

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

prosinec 2022

V prosinci

Eva Brixi

Když se rok už chýlí
K svému konci
A kalendář své listy
Rychlorychle ztrácí
Jsme si všichni milí
Zpívají nám k tomu zmlklí ptáci
Já našlapuji doma po špičkách
Život mi dal totiž pěknou práci
Abych mohla pozvat

Tvoje touhy dál
Okamžik ukrojit ten krajíc
Však ještě nenastal

Za oknem mráz kreslí fresky záhad
Sbírám stále s chutí poklady mých zahrad
Nakupovat chodím schválně pěšky
Jednotlivé kroky v tichu střádat umím
Stopy ve sněhu jsou věčné
Potřebují srdce zahřát
Tam na zastávce někde

Na konečné
Vzpomínky dávají se do běhu
Doba vánoček
Hrozinek a mandlí
Rozvoněla čas

Má prostopášná duše zase randí
Kdesi v nebesích
Dobro oslovilo nás
Nerozhodně připíjím si slíčkami
Kdo jsem
Nevím ani

Markéta Kajabová

Aby se mezi spolupracovníky
vytvářelo podnikatelské myšlení

rozhovor na stranách 10–11



NANOTECH

NÁBYTKOVÁ DVÍŘKA

FENIX

EXTRA & DELUXE

- SAMETOVÝ ULTRAMAT
- PESTRÁ ŠKÁLA DEKORŮ
- IDENTICKÝ LÍC A RUB
- ŽÁDNÉ OTISKY PRSTŮ
- EXTRÉMNÍ ODOLNOST



Trachea

Jaký byl rok 2022 pro ryze českou pojišťovnu



O čem všem je dnes manažerské umění? O schopnosti vést tým k úspěchu? O vzácném daru empatie, chuti naslouchat a vytvářet na základě poznatků tvořivou atmosféru na pracovišti? Je to také o povaze dotyčné osobnosti, o její životní energii, nadšení pro věc, o nadhledu, inspiraci, propojování nitek, které vytvářejí prostor plný pohody a chuti ve vzájemném vztahu s klienty, firmami, zástupci měst, obcí,

nejrozmanitějších organizací? Určitě. Ing. Vladimíra Ondráková, obchodní ředitelka Hasičské vzájemné pojišťovny, a.s., má všechny tyto atributy ve své DNA. Navíc je to žena praxe, která hledá a snaží se vždy najít to, co pojišťovnu s klientem spojuje, tedy vzájemný užitek. V tomto roce, kdy HVP oslavila 30 let novodobé historie, se velmi často zmiňovalo téma aktualizace pojistných smluv, a to nejen na základě zkušeností s klimatickými změnami, ale i kvůli okolnostem, jež mění například podmínky podnikání:



Ing. Vladimíra Ondráková

Čím byl pro vaši pojišťovnu tento rok výjimečný?

Pro nás je rok 2022 krásný a jubilejní. Pojišťovna slaví třicet let své novodobé činnosti. Kromě každodenní práce, kdy nabízí širokou škálu pojistných produktů v oblasti neživotního pojištění a reflektuje na potřeby zákazníka, nás celé toto období provází oslavy tohoto výročí s našimi obchodními partnery a zaměstnanci.

O jaké pojistné produkty je dnes největší zájem a proč?

Hodně častým pojištěním je pojištění majetku a také pojištění odpovědnosti. A to platí pro města i obce. I tyto klienti si pojišťují svůj majetek (obecní majetek), a k tomu často i odpovědnost nejen obecních zaměstnanců, ale také volených zástupitelů. Pro tyto účely se nejlépe hodí naše Pojištění samosprávných celků. Lze jím pojistit budovy, jejich vybavení, strojní

a vozový park, stejně jako specifický majetek, jako jsou inženýrské a speciální stavby, veřejné osvětlení, městský mobiliář nebo třeba parkovací automaty. Součástí je i široké spektrum odpovědnostních pojištění za újmu vyplývající z vlastnictví a provozování nemovitostí a majetku obce, ale také odpovědnost osob, jako jsou obecní zaměstnanci nebo zástupitelé obcí.

Někteří klienti dlouho neaktualizovali své pojistné smlouvy...

Je zcela běžné zvelebovat si bydlení i rekreační objekty, modernizovat domácí osobní elektroniku, zkoušet nové sportovní a oddechové aktivity, což však v důsledku znamená, že hodnota majetku narůstá, a mění se i rizika, která mohou majetek nebo zdraví členů domácnosti ohrozit. Proto by mělo být také zcela běžné průběžně aktualizovat pojištění tak, aby odpovídalo těmto měnícím se trendům. Aby mělo dobře zvolený rozsah pojistných nebezpečí, odpovídající limity pojistného plnění, a samozřejmě přiměřené pojistné částky. Nezáleží na tom, zda jde o pojištění soukromé, nebo firemní, pokud nejsou tyto parametry sjednány správně, nemůže být náhrada pojistné události adekvátní utrpěné škodě.

Co naznačují škody způsobené kalamiťnými živelnými pohromami?

Je paradoxem, že v okamžiku, kdy dojde k nějaké přírodní katastrofě, roste nám tím úměrně počet zájemců o pojištění. Pro řadu klientů jsou vichřice, bouře a příválové deště impulzem, aby se na své smlouvy znovu podívali. Postupně přibývají další, kteří si ověřují, zda jejich stávající pojistná smlouva plně pokrývá pojistná nebezpečí. Nové podněty ke změně pojistné smlouvy také přináší nová, nebo ne tak běžná pojistná nebezpečí, příkladem může být řádění tornáda na Moravě. Samozřejmě, že v tak extrémní situaci, jako je běsnění tornáda, je na prvním

Je zcela běžné zvelebovat si bydlení i rekreační objekty, modernizovat domácí osobní elektroniku, zkoušet nové sportovní a oddechové aktivity, což však v důsledku znamená, že hodnota majetku narůstá, a mění se i rizika, která mohou majetek nebo zdraví členů domácnosti ohrozit.



místě starost o zdraví a životy blízkých, ale zajistit bydlení, to je hned další v pořadí. Ačkoliv pojištění staveb a domácností běžně kryje také škody způsobené vichřicí, následky řádění tornáda nutí k zamyšlení, je-li pojištění krytí dostatečné i pro dosud ne tak běžnou událost.

Podporujete i nadále dobrovolné hasičské sbory? A také některé projekty, které zdánlivě s cíli pojišťovny nesouvisejí?

Ano stále podporujeme sbory dobrovolných hasičů. V nabídce máme druhy pojištění určené pro dobrovolné hasiče, kterým je možné pojistit jejich sportovní, tréninkovou činnost, práci s dětmi a mládeží, a samozřejmě i rizika při výkonu zásahové činnosti jednotek sborů dobrovolných hasičů obce.

Tím, že jsme ryze českou pojišťovnou, je naší logickou filozofií i propojování se s českými subjekty. Podporovat je chceme v jejich činnosti. I proto není náhoda, že jsme partnery velkých subjektů, jako je Český rybářský svaz, Společenstvo kominíků ČR, Odborový svaz pracovníků zemědělství a výživy – Asociace svobodných odborů ČR, Federace strojířů, zapojili jsme se do soutěže Česká Chuťovka a dalších.

Jsem ráda, že tímto způsobem držíme „českého ducha“ v pojišťovnictví na našem pojištném trhu.

Vím, že kladete důraz na osobní jednání v terénu, za svými klienty jezdíte, sázíte na dobré obchodní vztahy. Nemáte pocit, že se na to ale v dnešním světě technologií tak trochu zapomíná? Že je život víc o číslech a tabulkách než o vstřícnosti? A není to škoda?

Za svou éru, kdy jsem začínala v pozici obchodní ředitelky, jsem vždy dbala na to, abych spolu s řediteli regionů osobně navštívila co

nejvíce obchodních partnerů. A tím se řídím i dnes. Ale také čísla a tabulky patří k pojišťovně, nevylučuje se to se vstřícností. A to já jsem vždy uměla spojit.

Již jsem zmínila, že letos Hasičská vzájemná pojišťovna slaví kulaté 30. výročí znovuoobnovení pojišťovací činnosti. A i když jde o pojišťovnu s tradicí, tak i my se ubíráme dnes moderní cestou digitalizace. Proti nejnovějším technologiím se tedy nestavíme, ale máme zájem je rozumně a smysluplně uvádět do života. Právě z tohoto důvodu využijeme služeb své dceřiné společnosti První hasičská a.s., přes kterou touto efektivní metodou, konkrétně SIGGY, lze pojištění uzavřít.

Ano stále podporujeme sbory dobrovolných hasičů. V nabídce máme druhy pojištění určené pro dobrovolné hasiče, kterým je možné pojistit jejich sportovní, tréninkovou činnost, práci s dětmi a mládeží, a samozřejmě i rizika při výkonu zásahové činnosti jednotek sborů dobrovolných hasičů obce.

Příslušníci starší generace si často stěžují, že z businessu se vytrácí pravidlo podané ruky, že sliby přestávají platit, termíny se nedodržují, morálka upadá. Není to příliš pesimismu najednou?

Musím říct, že já tuto zkušenost nemám, opravdu ve většině případů platí to, co si osobně domluví s obchodními partnery. Ale zároveň se může stát, že někdy je jednání milejší a někdy zase méně, vše je jen o lidech...

Je určitě něco, co vás z komunikace při uzavírání smluv v současné době těší, z čeho jste získala dobrý pocit.

Současná inflace, růst cen stavebních materiálů, energií a dalšího vybavení se nás dotýká v každodenním životě, a v souvislosti s tím roste i hodnota majetku. Tedy jsou i vyšší náklady na nápravu škod způsobených pojišťovnou událostí. A právě v této souvislosti oslovujeme naše zákazníky, v zájmu zachování reálné úrovně jejich pojistné ochrany zkoumáme, zda jejich současná majetková pojistná smlouva stále odpovídá jejich potřebám a aktuální cenové situaci.

A proto mě velmi těší, že klienti začínají reagovat na změny na pojištném trhu. Řada jejich aktualizuje pojištné smlouvy tak, aby dostatečně pokrývaly jejich pojištnou nebezpečí a zároveň si aktualizují i kontaktní údaje pro snadnější komunikaci. Je to zdánlivá drobnost, ale v mnoha případech pomohla řešit záležitosti rychle a včas. Budu ráda, když takových zodpovědných klientů přibude.

ptala se Eva Brixí





Nazdobené myšlenky

Nejen vánoční dárky můžeme zabalit noblesně, krásně, nápaditě. Také svá přání pod stromeček i ta novoroční můžeme podat jinak než obvykle. Zapojme tedy do předvánočního času více empatie, vstřícnosti. Hledejme vldnější slova všedního dne, která budou vyjadřovat podstatu našeho já, vycházej z opravdova naší duše. Vím, že prosincový nátlak ze všech stran bývá těžkého kalibru a těžko se mu odolává, a já sama neumím zcela vypnout a oddat se vůni vanilkových rohlíčků a kole-dám. Ve většině firem se řeší energetika až po propouštěcí ceremoniály. Nic veselého. Náhled v podobě nazdobené myšlenky může být ale zlatým klíčem ke dveřím příštího úspěchu.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Agilní přístupy vývoje produktu a řízení projektu

Jan Doležal



Kniha komplexně mapuje tzv. agilní přístupy vývoje produktu, řízení projektu apod. od kořenů až po nejnovější techniky, metody a postupy. Vše je vysvětleno ve vazbách, kontextu, demonstrováno na příkladech a podáno maximálně srozumitelně tak, aby čtenář pochopil, jak to vše celé funguje.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 16, prosinec 2022
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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



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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šimkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Věra Štoková

dovoz rakouských vín, www.vinadac.cz
podnikatelka

Zdravému stravování a vůbec zdravému životnímu stylu přikládám velký význam.

