Brands&

Brands&Stores

Podzim 2023

PŘÍBĚHY ZNAČEK:

Proton Therapy Center Czech
GardaMatt Rough by Europapier
Cybex
SanSwiss
Manufaktura
Belles Fleurs
Palírna U Zeleného stromu
Bauer Hotel Group
VOONO a VERmedia
Marketup
LaserPlastic
RD Present
Preciosa
Botanicus
Kores
Achilles CZ
Gebrüder Weiss
GUNNAR
IS Produkce
Dark Kitchen
Ottova tiskárna
GOR 7
Mediabox

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

Brands&Stories slaví 14. narozeniny

Vážení a milí čtenáři,

právě před čtrnácti lety v září jste mohli držet v ruce první vydání našeho časopisu. Velký oboustranný černý časopis. Ač už se dnes stal příběh značky obehraným klišé, zůstává faktem, že ji odlišuje od konkurence, dělá ji zajímavou a lidskou. Musí se ale zveřejnit, jinak je k ničemu! Příběhy značek získávají respekt zákazníka a jeho srdce. Ty dobře komunikované i jeho peněženku...

Za těch 14 let se vedle vlny prudkého vývoje on-line marketingu i tištěné médium stalo nepopulárním a pro mladé marketéry nezajímavým. Přesto tištěná média hrají důležitou roli při budování důvěry, protože se jich dotýkáme rukama. Hmat je náš smysl pro pravdu a my tomu věříme. Je prokázáno, že společnosti, které utrácejí nadprůměrně za tištěnou reklamu, mají o 70 % vyšší věrnost ke své značce. A také ve prospěch tištěných magazínů hovoří skutečnost, že informaci z papíru si člověk ukládá do dlouhodobé paměti, kdežto v on-line jen vyhledává.

Já si cením toho, že se Brands&Stories za ty roky dobré i zlé udržel v kondici a že má stále čtenáře, kteří ho rádi čtou. Dosud jim představil v 68 vydáních více než 1000 známých i méně známých značek působících na českém trhu. Ani část Stores nezůstávala pozadu. Již 14 let se soustavně věnuje konceptům kamenných obchodů a za tu dobu jich představila nespočet. Navzdory tvrzení, že internet zlikviduje kamenný obchod, přináší naše odborné periodikum pravidelně ukázky a inspirace od nás i ze světa, jak může koexistovat kamenný obchod vedle e-shopů. Zejména v této době je pro kamenný obchod více než důležité, aby byl nejen místem prodeje, ale hlavně zážitku, zábavy, emocí a edukace.

Přeji vám příjemné počtení a nádherné babí léto a podzim

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	Proton Therapy Center Czech
4	GardaMatt Rough by Europapier
6	Cybex
9	SanSwiss
10	Manufaktura
12	Belles Fleurs
14	Palírna U Zeleného stromu
16	Bauer Hotel Group
18	VOONO a VERmedia
20	Marketup
24	LaserPlastic
26	RD Present
28	Preciosa
29	Botanicus
30	Kores
32	Achilles CZ
33	Gebrüder Weiss
34	GUNNAR
35	IS Produkce
37	Dark Kitchen
38	Ottova tiskárna
41	GOR 7
43	Mediabox

GARDA CARTIERE | EUROPAPIER 30

Toto vydání časopisu Brands&Stories je vytištěno na papíru GARDA MATT ROUGH 140 g dodaném společností EUROPAPIER – BOHEMIA, spol. s r.o. EUROPAPIER je nejen velkoobchod papírem a lepenkou, v jeho portfoliu najdete také kancelářské papíry a potřeby, designové papíry, hygienické produkty, úklidovou chemii a obalové materiály.

Tento bezdřevý, nenatíraný papír je určen na vysoce kvalitní tisk knih. Exkluzivní knižní papír s volumenem 1,13 má hapticky hrubý povrch a působí dojmem přírodního papíru. Krásně na něm vyniknou grafiky a fotografie. **GardaMatt Rough** vznikl za Covidu v italské papírně Cartiere del Garda. Má nádech nenatíraného, ale tiskne se na ně stejně dobře, jako na natíraný papír. Je skvělým partnerem pro knižní tvorbu, časopisy a různé druhy brožur.

vzorky@europapier.cz | www.europapier.cz

Individuální a lidský přístup

v Pražském Proton Therapy Center

„Naším posláním je nejenom léčit nádorová onemocnění jednou z nejperspektivnějších metod 21. století, protonovou terapií, ale především poskytovat pacientům dokonalý servis na světové úrovni," říkají bratři Václav a Pavel Laštovkovi, zakladatelé pražského Protonového centra.

Proto jsme vám již v našich minulých vydáních představili Pražské Proton Therapy Center (PTC), jedno z nejprestižnějších zařízení pro protonovou radioterapii 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. Za dobu své existence pomohlo již více než 10 000 pacientům z více než 60 zemí světa.

V posledním vydání jsme se zabývali vysvětlením, jaké jsou benefity této léčby a na jakém principu stojí. V tomto pokračování našeho miniseriálu vám chceme přiblížit, že přístup k pacientovi je zde opravdu jiný než bývá obvyklé v našem zdravotnictví. Péče je založena na proklientském přístupu.

Proklientský přístup

Perfektní pacientský servis a individuální péče jsou v Protonovém centru naprostou prioritou. „Snažíme se být pacientům spolehlivou oporou v jejich léčbě," vysvětluje Mgr. Kateřina Krejbichová, DiS. - manažerka kvality a procesů. „Pacient je pro nás vždy partnerem, kterého se snažíme provést celou léčbou tak, aby se mohl vrátit zpět do svého života, který vedl před léčbou. Ke každému pacientovi přistupujeme individuálně a vysoce profesionálně prostřednictvím služeb nadstandardního klientského centra."

PROTON THERAPY CENTER | LÉČÍME RAKOVINU

Pacient je prioritou

Každému pacientovi se v PTC snaží maximálně vyhovět co do fyzických i psychických potřeb. Věnují mu čas a pozornost a zakládají si na osobním přístupu v průběhu celého procesu léčby. Veškeré zdejší služby jsou postaveny na důvěře, respektu a mezilidských vztazích. V kontaktu s pacienty zůstává centrum i po skončení léčby.

Osobní koordinátor po celou dobu léčby

Celým procesem provází pacienta jeho osobní koordinátor, tzv. patient manager, který je pacientovi přidělen vždy po vstupní konzultaci. Pomůže se zodpovězením dotazů, vyřízením administrativy a všech formalit nezbytných pro zahájení protonové léčby. Dle preference pacienta může také osobní koordinátor pacienta doprovázet na vyšetření, dále domlouvá schůzky s lékaři a je vždy k dispozici. Pacient se na něj může kdykoli s důvěrou obrátit. Je jeho dočasným partnerem, průvodcem, rádcem i důvěrníkem.

Lékař na vaší straně

Ve zdravotnických zařízeních nebývá zvykem, aby se pacientovi věnoval po celou dobu léčby vždy stále stejný lékař, který na něj má vždy dostatek času.

