

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

PROSPERITA

červenec 2021

## Během procházky

Eva Brixi

Zemitá vůně propršelé stezky  
Láme ještě hromy blesky  
Nad oblohou v peřinách  
Moje duše stůně  
Zapomíná sama sebe v snách

Horká káva  
Poetická limonáda  
Příběh plný krásné síly  
Spletl věnce pro tvé víly

A já všechny slzy zavírám  
Do šuplíku s kapesníky  
Naposled ti řeknu díky  
Rozchody už znám  
Rozlučkově mažu splíny  
Ty už nejsi sám  
Já mám nyní právo veta  
Až se zase podívám  
Do půlky tvého slibosvěta  
Kde radosti už nesbírám

Bodlák statný shazuje svou ješitnost  
Hledám v kapse vlastní osud  
Trávy voní senem dosud  
Když proplétají svlačce odsud  
Do vlasů a dál

Louže číhá nastraženě  
Chce udělat tečku ve tvém jméně

# Martina Ježková

**Tchibo: zaměstnanci jsou  
to nejdůležitější, co firma má**  
rozhovor na stranách 10–11

## Svačina do kanceláře i na cesty

Díky rostlinným pomazánkám DRUID budete mít přípravu pokrmů o mnoho jednodušší. Mají jedinečnou recepturu, jsou 100% bezlepkové, bez palmového oleje, pochutnají si na nich i příznivci ryze rostlinných produktů a vybrat si můžete rovnou ze šesti příchutí, jako jsou Medvědí česnek s avokádem, Hlířová nebo Brokolicová a další. Za to ručí SINEA, český garant rostlinné kvality a skvělé chuti.

Značka SINEA přichází s novinkou, která zjednodušuje zdravé stravování.

**Kde koupíte:** eshop.druidcz.com nebo v řetězcích Billa, Globus, COOP či v prodejnách se zdravou výživou.

(tz)



# Jak obstát ve světě dospělých?

## Podporu nabídl technologický gigant

Virtuální anatomická učebna pro zdravotnické školy. I takovou podobu má společensky odpovědná aktivita společnosti Samsung. Technologický gigant totiž není jen leaderem v oblasti vyspělých technologií. Nastavuje rovněž vysoké standardy, pokud se týká přípravy mladých talentů, ale i pomoci seniorům. O tom jsme si povídali s CSR manažerkou Samsungu pro Českou a Slovenskou republiku Zuzanou Mravík Zelenickou.

**U vás se jistě všechno točí kolem technologií...**

Ne výlučně, ale většinou to tak dopadne. Snažíme se pomáhat tam, kde můžeme být nejvíc užiteční. A ono to dává i smysl, když je společenská odpovědnost navázána na hlavní business, podnikatelskou činnost, což v našem případě jsou technologie a inovace. Například se nám velmi líbí myšlenka upcyklace, která se může a nemusí dotýkat technologií. Před třemi lety jsme iniciovali projekt Bezezbytku, který upozorňoval na plýtvání potravinami a prostřednictvím tří komunitních lednic v Praze pomáhal přerozdělovat potravinové přebytky potřebným.

Také dlouhodobě spolupracujeme s organizací Forewear, zorganizovali jsme sbírku oblečení a nepotřebný textil jsme dále využili pro výrobu tří sérií firemních tašek, obalů na notebooky nebo sešitů s recyklovaným textilním obalem. I darování našich nevyužitých produktů ve prospěch charitativních organizací vnímáme jako způsob, jak produktům darovat další život a najít jim nové využití.

**Čím žijete v současnosti?**

I když jsou naší hlavní cílovou skupinou mladí lidé a studenti, citlivě jsme vnímali dopady koronakrizy i na jiné ohrožené skupiny, zejména starší generaci. Během pandemie jsme se tedy rozhodli darovat tablety seniorům a ve spolupráci s neziskovou společností Post Bellum, která realizuje projekt Paměť národa, jim alespoň trochu usnadnit život v izolaci. Navíc jsme se zapojili jako dobrovolníci a zavázali k seniorům naše produkty, točili instruktážní videa, byli jim „přítelem na telefonu“, asistovali s nákupem potravin, léků a vším, co je třeba.

**Jsou CSR aktivity firem trendem doby?**

Ucelené koncepty pomoci, neboli dlouhodobé strategie společenské odpovědnosti nejspíš ano, ačkoli pomáhání všeho druhu funguje ve firemním prostředí jistě mnohem déle. Ale teď

**Cílem naší dlouhodobé CSR strategie, coby leadera na poli inovací a technologií, se stala podpora vzdělávání studentů do 30 let, ať už v rámci klasického školství, nebo neformálního vzdělávání, a příprava nové generace na měnící se trh práce.**



Zuzana Mravík Zelenická

**Vím, že myslíte na budoucnost, například tím, že spolupracujete se školami. Můžete zmínit konkrétní projekty?**

Z minulých aktivit stojí za zmínku projekt Škola dotykem, kde jsme jako jedni z prvních poukázali na potřebu zavádění inovací do výuky. V rámci pilotního projektu jsme vybavili 24 středoškolských a sedm vysokoškolských učeben interaktivními obrazovkami, systémy classroom management, tablety s perem a neméně důležitým vzdělávacím obsahem v elektronické podobě. Dále jsme proškolili více než 5000 učitelů na práci s technologiemi a obsahem, zorganizovali sedm konferencí a množství workshopů pro současné i budoucí učitele a žáky.

**Jak mohou technologie podpořit vzdělávání?**

To ukázal například navazující projekt VAU – Virtuální Anatomické Učebny. Ve spolupráci s mladými vývojáři Virtual Medicine jsme vytvořili českou a slovenskou verzi anatomické VR aplikace pro střední zdravotnické školy. Do projektu jsme během čtyř let přizvali celkem šest škol a vybavili jejich učebny po 16 setech virtuální reality s neomezenými licencemi na VR aplikaci. Oba projekty pomáhaly aplikovat nejnovější technologické trendy do reálného vyučování. Ale nespomínáme, že tím největším nositelem a realizátorem změn ale stále zůstává učitel, a tak to má být.



se o tyto aktivity mnohem více zajímá i veřejnost a zaměstnanci, a tím CSR nabývá na důležitosti. Mimo to je klíčová také autenticita společensky prospěšných aktivit, jestli to firma myslí s „dobrem“ doopravdy, nebo je to jenom marketingový tah. Již od počátku otevření naší pobočky v Praze, a posléze i Bratislavě, jsme se aktivně zapojovali do dění kolem nás, uzavřeli jsme několikaleté partnerství s SOS vesničkami a vypomáhali jsme například během povodní 2013. Pak jsme se rozhodli dát naší pomoci jednotný směr a začali jsme formovat lokální strategii společenské odpovědnosti. Jako ústřední témata jsme zvolili vzdělávání mladých lidí a digitální zručnost.

### Proč míříte hlavně na mladou generaci?

Cílem naší dlouhodobé CSR strategie, coby leada na poli inovací a technologií, se stala podpora vzdělávání studentů do 30 let, ať už v rámci klasického školství, nebo neformálního vzdělávání, a příprava nové generace na měnící se trh práce. Hlavním hybatelem změn na trhu práce, ale i celé společnosti, jsou totiž bezpochyby technologie. V duchu naší globální vize Enabling people – Together for Tomorrow – Education for Future Generations se snažíme přinášet mladým lidem takové příležitosti, aby lépe obstáli při hledání nového zaměstnání a měli lépe nakročeno do nejisté a neustále se měnící budoucnosti.

### Myslíte, že klasická příprava ve škole už mladým nestačí?

Naše programy trvají několik měsíců a využívají je aktivní mladí lidé, kteří se rozhodli vzít budoucnost „do svých rukou“. Programy nemají ambici nahradit školní výuku, měly by ale dát studentům dostatečnou sebedůvěru pro vstup na trh práce. Program Tvoje šance #futureskills staví na individuálním přístupu ke každému účastníkovi s cílem pracovat s vlastními silnými stránkami a talenty, a pomocí kariérního poradenství nastavit individuální rozvoj a výběr vhodné kariéry. Praktické tipy, jak obstát ve světě „dospělých“,

studenti na školách většinou postrádají, přitom jsou motivováni na sobě pracovat – jejich cíl je vědomá volba kariéry, aby si mohli vybrat, aby je práce bavila a dávala jim smysl.

### Takový druh podpory ale není možné poskytnout všem...

Je to tak, o to větší intenzitu pak také podpora má. Účastníci byli vždy pečlivě vybíráni. Za tři roky náš projekt absolvovalo 30 studentů, tento rok snad přibude dalších deset, kteří svému rozvoji věnovali tisíce hodin, navštívili stovky konferencí, workshopů či eventů, a i kvůli pandemii strávili tisíce hodin samostudiem, na online webinarích a školeních. To by nezvládl každý. Hodně účastníků se ale do programu přihlásilo díky pozitivním referencím od svých kamarádů – absolventů programu, takže věděli, do čeho jdou, a pro nás je to nejlepší zpětná vazba.

### Co vám ukázal rok s koronavirem?

Na tisíc procent potvrdil, jak důležité jsou tzv. future skills, tedy dovednosti budoucnosti, které máme v dovětku k našemu logu a programu. Podtrhl ty základní a unikátní atributy našich programů jako individuální přístup, kombinaci online a offline vzdělávání, kariérní poradenství a intenzivní a praktické vzdělávání. A na tomto základě budeme v našich aktivitách pokračovat.

### Proměňuje se časem vaše CSR strategie?

Nijak zásadně, naše strategie je založena na dlouhodobých hodnotách a prioritách, které se i během pandemie ukázaly jako opodstatněné. Celoživotní vzdělávání, digitální zručnost, dovednosti budoucnosti nebo inovativní myšlení, to jsou naše hlavní pilíře. Poprvé letos v České republice spouštíme globální program Samsung Solve for Tomorrow, s cílem inspirovat studenty středních škol v ino-

vativním myšlení o současných problémech ve světě, ale i lokální komunitě. Jde o soutěž konkrétních nápadů, vizí, které mohou přispět ke zlepšení života. Registrace probíhá do konce června. V programu na účastníky čeká projektové vzdělávání se zaměřením na Design thinking, které pak mohou společně s podporou mentorů využít při prezentaci svých technologických řešení porotě. Nejlepší nápady budou oceněny a mohou dosáhnout až na realizaci.

### Jak si Samsung vybírá, koho podpořit?

Kromě vlastních rozvojových programů pro mládež přijímáme velké množství žádostí o produktovou pomoc, dar nebo sponzoring. Proto jsme se rozhodli reagovat zřízením in-

terní komise, která jednou za čtvrt roku vyhodnocuje žádosti, a v případě kladného posudku posílá produkty charitativním, vzdělávacím nebo jinak prospěšným or-

ganizacím. Zohledňujeme i ekologický aspekt, jelikož nejde o nové produkty, ale o vzorky produktů nebo vystavené kusy z prodejen nebo eventů, kterým tímto způsobem nacházíme nové využití před zničením. Za poslední rok jsme v rámci této činnosti rozdali víc než 400 produktů 45 organizacím.

### Velké změny tedy nečekejme?

Do budoucna chceme dál pokračovat ve vzdělávacích a rozvojových programech pro studenty se zaměřením na budoucí a digitální dovednosti, včetně bezpečnosti na internetu nebo také na poli udržitelnosti a ekologie. Tato témata vnímáme jako důležitá a dávající prostor být užiteční pro naše okolí, ve kterém působíme.

mnoho úspěchů  
ve společensky odpovědné činnosti  
popřál Pavel Kačer



## Začneme jinak?

Jaké bude léto? Plné aktivit, lehce rozjívěné, jako bychom chtěli dohnat vše, co jsme odkládali? Zdá se, že se vracíme k normálu, k běžným rituálům profesního dění, a do našich dnů pumpujeme dráždivý adrenalin, je muž je tak snadné podlehnout a nechat se jím unášet v businessu i společenské komunikaci. Otázkou je, zda se hodláme vnořit do reality stejně jako kdysi, nebo jinak. Tak, abychom si pracovní dobu i svěřené povinnosti užili, abychom si to všechno uměli vychutnat. Trochu jsme totiž na home office zlenivěli, obrousili pohodou strohé návyky, disciplínu. Budeme umět žít jako dřív? Není zběsilé tempo plné stresu už překonané? Začneme chytřejší?

Eva Brixí, šéfredaktorka



### Tip Grady

### Konec marketingu – Ovládněte trh prostřednictvím svých zákazníků na sociálních sítích

Carlos Gil



Také máte nastudovanou řadu knih o marketingu, ale zjišťujete, že stávající postupy již nefungují? Tradiční marketing v digitální době selhává, jeho novou formou se stávají sociální sítě. Dozvíte se, jak budovat chytřejší placené strategie, které vám pomohou ovládnout trh.