To, jak se stravujete a jak všeobecně pečujete o své tělo, se vám zejména v pozdějším věku mnohonásobně vrátí, ať již v pozitivním, nebo negativním slova smyslu. Sama se snažím pravidelně cvičit a posilovat, ale z vlastní zkušenosti vím, že mnohahodinové tréninky v posilovně jsou k ničemu, pokud nedodržíte zásady zdravého stravování. Říká se, že zdravý životní styl závisí ze 70 % právě na zdravé a vyvážené stravě.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

Jiří Souček

UZENINY BETA s.r.o.
obchodní ředitel

Jsou muži, kteří to možná dokážou, ale ti musejí být nešťastní. Myslím si, že je lepší ženy nechápat, ale snažit se jim porozumět. V tu chvíli se dá najít společná řeč pro cestu životem.



Informace do kabelky

Doubleshot připravil kávové tipy

Potěší, zachutnají, a ještě ke všemu rozšíří obzory. Doubleshot se letos rozhodl nadělit chuť, příběhy i design zároveň. Pod stromečkem se tak mohou milovníci výběrové kávy těšit na svá oblíbená zrna v limitovaných vánočních baleních od designéra Marka Ehrenbergera, velmi speciální kávovou raritku a kávové předplatné, které je chytřejší než loni.

Každý sáček s kávou bude mít v listopadu a prosinci v doubleshotu neotřelou podobu, kterou mu vtiskl výtvarník a ilustrátor Marek Ehrenberger. Jméno v mysli zazvoní především milovníkům moderního umění a také návštěvníkům kavárny Můj šálek kávy, kde svůj otisk nechal na celé jedné zdi. Jeho obrazy se vyznačují barevnou paletou tak pestrou, jak pestrá je paleta chutí kávy od doubleshot. Jeho ilustrace najdete na všech kávách ve 300gramových baleních, od filtrovaných přes espresso až po decaf.

Je už tradicí doubleshotu, že pro opravdové kávové fajnšmekry nakoupí každý rok nějakou unikátní kávu. Letos se můžete těšit na kávu Carlose Imbachiho, což je takový dvorní farmář doubleshotu, jehož kávy jsou mezi zákazníky nejoblíbenější. V dárkové limitované edici najdete dvě kávy vypěstované a zpracované stejným způsobem (promyté) na stejném místě – na kolumbijské farmě Buenavista rodiny Imbachi. Porovnejte chuti klasické caturry a vřácného, v současnosti jedné z nejvyhledávanějších odrůd, růžového bourbonu.

(tz)



Společenská odpovědnost je součástí naší kultury

Myslet nejen na sebe, vlastní výsledky, úspěch na trhu, ale i na ostatní, kteří s námi žijí a časem budou obhospodařovat planetu, to je jeden z principů podnikání České podnikatelské pojišťovny. Pojmy jako společenská odpovědnost a udržitelnost již dávno zakořenily v jejím pohledu na svět. Prosinec je měsícem, kdy se o dobrých skutcích sluší mluvit víc než kdy jindy. Některé z aktivit proto přiblížila Jolana Kolaříková, marketingová ředitelka ČPP:

Velkým tématem vaší pojišťovny je společenská odpovědnost. Proč jdete tímto směrem?

V ČPP považujeme odpovědné podnikání za jeden z hlavních závazků vůči společnosti a životnímu prostředí, proto také recyklujeme, ekologicky likvidujeme elektroodpad a od roku 2021 měříme uhlíkovou stopu. Mezi naše priority patří nejen spokojenost klientů, ale i našich zaměstnanců a stakeholderů. Společenská odpovědnost je součástí naší kultury a je pro nás stejně důležitá jako dlouhodobá prosperita podnikání.

Jak ji vnímáte vy sama jako jednotlivec, občan této planety?

Společenská odpovědnost se mě dotýká stejně jako vás. Chcete žít na čisté planetě a zanechat pro další generace čisté životní prostředí. Jsem ráda, že ČPP podporuje mnoho projektů týkajících se udržitelnosti a filantropie. Například v rámci projektu Remobil motivujeme naše zaměstnance k ekologickému využití již nepotřebných mobilů, jejich recyklaci, v rámci akce Giving Tuesday zase například charitativně podporujeme Centrum Paraple. Jsem také velmi hrdá na náš projekt Česky pěšky, ve kterém se snažíme inspirovat veřejnost ke zdravému životnímu stylu. Zdravý a přirozený pohyb je velmi důležitý pro fyzickou kondici i jako prevence možných zdravotních problémů.

Co vedlo k projektu Česky pěšky? Co vás jako pojišťovnu inspirovalo?

Projekt Česky pěšky vznikl ve spolupráci s Klubem českých turistů. Když jsme přemýšleli, do jakého projektu se zapojit a jak propojit zdravý životní styl s pojišťovnou, klienty, zaměstnanci a životním prostředím, napadla nás logicky turistika. Ta je v Čechách populární a čím dál více mladých lidí se vydává pěšky



Jolana Kolaříková

zkoumat krásy naší země. Chtěli jsme také dostat lidi ven do přírody a rozhýbat je po dlouhé covidové pandemii. Od těchto úvah už zbýval jen krůček ke spojení s Klubem českých turistů, který pečuje o 43 000 kilometrů značených pěších a lyžařských turistických tras po celé České republice.

A ohlas veřejnosti?

V roce 2021, kdy jsme s touto iniciativou začali, jsme uspořádali 12 pochodů v osmi krajích České republiky. V roce 2022 se s námi ve 12 pochodech prošlo přes 45 000 turistů, včetně dětí a seniorů. Součástí pochodů byl také doprovodný kulturní program, ve kterém nechyběly ani zdravotně preventivní

workshopy s neziskovou organizací LOONO. Turisté se mohli letos potkat i s novými ambasadory projektu Kateřinou Neumannovou a Jakubem Kohákem. Máme opravdu mnoho pozitivních ohlasů od účastníků. Někteří pro své výlety volili krátké trasy, na které vyrazili především rodiče s malými dětmi, naopak turisté matadoři si vybírali dlouhé tratě na celý den. Velmi nás překvapilo, že lidé vycházeli v dešti i v zimě, neodradilo je ani špatné počasí. Cílem bylo zvednout lidi od počítačů, televizí, mobilů a společně vyrazit do přírody, což se nám povedlo.

Určitě těch aktivit ale bylo daleko více...

Ano, máte pravdu. Aktivit, které organizujeme v ČPP, je hodně. Několikrát do roka pořádáme Snídani, která pomáhá, v rámci níž kolegové připravují občerstvení, jež prodávají, a za vybrané peníze vždy podporují neziskovou organizaci, kterou si jako tým vyberou. Dalším hlavním pilířem naší společnosti je dobrovolnictví. Každý zaměstnanec v ČPP má nárok na dva dny ročně, ve kterých se věnuje vybrané dobrovolnické aktivitě. Již nyní víme, že jsme letos věnovali neziskovým organizacím více než 660 dobrovolnických dní. To je podle mě velký úspěch a jsem na naše zaměstnance velmi pyšná. Za pozitivní vedlejší efekt dobrovolnictví také považuji fakt, že kolegové většinou chodí dobrovolničit v týmech, aby se mezi sebou lépe poznali i z jiné stránky, než je ta pracovní. Vytváří to pozitivní přátelskou energii na pracovišti, a jde tak o ideální synergii.

Už víte, čím se budete zabývat příští rok?

V aktivitách společenské odpovědnosti budeme samozřejmě pokračovat i v roce nadcházejícím. Zorganizujeme sbírku Remobil, připravíme Snídani, která pomáhá, zapojíme se do aktivit, které podporují platformy udržitelnosti, jako je Byznys pro Společnost a Asociace společenské odpovědnosti. Také náš projekt Česky pěšky začne svou třetí sezónu. Máme v plánu zaměřit se více na environmentální a zdravotně preventivní osvětu. Takže účastníky bude čekat několik nových zajímavých aktivit. Náš projekt můžete sledovat na www.ceskyypesky.cz.

za rozhovor poděkovala Eva Bixi

Dny pro krásu či Dotek luxusu, a nejen to

Lázně Lednice jsou místem, kam mne lákalo už mnoho kamarádek. Všem jsem slíbila, že do těchto míst s nimi zajedu. Opak se stal pravdou. Ale věřte mi, jednou svému slovu určitě dostojím. Jsem totiž zvědavá, jak chutná ticho a klid bez mobilu a počítače, jak se člověk cítí, když hodí svět starostí za hlavu a pár dní myslí jen na sebe, nespěchá, neměří radost chytrými hodinkami. Jak vypadají závěrečné dny roku v těchto lázních a nač je možné se těšit v tom příštím, o tom jsem si povídala s Ing. Petrou Kalců, ředitelkou:

Vaše lázně byly po celý rok plné. Vlastně si na nedostatek hostů nemůžete stěžovat vůbec. Neuvažujete o rozšíření kapacity? O přístavbě dalšího objektu?

Ano, rádi bychom rozšířili naši ubytovací kapacitu. V současné době jsou hotové základní vizualizace. V plánu máme zvýšení kapacity zhruba o 40 lůžek. Nová budova by měla být propojená se současným hotelem Perla tak, aby i její hosté měli přístup na procedury v pohodlí županu a pantoflí. Všechno je to samozřejmě ještě běh na dlouhou trať, protože je třeba vyřídit všechny potřebné formality, ale věřím, že se nám to podaří, a to i díky obci, která rozvoj lázeňství v Lednici maximálně podporuje.



Ing. Petra Kalců

Kdo je dnes vašim nejčastějším klientem?

Za těch patnáct let na trhu jsme si vybudovali již stálou klientelu. Převážně jde o jednotlivce, kteří vědí, že i pro zdraví je třeba něco udělat, a že důležitá je především prevence. Klienti k nám přijíždějí hlavně z České a Slovenské republiky. Ačkoliv jde o lidi ve vyšším produktivním věku, stále častěji si lázeňskou péči dopřává i mladší generace a manažeři, kteří potřebují na chvíli vypnout a nechat se hýčkat. Lázeňská nabídka pobytů je opravdu pestrá.