„V Protonovém centru si zakládáme na tom, aby měl každý pacient svého lékaře od vstupní konzultace až do ukončení léčby," říká Kateřina Krejbichová. „Velmi dbáme na to, aby měl lékař na každého pacienta vždy dostatek času, mohl mu věnovat pozornost, mohl jej ochotně vyslechnout a vysvětlit, jak protonová léčba funguje. Naši lékaři mají dlouholeté zkušenosti v oblasti ozařování, a to jak v rámci protonové radioterapie, kterou v Protonovém centru nabízíme, tak v rámci běžné fotonové léčby. Naši lékaři jsou jedinými odborníky v České republice, kteří mohou velmi odborně zodpovědět pacientovi dotazy související s protonovou, ale i fotonovou léčbou, a zvolit pro každého ten nejoptimálnější způsob léčby."

Ozařovací plán protonové léčby

„Po vstupním vyšetření a případných diagnostických vyšetřeních, která indikuje náš lékař, bude následovat pečlivé plánování léčby," pokračuje ve vysvětlování Kateřina Krejbichová. „Klíčovým a zásadním pro úspěch léčby je právě její přesné plánování. Proto každému pacientovi na míru připraví

tým klinických fyziků a lékařů ozařovací plán, podle kterého bude protonová léčba probíhat. Ozařovací plán také určuje, z jakých směrů a jakou intenzitou bude protonový svazek nádor ozařovat. Poté již bude probíhat samotná léčba, která je ambulantní a u většiny pacientů bez nutnosti hospitalizace. Na ozařování pacient dochází v přesně stanovených, předem naplánovaných pracovních dnech a časech, který je rezervován pouze pro něho. Samotné ozařování trvá několik minut. Minimálně jednou týdně v průběhu léčby absolvuje konzultaci s lékařem."

Pomoc pacientům centra

Veškeré podrobnosti o nabízených službách pacientům ochotně sdělí pracovníci recepcí. Koordinátor PTC pomáhá také mimopražským pacientům, pokud si neví rady s ubytováním po dobu léčby. Propojením pacienta s Nadačním fondem tak společně mohou všichni vybrat to nejvhodnější pro pacienta. Také v případě, že se pacient obává, že pro něj bude těžké se zorientovat po Praze, koordinátor je mu k dispozici a poradí mu cestu i spoje MHD do Protonového centra.

Dětem a jejich rodičům nabízí personál centra při čekání na vyšetření nebo léčbu možnost využití dětské místnosti plné hraček. Rovněž relaxační místnost je k dispozici pacientům či jejich rodinným příslušníkům. Zde má pacient naprosté soukromí k odpočinku a relaxaci. Místnost je vybavena telefonem, TV, wi-fi připojením, kávovarem a minibarem.

V prostoru recepce si lze zakoupit drobné občerstvení, kávu, čaj a různé druhy jiných nápojů. Čerstvá voda je k dispozici na baru celý den zdarma. Na hlavní recepci je pro vás také připraven výběr denního tisku.

Ojedinělý Klientský servis

V Proton Therapy Center je pečlivě sledován nejen průběh terapie pacientů. Informace o tom, jak se nemocný cítí, zda má nějaké potíže nebo potřebuje poradit, získávají průběžně od koordinátorek, lékařů i sester. Aby neztratili kontakt a nepřetrhli tak pouto, které se mezi pacientem a týmem Protonového centra vytvořilo, organizují s Nadačním fondem pro protonovou terapii pravidelná pacientská setkání. Na těchto setkáních se potkávají pacienti, kteří již léčbu ukončili, s pacienty, kteří léčbu buď v nedávné době začali nebo na ni čekají. Účastníci pacientských setkání si tak navzájem předávají svoje zkušenosti, sdělují své příběhy a pomáhají si navzájem.

Potvrzení deklarovaného samotným pacientem

I nás zajímalo, zda tento proklientský přístup, ne zcela obvyklý v našem zdravotnictví, skutečně pacienti vnímají. Zeptali jsme se pana Daniela, který byl již po léčbě, jak přístup vnímal a jak se v PTC cítil?

„Je to opravdu tak," říká pan Daniel, „že se zde člověk necítí ztracený v systému. V jakoukoli chvíli v procesu léčby i po něm se má na koho obrátit, což je velmi pozitivní, protože se cítí bezpečně. Uklidňující je i pocit, že od první konzultace se vám věnuje stále stejný doktor, to myslím dost eliminuje nejistotu nemocného. S pacienty zde skutečně lidsky komunikují, takže vždy vědí, co pro ně dělají a proč. Ta důvěra je myslím pro léčbu velmi podstatná."

I vy můžete pomoci – podpořte nadační fond!

Nadační fond pro protonovou terapii byl založen v roce 2010 za účelem zvýšení povědomí o nové, šetrnější formě radioterapie. Nadační fond pro protonovou terapii si prošel řadou změn a rozšířil svoji působnost v oblasti individuální pomoci a komplexních nezdravotních služeb pro klienty Protonového centra v Praze. Konkrétně Nadační fond poskytuje pacientům i jejich rodinným příslušníkům v první řadě pomoc s ubytováním. Tuto pomoc využívá asi 1/5 nemocných. Kromě hotelu, ve kterém se denně potkávají zástupci nadačního fondu s pacienty, má Nadační fond domluvené i další možné kapacity pro ubytování pacientů v hotelích v blízkosti Centra. Části pacientů Nadační fond právě na ubytování přispívá nebo jej hradí celé. Další nesmírně důležitou činností nadace je např. hlídání dětí nemocných rodičů, pro které by bylo leckdy neřešitelné jít se léčit do jiného města, když nemají hlídání pro dítě. V neposlední řadě nabízí Nadační fond i psychologickou pomoc, nutriční poradenství, asistenční nezdravotnické služby, zpříjemňuje pobyt v Protonovém centru a mnoho dalších aktivit zejména pro dětské pacienty.

Neváhejte se obrátit s žádostí o bližší informace a volejte na telefonní číslo 226 222 026 anebo pošlete email: info@nfppt.cz

Jedinečný papír **GardaMatt Rough** pro vaše publikace

Pokud na nás obal nebo marketingové materiály zapůsobí pozitivně i po hmatu, přeneseme hodnocení kvality podvědomě na nabízený produkt. Kvalitní papír ve vyšší gramáži je vnímán u marketingových sdělení jako hodnotnější, exkluzivnější, podnětnější a smysluplnější. Kvalitní tištěná propagace má také pozitivní dopad na vnímání cen.

Proto vám chceme představit jedinečný nenatíraný papír s drsným povrchem, na němž tisk působí jako na natíraném – knižní papír GardaMatt Rough. Vznikl za Covidu v italské papírně Cartiere del Garda a nyní je juniorem v sortimentu EUROPAPIER – BOHEMIA. spol. s r.o., který je významným velkoobchodním dodavatelem papíru, lepenky, kancelářských papírů a potřeb, obalových materiálů, hygienických produktů a úklidové chemie. V roce 2023 slaví Europapier své 30. narozeniny a jako novinku pro své zákazníky přináší právě tento vysoce kvalitní knižní papír.