## partneři [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

hlavní partneři:



partneři:



### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 15, červenec 2021  
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz):

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

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

Tisk: Triangl, a.s., [www.trianglprint.cz](http://www.trianglprint.cz)



Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

[www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

Internetový marketing: Media Know, [www.mediaknow.net](http://www.mediaknow.net)

Z [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz) doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu [intuitive diary.com](http://intuitive diary.com) naší redaktorky Kateřiny Šímkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šímkem a [mediaknow.net](http://mediaknow.net) najdete správný směr.



## Mnoho z nás začalo pracovat na home office. Čemu vás to naučilo?

Petra Příbylová  
Česká centra  
vedoucí oddělení marketingové komunikace a IT

Práce z domova pro mne nebyla v době pandemie žádnou novinkou. Home office jsem si před pár lety vyzkoušela po návratu z rodičovské dovolené. Za poslední rok jsem ale vnímala obrovský posun ve spolupráci s kolegy a v celkovém nastavení týmu. Dříve jsem si z domova připadala trochu jako outsider, který musí neustále přesvědčovat, že to z domova jde. Teď se všichni zapojili do toho, aby to z domova prostě šlo! A co víc, tým je kreativní, kolegové přicházejí s nápady na vylepšení, jsme v každodenním kontaktu a práce nás baví. Zoom konference, sdílené dokumenty a další online nástroje se ukázaly jako výborná alternativa. Samozřejmě osobní kontakt je nenahraditelný, ale práce z domova má své pevné a logické místo v pracovním prostředí a jsem ráda, že to tak již zůstane. Zásadní ale je, a je to těžké, umět si jasně oddělit čas pracovní a soukromý, ale už i to se pomalu učím...



## Mělo by v ČR přibývat podnikatelek a manažerek?

Ing. Pavel Ráliš, MBA  
fin4Business  
konzultant

Určitě ano, ostatně nejlepším důkazem toho je celá řada úspěšných manažerek i podnikatelek v našem okolí. Ženám nechybí tah na branku nebo cílevědomost, tedy vlastnosti, které se dříve očekávaly spíše od mužů. Je pro ně typická schopnost empatie, díky níž umí svým klientům či podřízeným rozumět. Na rozdíl od mužů mají většinou i větší cit pro detail. Ženy si dokážou získat stejnou autoritu jako muži a jsou svým okolím, díky svým schopnostem, respektovány. Koneckonců na stránkách Prosperity se lze seznámit s celou řadou úspěšných manažerek a podnikatelek. Jejich životní příběhy jsou pro každého čtenáře jistě velmi inspirativní. Současně si myslím, že by si ale jak ženy, tak i muži měli uvědomit, že svět businessu je jen jednou z jejich životních rolí.



## Informace do kabelky

## V Galerii Kooperativy

Letos slaví pojišťovna Kooperativa 30 let od svého založení. Součástí oslav je i výstava Mířtři českého malířství – 30 let sbírky, která se otevřela v omezeném víkendovém provozu 5. června a bude pokračovat až do 30. prosince. Aktuální informace o režimu výstav najdete na webových stránkách Galerie. Výstava představuje v časové ose přes 130 mistrovských obrazů ze sbírky Kooperativy počínaje Národní kulturní památkou Podobiznou zamyšleného muže od Jana Kupeckého, ještě nevystavovaným Havránkovým Choltickým lesem u Pardubic nebo Mánesovým portrétem paní Kleblatové, obrazy Navrátila, Purkyněho, Pinkase, Slavička, Pruchy, Špály, Rabase, Toyen, Čapka, Filly, Baucha a mnoha dalších. Umělecká sbírka Kooperativy vznikla krátce po založení pojišťovny s cílem sbírat a vystavovat díla českých umělců. Už od té doby je systematicky a odborně budována a zhodnocována pod vedením uměleckých poradců. Díky této péči vznikla rozsáhlá a kvalitní sbírka českého umění. V současnosti zahrnuje 3000 obrazů, kreseb, grafik, plastik i dalších uměleckých předmětů.

(tz)

# Rodinná farma LUKA spustila e-shop pro rakytníkové speciality: [zdravyrakytник.cz](https://zdravyrakytник.cz)



**Není úplně běžné, aby si výrobce sám pěstoval plodiny pro svůj sortiment. Rodinná farma LUKA z Vysočiny to tak dělá. Má proto nad kvalitou a kondicí rakytníku dokonalou kontrolu. Nyní jsou dobroty z tohoto superovoce dostupné také mnohem širšímu množství zákazníků prostřednictvím internetového obchodu [zdravyrakytник.cz](https://zdravyrakytник.cz). Spuštěn byl v dubnu.**

Internetový obchod [zdravyrakytник.cz](https://zdravyrakytник.cz) je sestavený tak, aby návštěvníka navedl co nejrychleji k produktům a dal mu tipy, jak své oblíbené lahůdky využívat i méně tradiční cestou. „V každé produktové kartě najdete seznam zajímavostí, díky nimž vám naše rakytníkové produkty zpestří všední i sváteční dny, stolování i nápoje,“ uvedla Ing. Alena Nováková, předsedkyně představenstva farmy LUKA, a.s. Do světa rakytníku vás zavede atraktivní a přehledný design. Proniknete do detailů jeho pěstování a využití. Objevíte vzrušující svět zdraví prospěšných látek, díky nimž se plody tohoto vytrvalého keře právem řadí mezi superpotraviny. Samozřejmostí jsou informace o tom, jak produkty vznikají. „Přáli jsme si na e-shopu vystupovat vůči veřejnosti otevřeně. Informací kolem nás je mnoho. Ne vždy jsou interpretovány ve správných souvislostech. To však není náš případ, cílíme na nejlepší možnou kvalitu, v níž hraje prim maximální obsah rakytníku. Naši odběratelé z Vysočiny to

vědí, ale rádi bychom tuto informaci dostali také mezi všechny fandky tohoto oranžového ovoce,“ upřesnila Ing. Alena Nováková. LUKA patří k farmám s nejdelší tradicí pěstování rakytníku u nás. Příběh, jak se tato plodina ocitla na Vysočině, také naleznete na e-shopu [zdravyrakytник.cz](https://zdravyrakytник.cz).

Web je responzivní. Rychle a precizně funguje na mobilních telefonech a dalších chytrých zařízeních. Tím šetří čas. Rakytníková inspirace je dostupná prakticky kdekoli. Nákup je jednoduchý. Zákazník se nemusí registrovat.

## Vizuály, které nás vrací ke kráse přírody

Při přípravě e-shopu se design a barevné zpracování odvíjelo především od loga. To pomocí tří barev – oranžové, zelené a hnědé – znázorňuje všechny tváře rakytníku. Je to odolný keř s hladkou kůrou, úzkými listy a zářivými pec-kovičkami. Všechny tyto části jsou v praxi využitelné pro lidské zdraví. Dokládá to například sypaný čaj, který je směsí sušených plodů, peciček, lístků i drobných kousků větévek. „Byli bychom rádi, aby zákazníka návštěva e-shopu dobře naladila už při prvním pohledu. Aby se sem rád vracel pro produkty, informace, ale také pro pohodu, kterou jsme mu tímto prostřednictvím chtěli nabídnout,“ dodala Ing. Alena Nováková.

## Také bezové osvěžení

Internetový obchod potěší též milovníky bezového sirupu. „Bezový sirup už patří mezi naše stálice, získal si velkou oblibu, je to tradiční základ nápojů v letním období. Květy sbíráme na našich pozemcích, máme tedy jistotu, že jsou čerstvé, nejsou chemicky ošetře-

né a během macerování uvolní maximum ze svého aroma a chuti. Náš sirup je voňavý a osvěžující. Je ideální pro limonády,“ sdělila Ing. Alena Nováková.

## Bezpečná doprava

Produkty, které zájemci zakoupí na e-shopu [zdravyrakytник.cz](https://zdravyrakytник.cz), jsou baleny ve skle, materiálu, který je dobře recyklovatelný a nezatěžuje přírodu. Je třeba jej převážet opatrně, a s ohledem na to si farma za dopravce zvolila společnost TOP TRANS, s níž má letité a výborné zkušenosti. Při objednávkách nad 1200 Kč zákazníci automaticky získávají dopravu zdarma.

## O farmě LUKA

Farma LUKA a.s. se nachází v samotném srdci Vysočiny. Vzhledem ke střídání nadmořských výšek je zdejší příroda velmi různorodá a podmínky pro zemědělskou výrobu komplikované. Svažité terén nepřeje rozšiřování zemědělské orné půdy, ale naopak vede k zatravnění. Je však také ideální k pěstování rakytníku, který znamenitě prospívá i na nehostinných místech s náročnými klimatickými podmínkami. Zdejší rakytníkové sady byly založeny v roce 1993. Plody využívá farma k dalšímu zpracování a výrobě. V současné době jde o pětici produktů: 100% rakytníková šťáva, Rakytníkový džem, Rakytníkový sypaný čaj a Pečený ovocný čaj s rakytníkem. Dále se farma vzhledem ke své poloze a dostupnosti zatravněných ploch specializuje na chov mléčného skotu holštýnsko-fríského plemene. Další část rostlinné výroby je poté zaměřena na produkci objemných krmiv pro dojnice a ostatní hospodářská zvířata. (tz)

# Chceme vytvářet domov

Mít kde bydlet, mít se každý den kam vracet, mít kde snít nebo jen tak nic nedělat. Představa těch, kteří tvoří hodnoty na mnoho a mnoho let. Zakládají rodinu nebo mění své potřeby, jež se s plynoucími roky vyvíjejí. Bydlení náleží k základním jistotám člověka. V Praze se však bytů stále nedostává, ač se o tomto problému dlouho diskutuje. Cennými názory, průzkumy i nástiny řešení se prezentuje silný hráč v oboru, společnost Central Group. S výkonnou ředitelkou Mgr. Michaelou Tomáškovou jsem si povídala právě na toto téma:



Mgr. Michaela Tomášková

**Central Group je největším rezidenčním stavitelem v Praze. Co si pod tím máme všechno představit?**

Myslím, že velmi výmluvné bude už jen to, když řeknu, že ze všech 123 000 připravovaných nových bytů v Praze více než čtvrtinu máme na starost právě my v Central Group. Za 27 let na trhu jsme dokončili už přes 180 rezidenčních projektů a prodali skoro 17 000 nových bytů, domů a parcel. V současnosti v Praze vlastníme kolem 1,5 miliónu m<sup>2</sup> brownfieldů a pozemků, na kterých připravujeme celé nové městské čtvrti a na velkých projektech vždy spolupracujeme s těmi nejlepšími architekty z Česka i ze světa – například s architektkou Evou Jiříčnou, architektem Josefem Pleskotem či Jakubem

Ciglerem. V aktuální nabídce máme stovky bytů v mnoha lokalitách po celé Praze.

**Ale bytů se v naší metropoli stále nedostává. Je tento problém vůbec kdy řešitelný?**

Určitě ano. Jako hlavní překážku toho, aby se v Praze dokázala uspokojit poptávka po bydlení, vidíme pomalé povolování nové výstavby. A s tím nebojují jen soukromí investoři, ale i ti veřejní. Praha by potřebovala povolovat a stavět alespoň 10 000 nových bytů ročně. Dlouhodobě se přitom daří povolovat jen zhruba třetina. To pak vede k obrovskému nepoměru mezi poptávkou a nabídkou. Developeři jsou přitom připraveni zájem o byty uspokojit. Jenže proti legislativním překážkám jsou malí pá-

ni. Věříme, že se situace zlepší s novým stavebním zákonem. Protože jakákoli změna bude lepší než současný stav.

**Co tedy výstavbu těch nových nejvíce brzdí? Legislativa, nedostatek pozemků, koncepce bytové politiky a územní plán, diskuze, které nemají konce?**

Je to na prvním místě legislativa, která je v současnosti spojená s velkou byrokracií. Pro získání stavebního povolení je třeba získat i 40 razítek od různých institucí. Velmi by pomohla digitalizace stavebního procesu. Problém vidíme i v tom, že v současnosti města a obce z nové výstavby téměř nic nemají. Stát sice vybírá za každý nový byt jen v Praze na DPH zhruba milion korun, ale do samospráv se vrací minimum peněz. Samosprávy pak nemají dostatek financí na výstavbu potřebné veřejné vybavenosti a logicky se jí často brání. Je třeba systém nastavit tak, aby města a obce novou výstavbu samy podporovaly a neznamenala pro ně hlavně zátěž. Zde vidíme jako řešení Princip 10+5. Tedy snížení DPH u nových bytů z 15 % na 10 % s tím, že zbývajících 5 % by formou místního poplatku získávaly přímo města a obce.

