Brands&

Brands&Stores

Léto 2023

PŘÍBĚHY ZNAČEK:

LAUFEN
Proton Therapy Center Czech
Česká mincovna
Wine Management
FIXED
Trends for Kids
CENTRALPLAST
Hannah
Palác Lucerna
STOCK Plzeň-Božkov
AK PRŮCHOVÁ & PELÁN
SanSwiss
Geis
Goodyear
AUTHENTICA
Odkolek
TaMaringotka
Koulier
WAYINI
Steiner & Kovarik
Hotel Rott
Relax
EQUIVALENZA
RivaReno

LAUFEN

PROTON THERAPY CENTER | LÉČÍME RAKOVINU

JSME TU S VÁMI UŽ 10 LET.

Léčili jsme již více než 10 000 pacientů.

www.ptc.cz

Photo by efi

Vážení a milí čtenáři,

také máte léto spojené s tím, že se těšíte nejen na dovolenou, ale také na to, že budete mít volnější pracovní režim? Nezvoní tolik telefony, není v diáři tolik schůzek, nedělají se žádné firemní akce, prostě člověk pomyslí také trochu na sebe a svůj relax. K tomu jsme vám naším letním vydáním chtěli také trochu přispět a vytvořili zajímavé čtení třeba na tu dovolenou. Na stranách našeho letního vydání se dočtete třeba o předmíchaných drincích společnosti Stock, značka Relax vám zase představí trendy ve slunečních brýlích, TaMaringotka vám nastíní kouzlo pobytu v přírodě na samotě.

Co se jubilantů týče, sešly se nám na následujících stránkách značky velmi významné – Laufen, Goodyear, Potten & Pannen – Staněk, CENTRALPLAST, AUTHENTICA a další.

V duchu citátu: „Každý mistr býval nejprve amatérem. Každý krok je vítězstvím....“ máme také v tomto vydání pro ty, kteří se k tomu svému podnikatelskému kroku teprve chystají, nabídku zajímavých franchisových systémů – EQUIVALENZA a RivaReno. Jsou to systémy, které deklarují, že tajemství úspěchu je ve vytrvalém úsilí, tvrdé práci a plném zasvěcení tomu, čeho chceme dosáhnout.

Tomáš Baťa kdysi řekl: „Ničeho jsem nenabyl lehce, každá věc mně stála nejtvrdší práci. Nehledejte lehké cesty. Ty hledá tolik lidí, že se po nich nedá přijít nikam.“

Zaměřte se tedy na ty svoje příběhy a rozšiřujte povědomí o svých značkách. Jsme tu pro vás!

Ing. Blanka Bukovská
Vydavatelka a šéfredaktorka

Časopis Brands&Stories je dlouhodobě zdarma v tištěné podobě distribuován výhradně podnikatelům, zejména obchodním korporacím (k rukám jejich zástupce). Pokud jako podnikatel časopis nedostáváte, můžete si jej objednat na emailové adrese brands@pribehyznacek.cz. **Jestliže si časopis nadále nepřejete dostávat, můžete se z odběru časopisu odhlásit na emailové adrese brands@pribehyznacek.cz a Vaše jméno bude z databáze adresátů, resp. jejich zástupců, vymazáno.** Rádi také budeme bezplatně časopis Brands&Stories zasílat na jméno jiné osoby ve Vaší společnosti. Vydavatel se řídí právními předpisy v oblasti ochrany osobních údajů. Právním základem zpracování osobních údajů (identifikace podnikatele OSVČ nebo zástupce korporace jménem, příjmením a adresou pro zasílání) jsou souhlas, plnění smlouvy či oprávněný zájem dle čl. 6 odst. 1 písm. a), b), f) obecného nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR). Osobní údaje jsou sbírány z veřejných databází podnikatelů, údajů sdělených zástupcem podnikatele vydavateli nebo na základě výslovné žádosti podnikatele o zasílání. Se zásadami ochrany osobních údajů se můžete seznámit na našich webových stránkách **www.pribehyznacek.cz**.

2	LAUFEN
6	Proton Therapy Center Czech
8	Česká mincovna
10	Wine Management
12	FIXED
14	Trends for Kids
16	CENTRALPLAST
18	Hannah
21	Palác Lucerna
22	STOCK Plzeň-Božkov
24	AK PRŮCHOVÁ & PELÁN
25	SanSwiss
26	Geis
27	Goodyear
28	AUTHENTICA
31	Odkolek
32	TaMaringotka
34	Koulier
35	WAYINI
37	Steiner & Kovarik
39	Hotel Rott
40	Relax
41	EQUIVALENZA
41	RivaReno

Budoucnost je v inovacích: **Značka LAUFEN inspiruje** celé koupelnové odvětví

Švýcarská značka LAUFEN se řadí mezi nejpokrokovější výrobce v koupelnovém vybavení. Kromě vizuálně propracovaného designu si zakládá na vysoké kvalitě každého produktu, ale také neustálém inovování materiálů a výrobních procesů. Stejnojmenná společnost Laufen CZ produkuje keramiku hned 3 značek – LAUFEN, JIKA a ROCA. O výrobu se na území České republiky starají dvě keramičky v Bechyni a ve Znojmě. Znojemská výrobna navíc letos slaví 145. výročí, výroba sahá až do roku 1878. Švýcarská továrna v městečku Laufen je jen o málo mladší, funguje od roku 1892.

„Dekády bohatých zkušeností jsou pro Laufen CZ jedním z klíčových důvodů úspěchu a promítají se do příběhu každé ze značek, pro kterou vyrábíme. Zatímco prémiový brand LAUFEN je vysoce designérskou záležitostí a přináší interiérové prvky podle nejnovějších trendů, JIKA je zákazníkům dobře známá svou lokální tradicí, ale také spolehlivostí. Španělská ROCA je pak celosvětově uznávána díky široké nabídce sortimentu. Společně tyto značky tvoří ideální celek a komplexní řešení pro každou koupelnu. Z nabídky si vyberou jak nejnáročnější zákazníci v podobě pětihvězdičkových hotelů, tak běžní uživatelé preferující vysokou kvalitu a dlouholetou výdrž materiálu," říká Luis Sergio Castro, generální ředitel společnosti Laufen CZ.

Nadčasové materiály

LAUFEN využívá letité zkušenosti ve výrobě keramiky naplno, i díky nim posouvá hranice odvětví ještě o kousek dále. Nejenom, že ve spolupráci s renomovanými světovými designéry udává trendy v koupelnovém interiéru, ale současně věnuje značnou pozornost vývoji nových materiálů. „Velký pokrok způsobil příchod naší tenkostěnné keramiky Saphirkeramik. Vytvořili jsme minerální směs obohacenou o korund, která umožnila vznik lehkých a tenkých umyvadel s velkou odolností vůči poškození nebo prasknutí. Materiál je zároveň tvárnější, díky čemuž se vyrábějí umyvadla v dříve nevídaných velikostech, tvarech a se sofistikovanými detaily," vysvětluje Castro. Také vany se dočkaly

3 dotazy
pro generálního ředitele Laufen CZ:

Luis Sergio Castro, generální ředitel Laufen CZ

Značka LAUFEN se nedávno zúčastnila mezinárodního veletrhu ISH. Jaké novinky představila?
Novinek bylo hned několik. Z hlediska technologií je tou nejpokročilejší systém Smart Bathroom, digitální řešení pro veřejné budovy a bytové komplexy. Umožňuje snadnou správu a maximální kontrolu nad chodem všech sociálních zařízení v celé budově, a to jednoduše prostřednictvím aplikace. Velmi pyšní jsme také na toaletu Save!, která představuje revoluci v nakládání s odpadní vodou, díky čemuž šetří životní prostředí. V oblasti designu jsme pak představili novou kolekci MEDA a zcela inovovanou stálou kolekci IlBagnoAlessi. Zachovala si organické a ladné tvary, nově ale využívá ty nejmodernější materiály.

Jakým směrem se bude odvětví koupelnového designu ubírat v následujících letech?
Myslím, že se dočkáme dalších inovací v oblasti materiálů a ještě lepšího propojení koupelny s moderními technologiemi. Výsledkem bude koupelnový prostor, který nabízí individuální nastavení prostřednictvím aplikace na dálku, ať už se to bude týkat hudby, osvětlení nebo třeba teploty v místnosti. Silným tématem bude také udržitelnost a šetrnost k životnímu prostředí. Věřím, že v rozmezí několika let budou úsporné technologie stále rozšířenější a stanou se běžnou součástí koupelen.

Na co se v následující dekádě zaměří společnost Laufen CZ?
I nadále bude naším cílem být inovátorem a lídrem v oblasti koupelnového designu. Chceme přicházet s neotřelými nápady a udržitelnými produkty, které šetří životní prostředí, ale také peněženky našich zákazníků.

Současně toužíme zvyšovat efektivitu výrobních procesů. Stále budeme hledat způsoby, jak koupelnový prostor doplnit o chytré technologie a zlepšovat komfort uživatelů. A v neposlední řadě budeme společně s našimi designéry navrhovat nová interiérová řešení.

značné proměny. Nové minerální materiály Marbond a Sentec fascinují hladkým povrchem nebo schopností uchovat vodu teplou po dlouhou dobu. Novinkou a krokem vpřed v koupelnové hygieně je pak speciální povrch pro sanitární keramiku LAUFEN Clean Coat Active bránící ulpívání nečistot, bakterií a virů, včetně koronavirů.

Vstříc budoucnosti 21. století

Inovacemi procházejí ale také jednotlivé produkty. Značnou změnou byl příchod designových bidetovacích toalet spojujících funkci klozetu a bidetu, které lze navíc díky sofistikovaným technologiím nastavit podle individuálních potřeb. Představovaly výrazný krok vpřed nejenom v oblasti zdraví, hygieny, ale taktéž pohodlí. V nedávné době způsobila společnost revoluci i v oblasti nakládání s odpadní vodou. Představila toaletu Save!, která sice vypadá jako běžná toaleta, uvnitř ale ukrývá důmyslnou technologii. Chytrý systém pracuje na principu povrchového napětí, které odvádí moč do speciálního odtoku. Zdá se to jako maličkost, ale separace ihned po vyprodukování je klíčová. 1,5 litru lidské moči totiž dokáže znečistit až 180 litrů odpadních vod.

Inovovaná toaleta díky tomu snižuje zátěž na straně čističek odpadních vod a zabraňuje odtoku do celého systému „Toaleta Save! je revoluční technologií chránící životní prostředí a je ideálním řešením zejména pro rozrůstající se metropole. Potvrzuje to i fakt, že produkt získal významné ceny v oblasti udržitelnosti a designu. V praxi ji využívá například vídeňský obytný komplex Stadtregal," doplňuje generální ředitel společnosti. Společnost se ale věnuje taktéž chytrým technologiím. Jejich projekt LAUFEN Smart Bathroom je určen pro veřejné budovy a bytové komplexy, ve kterých umožňuje nejenom dálkově ovládat splachování nebo provoz baterií, ale také monitorovat frekvenci jejich užívání. Napomáhá tak optimalizovat chod celé místnosti s co nejmenší spotřebou vody a energie.

Tradice české výroby ve Znojmě a Bechyni

Stále lepšími se stávají i výrobní procesy, které Laufen CZ průběžně upravuje tak, aby byly efektivnější a šetrnější k životnímu prostředí. Vysoce pokročilé závody v Bechyni i ve Znojmě jsou toho důkazem. Více než 145 let zkušeností kombinují s nejnovějšími inovacemi. Jednou z nedávných velkých investic byla například instalace stroje na tlakové lití v Bechyni za cca 26 milionů, která usnadní produkci toalet. Dlouhodobě ale společnost investuje také do lepšího pracovního prostředí, ať už se to týká nižší prašnosti ve výrobních halách nebo větší bezpečnosti při práci. „Během roku 2022 a 2023 se také podařilo snížit spotřebu energie vyrobenou na jednotku především díky lepším výrobním výnosům, což nám pomáhá překonat současnou energetickou krizi," říká generální ředitel Castro.

Klíčové je pro Laufen CZ také propojení s regionem. Lokální výroba přináší řadu zajímavých pracovních pozic, pro firmu je naopak cenná stabilní komunita, na které se podílí a jíž je součástí. V neposlední řadě vnímá jako důležité i pokračování a rozvíjení tradice českých keramiček.

Šetrný k přírodě

Pokroku a efektivitě ale věnuje společnost velkou pozornost i v oblasti udržitelnosti. „Naším cílem je nejenom vytváření vysoce kvalitních koupelnových prostor, ale také zodpovědnost vůči životnímu prostředí. Proto jsme si v souladu s doporučením OSN stanovili cíl snížit emise do roku 2030 o 48 %. Do roku 2045 pak chceme být uhlíkově neutrální. Učiníme tak především zefektivněním výroby a částečným přechodem na obnovitelné zdroje. V současnosti Laufen CZ plánuje instalaci solárních panelů v obou svých továrnách. Udržitelní se ale snažíme být i ve spotřebě vody, která je pro vznik sanitární keramiky nezbytná. Všechny naše evropské keramičky včetně českých a taktéž většina továren na baterie jsou doplněny o čističky odpadních vod, které umožňují její opětovné užívání," upozorňuje Luis Sergio Castro. Tím ale snaha společnosti o větší udržitelnost zdaleka nekončí. Rozhodla se minimalizovat jednorázové plasty využívané k balení produktů a zaměřuje se na lepší recyklovatelnost materiálu i výrobků. Úspornějšími z hlediska spotřeby vody a energií se stávají i její produkty, ať už hovoříme o bateriích nebo toaletách.

O Laufen CZ

Společnost Laufen CZ byla založena v roce 1999, ale továrna na výrobu keramiky ve Znojmě vznikla už roku 1878. Druhá česká keramička, kterou společnost vlastní, je závod v Bechyni, založený v roce 1961. V roce 1991 Společnost Keramik Holding AG Laufen nejprve koupila keramičku v Bechyni a následovalo převzetí znojemského závodu. Španělská společnost Roca pak přebrala v roce 1999 Keramik Holding Laufen a vznikla i nová společnost Laufen CZ, která zastupuje značky Laufen, Jika a Roca.

www.laufen.cz I www.jika.cz

OČEKÁVEJTE NEOČEKÁVANÉ

VEČEŘE NA PÓDIU KONGRESOVÉHO SÁLU

Pro tento speciální večer se promění pódium Kongresového sálu do nových dimenzí, kde můžete být i vy sami v dění muzikálu, nebo na dosah umělcům, či součástí akrobatické show moderního cirkusu. To vše s úchvatným Zátiší Cateringem, který probudí vaše chuťové buňky při servírované večeři s vinným párováním, které ještě více umocní chuť a podpoří váš gastronomický zážitek.

S kapacitou do 150 osob zažijete večer, kde vy sami jste hvězdy jeviště.

Co můžete tedy očekávat? Ptejte se více na: booking@praguecc.cz nebo volejte na 261 172 222

PRAGUE CONGRESS CENTRE

T: +420 261 172 222 | E: booking@praguecc.cz

doc. MUDr. Jiří Kubeš, Ph.D.
Primář a ředitel
Zdravotního úseku
Protonového centra

Proton Therapy Center Czech

Unikátnost protonové léčby

Nalezení správného řešení ve chvíli, kdy onemocníte vy nebo někdo z vašich blízkých rakovinou, je nesmírně důležité. A přístup k informacím hraje zásadní roli. Proto jsme vám již v našem minulém vydání představili Proton Therapy Center Czech, které umožňuje protonovou léčbu i moderní diagnostická vyšetření našim i zahraničním pacientům.

Mohli jste se již posledně dozvědět, že ho založili v roce 2012 bratři Pavel a Václav Laštovkovi a dnes je jedním z nejprestižnějších center na světě, které má v rámci některých diagnóz léčených nejvíce pacientů. Před ostatními státy má několikaletý náskok a inovace a léčebné postupy z Čech přebírají přední světová centra. Pražské Proton Therapy Center drží světové prvenství v léčbě karcinomu prsu. Jeho lékaři jsou také spoluautory mezinárodních léčebných postupů pro léčbu maligních lymfomů protonovou radioterapií.

V tomto vydání bychom vám rádi vysvětlili, jaké jsou benefity této léčby a na jakém principu stojí.

Hlavní myšlenkou protonové léčby a zároveň onkologickým trendem je zajistit pacientům maximální šanci na vyléčení při minimalizaci vedlejších účinků spojených s léčbou a návrat k plnohodnotnému životu po léčbě. Proč je protonová léčba účinná a šetrná, jaký je její princip a jaké diagnózy se touto metodou mohou léčit, jsme si povídali s primářem a ředitelem zdravotního úseku Protonového centra doc. MUDr. Jiřím Kubešem, Ph.D. Ten je díky svým letitým zkušenostem přesvědčen, že protonová léčba může pomoci až třetině onkologických pacientů, kteří se u nás dnes léčí ozařováním.

Hlavní rozdíl v protonovém ozařování

Podstatné je si uvědomit, že není ozařování jako ozařování. Nádorové buňky jsou vždy obklopeny zdravou tkání, kterou je třeba chránit a zachovat ji pokud možno nepoškozenou. Celý úkol radioterapie jako léčebného oboru tkví tedy v tom správně identifikovat, kde se přesně nachází cílová oblast (oblast nádoru), do které je třeba záření zacílit, a přitom způsobit co nejméně škod a nežádoucích účinků v okolních zdravých tkáních.