Jak vznikl GardaMatt Rough

Bylo to v prvním období Covidu. Italská papírna Cartiere del Garda, tak jako každá společnost, trpěla silným poklesem zakázek kvůli tomu, že se trh hroutil... „Když jsme se snažili sehnat odbyt pro další tuny, napadlo nás vyrábět nenatírané papíry, které bychom dodávali našim strategickým partnerům," vypráví Alessandro Nardelli, Central Eastern Europe Sales Director Lecta Group. „Něco jednoduchého a rychle vyrobitelného. Nebyli jsme z toho sice moc nadšení, protože výrobci natíraných papírů obecně nechtějí vyrábět nenatírané papíry, a to z pochopitelných důvodů. Každopádně jsme si vyžádali několik vzorků hlavních nenatíraných papírů a poskytli jsme je naší laboratoři k analýze. Manažeři výzkumu a vývoje to však začali zpochybňovat a ptali se, proč bychom měli vyrábět knižní papír s vysokou bělostí. Domnívali se, že by bylo lepší vyrábět něco méně bílého v souladu s našimi natíranými papíry. Na začátku jsme si říkali, že vyrobíme papír, který se nám osvědčil... A pak si naši technici položili nejdůležitější otázku: můžeme vyrobit papír, který si zachová podobný "drsný" nádech, ale bude se na něj lépe tisknout? Vytvořili vzorky, a tak se zrodil GardaMatt Rough."

Nenatíraný papír, na který se tiskne stejně dobře jako na natíraný

„Po covidové době začal trh opět růst, takže jsme již neměli potřebu vyrábět velké množství obyčejného papíru," pokračuje o jedinečném papíru Alessandro Nardelli. „Proto jsme začali některým vybraným vydavatelům ukazovat papír jiný, který má velkou přidanou hodnotu. Konečně papír, který má nádech nenatíraného, ale tiskne se na něj jako na natíraný papír! A výsledek se dostavil rychle... tento knižní papír je určen pro plnobarevný tisk a vyrábí se v gramážích 100, 120 a 140 g/m². Tiskárny začínají používat GardaMatt Rough a nakladatelé začínají papír vyhledávat. Poslední akcí byl seminář National Museums Publishing Seminar v Chicagu, kde jsme papír oficiálně představili s dobrými výsledky americkým nakladatelům... Nyní nás čeká jeho uvedení na trh na říjnovém Frankfurt Buchmesse 2023!

A kde se GardaMatt Rough zrodil?

Společnost Cartiere del Garda byla založena v roce 1956 v Riva del Garda (Itálie). V roce 1958 zahájila papírna výrobu. Pozornost věnovaná kvalitě výrobků a investicím charakterizuje Cartiere del Garda od samého počátku jako moderní a pokrokovou společnost.

V roce 1971 se papírna Cartiere del Garda stala součástí německé vydavatelské skupiny Bertelsmann a začala být uznávaná jako jeden z předních výrobců bezdřevého natíraného papíru. V roce 1997 se Cartiere del Garda s Bertelsmannem rozloučila a společně se společnostmi Condat a Torraspapel vznikla skupina Lecta. Technický výzkum, ochrana životního prostředí a ohleduplnost k lidstvu jsou základem obchodní filozofie, která vedla ke zrodu řady špičkových výrobků.

Základní charakteristikou výroby Lecta Group je vícevrstvé, čepelové a lopatkové potahování, díky němuž vznikají matné a lesklé natírané papíry s vysokou tiskovou kvalitou. O kvalitě výrobků Cartiere del Garda svědčí "Excellent Collection", která nabízí papíry pro jakoukoli tiskovou potřebu.

Papírna dbající na životní prostředí

V roce 2009 Cartiere del Garda slavnostně otevřela novou kogenerační elektrárnu Alto Garda Power. Elektrárna zajišťuje potřeby elektrické energie a tepla pro papírnu a prostřednictvím systému dálkového vytápění rozvádí teplo a teplou vodu do obce Riva del Garda. Díky snížené spotřebě paliva se snížily emise do ovzduší, pokud jde o oxid uhelnatý (CO) a oxid dusný (Nox). Ty jsou nyní hluboko pod zákonnými limity. Obyvatelé obce Riva získali možnost čisté finanční úspory a výrazného zvýšení bezpečnosti domácností díky eliminaci kotlů, hořáků, kouřovodů a skladů paliv, která je dozorována na dálku 24 hodin denně, 365 dní v roce.

Tato investice je výhodou pro papírnu i celou lokalitu a ukazuje, jak je ve skutečnosti možné spojit průmysl s ochranou životního prostředí a podporou komunity.

Udržitelnost je kolektivní povinností. Udržitelné chování neznamená pouze respektování životního prostředí, ale také lepší využívání zdrojů a interakci s územím, na kterém společnost působí. Výroba plně respektující ochranu životního prostředí a sociální oblast je a vždy bude hlavním závazkem společnosti Cartiere del Garda. Italská papírna získala hlavní certifikáty v oblasti životního prostředí, bezpečnosti a kvality: ISO 14001, EMAS, FSC, PEFC, ISO 50001, ISO 9001.

Rodina papírů Garda

Toto číslo Brands&Stories bylo vytištěno na GardaMatt Rough 140 g, což je exkluzivní knižní papír s volumenem 1.13. Má hapticky hrubý povrch, působí dojmem přírodního papíru a je primárně určen na vysoce kvalitní tisk knih. Krásně na něm vyniknou grafiky a fotografie. GardaMatt Rough má nádech nenatíraného, ale tiskne se na ně stejně dobře jako na natíraný papír. Je skvělým partnerem pro knižní tvorbu, časopisy a různé druhy brožur. Za zmínku stojí i další prémiové papíry z této řady a jsou jimi GardaMatt Ultra, GardaMatt Art, Condat matt Périgord, GardaPat 11 Ivory & Extra white, GardaPat 13, GardaPremium Natural a GardaGloss Art.

GARDA CARTIERE

EUROPAPIER 30

Zavolejte, napište, vyzkoušejte
vzorky@europapier.cz
Tel: 730 521 158
www.europapier.cz

Snoubení elegance a chytrých technologií:

Seznamte se s jediným elektrokočárkem na světě

Chytré technologie pomalu prostupují do všech oblastí našeho každodenního fungování a s obrovským boomem elektrokol, e-koloběžek a dalších prostředků mobility bylo jen otázkou, kdy se podpůrní asistenti objeví i v sektoru dětského zboží. Málokdo však ví, že elektrokočárek již na trhu je, a to dokonce několik let. Společnost CYBEX představila první prototyp v roce 2018 na německém veletrhu Kind & Jugend a od té doby dotáhla výsledný produkt k dokonalosti. Nyní slouží elektronický e-Priam rodičům po celém světě, jeho vývoj byl však tak náročný, že odradil veškerou konkurenci.

„Když jsme před osmi lety seděli nad prvními návrhy e-Priamu, ani ve snu by nás nenapadlo, že budeme v tomto segmentu jediní úspěšní," říká Martin Poš, zakladatel společnosti CYBEX a CEO nadnárodního holdingu Goodbaby International. „Museli jsme nad ním přemýšlet jako nad luxusním elektromobilem – aby měl především do nejmenšího detailu vyladěné bezpečnostní systémy, ale zároveň byl praktický a zapadal do životního stylu náročných zákazníků," dodává s poznámkou, že právě to byla jedna z největších výzev.