Naše lázně můžeme doporučit všem, kteří mají rádi malé, klidné a útulné prostředí s osobním přístupem. Navíc blízkost překrásného Lednicko-valtického areálu jim dodává na atraktivitě. Jsou ideální i pro ty, kteří si libují v krátkých procházkách přírodou či zvolí cykloturistiku.

Do Lednice rády zavítají i skupinky podnikatelek a manažerek, jen tak, aby si odpočinuly, přišly na jiné myšlenky, jak se říká. Nač byste je navivovala právě u vás?

Pro krátký odpočinek zde máme speciální pobyty, jako jsou Dny pro krásu či Dotek luxusu. Právě do těchto dvou balíčků jsme pro příští rok zahrnuli k péči o tělo také péči o obličej. Kosmetické ošetření francouzskou kosmetikou, které je součástí zábalové kúry, splní veškeré představy o dokonalém relaxu. Pro ty, které mají jen málo času, můžeme doporučit naši nabídku denních lázní, která zahrnuje například balíček s názvem Manager relax či Zadáno pro ženy. Vždy jde o soubor procedur, které je možné naplánovat na jedno odpoledne či po večer, protože služby v lázeňském domě Perla poskytujeme každý den až do 19 hodin.

Rozšířili jste nabídku procedur?

Naši nabídku procedur jsme pro příští rok nerozšířili, ale pozměnili jsme zde nějaké procedury. Nově se mohou klienti těšit na naši suchou masážní vanu. Jde o vodní lůžko, které je vyhříváné a zároveň při odpočinku dochází k příjemné masáži zad či celého těla. Věřím, že ženy ocení naši novou proceduru Čokoládová tělová maska. Dámy, pokud chcete vonět po čokoládě, určitě ji nevynechtejte. Těšit se můžete také na nové prostory pro fyzioterapii. Ke všem připraveným pobytům je samozřejmě možné doobjednat procedury navíc dle vlastního výběru. Doporučujeme vše udělat s předstihem, abyste si svůj pobyt maximálně užili.

Jak vypadá lázeňský prosinec a leden?

V prosinci jsme si připravili naše tradiční pobyty Povánoční a Silvestrovský každý v délce tří nocí. V obou variantách je pro klienty připravená degustace ve vinném sklepe s cimbálovou muzikou a rautem, a také návštěva místního zámku. Pokud si chcete odpočinout po vánočních svátcích, pak mohou tyto pobyty vřele doporučit.

V lednu a únoru je pak možné využít služby za mimosezónní ceny, kdy týdenní pobyt vyjde s polopenzí a 12 procedurami, včetně našich jodobromových koupelí a volného vstupu



do bazénu, na necelých 12 000 korun. Leden a únor jsou obdobím, kdy je možné poznat nejen lázně, ale především Lednicko-valtický areál bez davu turistů.

Na co nového se od příštího roku mohou zájemci těšit?

Největší novinkou bude určitě zmíněná suchá masážní vana, nové prostory pro fyzioterapii a rozšíření počtu dnů pro kosmetické ošetření.

Takže bude svým způsobem obsluhovat robot-robotka?

Svým způsobem. Klient, který bude mít načatou suchou masážní vanu, se uloží na vyhřívané vodní masážní lůžko a masér či jiný zdravotní personál dle instrukcí spustí masážní trysky, které se postarají o dokonalou masáž. Věřím, že tuto novinku naši hosté uvítají.

Image Lázní Lednice byla vždy o pohodě a velmi milém personálu, skvělých masážích, během kterých člověk odboural stres a získal spousty energie. Platí to stále?

Určitě. Příjemný personál, kvalitní procedury a dokonalá pohoda pro klienta jsou to, na čem si naše lázně zakládají a kde rozhodně nepoleví ani v příštím roce. Mohu říct, že jsem ráda za zaměstnance, kteří v lázních pracují a mají



stejný cíl jako vedení, tedy spokojenost našich hostů. A za to jim patří velký dík.

Je to určitě i výsledek vašeho manažerského úsilí. Co je dnes na vedení týmu nejsložitější, a co naopak odměnou?

Někdy je velice těžké uřídit byt i tak malé lázně, jakými Lázně Lednice jsou. Nejtěžší je zajistit dostatek kvalitního personálu, a samozřejmě si jej udržet. Zaměstnance se snažíme

neustále motivovat, a to nejen finančně. Některé dny jsou však opravdu náročné.

Mou největší odměnou jsou pak spokojení klienti i zaměstnanci. Někteří hosté přijdou dokonce i osobně poděkovat. Když pak vyřizují pozitivní ohlasy klientů kolegům a vidím jejich úsměv, tak jsem maximálně spokojená a vím, že práce, kterou zde v lázních všichni děláme, má smysl.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

INZERCE



POHÁDKOVÝ ODPOČINEK V PERLE

Darujte
SVÝM BLÍZKÝM
zdraví a relax
POD
STROMEČEK



JODOBROMOVÝ ZÁZRAK

zdravotní prohlídka
3× jodobromová koupel
1× peloidní obklad
1× suchá masážní vana
1× klasická masáž rozšířená
+ volný vstup do bazénu
po celou dobu pobytu

4 dny / 3 noci cena od 7 990 Kč

KLASICKÁ MASÁŽ

celotělová

50 min. cena 950 Kč

REGENERAČNÍ ANTISTRESOVÝ ZÁBAL

celotělový

50 min. cena 850 Kč

Vůz, který budou muži milovat, a žena, která řídí jeho vývoj



Aurélie Bresson

Žena na vedoucí pozici v automobilovém průmyslu už dnes není překvapením. Manažerky se totiž v tomto dříve převážně mužském odvětví prosazují velmi razantně. Příkladem je například „Železná lady“ automobilového světa, Linda Jackson. Tato Angličanka už přes dva roky vládne francouzské značce Peugeot jakožto její generální ředitelka. Před odchodem k Peugeotu ze stejného kapitánského můstku řídila i Citroën. Přitom, když před 20 lety nastupovala ke koncernu PSA, takto zářivou kariéru by jí předpovídal málokdo. Podobně je na tom i další klíčová žena u Peugeotu, mimochodem přímá podřízená Lindě Jackson, Aurélie Bresson. I ona má za sebou dvacet let dřiny a každodenní odhodlanosti prosadit se v tradičně mužském oboru. I ona začínala na postu řadového zaměstnance a i ona je dnes na vrcholu, ze kterého řídí tým, převážně mužský. Aurélie Bresson je produktovou manažerkou jednoho z nejočekávanějších modelů letošního roku, dynamického fastbacku Peugeot 408. V tomto sportovně laděném voze si představíte zkušeného manažera firmy, movitého otce rodiny nebo mladého úspěšného podnikatele. Velkou zásluhu na tom, jak tento vůz jezdí, vypadá, marketingově se prezentuje atd., má právě Aurélie Bresson. Proto jsme se rozhodli si s ní na toto téma popovídat.

Jak jste se ocitla v automobilovém odvětví?

Objevila jsem ho už před 20 lety. Tenkrát jsem nastoupila ke značce Peugeot jako stážistka a měla jsem zde odpracovat stáž k zakončení svých studií. Tuto značku jsem si ale tenkrát zamilovala. A tato láska mi vydržela dodnes. Jsem tedy už 20 let věrná Peugeotu.

Měla jste už tenkrát nějaký blízký vztah k autům? Neboli chtěla jste vždycky pracovat v automobilce?

Ani ne. Když jsem byla mladá studentka, neznala jsem o autech ani o práci v automobilce. Mě bavil marketing. Ten jsem vystudovala a chtěla dělat. Stáž v tomto oboru jsem pak

našla u Peugeotu, a tam se mi pak zalíbilo všechno: produkty, tým, atmosféra, pracovní prostředí... prostě jsem se tam cítila skvěle a chtěla jsem tam zůstat nastálo, a to se mi povedlo.

Vzpomenete si na svůj první tým u Peugeotu?

Tenkrát před 20 lety byl hodně mužský. Ženy byste počítali na prstech jedné ruky. Dnes je jich mnohem víc. V oddělení produktu, kde pracuji, máme poměrně dobře genderově vyvážené složení, i když mužů je stále o dost víc. V tomto máme stále ještě co dohánět. Ženy mají často odlišné představy o výsledném produktu, odlišně vnímají různé aspekty... A to tvoří naši sílu a rozmanitost.

Co je pro vás v roli řidičky u auta nejdůležitější kritérium výběru?

Mně se auto musí na první pohled líbit. U Peugeotu je design opravdu jedinečný, a mnoho klientů, včetně mě, to považuje za hlavní kritérium. Avšak samotný vzhled nestačí. Nejdůležitější je kompromis mezi designem, komfortem a jízdní dynamikou. Znamená to mít radost z jízdy, stabilitu vozu, která vám dává jistotu, a zároveň si užíváte pohodlí. A přesně na to jsme se zaměřili i u Peugeotu 408.

A vaše první auto?

Peugeot 106. Byla to ale spíš náhoda, protože jsem ho měla mnohem dřív, než jsem k automobilce nastoupila.

Ted' řídíte jaký vůz?

Bydlím ve městě, takže žádný velký automobil nepotřebuji. Jezdím s naším nejmenším modelem, Peugeotem 208, a naprosto mi vyhovuje, a samozřejmě se mi i moc líbí.

Zásadně jste se podepsala na výrobě Peugeotu 408. Pro jaké motoristy bude?

Je zde několik profilů klientů. Typově zapadají do různých segmentů, ale mají něco společného, a to hledání něčeho nového, moderního, něčeho, co vzniká a převrací zažitá principy. Taky jsou to klienti, kteří milují auta a řízení. Nekupují si auta jako dopravní prostředek, ale jako objekt touhy a zdroj jízdních zážitků. Mohou přijít klienti kompaktních hatchbacků, kteří chtějí více prostoru při zachování jízdní dynamiky. Přijdou také klienti esúvéček



hledající něco nového, protože kategorie SUV už je dnes tak trochu moc běžná. A přijdou i klienti velkých sedanů segmentu D, kteří chtějí něco víc dynamického, ale zároveň elegantního a reprezentativního.

Jak dlouho se na projektu 408 pracuje?

Celkem jde asi o pět let. Před pěti lety vznikl první náskres, tedy počáteční nápad. Jakmile se pak vybral design a technická řešení, trvalo tři roky, než jsme to dotáhli do finálního produktu.

Peugeot 408 měl premiéru v říjnu na pařížském autosalonu. Předpokládáme, že jste byla u toho a sledovala reakce návštěvníků na vaše dílo...