V Čechách je možné zvolit pro léčbu rakoviny v podstatě dva typy radioterapie, fotonové a protonové. Fotonových ozařovačů je v ČR několik desítek, takže je fotonová radioterapie mnohem běžnější a dostupnější metodou léčby. Rozdíl mezi fotonovým a protonovým ozářením je ve fyzikálních vlastnostech jednotlivých typů záření a tím i jiné chování ve tkáních. Fotonové záření, jehož zdrojem jsou nejčastěji lineární urychlovače, prochází tělem a předává značnou část své energie před i za nádorem. Důsledkem toho je ozáření nejen cílového objemu, ale i zdravých tkání a orgánů před i za nádorem. To může vést, a často vede, ke vzniku mnoha potíží a komplikací u pacienta.

Účinný způsob zničení nádorových buněk

„Ozáření protony funguje tak, že se předává energie v konkrétní oblasti těla, kterou přesně naplánujeme a zakreslíme. Ta energie se projeví v buněčném prostředí a výsledkem působení protonů je, že ozářená buňka má nějakým způsobem narušenou DNA. To se projeví nejčastěji až v okamžiku, kdy se chce buňka rozmnožit. V tom momentě ozářená buňka umírá. To může být za týden, za měsíc nebo za pár měsíců.

„Protony mají také určitou fyzikální vlastnost," vyzdvihuje doc. Jiří Kubeš, „díky které odevzdávají málo energie na cestě k nádoru, tam se zastaví, předají maximum energie a již nepokračují dále do tkáně za nádorem. Při užití protonů tak dokážeme ochránit zdravé tkáně před nežádoucím ozářením a tím významně snížit riziko vzniku komplikací a zachovat kvalitu pacientova života v průběhu léčby i po ní. Shrnu-li to, proton umíme zastavit v místě, které určíme, ale foton zastavit nelze.

Ozařovací plán na míru pacienta

Doc. Kubeš dále vysvětluje: „To, co v Protonovém centru provozujeme, se nazývá teleradioterapie. Tedy ozáření z vnějšku, žádný radioaktivní materiál do člověka nevstupuje. O co se z hlediska bezpečnosti snažíme, je co nejpřesněji ozářit místo, které označí lékaři, a přitom se vyhnout těm místům, které ozařovat nechceme. Ve spolupráci s fyziky proto připravujeme ozařovací plán, který je každému pacientovi před zahájením léčby zhotoven přesně na míru. Na přípravě plánu a celé léčbě kooperují vlastně tři různé profese: lékaři, fyzici a radiologičtí asistenti.

Přestože protonová léčba patří k technologicky nejnáročnějším medicínským oborům, i zde je základem úspěchu lidský faktor. Zatímco lékaři řídí terapii, fyzikové odpovídají za technickou kvalitu a plánování, tak vlastní ozařování provádějí radiologičtí asistenti. Tou nejméně přesnou věcí v celém procesu je pacient. Nejde jen o to, že si musí umět v průběhu několika týdnů mnohokrát lehnout na ozařovací stůl úplně stejně, ale i o jeho možné fyzické změny během přípravy ozařovacího plánu. Ten se pak může v průběhu léčby, v závislosti na změnách v těle pacienta, i několikrát předělávat.

Součástí léčby je i individuální lidský přístup k pacientům

Komunikace Klientského servisu v PTC je skutečně specifická. I když nemocné někdy spojuje stejná diagnóza, každý pacient má svůj příběh. Proto je nejdůležitější především lidský přístup s velkou dávkou trpělivosti a pokory k životu. Je potřeba, aby v PTC pacienti našli někoho, na něhož se mohou spolehnout, kdo zná jejich situaci a je jim kdykoli k dispozici. Již při prvním kontaktu s PTC dostane pacient přiděleného svého osobního koordinátora léčby. Ten pacientovi vysvětlí vše potřebné a je pacientovi k dispozici po celou dobu jeho léčby

Prevence již může dnes mnoho odhalit

Primář Jiří Kubeš také dále apeluje na nutnost prevence. Dnes již naprostá menšina lidí umírá na některé typy rakoviny, když přijdou včas, typické jsou např. karcinom prostaty a prsu. Mnozí lidé se však k lékaři vypraví většinou až ve chvíli, kdy své potíže nemohou dále přehlížet. Ale třeba rakovinu prostaty je poměrně snadné díky vyšetření krve na koncentraci prostatického specifického antigenu (PSA) odhalit. „Moderní diagnostické metody jsou schopné odhalit výskyt nádoru dříve, než dojde k jeho rozšíření," uvádí základní důvody pro vyšetření PSA primář Protonového centra, doc. Kubeš.

I v nadcházejícím letním čase je potřeba nenechávat léčbu na později, ale řešit ji!

Za dobu své existence pomohlo již více než 10 000 pacientům z více než 60 zemí světa. Jelikož je protonová léčba hrazena zdravotními pojišťovnami, je dostupná opravdu všem pacientům z celé ČR.

Nebojte se zeptat, zda by pro vás nemohla být možností protonová radioterapie. Proton Therapy Center je plně integrováno do Národního onkologického centra. Nejpřímější cesta je proto ta, že pacientovi na příslušném onkologickém pracovišti doporučí léčbu v Protonovém centru. Pacient sám však může Protonové centrum kontaktovat také i bez doporučení jiného lékaře – 24 hodin/7 dní v týdnu je pro pacienty připraven některý z komunikačních kanálů – telefonní linka, kontaktní formulář na www.ptc.cz nebo online chat na webových stránkách. Komunikace s Centrem je možná i prostřednictvím sociální sítě nebo telefonicky na tel. +420 222 999 000.

I vy můžete pomoci!

Nadační fond pro protonovou terapii byl založen v roce 2010 za účelem zvýšení povědomí o nové, šetrnější formě radioterapie. Tým pracovníků NFPPT dnes poskytuje široké spektrum asistenčních služeb jak pro děti a mladistvé, tak i pro dospělé. Dětské i dospělé pacienty provází celým procesem léčby v Protonovém centru, mnohdy i před jejím začátkem a po ukončení. Mimopražským pacientům pomáhá s ubytováním v Praze a následně s orientací ve velkoměstě. Pacientům, kteří se ocitli ve ztížené finanční situaci, poskytuje finanční pomoc. Poskytuje rovněž asistenční nezdravotnické služby. Neváhejte se obrátit s žádostí o bližší informace a volejte na telefonní číslo 226 222 026 anebo pošlete email: info@nfppt.cz

PROTON THERAPY CENTER | LÉČÍME RAKOVINU

Svět se mění, zlato je jisté

S letošním 30. výročím České republiky souvisí i výročí zavedení české měny a české koruny. S českými mincemi je pak nerozlučně spjato i 30. výročí zahájení činnosti České mincovny v Jablonci nad Nisou. Tato společnost je dnes zodpovědná za ražbu všech mincí pro potřeby našeho státu. Nedalo nám, abychom se při příležitosti 30. narozenin nepoohlédli za příběhem České mincovny od zdánlivě neuskutečnitelného snu až po její dnešní celosvětový úspěch.

Svým vznikem Česká mincovna navázala na více než tisíciletou tradici ražby mincí na území Čech, Moravy, Slezska a Slovenska. Naše země totiž oplývala hojností stříbra. To dávným mincmistrům poskytovalo prostor pro umělecké vyjádření, které obdivujeme dodnes, a Česká mincovna se k jejich odkazu hrdě hlásí! Razí nejen všechny oběžné mince, které Češi denně používají, ale také všechny české pamětní mince a množství vlastních pamětních a investičních produktů z drahých kovů. V jejich reliéfu se ukrývá řada emocí i tisíc let lásky k řemeslu…

Expanze východním směrem

Z domovského Jablonce nad Nisou se České mincovně podařilo expandovat daleko na východ. Datum jejího faktického vstupu do Spojených arabských emirátů díky otevření pobočky v Dubaji bylo vskutku magické – čirou náhodou vyšlo na 22. 2. 2022. To nejlepší z nabídky České mincovny bylo představeno na světové výstavě Expo, která se na přelomu let 2021 a 2022 konala ve Spojených arabských emirátech. Návštěvníci vědeckofantastického pavilonu České republiky mohli poznat tradiční křišťál i supermoderní hologram, seznámit se se světovými rekordy a ponořit se do příběhu o tom, jak se z českého tolaru stal světoznámý dolar.

Výpravu na Střední východ Česká mincovna rozhodně nepodcenila a připravila několik mimořádných emisí. V Dubaji pochopitelně nemohla chybět její vlajková loď v podobě stříbrné investiční mince Český lev. Tradiční ražba o hmotnosti jedné trojské unce byla zasazena do netradičního balení s vyobrazením pavilonu České republiky, který byl oázou uprostřed arabské pouště. Další tři varianty stříbrné investiční mince – s hmotnostmi čítajícími pět trojských uncí, deset trojských uncí a jeden kilogram – se pro změnu pyšnily unikátním bezpečnostním prvkem v podobě raženého hologramu Czech Security Check.

Největší pozornosti se však těšila neprodejná česká mince vyrobená ze 130 kilogramů ryzího zlata, která vznikla u příležitosti 100. výročí československé koruny. Přestože je zlato v Dubaji takřka všudypřítomné, největší zlatá mince svého druhu na světě fungovala jako magnet. Na místě se České mincovně podařilo navázat slibné kontakty, a proto se rozhodli zřídit tamní pobočku, která se bude starat o potřeby arabského trhu. Neustále se rozvíjející region, který dobře zná a uznává české sklo, se co nevidět přesvědčí o kvalitách českých mincí.

Technický unikát Czech Security Check

Jak již bylo zmíněno, na Expu v Dubaji byl představen také ražený hologram Czech Security Check. Dnešní oběživo se sice vyrábí z obecných kovů, avšak investiční mince se razí z kovů drahých. Přestože je vysoce nepravděpodobné, že by se někdo pokusil o jejich padělání, opatrnosti není nikdy nazbyt, a proto v České mincovně přichází s inovativními řešeními. Nejnovější bezpečnostní řešení představuje ochranný prvek pojmenovaný anglickou slovní hříčkou CZECH SECURITY CHECK [ček sekjurity ček] – volně přeloženo ČESKÝ BEZPEČNOSTNÍ PRVEK. Jedná se o ražený hologram ve tvaru štítu umístěný v dolní části reverzní strany mince. Tento hologram je prvkem nejen ochranným, ale také okrasným – předkládá vyobrazení českého lva. Je viditelný pouhým okem. Po nasvícení pod určitým úhlem se ve štítu objeví skrytý pohyblivý obrazec.

V České republice se již v roce 1999 podařilo vyrobit světový unikát – první minci s holografickou ražbou do ryzího zlata. Dnešní technologie je na nesrovnatelně vyšší úrovni. Samotný hologram je dílem vysoce specializované české společnosti IQ Structures, která se v oblasti holografických technologií řadí mezi světovou špičku. Mimořádně technologicky náročné je i vyražení hologramu do drahého kovu tak, aby byly zachovány všechny jeho speciální efekty – kinetické či barevné. To je úkolem České mincovny. Vysokohmotnostní mince s hologramem razí s pomocí speciálního hydraulického lisu, který byl zkonstruován přímo pro tento účel. Jedná se o jediný stroj svého druhu na světě – žádný jiný lis nedisponuje takovou konfigurací a technickými parametry.

Asamat Baltaev

Umělecké skvosty

Každá mincovní velmoc má své investiční mince. Ty, jak jejich název napovídá, nejsou ani tak výsadou numismatiků, jako spíše investorů, kteří vědí, že promyšlené portfolio se neobejde bez drahých kovů. Protože Česká republika své ryze investiční mince dosud nemá, Česká mincovna představila vlastní investiční řadu nazvanou Český lev. Přestože jsou Čeští lvi primárně investičními mincemi, jejich umělecké kvality jsou nezpochybnitelné. Vznikají s podpisem slavných umělců, jako je třeba Asamat Baltaev, DiS., který patří ke hvězdám české medailérské scény. V nabídce České mincovny je kolem 30 typů mincí Českého lva včetně těch se zasazenými kameny – Granátem, Vltavínem či Citrínem. Tyto kameny pocházejí z produkce turnovského Granátu a jsou symbolem spojení mincovnictví a sklářství. Spolupráce další sklářskou firmou Preciosou byla nastartována před 7 lety, a z tohoto spojení vznikla výjimečná série pamětních mincí Crystal Coin. Představují unikátní kombinaci stříbra a skla. Tato symbióza tradičních řemesel pochází z České republiky, která dala světu takzvaný český křišťál.

Spojení s českým výrobcem, shodou okolností také z „Křišťálového údolí“, jak se oblast okolo Jablonce nazývá, není náhodné. Česká mincovna si váží dodržování tradic a také se snaží tradiční české výrobce podporovat.

Po zlaté investiční minci o hmotnosti pěti kilogramů se České mincovně také podařilo vyrazit exemplář Českého lva z celých deseti kilogramů ryzího zlata. Jde o největší zlatou minci raženou v kontinentální Evropě a zároveň o vůbec nejnáročnější ražbu, jakou realizovali. Pro běžné investory, kteří si nemohou dovolit několik kilogramů zlata, vyrábí celou řadu investičních mincí Český lev v nižších hmotnostech – od 1/25 trojské unce (1,24 g). To umožňuje jednoduše regulovat, kolik prostředků uložíte do drahého kovu – nejen zlata, ale také stříbra.

Investice s příběhem

Od doby, kdy se u nás začaly razit jáchymovské tolary, ze kterých shodou okolností vznikly americké dolary, uplynulo půl tisíciletí. Svět bohužel na horské městečko, kde se tento příběh začal psát, zapomněl. První opravdová americká dolarová mince vznikla v roce 1794 a od svého českého prapředka si vypůjčila nejen jméno, ale také váhu a ryzost použitého stříbra. Tento zapomenutý rodokmen otiskla Česká mincovna ve své investiční minci, která připomíná, jak se z českého tolaru stal americký dolar. Zatímco reverzní strana je věnována nejkrásnějším jáchymovským tolarům z roku 1526, na averzní straně jsou vyobrazeny první americké dolary z roku 1794.

Vyryté věnování

Pamětní medaile s takzvanou personifikací představují hodnotný dárek pro výjimečné životní události. Česká mincovna razí na zakázku pro zákazníky z řad obchodních společností, sportovních klubů, vzdělávacích institucí či organizačních složek státu, ale také soukromých osob. Svou vlastní minci či medaili si můžete nechat vyrazit i vy – stanou se prestižní prezentací a skvěle poslouží jako dárek pro obchodní partnery, benefit pro nejlepší zaměstnance, památka na návštěvu regionu, upomínka významného jubilea či obchodní artikl. Na dárkové produkty, u kterých je to uvedeno, lze vyrýt text nebo dokonce fotografii. Vznikne tak jediný originál na světě, který zaručeně překvapí.

Nový showroom na pražských Příkopech

Když se chtěli v České mincovně inspirovat vystavením mincí ve světě, nic zajímavého nenašli, proto vyvinuli koncept vlastní, který umožňuje zákazníkům zážitkovou prohlídku produktů z menší vzdálenosti. Ten postupně aplikovali na pobočkách v Jablonci nad Nisou, Brně, Bratislavě a druhém reprezentativním showroomu v Praze (Na Příkopech, Havelská). Jde o koncept vzdušný, světlý, naplněný mnoha sofistikovanými technologiemi. Krásné výrobky České mincovny v sobě spojují lesk drahého kovu, uměleckou hodnotu výtvarného díla i sběratelskou hodnotu. To vše dohromady si samozřejmě zaslouží adekvátní vystavení. Přímo proti vstupu do prostoru nalézá veliký kruhovitý pult s vystavením toho nejlepšího a nejnovějšího, čeho si Česká mincovna právě považuje. Spolu s lustrem z Preciosy má tento nábytkový prvek symbolizovat raznici. Zážitek z prostoru umocňují grafiky lva a také projekce na veliké multimediální obrazovce.

www.ceskamincovna.cz

Jak přeměnit víno ve zlato?
Jednoduše, pomocí investic

WINE MANAGEMENT

Kurzovní křivka Wine Managementu začala růst před pěti lety, při založení fondu, a její vývoj se dodnes nezastavil. Krásně tak ilustruje, jaké možnosti dnes svět investic vedle ukládání peněz do nákupu akcií, kryptoměn, nemovitostí, uměleckých děl nebo zlata nabízí.

Martin Kovář

Wine Management SICAV a.s. je fond kvalifikovaných investorů s licencí od České národní banky, jehož majitelem je Martin Kovář. Fond umožňuje movité klientele efektivně spoluvlastnit portfolio sestavené z investičních vín, destilátů, vinic, vinařství a palíren. Jde o spojení radosti z poznávání ušlechtilých alkoholických nápojů a dlouhodobého uchovávání hodnoty. V horizontu následujících 5 let má Wine Management v plánu zakoupit vlastní vinařství ve střední Evropě.

„Jak říkal Oscar Wilde: Dnes znají lidé cenu všeho, ale hodnotu nerozpoznají. Ve Wine Managementu věříme, že rozpoznáme právě i tu hodnotu. Nemáme vždy jistotu stoprocentní pravdy, ale čísla hovoří jasně. Wine Management se dynamicky rozvíjí a přestává být malou klubovou záležitostí milovníků ušlechtilých nápojů, naší ambicí je stát se předním evropským fondem pro investiční alkohol," říká zakladatel fondu Martin Kovář.