Cesta ke globální převaze

V honbě za výrobou funkčního elektrokočárku však nebyla jeho společnost jediná. Své štěstí v tomto sektoru zkoušela najít i německá společnost Bosch, která se ve spolupráci se švédským výrobcem dětského zboží Emmaljunga také původně věnovala vývoji kočárku s elektrickým pohonem. Před dvěma lety však byla celá tato divize uzavřena a důvod? Segment již ovládl CYBEX a Bosh by tak plýtval dalšími investicemi i časem.

Přitom zpočátku Pošova firma spolupráci přímo s Boschem zvažovala, nakonec se ale pro vývoj rozhodla samostatně bez dalších partnerů. Podle magazínu Childhood Business právě toto rozhodnutí ruku v ruce s rychlostí vývoje a okamžitým uvedením na trh pomohlo značce CYBEX získat v oblasti elektrokočárků absolutní dominanci a oproti konkurenci toto zvládnout s relativně nižšími náklady.

Houpání i na dálku

Do kopce pomůže, z kopce přibrzdí, po kočičích hlavách i lesních cestách jede jako po hladkém asfaltu. A jak že vlastně e-Priam funguje? Díky senzoru zabudovanému v madle rozpozná kočárek tlak vyvíjený při výstupu vzhůru a spustí chytrý systém, při jehož zapojení má rodič stejný pocit, jako když tlačí kočárek po rovném povrchu. Obdobně funguje sestup z kopce, kdy je aktivován systém brždění. Kočárek se také umí sám zastavit v případě, že rodič po cestě ze svahu rukojeť nedopatřením pustí. e-Priam pomáhá zvládat výstupy na cestách se sklonem až 14°, nezáleží přitom na váze dítěte či nákladu v košíku pod kočárkem Nechybí ani systém na rozpoznávání složitého terénu, který pomáhá zvládnout dlažební kostky, travnatý terén, sníh či polní cestu.

CYBEX svůj elektrokočárek pravidelně inovuje a nedávnou novinkou je zcela unikátní funkce houpání, při jejíž aktivaci kočárek sám popojíždí vpřed a vzad, čímž vytváří jemné houpání. Tuto funkci, která ukolébá vaše miminko, zatímco si čtete na zahradě nebo obědváte s přáteli, aktivujete jednoduše pomocí zdarma dostupné aplikace e-PRIAM. V aplikaci můžete ovládat nejen houpání ve třech různých intenzitách, ale také si zvolit míru podpory chytrých asistentů i získat dokonalý přehled o stavu baterie.

Lehkost, s níž jde všechno líp

Baterie kočárku e-Priam je navržena tak, aby vydržela 2 – 3 dny při maximální nálože 23 kg. Dobíjení je možné zapojením do standardní zásuvky a trvá přibližně 3,5 hodiny. Stejně jako ostatní prémiové kočárky řady CYBEX Platinum je i e-Priam opatřen inovativním systémem bezpečnostních pásů na jedno zatažení a podvozek lze kombinovat s korbičkou, novorozeneckou autosedačkou a otočnou sportovní nástavbou. Samozřejmostí je také polohování a skládání kočárku jednou rukou.

Průkopnický e-Priam lze otestovat ve vlajkové prodejně CYBEX v pražské Široké ulici 15 a je také v prodeji u všech autorizovaných prodejců CYBEX v ČR. Díky vyměnitelným potahům a různým barevným provedením podvozku lze vytvořit bezmála stovku módních kombinací pro každou příležitost.

www.cybex-online.com

...kvalitní ručník potěší každého **SCAN quilt®**

AWARDED Superbrands CZECH REPUBLIC'S CHOICE 2023

LOŽNICE OBÝVÁK KOUPELNA KUCHYNĚ **www.scanquilt.cz**

AMALIA od SanSwiss
revoluce v koupelnovém designu

Společnost SanSwiss se může chlubit dlouholetou specializací na výrobu kvalitních a moderních sprchových koutů. Letos s hrdostí představila trhu nejnovější a jedinečnou řadu AMALIA, která přináší do koupelen exkluzivní bezrámové posuvné dveře s pohodlným madlem.

SanSwiss se pyšní dvěma výrobními závody – v České republice v Jičíně a ve Francii ve městě Bitche, ovšem hlavní sídlo společnosti se nachází ve švýcarském Härkingenu.

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. 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.

Jako přední výrobce sprchových koutů v České republice se každým rokem snaží inovovat a přizpůsobovat se nejnovějším trendům v oblasti sanitární keramiky a každý rok přichází na trh s novým sortimentem. Letos je novinkou kolekce AMALIA.

AMALIA - nová úroveň elegance

Kolekce AMALIA je dostupná v tradičním alu-chromu a také v nadčasové černé matné barvě, kterou SanSwiss nabízí v rámci své kolekce BLACK LINE, a to v kombinaci s čirým sklem pro dokonalý estetický zážitek ve vaší koupelně.

Otevřete dveře do nové úrovně elegance ve vašem hotelu či penzionu s variantou Walk-in zástěn z řady AMALIA od SanSwiss. Tyto zástěny nejenže nabízejí pohodlný a široký vstup pro vaše hosty, ale také zajišťují prostornost a komfort, které jsou klíčové pro jejich dokonalý pobyt. Transparentní plochy pevných stěn se stanou centrálním prvkem koupelny, dodávajícím moderní a sofistikovaný nádech prostoru. Díky bezrámovému designu lze Walk-in zástěny instalovat do různých konfigurací, což znamená, že mohou být skvělým doplňkem pro každý pokoj ve vašem etablovaném zařízení. Instalace je snadná a může být provedena na různé povrchy, včetně ploché vaničky nebo dlažby.

Překvapte své hosty jedinečným zážitkem a proveďte upgrade koupelen ve svém zařízení na úroveň, která si zaslouží ocenění!

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

SanSwiss® RONAL GROUP

www.sanswiss.cz

Unikátní kolekce

a limitované edice **MANUFAKTURA**

jako *ideální dárky*

pro vaše obchodní partnery i zaměstnance

Stoprocentně českou kosmetickou značku MANUFAKTURA, založenou v roce 1991, není třeba nikomu u nás představovat. Společnost sídlí a vyrábí v Čechách, obchoduje s českými výrobky, vyvíjí a prodává českou kosmetiku inspirovanou českou tradicí, historií a přírodou, spolupracuje především s českými dodavateli.

Několikrát do roka přichází Manufaktura s limitovanou edicí kosmetiky, vždy s originálním a sezónním složením a designem. Nová edice je pokaždé velkým překvapením, a dokud nedoputuje na prodejny, je dokonce tajemstvím.

Právě unikátnost těchto limitovaných řad přímo vybízí k využití této kosmetiky ve formě dárkových balíčků jako originálních firemních dárků pro obchodní partnery či zaměstnance.

Kouzlo lesních plodů pro krásu a pohodu...

V pořadí již 24. limitovaná edice je na světě. Tentokrát inspirovaná tajemstvím lesa a lahodných lesních plodů. Opět originální edice Manufaktury spojuje sílu přírody, nostalgické vzpomínky na léto a kouzlo lesního prostředí. Podzimně-zimní limitovaná edice LESNÍ OVOCE představuje voňavou péči založenou na báječných účincích šťavnatých malin, lahodných jahod a osvěžujících ostružin. Dokonale provoní pokožku i celou koupelnu a maximálně zpříjemní každodenní péči a relaxaci.