Nejen pro mě, ale pro celý náš tým bylo dost emotivní vrátit se na autosalon po takové době, po kterou covid tyto akce zastavil. Udělat opravdovou světovou premiéru tohoto vozu bylo pro nás silným okamžikem. Návštěvníci přijali nový Peugeot 408 skvěle. Mísilo se tam překvapení, zájem a obdiv. Dávali mu různé přívlastky. Je ohromující, sexy, atraktivní... Na konci autosalonu jsme si říkali, že výsledek naší práce se nám opravdu povedl.

Dá se pojmenovat nejsilnější stránka tohoto vozu?

Určitě design. Je originální, skoro troufalý. Umožnili jsme našim designérům, aby se pustili do něčeho odvážného. Trochu jsme zariškovali, ale podařilo se. Naše auto je extravagantní a zároveň elegantní, a tím i velice žádoucí.

Určitě jste auto několikrát testovala z hlediska jízdních vlastností. Co na něj říkáte?

Zřejmě vás překvapí, jak komfortní jízdu s tímto vozem zažijete. Testování se odehrávalo na kvalitních silnicích, avšak v horách, kde potkáte spoustu zatáček. Zde oceníte nejen dynamiku vozu, ale také přesnost a dokonalou reaktivitu. I při poměrně sportovní jízdě stále zřetelně cítíte jistotu a stabilitu vozu.

Všude ale nejsou kvalitní silnice. Jak se Peugeot 408 chová na rozbitých, hrbolatih a jinak poničených cestách?

Testovali jsme vůz na různých typech povrchu, v Německu, ve Francii... Chtěli jsme důkladně prověřit chování vozu ve všech situacích – na dálnici, v náročnějším terénu,

v dešti, v mrazu... Musíme mít stoprocentní jistotu, že to, co klientovi slibujeme, splníme.

Peugeot 408 v sobě má prvky SUV, například zvýšenou pozici nebo ochranné prvky karoserie. Jezdí také jako SUV?

Je třeba zdůraznit, že nejde o čtyřkolku a nemá ani světlou výšku na úrovni vozů SUV, takže na offroadové trasy není dělaný. Na druhou stranu je vyšší než třeba hatchback, takže se na mnoha cestách pohybuje snadněji a s menším rizikem poškození podvozku. Oproti klasickým vozům je totiž zvýšený o takřka 5 cm, což není málo.

Nabídka motorizací zahrnuje klasický benzinový motor a dva plug-in hybridy. Který pohon se podle vás bude prodávat nejlíp?

Záleží samozřejmě na každé zemi a místních legislativních podporách nízkoemisních vozů. Plug-in hybrid je rozhodně velmi žádanou motorizací, přičemž nejlépe k vozu sedí silnější varianta o výkonu 225 koní. Nicméně mnohem dostupnější benzinová verze se podle mě také bude velmi dobře prodávat. Je velice kvalitní a v zemích, kde plug-in hybridy stát nezvýhodňuje, bude určitě skvělou volbou.

rozhovor připravila Ludmila Nová ■■■



Aby se mezi spolupracovníky vytvářelo podnikatelské myšlení

Značka postavená na vizi i na detailu. Značka, která zní českým trhem. Značka, která je vnímaná generacemi napříč jako ta pravá, jako ta, která hledá, jak nadchnout svého kupujícího. Daří se jí to. Má ojedinělou firemní kulturu. Cílem není maximalizovat zisk, ale objevovat individualitu člověka a jeho tvořivý potenciál. Úkolem je přinášet na trh produkty, na nichž se dá stavět a dlouhodobě je rozvíjet, a zušlechťovat zákaznické potřeby. I proto roste obrát, náklonnost veřejnosti k dm. O tom všem jsem hovořila s jednatelekou dm drogerie markt, s.r.o., Markétou Kajabovou:



Markéta Kajabová

Letos si připomínáte 30. výročí na českém trhu. Je tedy tento rok pro vás nad jiné výjimečný?

Ano, proto jsme 30 let na českém trhu také náležitě oslavili. V souladu s naší firemní filozofií o příkladném působení ve svém okolí jsme se rozhodli podpořit 30 regionálních projektů, které se věnují trvalé udržitelnosti. Do finanční podpory se zapojili i naši dodavatelé speciálními balíčky spolupráce a zákazníci. Zakoupením výroční edice ekologických bavlněných tašek přispěl každý zákazník 30 korunami na podporu zelených projektů. Dodatečně jsme podpořili také dva projekty v jižních Čechách, kde společnost dm sídlí. Dohromady dosáhla výše podpory všech projektů 12 miliónů korun. Pro naše spolupracovníky jsme uspořádali společnou oslavu v Praze ve Žlutých lázních. I ta se nesla v duchu trvalé udržitelnosti. Všichni jsme si ji moc užili, jak vypovídá

pochvalná zpětná vazba. Navíc jsme tento rok ukončili skvělým výsledkem, kdy jsme navýšili obrát o 11,38 % na 13,8 miliardy korun.

Co nového jste zákazníkům nabídli? A čím jste potěšili zaměstnance?

Zákazníkům jsme představili novou nákupní aplikaci Moje dm, ve které mohou od září sledovat i živá vysílání dmLIVE. V tematických vysíláních prezentujeme vybrané produkty, přinášíme rady a tipy na jejich používání, sledující je také mohou rovnou jedním kliknutím zakoupit. Jsme jednou z prvních společností na českém trhu, která koncept živého vysílání aktivně a pravidelně využívá. Věřím, že nejen příznivce, kteří společně s námi usilují o udržitelnou budoucnost, potěšila naše nová značka no planet b založená na principu upcyklace. Využívá suroviny, které nenajdou upotřebení v jiných odvětvích, přes-

tože jsou stále plnohodnotným zdrojem pečujících složek. Například sprchové gely obsahují borůvkový olej, který prospívá naší pokožce, a navíc nádherně voní.

V případě spolupracovníků jsme přijali řadu opatření, jejichž cílem je zmírnění poklesu reálných mezd. Na začátku roku jsme plošně zvedli mzdy o 4 %. Vzhledem k prudkému nárůstu inflace a cen jsme přistoupili k mimořádnému navýšení mezd o 8 % s platností od 1. července. Také jsme zvýšili hodnotu stravek ze 100 na 150 korun. Jako výraz uznání a poděkování za příspěvi k úspěchu společnosti jsme našim spolupracovníkům vyplátili také mimořádné ocenění 10 000 korun, které jim bylo nahrazeno na elektronickou Sodexo Multi Pass kartu.

Když byste měla zhodnotit uplynulá desetiletí, nač byste měřítkem vašich vizí upozornila?

Díky usilovné práci jsme se stali jedničkou českého drogistického trhu. Dlouhodobě se umísťujeme na předních místech spotřebitelských soutěží a průzkumů. Velmi nás to těší, zároveň jsou pro nás impulzem pro další práci a hledání inspirace pro naplňování potřeb našich zákazníků. Jsem ráda, že se nám dlouhodobě daří přeměňovat do praxe myšlenky, které jsou součástí filozofie společnosti dm. Na střeše centrální správy a distribučního centra máme fotovoltaické panely, distribuční centrum dokonce využívá kogenerační jednotku. Kde je to možné, čerpají naše prodejny zelenou energii, instalovali jsme úsporná led světla. Je to jen zlomek našich aktivit a opatření, které jsme učinili v souladu s trvalou udržitelností. O těch se snažíme informovat a edukovat naše zákazníky i spolupracovníky. Posledním takovým počinem je podcastová minisérie Udržitelná budoucnost, jejíž první díl už je nyní dostupný na YouTube kanálu dm, ale také na Spotify a dalších běžných platformách.

V poslední době rovněž zavádíme do praxe principy dialogické kultury. Nejde tedy o řízení v klasickém hierarchickém smyslu, ale vytvoření vhodného prostředí, které by vedlo naše spolupracovníky k podnikatelskému naladění, samofixaci, přebírání zodpovědnosti za svěřené úkoly. V takovém prostředí hraje velkou roli vzájemná otevřená komunikace, která se opírá o důvěru a vzájemný respekt.

Hodně stavíte na principech udržitelnosti. Jak je vlastně vnímáte?

Je pro nás základním kamenem firemní filozofie. V tuto chvíli dokonce už nemluvíme ani o trvalé udržitelnosti, ale udržitelné budouc-



nosti. Zatímco trvalá udržitelnost je zakotvena svým pojmenováním v přítomnosti, druhý termín jde dál. Pro nás označuje takové chování a jednání, které bude mít vliv na další generace.

Nastínila byste rozvoj značky, která akceptuje potřeby životního prostředí a orientaci kupujících? Přibude hodně nových výrobků?

Zákazníci kladou velký důraz na produkty, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Pro nás to znamená hledat cesty, jak jim nabídnout takové kvalitní produkty za výhodné ceny. V posledním obchodním roce jsme tak zákazníkům představili výrobky, které tyto nároky splňují. Minerální vody Ivorell mají obaly vyrobené ze 100% rPET, tedy z recyklátu nebo recyklovaného plastu. Textilní zboží dm značky Legstra využívá obnovitelné suroviny nebo recyklovanou přízi. Přitom splňují vysoké požadavky normy Oeko-Tex Standard 100.

V září jsme také představili již zmíněnou značku no planet b, která používá upcyclované suroviny, které by v jiných průmyslových odvětvích, často v potravinářství, nenašly další uplatnění, jako jsou grapefruitové slupky nebo borůvkový olej. Všechny takto využití suroviny splňují nároky Evropské unie na složky kosmetických produktů.

I přes prázdnici se peněženky zákazníků váš obrat ani zisk za uplynulé měsíce neklesly, ba naopak. Čemu to přičítáte? Je to výsledek opatření proti zdražování, cenovou stabilitou, investičními počiny?

V dm máme cenovou garanci dlouhodobých cen. To znamená, že cenu produktů garantujeme vždy po dobu čtyř měsíců od její změny. Zákazníci tak vědí, že u nás nakoupí vždy výhodně. Což také souvisí s důkladným prověřo-

váním pohybu nákupních cen ze strany našich dodavatelů. O těchto úpravách s nimi diskutujeme a snažíme se o to, aby se co nejméně promítly do koncových cen pro zákazníka. Díky větší míře automatizace, digitalizace a mezinárodní spolupráci ve skupině dm se nám podařilo udržet v uplynulém obchodním roce interní inflaci prodejních cen na pouhých 0,67 %.

Velký důraz jste v minulých letech kladli na efektivitu práce, produktivitu, digitalizaci, jsou to pro vás spojené nádoby. Jaký příklad byste uvedla? K čemu tato aktivita napomohla?

U některých změn je jejich dosah snadno uchopitelný hned. Například pořízením automatické balicí linky v distribučním centru zrychlíte zabalení palet se zbožím do prodejen a snížíte chybovost způsobenou lidským faktorem. Jiné změny mohou být méně nápadné. Naši spolupracovníci v prodejnách používají místo mobilních terminálů smartphony. Zjednodušili jsme

tím procesy zbožívého hospodářství a zvýšili možnosti odborného poradenství zákazníkům.

