

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

březen 2025

Když se loučíš
Eva Brixi

Když se loučíš
Slzy na krajíčku zůstávají stát
Jako tečky vět
Jež nekončí
Krajkoví vzácných tvarů
Ve větvích vztahů
Utkaly pavučinu z mravů
Na tváři
Vzpomínky šimrají
A za plotem je svět
Když se loučíš
Není to okamžik
Snad věčnost v minulosti
A žádný trik času
Se nekoná
Odvážné prázdno
Prožívá dívka nehodná
Růžově skotačí a sbírá krásu
Nebeských pláten
Němý film promítá naději
Já se ale neohlížím raději
Neodjížděj a nevracej se zpět
Tvé místo
Je tady a teď
Když se loučíš

Martina Bedrnová

Automobilová značka DS jako bohyně
a symbol francouzské elegance
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Unikátní čokolády Lidka z Kutné Hory mají svůj jedinečný příběh i chuť

Čokoládový ráj se nachází v Kutné Hoře na Komenského náměstí 72/18, kde najdete nejmenší čokoládové muzeum na světě, ale rovněž prvotřídní výrobky znovuzrozené značky Lidka, již vtiskli nový život Lada a Pavel Bartošovi. Muzeum i rodinná manufaktura zahájí svoji letošní sezónu symbolicky na Světový den štěstí 20. března. Lákadly zde budou i dvě nové čokolády Lidka, které se pyšní stříbrnou a bronzovou medailí z prestižní International Chocolate Awards. Na návštěvníky čeká i unikátní sběratelská série čokolád, které skrývají pod obalem jednu z tajemných pověstí spojenou s Kutnou Horou.

www.chocomuseum.cz



Překonávání výzev je nádhera



Dana Martinovičová

Co pro vás ocenění Národní cenou sociálních služeb v kategorii Manažer/ka sociálních služeb znamená?

Představuje pro mě závazek. Ocenění získáte za něco, co jste zvládla. Současně ale na sebe přijímáte závazek a také očekávání okolí, že svou práci budete i nadále dělat stejně dobře a stejně kvalitně jako dříve, a možná i lépe.

Nyní jste ředitelkou domova pro seniory a domova se zvláštním režimem. Dříve jste ale pracovala v akademické sféře. Jaký rozdíl mezi těmito obory vnímáte?

Působila jsem v akademickém prostředí, kde jsem pracovala s mladými lidmi, a současně jsem působila i v managementu. Určitou dobu jsem byla vedoucí katedry a také prorektorka pro kvalitu. A ve svých 50 letech jsem udělala pro kvalitu. A ve svých 50 letech jsem udělala úplnou změnu a šla jsem do sociálních služeb. Zde bych ráda zmínila, že podle mě má každá práce smysl a je úplně jedno, kde ji vykonáváte, když ji vykonáváte poctivě a s maximálním úsilím. Pro mě byla zásadní změna v tom, že v rámci akademické sféry se má práce zaměřovala na budoucnost mladých lidí, a nyní pracuji s lidmi tak, aby byla zachována jejich důstojnost až do konce života. Tohle je něco, co mě neuvěřitelně naplňuje a dává mi naději, že se dá žít kvalitně v naprosté všech fázích našeho bytí.



Diakonie
Českokobratrské církve evangelické

Dana Martinovičová působí jako ředitelka Domova na Polní ve Vyškově, kde se během krátké doby stala

inspirativním lídrem. Koncem ledna převzala Národní cenu v kategorii Manažerka sociálních služeb, a to za obětavou a profesionální práci v sociálních službách za rok 2024. Ocenění udělovala již podvanácté Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR společně s Diakonií ČCE. V následujícím rozhovoru se dočtete, jak Dana Martinovičová motivuje své zaměstnance, jaké vlastnosti by podle ní měl mít správný ředitel i proč by manažer měl vychovávat další manažery.

Chtěla jste vždy pracovat v pomáhajících profesích?

Ne, v podstatě jsem o tom takto nikdy nepřemýšlela. Možnost pracovat v sociálních službách přišla jakýmsi historickým vývojem a jsem opravdu moc ráda, že mě to zavalo právě na místo, kde jsem nyní.

Na ocenění vás nominovali spolupracovníci, kteří zmiňovali, že jste svou 17letou manažerskou praxi zúročila v Domově na Polní vytvořením prostředí podporujícího iniciativu zaměstnanců. Jak je motivujete? Máte nějaké rady, jak s nimi efektivně komunikovat?

Asi nemohu říct, že bych mohla dávat rady, ale mohu prezentovat svou životní zkušenost, a to ve dvou rovinách. První je ta, že z titulu manažera si myslím, že motivovat nelze, protože motiv je jakási vnitřní pohnutka, a pokud daný člověk se svou vnitřní pohnutkou nic neudělá, tak žádný externí vliv na něj moc velký účinek nemá. Druhá rovina je ta, že se snažím být svým kolegům příkladem. Lidé musí vidět, že když po nich něco chci, tak to dělám i já. Pokud jsem vůči svým kolegům náročná, pak musím být náročná nejdřív sama k sobě. Pokud chci, aby byli disciplinovaní, tak jsem disciplinovaná já. Jinak vám lidé neuvěří. Je také důležité ke každému přistupovat s úctou a respektem – ať už dotyčný pracuje na jakékoliv pozici. Je mi principiálně jedno, jestli přede mnou stojí šéf péče, nebo uklízečka. Budu k nim mít respekt vždy. V neposlední řadě bych ráda zmínila důležitost pokory – s pokorou je třeba přistupovat ke všem aktivitám, ať jde o interakce mezi zaměstnanci, nebo zaměstnanců s klienty.

Při nominaci také padla zmínka o tom, že do domova přinášíte moderní a inovativní metody. Jaká inovace se vám dosud nejvíce osvědčila? A co teprve plánujete zavést?

Ráda bych na úvod zmínila, že záleží na tom, v jaké fázi života domova do organizace nastu-

pujete. Například pro někoho jsou inovací nová elektrická lůžka, ale pro někoho je to naprostý standard. Také je to o rozhledu, který mám. Když nevím, co mi svět umožňuje, tak to nemohu chtít.

Přišla jsem do domova, kde pracuji, ve chvíli, kdy je pro nás inovací téměř vše. A já to rozlišuji ještě na tzv. hardware a software. Hardware je vše, na co si lze sáhnout, software jsou mezilidské vztahy a procesy. Nastavujeme velmi mnoho věcí znovu, mnoho věcí se učíme dělat tak, jak by měly správně fungovat. A musím upřímně říci, že mi kolegové pracovali vždy dobře, jen procesy nebyly pokaždé dobře nastaveny. Takže my se nyní potýkáme s tím, jak co nejlépe skloubit ten software s tím, jak máme vyřešený hardware. Sídlíme ve starší budově panelákového typu, která dispozičně není na úplně nejmodernější úrovni. Naši činnost tomu musíme přizpůsobovat, včetně toho, jak klienta dokážeme odvézt například na terasu. Když to shrnu, tak se snažíme o to, aby klient byl v co nejbezpečnějším prostředí. A tomu uzpůsobujeme hardware i software.

S inovacemi jistě souvisí i otázka financování...

Mám na financování sociálních služeb specifický názor – jsem asi jedna z mála, která řekne, že stát financuje sociální služby relativně dobře, peněz je dost, jen se nerozdělují tak, jak by měly. Najít peníze vyžaduje určitou iniciativu, ale když nebudu hledat, tak je nikdy nenajdu.

Jaké vlastnosti by podle vás měl mít člověk, který zastává pozici ředitele organizace poskytující sociální služby?

Manažer by měl mít úplně stejné vlastnosti, ať už působí ve zdravotnictví, sociálních službách, nebo v průmyslu. Měl by to být člověk, který má rád lidi, protože s nimi pracuje. Ale nejenom, že s nimi pracuje, ale pracuje pro ně. Je tam od toho, aby se lidem dobře vykonávalo jejich zaměstnání. Dále – a teď se budu opakovat – je třeba mít úctu a respekt k životu. Je to

o trpělivosti, toleranci, empatii, důvěře, akceptaci jiného názoru – což je velmi těžké, ale velmi důležité. A hlavně si myslím, že by manažer měl dělat vše pro to, aby si vychovával další manažery. Ve chvíli, kdy manažer dostane strach, že ho někdo přeroste, tak naprosto skončil. Z mého pohledu má správný manažer nechat lidi kolem sebe růst. Zároveň ale nesmí zapomenout zaměstnance kontrolovat.

Je něco, co by vám práci ředitelky ulehčilo?

Kdybyste mi stejnou otázku položila, když jsem začala působit v sociálních službách, tak bych něco dokázala vyjmenovat, ale nyní už ne. Cokoliv ke mně přichází, tak to řeším bez ohledu na to, jak moc těžké nebo lehké to je. Má práce mě jednoduše baví a naplňuje. Není těžká – je náročná. Každý den přicházejí výzvy. A překonávání výzev je pro mě nádherná.

Jaký moment či příběh z praxe ve vás za tu dobu, co pracujete jako ředitelka ve službách, nejméně rezonoval?

Těch příběhů je víc. Například ten z doby covidu-19, kdy jsme se s velkým nasazením starali o naše klienty. Současně 95 % zaměstnanců v sociálních službách jsou ženy, takže se musely potýkat s tím, že často měly doma děti na online výuce. Tyto ženy vše zvládly s neuvěřitelnou noblesou – prostě jsme dále fungovali 24 hodin denně sedm dní v týdnu. A speciálně ve mně zarezonovala zkušenost, a to jsem ještě pracovala v organizaci Emin zámeček v Hrušovanech nad Jevišovkou, tedy v mém prvním působišti v sociálních službách, když do tohoto zařízení pronikl covid-19. Náhoda se objevila až velmi pozdě, kolem 2. ledna 2021, a mně se stalo, že mi v určitý okamžik zůstala jedna zdravotní sestra na celý domov. Ona v sobě našla takovou sílu, že ve službě zůstala celý týden, v noci se starala o klienty a přes den spala, když v zařízení bylo

víc pracovníků. Když jsme na to po roce vzpomínali při vánočním setkání, tak nás všechny přemohly emoce. Jednak kvůli tomu, jak to bylo náročné, ale také proto, že jsme to tak krásně zvládli.

Na co byste se v zařízení do budoucna ráda zaměřila?

Asi úplně na všechno. Ale konkrétně – sídlíme ve starším objektu, takže je třeba se zaměřit na opravy elektroinstalace. Ta nás totiž brzdí v dalším rozvoji. Například bychom chtěli udělat změnu v podávání stravy, na jednotlivá patra instalovat myčky, aby se vytvořily takové malé domácnosti, ale vzhledem k tomu, jak zastaralou instalaci máme, tak to nelze. Mohlo by se zdát, že je to více o hardwaru, ale jeho inovace nám neuvěřitelně pomůže v procesech vůči klientům a velmi to zlepší a zrychlí péči. Dále se zaměřujeme na paliativní přístup. Proškolujeme personál a také jsme v rámci našeho domova – a tím bych se chtěla pochlubit – vytvořili jakési zázemí pro paliativní péči. Pojmenovali jsme ho Centrum na Polní, aby název neevokoval negativní myšlenky. Součástí je paliativní pokoj, zázemí pro rodiny, které využívají rodiny klientů, ale slouží i pro rozhovory s knězem či psychologem. A toto vnímám jako velký krok dopředu.

Umíte při tom všem vůbec odpočívat, oddechnout si, vypnout?

Premýšlím, zda vůbec odpočívám! Ale musím říct, že jsem milovník detektivek. Ty čtu zásadně, když jsem s manželem na dovolené, přičemž celou dovolenou proležím na pláži s knížkou. Také miluji detektivky v televizi, vždy žertuji, že stres léčím stresem. A vcelku ráda i vařím, takže víkendy v klidu strávím v kuchyni, a někdy si při tom pustím právě nějakou tu detektivku.

za rozhovor poděkovala Ivana Vlnová ■■■



Oceněné osobnosti v soutěži Národní cena sociálních služeb

Národní cena sociálních služeb – Pečovatel/ka roku

je profesní ocenění, které si klade za cíl odměnit mimořádně kvalitně pracující, obětavé a zodpovědné sociální pracovníky, pracovníky v sociálních službách a manažery působící ve všech druzích sociálních služeb. Pořadatelé jsou Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR (APSS ČR, více na: www.apsscr.cz) a Diakonie ČCE. Záštitu nad oceněním za rok 2024 převzala první dáma Eva Pavlová, Markéta Pekarová Adamová, předsedkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, a Marian Jurečka, ministr práce a sociálních věcí.