Proč tentokrát zvolila Manufaktura právě lesní ovoce? Protože miluje příběhy, tradice, inspiraci lokální přírodou a kosmetické ingredience, které nabízí skvělé benefity pro pleť a pokožku. V lese je nám krásně, chodíme se do něj zregenerovat, nadýchat a nabrat nové síly. Čerstvé voňavé zázračné lesy také ukrývají mnoho pokladů – například právě rozmanité červené ovoce, které mnozí z nás v létě pojídají a sbírají, aby z něj pak vykouzlili ty nejlepší koláče, ovocné knedlíky, marmelády a další lahůdky.

Lesní ovoce je naší lokální „superfood" potravinou, která si v obsahu tělu prospěšných látek směle zadá s exotickými trendovými zázraky.

Praha Memories

Značka MANUFAKTURA představila také novinku - unikátní lokální kolekci PRAHA Memories, která oslavuje krásy Prahy. Je inspirována českým národním stromem a zároveň ctí trendy. Od května ji nabízí Manufaktura ve svých prodejnách v historickém centru Prahy a na letišti.

Kosmetická kolekce inspirovaná českou tradicí, historií a přírodou obsahuje hydratační a regenerační lokální výtažek z lipových květů a je vyráběná v Praze v souladu s principy udržitelnosti. Právě pro tyto aspekty může být rovněž ideálním firemním repre dárkem pro obchodní partnery.

Na čem je založena kolekce PRAHA Memories...

Kosmetika je založena na výtažcích z květů lípy srdčité, které mají zjemňující, zklidňující, hydratační a regenerační účinky a napomohou jemné, hebké a hydratované pokožce.

Lípa srdčitá - majestátní dlouhověký strom je od r. 1848 považován za český národní strom. Pro svou omamnou vůni, nádhernou korunu, příjemný stín a pozitivní energii se stal symbolem ochrany, pomoci a lásky.

Dárkové balíčky

s vlastní volbou skladby produktů

Nejen z kolekce PRAHA Memories lze vytvořit dárkové firemní balíčky, ale i z dalšího širokého množství kosmetických řad této značky.

Kvalita, přírodní složení, dárek na míru, užitečnost a českost - všechny tyto základní parametry, které by měl dárek mít, splňují dárkové balíčky s kosmetikou MANUFAKTURA. Obdarovaní totiž nezískají pouhý produkt, ale i zážitek - evokující klid, pohodu a odpočinek.

PRAGUE MEMORIES

Manufaktura ráda připraví dokonalé dárkové balíčky i pro Vaši firmu.
Pro více informací kontaktujte Terezu Jonákovou
tereza.jonakova@manufaktura.cz
www.manufaktura.cz

Manufaktura nabízí široké spektrum obalových možností - od potištěných celofánových sáčků, přes tašticky s mašličkou či organzové sáčky až po luxusní dárkové krabice v několika designech. Samozřejmostí je možnost spojit doplnit firemní dárky vizitkou či kompliментkou s prezentací firmy.

Květinová přání

plněná profesionálními floristy

Na začátku všeho stála láska ke květinám a odhodlání otevřít místo plné omamných vůní, kam se budou lidé rádi vracet a díky kterému budou rozdávat radost. První květinářství Belles Fleurs otevřelo své dveře v roce 2008, v ulici Bělehradská 124 na Praze 2, kde ho můžete najít dodnes. Patří již ale mezi síť 4 pražských obchodů a rozsáhlého online prodeje, které obslouží 150 tisíc zákazníků ročně. Ke kulatému 15. výročí založení firmy se rozhodla majitelka Ing. Jana Vyhnalová udělat radost nejen sobě, ale celému týmu a redesignovala své největší květinářství v centru Prahy, v Jindřišské 2.

Majitelka Belles Fleurs vedla po revoluci úspěšnou franchisu Yves Rocher. Když se ji v roce 2006 rozhodla prodat a věnovat se malým dětem, už po dvou letech zjistila, že jí práce chyběla. Byla ještě na mateřské, když přijala výzvu své známé – otevřít si květinářství. Pochází z Vysočiny a ve městě jí chyběla příroda. Připadalo jí, že skloubit zkušenosti z retailu s něčím živým, zeleným by pro ni mohlo být to pravé. A tak otevřela svůj první obchod na Bělehradské v Praze 2 s tím, aby ale měla dostatek času věnovat se dětem. „Jak ale mnozí z nás vědí, začátky nebývají lehké. Když člověk začne podnikat, musí se učit za pochodu a hlavně musí být multifunkční," říká Jana Vyhnalová. „Chce to být současně vizionářem, asistentkou, údržbářem a mnohým dalším. Nechtěla jsem budovat velkou firmu, chtěla jsem mít především dostatek času na děti. Stanovila jsem si počet hodin, které jsem podnikání věnovala a ty nepřekračovala. Prioritou pro mě bylo, aby zákazníci byli spokojeni, ale abych byla schopná to v kombinaci s rodinou, která je pro mě prioritou, vždy uřídit."

On-line prodej květin s vysokým hodnocením

V roce 2010 ale majitelka Belles Fleurs viděla nutnost začít s on-line prodejem květin. Najala si tedy odborníky a ti po SEO analýze přišli hned na začátku s rezolutním doporučením se do online prodeje nepouštět. Tvrdili, že v té době bylo na trhu na dva tisíce on-line prodejců květin. Jana Vyhnalová měla ale jiný názor: „Pro mě tato informace znamenala, že lidé umí nakupovat květiny on-line a toho musím využít. Řekla jsem on-line expertům, že právě proto do toho půjdeme a je jsem si najala proto, abychom byli nejlepší! On-line nás zachránil v covidové době, kdy zmizeli lidé z centra Prahy. Velmi si považuji všech našich zákazníků a jejich oficiálního hodnocení na Google, kde nyní máme 4,9 hvězd."

E-shop www.bellesfleurs.cz a www.kytkuhned.cz nabízí 365 dní v roce doručení květin po Praze a okolí již do 2 hodin od objednání. Aby mohly krásné a čerstvé kytice pod značkou Belles Fleurs dělat radost po celé České republice, jsou doručovány v unikátním vodním balení či naaranžovány v květinových boxech. Tento způsob balení a následné přepravy je zárukou, že se květiny dostanou i do těch nejzazších koutů Česka v té nejlepší kondici.

Květiny v B2B segmentu se servisem

„Covidová doba mě donutila více začít přemýšlet o aktivitách v segmentu B2B. V centru Prahy nám tržby klesly na 10 %, všechny hotely nám okamžitě přestaly platit, protože byly zavřeny, a kompenzace od státu jsme téměř nedostávali, protože květinářství mohla být otevřena. Učili jsme se tedy, jak soutěžit veřejné zakázky. A díky velké profesionalitě celého týmu B2B se nám podařilo vysoutěžit zajištění květinové výzdoby pro předsednictví ČR v Radě Evropské unie v roce 2022."