Máte již představy o tom, co byste rádi podnikli v roce 2023?

Chceme pokračovat v tom, co děláme dobře – přinášet atraktivní sortiment za výhodné ceny. O jednotlivých aktivitách a novinkách budeme zákazníky včas informovat.

Co vy sama nejraději ve vašich prodejnách nakupujete? A je to pro vás spíš relaxační záležitost, radost, nebo všední životní potřeba?

Mám ráda sprchové gely značky alverde a zubní pastu alverde Pro Climate. Svůj den

si neumím představit bez kávy dmBio. Nakupování je pro mě vše uvedené, relaxace, radost i životní potřeba, vždy záleží na okolnostech a situaci.

Čím se vyznačuje muž zákazník, když vstoupí do drogerie? Ví, co chce, je racionální?

Muž zákazník často ví, co přesně chce, a chce to snadno najít a nebloudit v uličkách mezi regály. Proto jsme veškerý sortiment pánské kosmetiky soustředili v prodejnách dm na jedno místo a vytvořili ucelený layout, tzv. men's world. Nachází se blízko vchodu do prodejny a je černě orámovaný.

Na nedávné tiskové konferenci jste uvedli, že jste pyšní na firemní kulturu, kterou postupně budujete a zušlechťujete. Sázíte přitom na individualitu člověka, na to, jak získat jeho potenciál ke společné cestě za zákazníkem. Co si pod tím například představíte?

Jak jsem již naznačila, intenzivně rozvíjíme dialogickou kulturu tak, aby se mezi spolupracovníky vytvářelo podnikatelské myšlení. Aby byl každý jednotlivec schopen jednat ve smyslu celku, rozuměl souvislostem ve své práci, rozuměl jejím příčinám a motivaci. K tomu je potřeba jiný styl vedení než hierarchický. Spolupracovníci jsou si navzájem komunikačními partnery, názor každého je stejně důležitý a vážený. Úkolem vedoucích je vést člověka tak, abychom pomocí dialogu zjistili, jaké kompetence chce dále rozvíjet, kde chce přebírat jakou míru zodpovědnosti a jakými činnostmi chce a dokáže přispět k dalšímu vývoji společnosti dm. Je zřejmé, že klíčovou úlohu hraje v tomto uspořádání komunikace, proto se zaměřujeme na rozvíjení komunikačních dovedností. Zároveň se snažíme vytvářet otevřené, vlnivé prostředí, ve kterém se nebudou naši spolupracovníci bát ptát se po smyslu své práce, úkolech. Jen takové prostředí a taková kultura nás dokáže jako společnost dm posouvat dál tak, aby se u nás nejen spolupracovník, ale i každý zákazník cítil příjemně.

otázky připravila Eva Brix

Hackerům neusnadňujme práci

Prosinec mnohým z nás připomíná maraton. Závěrem roku je prostě potřeba stihnout jak ve firmě, tak doma snad úplně vše, nač člověk pomyslí. Ženy z businessu to mají opravdu složité, ať už jsou to maminky, manželky, přítelkyně, babičky, podnikatelky, manažerky. Počítá se s nimi na všech frontách. Není proto divu, že také chybují. Třeba ve spěchu či unavené při obsluze firemního účtu nebo placení kartou v prodejně. Petr Vosála, manažer bezpečnosti digitálních kanálů v Československé obchodní bance, nabádá k obezřetnosti:

Konec roku doprovází v každé firmě zvýšená aktivita – pečlivě se kontrolují příchozí platby, platí se dosud neuhrazené faktury. Jaká nebezpečí hrozí v této době našim financím?

Řekl bych, že nebezpečí v kyberprostoru hrozí jak na konci roku, tak v jakémkoliv jiném období. Pravda ale je, že před Vánocemi se aktivita digitálních podvodníků stupňuje. Navíc platí, že četnost a sofistikovanost útoků na důvěrná data a účty klientů se meziročně zvyšuje v desítkách až stovkách procent. Podvodníci jsou stále vynalézavější. Působí důvěryhodně, mluví dobrou češtinou, vědí o vás řadu informací a volají z čísla, které se vám může zobrazit jako číslo vaší banky, nebo dokonce Policie České republiky.

Často se platební operace provádí ve spěchu, předvánočním shonu, který se podnikání nevyhýbá. Nač by si měli dát majitelé bankovních účtů zejména pozor?

Počty útoků na účty klientů výrazně rostou, což mj. potvrzují i údaje Policie České republiky, se kterou jsme v rámci boje proti tomuto druhu podvodů navázali spolupráci. V tomto ohledu samozřejmě existuje souvislost mezi trendem digitalizace, která sice řadu věcí zrychluje a usnadňuje, ale nese s sebou i určitá nová rizika. Majitelé bankovních účtů by měli pravidelně kontrolovat, zda záúčtované operace souhlasí se skutečností. Nejrychlejší kon-

trolu mohou provést přes digitální aplikaci, v našem případě aplikaci ČSOB Smart.

Kyberútoky jsou tedy na denním pořádku. Ale ne všichni jejich dopad bereme vážně. Co byste v této souvislosti připomenul?

Při jakékoli platební transakci buďte obezřetní, nenechte se zatlačit do situace, kdy budete jednat ve stresu a bezmyšlenkovitě. Jestliže vám skutečně volá nebo píše někdo z banky nebo od policie, bez problémů pochopí, že si všechno chcete ověřit a odmítáte řešit citlivé věci překotně a po telefonu. Ani banky ani Policie od vás nikdy nebudou požadovat sdělení důvěrných dat, jako jsou hesla, PINy, čísla platebních karet. Zamyslet se je v každém případě jednodušší než posléze řešit vykradený účet.



Petr Vosála

Ženy v businessu mívají poslední dny roku hodně napilno, souvisí to nejen s jejich pracovními pozicemi, ale většinou jsou i v roli manželek, přítelkyň, babiček a očekává se od nich také nadmíra rodinné péče. Úklid, cukroví, dárky; a na všech frontách je potřeba zvládnout povinnosti na výbornou. Poradil byste, jak neudělat chybu při placení, jak bezpečně manipulovat s financemi?

Jak už jsem říkal, hlavně budme všichni při placení obezřetní, zadanou platbu před potvrzením raději ještě jednou zkontrolujte a občas nahlédněte do mobilní aplikace ke svému bankovníctví a proveďte kontrolu i zde, tato drobná časová investice se vyplácí. Jako banka, která většinu služeb nabízí i v digitalizované podobě, známe rizika pohybu v online světě a víme, jak důležité je dodržová-

ní bezpečnostních pravidel. Hackerům bychom neměli usnadňovat práci. Stejně jako policie vidíme nárůst případů, kdy se podvodníci snaží vylákat z obětí finanční prostředky prostřednictvím falešných profilů a zpráv nebo podvodným voláním. Proto jsme v této oblasti velice aktivní, na speciální webové stránce www.csob.cz/branteserouzumem informujeme klienty o aktuálních rizicích a hrozbách, snažíme se společně vzdělávat mladou generaci, která patří k těm nejohroženějším.

Naše životy jsme provázali s platebními kartami, bez nichž by už žádný podnik ani jednotlivec nefungoval. Připomenul byste základní fakta týkající se bezpečného placení kartou, hodinkami, mobilem?

V současnosti je to jednoduché. Stačí kartu, hodinky nebo mobil, do kterého jste si kartu elektronicky uložila, přiložit k terminálu a je zaplacen. V případě vyšších částek po vás někdy systém bude vyžadovat další potvrzení, např. PINem. I mobil, hodinky si hlídejte stejně jako například klasickou peněženku. Nedávejte je z rukou, obchodník vaši kartu rozhodně nepotřebuje kontrolovat, opisovat si data apod.

A vaše osobní pravidlo, abyste měl finance pod kontrolou?

Používat selský rozum. Divla byste se, ale funguje to. Chce po mě někdo

PIN? Mám zadat své přihlašovací údaje při prodeji použitého zboží na online bazaru? To je přece nesmysl... Snaží se mě někdo dostat do časové tísně např. nabídkou nějaké super výhodné investice? Zní mi to podezřele, zpomalím a zamyslím se...

Co bychom si tedy měli připomenout?

Většinu úspěšných útoků má na svědomí nepozornost a lidská chyba. To znamená, že lidé jsou příliš důvěřiví, jednají neuváženě a ve spěchu nebo se nechají zaslepit touhou po rychlém zisku. Útočníci zneužívají toho, že si mnozí z nás nesnaží zpětně ověřovat, zda jim opravdu volal někdo z banky nebo instituce, jejímž jménem kyberzločinec vystupoval. Případně si nekontrolují či přehlédnou, že odkaz na webové stránky je falešný.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Střední Čechy a sváteční nálada

Obchody jsou zaplavené čokoládovými figurkami, adventními kalendáři a vánočními dekoracemi. Pro někoho začíná období stresu, shonu a shánění dárků. Přitom to může být čas, kdy se můžeme zastavit, nadechnout se pravé vánoční atmosféry a užít si čekání na Ježíška. Pro vánoční náladu vyrazte letos do středních Čech. Ve městech tradičně proběhnou vánoční trhy s rozsvícením vánočních stromů, jarmarky s punčem a pečenými kaštany, malebné hrady a zámky nabídnou speciální vánoční prohlídky. Chybět nebudou výstavy betlémů nebo vánoční koncerty, na kterých zazní známé koledy.

Ve středních Čechách si můžete vychutnat Vánoce všemi smysly. Bohatý program bude připraven jako už tradičně na zámku Loučeň. Magické období adventu zde zahájili už 17. listopadu speciálními prohlídkami. V komnatách se objeví více než dvacítko nazdobených vánočních stromčků. Na tradiční trhy pod názvem Královský advent zve návštěvníky druhou a třetí adventní neděli hrad Křivoklát. Zámek Konoπίště vyzdobí na neděli 11. prosince interiér vánočními dekoracemi stejně jako za časů arcivévody Františka Ferdinanda d'Este. Od 27. listopadu budou adventní trhy v Kutné Hoře

na nádvoří Vlašského dvora a netradiční Vánoce zažijete také v muzeu Sedlčany, které zahajuje advent oblíbenými dny řemesel.