Na cestě stát se předním evropským fondem pro investiční alkohol

Ke zkvalitnění služeb a rozšíření své působnosti přizval Martin Kovář se svými kolegy do svých řad výraznou posilu. Spolu s příchodem Erika Portangera a jeho mezinárodních zkušeností má Wine Management ambici stát se předním evropským fondem pro investiční alkohol.

„Kvalitní víno je jedním z nejlepších alternativních aktiv pro diverzifikaci investičních portfolií. Má nízkou korelaci vůči ostatním třídám aktiv a má tendenci dosahovat lepších výsledků v obdobích vysoké inflace. To se ukázalo v loňském roce, kdy ceny kvalitního vína vzrostly o více než 13 % v době, kdy akciové a dluhopisové trhy prudce klesaly," dodává Portanger.

A co stojí za úspěchem?

Fond Wine Management zaznamenal loni další úspěšný rok, navzdory nepříznivé ekonomické situaci. Nebo možná právě proto: v dobách poklesu akciových trhů a rostoucí inflace totiž investoři rádi sahají po reálných aktivech, jakými jsou luxusní whisky a víno. Počet akcionářů fondu dále rostl a nyní čítá 266 investorů.

Portfolio Wine Managementu se neustále rozšiřuje a křivka výnosnosti roste. Portfolio dnes představuje více než 33 tisíc lahví investičních vín v hodnotě bezmála 300 miliónů korun a k tomu přes 750 lahví investiční whisky v přibližné hodnotě 22 milionů korun.

Od počátku svého vzniku fond dosáhl zhodnocení 52,57 % a stále roste, a to zejména díky cenovým rekordům u burgundských vín. Ta představují významnou většinu portfolia fondu. Pozadu nezůstává ani Champagne a Rhone.

Raritní whisky uchovaná v českém trezoru

Pozadu nezůstává ani trh s oblíbeným nápojem z fermentovaných obilovin. V létě 2022 fond koupil lahev vyrobenou u příležitosti 70. výročí panování Alžběty II. v edici o 147 lahvích. Letošní významnou akvizicí je pak lahev Royal Salute Coronation Edition Charles III., která vznikla, jak už název napovídá, k nedávné korunovaci nového britského krále Karla III.

„Díky osobním vazbám a kontaktům se daří získávat opravdové rarity, jejichž edice čítají velmi omezený počet kusů. Proto dnes Wine Management vlastní největší sbírku z této superluxusní kolekce v Česku. Její hodnota stále významně roste," uzavírá Zdeněk Kortiš, odborný poradce Wine Management na stařené destiláty.

Jedinou nevýhodou může pro investory zůstávat fakt, že svůj podíl nikdy neochutnají. O co příjemnější zážitek ale mohou mít, když se hodnota jejich vkladu zhodnotí.

Pokud Vás zajímají investice do úspěšně se zhodnocující komodity, obraťte se s důvěrou na Terezu Hájkovou, e-mail: hajkova@winemanagement.cz!

www.winemanagement.cz

Erik Portanger se ve své roli portfolio manažera věnuje výběru spolehlivých investičních vín. Má za sebou dlouhou a pestrou profesní kariéru ve velkých světových organizacích, včetně Wall Street Journal, Morgan Stanley a Abu Dhabi Investment Authority. Byl spoluzakladatelem úspěšného švýcarského fondu pro investiční vína, jehož aktiva nyní převyšují 30 milionů EUR. Za více než 20 let, kdy investuje do kvalitního vína, a to jak pro sebe, tak pro své klienty, vytvořil už dva úspěšné podniky zaměřené právě na tento segment. Pravidelně také píše o trhu s kvalitním vínem a přispívá do odborných publikací včetně časopisů Decanter a The World of Fine Wine.

FIXED

Rozšiřuje potenciál chytrých zařízení ve skutečném životě

FIXED.zone a.s. je ryze českou společností s ambicí stát se evropským lídrem v oblasti všeho, co patří k mobilním telefonům, tabletům a nositelné elektronice. Pomáhá svým zákazníkům tato mobilní zařízení zdokonalit, ochránit, zjednodušit jejich používání a zpřístupnit jim nejnovější technologie. FIXED.zone vlastní majoritně zakladatelé, kteří ve společnosti aktivně manažersky působí a rozvíjejí ji. Má sídlo v Českých Budějovicích a vlastní výrobu luxusních kožených pouzder v Prostějově.

V roce 2001 bratři Havnerovi se společníkem Radkem Doudou zakládají společnost s.r.o. a doslova z garáže začínají podnikat s příslušenstvím k mobilním telefonům. Začíná se psát historie společnosti RECALL s.r.o., předchůdce současné FIXED.zone a.s. Strategickým milníkem se pro ně stal rok 2014, kdy koupili šicí dílnu v českém Prostějově. Zde se začíná doslova šít historie. Stávají se výrobci ručně šitých kožených pouzder. I přes počáteční těžkosti ruční práci vždy věřili a považují jí za rodinné stříbro.

Z pozice úspěšného distributora tak začali směřovat do pozice inovátora, tvůrce, vývojáře a výrobce vlastní značky. Redukují dosavadní distribuci značek, soustředí pozornost na vybudování vlastní značky FIXED. V roce 2015 tak spatřují světlo světa první produkty FIXED.

Právě v Prostějově, ve městě s dlouholetou oděvní tradicí, vznikají dnes módní, praktická a vysoce odolná pouzdra na telefony, tablety či notebooky.

Luxusní kožené příslušenství pro vaše zařízení

To, co charakterizuje produkty FIXED, je precizní ruční práce, kvalitní materiál, vlastní výrobní zařízení a tradiční technologie. Pro značku FIXED je rozhodující kvalita produktu. „Na každém koženém doplňku si dáváme záležet," uvádí Daniel Havner, zakladatel společnosti a její majoritní akcionář. „Jenom tak můžeme dosáhnout té nejvyšší kvality. Od návrhu designu, přípravy kůže, střihu, pečlivé výroby až po důkladnou kontrolu. Tak vzniká dokonalý výrobek s vůní pravé kůže! Na výběru kůže záleží, proto máme jen to nejlepší od italských dodavatelů."

Ruční výroba z kůže

Kůže je přírodní materiál, který zraje a má své nepravidelnosti, nicméně právě to dělá každý produkt naprosto unikátní. Po čase užívání se každý produkt

přizpůsobí svému obsahu, stejně jako kožené boty si sednou či se roztáhnou. Jenom kůže nejvyšší kvality si vytvoří specifickou patinu, kterou milovníci kožených produktů vyhledávají a která dodává každému produktu jeho duši.

Principem značky FIXED je precizní ruční práce a výběr kvalitního materiálu. Výroba každého produktu je složitý proces, který projde několika fázemi, například: velkoformátová příprava, lisování, ořezávaní, vyražení loga, šití, zažehlování hran atd. Každý výrobek projde rukama až deseti lidí, a než je expedován, projde důkladnou kontrolou.

Vlastní vývoj

Na designu pouzder FIXED pracuje tým návrhářů. Díky jejich tvorbě nejsou produkty FIXED pouze praktické a funkční, ale také moderní a stylové. Inspiraci čerpají z každodenních potřeb života a nových trendů. Věří, že jejich úsilí ocení nejen prodejci, ale také zákazníci značky.

„Ve FIXED máme vždy rozjetých několik vývojových projektů, které mají ambici posunout dál nejenom značku, ale často i celý obor. Významně jsme pokročili v projektu výroby pouzder z recyklátu či úspěšně prošli certifikačním procesem vlastních chytrých lokátorů u společnosti Apple. A to je jen zlomek toho, na co se mohou naši zákazníci těšit," doplnil Daniel Havner.

To, že se společnost FIXED.zone a.s. ubírá správným směrem, potvrdil generální ředitel Jan Moravec. „Lepší než očekávané výsledky v obratu za minulý rok nás opět o něco více přiblížilo k našemu cíli stát se evropským lídrem ve vývoji, výrobě a prodeji příslušenství k mobilním telefonům, tabletům, wearables a chytrého příslušenství. Pokračujeme ve vlastním vývoji a vytváření vlastního designu s maximálním důrazem na kvalitu každého produktu. Rok 2022 byl zásadní ve zvýšení efektivity pomocí automatizace a nových informačních systémů," uvedl generální ředitel Jan Moravec.

Z Prostějova do světa

Společnost zahájila prodej také v Rumunsku, Maďarsku, Bulharsku a Polsku, obchodní spolupráci navázala i na několika dalších evropských trzích. „I přes očekávanou obtížnou situaci na trhu s elektronikou plánujeme udržet i v roce 2023 meziroční růst o dvacet procent. Máme velmi pozitivní zpětnou vazbu na produkty i marketing značky FIXED od našich zahraničních partnerů. A právě díky rozvíjejícím se vztahům s partnery působícími na evropském trhu hodláme doručit skvělé výsledky svým akcionářům i v roce 2023," nastínil záměry pro letošní rok Daniel Havner.

S ambicemi meziročních nárůstů obratu

Největší zájem v loňském roce měli zákazníci o výrobky FIXED určené pro ochranu svých zařízení a o rychlé nabíjení pro mobilní telefony a tablety. Velmi úspěšný byl sortiment bezdrátového nabíjení a zejména nabíjecí stanice, které umí nabíjet současně více zařízení (telefony, sluchátka, hodinky). Nejdynamičtější růst zaznamenaly kategorie, které byly pro FIXED nové – příslušenství pro chytré hodinky, stylusy pro smartphony a tablety. Plány FIXED pro rok 2023 jsou velmi ambiciózní, cílí na udržení růstu obratu v řádu dvaceti procent.

Společnost v současnosti zaměstnává více než 90 lidí. Od listopadu 2021 se akcie FIXED.zone obchodují na trhu START Burzy cenných papírů Praha. Výrobky FIXED se tradičně umisťují na předních příčkách hodnocení zákazníků a v roce 2019 získala společnost prestižní cenu EUROPEAN PRODUCT DESIGN AWARD.

www.FIXED.zone

Život začíná venku

Německá značka TFK staví na rodinných zážitcích, aktivitě a pohybu venku.

Její příběh se píše už 26 let.

K životnímu stylu Olivera Begera patřilo sportování od dětství. Ve 25 letech se začal na vysoké úrovni věnovat rychlobruslení, na tréninky v rychlobruslařském klubu v bavorském Landshutu docházel až čtyřikrát týdně. *„Každý týden jsme měli půlmaratonský závod v jižním Německu. Účastnili jsme se i slavných maratonů v Kolíně nad Rýnem nebo Berlíně,"* přibližuje Oliver Beger svoji sportovní minulost. Ve stejné době byl zaměstnaný v továrně svého otce, která vyráběla zboží pro malé děti - kočárky, odrážedla, přebalovací podložky, přebalovací tašky a další. Už v té době se v Oliverově hlavě utvořila první myšlenka na založení nové firmy se specializací na sportovní kočárky. Realizace na sebe nenechala dlouho čekat.

Značka Trends for Kids (TFK) se zrodila v roce 1997, rok po narození Oliverova syna Tobiase, jehož příchod na svět a touha po skloubení aktivního života s výchovou dítěte byla pro Olivera jasným vodítkem. Inspiraci našel mimo jiné u světové herecké star. *„Jednou jsem v americkém časopise viděl článek s fotkou Toma Cruise, jak bruslí v newyorském Central Parku na inline bruslích a tlačí kočárek Baby Jogger. Už nevím, jestli v něm vezl neteř či synovce, ale z myšlenky snoubení sportovní aktivity s malým dítětem v kočárku jsem byl totálně nadšený. Podobné nadšení sdílel i můj dobrý přítel Christian Mauelshagen, kterému se nápad zalíbil, a vytvořili jsme spolu novou německou značku. Základem byl tříkolový sportovní kočárek,"* vzpomíná na začátky dnes už celosvětově úspěšné značky TFK Oliver Beger. Se sportovními kočárky TFK se dá skvěle běhat, jezdit na bruslích, chodit dlouhé túry v terénu po horách. Kočárky jsou za všech okolností bezpečné a pro malé cestovatele pohodlné a prostorné.

Přes 500 kilometrů na inlinech s kočárkem

Dnes již věhlasná značka TFK na svůj úspěch několik let čekala. Ani tatínek Olivera Begera nebyl z nápadu svého syna nadšený, prodeji sportovních tříkolových kočárků nevěřil. Olivera a Chistiana přesto při rozjíždění firmy finančně podpořil. Na jeho slova téměř došlo, začátky firmy byly podle zakladatele velmi těžké, obchodní partner Christian dokonce v roce 2001 Olivera opustil. On ale setrval a nakonec se mu těžká práce a víra v úspěch vyplatila. S úsměvem dnes vzpomíná na první roky značky TFK, například na rychlobruslařskou tour v Bavorsku, které se zúčastnilo víc než 700 bruslařů. *„Stali jsme se jedním ze sponzorů této akce a spolu s ostatními sponzory a účastníky jsme s kočárky najeli více než 500 kilometrů za týden. Tím jsme se dostali do povědomí veřejnosti a získali zájem mladých aktivních rodičů,"* říká.

Hledět stále dál a klást důraz na bezpečnost

Motto německého výrobce sportovních kočárků zní "život začíná venku". Od začátku cílí na rodiče a děti, kteří nejraději tráví čas venku a aktivně. Sportovní kočárky TFK to bez limitů umožňují, zároveň jsou i velice stabilní, pohodlné, bezpečné a kvalitní. Využívají je i profesionální sportovci, kteří na svých sociálních sítích s oblibou sdílí fotky z tréninků s tříkolovým kočárkem. V neposlední řadě jsou kočárky maximálně bezpečné, disponují například ruční brzdou či popruhem k zadržení kočárku - aby při rychlejším běhu rodičům neujel... Na bezpečnostních prvcích TFK stále pracuje, na nových normách spolupracuje mimo jiné s Evropskou komisí. Všechny kočárky TFK prošly přísnými bezpečnostními testy a disponují certifikací TÜV pro sportovní využití.

Velice oblíbené jsou mezi zákazníky například kočárky TFK Sport, TFK Mono či (pro dvě děti) TFK Duo, značka se ale stále vyvíjí a v německých fabrikách pořád pracují na vývoji nových modelů. Nový kočárek TFK Mono 2 a brzy startující TFK Duo 2 jsou opět sportovní a zároveň stylové, podle výrobců je čeká zářná budoucnost. Už brzy spatří světlo světa také kočárek TFK Pro a nový cyklo kočárek TFK Velo 3. TFK vyvíjí i chytré příslušenství ke kočárkům, jako je například nové sedátko za kočárek Shuttle. *„TFK Shuttle dává mamince možnost používat naše kočárky i jako sourozenecké, při příchodu druhého miminka. Veškerá široká nabídka příslušenství usnadňuje rodičům život."*

tfk

www.babypoint.eu | www.tfk.cz

Od samého začátku se rodinnou firmou Centralplast s.r.o. nese jméno **Pavel Šponar**. Majitel, který se denně ponořuje do světa podnikání s odhodláním, nadšením a s myslí plnou nekonečného množství nápadů a vizí. V této třicetileté cestě se Pavel nevzdal ani v těch nejtěžších chvílích. Každé selhání se stalo pro něj příležitostí k poučení a každý úspěch byl odměnou za jeho poctivou práci. Díky tomu firma stále expanduje a aktuálně se řadí mezi významné výrobce bazénu v celé Evropě.

Foto: Jan Rasch

Luxusní skimmerové a přelivové bazény CENTRAL-POOL

Text: Dominik Petr

Příběh CENTRALPLASTU začíná v roce 1993, kdy jednatel společnosti, pan Pavel Šponar, opravuje ve volném čase plastové díly automobilů. Následně přichází s myšlenkou svařování plastových PP desek a zaměřuje se na technologické postupy práce s tímto materiálem. První zkušeností se svařováním PP desek byla výroba vzduchotechnických prvků pro zemědělství. Následně rozšiřuje nabídku vlastních výrobků o septiky, žumpy, jímky, čistírny odpadních vod a vodoměrné šachty. Současným vrcholem produktové škály je počátek zakázkové výroby prvotřídních bazénů, který se datuje od roku 2003. V roce 2006 vzniká prémiová značka bazénů CENTRAL-POOL. Dnešní výrobní kapacity aktuálně dovolují vyrábět až 800 bazénů ročně a tudíž CENTRALPLAST zvládá vyhovět vysoké poptávce nejen z České republiky, ale především ze zahraničí, kde má propracovanou síť více než 80 obchodních partnerů.

Vyladěno do posledního detailu

„Bazény CENTRAL-POOL vyrábíme ze zdravotně nezávadného polypropylenu o síle 8 až 50 mm s UV stabilizátorem. U nás máte neoddiskutovatelnou garanci prvotřídní kvality výrobku díky vysokým nárokům na preciznost výroby a dlouholetým zkušenostem našich zaměstnanců," říká Pavel Šponar. „Díky vlastnímu vývojovému a konstrukčnímu oddělení se bazény řídí aktuálními trendy v oboru a jsou vyladěné do posledního detailu. Zároveň si dokážeme poradit také s extrémními požadavky, jako byla například výroba 25m dlouhého přelivového bazénu. Naše technologie umožňuje svařovat materiál pomocí svárů, které jsou pod hladinou vody neviditelné. Navíc vám nabízíme 10 let záruku na těsnost těchto svárů. Našim zákazníkům nabízíme výběr z mnoha druhů barev a to i ve spolupráci s architekty. Materiál a komponenty používáme pouze od evropských prověřených leadrů v oboru."