Od té doby Belles Fleurs hodně zajímá firemní klientela a vytvořila velké množství služeb pro B2B segment. Rozrostly se jim výzdoby recepcí hotelů i firem a dodávky květinových výzdob na různé firemní eventy. Jsou schopni do 2 hodin od objednání doručit květiny a květinová aranžmá kamkoliv po Praze. Firmy tuto službu využívají pro výzdobu recepcí, zasedacích místností na důležitá jednání, případně objednávají kytici jako pozornost obchodní partnerce. Belles Fleurs také pečuje o zelené rostliny ve firmách. Nejen že osadí firemní prostory rostlinami, ale zaručují i pravidelný servis a následnou údržbu. Nabízí také dlouhodobý pronájem rostlin včetně samozavlažovacích nádob.

Klasický prodej přetrvává i v on-line době

Aby v Belles Fleurs mohli zákazníkům nabízet co nejširší sortiment řezaných a čerstvých květin, nakupují je přímo od pěstitelů a na holandské burze. Kamenné obchody musí být v dnešní době nejen místem prodeje, ale i zážitků. Z kamenných obchodů si zákazníci odnášejí nejen krásné, moderní kytice, ale i cenné rady od zkušených floristů, kteří jsou školeni holandskou lektorkou floristiky. V Praze jsou pod brandem Belles Fleurs čtyři prodejny plné čerstvých řezaných květin i hrnkových rostlin otevřené 365 dní v roce a profesionální floristé jsou připraveni zde plnit jakákoliv „květinová přání".

Kamenná vlajková loď

V roce 2013 chtěla majitelka Belles Fleurs nabídnout zákazníkům co nejširší sortiment řezaných květin na jednom místě a otevřela tak největší květinářství v centru Prahy. S rozlohou přes 200 m² se prodejna na adrese Jindřišská 2, Praha 1 řadí k největším prodejnám květin v Praze. K 15. výročí založení firmy se rozhodla Jana Vyhnalová redesignovat toto květinářství. Nejvíce ji zaujal návrh Moris designu a společně se jim podařilo prodejnu prosvětlit a provzdušnit. Otevřeli výlohy z Jindřišské ulice a barevným laděním bílé v kombinaci se smetanovou upozadili prostor a dali vyniknout barevné škále květin. Většina květinářství působí stísněným dojmem a člověk se v nich bojí otočit. Zde designéři zvolili prostorné uspořádání, mobilní kulaté stojany pro uvázané kytice a květinové boxy, velkoryse dlouhý prostor pro vystavení širokého sortimentu řezaných květin a logické, na první pohled zřetelné rozčlenění do sortimentních zón. Plastickým dojmem působí osazení stěn kartonovými trubkami, které původně sloužily na návin marketingových materiálů a v prodejně Belles Fleurs dostaly druhou šanci k využití. Viditelné logo naproti vstupu do prodejny spolu s výrazným ledkovým osvětlením dodávají prostoru dojem luxusu. Také nábytek je účelně volen, aby ukrýval skladové zásoby zboží.

www. bellesfleurs.cz
zakazky@bellesfleurs.cz | tel.: 775 875 282
eshop@bellesfleurs.cz | tel.: 775 875 107

„Česká tradice slaví 505 let“

Palírna U Zeleného stromu září v tuzemsku i ve světě

Palírna U Zeleného stromu je nejstarší fungující evropskou palírnou. Vznikla 4. července 1518, a letos tak slaví půlkulaté výročí 505 let. Tehdy udělil Vilém z Pernštejna a Helfštýna právo várečné jedenatřiceti majitelům domů města Prostějov. Mezi vybranými byl i hajný Jež ze Seloutek, majitel domu U Zeleného stromu. A tak se začala psát historie Palírny U Zeleného stromu. Za 505 let prošla Palírna rukama nespočtu majitelů, byla znárodněna a několikrát přejmenována.

Zlomovým rokem byl rok 2011, kdy se prostějovská palírna spojila s ústeckou likérkou Granette a stala se největším tuzemským výrobcem lihovin s ryze českým kapitálem, což o ní platí i dnes. V roce 2017 se vrátila ke svému původnímu názvu Palírna U Zeleného stromu a začala psát novou historii.

„Důvodem, proč jsme se vrátili k původnímu názvu Palírna U Zeleného stromu, byla potřeba navázat na bohatou 500letou tradici a zároveň se ukotvit v nové době a rozvíjet v ní naše zkušenosti ve výrobě a destilování. Z naší touhy navázat na tradice, které byly hluboko zakořeněné nejen v naší historii, ale i v historii samotného města Prostějov, vzešla celá strategie firmy. Palírna U Zeleného stromu je nejstarší palírnou v Evropě a jako jediná je stále bez zahraničního kapitálu,“ říká Boris Rajdl, marketingový manažer Palírny U Zeleného stromu. Blend master Palírny U Zeleného stromu Roman Petruš, který ve společnosti pracuje již 32 let, dodává: „Pokud chceme mít do budoucna šanci být jedničkou na trhu, musíme rozvíjet něco, co jiní nemají. Palírna stojí na 500leté historii svých značek – a když někdo něco vyrábí a prodává už půl tisíciletí, tak to asi umí.“

Milníky v nové historii

Za posledních pět let ušla Palírna U Zeleného stromu velký kus cesty, vrátila se k výrobě tradičních lihovin podle více než 500 let starých receptur, jež se dochovaly v historických archivech, a stala se druhým největším výrobcem alkoholu na českém trhu.

Zde jsou nejdůležitější milníky nové historie:

2018
- Revoluční redesign a kampaň „Ať se máme jako v žitě“ na Starou žitnou mysliveckou, kdy se značka vrátila ke svým kořenům
- Výstava 500 let v muzeu Prostějov
- První limitovaná a sběratelská edice Single Barrel Stará žitná myslivecká, které bylo ručně vyrobeno výročních 500 kusů

2019
- Na trh byla uvedena značka rumu Heffron z Panamy, čímž se palírna stala jedním z nejvýznamnějších hráčů v pravých rumech na českém trhu
- Otevření showroomu – exkurzní místnosti 500 let zkušeností s destilováním v Prostějově
- Zahájení spolupráce se zpěvákem Matějem Ruppertem jako ambasadorem značky Hanácká vodka

2020
- Investice do technologie na úpravu a změkčení vody přes aktivní uhlí
- Zahájení spolupráce s hercem Jiřím Bartoškou a natočení televizního spotu pro whisky Stará žitná myslivecká Selection
- Zisk nejvyššího možného ocenění „MASTER“ v kategorii whisky pro Starou žitnou mysliveckou z mezinárodní degustační soutěže The Spirits Business pořádané v Londýně
- Aktivní podpora zdravotníků hned od začátku pandemie nemoci COVID-19
- Zahájení spolupráce s legionáři, hold limitkou rumu Heffron

2021
- Nový televizní spot v hlavní roli s hercem Jiřím Bartoškou natočený v Karlových Varech 2022
- Rozšíření kapacity pro skladování lihovin
- Uvedení na trh novinky Tuzemák Objevitel
- Uvedení na trh Hanácké vodky Trendy s nižším obsahem alkoholu
- Úspěšný začátek exportu na indický trh
- Televizní spot Heffron s mořeplavcem Petrem Vondráčkem

2022
- Rozšíření kapacity pro skladování lihovin
- Uvedení na trh novinky Tuzemák Objevitel
- Uvedení na trh Hanácké vodky Trendy s nižším obsahem alkoholu
- Úspěšný začátek exportu na indický trh
- Televizní spot Heffron s tématem odvahy