Utéct předvánočnímu shonu můžete na zámku Mcely. Během pobytu nasajete vánoční atmosféru ochutnávkou tradičního cukroví, hudbou, která zazní na nedělní snídani, a v případě příznivé sněhové nadílky je možné objevovat krásy okolí jízdou na saních těžkých koňmi. „Střední Čechy přináší nejen během adventu nespočet akcí, na kterých na návštěvníky dýchne kouzlo Vánoc. Víkend strávený v tomto regionu se může stát jedním z předčasných vánočních dárků pro celou rodinu,“ naznačil Jakub Kulhánek, ředitel Stře-dočeské centrály cestovního ruchu. Každoročně patří k adventnímu času výstavy betlémů. Výstavu připravují na zámku v Hořovicích, v Mělníku budou k vidění unikátní vyřezávané a ručně malované betlémy z let 1840–1940. Na Karlštejně najdete největší loutkový betlém v Česku – Karlštejnský královský betlém. Originální betlémy je možné obdivovat v muzeu dolu Řimbaba. Vystavují zde betlémy v provedení dřevorezby nebo přírodní. Příkladem může být betlém z keramiky, chlebové střídky nebo gumiček. Betlémy nabídnou také skanzen Březové Hory, který je součástí Hornického muzea Příbram. Vánoce,



Skanzen v Přerově nad Labem

tradice a zvyky připomene rovněž dochovaná hornická chalupa, která je součástí muzea. Jak slavili Vánoce naši předci, zjistíte během speciálních prohlídek skanzenů ve Vysokém Chlumci, Kouřimi nebo na Hamousově statku ve Zbečně. Skanzen v Přerově nad Labem nabízí v interiérech všech devíti chalup scény ze života našich prababiček, připomínající starobylé zvyky v čase adventu a v období od vánočních svátků až do Tří králů. Nedílnou součástí Vánoc je zpívání koled. Ve středních Čechách budou k poslechu hned na několika místech. Nejznámější Česká mše vánoční Jakuba Jana Ryby zazní opět po dvou letech, a to 11. prosince v Císařském paláci na hradě Karlštejn nebo o týden později na zámku Dobříš. (tz)

INZERCE

KOMPLEXNÍ POJIŠTĚNÍ OBČANŮ



- **občanské stavby** - hlavní stavba, vedlejší stavby, byty jako stavbu,
- **domácnost** - trvale obývaná, rekreační, majetek v garáži na jiné adrese než domácnost,
- **občanská odpovědnost**
- **domácí asistence**

Možnost sjednat kompletní nebo jen jednotlivá pojištění, výběr ze tří variant rozsahu pojistných nebezpečí, možnost dalších připojištění.



POJIŠTĚNÍ SAMOSPRÁVNÝCH CELKŮ



- **movitý a nemovitý majetek** - včetně cenností, inženýrských staveb, sakrálních památek, městského mobiliáře nebo dopravního značení,
- **odpovědnost** - samosprávních celků a jimi zřizovaných subjektů za škodu způsobenou třetí osobě, včetně odpovědnosti zastupitelů.

**HASIČSKÁ
VZÁJEMNÁ
POJIŠTOVNA, a.s.**

**www.hvp.cz
info@hvp.cz
222 119 119**

POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ FORTEL



- **stavby** - stavby včetně stavebních součástí a příslušenství staveb,
- **movité věci** - provozní, výrobní a obchodní povahy, hotové a rozpracované výrobky, zásoby, věci cizí a stavební součásti, pořízené na vlastní náklady,
- **odpovědnost** - za škodu na věci nebo zvířeti, za újmu na zdraví a životě, za újmu z vlastnictví stavby, za následnou finanční škodu,
- + **dodatková pojištění** - náhrada nákladů zdravotních pojišťoven, odpovědnost za škodu na věcech převzatých, vnesených a odložených, za újmu způsobenou vadou výrobku.

Výběr ze tří variant rozsahu pro každé pojištění, varianty lze kombinovat.

Noblesa české cukrařiny v Jílovišti



Stanislava Váňová

Když jsem dostala tip od Asociace kuchařů a cukrářů ČR, jaké navštívit cukrárny z těch, co získaly letos certifikát projektu Czech Specials, byly mezi nimi i tři, které vlastní Stanislava Váňová: v Dobříši, Malé Hrašticí a Jílovišti. Jednoho sychravého odpoledne jsem zajela do té na třetím místě jmenované, kde je zároveň sídlo firmy PECU Stáňa s.r.o. Upřímně: nechtěla jsem věřit té nádhře, co se přede mnou otevřela. Noblesa na první dobrou, skvost mezi cukrárnami. A to už jich znám, panečku! Ve vánočně naladěné předzahrádce pečlivě a nad jiné vkusně nazdobený stromeček, čistounké stolky se židličkami, aby si mohli milovníci adventního času dát svařák a vanilkový rohlíček k tomu, kousek výtečného Pražského koláče nebo nadýchanou kremloli. Ale nepředbíhejme.

Posléze jsem vstoupila do prostor, kde se prezentují výsledky opravdových kouzel s cukrem, vajíčky, moukou, čokoládou či máslem, kde vládne cit pro detail a fantazii, kde zíráte s pusou dokořán. Cukrárna ve velkém stylu, něžné eleganci a s pobídkou k setrvání. Těžko byste takovou pohledali uprostřed naší metropole. Voňavé a načančané místo plné klidu přesto, že u pultu bylo stále koho obsluhovat. Velkolepě pojatý interiér, aby bylo dostatek místa pro osamocené introverta a jeho odpolední rozjímání, zamilovaný pár, rodinu s dětmi i vnoučaty, pří-

padně firemní sešlost v závěru uspěchaného dne. Spousty dekorací, jež k takovému prostředí patří. Spousty vzpomínek zhmotnělých například ve vitrínách muzea Františka Myšáka, kde může návštěvník uvidět speciální sklo, porcelán a nejrůznější formy a formičky na pečivo, které skutečně syn slavného pana Myšáka, proslulého prvorepublikového pražského cukráře, používal. Paní Váňová se u něj vyučila a starala se pak o tohoto muže i v jeho těžkých chvílích. Ale to už začíná příběh Stanislavy Váňové, do jehož souvislostí bych vás ráda zavedla:

Co vás přivedlo k cukrařině a pekařskému řemeslu?

Můj tatínek, který byl mistrem truhlářem, mě od malička vedl k lásce k poctivé, tvrdé práci a také řemeslu, a navíc miloval sladké. Proto byla pro mne cukrařina jasnou volbou. Ta jde ruku v ruce s láskou k pekařskému umění. Mým snem bylo mít syna pekaře. A představte si, že se mi splnil. A tak dnes syn pečve vynikající poctivý řemeslný kváskový chléb podle vlastní receptury z žitného kvásku, který si vyvádí sám. Jeho pekárna nabízí nespočet slaného pečiva, nebo třeba vyhlášené škvarkové placky, nač si jen vzpomenete.

Vy sama dnes provozujete tři cukrárny. Kdo je vašim typickým zákazníkem?

Našimi hosty jsou lidé všech věkových kategorií, kteří si potrpí na kvalitní výrobky podle tradičních receptur, převážnou část návštěvníků tvoří rodiny s dětmi, ti, kteří u nás rádi posedí během svých výletů a procházek. Nemáme ani nouzi o cizince, kteří tuto známou rekreační oblast poblíž Prahy navštěvují. Otvíráme ráno v šest a končíme v osmáct, takže si zájemci mohou nakoupit ještě před tím, než jdou či jedou do práce, a večer zase, když se vrací domů. Funguje nám to. Tím, že prodáváme i pečivo a chléb, se nám tento koncept osvědčil, v Hrašticí otvíráme dokonce už v pět.

Tvoří větší část vaší klientely firmy, nebo náhodní jednotlivci?

Největší část naší klientely tvoří stálí zákazníci, vrací se rádi a často, a skutečně dokonce i ze zahraničí. Ti doporučují naše výrobky svým známým a rodině, dokonce díky našemu muzeu mistra cukráře pana Myšáka za námi jezdí různé hromadné exkurze. Pořádáme ale také rozmanitá setkání do pekařství mého syna pro školy, abychom motivovali k poctivému řemeslu také mladší generaci. Naši firemní klienti jsou pro nás z velké části také stálými odběrateli, a ti noví, ti přicházejí na doporučení těch stávajících, ať už jednotlivců, nebo firem. Takže ti, kteří k nám zavítají náhodou, ti jsou skutečně spíše menšinou.

Ani vám se nevyhnulo zdražování energií a surovin. Jak to řešíte?

Cukrařině, která je skutečně poctivou a tvrdou fyzicky náročnou prací, se věnuji už 50 let. Do podnikání jsem vstoupila v roce 1991, tedy za těch 30 let už vím, o čem to je. Ještě ve svých sedmdesáti letech jsem stála za válem a vykravovala. Žádné období nebylo lehké. Vlastní podnikání je vždy velmi náročné nejen na údržbu nemovitostí, tedy prodejen i výroben, které musíme průběžně rekonstruovat a upravit tak, abychom splňovali nejnovější nor-

my a nařízení, musíme se neustále přizpůsobovat společenskému i technologickému vývoji. Proto je náš provoz náročný nejen na spotřebu energií.

Navíc je podnikání na vesnici také náročnější nejen na prodej koncovým zákazníkům, ale také dodávky našich vlastních výrobků firemním zákazníkům, což je při dnešních cenách pohonných hmot velmi drahé. Proto jsme nuceni, bohužel, také zdražovat a přizpůsobovat i v tomto směru trhu. To nás ale neodradilo od zásad, které máme. Stále totiž dbáme na kvalitu surovin, výrobních postupů a zachováváme naše tradiční receptury, kterých se nikdy nevzdáme na úkor ceny. Vážím si proto nesmírně všech zákazníků, kteří nás chápou a oceňují naše rozhodnutí udržet si kvalitu, i když za to musí více zaplatit.

Myslíte si, že zákusky a dorty budou lidé kupovat stále? Nebo je v jídelničce zastoupí více kynuté těsto – buchty, vánočky, koláče?

Pekařina i cukrařina jsou velmi široký obor, není to jen pečivo, koláče a zákusky, ale také různé cukrovinky a další výrobky, každá z kategorií má své příznivce, a nelze říci, že by některá z nich vymizela na úkor té druhé. Proto si myslím, že každá z kategorií bude mít na stolech zákazníků vždy své místo, ať už je to lahodná vánočka ke společné rodinné snída-

ni, buchty k dopolední svačince v práci či ve škole, zákusky k odpolední kávě s přáteli, nebo celý dort při slavnostních příležitostech, jako jsou narozeniny či svatba, protože tyto zvyklosti nic nenahradí.

Pro výrobce sladkých dobrot bývá čas předvánoční hodně náročný. Čím se vyznačuje u vás?

Začínáme samozřejmě pečením vánočního cukroví, nejen klasických vanilkových rohlíčků, ořechových pracen, máslového lineckého či poctivých kokosek, ale také specialit, které jinde v sortimentu nenajdete. Naši chloubou jsou například marcipánové trubičky dle naší vlastní receptury, které připravuji už 40 let. Nemohu nezmínit naši luxusní marokánku z mandlí a smetany, díky kterým má jedinečnou jemnější chuť a měkčí strukturu nežli klasické marokánky. Vyrábíme ji podle původní prvorepublikové receptury mistra cukráře pana Myšáka jako poctu jeho umění. Veškeré naše cukroví je čistě ruční práce, proto je v tomto období ve výrobně potřeba

přiložit ruku k dílu, abychom zvládli nejen cukroví, ale i běžný sortiment.