Zaměřeno na kvalitu a ekologii

CENTRALPLAST nezapomíná ani na životní prostředí. Veškeré zbytky materiálu se recyklují a dále se zpracovávají pro další využití v jiných oborech lidské činnosti.

Projekt moderní multifunkční výrobní haly nové generace

„Aktuálně pracujeme na realizaci ambiciózního projektu nové výrobní haly s plochou 20 000 m²," uvádí Pavel Šponar. „Naše vize je jasná! Vytváříme prostor, který splní nejen nejvyšší standardy výroby a průmyslového designu, ale také se stane vzorem pro ekologicky udržitelné podnikání. Tato nová generace výrobní haly je založena na principu environmentálního respektu a energetické soběstačnosti. Využívá moderní technologie a inovativní postupy, které minimalizují naši ekologickou stopu. Solární panely na střeše budou generovat čistou energii, která bude napájet naše stroje a systémy. Díky využití pokročilých systémů energetického managementu se zajistí maximální efektivita a minimalizace odpadu. Pracovní prostředí je navrženo tak, aby minimalizovalo spotřebu vody a energie spolu s poskytováním ideálních pracovních podmínek pro naše zaměstnance. Soběstačnost je klíčovým pilířem našeho projektu. Jsme odhodlaní posunout hranice naší rodinné firmy a přispět ke vzniku lepší a ekologicky šetrnější budoucnosti."

Skimmerový bazén

Přelivový bazén

Skimmerový vs. přelivový bazén

Skimmerový bazén je relativně jednoduchým typem bazénu, kde technologie funguje na principu nasávání bazénové vody přes skimmer (boční hladinový nasávací otvor) a čerpadlo přímo do filtrace, kde se voda vyčistí a přes trysky se vrací zpět do bazénu. Mezi největší výhody bezpochyby patří rychlá výroba a tím pádem i samotná instalace, zprovoznění, nižší pořizovací cena, menší nároky na údržbu a možnost připojení bazénového vysavače přes skimmer. Nevýhodou je nižší hladina bazénu oproti okolnímu terénu. Díky unikátnímu vlastnímu skimmeru se nám od roku 2022 však podařilo tento rozdíl výrazně eliminovat na minimální úroveň.

Přelivový bazén je u rodinných domů luxusnější variantou. Technologie funguje na principu přepadu vody do obvodových žlabů. Tato voda je pak svedena do akumulační nádrže, z které vodu nasává čerpadlo do filtrace. Následně se vyčištěná voda vrací opět přes trysky do bazénu. Výhodou této varianty je výjimečný design díky vysoké vodní hladině, dále lepší odvod nečistot po celém obvodu a automatické dopouštění vody. Vyšší nároky na instalaci a nutnost montáže akumulační nádrže jsou nutnou daní za tento nevšední estetický zážitek.

B2B spolupráce

CENTRALPLAST s hrdostí rozšiřuje síť spolupracujících B2B partnerů nejen v zahraničí, ale také po celé České republice. Zaměřuje se na spolupráci s architekty a stavebními společnostmi, které sdílejí stejné hodnoty spolu s vášní pro kvalitní a inovativní projekty. S architekty spolupracuje na vytváření moderních funkčních designů, které dokonale splňují potřeby klientů. CENTRALPLAST je otevřen novým nápadům a společně hledá s partnery optimální řešení pro každý unikátní projekt. Klíčovými partnery při realizaci projektů jsou stavební společnosti. V rámci spolupráce vždy usiluje o vytváření domovů, které ztělesňují moderní architekturu, funkčnost a pohodlí. Spolupracujeme také na rozsáhlejších developerských projektech, které přinášejí nové možnosti a změnu ve stavebním odvětví.

„Jsme otevření novým obchodním příležitostem a rádi bychom vás pozvali k spolupráci," říká závěrem Pavel Šponar. „Věříme, že společně můžeme vytvářet skvělé prostředí, ve kterém žijeme, a posunout průmysl stavebnictví a architektury na vyšší úroveň."

SHOWROOM CENTRALPLAST
U Mostku 496
Hradec Králové
+420 494 628 329
info@centralplast.cz
www.centralplast.cz

hannah®

V pohybu od roku 1991

Česká outdoorová značka s více než třicetiletou tradicí vloni změnila svou vizuální identitu a vrací se ke kořenům – zpět ke sportu a k lásce k přírodě.

Být každý den lepší než včera

To, co začalo v roce 1991 jako aktivita party nadšenců, kteří si pro sebe vyráběli outdoorové oblečení a vybavení, se přeměnilo v hrdou profesionální značku, která už přes tři desetiletí patří neodmyslitelně do světa outdooru a exportuje do 30 zemí světa. Kvalitní sportovní oblečení a vybavení vyrábí s jediným účelem – aby svou funkčností pomohlo všem lidem pokořit vytyčenou hranici, dosáhnout každého vytouženého cíle a osvobodit se od každodenních starostí života. Protože komfort není zůstat stát na místě. Komfort je mít možnost překonávat výzvy, pokořovat limity a posouvat se stále dopředu. Stejně se posouvá i samotná značka, která v loňském roce změnila po 15 letech svou vizuální identitu a rozhodla se vrátit z městského lifestylového oblečení zpět k outdooru. S touto změnou tak Hannah navazuje na své outdoorově-sportovní kořeny a hlavními tématy se opět stávají sport a láska k přírodě. Tato linka sice nikdy úplně nezanikla, ale nyní se dostává zpět na vrchol.

Proměnou prošlo i logo. Nová verze z dílny výtvarníka a designéra Mariuse Corradiniho také vyzařuje dynamiku a hlavní inspirací jí byl zejména samotný pohyb člověka – aktivního, odhodlaného, silného. Logu Hannah vždy vévodilo nakloněné písmeno H odkazující na jméno zakladatelky Hany Zachariášové. To se nemění, došlo ale k jeho úpravě. Formálně nová verze navazuje na historickou podobu, ale znázorňuje evoluci značky, posun do 21. století a reflektování současných trendů směřujících k minimalistickým řešením. V kombinaci s novým designem vytváří nový pohled na český outdoor, pro který by měla být typická nejen funkčnost a kvalita materiálů, ale také styl a sebevědomí.

Od náčrtku k protypu

Aby si mohli zákazníci své výlety užívat a posouvat se ve sportovních výkonech dál, je hlavním kritériem při vývoji nových produktů kvalita. To je pro značku Hannah naprostá priorita, na které nikdy nešetří. A proto pracuje jen s pokročilými technologiemi a těmi nejlepšími materiály – a to nejen s těmi, které jsou používány globálně, jako je třeba Primaloft®, ale tvoří také materiály vlastní. Pouze u oblečení Hannah najdete třeba polyueratonovou membránu Climatic, která dýchá a současně odpuzuje vodu, nebo Resstex, který se pomocí laminace připevňuje na vnější vrstvu, případně mezi ni a podšívku. Obě tkaniny odolají všem rozmarům počasí a zajišťují oblečení vyvážený poměr mezi nepromokavostí a prodyšností.

Samotný vývoj nových prototypů není nic uspěchaného. Aby bylo na všechno dost času, začíná 27 měsíců před danou sezónou. Celý vývoj produktů probíhá na centrále v Plzni. Nápady a postřehy posbírané v hlavě designéra se přesouvají na papír a do digitální podoby. Všechny návrhy se musí doplnit o pohled odborníků na střihy a technologie a následně může začít výroba prvních prototypů. To vše probíhá přímo v Plzni, kde sídlí designový tým a vývojová dílna. Prototypy se testují jak interně, tak přímo v horách. V autorizovaných laboratořích se zase měří pod profesionálním dohledem hodnoty jako nepromokavost, prodyšnost, odolnost proti oděru a teplotní parametry. Teprve když je vše doladěno a odsouhlaseno, rozbíhá se výroba.

Vydejte ze sebe maximum - kolekce jaro/léto 2023

Ani v aktuální kolekci nechybí špičkové materiály, značkové technologie a promyšlené funkční střihy. To vše je navíc doplněné o omlazený design a trendy zemité barvy. Ať už vás venku baví cokoliv, s Hannah využijete každý den na maximum. V sortimentu najdete jak technické produkty pro jednodenní vysokohorskou turistiku za běžného počasí, tak i pro extrémní výstupy v těch nejnáročnějších podmínkách. Všichni náruživí běžci nebo cyklisti, pro které je pohyb přirozenou součástí života, uvítají kvalitní a rychleschnoucí strečové oblečení, které se hodí pro všechny aerobní aktivity. Osvědčené technologie z těchto náročnějších řad najdete ale také u oblečení pro běžné procházky přírodou nebo městem, a pohodlí a komfort si tak můžete užívat po celý rok. Hannah nezapomíná ani na milovníky zimních sportů, a proto vyrábí oblečení také pro všechny vyznavače upravených sjezdovek, snowparků, volných terénů a běžeckých stop. Součástí sortimentu není jen oblečení, ale i základní vybavení, které v přírodě využijete – stany, spacáky, karimatky, batohy, nebo třeba trekové hole.

Zanechte svět čistší a zdravější pro budoucí generace

Každým dnem i kolekcí chce být Hannah zodpovědnější a ekologičtější. Již samotná volba materiálů a výrobců je prvopočátkem zodpovědnosti. V kolekcích se objevují materiály z recyklovaných PET lahví, PFC free laminace, produkty s označením Bluesign, organická bavlna. Nejen tím je Hannah přátelský přírodě. Od jarní sezóny 2023 jsou všechny produkty baleny do recyklovatelných obalů a obaly jsou zmenšovány, aby jich bylo čím dál méně.

Značka Hannah, která je součástí skupiny Outdoor Concept a.s., zásobuje více než 30 let jednotlivce, spolky i firemní zaměstnance kvalitním sportovním, outdoorovým oblečením a vybavením.

Více informací naleznete na stránkách www.hannah.cz

EOS R8

POSUŇTE SE VPŘED

Fotoaparát EOS R8 poskytuje fotografům nástroje pro kreativnější plnoformátovou tvorbu. Je vybavený 24,2megapixelovým plnoformátovým snímačem typu CMOS s vysokou citlivostí ISO a širokým dynamickým rozsahem. Je ideální volbou pro fotografování portrétů, akcí a krajiny, kde nabízí širší, umělečtější perspektivu.

Více informací naleznete na **canon.cz**

Canon

LUCERNA:

Velkoměstský palác současnosti

Kultovní palác opět září, ikonická budova v centru Prahy, nedávno prošla rozsáhlou rekonstrukcí, která obnovila její původní krásu a přivedla ji do 21. století. Tato proměna přinesla nový dech do jednoho z nejvýznamnějších kulturních a historických míst v České republice.

Rekonstrukce Paláce Lucerna byla započata v roce 2020 a trvala téměř tři roky. Hlavním cílem bylo zachovat historický charakter budovy a zároveň přizpůsobit ji moderním potřebám. V průběhu rekonstrukce byly provedeny důkladné statické úpravy, renovace fasády a obnova interiérů.

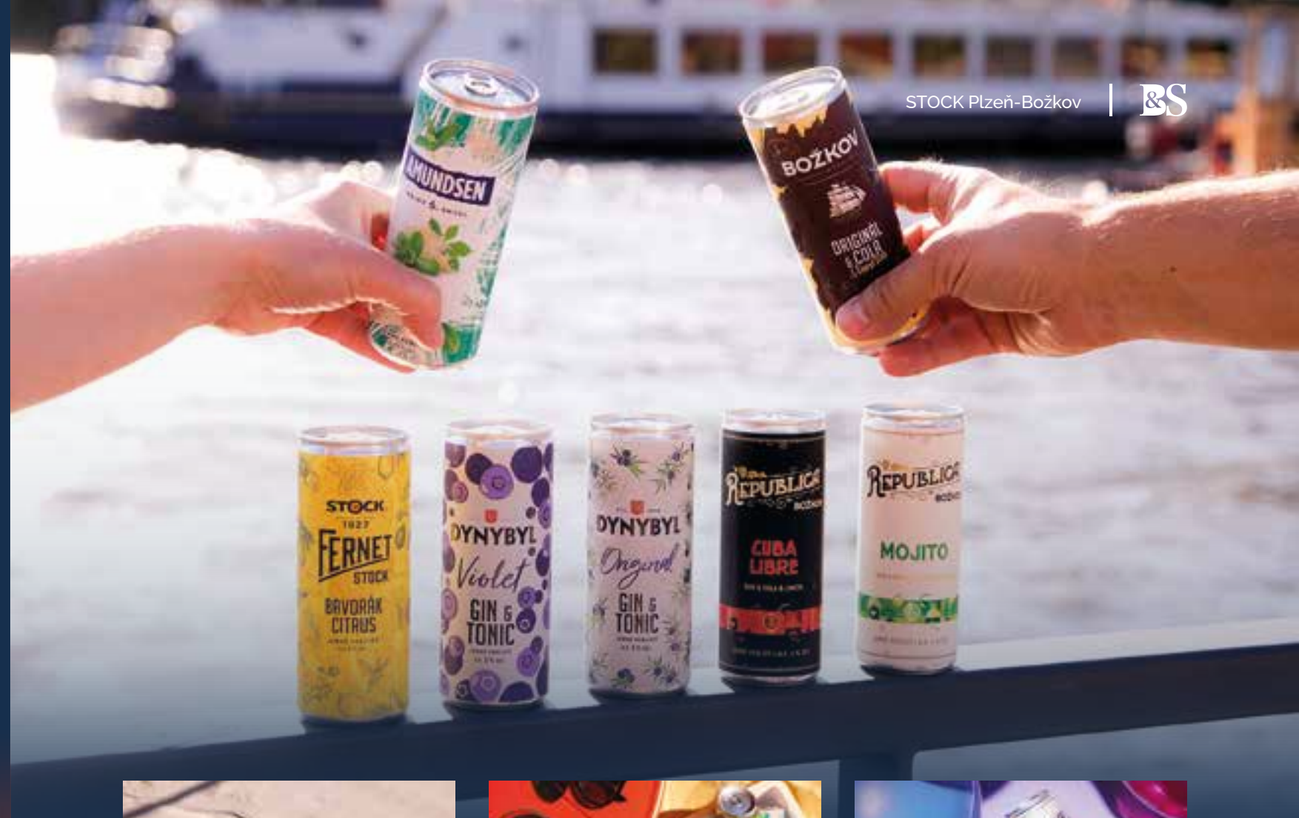
Díky této rozsáhlé rekonstrukci vzniklo v budovách Paláce Lucerna tisíce čtverečních metrů nového kancelářského prostoru v parametrech současné doby a jejích provozních, uživatelských, hygienických i bezpečnostních nároků. Přitom byl dbán zvláštní důraz na zachování minulosti Lucerny. Vysoké stropy, renovované původní dveře a ozdobné štuky spolu s moderním vybavením výtahy tvoří harmonické prostředí v samotném srdci Prahy. I pasáž a obchody prošly proměnou. Nový vzhled přináší atraktivní a dynamickou atmosféru, která láká návštěvníky k procházkám a objevování nových obchodů. **Pokud byste měli zájem o sídlo vaší společnosti v nové Lucerně, na webových stránkách www.lucerna.cz najdete veškeré informace a kontakty.**

Rekonstrukce Paláce Lucerna představuje důležitý krok směrem k zachování kulturního dědictví. Tato proměna přináší nový život do jednoho z nejvýznamnějších pražských památek a poskytuje inspiraci pro další generace.

Čechy oblíbené drinky

STOCK PLZEŇ-BOŽKOV

Společnost STOCK Plzeň-Božkov, patřící do StockSpirits Group, je jedničkou na českém trhu, která svým zákazníkům přináší tradiční a oblíbené značky lihovin již více než 100 let. Největší výrobce lihovin u nás prakticky každý rok přidá několik nových značek do portfolia společnosti. Neustále reaguje na nejnovější trendy na trhu. Již vloni se společnost STOCK Plzeň-Božkov rozhodla zareagovat na nové trendy v oblasti míchaných drinků v plechovkách i na spotřebitelské preference a uvedla na trh velmi úspěšné portfolio předmíchaných drinků v plechovkách. Letos na tento trend navázala, když rozšířila své portfolio praktických „READY-TO-DRINK" nápojů o tři novinky – Božkov Republica Cuba Libre, Božkov Republica Mojito a Dynybyl Gin Original & Tonic. Atraktivní příchutě odrážejí poslední trendy i celosvětově rostoucí poptávku po této kategorii nápojů.



„Rozhodli jsme se aktivně reagovat na nové trendy, přání a očekávání našich zákazníků, která ukazují ohromný potenciál kategorie „ready-to-drink" nápojů v plechovkách. Značky Božkov Republica a Dynybyl jsou mezi našimi zákazníky velmi oblíbené, a proto jsme rozšířili naše stávající portfolio o inovativní produkty právě na bázi těchto značek. Jsme přesvědčeni, že tyto nově připravené nápoje přinesou našim zákazníkům radost a stanou se oblíbenými společníky na cestách a nedílnou součástí letních grilovaček, setkání s přáteli a dalších příležitostí," dodává Tomáš Hejkal, Marketing Director ve společnosti STOCK Plzeň-Božkov.