Jiří Horecký, prezident APSS ČR, k ocenění uvedl: „Práce v sociálních službách, zejména pak v tzv. pomáhajících profesích, patří mezi ty nejzásadnější a nejdůležitější, přesto je často opomíjena. Ocenění Pečovatel/ka roku je příležitostí nejen vyjádřit vděk jednotlivcům, kteří věnují svou energii a péči druhým, ale také ukázat, jak nenahraditelnou roli pečovatelé, pečovatelky, sociální pracovníci a další mají pro naši společnost. Jejich příběhy jsou inspirací a připomínkou, že skutečná pomoc má tvář lidskosti a obětavosti.“

Ocenění vzniklo v roce 2013 spojením dvou původních prestižních cen s vlastní tradicí (Pečovatelka roku a Národní cena APSS ČR).

Odborná komise vybírá finalisty z nominací zaslaných klienty, jejich rodinami i kolegy, a to ve třech kategoriích, kterými jsou:

- Pracovník v sociálních službách – Pečovatel/ka roku (v terénních, pobytových a ambulantních službách);
- Sociální pracovník;
- Manažer sociálních služeb.

Speciální kategorií je Cena veřejnosti, ve které může dát hlas svému favoritovi kdokoli z veřejnosti.

Ocenění na prvních pěti místech v každé kategorii a formě služby získávají diplom a věcné ceny, které jim jsou předávány na slavnostním vyhlášení na Novoměstské radnici v Praze.

Další informace najdete na webu www.pecovatelkaroku.cz



Dostanu poplatek zdarma

Mám ráda legrácky, absurdity i nesmysly, kterým se dá zasmát. Celý život hledám nejrůznější nápisy a cedule, které nějaký vtipálek poopravil, dal jim nový význam. A nacházím. Vybavují se mi úsměvné situace, které povznášejí mé všední dny. Někdy je to docela tvrdý humor, ale budiž, smířila jsem se už s tím, že jsem na takové jsoucnou naladěna a že mi přináší do života jiskru. Inu, vymyšlení jsem měla vždycky ráda a obdivuji každého, když na něco příhodného přijde a nás ostatní pobaví. Onehdy jsem se o jednom bankovním produktu dočetla, že pořídím-li si ho, dostanu poplatek momentálně zdarma. Peníze zadarmo! Ráj na zemi a v Čechách!

Eva Brixi, šéfredaktorka



Tip Grady

Tajemství úspěšných lídrů

Mike Michalowicz



Představte si tým plný motivovaných zaměstnanců, kteří milují svou práci, sdílejí vaši vizi a dělají maximum pro úspěch firmy. Objevte osvědčené strategie, díky nimž najdete a přitáhnete ty nejlepší talenty, přeměníte průměrné pracovníky v nepostradatelné, sládky silné stránky zaměstnanců s potřebami firmy i klientů, nebo vytvoříte firemní kulturu, ve které každý přemýšlí jako majitel.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 19, březen 2025

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@iprosperrita.cz, mobil: 602 618 008

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz **TRIANGL print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixi v záložce Stará blogerka.

Na www.madambusiness.cz se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnétic.



Co oceňujete na chování muže v roli šéfa?

Tereza Knířová
Pluxee
tisková mluvčí

Pro mě je důležité, aby můj nadřízený byl skutečný leader, který dokáže podpořit, motivovat, ale nechává mi odpovědnost za moje projekty a není mikromanažer. Velmi oceňuji lidský přístup, pochopení, transparentní komunikaci nebo pomoc s prioritami. Od šéfa muže očekávám, že bude hlídat prostor pro všechny členy týmu, aby měli ženy i muži možnost vyjádřit svůj názor rovnocenně.



Líbí se vám ve společnosti více žena v sukni, šatech, nebo kalhotách?

Ing. Jiří Kopáček, CSc.
Českomoravský svaz mlékárenský
předseda představenstva

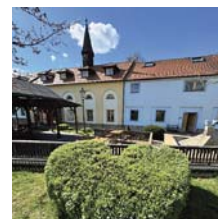
Na tuto otázku je moje odpověď docela složitá. Líbí se mi totiž každá žena, která je dobře oblečená. Slavná francouzská módní návrhářka Coco Chanel kdysi prohlásila: „Pokud vás žena ohromila svým půvabem, ale nepamatujete si, co měla na sobě, pak byla oblečená bezchybně.“ A tak to já také vnímám. Ale když o tom budu více přemýšlet, a má-li to být ve společnosti, pak bych asi raději viděl ženu v sukni nebo šatech. Ostatně slovo sukně se někdy používá i jako synonymum ženy, třeba když se říká, že se otočil za každou sukni. V tomto případě je žena určitě vždy ženou. Ale abych se zase vrátil do světa citátů, tak bych uvedl jeden zajímavý od neznámého autora: „Moderní dívky chtějí vypadat trochu jako chlupci, proto nosí kalhoty. Zčásti však chtějí dokázat, že jsou dívky, a proto nosí přiléhavé svetry.“ A ještě vzpomenu na charizmatického britského premiéra Winstona Churchilla a jeho zajímavý výrok: „Dobrý proslov by měl být jako dámská sukně: dost dlouhý, aby zakryl subjekt, a dost krátký, aby vzbudil zájem.“ Ale abych ukončil tím, jak to vidím já sám: Pro mě není důležité, zda si žena oblékne sukni, šaty, nebo třeba kalhoty. Důležitější je, aby byla vždy sama sebou. Pak bude také krásná.



Informace do kabelky

Dvůr Čertousy v Horních Počernicích a velikonoční hody

Jeden z posledních hospodářských velko-dvůrů na pomezí hlavního města Dvůr Čertousy v Horních Počernicích na východě Prahy patřil již v minulosti k centru zdělanosti se silnými historickými kořeny. Rodina Stárova tyto tradice místu navrácí. Přebudovala jej na multifunkční zázemí pro pořádání nejrůznějších soukromých i firemních setkání. Areál zahrnuje restauraci s terasami, hotel, několik konferenčních prostor, vinný sklípek, ale i krásnou zahradu s využitím pro svatby, firmy, kulturní zážitky nebo jen ke klidnému posezení či samogrilování. Nově zve všechny návštěvníky k ochutnání vynikající kuchyně. Tu tradiční obohatí speciální velikonoční menu. Po vydatném obědě či večeři nabídne k lahodné kávě paní Jana Stárová vlastnoručně připravené dezerty. Velikonoční menu můžete ochutnat od 18. dubna. (tz)



Láska přetavená do šálku



Bára Škorpilová

Zaujal mne na první pohled. Šálek s podšálkem v osobitém tvaru a s nádherným ouškem. Stejně tak křehkým jako vztah ženy a muže, ve tvaru stejně tak čistém jako láska až na věky. Designérský kousek, který stojí za to mít doma. A zvesela z něj popíjet, ať člověk září štěstím, nebo v nostalgii vzpomíná na vše, co mu uteklo pod rukama. Mám ráda svěbytné kousky, které obohacují naše dny kouzlem nápadu, neotřelostí, jasnou svěbytností. Věci, které nepotřebujeme, ale přesto je chceme mít. Protože je nám v jejich blízkosti dobře.

Design hrál, hraje a bude hrát roli, tvrdí česká architektka a designérka Bára Škorpilová ze studia Mimolimit, z jejíhož pera vzešel návrh jedinečného asymetrického šálku pro všechny zamilované. A protože designový rukopis Mimolimitu je vždy o detailech, unikátní spirálovité ouško šálku je v celé délce srdcovitého průřezu zakončeno jak jinak než červenou miniaturou srdce. Povídali jsme si nejen o této originální edici, ale i designu dalších prvků, jež patří k našemu stolování.

Před svátkem Valentýna jste nabídla veřejnosti, která má ráda originální radůstky, možnost pořídit krásný dárek partnerce či partnerovi, a to šálky s podšálky ve tvaru srdce. Jak zrovna tenhle nápad přišel?

Jednoznačně ze zamilovanosti. A k tomu není třeba víc dodávat.

Kolik variací s sebou nese?

V současnosti pouze jedinou – bílý podšálek i šálek a červené srdíčko. Původně jsme měli na výběr i podšálek s namalovaným červeným srdcem částečně kopírujícím jeho tvar, ale tuto variantu je v takto malých sériích bohužel jen velmi obtížné realizovat. Zůstali jsme proto u čistě bílých podšálků, které se těší větší oblibě.

Kde a do kdy je šálek k mání?

Šálky lze pořídit buď ve studiu Mario Wild Flowers v Praze 1, zaměřeném na floristiku

a dekorování interiéru, nebo na našich webových stránkách www.mimolimit.cz. Svátek svatého Valentýna je už sice za námi, ale šálkem je určité možné udělat radost od srdíčka i v květnu, kdy se slaví svátek lásky 1. máj nebo svátek všech maminek. Avšak potěší i jako elegantní dárek třeba pro novomanžele.

Jeden si říká, že už pro stolování bylo všechno vymyšleno, a druhý naopak, že ani zdaleka. Co z tohoto sortimentu vnímáte, že by dnes ještě mohlo zaujmout? Co lidé hledají, potřebují? Nebo co nepotřebují vůbec, ale koupí si pro potěšení?

Při svých návrzích interiérů se často potýkám s omezenou nabídkou mnohého. Například najít elegantní cukřenku a mlékovku, které by navíc na stole ladily s ostatními věcmi na stolování – to je téměř nadlidský úkol. K cukřenkám zase hledáte designově odpovídající kleštičky na cukr a příběh pokračuje... zkuste mi například ukázat elegantní, ale hlavně funkční držák na

ubrousky. Jde o další z věcí nezbytných ke stolování, u kterých má současná nabídka trhu mezery. A právě to vše nás inspirovalo. Vlastně všechny tyto produkty u nás vznikají primárně proto, že nám samotným na trhu chybí. Mohu prozradit, že právě držák na ubrousky aktuálně v našem ateliéru vytváříme... nechte se překvapit.

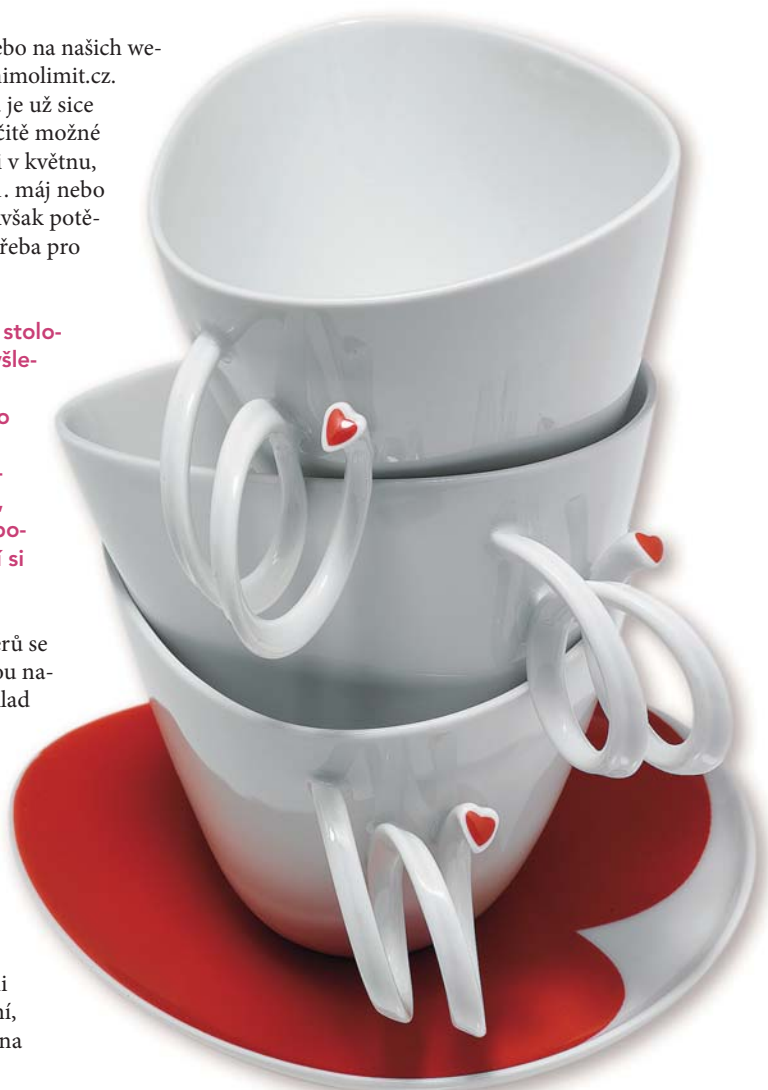
Jakou roli bude v zákaznickém rozhodování hrát v příštích letech design?