**Doba covidová značně ovlivnila život lidí, pohyb ve společnosti, úvahy o zdraví, životním stylu. Nepromítlo se to do poptávky po bydlení? Někteří lidé opouštějí velkoměsta a uchylují se na venkov...**

Určitě se to promítlo do zájmu o venkovní prostory. Zde pozorujeme opravdu zvýšený zájem o byty s předzahrádkami, velkými balkóny či terasami. Lidé chtějí mít možnost trávit čas venku, i když jsou ve městě. Na rozdíl od chat a chalup se zahradou navíc odpadá u bytů s předzahrádkou plno starostí a práce. Udržování předzahrádky zabere minimum času a venkovní prostor naopak další čas ušetří. Maminky mají vyzkoušené, že jim předza-

Mám ráda hodně světla. Určitě bych tedy dbala na velká okna, velké venkovní prostory a zeleň. V tomto směru mě nadchnul návrh paní architektky Evy Jiříčné a architekta Petra Vágnera z ateliéru AI DESIGN pro naši novou velkou rezidenční čtvrt Westpoint v Praze 6. Každý byt zde má svůj balkón a jsou velmi originálně postaveny nad sebe tak, aby si nestínily.



hrádka ušetří nejméně hodinu času denně. Děti se zabaví a rodiče mohou čas využít pro odpočinek.

**V jakých interiérech chce dnes městský člověk žít? A jak se průměrný byt v Praze proměnil za posledních 30 let?**

Například u zmíněných venkovních prostor vidíme postupný trend zvětšování. Zatímco u starších projektů byla velikost předzahrádek 65 metrů čtverečních, dnes je o třetinu větší. Téměř 85 m². U jednoho z bytů v projektu Viladomy Roudnická na Střížkově máme venkovní prostor dokonce více než 440 m² a je tak pětikrát větší než samotný byt. Zatímco dříve by to byla rarita, dnes už takto velké venkovní prostory nejsou nic neobvyklého.

**Pokud byste mohla a chtěla ovlivnit architektonické řešení, co byste jako žena v roli manažerky do řešení bytů promítla, aby byl komfort dokonalý?**

Mám ráda hodně světla. Určitě bych tedy dbala na velká okna, velké venkovní prostory a zeď. V tomto směru mě nadchnul návrh paní architektky Evy Jiříčné a architekta Petra Vágnera z ateliéru AI DESIGN pro naši novou velkou rezidenční čtvrť Westpoint v Praze 6. Každý byt zde má svůj balkon a jsou velmi originálně postaveny nad sebe tak, aby si nestínily. V hlavní vstupní budově do lokality je navíc navržený vertikální park a na balkónech a terasách je integrovaná zeď se zavlažováním. Paní Jiříčná a pan Vágner zde počítají s řadou dalších ekologických a chytrých prvků, jde opravdu o unikátní koncept bydlení. Z naší nové spolupráce mám velkou radost a moc se na ni těším.

**Ostatně, co uděláte jako první, když přijdete domů? Pustíte si televizi, jdete vařit, nebo jen tak chvíli posedíte u šálku čaje?**

Jako první věc po příchodu domů mě čeká nejmilejší vítací rituál s naším psem a hned potom společná procházka.

**Máte program nabídky pro mladé rodiny nebo seniory?**

Naše nabídka je tak široká a různorodá, že si zde vyberou jak mladí, tak senioři. Každá lokalita a každý projekt nabízí trochu jiné výhody, trochu jiné bydlení. Máme projekty jak v klidných lokalitách v zeleni, například v Praze 10, Praze 4, ale i na Zličíně, v Letňanech či na Střížkově. A pak i řadu projektů blíže rušnějšímu centru, které zase vyhledávají aktivnější mladé páry, případně cizinci.

**Jaké prvky v bydlení prosazuje nastupující generace architektů, s nimiž spolupracujete?**

To je spíše otázka přímo na architektky. U posledních projektů se ale začíná více dbát na velký a příjemný veřejný prostor, kde bude hodně míst pro relaxaci ve stínu stromů, u vody, hodně laviček, promenáda. To bych řekla, že nové projekty spojuje.

**Vize vaší společnosti jsou velkolepé. O čem ale přesně jsou?**

My chceme hlavně vytvářet domov, ve kterém se lidem bude pohodově žít, kde se budou cítit dobře a kam se budou chtít vracet. A za těch 27 let, co na trhu jsme, si troufám říct, že se nám to daří.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



# Na koncertě prstů i voňavých dovedností

Je to úplně jednoduché. Zaparkujete, přejdete silnici a vkročíte do kosmetického studia Hany Hlaváčkové, Partnerského salónu GERnétic v Moravské Třebové. Žádné bloudění, žádné kličky, které zrychlují tep, když nemůžete najít kýžené místo. Tady je to po ruce, ulice Svitavská 24 je vynikající adresa. Stačí udělat pár kroků a ocitnete se na lehátku a vkládáte své já do rukou kosmetičky. Drobná žena plná energie vyniká organizačními schopnostmi i talentem, kterým dokáže velmi přesně odhadnout, co bude pleti právě svědčit. Sama jsem to vyzkoušela a musím potvrdit, že se při stanovení diagnózy mého obličeje nemýlila. Její sebejistota a zkušenosti i prima smysl pro humor mi dodaly potřebný klid na duši a já se mohla zcela ponořit do krásného nicnedělání v pracovní době.



Hana Hlaváčková

**Kdy jste poprvé zauvažovala o tom, že byste chtěla podnikat a otevřít si vlastní salón?**

Já jsem se ani moc nerozhodovala, po škole (jsem totiž vystudovaná kosmetička s maturitou), jsem začala pracovat u jedné paní kolegyně na živnostenský list. Každý den do salónu, každý den to samé, ale bavilo mě to. Klientela se nám rozrůstala a mně se zdálo, že vejít se do prostoru, který máme k dispozici, už brzy nebude možné. Ale nějak moc jsem to neřešila. Asi má vše svůj čas. Jenže – moje sestřička je podnikatelka a ta mi posléze vnukla, ať si zařídím svůj vlastní salón. Jinak by mě to snad ani nenapadlo. To rozhodlo, byl to jas-

ný impuls. Sehnala jsem si tedy objekt, kde jsem mohla začít, to zase přestalo stačit, tak jsem hledala dál a dál, až jsem se dostala na dnešní adresu. Vyhovuje jak mým klientkám, tak mně. Většina jich jezdí autem, a všude kolem se dá velmi dobře parkovat, nejen před salónem, to je dost podstatné.

**Ale najít vhodnou lokalitu asi nebylo to nejjednodušší...**

Asi nejtěžší bylo rozhodnout se, zda budu dělat sama na sebe, jak se říká. Uvědomit si tu zodpovědnost za každý krok, který podniknu. Ať bude dobrý, nebo horší. Na druhé straně to pro mě znamenalo větší volnost a příležitost řídit si

svůj čas, začít uvažovat v trochu jiných dimenzích než jako zaměstnanec. Jednu jistotu jsem ale přece jen měla: vybudovanou klientelu, o níž jsem byla přesvědčena, že půjde za mnou. A také za francouzskou značkou GERnétic, kterou používám výhradně od roku 2003.

**Jak jste se s ní seznámila?**

Byla jsem na kosmetickém veletrhu a „potkala“ jsem stánek GERnétic. Zastavila jsem se tam, vzala si materiály. Oslovila mě vstřícnost a laskavost vystavovatelů, bylo to něco úplně jiného, než jsem byla zvyklá. Když jsem získala základní informace a studovala si další podklady, utvrdilo mě to v tom, že jde o kosmetiku multifunkční, a že si v ní každý člověk může najít to, co potřebuje. A to mě hodně zaujalo. Že není postavena jen „na marketingu“ a spouště slov, ale na výsledcích, na tom, že funguje.

**Pomohla vám filozofie GERnétic zvládnout i nedávné měsíce, kdy jste musela zavřít a ze dne na den jste se ocitla bez příjmů?**

Musím říct, že velmi. Nikdy by mě ani ve snu nenapadlo, že budu muset svou práci přerušit, že by něco takového mohlo nastat. Pro mě osobně to bylo období plné emočních skoků, nemohla jsem se dobře soustředit, zpočátku jsem špatně fungovala i jako matka-učitelka svých dětí, technice moc nerozumím, ony potřebovaly pomoc s výukou, no, zažila jsem opravdu zkoušku z nejtěžších...

A ráda potvrdím, že centrála LK SERVIS, která značku GERnétic zastupuje, se snažila být nám, jednotlivým kosmetičkám, velkou oporou. Průběžně s námi komunikovala, připravila zajímavá online setkání, propojovala nás, abychom na problémy nezůstaly samy. Toho si opravdu moc vážím, dodalo mi to odvalu i vůli vše nakonec zvládnout. Sílu vydržet a věřit, že přijdou lepší časy.

**Dnes už ale zase rozdáváte ženám sebevědomí, hýčkáte jejich pleť...**

A jsem tomu ráda. Tato práce mě naplňuje, každý den se na ni těším. Právě nedávná zkušenost s lockdownem mne poučila o tom, jak je vlastně fajn, že člověk může pracovat, podnikat, seberealizovat se.

**Vracejí se klientky s chutí?**

Ano, vracejí, ale mám nyní i hodně nových, a to je nesmírně povzbudivé. Denně stihnu ošetřit asi tak pět až šest žen.



### Muži se zatím zdráhají?

To ano. Navíc jsme menší město, a muž, pokud jde do kosmetického salónu, touží po prosté anonymitě, protože takové aktivity nejsou zatím pro pány běžné. Takže kosmetika je tady zatím tolik neláká, i když si myslím že i jim mám co nabídnout. Péče o obličej, ruce a nohy je opodstatněná. Ale přístup mužů je zatím takový, jaký je.

### Jak byste charakterizovala tohoto zákazníka?

Jako člověka ve středních letech, který vyžaduje ošetření pleti, jde na kosmetiku jen občas, chce zde relaxovat, a také je trochu v salónu nervózní, ale odchází spokojen, možná až překvapen.

### Je ve vašem okolí velká konkurence?

Musím přiznat, že je. Nedaleko je odborná škola, odkud odcházejí hotové kadeřnice a kosmetičky, takže určitě nemohu spoléhat jen na to, že něco umím, že mám dostatek klientů i vynikající kosmetickou značku. Musím být prvotřídní, musím si s lidmi porozumět. Umět naslouchat a pomoci jejich problémy řešit. Musím jim věnovat čas, který je jen a jen pro ně, vytvořit prostor, aby si v salónu odpočinuli, přišli na jiné myšlenky.

### Investujete do marketingových aktivit?

Jestli myslíte klasickou reklamu nebo třeba Instagram, tak to ne. Na technologie moc nejsem, raději čas věnuji přímo práci v salónu. Je to pro mě přirozenější. Jedno jsem ale udělala, nedávno jsem pořídila platební terminál, abych umožnila platbu kartou. Většinu žen to nesmírně vyhovuje, nemusí myslet na to, jestli mají v peněžence dostatečnou hotovost, nemusí hledat bankomat v okolí.

### Patří mezi vaši klientelu lidé z businessu?

Majitelky firem a vrcholoví manažeři moc ne, jsou to spíše lidé středního managementu, ženy živnostnice, úřednice, ale i ty, které jsou v důchodu a chtějí o sebe pečovat, a mají na to nyní i čas. A když ke mně vchází podnikatelka, a to je sympatické, nikdy to na sobě nedá znát. Odhazuje tu starosti, chce si odpočinout, touží se uvolnit, někdy si i zdřímnou, a to je báječné! A já si vážím každého, kdo o moje služby projeví zájem a přijde opakovaně, protože je spokojen. Pak vidím, že to, co dělám, má smysl. Pracovní dobu mám od pondělí do pátku, dopoledne, pak mám delší polední pauzu a od 15 hodin jsem v salónu někdy i do devíti večer, protože zájem o služby převládá spíše odpoledne a později. Zájemci o ošetření u nás a kosmetikou GERnétic jsou zhruba v dosahu optimálních 30 kilometrů.

### Kosmetické ošetření je vlastně velmi intimní záležitost. Je těžké vybudovat si důvěru?

Snažím se být hodně empatická, zjišťuji, co udělat pro pohodlí a maximální komfort klientky, aby z ní padlo případné napětí, aby si to skutečně užila. Pozorně se snažím naslouchat, co mi kdo říká, co koho trápí, vycítím, když chtějí mlčet. Někdo mluví málo, jiný moc, často je přemíra slov způsobená nervozitou. Vysvětluji, jaký úkon právě provádím a proč. Také si pečlivě vedu záznam o tom, jak ošetření probíhalo, co jsem aplikovala. Důležité je zacílit na to, co je potřebné, to praxí poznáte, než nutit do něčeho, co vůbec daná osoba nepotřebuje. Zůstat tedy objektivní, ale zároveň umět nabídnout i něco navíc, o čem klientka nevěděla, že by třeba mohla dostat. Musíte umět jinak poskládat procedury, poděkovat malým dárkem, nezapomenout na pěknou kytičku ve váze... A vždy dát najevo, že jste tu jen a jen pro klientku.