Advent pak oslavujeme naší tradiční vánoční výzdobou, a to nejen uvnitř prodejen, ale také v jejich okolí. Vyhlášená je výstava betlémů v Malé Hrašticí, na kterou se jezdí dívat každoročně lidé nejen z blízkého okolí, ale i z větších dálek, dokonce i z ciziny. Každoročně jsme před pandemií koronaviru před Vánocemi pořádali mikulášskou nadílku pro nadaci Zajíček na koni, víkendová adventní





foto Kateřina Šimková

setkání. Jarmark výrobků našich školáků, vystoupení známých umělců, například Ivetky Dufkové a Roberta Šícha, ale také prezentaci dětí z místní školy, náš anděl rozdával všem zlaté úsměvy a dětem malé dárečky. Pořádali jsme krásnou Rybovu mši spolu se svícením betlémů a mnohé další akce, na které účastníci rádi vzpomínají. Doufáme, že se k těmto zvukům budeme moci zase vrátit.

Pečete také cukroví na objednávku? Nebo speciální perníčky, obří vánočky?

Ano, samozřejmě, dodáváme cukroví na objednávku, a to jak pro jednotlivce, tak pro firemní zákazníky, speciálně přizpůsobené jako dárek jejich zaměstnancům či klientům. Naší specialitou je poctivá máslová vánočka podle prvorepublikové receptury Františka Myšáka, kterou vyrábíme opět ručním pletením, a máme ji dokonce v metrové variantě prodávané na dřevěném prkně, které nám na zakázku vyrábí můj bratr, jenž pokračuje v tradici truhlářského rodinného řemesla. Je také autorem mnoha originálních kousků nábytku v cukrárně v Jílovišti.

Proč jste vstoupila do projektu Czech Specials?

Za tu dobu, co jsem se dala na podnikatelskou dráhu, jsme se účastnili různých soutěží a projektů, protože náš rodinný tým má v sobě soutěživého ducha a každá taková příležitost je pro nás výzvou posunout své hranice ještě dál. Projekt Czech Specials nás však oslovil zejména proto, že podporuje če-

ské tradiční výrobky ve vysoké kvalitě. A protože je kvalita a tradice naším cílem již od počátku, byl pro nás zmíněný projekt jasnou volbou.

Máte za sebou výtečné reference, na jakou zakázku ráda vzpomínáte?

Každá zakázka je pro mě speciální, za 50 let mého působení v oboru lze jen těžko vybrat jednu, která je mému srdci nejbližší. Ráda se podílím na různých charitativních a nadačních projektech, spolupracuji pravidelně s Arcibiskupstvím pražským, vyráběli jsme dort pro anketu Zlatý míč a pro mnohé slavné osobnosti. Ráda samozřejmě vzpomínám na spolupráci s cukrářským mistrem Františkem Myšákem, ale nejvíce hrdá jsem na náš druhý dort pro výherce ankety Televizní rolnička za rok 1988 (předchůdce dnešní ankety TýTý), který měřil na výšku neuvěřitelných 3,6 m, na šířku téměř 2,5 m a vážil přes 170 kg, a výhercem se stal Karel Gott. Na tohoto neuvěřitelně charismatického, vždy usměvavého gentlemana, jehož největšími dary byla pokora, skromnost a božský hlas, vzpomínám s velkou láskou a úctou. Každá zakázka má však svá úskalí a z každé se i já po tolika letech učím novému.

Jaký je dnes zájem o cukrařinu mezi mládeží? Stává se opět populární?

Cukrařina je hodně široký pojem, ale myslím si, že se spousta mladých zajímá především o tu uměleckou část. A já bych si přála, aby se navracela nadcházející generace spíše k tradiční výrobě. Pravdou však je, že mladí dnes při výběru budoucího povolání nemají příliš velký zájem hlásit se na učební obory, což je velká

škoda pro řemeslo jako takové, nejen cukrařinu. A cukrařina? Není o tom udělat krásný dort, ale je to skutečně fyzická námaha, a do té se každému nechce.

A váš názor na českou cukrařinu?

Před sto lety byla ve světě pojmem, který

vzbuzoval respekt, to se bohužel postupem času změnilo. Ráda vidím, že se dnes mnoho českých cukrářů vrací k české tradici a snaží se českou cukrařinu nejen povznést na úroveň prvorepublikové noblesy a elegance, ale především se kloní k používání kvalitních surovin bez chemie, k zavedeným výrobním postupům a poctivým recepturám, stejně tak jako se o to snažím já celý život. Přejí si velice, aby nás bylo čím dál tím více a tento nádherný obor se opět dostal na výsluní jako za dob mistra cukráře Františka Myšáka.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Cukrařině, která je skutečně poctivou a tvrdou fyzicky náročnou prací, se věnuji už 50 let. Do podnikání jsem vstoupila v roce 1991, tedy za těch 30 roků už vím, o čem to je. Ještě ve svých sedmdesáti letech jsem stála za válem a vykrajovala. Žádné období nebylo lehké.

Vánoce v e-commerce: zákaznický servis je důležitý

V posledních měsících se české internetové obchody potýkají s citelným ochlazením tržeb, i proto se ale snaží nezanedbat přípravy na hlavní sezónu roku. Někteří prodejci i nadále očekávají, že vlivem zastropování cen energií Češi opět vezmou před Vánocemi e-shopy útokem. Řada z nich již začala posilovat kapacity jak ve skladech, tak se intenzivněji věnují kvalitě a dostupnosti zákaznické podpory.

Dlouhodobý růst internetových prodejců na českém trhu vybudoval vysoce konkurenční prostředí. Tím spíše musí jednotlivé subjekty klást důraz na budování loajální zákaznické báze. Produkt a jeho cena již dávno nejsou jedinými aspekty, které ovlivňují spotřebitelovu volbu. Proto se stále více zaměřují na kvalitu zákaznického servisu.

Uvědomují si to i čeští internetoví prodejci. „Od začátku podzimu jsme zaznamenali téměř třetinový nárůst poptávky po našich operátorech. I přes situaci na trhu ale očekáváme meziroční nárůst až o 50 %. Nejde pouze o to, že garantujeme vysokou kvalitu a měřitelné výsledky, jako externí dodavatel jsme pro společnosti levnějším řešením. Každý nyní hledá úspory, kde se dá,“ vysvětlil Petr Studnička, ředitel společnosti Conectart, která je největ-

ším tuzemským provozovatelem kontaktních center. Firmy se už měsíce před Štědrým dnem připravují na zvýšené množství objednávek. S nimi jde ruku v ruce i proces placení

a doručování. Právě v tento moment je pro nakupující zákazníky pomoc v reálném čase téměř nejzásadnějším faktorem. Logicky se proto prodejci snaží o co nejrychlejší a nejefektivnější odbavování všech dotazů zákazníků, čemuž může pomoci například zapojení konverzační umělé inteligence – takzvaných voicebotů. Například výše jmenovaný Conectart tuto vlastní technologii využívá na českém trhu již u několika klientů. Umělá inteligence tak vyřizuje hned několik základních požadavků, které by jinak musel odbavovat operátor. Podobným zefektivněním jsou i chatboti nasazení na komunikačních aplikacích Messengeru nebo Whatsappu. Jenom za posledních pět let přibývalo na českém trhu o 80 % více e-shopů. Od roku 2010 do roku 2020 se internetové nákupy před Vánocemi vyšplhaly ze 13 miliard korun na 65 miliard.

Covidový rok 2020 přinesl v meziročním srovnání nárůst dokonce až o 26 %, následující rok prodeje posílily o 14 %. V letošním roce ale došlo po dlouhé řadě let v české e-commerce k ochlazení. (tz)



INZERCE



ZD Všestary
Agriculture group

VITALTECH

AGROCHOV
Agriculture

Vital Czech s.r.o.
VŠESTARY

BOHEMIA FRESH

Ovocňák jako dárek pod stromeček

Na vánoční svátky se někteří psychicky připravují půl roku dopředu. Jenže víte také, že stres tělu ubírá na obranyschopnosti? A to v Ovocňáku nemůžou dopustit! Dali sady dohromady a připravili dva dárkové rakytníkové balíčky plné tekutých, sypaných i mazacích dobrot, které vám vyřeší dárky pro všechny blízké a jsou plné vitamínů, které k obranyschopnosti přispívají. Těšit se můžete i na vánoční edice moštů v případě, že vám během příprav vyschne v hrdle.

Vitamíny nabité, a navíc univerzální. Rakytník ze sadů rodiny Kořínkových, zakladatelů Ovocňáku, se letos schoval do dvou dárkových sad a vzal na sebe rovnou pět podob. V prvním balíčku se ukrývá rakytníkový sirup bez zrnka cukru, sypaný rakytníkový čaj s me-

duňkou a nesmrtelný retro plecháček, který se v žádné kuchyni neztratí, a ještě do ní kromě vánoční atmosféry vnese závan nostalgie.

Druhý dárkový set je stvořený pro mlsouny. Rakytníková šťáva bude zásobárnou vitamínu C, až přijdou tuhé mrazy, stoprocentní rakytníkový čaj zahřeje v každé plískanici,

a když se k němu namaže čerstvá houska džemem rakytník-hruška, zima si bude

moc trvat klidně do května. Na vychlazený mošt není dvakrát chuť, když venku zuří vánice. Pokud se ale ohřeje... To už je jiná! Letošní novinkou je mošt jablko-brusinka, v Ovocňáku přezdívaný

punč. Ten obsahuje kromě ovoce od českých a slovenských pěstitelů

puncové koření, a zavoní tak až k sousedům. Je si-

ce nealko a vhod-

ný pro malé i velké, ale báječně chutná, i když se do něj přihodí něco ostřejšího.

Kromě novinky jsou v nabídce i stálice: zimně laděné jablko se zázvorem nebo „tekutý štrůdl“ v podobě jablka se skořicí.

Ovoce sklizené z českých a slovenských sadů, abyste vy mohli sklídit ovoce za báječné dárky. Jsou plné vitamínů, neskutečně dobré a tak univerzální, že potěší babičku, sousedy i paní učitelku. A s dárkovými sadami se navíc už nemusíte balit.

(tz)



O Ovocňáku:

Ovocňák je značka v Česku a na Slovensku vyráběných 100% ovocných a ovocno-zeleninových pochoutek a nápojů. Využívá výhradně české a slovenské suroviny z oblastí CHKO Bílé Karpaty a okolí. Většinu si pěstuje ve vlastních sadech na česko-slovenském pomezí.

Ovocňák založila rodina Kořínkových v roce 2011 a prvním vyrobeným produktem byly čisté ovocné mošty. Od té doby se nabídka rozšířila na mošty, pyré, sušené ovocné plátky a rakytníkové produkty (šťávy, sirupy, marmelády, čaje). Všechny produkty Ovocňáku jsou čisté přírodní, 100% ovocné (případně zeleninové) a neobsahují žádné chemické konzervanty nebo jiná aditiva.