Design vždycky hrál, hraje a bude hrát při výběru roli! A to ať už jde o zařizovací prvky interiéru, tak i ostatní segmenty trhu.

Přibude ke zmiňované sérii ještě nějaký kamarád? Třeba srdíčková lžička nebo talířek na kremroli?

Rozšíření k šálku v současné době neplánujeme. Naopak přemýšlíme, že bychom každý rok vyrobili pouze limitovaný počet kusů této originální edice.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



Potřeba věci kolem sebe zkrášlovat a zvelebovat je pro nás typická

Jestli pátráte po tom, jak o Velikonocích nabarvit vajíčka jinak, než jste to dosud dělali, čím nejlépe vyzdobit obývací pokoj, nebo toužíte po tom něco si vlastníma rukama vytvořit, a přitom si parádně odpočinout od všemožných starostí a povinností, pak pro vás může být pěknou inspirací kniha, kterou vydalo koncem loňského roku nakladatelství Smart Press. Publikace se jmenuje Rok plný tvoření a autorkou je Tereza Rak, bývalá manažerka, žena, která odešla z businessu a užívá si nyní radosti se svými dětmi. S nimi, ale i sama jen tak pro potěšení, stále něco kutí, peče, zdobí, prostě vytváří. A velmi ji to naplňuje.

potřebuju mít nějaký projekt, kdy něco nového vzniká a já mám možnost si nad tím přemýšlet. Někdy to jsou věci menší, jejichž realizace se povede hned, jindy to jsou projekty i na několik let. Můj muž si ze mě dělá legraci, že nikdy nemůžu mít vše dokončené, protože hned vymyslím věci nové. A má pravdu. Jednou mi to samé řekl i jeho tatínek, že mít před sebou stále nějakou vizi je hnací motor jeho života.

Co vás těší víc – chvíle, kdy něco nového vytváříte, nebo pěkný výsledek?

Tvoření je pro mě proces a nedá se říci, že by vždycky měl fázi, kdy skončí. Baví mě učit se nové věci a neustále něco nového zkoušet. Proto, i pokud něco dokončím, většinou je to jen začátek k tomu to zkusit znovu a lépe.

Češi byli vždy velcí kutilové a se vším si uměli poradit. Promítá se to i do touhy pořádkem kolem sebe něco zlepšovat, zkrášlovat? Je to v našich genech?

Myslím, že potřeba věci kolem sebe zkrášlovat a zvelebovat je pro nás lidi typická. Teď žijeme v době luxusu, a možná oproti dřívějším časům už nemáme tak praktickou potřebu něco sami vytvářet, protože si vše jednoduše za pár korun koupíme. O to větší hodnotu ale mohou mít vlastnoručně vyrobené originální věci, které nikdo jiný nemá, a které dokonale vystihují nás samotné.

Které roční období máte nejraději, které je nejvíce inspirativní pro výrobu nejrůznějších kytic, věnců nebo moučníků?

Mám právě ráda pestrost celého roku, to, jak se příroda mění a nabízí nám v různých částech svého koloběhu jiné materiály i jinou atmosféru, která nás ovlivňuje. Často je ale tvoření spojené s tradicemi a těch je asi nejvíce okolo významných křesťanských svátků, jako jsou Vánoce a Velikonoce. Z pohledu domácího tvoření vnímám tato období jako nejvíce inspirativní.

Nebere vám vaše záliba příliš mnoho času? Nebo vás naplňuje tak, že čas nehraje žádnou roli?

Pro mě se tato záliba stala i prací, takže přestože mi zabírá opravdu mnoho času, nevnímám, že bych se jí věnovala na úkor svého volného času. Určitě bych neměla tolik prostoru na tvoření, kdybych zůstala u své bývalé profese, kdy jsem pracovala na manažerské pozici v nadnárodní firmě. Ve své dřívější ka-



Tereza Rak

foto Jana Bergerová

Vaše kniha si získala rázem spousty příznivců. Myslíte, že potřeba vlastního tvoření sílí? Že lidé hledají příjemný způsob relaxace právě v rukodělných radostech?

Myslím, že tvoření je nám lidem velmi blízké odjakživa. Dříve šlo možná o praktickou potřebu, v dnešní digitální době nám zase přináší větší relax a dobrý pocit z toho, kdy vidíme výsledek své práce. Spíš mám pocit, že nám trochu chybí odvaha zkoušet dělat věci, které

si myslíme, že neumíme. Často pak slyším, že se lidé díky mému jednoduchému návodu rozhodli něco vytvořit a byli až překvapeni, jak snadné to bylo.

Jak vás taková činnost ovlivnila? Změnila něco ve vašem vztahu k životu?

Řekla bych, že tvoření je součástí mého života odjakživa. Nevnímám ho jen jako koníček, ale je to pro mě způsob životního stylu. Neustále

riře bych byla ráda, kdybych dětem o Vánocích nazdobila stromeček... Byla jsem velmi časově i mentálně vytížená, a i proto si moc vážím, že teď, když jsou děti malé, mám možnost pracovat jinak, trávit s nimi čas a věnovat se něčemu, co mě nestresuje, ale naopak mi přináší radost. Cítím za to obrovskou vděčnost.

Už víte, co si připravíte k letošním Velikonocům?

Mám ráda, jak se věci opakují, takže si určité upletu už tradiční velikonoční věnec, který mi hned první rok z branky ukradla kuna. Snad se to nestane i tentokrát. Budeme s dětmi barvit velikonoční kraslice a taky hodně péct – jidáše, mazance, beránka i velikonoční nádivku.

Módní i potřebné je dávat nový život starým věcem, třeba krabicím, oděvům, židlím, košíkům... Baví vás to?

Baví mě to moc. Dokonce bych řekla, že mi tyto projekty při tvoření dávají největší smysl. Mám na svém profilu jednu dlouhodobou spolupráci, v rámci které ukazují různé návo-

dy jak z odpadu vytvořit něco hezkého. Nejsm žádný odborník na ekologii, ale rozhodně mi není jedno, jak se k naší planetě chováme a jakou ji jednou předáme našim dětem.

A nestálo by za to připravit další knížku právě na toto téma? Jako inspiraci ostatním? Mohlo by jít o drobnosti, kterých je v každé domácnosti až až... Krabičky od čaje, zachovalé papírové tašky, hrnečky bez oušek...

Zrovna minulý týden mi zavolala Martina Boledovičová, majitelka nakladatelství Smart Press, kde vyšla moje první kniha, zda nenapišeme ještě nějakou další. Přiznám se, že už dlouho mám v hlavě spoustu nápadů na eko tvoření a upcycling, tak uvidíme, zda se ještě do něčeho pustíme.

Ženy, které působí v businessu, potřebují občas

uklidnit nervy. Doporučila byste jim právě něco z toho, co prezentujete v knížce?

Sama jsem si zažila práci ve vrcholném managementu, a tak myslím, že vím, že každý si ten svůj způsob relaxace musí objevit sám.



Pro někoho to může být tvoření, pro jiného sport nebo umění a podobně. Důležité je nezapomínat v každodenním spěchu na tento čas, který si žena věnuje sama sobě. Někdy na něj kvůli přemíře povinností okolo práce a rodiny zapomínáme nebo ho odsouváme, a to si myslím, že se pak může projevit negativně na naší spokojenosti.

otázky připravila Eva Brixí

Čeští podnikatelé posilují svůj vliv v Bruselu

Čeští podnikatelé výrazně posílili svůj vliv v Bruselu. Zástupkyně Hospodářské komory ČR Alena Mastantuono byla v únoru zvolena místopředsedkyní Evropského hospodářského a sociálního výboru (EHSV). Jde o historický úspěch, protože žádný český zástupce dosud na takto vysokou pozici v tomto vlivném poradním orgánu Evropské unie nedosáhl.

„Blahopřeji Aleně k úspěchu. Je to ocenění její dlouholeté profesionální práce ve prospěch podnikatelů. Její energie a cílevědomost jsou zárukou kvality a také hmatatelných výsledků. Hospodářská komora vnímá tuto volbu nejen jako ocenění její práce, ale také jako další důležitý krok při prosazování zájmů českých podnikatelů v Bruselu, především našich klíčových snah o snižování regulační a byrokratické zátěže a podporu konkurenceschopného podnikatelského prostředí v celé EU. S ohledem na drtivou podporu kandidatury Aleny Mastantuono, která získala přes 90 % hlasů,

má podle mého názoru velmi silný mandát k prosazování důležitých změn a korekcí v evropské agendě,“ uvedl prezident Hospodářské komory ČR Zdeněk Zajíček.

Evropský hospodářský a sociální výbor je poradním orgánem EU, jehož úkolem je poskytovat stanoviska k legislativním návrhům Evropské komise a hájit zájmy zaměstnavatelů, odborů a dalších organizací občanské společnosti. Výbor disponuje 329 členy z celé Evropské unie, z nichž 12 pochází z České republiky. Česká republika je v EHSV plnohodnotně zastoupena od roku 2004, kdy vstoupila do EU. Členové jsou jmenováni Radou EU na návrh členských států a jejich mandát je pětiletý s možností obnovy.

Alena Mastantuono, která je členkou EHSV od roku 2019 a zastupuje největší českou podnikatelskou organizaci u asociace evropských hospodářských komor Eurochambres, nahradí v nové funkci Krzysztofa Patera, bývalého polského ministra pro sociální záležitosti. Její zvolení ještě podléhá potvrzení celým výborem na

začátku nového funkčního období EHSV. Česká místopředsedkyně s 20letou zkušeností v oblasti evropských záležitostí do funkce nastupuje v době, kdy v hlavních městech členských států narůstají obavy o budoucí směřování Evropské unie. Geopolitické změny, rostoucí regulace a ekonomické výzvy představují zásadní otázky pro budoucí konkurenceschopnost evropského hospodářství.

„Mým cílem je zajistit, aby v rámci předsednictví EHSV zazněl hlas podnikatelů jako klíčových stavebních kamenů Evropy. Evropské firmy čelí složité situaci, která vyžaduje aktivní kroky ke snížení administrativní zátěže a zlepšení podnikatelského prostředí. Právě na tyto oblasti se chci v příštích letech soustředit,“ uvedla Alena Mastantuono.

EHSV je jedním z devíti hlavních orgánů EU a byl založen Římskými smlouvami v roce 1957. Jeho úkolem je zapojovat ekonomické a sociální zájmové skupiny do tvorby evropské legislativy. Funguje jako fórum pro dialog mezi občanskou společností a institucemi EU. (tz)

Ženy v očním lékařství: zastávají primářské posty a vládnou precizností, klidem a empatií



Podle dat Ústavu zdravotnických informací a statistiky patří Česko k zemím s největším zastoupením žen ve zdravotnictví na světě. Jen mezi lékaři jich je takřka 60 %, celkově mezi zdravotníky pak přes 80 %. Nejvíce žen pracuje jako zdravotní sestry, velké množství jich je také mezi fyzioterapeuty, praktickými lékaři či pediatry. Samostatnou kapitolou je oční chirurgie, kde je zastoupení žen dominantní, výjimkou nejsou ani ženy na primářských postech.

Česká oční chirurgie náleží ke světovým špičkám. Bez kvalitních lékařů by se ale na předních příčkách ve světovém srovnání těžko udržela. Mezi nejlepší oční chirurgy patří ženy – primářky, přední operátorky, inovátorky a vizionářky. „Stát v čele nejmodernější oční kliniky v Česku je především velká zodpovědnost, jak vůči pacientům, ostatním zaměstnancům, tak i samozřejmě vůči majiteli společnosti. V dnešním pojetí primář kliniky musí být zároveň manažer i lékař. Stará se o to, aby pacientům byla poskytována péče na co nejvyšší možné úrovni. Vedle toho musí každý den učinit celou řadu důležitých manažerských rozhodnutí. Primář musí sledovat trendy v očním lékařství a vést sebe i ostatní personál ke vzdělávání,“ přiblížila Drahomíra Baráková, primářka oční kliniky Gemini v Praze a přední specialista na mikrochirurgii oka.