Žádané READY-TO-DRINK

Předmíchané drinky v plechovkách jsou v poslední době nejrychleji rostoucí kategorií lihovin. Takzvané „READY-TO-DRINK" nápoje za poslední rok více než zdvojnásobily svou hodnotu, přičemž růst pohání lokální značky RTD, které mají více než 7násobné tržby. Novinky od společnosti STOCK Plzeň-Božkov přitom tvoří většinu všech předmíchaných nápojů, které jsou v Česku k dostání. Velké oblibě mezi spotřebiteli se těší i prvorepublikové portfolio Božkov Republica, které je leaderem v kategorii rumů. Právě Božkov Republica je jednou z nejúspěšnějších novinek značky Božkov a má velkou oblibu mezi českými spotřebiteli. Karibské rumy Božkov Republica jsou inspirovány první republikou, a především jejími hodnotami – poctivostí, elegancí a řemeslností. Neméně oblíbená je také kategorie ginů, zvláště pak značka Dynybyl, která je ve své kategorii druhou nejprodávanější. Proto se společnost STOCK Plzeň-Božkov rozhodla na nové trendy i nebývalou oblibu portfolia Božkov Republica a ginů Dynybyl zareagovat a uvádí na trh tři nové RTD v plechovkách, přímo na míru ušité posledním trendům.

Letošní hity

Zatímco vloni uvedl STOCK Plzeň-Božkov čtyři předmíchané ready-to-drink nápoje - legendární Fernet Stock Bavorák Citrus, tuzemák Božkov Originál & Cola s limetkou, vodku Amundsen se sodou a příchutí bezinky a máty a gin s borůvkovým nádechem Dynybyl Gin Violet s tonikem, letos obohatil portfolio o další 3. Spotřebitelé si tak mohou vybrat již ze 7 různých variant míchaných drinků v plechovkách. Podle spotřebitelského průzkumu jsou mezi Čechy nejoblíbenější míchané drinky typu Mojito, Cuba Libre, Piňa Colada a Gin & Tonic. Češi tedy nejvíce preferují drinky na bázi rumu a ginu. A přesně takové jsou i tři novinky, které společnost STOCK Plzeň-Božkov uvádí letos do prodeje. Prvními dvěma novinkami jsou drinky na bázi Božkov Republica Exclusive White. Božkov Republica Cuba Libre nabízí lahodnou kombinaci kvalitního bílého rumu a kolového nápoje s vůní limety. Božkov Republica Mojito zase spotřebitele potěší harmonickým spojením bílého rumu a čerstvé máty.

Kromě Božkov Republica Mojito a Cuba Libre nabízí společnost také nesmrtelnou klasiku – Dynybyl Gin Original & Tonic. Předmíchaná novinka přichází na trh s moderní alternativou na nejpopulárnější míchaný drink světa – klasický Gin & Tonic. Drink vyniká vyváženým spojením jalovcové chuti ginu s kvalitním perlivým tonikem a lehkým nádechem přírodních citrusů. Stejně jako předchozí dvě novinky i Dynybyl Gin Original & Tonic potěší spotřebitele 6% obsahem alkoholu.

Ochota spotřebitelů vyzkoušet lokální značky v nové podobě

„Před uvedením této nové subkategorie jsme testovali potenciál na vybraných retailových zákaznících," dodává k předmíchaným ready-to-drink nápojům Tomáš Matuška, Senior Brand Manager. „Test proběhl během loňského léta a hodnotili jsme ho velmi pozitivně. Prodeje po dobu testovaného období překročily naše očekávání o více než 50 %."

Sedm druhů předmíchaných ready-to-drink nápojů je k dostání v retailových sítích moderního a tradičního trhu, také ve velkoobchodech a gastro provozech.

www.stock.cz

Právní služby jinak

Jana Průchová a Marek Pelán se potkali v roce 2016, když advokátka Jana přijala do svého právního týmu Marka, studenta 5. ročníku Právnické fakulty Univerzity Karlovy v Praze. Od první chvíle vše fungovalo a v roce 2020 se uprostřed „covidových let" rozhodli založit svou advokátní kancelář PRŮCHOVÁ & PELÁN.

Doba byla těžká a budoucnost nejistá. Přesto se Jana s Markem rozhodli, že budou pomáhat těm, které silně postihly následky spojené s pandemií Covidu 19.

„Advokacie zdaleka nedostala takovou ránu jako někteří jiní podnikatelé a zaměstnanci," říká Jana. „Proto jsme se rozhodli bezplatně pomáhat ostatním. V té době nás posílil kolega a kamarád Štěpán a spolu s Markem rozjeli poměrně rozsáhlý informační servis přes sociální sítě. Lidé byli ze situace dezorientovaní a bylo třeba uvádět vládou přijímaná opatření na pravou míru."

Nejenže se tímto krokem začali dostávat do povědomí veřejnosti, ale s klienty si vytvořili osobní a pevný vztah.

„Když někomu bezplatně a okamžitě pomůžete, vytvoří se mezi vámi osobní a pevnější vztah," dodává Marek. „S velkou částí našich klientů si tykáme a setkáváme se ve volném čase. Mně například klient osobně dovezl svatební dar, když jsem se v roce 2021 ženil. Spolupráce s takovými lidmi vás neuvěřitelně baví a naplňuje."

Právní služby jinak

Tyto zkušenosti Janu Průchovou a Marka Pelána utvrdily v myšlence, se kterou advokátní kancelář PRŮCHOVÁ & PELÁN zakládali. Oba právníci se řídí filozofií, že právo a advokacie není pouze o klíčkování mezi paragrafy, ale především o širším pochopení zájmů a potřeb klienta a individuálním lidském přístupu. Jana i Marek budují svou advokátní kancelář na dlouhodobých vztazích s klienty a jsou jim dobrými partnery v každé životní situaci.

„S klienty často řešíme náročné a nepříjemné situace," podotýká Jana. „V takovou chvíli klientovi nepomůžete jen znalostí paragrafů. Klient vám sděluje velmi osobní prožitky, potřebuje vyslechnout a vše jednoduše vysvětlit. Advokát v takovou chvíli nesmí působit jako stroj mluvící nesrozumitelnou právnickou řečí, musí být naopak srozumitelný a empatický."

Rychlost komunikace a otevřenost jsou dalšími podstatnými prvky firemní kultury advokátní kanceláře PRŮCHOVÁ & PELÁN. Před poskytnutím právní služby své klienty vždy informují o platebních podmínkách a o pravděpodobném rozsahu poskytovaných právních služeb. Klienti advokátní kanceláře PRŮCHOVÁ & PELÁN se tak předem dozví, kolik je služba bude přibližně stát. V advokátní kanceláři platí také nepsané pravidlo, že klientovi je třeba reagovat nejpozději do druhého dne, nejedná-li se o urgentní požadavek, v takovém případě je nezbytné reagovat okamžitě.

„Takový přístup považujeme za samozřejmý, i když si tím sami na sebe trochu pleteme bič," přiznává Marek. „Nesmí se ale stát, že se klient ozve s problémem a zpráva visí v emailové schránce několik dní bez odezvy. V tomto smyslu školíme i své zaměstnance, je třeba reagovat rychle, domluvit se s klientem na termínu přípravy zadané práce, samozřejmě s ohledem na jeho potřeby, a poskytovat mu pravidelný update o postupu v rámci případu."

Žaloba má být až poslední možnost

Svým klientům právníci a zaměstnanci advokátní kanceláře PRŮCHOVÁ & PELÁN poskytují komplexní právní servis od přípravy jakékoliv smlouvy, zastupování před soudy a úřady, hájí práva zaměstnanců i zaměstnavatelů v pracovněprávních vztazích a podporují podnikatele a firmy v jejich podnikatelské činnosti.

„Jsme schopni našim klientům pomoci s celou řadou životních situací," uvádí Jana. „Naše služby jsou komplexní a nezajišťujeme poskytování jen ryze právních služeb. Na poskytování daňového, účetního a finančního poradenství, notářských, exekutorských či např. realitních služeb nebo třeba specializovaného právního poradenství máme své osvědčené experty, se kterými udržujeme neustálý kontakt. Naším cílem je pomoci klientovi v takřka každé životní situaci, která alespoň vzdáleně souvisí s právním poradenstvím. To, na co sami nestačíme, pokryjeme širokou sítí expertů."

Ačkoliv se Jana a Marek účastní každý měsíc několika soudních jednání, oba zdůrazňují prioritu smírného jednání obou znesvářených stran.

„Žaloba má být až poslední možností, která vyřeší mezilidský problém," apeluje Marek. „Samozřejmě, že někdy zkrátka jiná možnost než podat žalobu není. Pro obě strany je ale vždy výhodnější domluvit se a vyřešit problém mimosoudně. Touto logikou se s Janou řídíme vždy, klienta se na možnosti smírného řešení ptáme a jsme schopní zprostředkovat jednání obou znesvářených stran. Vždy je ovšem naší jedinou prioritou zájem a potřeba klienta."

Rostoucí firma

Advokátní kanceláři PRŮCHOVÁ & PELÁN se tento moderní a lidský přístup vyplácí. V roce 2020 začínala právnická kancelář s deseti aktivními klienty a bez zaměstnanců. V současné době živí advokátní kancelář PRŮCHOVÁ & PELÁN dva zaměstnance, úzce spolupracuje s dalšími pěti advokáty a hodlá svůj tým v následujících měsících dále rozšířit. Mezi závěrem roku 2020 a koncem roku 2022 se zisky advokátní kanceláře zvýšily čtyřnásobně a portfolio aktivních klientů, tedy těch, kterým advokátní kancelář PRŮCHOVÁ & PELÁN poskytla právní služby v uplynulých šesti měsících, se rozrostlo na více než 100. Mezi nimi jsou lidé řešící své životní situace, firmy s více než 200 zaměstnanci i drobní živnostníci.

Adresa advokátní kanceláře
Drtinova 467/2a, 150 00 Praha 5
e-mail: jana@pruchovapelan.cz
marek@pruchovapelan.cz
Telefon: +420 778 405 370
+420 774 896 888
www.pruchovapelan.cz
www.linkedin.com/company/pruchovapelan/
www.facebook.com/pruchovapelan
www.instagram.com/pruchovapelan/

Společnost SanSwiss se pyšní tímto jedinečným showroomem, jehož dominantním bodem je prostor s rostlinami. Originální design showroomu sladěný do bílé barvy navrhli architekti Vrtiška a Žák. foto: Kristina Hrabětová

Česká výroba & švýcarská kvalita

Hosté mnoha ubytovacích zařízení po celé Evropě používají sprchové kouty SanSwiss. SanSwiss se pyšní 2 výrobními závody v Evropě - v České republice v Jičíně a v Rumunsku ve městě Temešvár, ovšem hlavní sídlo společnosti se nachází ve švýcarském Härkingenu. Skupina SanSwiss je součástí mezinárodní skupiny RONAL, předního světového výrobce kol z lehkých kovů pro automobily a užitková vozidla. Roku 1981 se tehdejší majitel RONAL AG, Karl Wirth, rozhodl zahájit mimo výroby kol z lehkých slitin výrobu odlišného sortimentu – sprchových koutů. Velmi úspěšné přijetí výrobků značky RONAL v Evropě vedlo roku 2009 k založení holdingové společnosti SanSwiss.

Vysoká kvalita sprchových zástěn tohoto mezinárodně uznávaného a úspěšného výrobce se zárukou dlouhé životnosti se výborně hodí nejen do obytné výstavby, nýbrž i do investičních staveb, jako jsou hotely, penziony a lázně.

Nedávná akvizice dvou italských firem Glass 1989 a Karol poskytuje společnosti SanSwiss vstup na italský trh, kde dosud aktivně nepůsobila. Samostatná obchodní zastoupení SanSwiss dosud působila ve Francii, v Německu, Polsku, České republice, Švýcarsku a Rumunsku s prodejními aktivitami v 18 evropských zemích. Nyní nově přibyla i Itálie s jasným záměrem – zlepšovat výhody a přínosy pro všechny partnery a zákazníky. Další významné příležitosti v rámci spolupráce jsou očekávány díky využití marketingového, technologického a produktového obsahu, back office, vývoji nových produktů a využití vlastních zdrojů. Na italském trhu chce společnost rozvíjet svou činnost a vyvíjet nové produkty. Skupina SanSwiss tak bude nabízet nejen kvalitní sprchové kouty a praktické sprchové vaničky, ale díky Glass 1989 wellness produkty – sauny, vířivky atd. a díky společnosti Karol koupelnový nábytek a doplňky. Společnosti Glass 1989 a Karol jsou dobře známé značky, které si na svém trhu, ale i za hranicemi Itálie vydobyly vynikající jméno.

V dnešní době je SanSwiss úspěšným evropským výrobcem. Nejen díky svému rozsáhlému know-how, četným inovacím a vysoké kvalitě výrobků, ale především i díky blízkosti k zákazníkovi v místě a poskytování profesionálních služeb. SanSwiss nabízí jak standardní sprchové kouty, tak i atypické – se zvláštními rozměry, výřezy či se zkosením. Každý rok přichází na trh s novým sortimentem. Minulý rok přišel SanSwiss na trh s řadou DIVERA, kterou si lze nyní pořídit kromě tradičního aluchromu také v elegantní černé matné barvě. Ta provází také letošní přední novinky řady AMALIA a také řady DIVERA. Exkluzivní černá matná barva je prostě hitem letoška. Řadu AMALIA představují elegantní sprchové kouty s praktickými posuvnými dveřmi, které nejen šetří spoustu místa, ale jsou také jednoduché na čištění a údržbu. Elegantní bezrámový design a svislé pohodlné madlo garantují, že se sprchový kout AMALIA stane dominantním prvkem každé koupelny.

S výběrem správného sprchového koutu do vaší koupelny vám poradí proškolení zaměstnanci SanSwiss v jičínském výrobním závodě (Popovická 1123, Jičín), kde se nachází také showroom. Vystavené sprchové kouty si můžete také prohlédnout u prodejců, kteří jsou uvedení na webových stránkách společnosti www.sanswiss.cz

Přepravní a logistické služby podle skupiny **Geis**

Trvající nejistota, ceny paliv a energií, hrozba jejich nedostatku, vysoká inflace a další negativní důsledky světového vývoje posledních let se promítly do hospodaření každé společnosti. Přímým vlivem těchto faktorů na fungování firem je nutnost hledat a zavádět úsporná opatření, které je po úsporných opatřeních z doby covidové stále těžší najít. Nepřímým vlivem na jejich podnikání je propad poptávky a celkové ochlazení trhu. Objemy přepravovaného zboží klesají, lidé i firmy šetří. Takový je stav logistiky u nás, kterou lze označit za barometr ekonomiky. Přesto se logistickému providerovi Geis podařilo v rámci celé své skupiny firem za loňský rok zaznamenat nový rekord, když dosáhl čistého obratu ve výši 1,335 miliardy EUR. **Jednatele této logistické společnosti pro ČR, SK a PL Daniela Knaisla jsme se zeptali, díky čemu se tento úspěch povedl a jak vnímá neustálé změny i stále náročnější podmínky.**

„Naší výhodou je nejen široké portfolio stabilních klientů, ale i to, že nejsme pouze přepravní firma. Našim zákazníkům poskytujeme logistický servis od A do Z, pokles jednoho produktu tedy umíme částečně kompenzovat i jinou službou. Příkladem je třeba skladování. V okolí velkých měst vládne velký nedostatek prostor, sklady jsou přeplněné a prodejci nemají odbyt, zboží potřebují uskladnit. Navíc ne všichni naši klienti si vedou špatně, někteří naopak posilují i v této těžké době. A to jak někteří naši klienti skladové logistiky a obalů, tak i ti, co s námi vozí z dalekých trhů letecky nebo po moři a využívají celních služeb. Správnost naší strategie potvrzuje nárůst obratu o 14,5 % oproti roku 2021. Letos se zaměříme na další investice, zejména na udržitelné projekty.“

Kombinovaná síla a hustší síť

Společnost Geis přebírá od letoška většinový podíl ve společnosti Quehenberger. Co bylo hlavním cílem této největší akvizice ve firemní historii?

„Získáním obchodních podílů společnosti Quehenberger učinila skupina Geis významný krok vpřed ve své strategii rychlého růstu nejen na dosud obsluhovaných trzích, ale také v celé jihovýchodní Evropě.

Nejenže naši zákazníci získají přístup k podstatně větší síti, která se táhne od Lucemburska po Černé moře a od Baltského moře po Středozemní moře, ale ještě důležitější jsou moderní, udržitelná a efektivní logistická řešení v celém dodavatelském řetězci, která společnosti Geis a Quehenberger realizují společně jako silní logističtí partneři. K tomu patří také vysoká míra digitalizace, využívání umělé inteligence a automatizace.“

Praktické kroky k udržitelnosti

Přes všechny problémy je velký tlak na udržitelné chování firem a jejich společenskou zodpovědnost. Jak jste v tomto směru aktivní?

„Udržitelnost byla pro naši firmu tématem již dávno předtím, než se začala řešit v takové intenzitě, jako nyní. Zásadním milníkem v oblasti udržitelnosti bylo spuštění programu MissionZero – na cestě ke klimatické neutralitě. Cílem programu je, aby se společnost stala klimaticky neutrální do roku 2040. Skupina Geis již nyní usiluje o snížení emisí CO_2 o 65 % do roku 2030 a v roce 2022 za tímto účelem spustila řadu ekologických projektů. Namátkou bych mohl zmínit alternativní ekologičtější pohony vozidel, lepší využívání dopravních cest a ložné plochy, vysazování stromů, spolupráci se školami a univerzitami, výpočet emisí, uhlíkově neutrální produkty, snižování uhlíkové stopy a mnoho dalšího.

