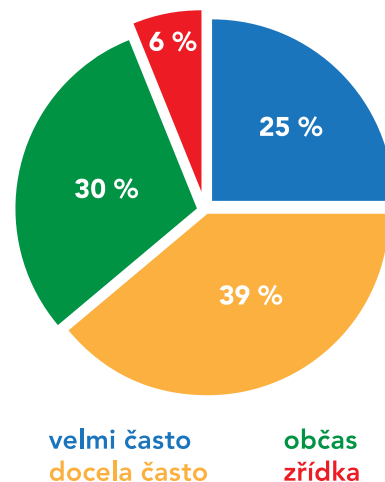
Na 64 % respondentek naopak sdělilo, že v akcích často nakoupí i zboží, které sice obvykle používají, v daný moment je ale nepotřebují. Celá čtvrtina žen pak ve slevách nakupuje i zboží, které běžně nepoužívá a jediným motivem k nákupu je právě sleva. „Slevy jsou pro zákazníky velkým lákadlem a někdy – často vlivem časového tlaku – je jim opravdu těžké odolat. Takové slevové akce jsou ale zpravidla vykoupeny užitek, který prodejci přinesou. Někteří obchodníci je nabízejí výměnou za osobní údaje. Jiní pak spoléhají na to, že zákazníkovi v košíku nezůstane pouze jeden produkt a v obchodě utratí větší obnos, než původně zamýšlel,“ vysvětlil marketingový konzultant Radek Škornička.

Ženy se o slevové akce zajímají aktivně a vyhledávají je zcela záměrně. To potvrdilo 58 % dotázaných. V případě žen do 29 let je to pak dokonce 68 %. I přes zálibu ve slevách však až 53 % dotázaných Češek dodalo, že je pro ně mnohem důležitější časová úspora než finanční. Preference úspory času pak pozvolna roste s věkem. Průzkum ukázal, že ženy rády nakupují v akcích, nejsou ale ochotny tomu podřizovat svůj volný čas. Tento postoj souzní s přístupem společnosti dm. „Mottem dm drogerie markt je slogan Zde jsem člověkem. To nás zavazuje k ohleduplnosti vůči potřebám našich zákazníků. Proto jim garantujeme ceny, které jsou nastavené tak, aby byly opravdu dlouhodobě výhodné. Pokud snížíme cenu produktů, platí toto snížení vždy minimálně po dobu čtyř měsíců. Zákazníkům tak dáváme mož-

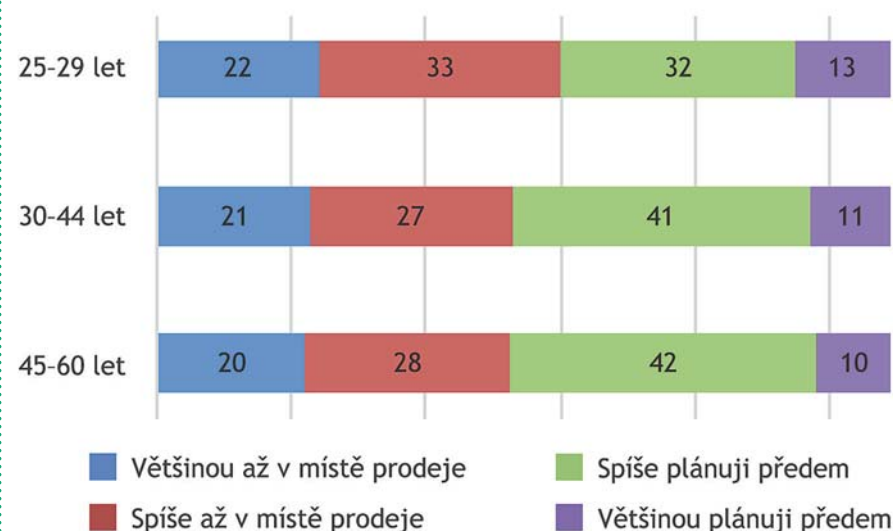
Jak často si v akci koupíte produkt, který obvykle používáte, ale v daný moment ho vyloženě nepotřebujete?



Jak často si v akci koupíte produkt, který obvykle nenakupujete a v daný moment ho ani vyloženě nepotřebujete?



Nákupy v akci plánujete předem, nebo se o koupi akčního zboží rozhodnete až v místě prodeje?



nost své oblíbené produkty pořídí si až ve chvíli, kdy je skutečně potřebují. Šetří tak svým časem a samozřejmě i penězi,“ uvedl Jiří Peroutka, manažer komunikace společnosti dm drogerie markt.

Z průzkumu dále vyplynulo, že Češky nejsou jednotné v otázce, zda plánují nákupy akčního zboží předem, nebo se k jeho pořízení rozhodnou až v prodejně. Polovina oslovených žen preferuje nákupy plánované s před-

stihem, druhá polovina pořizuje zboží ve slevách dle momentálního rozhodnutí během nakupování.

Obecně se k plánování nákupů předem přiklání starší ženy. „Díky systému dlouhodobých cen, který máme nastavený již od roku 2007, si mohou zákazníci nákupy promyslet a plánovat s velkým časovým předstihem. Nejsou tak nuceni do neuvážených nákupních rozhodnutí,“ uzavřel Jiří Peroutka. (tz)

Penam

ZE SRDCE SLADKÝ

40%
PUDINKOVÉ
NÁPLNĚ

JEDINEČNÝ
TVAR



JEMNÝ
A NADÝCHANÝ



KVALITNÍ
INGREDIENCE