Na zahraničních kongresech se o postavení žen v oftalmologii často hovoří. V České republice však medicína patří mezi lékařské specializace, kde je vysoké zastoupení žen přiro-

zené i tradiční. „Kolegové se mě často ptají, čím to je, že na našich klinikách pracuje tolik žen ve vedoucích pozicích. Myslím, že jde o kombinaci historického vývoje, pracovních podmínek a také podpory, kterou jim poskytujeme. Z jedenácti klinik vede primariát šest žen, což je číslo, kterého si velmi vážím. Ukazuje to, že u nás mají ženy nejen silné zastoupení, ale také možnost dosáhnout vedoucích pozic,“ řekl Pavel Stodůlka, přednosta sítě očních klinik Gemini.

Chirurgie byla vždy vnímána jako převážně mužský obor, u té oční je to ale naopak. Ženy do oboru přinášejí řadu výhod. „Na rozdíl od některých zákroků běžné chirurgie jsou ty oční zpravidla bezbolestné, i tak musí ale lékař chápat, že pacient může mít ze zákroku obavy. Měl by se cítit do jeho pocitů a umět ho uklidnit, a právě lékařky mívají zpravidla k pacientům větší empatii. Ženy mohou do oční chirurgie přinést odlišné perspektivy a přístupy k péči o pacienty. Diverzita v lékařských týmech často přispívá k lepšímu porozumění individuálním potřebám pacientů a může vést ke zvýšení kva-

lity péče,“ vysvětlila Eva Tihelková, primářka oční kliniky Gemini v Průhoncích. Ženská převaha je patrná už na lékařských fakultách. V Česku zájem o studium zdravotnických oborů obecně roste. Jedno z nejdůležitějších rozhodnutí, které během studií na lékařské fakultě studenti učiní, je výběr specializace. „V posledních letech roste zájem absolventek medicíny o oftalmologii. V našem programu pro stážisty, do kterého se každoročně zapojuje mnoho mediků napříč našimi klinikami, tvoří ženy 92 % účastníků. Ženy si zpravidla více než muži vybírají obor i s ohledem na následné uplatnění, i to je jeden z důvodů, proč je pro ně oční lékařství atraktivní. Oční lékaři, kterých je v Česku nedostatek, nemají po absolvování vysoké školy žádný problém najít uplatnění,“ uvedla Kristýna Kovářová, personalistka oční kliniky Gemini.

Podle odhadů chybí v republice až 3000 lékařů. Kritický nedostatek je například dětských psychologů, pediatrů, zubařů i očních specialistů. Lékaři si tak mohou místo svého působení vybrat. Zejména ženy pak volí soukromé kliniky, které pro ně představují řadu výhod. „Na soukromých očních klinikách nejsou tak náročné směny, noční služby nebo nečekané přesčasové oproti nemocnicím. To umožňuje lépe skloubit kariéru s rodinným životem,“ potvrdila Kristýna Kovářová.

Přestože sladit náročné povolání s rodinným životem není vždy snadné, příklady lékařek působících v oční chirurgii ukazují, že to možné je. „Oční chirurgie, stejně jako jiné chirurgické obory, může být časově náročná, zejména během specializačního vzdělávání. S příchodem rodičovských povinností se samozřejmě může doba této fáze kariéry protáhnout. To ale neznamená, že by bylo nutné volit mezi mateřstvím a kariérou. Pokud by se práce očního chirurga nedala propojit s mateřstvím, asi bychom neměli ženy v nitrooční chirurgii,“ uzavřela Eva Tihelková. (tz)





kresba Pixabay

Jsou přítomny ve statutárních orgánech třetiny firem

Zastoupení žen v představenstvech, dozorčích radách či na pozicích jednatelek roste. Zatímco v roce 2015 byly ženy ve statutárním orgánu čtvrtiny tuzemských společností, aktuálně jsou přítomny ve třetině firem. Informace v únoru zveřejnila poradenská společnost Dun & Bradstreet.

V českých firmách je stále patrný výrazný rozdíl mezi zastoupením mužů a žen ve statutárních orgánech. Podle aktuálních údajů Dun & Bradstreet jen v 17 % firem tvoří statutární orgán výhradně ženy, zatímco u 70 % společností jsou ve statutárním orgánu pouze muži. Další 13 % společností má orgány smíšené, avšak v s převahou mužů. „I když podíl žen v poslední dekádě mírně vzrostl, nerovné zastoupení obou pohlaví je stále, ve srovnání se západní Evropou, markantní a může mít nepříznivý vliv v rozhodovacích procesech firem. Větší zastoupení žen by firmám mohlo přinést lepší výkonnost i zlepšení firemní kultury,“ řekla předsedkyně představenstva Dun & Bradstreet, Kateřina Klosová. Téměř u tří čtvrtin firem v ČR, které vykazují roční tržby v intervalu od 30 do 100 milionů, tvoří statutární orgán výhradně muži. Na druhou stranu největší podíl „ryze ženských firem“ má tržby do tří milionů korun. „Příznivou zprávou pro ekonomiku je zjištění, že u 37 % společností s tržbami vyššími než 1,5 miliardy korun je složení statutárního orgánu smíšené. Jde zpravidla o společnosti vlastněné nadnárodními korporacemi, které zavádějí opatření rovného zastoupení mužů a žen na klíčových pozicích,“ dodala předsedkyně představenstva Dun & Bradstreet.

Studie také ukázala, že složení statutárních orgánů je závislé na oboru činnosti. Ženy se uplatňují zejména ve společnostech, které se zaměřují na péči, vzdělávání a osobní služby, ačkoliv zastoupeno je i účetnictví a maloobchod s textilem. Na druhou stranu firmy, které mají výhradně mužské statutární orgány,

se zaměřují na technické činnosti, jako je výroba komunikačních zařízení, opravy elektrických zařízení, obchod s počítači či elektrické instalace. „Tyto obory jsou spojeny s technickými dovednostmi, které jsou stále považovány za doménu mužů,“ uvedla dále Kateřina Klosová. (tz)

Top 10 oborů činnosti s největším podílem firem s výhradně ženami ve statutárním orgánu*

obor činnosti (NACE)	podíl firem (%)
Denní péče o děti	66,17
Předškolní vzdělávání	64,68
Kadeřnické, kosmetické a podobné činnosti	51,28
Účetnické a auditorské činnosti, daňové poradenství	42,88
Výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků	41,18
Poskytování ostatních osobních služeb j. n.	40,87
Maloobchod s textilem	40,36
Všeobecná ambulantní zdravotní péče	40,26
Ostatní činnosti související se zdravotní péčí	39,72
Ostatní činnosti související se zdravotní péčí j. n.	39,69

* jen NACE s více než 100 společnostmi

Top 10 oborů činnosti s největším podílem firem výhradně s muži ve statutárním orgánu*

obor činnosti (NACE)	podíl firem (%)
Výroba komunikačních zařízení	88,46
Opravy elektrických zařízení	87,46
Velkoobchod s počítači, počítačovým periferním zařízením a softwarem	86,18
Maloobchod s počítači, počítačovým periferním zařízením a softwarem	85,71
Činnosti související s provozem bezpečnostních systémů	85,26
Elektrické instalace	85,12
Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení	85,00
Informační a komunikační činnosti	84,84
Instalace průmyslových strojů a zařízení	84,81
Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů	84,18

* jen NACE s více než 100 společnostmi

zdroj Dun & Bradstreet

Automobilová značka DS jako bohyně a symbol francouzské elegance

Ve výjimečnosti se zrcadlí triumf. Automobily DS přinášejí uživatelům víc než příjemné cestování. Vytvářejí z něj zážitky, které si nejen řidič, ale i spolujezdci, zaslouží. Značka slaví letos 70. narozeniny legendárního modelu DS. Přesně 6. října 1955 byl DS 19 poprvé představen na autosalónu v Paříži. Pod majestátní klenbou Grand Palais vzbuzoval vzhled tohoto vozu, který nikdo nikdy předtím neviděl, údiv i obdiv zároveň. Jeho linie, stejně avantgardní jako elegantní, okamžitě stanovily nový standard. Návštěvníci i novináři byli doslova okouzleni. Konkurence vzdala hold genialitě nováčka. Záznamy praví, že do konce dne se prodalo 12 000 vozů DS 19, a když se o deset dní později zavřely brány veletrhu, bylo zaznamenáno přibližně 80 000 pevných objednávek!

Ovlivnily pohled na funkci a vzhled automobilu?

Veřejnost poprvé spatřila model DS 19 na výstavě v Paříži v roce 1955 a ten okamžitě sklídl ohromný prodejní úspěch, i proto, že jeho pokrokové atributy byly představeny na modelu určeném pro širokou veřejnost. Všechny vozy byly prodány ihned na Pařížském autosalónu, a dokonce se vyprodala jeho výroba na celý rok dopředu! Technologie a design, které Dééska přinesla, se posléze začaly objevovat i u jiných modelů, a pronikly i do jiných značek. Vozy se obecně významně zmodernizovaly, jejich doposud velmi hranaté tvary karoserie se zaoblily, získaly aerodynamičtější linku a do aut se dostaly prvky doposud nevidaného komfortu. V tomto byla DS určitě průkopníkem, který otevřel novou cestu automobilizmu.

Umění cestovat, umění užít si život v dané chvíli, vychutnat si své vlastní pohodlí, to je svým způsobem pro Francouze typické. DS to promítá do všech svých modelů. Proč zrovna tento směr?

Dědictví DS je zakotveno v nadčasové DNA značky, která z ní čerpá inspiraci a představuje modely, které ztělesňují umění francouzského cestování. Hlavními přednostmi jsou rafinovanost, jedinečný design, naprostý komfort, prémiové materiály a vyspělá technika. To je to, co odlišuje značku od ostatních vozů. Nabízíme uživatelům cestování v pohodě, bez stresu, s důrazem na příjemně prožitý čas na palubě automobilu.

Byla skutečně u zrodu prvního auta DS trojice odlišně profesně orientovaných mužů? Jedním byl prý stylista, sochař a malíř, druhým samouk v oboru hydraulika, třetím letecký inženýr...

Na studii DS 19 a vývoji se podíleli zejména tři muži. První z nich, André Lefèbvre, vzděláním letecký inženýr, byl horlivým zastáncem pohonu předních kol, ale také aerodynamiky, lehkosti a vycentrování hmotnosti. Druhý, Paul Magès, inženýr samouk, byl tvůrcem hydrauliky. Byl to on, kdo vynalezl slavné hydro-pneumatické odpružení, ale také hydraulickou asistenci pro řízení a brzdění DS. A konečně Flaminio Bertoni, talentovaný stylista, sochař a malíř, se svým týmem designérů dodal modelu DS jeho linie, které byly stejně revoluční jako elegantní. Díky těmto nadaným mužům, odborníkům ve svých oborech, vznikl vůz s přesahem do budoucnosti a s inspirací pro celý automobilový průmysl. Byl ve své době naprostým „zjevením“ na automobilové scéně



Ing. Martina Bedrnová

Výroba modelu DS začala 7. října 1955 v továrně Quai de Javel v Paříži přesně den poté, co byl představen na zmíněném autosalónu. Od té doby jeho avantgardní technická a estetická řešení vzbuzují neustálou zvědavost, protože DS se nespokojuje s tím, že je skutečnou automobilovou skulpturou, ale je také koncentrátem špičkové technologie. Například jeho mimořádné hydro-pneumatické odpružení poskytovalo už tenkrát ovladatelnost a komfort, které žádný jiný automobil dosud nenabízel. Dalším novým bezpečnostním prvkem bylo jeho extrémně výkonné hydraulické brzdění s předními kotoučovými brzdami. Od svých počátků se DS 19 těšil také skutečně mezinárodní kariéře. A těší se jí dodnes. DS Brand Director pro Českou republiku je Ing. Martina Bedrnová:

Automobily DS slaví světové výročí. Značka je letos 70 let. Co k příběhu patří především?