### Poskytujete i tělové procedury? Ve kterém ročním období jsou nejžádanější?

Zatím „jedeme“ tak, jak jsme zvyklí. Tělových procedur tolik není, převažuje péče o obličej a dekolt nebo ruce. Po květnovém otevření salónu jsem se trochu obávala, že klientky zapomenou na to, nač bývaly zvyklé, ale opak byl pravdou. Objednávaly se s nadšením a pak mi říkaly, že ony sem nechodí jen proto, aby dostaly nějakou masku a šly zase domů. Shodly se, že jim chybí naše ruce, doteky, to opravdové hýčkání, a to je pro mě osobně velké vyznamenání. Hodně vytížená bývám před plesovou sezónou, no a pak k podzimu se zase projevují problémy s příliš opálenou pokožkou, a ženy přicházejí s jediným přáním: dejte mě zase dohromady... A tělové zábaly a masáže – řekla bych, že na to dnes mají ženy málo času. Ale pro jejich kondici jsou nesmírně užitečné, a po době covidové by se patřilo na to zdravějško dbát přece jen více...

### Ceny za ošetření si stanovujete sama?

Ano, ale musím mít v patrnosti sociální status místa, kde působím, nemohu svoji práci dotovat ani ji nemístně finančně nadhodnotit. Vím, že ceny za kosmetickou péči v ČR nejsou vysoké, a hádají se spolu kvalita a zvyklosti. Vím, že nás tým GERnétic učí, abychom byly více odvážné a nebály se stanovit cenu odpovídající odvedené práci, ale to víte, odhadnout optimální cenu je asi velké umění.

### Máte doporučení, jak si uchovat optimismus a dobrou náladu?

To je jednoduché. Klientky přicházejí a sdělují: já se na vás už tak těšila! Pár slov s kouzelnou mocí. No a pak doma děti a manžel, to je přirozené.

za rozhovor poděkovala Eva Brix

# Tchibo: zaměstnanci jsou to nejdůležitější, co firma má



Martina Ježková

**Možná to nevíte, ale Tchibo je rodinná firma, která si i po více než 70 letech od svého vzniku zakládá právě na rodinném přístupu ke svým zaměstnancům. A v době krize a nejistoty posledního více než roku tento přístup obzvlášť nabral na významu. Rodinný a vstřícný způsob vedení navíc inspiruje a šíří upřímnou empatii a sounáležitost do vzájemně se podporujících aktivit, a to jak směrem od vedení k zaměstnancům, tak i opačně, a především mezi zaměstnanci navzájem. Jak se tato kultura promítla do aktivit a atmosféry ve firmě, o tom je rozhovor s HR ředitelkou společnosti Tchibo Martinou Ježkovou.**

## Jak hodnotíte uplynulý rok?

Upřímně musím říct, že loňský rok byl opravdu těžký, znamenal mnoho změn a připravil nám mnoho situací, které jsme si do té doby ani neuměli představit. O to více mě těší, že se přes všechny složitosti naší firmě daří a že se potvrdilo to, co často může vypadat jako zprofanované klišé. Tedy že zaměstnanci jsou opravdu to nejdůležitější, co firma má. Investice do vzájemné důvěry a dlouhodobě budované vztahy firma-zaměstnanci v ryzí formě vykryštalizovaly do řady podpůrných aktivit, projektů a iniciativ a úžasného nasazení zaměstnanců.

## Oč přesně se jednalo?

Především jsme se snažili ochránit jejich zdraví, vedení firmy zavádělo preventivní koronavirová opatření s předstihem, tedy dříve, než je vydala vláda. V předstihu jsme tak vyhlásili práci z domova, instalovali do kanceláří de-

zinfekci, rozdávali zaměstnancům roušky a snažili se jim zprostředkovat co nejvíce informací pro snadnější orientaci v situaci. V maximálně možné míře jsme se také snažili vyjít jim vstříc i co se týče režimových opatření a sladění pracovního a rodinného života. Umožnili jsme cesty do práce i soukromými auty, zavedli sdílená parkovací místa či propláceli parkovné u kanceláří. Především jsme ale nesnižovali mzdy a ani stavy, a to i přesto, že kamenné obchody, jeden z našich tří businessových pilířů, byly kompletně a dlouhodobě uzavřené. Nechtěli jsme naše zaměstnance existenciálně ohrozit. A také si uvědomujeme, že naši prodejci v obchodech jsou tváří firmy, a chceme, aby naše zákazníci po návratu ke kontaktnímu nakupování čekali na prodejce ta stejná tvář a se stejným úsměvem, kterou znali z doby před pandemií.

## Změnil se za ty měsíce nějak přístup ke vzdělávání a rozvoji zaměstnanců?

Samozřejmě jsme upravovali i schémata školení a zaváděli zcela nová. Zorganizovali jsme řadu online workshopů jak pro manažery, tak i řadové zaměstnance, jejichž prostřednictvím jsme jim chtěli usnadnit fungování v nestandardním režimu a adaptovat se na změny. Témata byla zaměřena nejen na pracovní oblast jako např. řízení týmů na dálku, udržení pozornosti v online prostředí, ale i na čistě soukromé záležitosti typu digitální well-being či posilování rodičovské odolnosti.

## Máte zpětnou vazbu, jak vaši pracovníci vnímají přístup firmy?

Jsem opravdu ráda, že mohu bez jakýchkoli příkras prohlásit, že naše dlouhodobá práce se zaměstnanci i ad hoc aktivity poslední doby v neskutečné míře podpořily loajalitu zaměstnanců a jejich pocit sounáležitosti s firmou. Vnímám to na všech úrovních i napříč odděleními a jsem za to opravdu ráda. Je vidět, že pokud se firma o své zaměstnance stará a zajímá, oni jí to v případě krize mnohonásobně vrátí. S úžasem jsem sledovala, jak sami zaměstnanci přicházejí s nápady na dobrovolnou charitativní činnost nebo jak kolegové z uzavřených obchodů nabídli pomoc přetížené zákaznické lince s vyřizováním zákaznických e-mailů.

## O jaké charitativní projekty přesně šlo?

Zaměstnanci obchodů v jednotlivých městech vnímali nejlépe, kde je v dané lokalitě potřeba pomoci, a za podpory vedení firmy začali iniciovat dary pro lékaře, záchranáře, policisty či pracovníky v sociálních službách v podobě kávy a kávové limonády Mazagrande, kterými jim chtěli dodat energii do další práce a poděkovat za jejich nasazení. Akce se rychle rozšířila po celé ČR i SR a zapojilo se do ní i naše





centrální oddělení společenské odpovědnosti. Nově vzniklý projekt jsme nazvali Káva pro hrdiny a společnými silami jsme od jara 2020 do jara 2021 podpořili více než 150 subjektů darováním 17 tun kávy, 27 000 plechovek Mazagrande a 31 kávovarů. Milé, a často i dojemné, reakce od obdarovaných nás utvrdily v tom, že projekt měl smysl.

#### Sounáležitost však projevila i rodina vašich majitelů...

Ano, vedení firmy v čele se synem našeho zakladatele, panem Michaellem Herzem, založili v září 2020 fond na finanční podporu rodin zaměstnanců, které se kvůli situaci související s covid-19 ocitli ve finanční nouzi. Kdokoli ze zaměstnanců ve všech zemích, jehož přímá rodina se dostane do finanční nouze, měl a má možnost získat jednorázovou finanční podporu až do výše 3000 euro. O tuto pomoc zažá-

dalo i několik zaměstnanců v České republice a již ji také obdrželi.

#### Co plánujete v nejbližší budoucnosti?

Aktuálně se snažíme v plné míře restartovat prodej v našich kamenných obchodech. Prodejci jsou vybaveni znalostmi i dovednostmi, které si oprášili a upevnili v době uzavření na řadě školení, a těší se na přímý kontakt se zákazníky. Zároveň plánujeme, s ohledem na uklidňující se situaci, návrat zaměstnanců zpět do kanceláří, nicméně nedávné období nám ukázalo, že není důležité, kde přesně zaměstnanci pracují, ale jakou mají k práci motivaci. Proto nabídneme ve vyšší míře možnost práce z domova i poté, co epidemiologická opatření nebudou tak přísná.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ■■■

**Především jsme ale nesnižovali mzdy a ani stavy, a to i přesto, že kamenné obchody, jeden z našich tří businessových pilířů, byly kompletně a dlouhodobě uzavřené.**

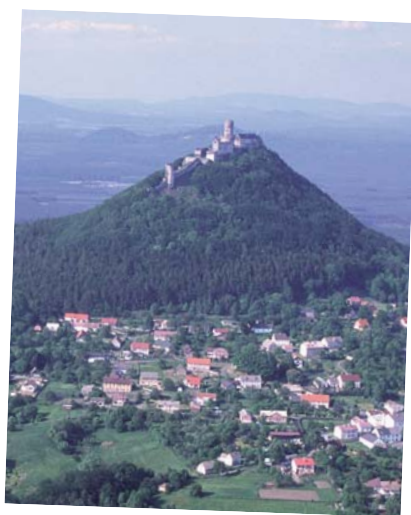
### Ohleduplnost v širším měřítku

Ohleduplně se Tchibo nechová jen k zaměstnancům, ale i k přírodě a lidem, kteří s firmou spolupracují. Velmi dbá na to, aby co možná nejvíce produktů bylo vypěstováno či vyrobeno udržitelně.

Věděli jste například, že:

- Tchibo je třetím největším prodejcem výrobků z biobavlny na světě.
- Každou vteřinu se v obchodech Tchibo podává jedna udržitelná certifikovaná káva.
- V rámci programu Tchibo Joint Forces!® již firma podpořila 42 200 pěstitelů kávy v devíti zemích.
- V roce 2020 Tchibo zrecyklovalo na výrobu svých textilních výrobků 63 miliónů PET lahví.
- Pravidelně také přináší produkty vyrobené z odpadu v mořích a oceánech – rybářských sítí a zbytků nylonu.
- Veškerý zahradní nábytek Tchibo je vyrobený ze dřeva z odpovědně obhospodařovaných lesů.
- V sortimentu firmy také nenajdete pravou kožesinu a její kožené výrobky jsou z kůže činěné bez chromu.
- Od loňského roku Tchibo nepoužívá plastové sáčky jako obal pro své textilní výrobky, které jsou nyní baleny do papírové lepenky, čímž firma každý rok sníží množství plastového odpadu o 30 miliónů sáčků.
- V obchodech Tchibo si můžete zakoupit kávu do vlastní přinesené dózy nebo si ji nechat připravit do vlastního cestovního hrnečku.

# Dovolená je tady!



**Dovolená je pro nás radost, samozřejmost i nutnost. Vždy po několika perných měsících si potřebujeme odpočinout, prohodit starosti s nicneděláním, nebo lépe, pustit je k vodě. Doslova i do písmene. Na to, jakou dovolenou si představují osobnosti české ekonomiky a společenského života, jsme se ptali před pár týdny a v minulém vydání Madam Business jsme na pěti stranách představili výsledek této ankety. Uvedli jsme, že partnerem se stala společnost Regata Čechy, a.s. Ta vlastní a provozuje dva atraktivní české hotely: Port u Máchova jezera a Horizont v Peci pod Sněžkou. Je pochopitelné, že představy o ideální dovolené zástupce této firmy více než zajímaly. Proč?**

Od konce roku 2019 do současnosti sužuje celou planetu koronavirus. Jaké důsledky to s sebou nese, ví každý velmi dobře. Prožili jsme více než rok a půl s velkými omezeními, a to jak pracovními, tak společenskými. Řada lidí si loňské léto příliš neužila, musela slevit z nároků, komfortu, představ, snů. Letadla takřka nelétala, cestovní kanceláře prodávaly zájezdy s nostalgií, strach z nemoci ovlivnil řadu rozhodnutí, kam a zda vůbec cestovat. Hodně z nás trávilo loňské léto na chatách a chalupách, doma, v přírodě, bez velkých plánů a ambicí. Hotely a penziony mohly služby nabízet, ale v podstatě jenom v létě; na podzim, v zimě a na jaře zely prázdnotou. Získaly zkušenost, již těžce nesou a ponесou. Netřeba rekapitulovat, co všechno měnilo naše rozhodnutí týkající se odpočinku, bá-

ječného lenošení i touhy po zážitcích. Kdo mohl, pracoval z domova, z podnikatelů a manažerů se stávali rodiče na druhou, učitelé, kuchaři, uklízeči. Nároky na to, jak zvládnout život, se stupňovaly. Není divu, že jsme všichni uvítali rozvolnění, jež přišla v květnu a červnu. Že již zase můžeme přemýšlet, kam letos na dovolenou, kde se zotavit, kde prožít pěkné chvíle. Většina našich odpovídajících se shodla na tom, že Čechy i Morava jsou pro příjemnou dovolenou jako stvořené, plné překrásných scenérií a nových možností k poznávání i odpočinku. Mnozí touží po klidu, intimitě, prvotřídních službách, které poskytuje ochotný a vstřícný personál. Extravagantní nároky nemá nikdo. Všichni jsou schopni ocenit laskavost, vlídnost, zájem o hosta. Také dobrou ku-

chyni a v létě vodu, ať již jako wellness, nebo venkovní koupání.