2023
- Navázání spolupráce s ukrajinskou sklárnou z města Zorya
- Nový televizní spot na Hanáckou vodku s Matějem Ruppertem
- Návrat Hanácké vodky na festival Rock for People
- Limitovaná výroční edice Staré žitné myslivecké ve spolupráci s ilustrátorem Markem Ehrenbergerem

Exploze barev na limitované designérské etiketě Staré žitné myslivecké Selection

Výrazně barevná etiketa oslavuje nejen výročí 505 let od vzniku Palírny U Zeleného stromu, ale také české umění, autenticitu a jedinečnost své dlouhé historie. Spojení kvalitní české žitné whisky Staré žitné myslivecké Selection s více než 500letou tradicí s mladým umělcem Markem Ehrenbergerem není náhodné. Značka chce přijít blíže generaci dnešních třicátníků, kteří se zajímají o kulturu, mají všeobecný rozhled a konzumaci alkoholu berou jako společenskou událost, ke které přistupují zodpovědně. Limitovaná edice etikety Staré žitné myslivecké Selection zaujme v první řadě velmi svěží a pro lihoviny netradiční barevností, kterou umělec zvolil v kombinaci zlaté, oranžové a růžové s detaily černé linky. Etiketa byla vyrobena pouze v 1518 kusech na počest roku vzniku prostějovské palírny.

Nové vize a změna cílové skupiny

I další jednotlivé značky dostávají postupem času moderní a minimalistický vzhled, který koresponduje s požadavky dnešních zákazníků. Nejvýraznější obměnou prošla na začátku roku značka Blend 42 Vodka, která získala nejen nový vzhled lahve, ale také odvážné jméno B42V ECCENTRIC VODKA. Tato změna reflektuje charakter značky a také požadavky samotných zákazníků. Více prostoru získává postupem času také Hanácká vodka, jejíž nový televizní spot se zpěvákem Matějem Ruppertem bude uveden v polovině července. Limitovanou výroční edici představila v polovině června Stará žitná myslivecká Selection. Její tváří se stal herec a prezident MFF Karlovy Vary Jiří Bartoška, jenž je uznávaným gentlemanem a milovníkem whisky.

Úspěchy v zahraničí

Palírna se má čím pochlubit nejen doma, ale také v zahraničí. Nejstarším vývozním artiklem prostějovské palírny je absinth, který začala v roce 2011 dovážet do Austrálie a dováží jej dodnes řádově v několika desítkách tisíců kusů ročně. Dnes se ale jedná spíše už jen o okrajový export. Nyní je pro Palírnu U Zeleného stromu největší výzvou trh indický, na který cílí od roku 2022 se Starou žitnou mysliveckou. „Indický whiskový trh zaujímá první místo světového žebříčku, je 275x větší než český a je také jedním z nejrychleji rostoucích na světě. Jsme rádi, že se zde Stará žitná myslivecká dostává čím dál tím více do povědomí ruku v ruce s postupným budováním distribuce v jednotlivých teritoriích tohoto pro nás exotického lihovinového trhu,“ říká Lukáš Kakalejčík, ředitel exportu Palírny U Zeleného stromu.

V rámci exportu se daří vyvážet Hanáckou vodku Silver. Výroba té nejstarší stále vyráběné slovanské vodky je po staletí ve stejném městě v Prostějově, kde stála palírna již v roce 1518. A proto je právě Hanácká nejstarší vodkou na světě. Tento odkaz připomíná vyobrazení stříbrného groše na její etiketě.

Vlajková značka Stará žitná myslivecká byla také představena v zemi vycházejícího slunce, v Japonsku. Na předním světovém potravinářském veletrhu Foodex v Tokiu sklidila velký úspěch. V soutěži Japan Awards se nejstarší ryze česká palírna prosadila mezi světovou konkurencí a odvezla si domů rovnou tři zlaté medaile. První místo získaly whisky Old Hunter's Reserve, Bourbon Cask a Selection.

„Trh s lihovinami je zde rozvinutý a zahraniční produkce zde zaujímá jen asi 15 %,“ říká ředitel exportu a dodává, že na japonský trh už od roku 2022 dováží pro menší komunitu zákazníků vodku a v následujících měsících by to měla být právě i Stará žitná myslivecká Selection a Heffron 5YO Rum.

Výrobky palírny s nejdelší historií v Evropě jsou oceňovány pro svou chuťovou kvalitu medailemi na významných světových soutěžích a díky tomu firma své značky úspěšně vyváží. S produkty Palírny U Zeleného stromu a.s. se zákazníci mohou setkat v dalších dvaceti zemích pěti kontinentů. Na domácím trhu pak s firmou spolupracují při distribuci svých výrobků značky s nejvyššími společenskými ambicemi, jako jsou Koval, Dictador, NAUD, Pushkin, Berentzen a další.

www.palirnauzelenehostromu.cz

Jilská Palace Hall
nový prostor na Starém Městě

Prostory vyvolávající emoce se právě otevřely v samém srdci historické Prahy. Jilská ulice se rozprostírá mezi Staroměstským náměstím a Karlovým mostem. Právě zde se nachází nové promyšlené místo s kongresovým sálem, prostorem pro menší akce, občerstvovacím koutem a vlastním barem. Vítejte v Jilská Palace Hall!

Výjimečný prostor v historické budově s elegantním nábytkem a puncem luxusu vyvolá pozitivní emoce u každého z přítomných. Komfortní umístění s kapacitou až 150 osob a nejmodernějším technickým vybavením nabízí příjemné prostředí především pro pořádání školení, menších konferencí, workshopů, důležitých životních událostí, ale třeba i online konferencí.

Jilská Palace Hall je součástí historických budov, kde se vyskytuje mimo jiné oblíbená restaurace Deer či vyhlášený butikový hotel Iron Gate. Právě zde je možné účastníky akcí ubytovat v krásných a tematických pokojích. Samozřejmě konferenční prostory disponují samostatným vchodem, který zaručuje bezproblémový průběh každé události.

Konference zde získávají nový rozměr díky prvotřídnímu vybavení, zázemí vyhlášené restaurace a strategické poloze. Firemní večírky v exkluzivní lokaci stojí za pozornost, jelikož procházka po historickém centru, posezení nad dobrým jídlem a poté možnost přespání je ideální kombinací. Kdo by nechtěl slavit s kolegy jen pár kroků od pražského Orloje.

Svatební veselí v Jilské také nemá chybu. Historie a velkolepost sálá z prostor i samotného místa. Exkluzivní svatba s nádechem úctyhodné historie a současně novodobého luxusu dává manželství nevídaný nádech neobyčejnosti.

Každá větší či menší příležitost v Jilská Palace Hall se vryje všem přítomným do paměti. Nic epičtějšího u nás není.

www.jilskapalacehall.com

Firemní a soukromé akce v centru Prahy

Bauer Hotel Group nabízí kromě nového prostoru Jilská Palace Hall hned několik dalších možností pro společně strávené chvíle. Prostory k pronájmu jsou různé, ale jedno mají společné, a to perfektní služby na míru.