K francouzské značce DS patří především její historické dědictví v podobě úžasného modelu DS 19 z roku 1955... A pak také model SM

z roku 1970. Oba modely vzbudily svou technikou velké ohlasy široké veřejnosti a staly se ikonami. Model DS 19 se objevil v mnoha slavných filmech nebo na světových výstavách. Předznamenal technologii nevidaného komfortu díky hydro-pneumatickému odpružení a přinesl také jako úplnou novinku natáčecí světlomety. A konečně v roce 2014 se na těchto základech zrodila samotná značka DS Automobiles.

Legenda s charizmatem přesahuje oblast automobilového průmyslu, uvádí se v tiškové zprávě. Čím byly první DS vozy revoluční, výrazně odlišné?

Vůz DS ztělesňuje mnohem více než jen auto. Jde o skutečnou revoluci v automobilovém průmyslu, která přinesla odvážný styl a avantgardní technologii, jež se rychle etablovaly jako symbol francouzské elegance a know-how po celém světě. Déese, což v překladu znamená „Bohyně“, se prosadila jako legenda s výrazným charizmatem. Ať už jde o umělecké dílo, filmovou hvězdu, nebo prezidentský vůz, tím vším DS v průběhu času byla.



z pohledu techniky i designu, dá se říci, že do slova předběhl dobu.

V roce 2014 byla v Paříži založena samostatná značka DS, image vozů DS tím posílila. Co to znamenalo pro automobilový trh?

Značka DS oživila prémiovou automobilovou scénu zcela novým způsobem. Chce přinést nový pohled na cestování, a samozřejmě se snaží využít i silné stránky francouzských genů a kultury, inspiruje se v haute couture, gastronomii, šperkařství, hodinářství, a to vše pak promítá do svých automobilů. Je to značka, která myslí na prožitky a pohodlí celé posádky. Z našich modelů cítíte francouzského ducha v každém detailu.

Jak vnímá český zákazník, obrazně řečeno, tato dvě písmena?

Čeští zákazníci jsou nároční, a kromě designu a samotného originálního pojetí značky chtějí také další servis na vysoké úrovni. To znamená např. úzký kontakt s prodejcem DS i po nákupu vozu, ten jim pomůže vyřešit všechny jejich další otázky v průběhu používání automobilu. K vozům je standardně nabízena také pětiletá záruka v ceně nebo si klient může připlatit za ještě vyšší úroveň pohodlí a snadného užívání vozu v podobě servisní smlouvy na požadovanou dobu a počet ujetých kilometrů. V tom případě má uživatel naprostý klid, protože tak má předplacen veškerý předepsaný servis, výměnu dílů, a to včetně těch opotřebovaných, i práci servisu.

Značku jste uvedla na český trh a pečujete o její pozici. Mohla byste shrnout základní milníky a úspěchy?

Jsme menší značkou, která si zakládá kromě designu a kvality také na originalitě. Proto si naše vozy vybírají lidé, kteří se chtějí nějak odlišovat a vyjádřit svoji osobnost. Nejúspěšnějším modelem DS je model DS 7, což je SUV střední velikosti a bezpochyby nabízí zákazníkům

i velmi vysoký podíl užité hodnoty. Tento vůz může být v případě potřeby využit i jako rodinný, a přitom se pyšní jedinečným stylem a příkladným pohodlím na palubě. V České republice mají zákazníci ve velké oblibě náš diesellový motor, který nabízíme právě v modelu DS 7, určitě i to je silná stránka tohoto auta. Zákazník získá krásný, všestranný, a navíc ještě velice úsporný vůz se spotřebou jen 5,5 litru na 100 km. Nicméně pro náročnější zákazníky je v nabídce i v elektrifikované plug in hybridní verzi. Pak uživatel samozřejmě může naplno využít kombinaci elektro pohonu s benzinovým agregátem a může si vybrat, kdy který pohon bude jeho potřebám lépe vyhovovat. Tato verze disponuje až 360 koňmi výkonu a pohonem 4x4.

Značka DS se i nadále vyvíjí na poli elektromobility a všechny čtyři naše modely nabízíme i v plně elektrické nebo plug in hybridní verzi. Mohu jmenovat i úspěchy DS v automobilovém sportu, kdy se pyšníme dvěma tituly mistrů světa ve Formuli E nebo na českém poli, kde značka DS loni obsadila třetí místo v Mistrovství ČR v eco rally s elektromobilem DS 3 E-TENSE.

Co bude provázet prodej v letošním roce a jak v ČR kulaté výročí oslavíte?

Letos plánujeme celoroční oslavu 70 let, která se bude prolínat všemi našimi akcemi a také komunikací na webu i sociálních sítích, kde budeme s historií značky seznamovat své fanoušky prostřednictvím příspěvků ve formě seriálu. Počítáme i se zapojením našich ambasadorů. Věřím, že budeme mít úspěšný rok, vše tomu nasvědčuje. Hned v lednu jsme uvedli limitovanou edici vozů Edition France, která se na historii a umění našich tvůrců přímo odkazuje, a zákazníci jsou nadšení.

A čím bude příběh DS pokračovat? Prohlášíte se prvotřídní komfort a sofistikované technologie do dalšího modelu a přinesou další překvapení?

V tomto roce očekáváme zejména příchod nové vlajkové lodi DS, a to modelu DS N°8. Půjde o luxusní elektromobil s dojezdem až 750 km na jedno nabití. Vůz byl již zpočátku

roku představen na několika akcích veřejnosti zejména ve Francii. Právě při příležitosti 70 let výročí DS byla tato novinka uvedena na pařížské výstavě Ré-tromobile spolu se svým ikonickým

předchůdcem DS 19 a jeho dalšími deriváty. U nás plánujeme zahájení příjmu objednávek před létem a první vozy by měly na náš trh dorazit na podzim.

Budou tvůrci chystat i nějakou verzi, která myslí zejména na ženy, případně dámy z businessu?

Já myslím, že ženy právě ocení edici DS Edition France, která je nabízena s velmi příjemnou výbavou a odlišným vzhledem díky decentním zlatým detailům. Vozy mají vždy vyvedené číslo modelu ve zlaté barvě, mají středy hliníkových kol opět ve zlaté barvě nebo jemnou linku v horní části karo-serie. Je to cesta k další individualizaci modelů DS, tak, aby co nejlépe vystihovaly osobnost majitele.

V létě pak chystáme další novou kolekci vozů, která bude evokovat svět objevování, fantazie a dalekých cest. Nemohu bohužel prozradit v tuto chvíli více. Možná jen, že inspiraci si tentokrát DS hledá u jednoho světově proslulého francouzského spisovatele, jehož knihy všichni známe i v ČR. Tak můžete hádat!

ptala se Eva Brixi ■■■

Jsme menší značkou, která si zakládá kromě designu a kvality také na originalitě. Proto si naše vozy vybírají lidé, kteří se chtějí nějak odlišovat a vyjádřit svoji osobnost.

Vždycky jsem měla ráda pohostinství, chtěla jsem lidem dělat dny hezčí

Dobrého jídla a zajímavých zážitků není nikdy dost. Divoký Bistro Jitky Sauvage už deset let v jižních Čechách nabízí oboje najednou, a tak má spoustu příznivců nejen v okolí, ale po celé republice. Nicméně je v provozu jen přes léto, i proto jeho majitelka loni v prosinci založila restauraci Nadivoko na Kvildě, která funguje celoročně. Co oba koncepty spojuje a odlišuje? A jak je možné vést dva gastro provozy, a zároveň se věnovat i cateringu a dalším aktivitám v gastronomii?



Jitka Sauvage

Divoký bistro vzniklo už před deseti lety. Co vás k němu přivedlo? A jak se od té doby změnilo?

Ano, v o prázdninách budeme slavit deset let, čas neuvěřitelně letí. A pokud jde o druhou otázku, všechno vzniklo tak nějak samo. Bistro se nachází v kempu v Pošumaví, kde jsem vyrůstala. Dříve rybník sloužil na koupání, dnes patří rybářskému svazu, ale vypadá to tam stále stejně a jezdí tam stále stejní lidé. Občerstvení tam vedl můj strýc a já jsem tam chodila na brigády. Bylo to takové rodinné místo. Potom se mě jednou zeptal, jestli budu chtít provozovnu převzít a já jsem se po váhání rozhodla, že ano. Původně jsem sice pracovala jako učitelka ve školce, ale vždycky jsem byla velký gastronomášenec a věci jsem dělala jinak, třeba tak, jak jsme si vařili doma. Bývalý manžel byl Francouz, takže je logické, že jsme začali vařit francouzskou kuchyni.

Neměla jste obavy, že v kempu budou hosté očekávat jinou gastronomii a jiné ceny?

Zajímavé je, že se tam prolínají dva světy. Moji zákazníci často jezdí z daleka za zážitkem, a pak jsou tu hosté z kempu. Na začátku jich ke mně chodilo zhruba 5 %, ale pomalu jich přibývá a lidé začínají do chatky jezdit nejen

na dovolenou, ale třeba i na teambuilding. Ceny máme samozřejmě vyšší než běžné restaurace v kempu. Pokud ale chcete mít dobrý servis a dobrého kuchaře, musíte je dobře zaplatit, takže s tím nic moc neuděláte. Navíc si musí za poměrně krátkou sezónu něco vydělat. A pak, nešetříme ani na surovinách.

Jak náročné je sezónní fungování?

Sezónní provoz vyžaduje obrovský náklad. Nám třeba trvá tři týdny, než dáme bistro dohromady, a pak zase tři týdny, než ho zavřeme. S nižšími cenami by tedy vůbec nedávalo smysl ho otevřít. Důležité pro nás je dobré jídlo spojené se zajímavým zážitkem. Funguje zde tedy přirozená selekce, některým lidem stačí jednoduché občerstvení, zatímco jiní vyhledávají vyšší gastronomii a rádi si užijí kvalitu, přestože si za ni připlatí. Z hlediska pracovníků je to těžké, úplně jiné než v běžném zaměstnání. Rok se vám tím vlastně rozdělí na dvě půlky, dva úplně jiné životy, a to byl jeden z důvodů,

proč jsme teď otevřeli celoroční provoz na Kvildě. Taky stárneme a potřebujeme dát práci i životu nějaký řád. Chtěli jsme si vybudovat určitou stabilitu. V plánu je zvládnout oboje. Divoký Bistro bychom chtěli teď otevřít jen na dva měsíce – červenec a srpen. Uvidíme, jak to půjde, ale věřím, že to se svým týmem zvládnou.

Novou restauraci Nadivoko na Kvildě jste ale otevřeli ještě i díky jistým emocím... Jak to bylo?

Já po každé sezóně беру celou partu na teambuilding. Asi před dvěma lety jsme takhle jeli do Rakouska do Hallstattu a tam jsme se k ránu ovínění sešli a bylo mi řečeno, že všichni chtějí pracovat jen pro mě, ale mám jim dát práci na celý rok. Tam tedy vznikl nápad, a pak už jsme jen čekali na vhodný prostor, který se během několika měsíců skutečně objevil. Otevřeli jsme v prosinci, po dvou letech příprav. Už nyní je to vlastně stabilizované a zajaté a já mám pocit, že fungujeme minimálně půl roku. Zvykli jsme si opravdu rychle.

Co vás živilo mimo sezónu, než jste otevřela další restauraci? Nebo je možné si za čtyři měsíce vydělat na celý rok?

Opravdu to není jednoduché, na začátku jsem hodně spolupracovala se studenty, kteří se v září nebo říjnu vraceli do školy a já jsem hodně působila v zahraničí. Po narození syna jsem už zůstala v Česku, ale pracovala jsem na dalších menších projektech – food festivalech, pop-upech, kurzech atd. Zároveň však máme ještě druhou sezónu – od listopadu do prosince, protože v tu dobu děláme Divoké cukroví.

Jezdí za vámi lidé i z daleka? A jaké procento zákazníků se pravidelně vrací?