Nejvýznamnější aktivitou CSR je velmi úzká a intenzivní spolupráce s humanitární organizací ADRA – pomáháme sociálně slabým a lidem zasažených nějakou katastrofou (tornádo, válka na Ukrajině). Ale u této pomoci rozhodně nekončíme, podporujeme i nevidomé vlastní zaměstnaneckou sbírkou, spolupracujeme s nemocnicemi, podporujeme Avon pochod proti rakovině prsu atd. Nesmím

zapomenout zmínit to, že v celé řadě projektů jsou více či méně zapojeni naši zaměstnanci, na což jsem velmi hrdý.“

Plánované rozsáhlé investice

Kromě již zmiňovaného zintenzivnění strategie udržitelnosti máte v aktuálním finančním roce jaké plány?

„Díky masivním investicím do udržitelnosti, IT a inovací, stejně jako do naší distribuční sítě vytváříme optimální podmínky pro budoucí růst. Aktuálně se chystáme optimalizovat procesy prostřednictvím inovativních řešení. Mezi ně patří IT systémy pro správu skladů nebo nový spediční systém. Máme snahu využívat i nové technologie, jako jsou například datové brýle pro vychystávání objednávek, autonomní dopravní systémy bez řidičů nebo další automatizované vybavení skladů.“

www.geis-group.cz

Goodyear bilancuje sto let úspěchů na 24 hodin Le Mans

V roce 125. výročí svého založení si americký výrobce pneumatik Goodyear připomíná nejen své technologické úspěchy, ale i svou slavnou historii v oblasti motoristického sportu. Na kontě má více vítězství ve Velkých cenách Formule 1 než jakýkoli jiný výrobce pneumatik a dekády úspěchů v závodech národní americké asociace pro závody upravených sériových vozidel NASCAR a také na světových vytrvalostních závodech. Nejznámější z nich – 24 Hodin Le Mans – letos slaví sto let své existence, během níž na něm pneumatiky koncernových značek Goodyear, Dunlop a Avon zaznamenaly rekordních 49 vítězství.

Graham Hill

Hollywoodští tvůrci nedávno na velké plátno přenesli souboj „Ford vs. Ferrari“ ve filmu Le Mans ´66. Strhující příběh přibližuje touhu Fordu porazit značku Ferrari a vítězství Bruce McLarena a Chrise Amona v závodě, jenž pak Ford na mapu světového motoristického sportu skutečně vepsal. Skutečnost, že Ford v průběhu závodu přešel na pneumatiky Goodyear, vnesla do příběhu další zajímavý prvek a poukázala na to, jak zásadní jsou v Le Mans kvality pneumatik.

Goodyear ovšem získal své první vítězství v Le Mans již o rok dříve, a to na voze Ferrari. Tým North American Racing Team (NART), vedený americkým importérem Ferrari a trojnásobným vítězem Le Mans Luigim Chinettim, se rozhodl pro jeho pneumatiky, a to se na jeho konečném výsledku významně podepsalo. Přestože Masten Gregory a Jochen Rindt ztratili kvůli problémům s elektrickým vedením hodinu v boxech, díky své rychlosti se prodrali do čela závodu. Bylo to první vítězství soukromého jezdce od roku 1957 a první vítězství pneumatik Goodyear v Le Mans, a to shodou okolností hned v roce, kdy Goodyear poprvé vstoupil také do Formule 1.

Po vítězstvích s Ferrari a Fordem sehrál Goodyear o čtyři roky později důležitou roli i při prvním vítězství Porsche v Le Mans. Legendární německá značka získala první vítězství v Le Mans v roce 1970, kdy její štíhlý vůz 917K zvítězil s náskokem pěti kol. Za volantem obávaného vozu Porsche, který v závodě s neustále se měnícím počasím zkrotily na míru navržené pneumatiky Goodyear, seděli Hans Herrmann a Dickie Attwood.

Goodyear se pak stal dominantní značkou pneumatik na Le Mans a v následujícím desetiletí utržil celkem osm vítězství. Matra Simca se na pneumatikách Goodyear na závodech proslavila celkem třikrát a využila Le Mans k tomu, aby na domácí půdě ukázala sílu francouzského automobilového průmyslu. Jedno z těchto vítězství bylo obzvláště výjimečné pro Grahama Hilla. Mistr světa Formule 1 z let 1962 a 1968 byl stále pravidelným účastníkem Grand Prix, ale měl ještě jiný ambiciózní cíl. Jeho pět vítězství v Monaku a vítězství v Indianapolis 500 v roce 1966 znamenalo, že měl na dosah ikonickou „trojitou korunu motorsportu“, pokud dokáže zvítězit i na Le Mans. A při svém desátém a posledním pokusu na 24 hodin pak ve spolupráci s legendou Le Mans Henrim Pescarolem s Matrou na pneumatikách Goodyear vítězství skutečně získal. Vyhrát všechny tři největší sportovní události světa svědčí o obrovské všestrannosti jezdce a Hill byl zatím také jediný, komu se trojitou korunu podařilo získat.

Le Mans 1966

Le Mans dnes

Další legendou Le Mans je Jacky Ickx. Jeho první vítězství s Mirage v roce 1975 a začátek jeho vítězné série s Porsche o rok později byl rovněž na pneumatikách Goodyear.

V osmdesátých letech byly zavedeny formule Skupiny C. Obrovské tunely pod vozidlem vytvářely díky Venturiho efektu podtlak a dále zvyšovaly přítlak. Ikonické vozy jako Porsche 956 a 962 vítězily na pneumatikách Goodyear v soutěžích sportovních vozů po celém světě a rok 1990 přinesl vítězství v Le Mans vozu Jaguar se sedmilitrovým dvanáctiválcem, který mu dokázal udílet rychlostí 368 km/h. To spolu s přítlakem na F1 dalo společnosti Goodyear nové příležitosti pro zavádění technologie, která se jí již osvědčila na silničních pneumatikách.

Úspěšná spolupráce společností Goodyear a Porsche pokračovala až do devadesátých let, kdy společně zaznamenaly další tři vítězství, včetně prvního vítězství nové legendy, Toma Kristensena, v roce 1997. Potom už se Goodyear zaměřil na americký NASCAR a další kategorie závodů. Ale k vytrvalostním závodům se zase vrátil: od roku 2020 je oficiálním partnerem FIA Mistrovství světa endurance a výhradním dodavatelem pneumatik pro všechny vozy v kategorii LMP2 a píše tak další kapitolu své historie v motoristickém sportu.

GOODYEAR

www.goodyear.eu

Už 20. rokem realizujeme přání a myšlenky našich klientů.

zleva
Miroslav Hanák,
Pavel Zemčík,
Lubomír Štancl,
Martin Hasilík

Stále nás to baví a rosteme každým rokem

Během 20 let vybudovat z původně reklamní agentury společnost zaměřenou na výrobu s ročním obratem 465 milionů a zaměstnávat tak 260 lidí je opravdová jízda. Nahlédněte s námi pod střechu AUTHENTICY. Naší brněnské společnosti, která svými službami a výrobky podporuje klienty ve zviditelnění jejich produktů, pomáhá jim zvýšit prodej a zájem jejich zákazníků o zboží. O úspěchu projektů hovoří jasně tisíce realizací po celé Evropě i světě a desítky ocenění, kterými nás za dobu své existence ohodnotily odborné poroty.

Ptáte se, v čem vlastně spočívá náš úspěch?

„Po celou dobu existence je AUTHENTICA úzce spjata se svými zákazníky, kterým naslouchá jejich požadavkům, přináší jim inovace a realizuje jejich myšlenky a sny. Naším nejčastějším zákazníkem využívajícím nejvíce služeb, je výrobce, který hledá místo na trhu a chce zajímavou formou zviditelnit svůj výrobek nebo značku přímo v místě prodeje," **zmiňuje Miroslav Hanák**, zakladatel, který před dvaceti lety založil společnost o 4 zaměstnancích.

„K tomu je třeba mít kvalitní obal, který bude hezký, příjemný na dotek a bude perfektně komunikovat celou značku i samotný produkt. Dále je potřeba nachystat zajímavé POS materiály, které vytáhnou daný produkt či značku nad ostatní konkurenty a zákazníkovi, který přijde na místo prodeje, řeknou: ‚Neváhej ani vteřinu a domů si odnes právě mě!'."

Martin Hasilík, jednatel společnosti, k tomu doplňuje: „Pro maximální zvýšení pravděpodobnosti, že dojde k nákupu vašeho zboží, fungují podpůrné POS materiály i technologie, jako například pohybové senzory, displeje, nebo i zábavná lákadla, kde si zákazník odnáší nejen nový produkt, ale i hezký zážitek. Vždy se zaměřujeme na požadavky klientů a zároveň cílových zákazníků, protože vše musí být perfektně sladěné a jednotlivé typy podpůrných materiálů i komunikačních kanálů se musí vzájemně doplňovat".

Co znamená GLOBAL RETAIL PARTNER?

Martin Hasilík: „Jako první zaměření, které vydrželo vlastně až do současné doby, je RETAIL, tedy v našem případě dekorace, stojany, POS materiály a další. Ostatní části, jako je PRINT a FULFILLMENT, byly dalšími logickými krůčky, které nás vedly, abychom se jimi zabývali a do firmy nakoupili potřebné technologie a nabrali kvalifikované zaměstnance. Ti totiž musí zvládnout realizovat různorodé poptávky klientů s důrazem na kvalitu, výběr materiálů a celou realizaci provést v krátkém termínu dodání".

Miroslav Hanák: „Už od samého začátku se bavíme o poptávkách nadnárodních klientů z různých zemí, proto se ve firmě domluvíte nejen česky, ale i německy, anglicky, francouzsky či ukrajinsky. Za prvních 10 let jsme vyrobili sta tisíce stojanů a naplnili tisícovky kamionů dekoracemi z různých materiálů, které dělaly radost v obchodech s oblečením, potravinami, hračkami i elektronikou".

Pavel Zemčík doplňuje: „S rostoucí rozmanitostí výroby přicházely další otázky ohledně technologií. Pokud kooperujete s dalšími dodavateli, jste na nich v podstatě závislí a nemůžete se na ně plně spolehnout. Logickým řešením je pořízení vždy takové technologie, která nám pomohla být konkurenceschopným vývojářem, potažmo výrobcem a postupem času tak sestavit komplexní provoz pro potřeby retailové podpory v celém spektru používaných materiálů".

Nejnovější digitální tiskárna Durst WT 250

Od agentury k výrobní společnosti. Je to tak?

Miroslav Hanák upřesňuje: „Služby, podobné reklamní agentuře, nabízela AUTHENTICA jenom v prvních dvou letech, protože už v roce 2006 dochází k úzkému propojení se společností GRD, se kterou jsme začali sdílet jednu budovu i společnou myšlenku být silným partnerem pro své zákazníky. To ovšem znamená být tiskařem, výrobcem, dodavatelem kompletačních služeb a logistickým centrem, které rozesílá své výrobky do obchodů i skladů po celém světě".

Pavel Zemčík: „Vždy jsme kladli velký důraz na kvalitu i rychlost výroby, museli jsme sestavit adekvátní provoz. Proto přibývaly první digitální tiskárny, které řešily otázky menších nákladů a různých typů tisku požadovaných pro vytvoření zajímavých efektů jak pro dekorace, tak pro stojany, prémiová balení nebo grafické rebrandy prodejních regálů přímo v obchodech".

Nová recepce AUTHENTICA

Realizace obchodu waterdrop

Nové kanceláře na 1 800 m²

Jak vznikla AUTHENTICA FULFILLMENT?

Miroslav Hanák: „S kompletací, balením a rozesíláním měla AUTHENTICA vždy plno zkušeností, ale když přišla nečekaná rána v podobě zavření obchodů v roce 2020 a v podstatě skoro úplné zástavě výroby pro obchody, museli jsme rychle reagovat a řešit, co budeme dál dělat. V té době se totiž už bavíme o 180 zaměstnancích napříč různými pozicemi od kanceláří, přes výrobu až po kompletaci a logistiku. Nechcete je přeci poslat domů. Vždyť to jsou naši kolegové, známí i letití kamarádi, kteří potřebují živit sebe i své rodiny. Velmi náročné období mělo ovšem rychlý obrat, když přišla na řadu otázka FULFILLMENTU".

Martin Hasilík doplňuje: „Výsledkem byl nárůst celkové plochy, na které AUTHENTICA pracuje. Aktuálně se bavíme o ploše 24 500 m² a číslo určitě není konečné, protože e-shopy mají velký potenciál. Můžou se totiž zaměřit čistě jen na svůj prodej a veškeré otázky výroby obalů, transportních krabic, následné kompletace, balení a rozesílání můžou nechat na nás".

Budeme dál růst? A pomáhat ostatním?

Miroslav Hanák: „Letošní rok s dvacítkou na hrudi dává celé naší společnosti možnost ohlédnout se zpátky a podívat se, jak dlouhou cestu jsme za tu dobu ušli a kam až jsme to dotáhli. Z mrňavé agentury se stala velká a úspěšná společnost, která dokáže velmi rychle zareagovat na různorodé poptávky zákazníka a stejně tak na vrtochy trhu. Díky své síle může také pomáhat potřebným. Největším podílem je určitě dlouholetá spolupráce se společností CRAFTWORK, která je s námi pod jednou střechou".

Lubomír Štancl za CRAFTWORK doplňuje: „Naše společnost zaměstnává více než 60 handicapovaných, kteří se díky společným zakázkám a výrobě můžou ve svém životě realizovat a být soběstační. S AUTHENTICOU dlouhodobě spolupracujeme a vypomáháme v rámci kompletačních a drobných manuálních prací. Stejně tak máme šicí dílnu a výrobu transportních obalů na míru. Naši zákazníci tím získávají produkt na míru, zároveň pomáhají potřebným a můžou si uplatnit náhradní plnění dle zákona".

Miroslav Hanák uzavírá: „A k růstu. I nadále chceme růst, protože máme velký potenciál a postupně jsme se zařadili mezi nejsilnější hráče v dekoracích a v podpoře prodeje v Evropě a naše realizace najdete po celém světě. Určitě nás sledujte, protože nás letos čeká ještě několik novinek".

authentica.cz

ODKOLEK
OD ROKU 1850

TRADIČNÍ ČESKÁ Odkolek 1850 PEKÁRNA

Odkolek v novém vizuálním stylu

Pokud jste v poslední době kupovali značkové pečivo, mohli jste si všimnout, že značka Odkolek prošla výraznou změnou. A změnilo se skutečně všechno. Odkolek představil nové logo, jednotný vizuální styl a přidala se také komplexní změna designu, a to nejen u zbrusu nových výrobků. Pozorní zákazníci si tak všimli plundrových krémových závinů, tří Slovanských chlebů a speciální edice Cibulového chleba. Další logickou fází bylo „přebrandování" stávajících výrobků. A u Odkolka začali tím nejlepším, co v nabídce mají – vyhlášeným jemným pečivem.

V regálech mnoha obchodů tak můžete zaznamenat výraznou změnu u závinů či českých buchet, kdy na vás jistě zapůsobí nadčasový líbivý design. Malou zajímavostí je to, že zákazníci vybraného jemného pečiva najdou ve výrobku tajemný vzkaz a k tomu odkaz na trvalou soutěž. Kolik zákazníků tuto šanci asi využije?

V rámci velké změny byla nachystána i komplexní marketingová kampaň. Zahrnovala všechny komunikační kanály a jedním z výrazných prostředků, jak se nově značka Odkolek komunikuje širokému okolí je outdoorová reklama a polepy rozvážkových automobilů. Právě tato auta jsou vidět po celé České republice a jsou tak ideální variantou ke zviditelnění. Potvrzuje to i výzkum – tam, kde jezdí obrandovaná auta a je pekárna Odkolek, bývá znalost značek o desítky procent vyšší.

V rámci redesignu značky Odkolek byl tak i autům pořízen nový kabát. První polepy desítek vozidel můžete například vidět v pražské pekárně, odkud vozidla vyráží k zákazníkům po Praze a okolí. A pozadu nezůstaly ani další pekárny v rámci United Bakeries, pod kterou značka Odkolek patří.

Za komplexní redesign tradiční značky Odkolek převzal ředitel marketingu - Martin Dolský - 3. místo v soutěži Marketér roku 2022 (na snímku druhý zleva).

TaMaringotka

Útěk od stresu na samotu do klidné oblasti Krkonoš

> Probouzím se na úpatí Krkonošského národního parku na úplné samotě. Probouzím se ve vonící peřině v naprostém tichu. Probouzí mě paprsek ranního Slunce. Probouzím se v TaMaringotce...

Takto lze nejlépe popsat pár dní v Krkonoších na tajném místě. Na místě, kde naberete novou energii a zbavíte se stresu.

Jak se začal psát tento příběh?

Příběh se začal psát u piva na konci roku 2020. Ondřej a Matyáš, celoživotní kamarádi pocházející z Krkonoš, nyní oba žijí v Praze. Po pátém pivu začali diskutovat o své lásce k domovině, přírodě a možnosti utéct od pražského shonu a stresu. Shodli se, že jim chybí klid, ticho, příroda, zpěv ptáků a výhledy na české velehory.