Kromě novinky jsou v nabídce i stálice: zimně laděné jablko se zázvorem nebo „tekutý štrůdl“ v podobě jablka se skořicí. Ovoce sklizené z českých a slovenských sadů, abyste vy mohli sklídit ovoce za báječné dárky. Jsou plné vitamínů, neskutečně dobré a tak univerzální, že potěší babičku, sousedy i paní učitelku. A s dárkovými sadami se navíc už nemusíte balit.



Fejeton

Co jsem se naučil

Neptejte se mě, které období svého života jsem měl nejraději. Nemohu na to odpovědět. Prožívám vždy přítomnou chvíli s uspokojením. Jasně, mohl bych si stěžovat, že se mi leccos nedaří, že nemám to, po čem jsem toužil, že jsem promarnil nejlepší léta. Ale já si tohle na šeptávání nespokojené mysli nenechám zalézt pod kůži, protože vím, že mě chce ošálit a ovládnout.

Na dětství bych mohl pohlížet s despektem. Měřeno dnešním metrem, nebylo o co stát. Byl jsem stydlivě se červenající kluk s viditelnou oční vadou, levák, který si při psaní rozmazával inkoust v sešitu a oblékaný tak, že jsem byl spolužákům k smíchu. Ti mi to občas dali pěkně „sežrat“. Když jsem se zas jednou vrátil domů ztloučený, našel jsem zastání u své mladší sestry. Druhý den ve škole mě před útočníky chtěla bránit pěsti. A docílila toho, že se i ti největší „sígrři“ zastyděli a nechali mě na pokoji.

Patřili jsme tehdy k té největší spodině společnosti. Vyrůstali jsme s mámou a sestrou bez otce, který od rodiny odešel dřív, než jsme si

jeho přítomnosti vůbec stačili všimnout. Rozvedená úřednice s mizerným platem byla předurčena k společenskému odsouzení a každodennímu živoření, ve třiceti bez sebemenší naděje na změnu k lepšímu. O to hůř, že jsme žili v městečku revolučních dělnických tradic a na ni, dceru prvorepublikového úspěšného stavitele a místního developera, se spoluobčané dívali buď se soucitem, nebo se škodolibým zadostiučiněním. Vzpomínám, že v přístavku kdysi honosné vily jsme měli takové vlhko, že vše bylo pokryto šedavou plísní a dvě malé místnosti se v zimě vůbec nedaly vytopit, ostatně ani dost uhlí jsme neměli.

Přesto na ta dětská léta vzpomínám vlastně rád a s nostalgií se tam vracím. Paměť už je taková, že jen podrží ty krásné chvíle, nebo alespoň jakýmsi kouzlem vytvoří z banality lesklé střípy vzpomínek. Když procházím místy, kde jsme tenkrát hráli kuličky, pouštěli draka nebo v popelu pekli brambory, uvědomuji si, jak dlouhou cestu jsem od té doby ušel. Od komplexu méněcennosti, který mi nedovolil ani pomyslet na studia (chtěl jsem být traktoristou jako strýc Toník) až po prestižní univerzitu v hlavním městě, kterou jsem absolvoval s prospěchovým stipendiem.

Kdy vlastně přišel zlom? Díky babičce, u níž jsme jako sirotci našli láskyplný azyl, jež v nás věřila a pozvedala naši pokleslou mysl? Řekl

bych, že nejprve se musel člověk octnout až na samém dně a začít bojovat. V učení na řemeslo v cizím prostředí, kde jsem beznadějně selhal, jsem si začal uvědomovat, že rukama se neuživím a že hlava má na víc. Když se později dostavil první malý úspěch – přijali mě na střední školu – pochopil jsem, že osud má každý ve svých rukou.

Když se pak vyhrabete z nejhoršího, začnete pomalu věřit sami sobě. Něco vás začne hnát dál, chcete si vyzkoušet hranici svých možností a dokázat si, že nejste o nic horší než ti druzí. Pokud se vám to začne dařit, získáváte obrovskou výhodu. Tahle těžká životní zkušenost je k nezaplacení. Když vás později něco nepřijemného potká, můžete si říci, že už bylo hůř, že se jen tak před něčím strachy nerozklepete. Víte, jak chutná chudoba a ponížení, ale že to není nic, co by člověka zabilo, pokud se nepodvolí tlakům z vnějšku, nepříznivým okolnostem. V každé, i té nejhorší životní etapě lze najít věci krásné. Už víte, že osud nám chystá zkoušky, v nichž jste měli obstát a bez nichž by život nebyl úplný, ale plochý, „bez chuti a bez zápachu“. Jak nás učí stará duchovní moudrost, všechno se děje tak, jak má. Každý dostává, co si zaslouží. A proto i vše, co nám přináší, máme přijmout bez reptání a s pokorou. Tohle už chápu, to jsem se za sedm desítek let naučil. A učím se dál.

Pavel Kačer

DS 4 E-TENSE: Jedinečné pouto

Designéři značky DS velmi dobře vědí, jak ženské populaci rozbušit srdce. Jestli vozidlo DS 4 E-TENSE S&S EAT8 Rivoli v provedení Cross něco vystihuje, pak je to magická přitažlivost od prvního pohledu. Asi to všechny známe. Stačí si vzpomenout na šátek od Hermès, šperky Boucheron nebo róbu od Dior. Nejsou to v žádném případě předměty všední. Zcela naopak.

Vnáší podstatnou dávku osobitosti a kouzla i do úplně ordinárního sychravého dne. V ženech vyvolávají pocity výjimečnosti, jsou to takové naše totémy. Nestřídáme je jako na běžícím páse, ale považujeme je za artefakty nadané magickou mocí, které v nás podtrhnou důležité kvality. Zkrátka mění naše vnímání i vztah k vlastnímu já. A přesně za takový artefakt, kterému byl dán do vínku dechberoucí půvab, lze model DS 4 E-TENSE považovat.

Zaslechla jsem, že kdosi déesko přirovnal k módnímu doplňku, jenž by měl v oblasti praktičnosti ještě drobounce dozrát. Nesouhlasím! Už jen proto, že jde často o pohled ryze mužský, ignorující potřeby ženské duše, takové, která má chuť se osvobodit od zaběhlých pořádků a najít si svůj vlastní prostor k sebevyjádření. Ostatně proto většina žen podniká. Je to způsob, jak nasměrovat svou ženskou energii tvůrčím a tvořivým způsobem. Zahrnuje kreativní proces kultivace emocí i mysli. A odehrává se často v těch chvílích, kdy zdánlivě nic neděláme. Třeba zrovna při jízdě autem. Potvrdila by to jistě řada věhlasných podnikatelek a manažerek. DS 4 E-TENSE jako by snad pro tohle byla přímo navržena. Její stimulační potenciál si náš tým vyzkoušel v závěru října. V našem businessu to není jen o vydavatelské a novinářské práci. Vybudovali jsme také PR agenturu, která se nebojí ani kampaní a projektů spjatých s Instagramem. Potřebujeme mít proto mysl vždy otevřenou neprošlápným cestičkám. A aby nás to vše bavilo, nespoléháme jen na čísla, ale na hodnoty a kvality, které kvantifikovat ani nelze. Naším kódem je radost z tvoření. Záleží nám na tom prokázat užitečnost klientům díky neotřelým řešením, nenásilně, s dávkou empatie a porozumění. To nám dává smysl.

Měli jsme před sebou krásnou výzvu. Pojmout zcela nově instagramovou strategii pro předvánoční období letoška a start roku 2023. Celý týden jsme postupně, krůček po krůčku za vo-



foto Kateřina Šimková

lantem DS 4 E-TENSE naslouchali intuici a vytvářeli koncept. Inspirace na cestách, kdy nás obklopovalo pohodlí a prostředí víc než krásné, přicházela bez vyzvání. Během toho jediného týdne byly oba koncepty hotové a mohli jsme je klientovi představit. S velkou pokorou a radostí můžeme prozradit, že dnes, kdy vychází prosincová Madam Business, předvánoční plán s úspěchem běží a ten pro leden až únor je připravený, aby motivoval publikum k tomu najít si svou vlastní cestu k pocitu spokojenosti.



Ptáte-li se, jak to ta DS 4 mohla tak snadno dokázat, pokusím se odpovědět. Abyste během jízdy byli stoprocentně pozorní a přitom vaše mysl mohla rozvíjet své pozoruhodné schopnosti, potřebujete se v autě cítit bezpečně a klidně. K tomu velkou měrou přispívá excelentní chytrý adaptivní podvozek. Chová se jako pravý gentleman, který neimprovizuje, ale přesně ví, nač se má připravit, aby vám nepocuchal ani šaty či účes, ani náladu. Tím se dostáváme k dalšímu předpokladu.

Pro myšlenkovou meditaci může být stará dobrá nuda v interiéru na škodu. Vnitřní prostor DS 4 E-TENSE v provedení Rivoli má šmrnc. Vybudí vaši všímavost. Detaily z jasanového dřeva a jemnoučká kůže krémově bílého a černého odstínu s efektním prošitím, masážní a ventilovaná vyhřívaná sedadla, nebo ztvárnění ovladačů, jež svou inspiraci našlo v kubismu. Odkazem na umělecký styl počátku minulého století spatříme i na systému reproduktorů HiFi Focal Electra, kterým nejvíce sluší, pokud se z nich linou tóny typické

pro tvorbu Selah Sue, Florence and The Machine nebo jiných soulových interpretů. A abyste si mohli melodii vnitřního hlasu i hudby vychutnat, dostalo déesko příjemné odhlučnění.

Spolehnout se ale potřebujete také na to, že vůz bude precizní při řazení a že jeho šikovní asistenti nejsou na okrasu, ale pomůžou vám znásobit pocit klidu. Tohle auto má pod kapotou celých 225 koní, které se dělí mezi benzínový agregát o objemu 1,6 litru a elektromotor. Na elektřinu plug-in hybrid dokáže ujet kolem 35 km. Potěšující je možnost nastavit si E-SAVE, a tak upravit

možnosti rekuperace, abyste posledních 10 až 20 km cesty mohli využít plně elektrický pohon, což je funkce skvělá zejména do města. Shrnutí? DS 4 E-TENSE má vše, co potřebuje, aby mezi řidičkou a vozem vzniklo jedinečné pouto. A do budoucna? Možná bychom mohli značce navrhnout, aby naučila umělou inteligenci rozpoznat, kdy žena potřebuje dostat slovo povzbuzení, malý kompliment, který vystřelí její energii do kosmických výšin.

Kateřina Šimková



06

KVÁSKOVÁ VÁNOČKA MÁSLOVÁ

PRAMENŮ

6

MÁSLO

5%

KVÁSEK, MOUKA,
VODA, SŮL, UM
A CIT PEKAŘE



Pečivo z dobré adresy
KDE ZAKOUPIT NAŠE PEČIVO ZJISTÍTE NA

WWW.BAKER-ST.CZ