Ano, hosté k nám míří i z Prahy nebo ještě z větší dálky, vlastně z celé republiky, ať už na otočku, nebo s přespáním. A jsme moc rádi, že se i často vrací. Už máme kolem sebe krásnou komunitu hostů a každý rok se těšíme, že

je zase uvidíme. Jsou to až dojemné chvíle. Za sezónu nás navštíví třeba 8000 lidí, ale hodně záleží na tom, jaké je počasí. Jsem ráda, že ti lidé stále jezdí a pořád je to baví. My se je ale také vždy snažíme překvapit, a právě kvůli té sezónnosti vnímám

Dostali jsme od Google Maps ocenění Křišťálový špendlík, což znamená, že jsme podle nich vlastně nejoblíbenější restaurace v jihočeském kraji. A máme za sebou spoustu krásných zkušeností, které si člověk ani nevysní a ony se stanou.



i lehký tlak na to, abychom se stále posouvali a byli lepší než minulou sezónu. Zase nám pak nehrozí stereotyp a stagnace. Na místě rozhodně nezůstáváme a stále se rozvíjíme.

Získala jste i několik gastronomických ocenění...

Dostali jsme od Google Maps ocenění Křišťálový špendlík, což znamená, že jsme podle nich vlastně nejoblíbenější restaurace v jihočeském kraji. A máme za sebou spoustu krásných zkušeností, které si člověk ani nevnímá a ony se stanou. Obrovskou událostí pro nás bylo natáčení Souboje na talíři pro Voyo nebo Spolu a hladově, a já sama jsem prošla různými rozhovory. Každý rok se událo něco, co nás hodně potěšilo. I já se vždycky až zarazím, že jsme pro lidi tak zajímaví. Máme samozřejmě radost, ale pro mě i můj tým je to všechno přirozené a máme pocit, že je pořád co zlepšovat. Vždycky jsem měla ráda pohostinství, chtěla jsem lidem dělat dny hezčí. Tak jsem to vnímala, když jsem s podnikáním začínala. Dnes se k tomu navíc přidala motivace dát lidem z Pošumaví dobrou práci, která je i dobře zaplacená. Je opravdu výzva tady kvalitní lidi udržet, a já se o to snažím. Jsme i jako tým taková komunita. Jde nám o to, aby naše práce měla smysl, měla dobrou odezvu a bavila lidi.

Děláte i catering na akcích? Jak tolik podnikatelských aktivit stiháte?

Ano, děláme. Občas je sranda to zvládat komunikačně i logisticky, ale dali jsme se na ně-

jaký sezónní provoz – i na Kvildě vlastně probíhá mezisezóna, kdy sem jezdí málo lidí. Proto děláme i různé design markety, festivaly nebo cateringy. Loni jsme byli na klatovském design marketu, dvakrát na sušickém a vždy to mělo velký úspěch. Na obě akce se tedy chystáme znovu, a dále nás najdete třeba i na Zahradním festivalu U Jiskrů.

Jak se oba koncepty liší? A co je naopak spojuje?

Koncept je jiný a místo také, protože jde o turistickou lokalitu. Je to samozřejmě výzva, ale baví nás to. Menu se také liší. Divoký Bistro je takový světový punk, hodně ho ovlivňuje francouzská a asijská kuchyně, ale i další, a ten mix je skutečně pankáčský, kdežto v Nadivoko se zaměřujeme na moderní českou kuchyni, lokální a sezónní suroviny.

Chystáte do budoucna další restaurace? Třeba i mimo šumavský region?

Teď je pro nás určitě prioritou to, abychom zvládli oba provozy a udrželi si kvalitu servisu a kuchyně. Hodně si ale říkáme, že bychom měli otevřít i nějaký podnik u moře, v teple nebo v nějakém nejteplejším místě. My jsme pořád někde v zimě, tak sníme o nějakém malém podniku v teplých krajích. Nejprve ale chceme cítit stabilitu v současných podnicích a pak se pustíme do něčeho nového.

za rozhovor poděkovala Dana Halušková

INZERCE

VEKRA
OKNA | DVEŘE



**OKNA, DVEŘE A STÍNĚNÍ
V NEJVYŠŠÍM STANDARDU**

20 LET ZÁRUKY

Muzeum čokolády v Kutné Hoře zavoní luxusem první republiky

Vyhlášený čokoládový ráj nacházející se nedaleko chrámu svaté Barbory v Kutné Hoře zahájí svoji letošní sezónu symbolicky na Světový den štěstí 20. března. Lákadly zde budou i dvě nové čokolády Lidka, které se pyšní stříbrnou a bronzovou medailí z prestižní International Chocolate Awards. Tu první získala unikátní čokoláda s chutí griotky inspirovaná slavnou lahůdkou, kterou čokoládovna Lidka vyráběla už za první republiky. Ačkoli za její chutí i vůni stojí pravý višňový likér, není v ní žádný alkohol, takže se hodí i pro řidiče. Druhou oceněnou čokoládou je Kávomléčný speciál. Na návštěvníky nejmenšího muzea čokolády na světě čeká i unikátní sběratelská série čokolád. Ty skrývají pod obalem jednu z tajemných pověstí spojenou s Kutnou Horou.

Kromě originálních čokolád – třeba s příchutí matcha, amerického chmelu, rumu či morušů – nabízí muzeum také fascinující pohled do čokoládové historie. Vystavují zde i sto let staré bonboniéry a kolekce, železné formy na čokolády, a třeba i čokolády určené pro wehrmacht. „Z vystavených exponátů jsme ochutnali čokoládu z roku 1948, která se pyšnila dlouhou trvanlivostí – a nebyla špatná, dokonce lepší, než některé dnes seženete běžně na regále v supermarketu,“ prozradila Lada Bartošová.

Tajemství výroby: sto hodin mletí

Výroba čokolády Lidka je proces plný trpělivosti a péče. Kakaové boby tu nejprve ručně zpracovávají, a pak melou ve speciálních kamenných mlýnech po dobu až sto hodin. Výsledná hmota pak zraje jako dobrý sýr, což jí dodává jedinečnou jemnost. Za rok zde zpracují přibližně tunu této plodiny.

„Lidé si občas myslí, že čokoláda vzniká vařením, ale není tomu tak. Boby se melou, a poté se ještě nechávají odpočinout,“ vysvětlila Lada Bartošová. „Zhruba po 14 dnech odleželou hmotu nasekáme na kusy, zahřejeme, temperujeme, a teprve potom ji plníme do forem. Výsledkem je delikátní chuť a jemnost, kdy se čokoláda doslova rozplývá na jazyku,“ vylíčila Lada Bartošová. A dodala, že poptávka po takto vyráběné čokoládě je obrovská, takže jsou skoro pořád vyprodání. „Naše čokoláda s malinovicí je tak dokonalá, že vás jediný kousek přeneše na pět minut do nebe,“ pousmála se Lada Bartošová.

„Právě čokolády s příchutí ovocných pálenek jsou naší specialitou,“ řekla čokolatiérka. „Při mletí ale pálenku do směsi jen tak přilít nemůžete. Čokoláda má velký podíl kakaového másla, což je tuk, a ten by se s tekutinou ne-



Lada Bartošová

„Na Světový den štěstí připravujeme speciální ochutnávku čokolád, díky níž se dozvíte, proč je každý den kousek čokolády pro vaše štěstí tak důležitý,“ láká do kutnohorského Muzea čokolády jeho zakladatelka Lada Bartošová. Ta před osmi lety začala s manželem Pavlem čokolády i vyrábět. Navázala tak na slavnou historii čokoládovny Lidka, která své sladké pochoutky před druhou světovou válkou exportovala téměř do celého světa.

Od bobů až po tabulku

Manželé Lada a Pavel Bartošovi dnes čokolády vyrábějí metodou bean to bar, kdy mají pod kontrolou celý proces – od nákupu kakaových bobů a jejich další zpracování až po voňavou, ručně zabalenou tabulku.

„Ctíme kvalitu a tradici z první republiky. Používáme ty nejlepší kakaové boby a další ingredience. Vždy jsme kupovali nejkvalitnější a transparentně pěstované kakao, takže enormní nárůst cen kakaa se nás sice také týká, ale ne tak razantně jako velkých koncernů. Ty se teď potýkají se skokovým zdražením kakaových bobů, jejichž cena vyletěla meziročně až o 300 %. Zároveň podporujeme férovou odměnu pro farmáře, kteří kvalitní boby pěst-

tuji,“ vysvětlila Lada Bartošová a dodala: „Paradoxně si myslím, že turbulentní dění na trhu s kakaem ve výsledku celosvětově kvalitu kakaa zlepší. V některých oblastech se totiž bude muset změnit přístup k jeho pěstování a zpracování.“



Manželé Lada a Pavel Bartošovi před Muzeem čokolády v Kutné Hoře

foto Mediatraining



spojil. Při experimentování jsme ale našli unikátní postup, jak chuť a vůni ovocných pálenek do čokolády dostat, aniž by zároveň byla alkoholická," přiblížila Lada Bartošová. Kutnohorská čokoláda Lidka byla podle ní luxusem už za první republiky. „A to je pro Lidku typické i teď, i když suroviny, stroje a receptury jsou už samozřejmě jiné.

Není čokoláda jako čokoláda

Klíčem k lahodné čokoládě jsou prvotřídní suroviny. „Chuť čokolády začíná v zemi, kde kakaové boby vyrostly a kde probíhá jejich fermentace a sušení. Je důležité vybrat si dobrého pěstitele. Na rozdíl od koncernů, které obvykle pracují s tím nejlevnějším, co trh právě nabízí, jsme vždy nakupovali naopak ty nejlepší boby. Prémiové boby dovážíme od prověřených farmářů z Ekvádoru, Dominikánské republiky, Belize a Guatemaly. K doslazení používáme třtinový cukr z Kolumbie s lehce karamelovými tóny," vylíčila podnikatelka.

V Lidce zatím vyrábějí okolo 25 000 tabulek ročně a kromě muzea je prodávají hlavně přes vlastní e-shop. Při výběru čokolád v běžných obchodech doporučuje Lada Bartošová čist jejich složení: „Správná čokoláda obsahuje kakaové boby, cukr, a když je mléčná, tak je v ní i sušené mléko. Jakmile je tam cokoliv navíc – konzervanty, aroma, lecitiny, palmový tuk, stabilizátory – je to nejen zbytečné, ale neprospívá to ani našemu zdraví," naznačila.

Víte, že...

Čokoládu z kakaových bobů můžete teoreticky, za několik dní dřiny, připravit i doma.

„Moc to ale nedoporučuji. Při mletí bobů se

totiž uvolňují třísloviny, které aktivizují. Byt je pak sice krásně provoněný, ale pokud máte děti, nestačíte je krotit. A ani vám se nejspíš nebude chtít spát," vzpomněla na první pokusy s výrobou čokolády Lada Bartošová.

Bílá čokoláda je z kakaového másla, které jí dává její barvu. Mléko může být jakékoli – kravské, ovčí nebo i velbloudí. „Experimentovali jsme i s oslím. Pod názvem Citra jsme vyrobili také čokoládu s chmelem, kterou vytvořil manžel. A přes moji úvodní skepsi získala na Academy of Chocolate v roce 2021 krásné třetí místo," sdělila Lada Bartošová.

Výraz „bean to bar“ znamená výrobu čokolády od kakaového bobu po tabulku u jediného výrobce. Ten má tak vznik čokolády plně ve svých rukou – od nákupu výchozí suroviny přes ruční třídění, pražení, drcení, odslupkování, mletí, temperování, nalití do forem a zabalení tabulek. „Při výrobě bean to bar můžeme výrazně ovlivnit výslednou chuť. Navíc víme, jaké boby jsme pro výrobu použili. Můžeme tak garantovat nejvyšší kvalitu samotné vstupní suroviny, jedinečnou výslednou chuť, ale i transparentnost výroby. A třeba i to, že za čokoládou nejsou ani chemické látky, ani dětská práce a že farmáři dostali za svou těžkou dřinu férově zapláceno," podotkla Lada Bartošová.

Podle Lady Bartošové u nás čím dál více lidí sahá po 70% čokoládách, které nejsou tak sladké. „Děti mívají nejraději mléčnou a dospělí tak půl na půl – mléčnou i tmavou. Oblíbené jsou ty 60–65 %," potvrdila Lada Bartošová. „Je to i tom, co se naučíme jíst v dětství: malé děti, které ještě čokoládu nikdy nechutnaly, jsou nadšené i ze 70procentní. Naši zá-

kazníci ze Spojených států, odmalička zvyklí na cukrovinky, se naopak dožadují těch nejsladších čokolád," komentovala zákaznickou zkušenost Lada Bartošová.

Dobrou čokoládu poznáte i po zvuku. Když ji zlomíte, měla by krásně lupnout. Čokolády v supermarketech ale většinou obsahují palmový olej. Takže nejen nelupnou, v teple se dříve roztečou, a mají i jinou chuť než ty opravdu kvalitní.