S každým dalším pivem se nápad začal rozvíjet, až dospěli k možnosti se o tuto harmonii, klid a výhledy podělit s ostatními, jelikož jak oba říkají: „to musí poznat každý".

Maringotku koupili od kolotočářů a začali si ji vlastníma rukama rekonstruovat za pomoci rodiny a přátel. Ani jeden není z oboru (Ondřej je lékař a Matyáš pracuje v digitální agentuře). Za pochodu se naučili novým dovednostem, zatlačili spoustu slz a vznikla TaMaringotka.

Nejkrásnější maringotka na ještě krásnějším místě. Do maringotky, která je srdcovou záležitostí dvou kamarádů, oba vložili kus sebe a své historie. Jak oba jednohlasně říkají: „Chceme, abyste unikli od práce, od problémů a vlastně od všeho, proto abyste žili jen v ten moment, jednoduše, v horách, v lese, sami, spolu..."

Zavřete oči a představte si svůj útěk od reality...

TaMaringotka je předělaná z kolotočářské klasické maringotky do moderního glampingového stylu. Zvenku je obložena modřínovým dřevem, vnitřek pak zdobí opracované lazurované palubky. Dominantou jsou dvě obrovská okna s výhledy, z nichž se tají dech. Krkonoše v celé své kráse. Pod jedním je stůl s židlemi a druhé je přímo u postele, můžete tak z postele sledovat romantický západ slunce. Během rekonstrukce bylo myšleno i na pohodlí, postel je velká a pohodlná a vyspí se na ní do růžova krásně 2 lidi. Kdyby byla zima nebo by bylo potřeba si ohřát jídlo, nebo uvařit kávu, tak jsou uvnitř kamna. Svítí se tady designovými ledkami u postele, které místu večer dodají útulnou atmosféru. A jelikož oba dva kluci jsou detailisti, tak nezapomněli na minibar s vínem nebo lokálním pivem! Venkovní posezení s grilem umocní celý zážitek z pobytu.

I přesto, že do maringotky není zavedena elektřina ani voda, tak se nezapomnělo na venkovní sprchu a kousek od maringotky je chemický záchod se srdíčkem.

Kde je TaMaringotka?

Přesnou lokaci se nedozvíte přímo, i to je spojeno s malým dobrodružstvím. Váš pobyt bude tak od začátku zcela jiný, stane se nevšedním zážitkem. Přesnou polohu musíte vyluštit z návodu, který obdržíte po rezervaci.

Odložte mobil...

Zažijte trochu dobrodružství, ničím nerušené chvíle v přírodě, na samotě a s tím nejkrásnějším výhledem.

Nebo kupte
někomu z blízkých
jedinečný dárek!

Ondřej Knap **&** Matyáš Zieris

+420 603 117 176
tamaringotka@gmail.com
www.tamaringotka.cz

Vánoční ozdoby v létě?

Nová značka českých vánočních ozdob Koulier se vyrábí na Oflendě na Vysočině. Majitelé-manželé Šrámkovi tak navazují na dlouholetou tradici výroby vánočních ozdob v České republice a její založení považují za důležitý krok v uchování rukodělné tradice výroby a malování foukaných skleněných českých vánočních ozdob u nás. Tradiční české vánoční ozdoby ze skla oceňují v celém světě. Česká republika je premiantem v jejich výrobě a vývozu. U české veřejnosti jsou foukané ozdoby stále velmi oblíbené a mnoho lidí si stromeček bez nich nedokáže představit. Nově založený podnik na výrobu vánočních ozdob Koulier založili manželé Šrámkovi na cestovním ruchu. Nabízejí exkurze pro veřejnost i pro firmy. Ty si oblíbily workshopy a teambuildingy. Navíc si zde mohou nechat vyvzorovat vlastní ozdoby jako originální firemní dárky.

Hlavním aspektem pro rozhodnutí pokusit se zachránit toto krásné řemeslo bylo pro manžele Šrámkovi uzavření jiné provozovny na Chrudimsku, ze které bylo na jaře 2021 propuštěno přes 20 kvalifikovaných sklářů. Šrámkovi jim nabídli pracovní uplatnění. Ve sklárně Koulier dostali příležitost pro svou vlastní tvorbu, a tak vzniklo několik desítek nových originálních tvarů. Svoji roli zde vidí Ing. Kateřina Šrámková, obchodní ředitelka značky Koulier, v tom, že dovede zprostředkovat to, co čeští foukači a malířky umí těm, kdo ocení tu hodnotu a mohou za ni zaplatit. Za završení první etapy záchrany tohoto řemesla bude považovat moment, kdy bude provoz Koulieru ekonomicky zajištěn. Druhou fázi záchrany pak vidí tehdy, až staré skláře vymění mladá generace, která tento obor bude chtít dělat. A to, že se jejich plán na záchranu řemesla povedl a završil, si bude moci říci až tehdy, kdy budou všichni dnešní výrobci ozdob v důchodu a v jejich provozovně budou pracovat všichni noví.

Spolupráce s firmami

Pro firemní zákazníky mohou v Koulieru vytvořit opravdu zajímavý a stmelující teambuilding. Pro kolektiv do 20 lidí umí zajistit vytváření vlastních ozdob, ať již formou dozdobení jedné ozdobičky nebo i možnosti vyfouknout si ji. Kontakt s živou hmotou je pro každého úžasným zážitkem a vytváření něčeho kreativního prohloubí vztahy mezi kolegy. Kolektivům zde zajistí i ubytování s večerním programem.

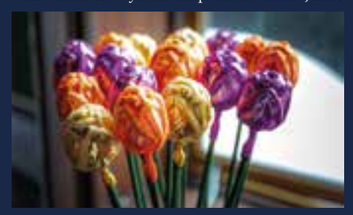
Ozdoby jako firemní dárky

Pro firemní zákazníky mají v Koulieru připravenu vzorkovnu, kde si mohou vybrat mezi desítkami tvarů i více než stovkami barev a nechat si vyrobit ty vlastní ojedinělé ozdoby pro svoje klienty či zákazníky. Koulier přitom garantuje, že jinému zákazníkovi tento dekor nevyrobí, protože si vše eviduje. Tím je zaručeno i to, že příští rok se nemůže stát, že by zákazník obdaroval další rok své klienty stejným dekorem. Marketéři firem mohou jen napsat svoji představu, jak by vypadal společný byznys, a vše mu Koulier zajistí až po dodání ozdob v luxusních krabičkách. Mají vlastní výrobu, expedici i distribuci. V Koulieru si váží všech nabídek, které pomohou zajistit odbyt pro výrobky z ryze české sklářské dílny. Velkoobchodním partnerům nabízí individuální obchodní podmínky. Dnes se mohou v Koulieru pyšnit 1100 finálními produkty, takže výběr je opravdu veliký.

Netradiční vánoční i nevánoční ozdoby

Pod rukama lidí s letitou praxí vyrostla v Koulieru originální Secesní kolekce. Ta byla vytvořena pro první ryze český vánoční strom v Bruselu, přímo v Evropském parlamentu. Naše země prostřednictvím Koulieru byla tak první, která během svého předsednictví vyzdobila vstup do budovy parlamentu vánočními ozdobami v duchu svých národních tradic.

Na Oflendě vznikají také skleněné kytice, které jsou originální nevánoční dekorací. Jedná se o ozdoby „vzhůru nohama“ na zeleném stonku instalované do vázy. V Koulieru prostřednictvím ozdob dokáží reagovat na i to, co se děje kolem. Takto vznikla například ikonická desítka „Kate“ podle šatů, které Kate Middleton vynesla na premiéru filmu James



Bond, nebo Flanelová srdce, která vznikla spontánně, když byl Petr Pavel zvolen prezidentem. Korunovace krále Karla III. zase přinesla inspiraci pro novou ozdobu podle zlatého královského jablka.

Pomozte sklářům z Oflendy zachránit řemeslo tím, že si zakoupíte jakékoliv produkty. Můžete také přijet do sklárny na exkurzi nebo na Festival labutí v prvním červencovém týdnu či si nechat vytvořit vlastní kolekci ozdob na míru. Pomůžete i tím, když budete tuto informaci sdílet.

Ozdoby značky Koulier si lze zakoupit na e-shopu www.koulier.cz, dále v podnikové prodejně na Vysočině na Oflendě, v zámecké prodejně zámku Loučeň ve středních Čechách a u dalších partnerů, jako například ve sklárně Tasice u Kutné Hory.

koulier
www.koulier.cz

Ochutnejte víno kmene Zůlů!

Malé butikové vinařství z Hustopečí je jedinečným vinařstvím nejen svým jménem. Netradiční příjmení zakladatele a majitele vinařství – Zůl - má tato rodina jako jediná v Česku. Nápad na jméno vinařství se zrodil, když Martin Zůl zaslechl v rádiu moderátorku komentovat píseň, jejíž název znamená v jazyce afrického kmene Zulu „naděje“. Zadal si do překladače do Zuluštiny slovo víno a hle… vzniklo IWAYINI!

Tímto vinařstvím chce Martin Zůl vystoupit z řady, stát se prestižním vinařstvím a orientovat se na malé šarže vín. Jeho vizí je tvorba vín, které dosahují výjimečné kvality a čistoty, a to díky zachování přirozených charakteristik hroznů a terroiru.

„IWAYINI představovalo pro zakladatele Martina Zůla zhmotnění myšlenky, které předcházelo 28 let zkušeností s vínem a vinařstvím. Už jako vinařský synek od 10 let pracoval u svého otce v jeho vinařství. Nasával zkušenosti, postupy a cit pro víno. „IWAYINI je ukázkou toho, co miluju, co mě naplňuje, co mi dělá radost a jak realizuji své představy v oblasti vína,“ říká Martin. „Rozhodl jsem se zaměřit se na pár odrůd, používat různé styly vinifikací, které rozlišujeme dvěma řadami. Vína řady ISIKO (v Zuluštině „Tradice“) jsou inspirovaná tradicí rodiny Zůlů, která vždy vyráběla svěží, šťavnatá vína plná ovoce a květů. Vína řady UMLANDO (v Zuluštině „Historie“) zosobňují návrat k fermentaci a zrání vín v sudech z dubového a akátového dřeva a jejich následný blending.“

Objevte vína kmene Zůlů

„Naše vína jsou svěží, harmonická, vzbuzující touhu po objevování a užívání si radosti ze života,“ uvádí o svých vínech Martin Zůl. „Díky tomu, že vyrábíme limitované množství lahví, se můžeme plně soustředit na kvalitu každé jedné z nich.

IWAYINI gallery v Břeclavi

„IWAYINI gallery je pro mě synonymum slova DOMOV,“ vysvětluje Martin. „Je to místo, kde jsou hlavním tématem vína IWAYINI, jejich skladování, prezentace a prodej. Prezentace vín probíhá formou degustací a celá galerie se tak stává jedinečným prostorem, který dokáže skvěle dokreslit atmosféru vašeho firemního večírku, rozlučky se svobodou či jen příjemného posezení s přáteli. Po domluvě přijedu do firmy zákazníka, udělám degustaci a odprezentuji vína osobně. O individuální nabídku firemním zákazníkům stačí napsat na náš email: info@iwayini.cz“

Vhodné víno pro Vaše firemní partnery či klienty

Proč byste si měli vybrat víno jako firemní dárek právě od vinařství IWAYINI? Samozřejmě, že nejdůležitější je obsah láhve, ale vína IWAYINI mají i hezký čistý design, což je důležitý parametr při rozhodování. Značka IWAYINI používá kvalitní sklo, etiketu, ale hlavně vizuál je originální, snadno zapamatovatelný a vzbuzuje v lidech zvědavost.

Neváhejte letos ještě využít výhodnou možnost vína jako reklamního předmětu, protože v návrhu pro příští rok je zrušení daňové výjimky na daňovou uznatelnost tichého vína jako marketingového nástroje do 500 Kč, tzn. že v tomto roce bude asi poslední možnost pořídit tichá vína jako daňově uznatelný náklad a ještě si nárokovat DPH na vstupu.

U WAYINI nepořídíte jen tak ledajaké víno. Vinařství bylo založeno v roce 2020 a pomalými krůčky se dostává na výsluní. Z dosavadních ocenění můžeme uvést: Král vín České Republiky – Riesling 2021 - zlatá medaile, Valtické vinné trhy – Pinot Noir 2021- zlatá medaile, Grand Prix Vinex - zlaté medaile pro Pinot Blanc 2021 a Veltlínské zelené 2021, Festwine – zlaté medaile pro Pinot Blanc 2021 a Veltlínské zelené 2021, Pinot Noir 2021.

Pokud byste to měli do Břeclavi daleko, objednejte si vína IWAYINI jednoduše na e-shopu vinařství s dopravou zdarma.

IWAYINI

Ing. Martin Zůl • +420 774 603 032
info@iwayini.cz • www.iwayini.cz
instagram: vina_iwayini
Facebook & LinkedIn: iwayini

Penam

Žijte s chutí,
buďte Fit

Vitamín D

Vysoký obsah vlákniny

Vysoký obsah bílkovin

www.penam.cz FIT DEN PENAMFITDEN

Steiner & Kovarik
PRAGUE CHOCOLATE

B&S

Naplněná vize o kvalitní a povznášející čokoládě

Značku Steiner & Kovarik založili na tradiční výrobě s inovativním myšlením. Nejkvalitnější čokolády z pečlivě vybíraných přírodních ingrediencí jsou vyrobené podle vlastních jedinečně formulovaných receptů. Cílem značky je působit radost čokoládou, která je tvořena s důrazem na autentickou chuť a design. Zdokonaluje umění kombinování lahodných i netradičních chutí a tím zajišťuje, že si budete moci vychutnat čokoládu světové úrovně. Vyvinula také několik receptů z tradičních českých ingrediencí, které vás nadchnou dokonale vyladěnou chutí!

Silvie & Petr

Steiner & Kovarik je luxusní čokoládová značka, kterou v roce 2011 založili Silvie Steinerová a Petr Kovařík. Spojení nejen jejich jmen se stalo základem rodinné firmy Pražská čokoláda, která značku zaštiťuje a která působí na trhu již od roku 2005.

„Není nad láskyplnou péči a tu ve Steiner & Kovarik věnujeme všemu, co děláme - vybírání surovin, tvoření designu, péči o zákazníky a zejména samotné výrobě," říká Silvie Steinerová. „Věříme v poctivost, originalitu, vzájemnou úctu a sílu lásky. Věříme, že vloženou energií formujeme nejen vzhled a chuť našich výrobků, ale i jejich energetický vliv. Energie, kterou vkládáme do všeho, co děláme, se promítá do každého z našich výrobků. Stejně jako do kvality služeb, které poskytujeme našim zákazníkům. Péče a láska, s níž vše děláme, se odrážejí nejen v designu a lahodné, povznášející chuti našich produktů, ale i v energii, kterou zákazníci díky našim produktům získávají. Naše jedinečná čokoláda nese název Aluna, což znamená v jazyce Kogi "spirituální síla".

U nás ve společnosti Pražská čokoláda jsme hrdí na to, že se nám do rukou dostávají ekologicky a láskyplně pěstované produkty, mimo jiné i proto, že všichni vyznáváme stejnou filozofii. Nikdo z nás nebere čokoládu jako pouhý produkt velkovýroby, ale ctíme jedinečnost všeho, co vyrůstá na naší Zemi, co prochází rukama lidí, a ve finále nás i mnohonásobně přesahuje."

Neustále se zlepšujeme

„Naše mimořádná kvalita práce a zaměření na detail při výrobě skvělého čokoládového zážitku nezůstala bez povšimnutí," podotýká Petr Kovařík. „Naše výrobky jsou pravidelně oceňovány v mezinárodních soutěžích jako Great Taste Awards, kde jsme dokonce získali velmi prestižní označení „Great Taste Producer", určené jen výrobcům, jejichž produkty byly oceňované několik let po sobě.

Jednou z nejuznávanějších soutěží mezinárodní úrovně je International Chocolate Awards, zaměřená na bean to bar čokoládu, kde se nám podařilo s naší jedinečnou Alunou uspět dokonce v celosvětovém měřítku, čímž jsme se stali jednou z nejvýše oceněných značek v České republice v této soutěži.

Trváme na kvalitních, často organických ingrediencích a jsme certifikovanou bio výrobou. Používáme co nejvíce zdraví prospěšné suroviny, dbáme

na původ ingrediencí a většina našich produktů má dohledatelný původ, k tomu stále zvyšujeme podíl superpotravin."

Aluna bean to bar čokoláda bio – když chcete jen to nejlepší

„Vzali jsme si za své nabídnout zákazníkům co možná nezdravější a nutričně bohatou čokoládu bez kompromisů," vysvětluje Silvie Steinerová. „Proto používáme ty nejkvalitnější bio ingredience, jako je kokosový cukr, který má nízký glykemický index, kakaové boby té nejvyšší kvality, přírodní vanilka, bio mléko z rodinných farem či kokosové mléko. Všechny suroviny pro naše čokolády pečlivě vybíráme z celého světa. Naše kakaové boby odrůdy trinitario a criollo (nejkvalitnější kakaové boby na světě) jsme našli v Kolumbii na rodinné farmě Justiniana Suaréze, od kterého je kupujeme přímo bez prostředníků - direct trade a on tak dostane zaplaceno, to co potřebuje. Tak jako my, ani Justinian nedělá při pěstování žádné kompromisy, jeho boby jsou pěstované s láskou, péčí a respektem k přírodě. Jako hnojivo používá přírodní probiotika, boby jsou tedy bio a zcela bez chemie, navíc pěstovány v přirozeném prostředí bez podpory monokultur a kácení pralesů. Jako sladidlo jsme vybrali kokosový cukr, protože má nízký glykemický index, nejedná se o rafinovaný cukr, a navíc jde o nejšetrněji zpracovávaný cukr vůbec. Když už mléko, tak z rodinných farem v horských oblastech Berchtesganu, kde se krávy opravdu pasou na horských loukách a nejsou týrány!"