„Na odpovědi jsem byl samozřejmě zvědav, jak z lidského, tak z profesního hlediska. Mile mě až překvapila jednotná nota většiny zúčastněných – dovolená v České republice je oblíbená a žádaná. Je to pro obory hotelnictví, gastronomie a celý domácí cestovní ruch velmi povzbudivé a zároveň zavazující zjištění. Jako poděkování za čas, který oslovení ankety věnovali, jsme se v naší společnosti Regata Čechy rozhodli, že spolu s vydavateli měsíčníku Prosperita a příloh vylosujeme dvě odpovědi a jejich autory oceníme pobytem v našich hotellech. Jsou jimi **Martina Bedrnová, DS Brand Director firmy P Automobil Import s. r. o., a prof. Tomáš Zima, rektor Univerzity Karlovy**. První jmenovaná obdrží poukaz na pobyt s polopenzí pro dvě osoby na dvě noci v hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou a druhý jmenovaný poukaz na pobyt s polopenzí pro dvě osoby na dvě noci v hotelu Port na břehu Máchova jezera. Oběma oceněným přejeme, ať si pobyty v našich hotellech na horách a u vody užijí. A věřím, že si všichni ostatní čtenáři klidnou a hezkou dovolenou vychutnají,“ řekl na závěr Ilja Šedivý, předseda představenstva Regata Čechy, a.s.

za autorský tým ankety  
Eva Brixí a Pavel Kačer

# Mohou nám při hubnutí pomáhat i bylinky?

**S obezitou se potýkaly i minulé generace, ale v dnešní době začíná být nadváha velkým problémem, nad kterým se zamýšlejí nejen lékaři. Jak nahlíží na tuto otázku Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE, známá svými unikátními znalostmi bylinek?**

**Není na vině i současný příliv nových technologií, které nám po fyzické stránce usnadňují život?**

Vymoženosti, které lidem v mnoha ohledech usnadňují práci a šetří čas, nás zároveň vybízejí k pohodlnému způsobu života. To se týká i mladší generace, která má život oproti nám starším v lecčem pohodlnější, o to více bojuje s otýlostí, ke které se zároveň váže mnoho zdravotních potíží. Trpí pohybový aparát, páteř, klouby, oběhový systém, trávicí ústrojí a z toho plynou další.

**O dietách a touze zhubnout mluví převážně ženy...**

Trápí je důvody nejen zdravotní, ale i estetické, pro ženy víc než významné. Ostatně mnoho z nás zjišťuje, že nehubneme, i když změním jídelníček, začneme se víc hýbat. Důvodů je hned několik. Na prvním místě stojí hormonální rovnováha. Hormony jsou takovým hybatelem skoro všech procesů v těle, a nefungují-li vyváženě, nefunguje pak dobře ani naše tělo. Naši hormonální rovnováhu často rozkolísají různé léky, nevhodná strava s příliš velkým obsahem chemie. Problémem jsou také často líný metabolismus a líná střeva. Důvodem je málo vlákniny a chybějící střevní mikroflóra. Přesto hubnutí nemusí být velkou zátěží, chce to najít správný způsob, nastartovat vůli a obklopit se vším, co organismu prospívá.

**Ono se to lehce řekne, ale hůře dodržuje.**

Doporučuji vzít na pomoc přírodu. Celý život jsem zasvětila poznávání činnosti organismu, studiu a výrobě prostředků z bylin, které dokážou pomoci udržovat zdraví a umí nastartovat a podporovat orgány, které mají oslabenou funkci. A bylinky se dají na boj s nadváhou využít docela dobře – pomáhají vyčistit tělo, a nastolit tak zmiňovanou hormonální rovnováhu, dovedou vyčistit střeva a doplnit střevní mikroflóru, a pomocí bylinek umíme dodat tělu i různé chybějící živiny.

**Které neznámější bylinky můžeme k redukcii využít?**

Kukuřičné čnělky v podobě tinktury, tužebník, třezalku, vřes, ananas, vinnou révu, kontryhel, ostropestřec, ženšen, kopřivu, rozmarýn, pampelišku. Vezměme si třeba tužebník jilmový. Je to rostlina s potopudnými účinky, může pomoci při odstranění otoků. Pomáhá také při problémech se střevy.

Tinktura z třezalky tečkované pomáhá se zánehtlivými procesy v organismu, podporuje látkovou výměnu, zklidňuje organismus, pomáhá s problémy cévního aparátu a také v boji proti otýlosti. Prvotřídní dezinfekční prostředek s močopudným účinkem se dá připravit z vřesu obecného. Pro dobrý efekt odvodňovací se používá při otocích. Má též příznivý účinek na trávicí ústrojí. Prostředky z vinné révy působí žlučopudně, močopudně, urychlují látkovou výměnu, příznivě ovlivňují tvorbu červených a bílých krvinek, podporují trávení, nervovou soustavu a zvyšují srdeční činnost.

**Kopřiva dvoudomá se v poslední době dostává do módy...**

Prostředky z kopřivy mají mimořádné působení na lidský organismus. Chlorofyl působí tonizačně a povzbudivě na metabolismus a všechny fyziologické funkce. Lze ho vnímat jako kardiotonikum a antidiabetikum. Zvyšuje aktivitu enzymatické činnosti a zlepšuje prokrvení vnitřních orgánů. Také prostředky z květů kopřivy mají příznivý vliv na plodnost. Zpracované kořeny kopřivy ovlivňují čištění krve a jsou vhodné proti vypadávání vlasů.

Ostropestřec mariánský je rovněž velmi užitečný. Přípravky z něj mají velký význam při očištění organismu. Působí též na funkci jater, podporuje činnost žlučníku a je příčinlivý v boji s únavou a malátností. Má vliv na snižování hladiny cholesterolu v krvi a napomáhá rychlejšímu spalování tuků. Podporuje vyplavování odpadních látek z těla, zlepšuje chod metabolismu.

Nesmíme zapomenout na pampelišku. Prostředky z ní zhotovené podporují trávení, a hlavně látkovou výměnu. Dále funkci žlučníku a jater. Jako mírné tonikum povzbuzuje celý organismus. Byl dokázán vliv na vstřebávání otoků nejrůznějšího původu. Další rostlinkou, k níž bych ráda obrátila pozornost, je rozmarýna lékařská. Obsahuje mnoho anti-oxidačních látek, které vyplavují z těla volné radikály, a má protizánětlivé působení. Zároveň je bohatým zdrojem lipázy – enzymu zodpovědného za rozklad tukových molekul. Rozmarýna je tvořena vlákninou, která zabraňuje vstřebávání tuků a prodlužuje pocit sytosti po jídle. Snižuje hladinu cukru v krvi a chrání organismus před metabolickými poruchami.

A zmíním ještě ananas. Zralé plodenství obsahuje též proteolytický enzym bromelin, který se využívá při léčbě nejrůznějších poruch trávení a jako prostředek zlepšující absorpci živin z potravy. Široké uplatnění též nachází při léčbě pooperačních otoků, abscesů a hematomů. Spojením účinků ananasu, vinné révy a mořských řas vznikl prostředek zvaný Brodecký redukční ortislim, který je při zvládání otýlosti hodně využíván.

Bylinky za vás nezhubnou, ale mohou pomoci. Kombinací různých prostředků z nich, a s přihlédnutím k dalším zdravotním problémům organismu, si sami můžeme sestavit a vybrat účinnou sestavu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Mgr. Jarmila Podhorná

**Myslíte, že lze doporučit také ženšen?**

Patří mezi nejlepší adaptogeny a harmonizéry. Prostředky z něj zlepšují látkovou výměnu, snižují hladinu krevního cukru, stimulují výkonnost centrální nervové soustavy a žláz s vnitřní sekrecí. Jsou to posilující prostředky při celkově nepříznivém zdravotním stavu. Tinktura z čnělek kukuřice je silně močopudná, působí proti obezitě. Působí též žlučopudně a snižuje hladinu krevního cukru. Jelikož vyplavuje soli z těla, je vhodná při zvládání dny a revmatu. Významným je kontryhel žluťozelený, zejména ve spojitosti s ženským organismem. Působí příznivě na zažívací ústrojí a zklidňuje psychiku. Ulevuje při problémech se zadržováním vody, zlepšuje metabolické pochody a čistí tělo.

# Živnostníci balancují na hraně chudoby

Pandemie, trvající už druhý rok, ohrožuje nejen fyzické a duševní, ale i společenské a ekonomické zdraví společnosti. Jako každá krize dopadá nejtvrději na sociálně slabé, rodiny s nízkými příjmy a osoby pracující na dohodu nebo živnostenský list. Průzkum Centra pro společenské otázky upozornil na velmi alarmující věci. O tom jsme hovořili s Lucií Trlifajovou, vedoucí výzkumného týmu SPOT.



Lucie Trlifajová

foto Lucie Levá

**Proč vzniklo Centrum pro společenské otázky? Reagovali jste na naléhavou potřebu upozornit na neřešené problémy ve společnosti, nebo byl motiv jiný?**

SPOT jsme založili přesně před deseti lety, tedy v roce 2011. Naším cílem bylo podpořit výzkum v oblasti společenských věd a k tomu poskytnout poradenskou činnost v sociálních otázkách v kombinaci s tématy městského rozvoje a soužití. V posledních letech se intenzivně věnujeme především tématům trhu práce, nerovností a sociální ochrany. Reagujeme tak na poptávku po výzkumu, v oblastech, kde je potřeba takzvané vyplnit díru na trhu. Více k aktuálním výstupům lze najít na webu [centrumspot.cz](http://centrumspot.cz).

**V poslední době se zabýváte dopady pandemie zejména na nejcitlivější vrstvy ve společnosti. Co vaše průzkumy ukázaly a do jaké míry vás překvapily?**

Naše analýzy ukazují na dlouhodobý trend, a to postupné omezování sociální ochrany pro nejvíce zranitelné skupiny. A to paradoxně i v době ekonomického poklesu. Jako příklad

můžeme uvést příspěvek na bydlení. Nic na této plíživé regulaci nemění ani valorizace některých dávek navýšením životního minima, neboť částky sociální podpory jsou pořád velmi nízké. Systému totiž stále dominuje logika kontroly před ochranou a podporou nejzranitelnějších skupin.

Vedle toho se v našich analýzách čím dál častěji objevuje nová skupiny zranitelných osob, která ale na podporu od státu většinou nedosáhne. Velmi často není v kontaktu s žádnými sociálními službami, často ani sebe sama nevnímá jako zranitelnou. Jde o lidi, kteří pracují v různých nejistých, prekérních pracích – tedy na dohody, živnostenský list, ale nemají vysoké výdělky, nebo mají naopak vysoké náklady, zejména ve spojitosti s bydlením. Vzhledem k charakteru práce mohou tito pracovníci přijít o živobytí de facto ze dne na den, jak bohužel ukázala koronavirová krize. Podpora, která se pro tuto skupinu narychlo vloni vymýšlela, přišla navíc se zpožděním a v nízké míře. Tato skupina, zdá se, nepropadla na úplné dno chudoby, ale balancuje na její hraně, navíc žije po měsíce v chronické finanční nejistotě. Příklad „neúspěšných“ kompenzací odkryl systémové nedostatky v podobě nízkých mezd, nejistých

úvazků, rostoucích cen bydlení a obecně nedostatečné finanční podpory rodin.

**Dostávají vaše data odpovědné úřady a další instituce? K čemu slouží, jak se s nimi dále nakládá?**

Některé naše analýzy cílí svými výstupy na širou veřejnost s cílem vnést do veřejné debaty nové perspektivy. Zejména ve vztahu k vnímání práce jako takové, roli sociální ochrany, zkušenostem lidí v nejistém postavení na trhu práce apod. Zjištění některých našich jiných výzkumů přímo směřuje ke sdílení s veřejnými institucemi na úrovni obcí, tak ale i na úrovni konkrétních sekcí rezortu práce a sociálních věcí. Spolupracujeme rovněž s Agenturou pro sociální začleňování. V tomto případě jde v poslední době zejména o výstupy projektu Dobrá práce v obci, kde jsme zkoumali, jak nejlépe nastavit podporu pro dlouhodobě nebo opakovaně nezaměstnané, aby se zlepšilo jejich postavení na trhu práce.

**Jak se dělá takový výzkum, co předurčuje zvolenou problematiku, jaká úskalí a benefity přináší?**

Nevidím v tom specifika v porovnání s jinými výzkumy. Pracujeme jak s kvantitativními, tak kvalitativními daty. Využíváme výhod, v čem se vzájemně doplňují. Děláme rozhovory v terénu, analyzujeme nastavení politik, zejména sociálních politik, sesbírání data interpretujeme a porovnáváme s výstupy jiných výzkumů u nás i v zahraničí. Specifické pro nás je snad jen to, že více reflektujeme mocenské nerovnosti dopadající na lidi, s nimiž se v terénu setkáváme. Ale i to by mělo být součástí každého výzkumu. Jako náročné vidím, jak silně je tato problematika ovlivněna předsudky, především vůči menšinám a sociálně slabým lidem. Tato apriorní skepse vůči potřebě sociální ochrany nebo důstojného příjmu limituje možnost vůbec se bavit o příčinách a případných řešeních systémových problémů.