Lada Bartošová je vystudovaná historička. Když před lety bádała v kutnohorském archivu v rámci své dizertační práce, zaujalo ji, že na stejném místě, kde je dnes kutnohorský archiv, se ještě před pár desítkami let vyráběly čokoládové bonbóny. Genius loci domu ji okouzluje natolik, že svou práci nechala rozepsanou. Místo toho začala pátrat po historii čokoládovny Koukol & Michera, která kdysi Lidku vyráběla.

A Lidka byla jednou z nejlepších čokolád na světě už od roku 1918. Kutnohorští výrobci jí zásobovali celý československý trh, a orientovali se i na export. Po delší pauze, kterou přineslo znárodnění továrny po roce 1948, se díky manželům Bartošovým čokolády Lidka od roku 2018 v Kutné Hoře opět vyrábějí. V rodinné manufaktuře dnes čokoládu připravují, jak bylo uvedeno, ručně, a ručně ji i balí. Od sklizení kakaových bobů na plantáži po čokoládu připravenou k mlsání uběhne zhruba půl roku. Už dvakrát získaly jejich čokolády zlatou medaili na evropské soutěži, pětikrát stříbrnou medaili na celosvětové čokolátiérské soutěži, a pravidelně bodují i na dalších místech, což jen potvrzuje kvalitu jejich produktů.

Jana Bryndová

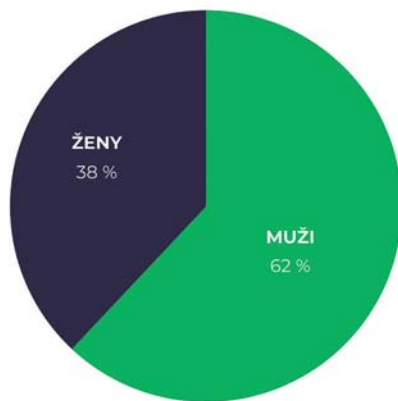


foto Pixabay

Investování do nemovitostí už není jen mužskou doménou

Kupující v roce 2024
(analýza klientů Home Portal)

Home Portal



Zdroj dat: Home Portal - nabídka developerských projektů na homeportal.cz

Na českém realitním trhu stále častěji zaznívá ženský hlas. Podle analýzy společnosti Home Portal tvoří ženy dnes téměř 38 % všech kupujících, přičemž téměř polovina z nich pořizuje byt nikoli pro vlastní bydlení, ale jako strategickou investici s cílem pronájmu. Tento trend dokládá nejen měnící se dynamiku trhu s nemovitostmi, ale také rostoucí zájem o výhodné a bezpečné investice do realit, které mohou generovat stabilní příjem.

Realitní trh v České republice vykazuje v posledních letech zajímavý posun – ženy tvoří stále větší podíl mezi kupujícími. Je to významný nárůst oproti minulým obdobím. Vzrostl nejen počet žen, které se rozhodují pro koupi nemovitosti, ale i jejich podíl mezi investory.

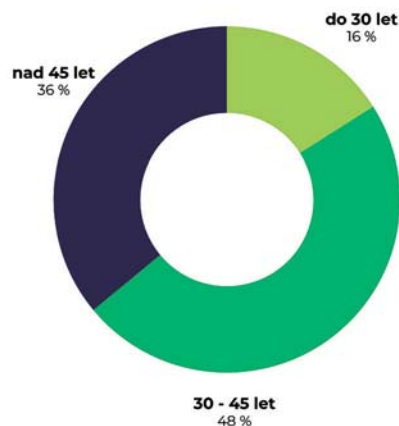
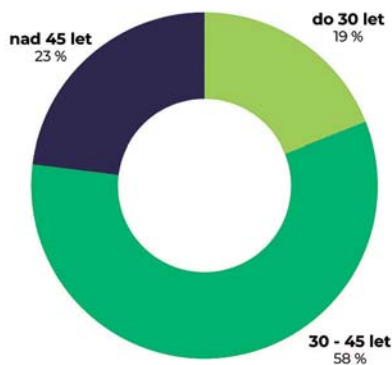
Ženy v současnosti nepořizují nemovitosti pouze pro vlastní bydlení, ale stávají se z nich investorky, které se zaměřují na výhodné realitní nabídky a ukládají své příjmy do bytů s rostoucím potenciálem. Tento trend potvrdil i Jan Vitvera, ředitel Home Portal: „Loni jsme zaznamenali rostoucí zájem o investiční nemovitosti, a mezi těmito investory často figurovaly i ženy, které hledaly příležitosti pro zhodnocení peněz.“

Nejpočetnější věková kategorie žen-kupujících je 30–45 let, což odpovídá 58 % všech žen v této analýze. Ženy v této kategorii dosáhly stabilního profesního a finančního zázemí a mají úspory, které mohou investovat třeba právě do nemovitostí. V tomto věku se ženy totiž nejčastěji rozhodují pořídit si investiční jednotky. Další 19 % jsou ženy do 30 let, které častěji hledají své první bydlení, avšak přibližně třetina z nich pořizuje byty také na

Věk kupujících
(analýza klientů Home Portal)

Ženy

Muži



Zdroj dat: Home Portal

Home Portal

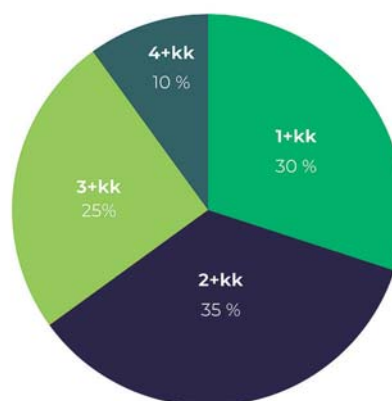
investici. Zbytek, tedy 23 %, spadá do věkové kategorie nad 45 let, které se zaměřují jak na investiční, tak i na rekreační jednotky.

Investorky v realitách se zpravidla vyznačují vysokým profesním postavením a stabilním příjmem. Mezi nimi dominují podnikatelky a OSVČ (zhruba 45 %), které mají dostatek prostředků na investice díky úspěšnému podnikání. Následují manažerky a vysoce kvalifikované zaměstnankyně v oborech jako IT, finance, zdravotnictví (cca 30 %) a právničky či lékařky (zhruba 25 %).

Mezi investory obecně jsou zpravidla nejpoulnější menší byty, konkrétně 1+kk a 2+kk, a jinak tomu není ani u žen investorek. Až 65 % z nich volí právě tyto dispozice, jelikož jsou ideální pro dlouhodobý pronájem, zejména pro singles a mladé páry. Tyto byty mají nižší pořizovací cenu a zajišťují stabilní příjem z pronájmu a vysokou výnosnost.

„Všimáme si rostoucího trendu, kdy ženy ve věku 30–45 let nakupují menší byty čistě na investici. Těží z vyšších příjmů, podnikání či dlouhodobých úspor,“ vysvětlil Jan Vitvera. V posledních letech se ženy čím dál častěji rozhodují pro investice do nemovitostí jako způsob ochrany a zhodnocení svých úspor. „Zajímavé zjištění je i fakt, že až 60 % žen hraje nákup jednotky z vlastních úspor, což

Dispozice pořízených jednotek
(analýza klientů Home Portal)



Zdroj dat: Home Portal - nabídka developerských projektů na homeportal.cz

ukazuje na jejich finanční připravenost a zodpovědný přístup. Zbýlých 40 % alespoň na část ceny čerpalo hypoteční úvěr,“ dodal Jan Vitvera.

Investorek na českém realitním trhu přibývá. Dominuje jim střední generace (30–45 let), vysoce kvalifikované profese a preference

menších bytů k pronájmu. Tato skupina často nakupuje bez hypotéky a vnímá investici do bytu jako bezpečné a trvalé zhodnocení kapitálu. Růst počtu žen-investorek je jasným signálem pro realitní trh, který se stále více přizpůsobuje požadavkům žen hledajících dlouhodobé a stabilní investice. (tz)

Ajala Chocolate otevřela svou první prodejnu a showroom

Milovníci kvalitní čokolády se mají na co těšit! Čokoládovna Ajala, známá svým důrazem na výrobu té nejkvalitnější čokolády a filozofií bean to bar, otevřela svou první kamennou prodejnu a showroom. Nový prostor se nachází v srdci Brna a nabízí jedinečný zážitek pro všechny, kdo chtějí poznat pravou podstatu čokolády nebo třeba jen nakoupit lahůdky v příjemném prostředí.

Ajala Chocolate je česká čokoládovna, která od svého vzniku sází na poctivé řemeslo a nejkvalitnější kakaové boby pocházející z ekologicky udržitelných farem. Každá tabulka čokolády je výsledkem pečlivého procesu – od výběru surovin přes pražení, mletí a temperování až po finální balení. A stejnými pravidly se řídí i při výrobě ostatních produktů, jako jsou jejich famózní horké čokolády, čokoládové krémy nebo ovoce a oříšky v čokoládě.

Nově otevřená prodejna a showroom přináší zákazníkům možnost ochutnat celý sortiment Ajaly, dozvědět se více o procesu výroby a zakoupit si produkty přímo od výrobce. „Chceme lidem nabídnout nejen vynikající čokoládu, ale i hlubší vzhled do její výroby. Naším cílem je ukázat, že čokoláda není jen sladkost, ale opravdový gastronomický záži-

tek. Navíc zde najdete náš kompletní sortiment,“ řekl Filip Teplý, zakladatel Ajala Chocolate.

V prodejně také Ajala nabídne limitované edice svých projektů určených pouze pro zákazníky její prodejny – buď takové, kterých prostě vyrobila jen malé množství (třeba kvůli omezené dostupnosti ingrediencí), nebo ty, které se nedají posílat či nejsou trvanli-

vé. Právě nyní můžete v prodejně ochutnat čerstvé San Francisco style cookies.

Nový prostor bude sloužit také jako místo pro tematické degustace a workshopy, kde návštěvníci budou moci poznat čokoládu i v novém kontextu. Chystají se párování čokolády s vínem, ve stálé nabídce budou večery s řízenou degustací čokolády a další lahodné akce, které jen tak nikde neochutnáte. (tz)



Na konci roku se prodala fotka Boženy Němcové

Aukce posledního měsíce roku potěšily sběratele rozličných zálib. Například milovníci starých motorek si mohli v aukci zasoutěžit o vzácného veterána Wanderer K500. Numizmatici pak mohli své sbírky rozšířit o investiční Svatováclavský desetidukát 1929 a sběratelé různých kuriozit získali například sbírku tzv. kukaček, první číslo Čtyřlístku, fotku Boženy Němcové či ceduli z lokomotivy.

Prosincovou aukcí číslo jedna na největším českém online tržišti Aukro byla aukce motocyklu Wanderer K500 vyrobeného v roce 1928. Veterán, který bývá označován jako předchůdce motocyklu Jawa 500 OHV Rum-pál, prošel v roce 2000 renovací a nový majitel ho byl ochotný koupit za částku 630 130 Kč. I druhé místo prosincového top ten patřilo artiklu z 20. let minulého století. Vzácného Svatováclavského desetidukátu 1929 bylo vyraženo pouze 1327 kusů a na Aukru se prodal za 270 000 Kč. Třetí místo top ten patřilo oleji na kartonu českého malíře Kristiana Kodeta. Bratr již zesnulého herce Jiřího Kodeta vytvořil dílo s názvem Milenci v roce 2020. Na Aukru ho prodal ověřený prodejce, který je zároveň členem Asociace starožitníků, za 88 000 Kč.

V prosincových aukcích se prodala i kuriózní sbírka kukačkových hodin. Tyto jednoduché



kyvadlové hodiny v dřevěné skřínce, která vypadá jako štít domku s dvířky nad ciferníkem, jsou hovorově známé jako tzv. kukačky. Sběratel jich zvládl shromáždit neuvěřitelných 82 kusů, a ty pak prodal na Aukru za 74 900 Kč. I další aukce přinesla sběratelskou raritu. „Hodinky Prim Spartak jsou považované za československou hodinářskou klasiku, o čemž svědčí i retro edice tohoto modelu, jehož design je aktuální i po více než

60 letech,“ uvedl Pavel Krejčíř, expert na sběratelství a starožitnictví portálu Aukro.