Nejen kvalitní ingredience, ale i zpracování

„Kvalitní čokoládu ovšem nedělají pouze suroviny. Neméně důležité je jejich zpracování.," vysvětluje dále Silvie. „Velmi zásadní je pro chuť čokolády proces fermentance, kdy kakaové boby kvasí při určité teplotě za přísného dohledu farmářů. Naše

kakaové boby se suší na slunci, potom se přeberou a následuje pražení, jež má velký vliv nejen na konečnou chuť, ale i na to, kolik prospěšných látek v kakau zůstane. Protože kakao je superpotravina, pražíme jej do 120 °C, aby si zachovalo co možná nejvíce všech blahodárných vitamínů, minerálů a antioxidantů. My jsme se rozhodli pro tradiční výrobu v kamenných mlýnech. Nealkalizujeme a neoddělujeme kakaové máslo. Výslednou chuť a konzistenci získáváme dobou a teplotou při konšování. Aby byla čokoláda sametově hebká a rozplývala se na jazyku, konšujeme ji min. 72 hodin, následně se nechá uležet a pak už se vylévá do tabulek, balí do krásných obalů a putuje ke konzumentovi. Postupně vznikají další bean to bar čokolády s fantastickými příchutěmi jako růže, hlíva ústřičná s pomerančem, kampotský pepř a mnoho dalších."

Čokoládové firemní dárky

Společnost Pražská čokoláda vyrábí také čokoládové dárky na míru. Tuto službu poskytuje nepřetržitě od roku 2015 a její zákazníci jejím prostřednictvím potěšili již více než 70 000 obdarovaných. Díky spolupráci s dceřinou firmou Český nugát s.r.o. dokáže připravit pralinky, mandle v čokoládě, kávová zrna v čokoládě, rozinky v čokoládě, čokoládové miniaturky a další čokoládové dárky v exkluzivních obalech přesně podle přání klienta. Často firmy jako dárky pro své partnery a klienty objednávají čokolády s vlastním logem. Důležitá je pro výrobce nejen vizuální stránka, ale také nejlepší kvalita použitých surovin a lahodná chuť bean to bar čokolády.

Firmám i koncovým zákazníkům nabízí možnost zpracování designu obalů na základě jejich požadavků. Ukázky zakázkové výroby je možné vidět na webových stránkách

www.steinerkovarik.com/cokoladove-darky
joanna.kasyk@steinerkovarik.com

RUČNĚ VYRÁBĚNÉ PEČIVO
Baker street
2019
PEČIVO Z DOBRÉ ADRESY

50
KVÁSKOVÝ ZÁVIN
S NÁPLNÍ MAKOVOU
A TMAVOU POLEVOU

MAKOVÁ NÁPLŇ 50%
PŠENIČNÁ MOUKA 22%

KVÁSEK, VODA, MÁSLO,
CUKR, UM A CIT PEKAŘE

Pečivo z dobré adresy
KDE ZAKOUPIT NAŠE PEČIVO ZJISTÍTE NA

WWW.BAKER-ST.CZ

Prague Conference Suite
unikátní prostor pro ubytování a jednání v srdci Prahy

Potřebujete si dohodnout obchodní jednání v Praze, a nevíte kde? Anebo byste rádi spojili ubytování v Praze se schůzkami v soukromí? Či byste si přáli zjednodušit a urychlit svou pražskou agendu a mít vše pod jednou střechou? Uspořádat důležitá jednání s kolegy či obchodními partnery v místech, která je ohromí? V místech, která jsou zcela mimořádná?

To vše a snad i mnohem víc můžete nyní nalézt ve slavném domě u Rotta. Právě pro takové účely vznikl na pražském Malém náměstí projekt nové Prague Conference Suite, který nabízí unikátní propojení ubytování a jednacích prostor hned v těsném sousedství Staroměstského náměstí... se všemi výhodami, která tato lokace přináší. Doslova pár kroků od všech důležitých pamětihodností i centrálních úřadů.

Elegantně řešený půdní prostor slavného domu otevírá neopakovatelné výhledy na střechy města i zeleň Petřína a přilehlých zahrad Malé Strany. Je rozdělen na prakticky a účelně koncipovanou ložnici, která tvoří pohodlné zázemí pro jednací místnost. Ta je vybavena vším potřebným pro nejrůznější typy formálních i neformálních setkání – obchodní jednání, malé semináře či tiskovky, firemní manažerské porady na neutrální půdě, apod. Je tu připraveno plátno i promítačka, flipcharty, notebook i dokovací stanice, o funkční wi-fi nemluvě.

Vedle firemních a profesních akcí je možno tyto prostory využít i pro menší akce rodinného rázu – oslavy životních jubileí, setkání s příbuznými z jiných částí světa či podobné výjimečné příležitosti.

Prostor pojme až 15 osob a jeho součástí je i malá kuchyňka pro přípravu nápojů či občerstvení pro hosty. K dispozici jsou také veškeré služby hotelu Rott, včetně snídaňového servisu a roomservisu, služeb taxi a concierge. Nabízí se i možnost ubytování vašich hostů, hotel rád zajistí i průvodcovské služby či veškerou další součinnost pro zdárný průběh a výsledek jednání.

Využijte tohoto mimořádného místa, které přispěje k příjemné atmosféře významných jednání či rodinných událostí a odkud si vaši hosté i vy odnesete zážitky, na něž se bude dlouho vzpomínat!

Pro bližší informace a rezervaci kontaktujte prosím telefonní číslo 739 539 281 nebo pošlete email na adresu info@hotelrott.cz.

Aktivujte relax s Relaxem!

Společnost Catherine Life je dlouhodobě jednou z nejúspěšnějších firem v oblasti vývoje a distribuce doplňků pro sport a volný čas v ČR i východní Evropě. Postupně se z čistě obchodní společnosti stala firmou, která dokáže vytvářet velmi kvalitní vlastní produkty, které úspěšně distribuuje u nás i v zahraničí. Je dlouhodobým partnerem celé řady významných českých firem, pro které vytváří vlastní kolekce. Spolupracuje zároveň s mnoha výrobci na vývoji a testování nových produktů. Její značka slunečních brýlí Relax je spontánně nejznámějším brandem u nás. Značka R2 zase nejprodávanější značkou sportovních brýlí v České republice.

Majitele firmy **Ing. Vladimíra Štreita** jsme se zeptali na začátky firmy i na plány do budoucna.

„Firma Catherine vznikla v roce 1991 a primárně dělala ambulantní prodej. Tzn. Produkty zavážela přímo do řetězců, aby nemusely do velkoobchodu. V roce 1996 se u nás zrodila první česká značka slunečních brýlí ve fashion segmentu, pak následovala značka R2 pro aktivní výkonnostní sportovce. Začátky byly postaveny na tom, že jsme brýle dováželi," vzpomíná Vladimír Štreit. „Šlo tedy o hotové produkty, které jsme jen obrandovali. Od roku 2009 jsme se ale začali věnovat i vlastnímu vývoji a designu. To se stalo právě tím, co nás odlišuje od konkurence. Máme velkou výhodu v tom, že rozumíme výrobě brýlí, technologiím, materiálům i konstrukci. Když zjistíme, že něco funguje, ladíme vylepšení té dané funkce. Nestavíme prodej na marketingu, nechceme prodávat placebo.

Jako konkrétní příklad mohu uvést třeba HD čočku, která zvyšuje ostrost vidění. Při koupi to zákazník nepozná, ale v určitých světelných podmínkách to opravdu ocení. Dlouho jsme ladili tuto vlastnost, aby byla skutečně znatelná a každý to rozpoznal.

Sortiment & řešení

„Nejvíce nás znají lidé přes brýle, ale my se snažíme stále rozšiřovat doplňky pro aktivní životní styl. Dnes u nás najdete lyžařské brýle„ helmy, rukavice, chrániče páteře a mnoho dalšího. Chtěl bych se dožít toho, že budeme v něčem nejlepší na světě. Dnes jsme již značkou, která dokáže nabídnout partnerům nejširší škálu optických řešení do sportovních brýlí. Umíme nabídnout 65 variant brýlí.

Dlouhodobě využíváme našich zkušeností při tvorbě, vývoji, designu a testování našich produktů, které pak přinášejí radost a bezpečí všem našim zákazníkům. Produkty naší firmy zpříjemní zákazníkům všední dny a zajistí pohodu a dostatečnou ochranu při volnočasových aktivitách i sportovních výkonech. Kvalita, vysoká míra inovací, módní design, navíc nadstandardní servis - všechny tyto atributy vkládáme do společného partnerství s našimi odběrateli, zákazníky i dodavateli a daří se nám vytvářet společné hodnoty, které nám společně pomáhají růst. Nabízíme naše znalosti partnerům pro výrobu vlastních privátních značek!"

Trendy léta 2023 s Relaxem

Česká značka Relax představila novou letní kolekci fashion i sportovních slunečních brýlí včetně brýlí dioptrických. Akce byla součástí nového komunikačního konceptu AKTIVUJ RELAX, kterými se značka prezentuje v roli příjemných společníků, kteří nás motivují k aktivnějšímu životu. Novinky vychází z trendů pro rok 2023 a splňují nejpřísnější normy kvality pro ochranu vašich očí. Letošní léto patří obdélníkovým rámům, plochým čočkám a odvážným kombinacím i tvarům včetně retro kovových prvků. Relax nabízí tradičně široký výběr barev i povrchových úprav čoček pro každé světlo a preferenci konkrétního zákazníka.

www.relaxworld.cz

Franchisový koncept originálního prodeje kvalitních parfémů

Nejznámější a největší španělský franchisový koncept v oblasti „světa parfémů a kosmetiky" přichází nyní i na český a slovenský trh! EQUIVALENZA přinesla na trh revoluční změnu v nabídce svých vlastních výrobků pro ženy i muže za neuvěřitelně výhodné ceny.

Myšlenka je geniální a přitom velmi jednoduchá: Zákazník si zvolí flakon – vhodnou lahvičku – a pak vůni, která se mu nejvíce líbí, a to ze 150 různých možností. Všechny produkty si vyrábí franchisový koncept EQUIVALENZA, který je na trhu již od roku 2011, zcela sám. Tímto zabraňuje nepřiměřenému zvyšování nákupních, a tudíž i prodejních cen o marže mnoha mezičlánků celého dodavatelského řetězce, jak je to obvyklé u jiných značkových výrobků.

Tato tzv. mono-značková parfumeria a kosmetika se nyní prodává celkem v 730 prodejnách ve 27 zemích světa. Z toho je 130 prodejen ve Španělsku a 600 v zahraničí, především v Itálii, Francii, Německu, Holandsku, Portugalsku, Velké Británii, Kanadě a v dalších zemích Evropy i světa. EQUIVALENZA má 11 master franchisových partnerů a na další mezinárodní expanzi je velmi dobře připravena.

Mottem tohoto franchisového konceptu je: Vůně a výrobky vysoké kvality za neuvěřitelně nízké ceny!

V čem spočívá obchodní tajemství, úspěch a know-how této značky? Parfémy, kosmetika a osvěžovače vzduchu pochází z vlastní výroby. Nabízené produkty jsou pro všechny cílové skupiny zákazníků a ke všem možným příležitostem: v zaměstnání, na cesty, pro různé společenské, kulturní a sportovní události, doma, apod.

Nízkých cen je docilováno i tím, že je možné používat stejné lahvičky – flakony – pro opakované nákupy. Jedná se tedy o tzv. „doplňovací systém", který šetří peníze zákazníků (zákazník nemusí platit opakovaně za obalový materiál) a k tomu je tento koncept i velmi ohleduplný k životnímu prostředí.

Koncept EQUIVALENZA poskytuje ROZMANITOST NABÍDKY vysoce kvalitních parfémů, kosmetických produktů, výrobků pro péči o lidské tělo a osvěžovačů vzduchu, které mají aromaterapeutický charakter, za velmi výhodné ceny.

VŮNĚ všech výrobků jsou jedinečné, originální, unikátní a naprosto výjimečné na současném trhu, a to pro každou příležitost a pro všechny cílové skupiny zákazníků.

EQUIVALENZA

Zájemci o franchisové podnikání, neváhejte! Je to pro vás velká šance, jak se stát master franchisovým nebo franšízovým partnerem velké a velmi úspěšné nadnárodní společnosti a začít podnikat v relativně velmi krátké době ve vašem městě nebo regionu.

KONTAKT PRO ZÁJEMCE O MASTER FRANCHISOVÉ NEBO FRANCHISOVÉ LICENCE:

Franchisový systém **EQUIVALENZA** je v České a Slovenské republice exkluzivně zastoupen společností **AVEX systems**, která pro něj **hledá nové MASTER FRANCHISOVÉ NEBO FRANCHISOVÉ PARTNERY** pro obě země.

V případě zájmu kontaktujte:
ales.tulpa@avexsystems.eu Více informací najdete i na webech: **www.avexsystems.cz** nebo **www.franchisovepodnikani.cz**

avex

Nejlepší italské gelato již brzy v Čechách!

Nejznámější a nejúspěšnější franchisový koncept z Itálie v oblasti kulinářského umění brzy nabídne nejlepší italské gelato i v Česku a na Slovensku! Firma RivaReno, založená v roce 2004 otevřela první prodejnu v roce 2005. V posledních letech expandoval tento franšízový koncept kromě Itálie například do Španělska, USA, Austrálie, na Dálný Východ a do dalších zemí. V plánu je i vstup na trhy v Německu, Francii, Velké Británii, Rakousku, České republice a Slovensku.

RIVA RENO Gelato

RivaReno nabízí vynikající prémiové gelato a mražené dezerty vyráběné a prodávané prostřednictvím sítě vlastních a franchisových prodejen.

Vysoce kvalitní ingredience, mimořádné chutě a sametová textura gelata a sorbetů odlišují RivaReno od ostatních nabídek na trhu. Produkty získaly řadu ocenění od znalců potravin, včetně ceny ‚Miglior Gelateria d'Italia' (nejlepší prodejna gelato v Itálii) a od asociace potravin a vína Golosaria. Stejně důležité jsou však reference a hodnocení od spokojených zákazníků! RivaReno jim vděčí za to, že tento koncept mohl získat několik certifikátů výjimečnosti například i na portále TripAdvisor a na sociálních sítích.

Gelato je italské pojmenování pro vysoce kvalitní a řemeslným způsobem vyráběnou zmrzlinu. Italové na rozdíl od zbytku světa nerozlišují termín "gelato" od termínu "zmrzlina (ice cream)". Zkrátka v Itálii si nezajdete na zmrzlinu, nýbrž na gelato.

V čem je gelato lepší než zmrzlina?

Gelato se podobně jako zmrzlina skládá z mléka, smetany a cukru. Avšak od zmrzliny nebo mražených krémů se liší hned v několika faktorech. Je méně tučnější = tedy i méně kalorická, takže by se dalo říct, že je zdravější. Obsahuje také podstatně méně vzduchu, tím pádem je daleko hustší a díky tomu pocitově pro zákazníka lahodnější a teplejší.

Jméno RivaReno, vzdává hold tomu, kde to všechno začalo: v Bologni, městu, které se nachází u řeky Reno a které má dlouhou, legendární kulinářskou tradici. Jeden ze zakladatelů tohoto konceptu, Leonardo Ragazzi, objevil tajemství jemné výroby gelato; tyto techniky spolu s tradičními a novými příchutěmi stále hluboce ovlivňují způsob, jakým je dnes toto gelato vyráběno. Název RivaReno, který v překladu znamená „břehy řeky Reno", zvolili zakladatelé tohoto konceptu s odkazem na jejich boloňské kořeny.

Pokud zrovna neplánujete cestu do Itálie, nesmutněte, jelikož i v České republice si budete moci brzy dát pravé a poctivé gelato, které vyrábí a bude brzy nabízet i koncept RivaReno.

Zájemci o franchisové podnikání, neváhejte!

Je to pro vás velká šance, jak se stát master franchisovým nebo franchisovým partnerem velké a velmi úspěšné nadnárodní společnosti a začít podnikat v relativně velmi krátké době ve vašem městě nebo regionu.

avex

KONTAKT PRO ZÁJEMCE O MASTER FRANCHISOVÉ NEBO FRANCHISOVÉ LICENCE:
Franchisový systém **RivaReno** je v České a Slovenské republice exkluzivně zastoupen společností **AVEX systems**, která pro něj **hledá nové MASTER FRANCHISOVÉ NEBO FRANCHISOVÉ PARTNERY** pro obě země.
V případě zájmu kontaktujte společnost AVEX systems: **ales.tulpa@avexsystems.eu**.
Více informací najdete i na webech: **www.avexssystems.eu** nebo **www.rivareno.com**.