**Ovlivnila vás práce v Centru pro společenské otázky? A proč jste si vybrala právě ji?**

Pohybuji se na hraně mezi akademickým a aplikovaným výzkumem řadu let. Práce ve SPOTu mě ale určitě poznamenala v tom smyslu, že více než kdy dříve přemýšlím o možnostech zapojení širších skupin osob do výzkumu, tak, aby se i ony mohly podílet na formulaci svých zkušeností a potřeb.

ptal se Pavel Kačer

# ČPP: Nová zdravotní asistence po telefonu

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group od června nabízí svým klientům novou asistenční službu ke smlouvám životního pojištění. Zdravotní a sociální infolinka funguje nonstop a může ji neomezeně využívat pojištěný a až pět blízkých osob – třeba dcera, tatínek, babička, sestra i životní partner. Cena je 89 Kč za měsíc, bez ohledu na realizovaný počet hovorů.

Tvrdá konkurence na trhu životního pojištění a složité pandemické období nutí pojišťovny pravidelně inovovat své pojistné produkty. Klienti jsou čím dál náročnější a pojišťovny, které chtějí své klienty zaujmout, musejí přinášet nová vylepšení. ČPP od letošního června nabízí u svého pojištění NEON další novinky a výhody.

Pojištění NEON cílí od počátku na krytí nejvýznamnějších pojistných rizik, jako jsou vznik invalidity v důsledku nemoci i úrazu, trvalé následky po úraze, a samozřejmě i smrt. Od června je toto pojištění rozšířené o novou telefonickou asistenční službu – zdravotní a sociální infolinku ČPP Pomoc. „Novinka zahrnuje tři dílčí služby. Jsou to rychlé zdravotní informace, lékař na telefonu a rychlé sociální infor-

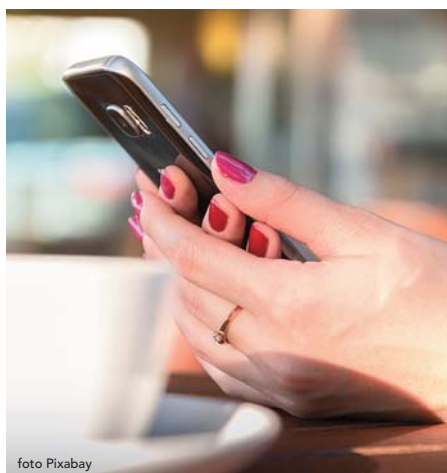


foto Pixabay

mace,“ uvedla Jitka Volná, manažerka odboru vývoje životního pojištění. Jde o spolehlivý zdroj informací, který lidem ušetří čas při hledání odpovědi na případné dotazy na internetu. Tam totiž nikdy není jistota, že nalezené informace jsou skutečně pravdivé.

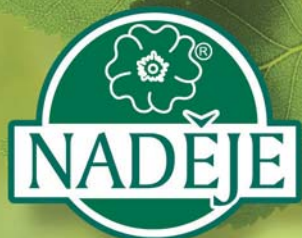
„Velmi cenné jsou také konzultace s lékaři. Ti poskytnou volajícímu například vysvětlení nálezu z odborných vyšetření nebo jaké jsou možnosti alternativních léků. Součástí asis-

tenčních služeb je i poradna pro těhotné ženy a matky po porodu, poskytnutí informace o nárocích z veřejného zdravotního pojištění i informace o nárocích z důchodového pojištění. Kromě toho se zájemce dozví vše o sociálních dávkách, včetně mimořádného zvýhodnění určeného zdravotně postiženým osobám,“ doplnila Jitka Volná.

Telefonická asistenční služba stojí 89 korun měsíčně a využití, tedy počet telefonických hovorů, není nijak limitováno. Služba funguje nepřetržitě a v rámci smlouvy ji může využívat nejen sama pojištěná osoba, ale dalších pět blízkých osob. Je možné zde získat také informace o tom, jak postupovat při úmrtí rodinného příslušníka a nechybějí ani rady ohledně dědického řízení.

Novinek je však u pojištění NEON více. Například u vhodných připojištění se doba pojistného krytí prodlužuje až do věku 85 let. Pojištění reaguje také na loňský rok, kdy v Česku vzrostl počet vydaných neschopenek o více než 10 %. S pracovní neschopností jde ruku v ruce obvykle i pokles příjmu, což může být pro nejednu rodinu velice problematické. Proto ČPP nově rozšířila pojištění pracovní neschopnosti o variantu plnění zpětně od prvního dne nemoci. (tz)

INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

## BYLINKY JAKO POMOC PŘI HUBNUTÍ



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](http://www.nadeje-byliny.eu)

[bylinnyherbar.cz](http://bylinnyherbar.cz)

Doplňek stravy

# Již 14. ročník Ocenění Českých Podnikatelek má rekordní počet účastnic



BUDUJEME  
HRDÉ  
ČESKO

OCENĚNÍ  
ČESKÝCH  
PODNIKATELEK

**Projekt Ocenění Českých Podnikatelek prozradí již počtrnácté jména úspěšných podnikatelek, kterým se i v dnešní nelehké době daří rozvíjet své firmy. Vítězky vzejdou z rekordního počtu žen, semifinalistek je letos nejvíce od začátku projektu. Dvě kategorie jsou úplnou novinkou – Cena odpovědného podnikání pod patronací Vodafone Czech Republic a Cena Pro Výrobní Podnik V Rukách České Ženy pod patronací Atelier-S.**

Patronkou 14. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek je Kateřina Kadlecová, generální ředitelka společnosti USSPA. Záštitu letošního ročníku udělilo Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Kromě začlenění nových kategorií došlo i k jedné významné změně v pravidlech. Nově se může soutěže zúčastnit vítězka už po dvou letech od svého předchozího vítězství, nikoli až po čtyřech ročnících.

## Ženy zvládly tíhu odpovědnosti

„Vnímám jako velmi důležité zejména v této době zdůraznit a ocenit úspěchy českých podnikatelek, kterým se i přes abnormální podmínky a neuvěřitelné překážky daří jít stále dál, rozvíjet své firmy, starat se o své zaměstnance. Je nutné ocenit jejich usilovnou pili a nezlomnou vytrvalost a zároveň vyzdvihnout jejich morální, sociální a ekonomický přínos. To vše s ohledem na to, že současná doba spojená s pandemií na ně v mnoha případech opravdu naložila velkou tíhu zodpovědnosti,“ řekla zakladatelka OCP a Podnikatelské platformy Helas – Budujeme hrdé Česko Helena Kohoutová. „Kromě starosti o vlastní business, o to, jak bude fungovat v tomto turbulentním období, se tyto ženy musely ve větší míře věnovat i péči o domácnost, mnohdy i v roli učitelky převzít odpovědnost za vzdělávání svých dětí. Proto mám velkou radost z toho, že letos budou vítězky vybrány z největšího počtu podnikatelek, které vyhovely kritériím, v historii celé soutěže,“ doplnila Helena Kohoutová. Neméně důležitým aspektem je podle ní i vzájemné propojení těchto podnikatelek s dalšími leadery v podobě českých firem, které jsou důvěryhodnými klienty i dodavateli. „Členové podnikatelské platformy, kterou Agentura He-

las vytváří již od roku 1997, jsou české podnikatelky, podnikatelé, manažerky a manažeři firem. Jsou to zajímavé, nezávislé, inovativní, spolehlivé osobnosti, a především: nevzdávají si se. Spolu mají vzácnou možnost vytvořit si vlastní společné mikroklima, kde se dobré české firmy vzájemně podrží. Propojí se, najdou nové zdroje, kontakty, příležitosti i inspiraci a úlevu v pocitu, že nejsou sami,“ dodala Helena Kohoutová.

Vítězky vzejdou z 25 760 kandidátek, které vyhovely kritériím soutěže a z nichž odborný garant, společnost CRIF – Czech Credit Bureau, nominoval 2455 semifinalistek. 599 z nich se nominace dočkalo poprvé v historii soutěže.

## Životní zkušenosti hrají prim

Nejvíce letošních semifinalistek (44 %) začalo podnikat v období, kdy jim bylo 31 až 40 let. „Je pravděpodobné, že nejdříve sbíraly cenné zkušenosti, které pak využily při rozjezdu vlastních podnikatelských aktivit, což je určité rozumné. Nejvíce z nich (39 %) podniká v Praze a četné zastoupení mají rovněž podnikatelky z Jihomoravského a Středočeského kraje,“ popsal místopředseda představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau Pavel Finger. „Z celkového počtu společností ve výlučném vlastnictví žen, které se letos dostaly do závěru soutěže, jich téměř třetina (32 %) působí na trhu 10–15 let. To vše vypovídá o tom, že úspěšné podnikatelky dnes můžeme hledat především mezi ženami, které začínají podnikat ve středních letech a jež mají určité životní zkušenosti, které dobře zúročují ve svém businessu. Vítám rovněž skutečnost, že téměř čtvrtina podnikatelek byla do letošní soutěže nominována vůbec poprvé za období jejího konání,“ komentoval Pavel Finger. „Každý, kdo má odvahu podnikat, si zaslouží uznání. Nemyslím si, že ženy mají v tomto a priori těžší pozici, ale mají ji specifickou, což ještě více zdůraznila doba pandemie, která dala pojmu skloubení mateřských a pracovních povinností zcela nový rozměr. Ocenění těch nejúspěšnějších znamená ukázat příklady, že to celé snažení dává smysl. Jejich příběhy jsou motivací a povzbuzením pro ostatní,“ sdělila patronka letošního ročníku Kateřina Kadlecová, CEO společnosti USSPA.

Záštitu letošního ročníku udělilo Ministerstvo průmyslu a obchodu. „Rok 2020 a také první polovina roku letošního představuje zkoušku pro všechny, a pro podnikatelky to platí o to víc, protože práci musely skloubit s péčí a vzděláváním dětí, které zůstaly doma. Nejen za to si podnikavé ženy zaslouhují respekt a uznání. Na MPO jsme i na ně mysleli, mimo jiné jsme tak připravili ošetrovné pro OSVČ a podnikatelky mohly využít i další kompenzační programy,“ poznamenal vice-

premiér a ministr průmyslu, obchodu a dopravy Karel Havlíček.

Podle ministra pokračuje MPO bez ohledu na covid také ve snaze odbourat byrokracii a plnit opatření ze Živnostenského balíčku. „Děláme celou řadu dalších věcí pro to, abychom ženám – podnikatelkám pomohli a usnadnili život. Rozhodně si to zaslouží,“ řekl.

Generální partner projektu, ČSOB, udělí i letos cenu v kategorii Výjimečná podnikatelka. „Za každým podnikáním se skrývá silný osobní i pracovní příběh. V minulosti jsme oceňovali dámy – podnikatelky, které se dokázaly vydat netradiční cestou, dokázaly vybočit, dělat věci jinak či prokázaly vysokou míru odvahy, a staly se tak inspirací pro ostatní. Loňský rok byl pro řadu firem velkou zkouškou a zároveň ukázal, že štěstí a úspěch přeje připraveným. Právě takovou by se měla stát vítězka v kategorii Výjimečná podnikatelka,“ vysvětlil Pavel Prokop, výkonný ředitel Firemního bankovníctví ČSOB.

## Společenská odpovědnost a #holkazfabriky

Pod patronací společnosti Vodafone Czech Republic, která je jedním z hlavních partnerů projektu, bude historicky poprvé udělena Cena odpovědného podnikání. „Podnikatelky letos nově ohodnotíme i z hlediska toho, jak odpovědně ke svému podnikání přistupují. Porota se v této kategorii podívá na dopady přihlášených podnikatelských aktivit na životní prostředí, ale i na to, jak podnikatelky a jejich firmy dbají na péči a rozvoj svých zaměstnanců a zda pozitivně přispívají ke komunitě, ve které žijí,“ poznamenala k nové kategorii Zuzana Holá, ředitelka komunikace a udržitelného podnikání Vodafone Czech Republic. Novým hlavním partnerem letošního ročníku a zároveň i patronem nové kategorie Cena pro výrobní podnik v rukách české ženy se stal Atelier-S. Tato kategorie si s sebou nese jako jediná samostatný hashtag #holkazfabriky. „Jsme nábytkáři, a naše odvětví je právě takovou tradiční výrobou, ovlivněnou zapojením moderních technologií. Fandím všem, kteří podnikají, a pochopitelně i ženám. Proto se mi líbí Ocenění Českých Podnikatelek, zviditelňuje firmy, které vlastní a řídí ženy. Budu rád, když naše cena pomůže podpoře české výrobní firmy, protože si všichni nyní procházíme krizí způsobenou covidem. Věřím, že to holky ve fabrikách potěší,“ uvedl Petr Šrámek, majitel společnosti Atelier-S, který sám podniká již přes 30 let.