V prosincové aukci se prodaly původní hodinky se sériovým číslem 1 za 67 166 Kč. Následující aukcí pak byla československá komiksová klasika – Čtyřlístek č. 1 z roku 1969. V prosinci 2024 našel nového majitele za částku 33 000 Kč.

Již zmíněnými artefakty však prosincové aukce zdaleka nekončily. Za ceduli z lokomotivy byl další sběratel ochoten zaplatit 30 000 Kč. Pro jiného milovníka historických předmětů byla jasnou volbou básnická sbírka Karla Kryla Slovíčka. „Toto dílo patří společně se sbírkami Amoresky a Sněhurka v hadříčích do trojlístku Krylovy nejlepší milostné tvorby,“ upozornil Pavel Krejčíř. Originál od '68 Publishers byl ve velmi zachovalém stavu a obsahoval navíc naprosto ojedinělé věnování. Aukce skončila na 19 999 Kč. Sběratelé bankovek se mohli radovat z aukce dnes již vzácné a hledané bankovky 500 dolarů. Ta sice stále dle zákonů USA platí, nicméně je již považovaná za sběratelský artikl, za který byl kupec ochotný dát 17 100 Kč. Dle aktuálního kurzu by přitom 500 USD vyšlo zhruba na 12 190 Kč. Poslední prosincovou raritou bylo foto Boženy Němcové, zachycující tuto významnou českou autorku ve věku kolem 40 let. Foto z původního negativu vydané roku 1869 Americkým klubem dam se na Aukru prodalo za 9900 Kč. Na zadní straně obsahovalo text: Na památku odhalení pomníku Boženy Němcové dne 6. června 1869. (tz)



Fejeton

Když člověku přicházejí myšlenky

Určitě jste se s tím setkali. Najednou přišla nemoc a vám bylo souzeno měsíc pobýt v posteli. Co naplat? Museli jste klid na lůžku podstoupit. Přání brzkého uzdravení sice přicházela od všech známých, ale na pohodu vám to nepřidalo. Ba naopak. Podezření se klubalo na svět. Proč se všichni tak starají? To se se mnou děje něco moc zlého? A začali jste přemýšlet o životě jinak než v tom věčném spěchu, kdy pro jednu věc zapomínáte druhou. Najednou se plíživě otevřel prostor, do kterého činnost nemá šanci nahlédnout. Lapilo vás to. Myšlenka střídala myšlenku a nebylo úniku. Až verdikt lékaře posunul vaše úvahy zase o něco optimističtější směr. Přestali jste se pozorovat a začali likvidovat resty, které zatím doma i ve firmě narůstaly nevidaným tempem.

Také vás asi už potkalo dělení majetku. Není to žádná zábava. Musíte řešit, co komu a proč dáte, odkážete, darujete, co má kdo zdědit, až se za vámi zavře navždy maticka země. Dosud jste byli zvyklí na to, že poslušně hradíte plyn, elektřinu, pojistku domu, a spousty dalších

poplatků, které z vás dělají řádného občana. Když se však přiblížila dělicí čára, která vás má navždy odštíhnout od těchto povinností, ježto veškerý svůj majetek přepíšete na potomstvo, najednou vám hlavou víří všelijaké myšlenky. Nepřijdu do střechu nad hlavou, i když to mám teoreticky ošetřeno? Co když doma začnu vadit, překážet? A nezestárnu rychle a nebudu na obtíž? Žiju vůbec ještě, když jsem se zbavila všeho, i placení daně z nemovitosti? Jsem, nebo nejsem? Je to divný pocit a klidu to jednou moc nepřidá, pokud se mu všechno tyhle souvislosti začnou práť v myslí těsně před usnutím.

Ještě horší je rozvažovat nad tím, kdy odejít do penze. Do té faktické, na kterou se většina národa těší. Až konečně začne lenošit, zbaví se povinností a bude se zaobírat jen tím, co člověk baví a na co dřív neměl čas. To je jedna stránka věci. Ta druhá, která trápí jen několik psychopatů, je to, že do důchodu prostě zmizet neumíme. Nedokážeme to. Odštíhnout se od denní rutiny, pravidelných e-mailů, jež otvírají bránu do světa. Od toho, nač nadáváme, že

nám to bere čas a energii, co nám přidělává starosti. Jenže příznejme se, my v hloubi duše právě o tyhle štrapáce stojíme, bez nich jako by se před námi rýsovalo věčné prázdno. A protože jsme si nezkusili být toho ušetření, neumíme si život bez adrenalinu představit. Bojíme se prázdnoty, i když víme, že bychom se díky dalším okolnostem vůbec nenudili. Děsíme se volna, které z principu odmítáme. Visí nad námi jako Damoklův meč hrůzy, že jednou přestaneme existovat. Jenže nepřestaneme. Jen si vyšlápeme jiným směrem.

Tohle všechno nám pepusje do mysli spousty myšlenek, které ničí kapacitu naší kreativity, odvahy i hledání štěstí. Nechceme je, ale jsou dotěrné. Jak se od nich oprostit? Někteří podnikatelé doporučují myslet jen dopředu, zadní kolečka ponechat náhodě. Někteří svůj osud a optimismus raději svěří do rukou právníka. Jiní na to prostě nemají čas. A těm je nejlépe. Ti nestonají, nemazlí se se svým těžce nashromážděným majetkem a ani se nerozhodují, co si počnou v důchodu. Že je to nezodpovědné? Možná, ale stojí to za to. **Eva Brixí**

Jak Češi spí?

Každý čtvrtý špatně, a většina před usnutím používá mobil

Jak spíte? Vstáváte odpočatí? Zdají se vám sny? Budíte se v noci? Máte rádi v ložnici teplo, nebo chlad? Sledujete večer televizi? Nebo si raději čtete? Usnete okamžitě, nebo vám to nějakou dobu tvá? Mnoho otázek, možná ještě více odpovědí.

Spánek je v poslední době hojně diskutovanou záležitostí, protože, jak se říká, tlak doby je stále větší. Jsme zavaleni povinnostmi, řešíme palčivé problémy ve firmě nebo s tchýní či se zdravím svým i rodinných příslušníků. Není toho na nás málo, nebo si mnohé věci příliš připouštíme. A pak, neumíme tolik zvládat stres, nejsme odolní. Na spánku se to všechno projeví. A tak se pídíme po všemožných radách, receptech pro lepší usínání, doplňcích stravy, optimálních matracích, polštářích, zkoušíme aromaterapii, afirmace, jógu. Každému zabírá něco jiného. Jeden spoléhá na meduňkový čaj, jiný na krátkou večerní procházku, další na plyšového mazlíčka.

O čem vypovídají čísla? Posudte sami.

Pouze 37 % Čechů hodnotí svůj spánek jako dobrý, rovná čtvrtina vysloveně jako špatný. Ukázal to průzkum, ve kterém IKEA zkoumala spánek a zvyky s ním spojené v 57 zemích světa, včetně Česka. Češi se v ložnici neobej-



dou bez mobilního telefonu, který před spaním používá 75 % dotázaných. U mladých lidí do 24 let je to dokonce 94 %. Přitom právě světlo z displejů může podle odborníků přispívat ke zhoršené kvalitě spánku.

„Modré světlo z obrazovek narušuje produkci melatoninu, což posouvá spánek do pozdější doby a snižuje jeho kvalitu. Kromě toho hraje roli i mentální aktivita spojená s používáním mobilů, tabletů či počítačů, stejně jako vystavení se stresujícímu obsahu. Tyto technologie tak nejenže ovlivňují kvalitu spánku, ale často vedou i k jeho výraznému zkrácení,“ rekla expert-

ka na spánek doc. MUDr. Jitka Bušková, Ph.D., z Národního ústavu pro duševní zdraví.

Pro IKEA je kvalitní spánek hlavním tématem roku. Problematice používání mobilního telefonu před spaním se věnuje i její aktuální kampaň. „Používání mobilu před spaním má většina z nás neodmyslitelně spojené s nastavením budíku na ráno. Často ale jen u nastavení budíku nezůstane a s mobilem v ruce strávíme v posteli daleko více času. Chceme proto lidi inspirovat, aby zkusili místo mobilu použít klasický budík bez displeje,“ sdělil František Šašek, manažer komunikace IKEA Česká republika.

Budík místo mobilního telefonu používá probuzení jen 28 % Čechů a jejich počet klesá s věkem. V kategorii 18–24 let to je pouze 12 %.

Další výsledky průzkumu:

- Většina Čechů (60 %) spí v průměru sedm nebo více hodin a většina (51 %) také považuje tuto dobu spánku za dostatečnou.
- Češi chodí spát nejčastěji ve 22 hodin a nejčastěji vstávají v 6 hodin.
- Kvalitu svého spánku hodnotí Češi převážně jako dobrou nebo uspokojivou (dohromady 75 %), čtvrtina jako vysloveně špatnou.
- Na usnutí potřebují Češi zpravidla více než 15 minut (59 %) a za noc se vzbudí maximálně dvakrát (79 %).
- Hezké sny má alespoň několikrát měsíčně 54 % Čechů, zlé oproti tomu jen 32 %.
- 51 % Čechů spí převážně na boku s pokrčenými nohama, 19 % na boku s nataženými nohama, 16 % na břiše a 14 % na zádech. (tz)



Art-designová značka Prasklo se stala novým ambasadorem Citroënu

Značka Citroën v České republice a umělecká značka Prasklo uzavřely partnerství, které přináší nový pohled na spojení moderního udržitelného designu a mobility. Obě značky sdílejí vášeň pro kreativitu, inovace a zodpovědný přístup k životnímu prostředí. Designérské duo Petra Švejdarová a Klára Vaculíková, zakladatelky značky Prasklo, si před několika dny převzaly Citroën Berlingo XL Plus Profi 1.5 BlueHDi 100 S&S MAN6 a vrhly se s ním do objevování možností cestování s modelem, který jim svou praktičností usnadňuje přepravu jejich uměleckých objektů a zároveň jim každý den poskytuje štědrú dávku komfortu a bezpečnosti na cestách.

Prasklo má ve světě art-designu silný zvuk. Od svého vzniku v roce 2015 se značka rychle rozvíjela, až se na české, ale i zahraniční umělecké scéně etablovala jako symbol funkčního a udržitelného designu, který má zároveň vysokou estetickou hodnotu. Zakladatelky značky Prasklo, Petra Švejdarová a Klára Vaculíková, tvoří hlavně jedinečné vázy a další objekty recyklací skleněného odpadu, a často i betonových prvků, čímž dávají nový život už použitým materiálům. Sdílejí tak hodnoty automobilky Citroën, která rovněž klade důraz na ekologii, efektivitu a originální funkční de-



sign. Toto partnerství je tak v souladu s filozofií obou značek.

Modelem, který má hodnoty Citroënu reprezentovat, byl zvolen Citroën Berlingo XL Plus Profi 1.5 BlueHDi 100 S&S MAN6. Petra Švejdarová a Klára Vaculíková podle prvních zkušeností s tímto automobilem potvrdily, že jde o dobrou volbu: „Berlingo je nejen praktické, ale i stylové – což je pro nás, jako značku zaměřenou na design, nesmírně důležité. Navíc se s ním skvěle parkuje v rušném centru města, a přitom nabízí dostatek prostoru pro naše umělecké kousky. Několikrát jsme s ním jely delší destinace, jako například do Eindhovenu, tedy nějakých tisíc kilometrů za jeden den, a i zde se ukázalo být skvělým a mimořádně pohodlným vozem, tedy i na ty nejdelší cesty.

Chválíme rovněž nízkou spotřebu a úsporný provoz. Ale hlavně toto auto vypadá prostě skvěle, a posiluje tak image naší značky!“ řekla Klára Vaculíková.

Také Citroën vnímá partnerství se značkou Prasklo jako příležitost k podpoře své image, jak potvrdil ředitel značky Citroën v ČR, František Neuman: „Ze spolupráce se značkou Prasklo a s jejími zakladatelkami máme opravdovou radost. Jejich vize udržitelnosti je nám velice blízká a stejně tak i jejich umění přetvořit recyklovaný odpad v nádherné a hodnotné předměty. Dokazují, že ekologický přístup, kvalita a krása mohou být v dokonalé harmonii, a tuto ideu vyznává i Citroën. Jsme tedy naladěni na stejnou strunu, a proto naše partnerství dává jednoznačně smysl.“ (tz)