## Nechybějí ceny za digitální transformaci a inovace

O tom, která z dam letos získá Cenu za digitální transformaci, letos rozhodnou představitelé hlavních partnerů OCP, společností Mic-

rosoft a DAQUAS. „Podnikatelky a podnikatelé se během pandemie dostali do situace, kdy museli velmi rychle řešit implementaci nových technologií, aby byli schopni udržet svoji firmu v chodu. Tento první krok se většinou povedl. Nyní je ale potřeba vyřešit další kroky a odpovědět si na otázky, zda tyto technologie zajišťují maximální zabezpečení dat, naplňují potřeby firmy, umožňují napojení na ostatní systémy a procesy, a hlavně zda pomáhají podniku růst. Společnost Microsoft a její partneři budou českým firmám pomáhat s těmito kroky a s budováním digitální kultury v režimu hybridní práce, kdy část pracovníků je fyzicky v kanceláři a část mimo kancelář,“ popsal Partner Business & Development Lead, Microsoft Jakub Mádle.

„Na úspěšných podnikatelkách je úžasná schopnost uvěřit, že každý problém, který se jim připlete do cesty, má nějaké řešení. Ta víra je totiž nezbytná pro to, aby to řešení nakonec dokázaly najít. My už budeme hledat jen to nejkreativnější a nejpřínosnější řešení, které vzniklo s podporou moderního IT. A všimnout si, zda při tom také došlo na práci s uživateli, aby je dokázali bez stresu a smysluplně využít, a na zajištění bezpečnosti dat,“ doplnila Darina Vodrážková, Strategy Lead společnosti DAQUAS, s.r.o.

Cena za inovativní řešení bude předána pod patronací Generali Česká pojišťovna, která je také hlavním partnerem projektu. „Vítězkou ceny GČP za inovaci se pro rok 2021 stane úspěšná žena podnikatelka, která dobu, jež většinu firem a lidí zmrazila, využila k inovaci takových rozměrů, že pomohla nejenom svojí firmě, ale hlavně ostatním,“ prozradila Šárka Dolanská, regionální ředitelka Praha 2, Generali Česká Distribuce a.s., dceřiná společnost Generali České pojišťovny a.s. Auditorem letošního ročníku Ocenění Českých Podnikatelek je společnost ESOP. „Situace na trhu v oblasti účetnictví a daní se výrazně změnila. V oblasti daňové nám k běžným – řádným záležitostem přibýlo ještě mnoho mimořádných, daných různými opatřeními a podporami v souvislosti s pandemií. Nehledě na skutečnost, že omezené přístupy v komunikaci a nemocnost zavinily zpoždění, a teď máme velmi stresující období do 1. července, kdy jako daňoví poradci podáváme daňová příznání k daní z příjmů a auditním klientům ověřujeme závěrky. V této situaci nám čím dále více pomáhá digitalizace a moderní formy online komunikace. Zjišťujeme, že nám šetří čas pro naši odbornou práci,“ nastínila Daniela Burianová, auditor a daňový poradce společnosti ESOP účetní a daňová kancelář. „Pracujeme pro řadu rodinných firem, které pokud nebyly v oblasti uzavřených profesí a pandemií, prošly většinou s dobrými výsledky. Dále pracujeme pro řadu neziskových organizací, například v oblasti školství a sociálních služeb, které za sebou mají velmi náročné období, a my jsme toto s nimi právě v oblasti

zajišťování podkladů pro jejich financování sdíleli,“ doplnila Daniela Burianová.

### Vyhlášení bude na podzim

Podnikatelky se mohou do letošního ročníku hlásit do 29. září 2021. Vyhlašeni vítězů proběhne na přelomu listopadu a prosince. „Ráda bych na tomto místě vyzvala všechny ženy, které vyhovely kritériím soutěže, aby využily šance a do projektu Ocenění Českých Podnikatelek se přihlášily. Máte za sebou těžký rok, ve kterém jste se musely věnovat nejen rozvoji svého podnikání, ale také se vypořádat se všemi složitostmi, které covid-19 nám, podnikatelkám, přinesl. A to si zaslouží velké ocenění,“ uzavřela Helena Kohoutová.

Do Ocenění Českých Podnikatelek – OCP se mohou podnikatelky přihlásit na doporučení odborného garanta CRIF – Czech Credit Bureau, který jejich firmu vybral na základě analýzy,



foto Kateřina Šimková

v níž se mimo jiné zohledňuje i dostupnost účetních závěrek za roky 2017–2019, minimální roční obrát firem od deseti miliónů Kč (tržby roku 2019) a hodnocení iRating ve stupních 1–11. Splňovat musí pravidlo 100% vlastnictví a českého občanství. Doba podnikání musí být minimálně čtyři roky.

### Soutěžní kategorie:

#### ● Česká podnikatelka, která podnik vlastní a řídí

Udělují se ceny za první až třetí místo v podkategoriích Malá společnost (roční obrát 10–30 miliónů Kč), Střední společnost (roční obrát 30–80 miliónů Kč) a Velká společnost (roční obrát 80 miliónů Kč a více).

#### ● Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka

Zde se hodnotí výjimečná podnikatelka bez ohledu na počet zaměstnanců, její vliv na obo-

hacení trhu nebo společnosti a další aspekty její činnosti. Uděluje se jedna cena.

#### ● Cena odpovědného podnikání – pod patronací Vodafone Czech Republic

Firma oceněná v této kategorii splňuje kritéria soutěže a je hodnocena z pohledu odpovědného přístupu k podnikání. Tím je míněno dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do firemní strategie i každodenních firemních aktivit. Jde o zohledňování dopadů podnikání na životní prostředí a o vytváření společenských a sociálních inovací a změn, které zkvalitňují život lidí, zlepšují veřejný prostor nebo propojují firmy a komunity k veřejnému prospěchu. Uděluje se jedna cena.

#### ● Cena pro výrobní podnik v rukách české ženy – pod patronací Atelier-S

Firma oceněná v této kategorii splňuje kritéria soutěže a je určena pro ženy, které vlastní a vedou výrobní závod v klasických odvětvích řemesel a průmyslu. Kategorie má vlastní hashtag #holkazfabriky.

#### ● Cena za výjimečný růst firmy

Zde se hodnotí řízený výjimečný růst činnosti firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které se firma nachází. Uděluje se jedna cena.

#### ● Cena za inovativní řešení – pod patronací Generali České pojišťovny

Zde se hodnotí inovativní přístup firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které se firma nachází. Uděluje se jedna cena.

#### ● Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft a DAQUAS

V rámci této kategorie hledají vyhlašovatelé příklady toho, jak české firmy pomocí moderních technologií zlepšily své podnikání v různých oblastech. Například, jak díky moderním technologiím lépe a efektivněji oslovují své zákazníky nebo dávají svým zaměstnancům prostor pro hledání vlastních cest k dosažení cílů a umožňují jim lépe sladit pracovní a osobní život. Nebo jak zlepšují své procesy a provoz (od výroby přes logistiku a administrativu až po marketing), či díky moderním technologiím inovují nebo vytváří zcela nové produkty a služby. Uděluje se jedna cena.

Projekt Ocenění Českých Podnikatelek – OCP podporuje české podnikatelky, oceňuje jejich projekty, inovace, ekonomický růst, osobní přístup, společenský dopad a kultivaci podnikatelského prostředí. Již od roku 2008 poukazuje na společenskou odpovědnost drženou v rukou českých žen a pomáhá budovat hrdé Česko. Podnikatelkám přináší nové zkušenosti a inspiraci, a nabízí příležitost získat nový náhled, a ještě větší uspokojení z podnikání. (tz)

[www.oceneniceskychpodnikatelek.cz](http://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz)

# Maják+ je komplexní balíček konzultací a asistencí pro 50+

Kooperativa už delší dobu vnímá potřebu rozšířit nabídku životního pojištění o nové služby vhodné především pro stárnoucí českou populaci. Proto připravila – po spuštění infolinky Maják v loňském roce – novou konzultační a asistenční službu Maják+. Samozřejmě ji mohou využívat i mladí klienti, ale přednostně cílí, s ohledem na potřeby a obvyklou životní situaci, na lidi ve věku 50+. Kromě odborných zdravotních, sociálních, právních, ale i třeba IT konzultací totiž nabízí i zásahy a fyzickou pomoc v domácnosti při situacích, které mohou člověka přivést do tíživé situace.

„Maják+ je unikátní kombinací služeb, které jsou cennou pomocí v několika oblastech života. Nabízí možnost konzultací s odborníky, pokud má klient zdravotní nebo sociální problémy, pokud řeší nějaký právní spor, pokud na něj dolehly starosti a začíná mít psychické potíže nebo si jen neví rady s nastave-

ním nové tiskárny a potřebuje IT pomoc, kterou dříve běžně mával k dispozici v práci. Někdo kromě konzultací s odborníky zase ocení pomoc v podobě rychlého vyslání řemeslníka v případě havarijní situace v nepojištěné domácnosti nebo pomoc kutilského rázu při náhlé údržbě domácnosti – prostě služby Hodinového manžela,“ představil novinku šéf projektu zaměřeného na starší klienty v Kooperativě Ondřej Poul. Využití balíčku je tedy variabilní a každý má



možnost vybrat si takovou pomoc, kterou v dané situaci právě potřebuje. Velkou výhodou asistencí Maják+ je, že kromě pojištěného, který si je sjednal, je mohou využívat i jeho blízcí. Jak vysvětluje Ondřej Poul:

„Typicky si Maják+ může sjednat i klient ve středním věku a využívat ho pro sebe, své rostoucí děti, ale také pro stárnoucí rodiče, kteří se na něj začínají obracet s prosbami o pomoc ve věcech, které už sami nezvládají. Žijeme v době, kdy to k sobě příbuzní mají i stovky kilometrů daleko – a i v takových situacích chceme být našim klientům nápomocni. A to i v případech, kdy našťásti ani nedošlo k nějaké vážné komplikaci, se kterou jsme zvyklí pomoci pojišťovny ze životního pojištění spojit.“

Maják+ ušetří klientům mnoho času i starostí, dává záruku správných a aktuálních odpovědí v mnoha oblastech problematiky i záruku vyslání osvědčeného řemeslníka. To vše na jediném čísle, na které se klienti dovolají non-stop. (tz)



## Fejeton

### Co nosíme v srdci

Paměť si s námi rozmarně zahrává. Kam jsem před chvílí odložil šálek kávy, nevím. Ale co se mi stalo v dětství, se mi připomíná se samozřejmou jistotou. Stárnoucí člověk proto tak rád nahlíží do minulosti, vzpomíná si na zašlé časy, lidi a události, často o nich hovoří, protože se mu vynořují v jasném světle. A samozřejmě ve zidealizované podobě. Z temnoty dávná se pojednou připomínají i skutky, jež měly být dávno zapomenuty. Jsou rovněž takové, které bychom nejráději nevytahovali na světlo boží, protože i po letech dokážou zranit nebo znepokojit mysl.

Nad některými vzpomínkami a myšlenkami zůstává rozum stát. Proč jsem nikdy nezapomněl na první film, který jsem co by prvníáček viděl v našem starém kině? Tehdy mi zdaleka nebylo deset, abych měl právo sledovat projekci pro dospělé. Ale starší bratranec mne do hlediště propašoval tajně, a tím mi daroval zážitek doslova na celý život. Film se jmenoval Zákon je zákon. Kromě názvu mi ale už dávno neříkal vůbec nic. Šedesát let byl někde zakousnutý jako brouk v hlavě. Občas se připomněl. Věděl jsem, že můj první film pro dospělé se jmenoval... Nedávno jsem chtěl tuto kapitolu definitivně uzavřít. Zjistit, co to vlastně bylo zač a pak tenhle případ prostě odložit ad acta. Půjdu na to chytře, na výši doby. Poradím s internetem.

Otevřel jsem Československou filmovou databázi, a ejhle! Zákon je zákon tam znají, dokonce přidají i plakát a krátký komentář. Teď už tedy vím, že jde o francouzsko-italskou veselohru s tehdy velmi populárními komiky Fernandem a Totó, kteří si zahráli úlohu celníka a pašeráka.

V hlavě mi začala blikat červená žárovka. Jakési nejasné obrysy příběhu o člověku, který se narodil v kuchyni, již rozdělovala státní hranice, pomalu lezly ven. Navnaděn úspěchem jsem chtěl poznat víc. Opět pomohla internetová stránka, kde jsou uložena nová i stará videa. Nemusel jsem pátrat dlouho, snímek z roku 1958 tam byl připraven ke zhlédnutí. Představení, které jsem prožíval před šesti desítkami let, mohlo znovu začít. V originálním francouzském znění, bez titulků, ale od prvního záběru až po poslední. Sláva, konečně mám jasno. Zákon je zákon není jen moje blouznivá chiméra, kterou jsem od dětství nosil v hlavě, je to fakt.

Když jsem to vyprávěl sestře, která strávila kus svého života ve Filmovém ústavu, zabrnkal jsem u ní na sladkou strunu dávných vzpomínek. Chodili jsme totiž do stejného kina, kde vládl železnou rukou pan ředitel Šeda. Pojal tu to instituci jako maloměstský chrám kultury. Dovnitř vpustil jen diváky, kteří byli na událost náležitě připraveni. Čisté oblečení, vymydlení a kteří povinně odložili kabáty v šatně. Biograf tehdy nejen bavil, on vychovával, vytvářel nového člověka vhodného pro příští společnost. Sestra Lilka s dojetím zavzpomínala, jak se s kamarádkou jako jediné ve městě staly členkami Klubu sovětského filmu. Neopomněly se

dostavit na žádnou projekci. Diváci se na filmy ze země sovětů, jako byly Paprsky inženýra Garina nebo Člověk obojživelník, zrovna nehrnuli. Promítat se však muselo, byť se do kinosálu dostavil pouze jediný divák. Ředitel Šeda dívky marně přemlouval, aby šly domů, že snímek nestojí za to, aby jim ubral dvě hodiny drahocenného času. Nenechaly se odradit, stály neochvějně na svém. S blaženým vědomím, že prosadily svou, přestály nejprve, ještě při zataženém plátně, uvítací píseň Kukurukukú s Kučerovci, poté aktuální filmový týdeník, a nakonec hlavní část programu, film A jitra jsou zde tichá, tematicky čerpající z Velké vlastenecké války.

Někdo by řekl, že v hlavě nosíme hodně smetí, jež nám není k ničemu. Že naše srdce jsou podvědomě obtěžkána událostmi, myšlenkami a city, které tam nepatří. Mýlí se. Nic se neděje náhodou, vše má svůj smysl.

Známa duchovní praktika si pokládá do nitra otázku Kdo jsem já? Nemusíme být bytostmi hledající existenci v transcendentální, obcujícími s anděly, bloudícími v astrálu. Stačí být obyčejným člověkem, jenž se zamýšlí nad svým osudem, jeho počátkem a dalším směřováním. Ty zdánlivě nesmyslné myšlenky, které nám vytanou v hlavě, jsou stejně relevantní jako naše jméno, podoba nebo profesní kariéra. Někakým způsobem nás charakterizují a dotvářejí, ať se nám to líbí, nebo nikoli. Proto si je hýčkám a příkládám jim nemenší důležitost. Jsou součástí našeho bytí, dávají životu smysl, a někdy nás i příjemně překvapí.

Pavel Kačer

# Zájem o léčivky u nás roste

**Zájem o léčivky v posledních letech v České republice roste a covidová pandemie tento dlouhodobý trend ještě přizivila. Odráží se to na rozloze osázených ploch, ale v současné době i na nedostatku semen. Velmi populární jsou bylinné čajové směsi, které ovlivňují horní cesty dýchací, působí proti horečce, dezinfikují organismus a mají vliv na posílení imunity.**

„Podle posledních zpráv byl letos zájem o osivo minimálně třikrát větší ve srovnání s minulými léty. Totéž se bude týkat sadby. Bylinami se budou ve větší míře osazovat terasy, balkony i okenní parapety,“ uvedla Helena Pluháčková z Agronomické fakulty MENDELU. Důvody rostoucího zájmu jsou podle ní návrat k přírodě, pandemie a časové možnosti pěstitelů. „Ostatně jsme národ zahrádkářů,“ dodala vědkyně.

Celou skupinu léčivých, aromatických a kořeninových rostlin (LAKR) lze rozdělit na několik podskupin podle plochy. S rozlohou nad 1000 ha se u nás pěstují pouze kmín kořený a ostropestřec mariánský. Na stovkách hektarů pak jitrocel kopinatý, fenykl obecný, koriandr setý, a překvapivě také pískavice řecké seno. Na plochách kolem 10 ha dominují máta, měsíček, leuzea saflorová, sléz, kopr. „Rostoucí plochu v průběhu posledních pěti let vykazují jitrocel kopinatý, leuzea saflorová a již zmíněná pískavice,“ uvedla Helena Pluháčková. Pomineme-li kmín a ostropestřec, tak zatímco ještě v roce 2016 se u nás léčivky pěstovaly na ploše asi 280 hektarů, v roce 2019 to bylo už 630 hektarů a loni vzhledem k suchu došlo k mírnému poklesu na 540 hektarů. Pro pěstování léčivek jsou podle Heleny Pluháčkové v ČR ideální podmínky. V Česku se používá na 300 druhů léčivých rostlin, z toho zhruba 70 se dá nasbírat ve volné přírodě a asi 30 druhů s úspěchem přímo pěstovat v našich podmínkách. „Zájem je o trpátku nachovou, černý bez, lípu, mátu peprnou, heřmánek, tymián, šalvěj, majoránku, lékořici, materídoušku, levanduli apod. Velmi důležitým předpokladem pro užívání léčivých rostlin je poznávání jednotlivých druhů, respektování rozdílů mezi odrůdami, což vyžaduje v podstatě nutnost neustále se v tomto oboru vzdělávat,“ uvedla.

Každá doba má podle ní své staromilce, kteří se vracejí například k přírodnímu způsobu léčení, z čehož plynou populární zprávy o tom, „co jsme zapomněli a co naše babičky uměly“. Podobné názory ale ne vždy vycházejí z hlubšího poznání základu. „To je v našem případě



foto Kateřina Šimková

## Plochy pěstovaných léčivých, aromatických a kořeninových rostlin v ČR na hektar

| plochy pěstovaných LAKR v ČR  | 2016  | 2017  | 2018   | 2019   | 2020   |
|-------------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| kmín kořený                   | 3204  | 5239  | 5648   | 3587   | 3460   |
| ostropestřec mariánský        | 1723  | 2172  | 2261   | 1918   | 2048   |
| fenykl obecný                 | 121   | 87    | 153    | 53     | 28     |
| jitrocel kopinatý             | 38,95 | 79,64 | 95,22  | 134,29 | 166,29 |
| kopr vonný                    | 38,05 | 28,43 | 75,3   | 98,15  | 39,39  |
| heřmánek pravý                | 15,92 | 40,81 | 57,6   | 13,54  | 16,4   |
| měsíček lékařský              | 12,31 | 9,28  | 5,06   | 5,27   | 10,38  |
| máta                          | 6,86  | 6,59  | 5,36   | 9,41   | 9,87   |
| leuzea/parcha saflorová       | 4,19  | 9,16  | 8,2    | 9,78   | 14,21  |
| pískavice řecké seno          | 4,09  | 31,76 | 105,97 | 143,02 | 165,2  |
| koriandr setý                 | 0     | 43,81 | 60,28  | 60,72  | 18,79  |
| sléz maurský, sléz přeslenitý | 0     | 18,35 | 24,26  | 33,48  | 19,82  |

zdroj: MENDELU

znalost přírody od botaniky počínaje po znalosti z chemie konče. Někdy je složité spojit moudrost minulých generací v oblasti využívání darů přírody s poznatky současné vědy,“ uvedla Helena Pluháčková. Podle ní je potřeba si uvědomit, že léčivky působí komplexně a dlouhodobě. „Nemůžeme očekávat, že jeden šálek čaje připravený například z šalvěje odstraní bolest v krku. Není také dobré upnout se na jeden druh, k čemuž někdy vede i reklama ve sdělovacích prostředcích,“ podotkla. Lidé léčivky pěstují na zahrádkách nebo na balkónech, konají se ale také „nájezdy“ do přírody na medvědí česnek, populární je dříve povinné sbírání podběle, pampelišek, dále pak listů břízy, ale také březové šťávy nebo

květů černého bezu. Podstatnou podmínkou sběru je podle vědkyně nejen dokonalá znalost sbíraných rostlin, ale i udržitelnost výskytu sbíraného rostlinného druhu v přírodě. Mezi sbírané druhy, na které se nevztahují žádná omezení, kromě zákazu sběru na chráněných územích, patří růže šípková, černý bez, kopřiva dvoudomá, hluchavka bílá, bříza bělokorá, řebríček obecný, podběl lékařský, jitrocel kopinatý, kostival lékařský, jahodníky, třezalka tečkovaná, maliník obecný, ostružiník křovitý. Takový sběr je v poslední době zaměřen na vlastní spotřebu a vlastní zpracování. „Potřeba sběrových druhů větších producentů je proto kryta často dovozem,“ doplnila Helena Pluháčková.

(tz)



# Drogerie ROSSMANN otevřela svou první dvoupatrovou prodejnu v ČR

**V polovině června otevřela drogistická síť ROSSMANN zcela novou prodejnu v Praze 5, a to přímo u stanice metra v budově Zlatý Anděl. Zákazníci se mohou těšit na nákupy v moderním prostředí, ve kterém byl kladen důraz především na přehlednou navigaci a vzdušný interiér. Navíc jde o úplně první pobočku drogerie ROSSMANN v České republice, jejíž prodejní plocha zaujímá dvě podlaží. Bude tak možné ještě pohodlněji vybírat z širokého drogistického sortimentu, který zahrnuje řadu výrobků a produktů privátních značek, jako je například nová udržitelná řada eco Freude. Chybět nebudou ani samoobslužné pokladny či dětský koutek.**

ROSSMANN během svého více než 25letého působení v České republice neustále pracuje na zlepšení, která vycházejí vstříc požadavkům dnešní doby. Průběžně modernizuje stávající prodejny tak, aby se v nich lidem nakuovalo co možná nejlépe, a zároveň hledá další atraktivní prostory v zajímavých lokalitách pro nové pobočky. Dvoupatrová prodejna v Praze představuje již 151. prodejnu v Česku. Dalších 5–10 obchodů plánuje otevřít v dalších měsících.

Nová pobočka v budově Zlatý Anděl je již druhou v pořadí v Praze 5. Zároveň je jedinečnou tím, že se téměř 420 m<sup>2</sup> její prodejní plochy rozkládá na dvou podlažích, čímž nákupní prostor nabyl na vzdušnosti. Samozřejmostí je zajištění bezbariérového přístupu. Zákazníci mohou využít výtah, takže se rodiče s kočárky nebo lidé se zhoršenou pohyblivostí nemusí při nákupu obávat žádných omezení. V prodejně je také k dispozici přehledná sortimentní navigace a školený personál, který zákazníkům vždy rád poradí nebo pomůže. K platbě

lze využít i samoobslužné pokladny, což nákup ještě více urychlí. Rodinám pobyt příjemnější také dětský koutek. Wi-Fi připojení zdarma je pak dalším příjemným bonusem. „Naše nová prodejna v Praze na Andělu se řadí k vlajkovým lodím drogerie ROSSMANN. Prostory jsou velmi moderní a do detailu navržené tak, aby zcela vyhovovaly požadavkům i těch nejnáročnějších zákazníků. Nakupující určitě potěší široký sortiment brandovaných i vlastních značek v kategoriích kosmetiky, péče o tělo, dětských produktů, zdravé výživy i spotřebního zboží. Zaměřujeme se také na řadu udržitelných produktů šetrných k přírodě, které se těší stále větší oblibě,“ uvedla Olga Stanley, manažerka komunikace ROSSMANN v České republice.

ROSSMANN se dlouhodobě profiluje jako společensky odpovědná firma, která nabízí udržitelné produkty ohleduplné k životnímu prostředí. Například stále více zboží z kategorie privátních značek má obaly z recyklovaného plastu. Veganské mycí a čisticí prostředky značky eco Freude v tomto ohledu nejsou vý-

jimkou. Díky tomu, že nabízí vysokou kvalitu za příznivou cenu, přestává být udržitelnost luxusem, ale je dostupná pro každého. Produkty eco Freude jsou také klimaticky neutrální, bez mikroplastů, obsahují 100 % přírodních ingrediencí, a přitom mají vynikající čisticí účinky. I proto se těší stále větší oblibě mezi zákazníky.

Zákazníci na drogistické síti ROSSMANN oceňují také její dlouhodobou strategii společenské odpovědnosti, která propojuje charitativní činnost s dalšími aktivitami společnosti a zároveň je úzce spojena s celkovou komunikací značky ROSSMANN – A život je krásnější. Společnost pomáhá potřebným prostřednictvím vlastního charitativního projektu KDE SRDCE POMÁHÁ, v rámci něhož od loňského roku věnovala částku ve výši pěti milionů korun na podporu hendikepovaných dětí a lidí, kteří se dostali do tíživé finanční situace. Svou pozornost věnuje i dalším aktivitám, které jsou spojeny s trvalou udržitelností. Každoročně například vysazuje vzrostlé stromy v okolí svých prodejen. (tz)