Terasa U Prince

Bar & Grill na střeše hotelu U Prince s výhledem na Staroměstské náměstí a střechy staré Prahy, který byl označen za jeden z 15 nejhezčích výhledů na světě. *Typy akcí: veškeré druhy oslav, svatební hostina, firemní akce, recepce, banket, školení, prezentace, módní přehlídky*

Restaurace U Prince

Restaurace s českou i mezinárodní kuchyní a venkovní zahrádkou na Staroměstském náměstí. Každý večer živá hudba – pianista. *Typy akcí: veškeré druhy oslav, svatební obřad, svatební hostina, dětské party, firemní akce, recepce, banket, školení, prezentace*

Královský salonek U Prince

Pro soukromé a firemní slavnostní příležitosti nabízí Královský salónek unikátní prostor. Zachované gotické portály, masivní nábytek a nástěnné malby ve spojení s tradiční kuchyní každého přenesou do autentické atmosféry stolování na šlechtických sídlech středověku. *Typy akcí: menší soukromé a firemní akce, svatební hostina*

Deer Restaurant

Restaurace Deer, to je chutné a vizuálně atraktivní jídlo, které stojí na precizní přípravě a znalosti surovin. Hosté sem jezdí na zvěřinu a další jídla české i mezinárodní kuchyně. Restaurace má vlastní cukrárnu i pekárnu, kde denně připravují čerstvé dezerty a pečivo. Gastronomický prožitek umocňuje elegantní a slunné prostředí. *Typy akcí: veškeré druhy oslav, svatební obřad, svatební hostina, dětské party, firemní akce, recepce, banket, školení, prezentace*

Black Angel's Bar

Přední bar v Čechách a jeden z TOP 10 hotelových barů na světě, stylizován v duchu prohibičních podniků 30. let. Kvalitní koktejly dle vaší chuti, mystické menu a příběh Aloise Krchy včetně poutavého výkladu o původu konkrétního koktejlu či použitých surovin jsou tím, co byste měli zažít. *Typy akcí: veškeré druhy oslav, firemní akce, recepce, banket*

Více informací na **www.bauergroup.cz**

VOONO®

Česká značka přírodní vlasové kosmetiky a jednička na trhu s henna barvami

Z malé české firmy až po úspěšný koncept franšízy

VOONO je česká značka přírodní vlasové kosmetiky, která se primárně zaměřuje na prodej 100% produktů bez chemie, které jsou určené pro vlasy a vlasovou pokožku. Veškerý sortiment je bio, eko, vegan, vegetarian a cruelty free. Část sortimentu je zero waste, tedy bez přebytečného obalu. Aktuálně existují dvě franšízová kadeřnictví, kde se využívají výhradně VOONO produkty, a to v České republice a na Slovensku. Vedle toho používají produkty soukromí kadeřníci, profesionální salony a koupíte je v různých bezobalových prodejnách a eko obchodech.

Před pěti lety založila Kateřina Geršlová značku VOONO, která vyrábí rostlinné barvy na vlasy. Firma prvním rokem expandovala na první pozice v oblasti prvního barvení a stala se tak populární nejen v České republice. Kateřina velmi ráda pomáhá lidem, aby měli zdravější tělo a mohli tak dosáhnout lepšího zdravotního stavu i krásy.

„VOONO mise je pomáhat lidem v oblasti těla a zdraví. Věříme, že přebytečná nevhodná chemie v produktech může způsobit zdravotní potíže. Věříme v jednoduchost," říká majitelka. „Dalším rokem nás čeká trojnásobné množství produktů a otevření nových franšíz v oblasti přírodního barvení vlasů. Věříme, že ekologické barvení vlasů je budoucnost. Každý, kdo přijde k nám pod ruce, má zdravější a krásnější vlasy. Takto zůstává našim zákazníkem a poté přivede svou rodinu i přátele. Když jsme začínali, nečekali jsme, že budeme tak oblíbení."

Značka VOONO se v roce 2019 stala nejprodávanějšími přírodními barvami na vlasy v České republice i na Slovensku, tuto pozici si drží dodnes. Celý tým denně pracuje na tom, aby to tak bylo i nadále.

V dalších brzkých letech se bude VOONO soustředit na rozšiřování franšíz a nových produktů, které nejsou jenom čisté, ale i funkční. Zároveň chystá expandování na další trhy, které jsou pro značku atraktivní.

Malé nahlédnutí do procesu přírodní vlasové kosmetiky

„Začali jsme s henna barvami na vlasy, které díky své kvalitě jsou také stále bestseller a hlavním produktem VOONO," ohlíží se za začátky zakladatelka a majitelka. „Neustále ale rozšiřujeme portfolio produktů a tím také značku.

Vždy, když vymyslíme nový produkt, proces výroby, tak dotažení k dokonalosti (nejlepší možné složení, testování atd.) může trvat i rok. A to je pouze první krok. Každý produkt musí splňovat přísné normy, projít oficiálním testováním a povolením prodeje na evropském trhu. Procesy v kosmetickém segmentu jsou samy o sobě náročné a v bio / eko dvojnásobně," uvádí Kateřina. „Posledním krokem před uvedením na trh, a tím nejpříjemnějším, je následný výběr obalu, designu a realizace propagačních materiálů.

Vyrobit přírodní vlasovou péči není tak jednoduché, probíhá spousta testování, schvalování, plánování. Ale tím, že nás to velmi naplňuje, tak se necítíme žádnou bariérou dotčeni ani zastaveni."

Úspěch má i svá úskalí

„Někteří se potýkají s problémy, že neví, jak prodávat. My do dnešního dne řešíme jiný problém - nedostatek zásob. Jakmile naskladníme vždy od minula větší množství zboží, pokaždé to nestačí. Takže naší největší bariérou je, že nám zákazníci vyberou všechno zboží dřív, než stihneme vyrobit nové. Člověk si řekne, to je skvělé, ale zkuste sedět v kanceláři a omlouvat se, že zboží zase došlo, i když jste si byli jisti, že tentokrát jste se dobře zásobili.

Za ty roky se nám ovšem daří tento problém eliminovat a uspokojovat tak poptávku B2C i B2B zákazníků. Po pandemii byla dynamika trhu velmi nestabilní a bylo velmi těžké predikovat silné a slabší měsíce, naštěstí se to již vrací pomalu do "normálu"".

Jak jsme začali s franšízou

„Naše první franšíza byl tak trochu pilotní projekt. V prvních měsících probíhala rekonstrukce a už tehdy bez reklamy nám denně volali lidé, kdy bude otevřené kadeřnictví a že se o něm někde doslechli. Když jsme jim řekli, že bude v Brně, tak ani to jim nevadilo a že prý pojedou rádi s kamarádkou vlakem přes celou ČR. Takové telefonáty jsme měli měsíce, než jsme otevřeli. Salón frčí v plné kapacitě a budeme muset přejít do většího prostoru. Když jsme se ptali dalších franšizantů, odkud nás znají, řekli, že se jezdili do Brna stříhat a barvit.

A tak jsme byli osloveni další majitelkou franšízy, která je již téměř rok otevřena v Bratislavě.

Z dalších plánovaných franšíz můžeme zatím jen prozradit, že se chystá v evropském přímořském státě.

„Pandemie nám pomohla se ještě více rozšířit. Lidé začali více přemýšlet nad tím, co na sebe a do sebe dávají. Barvit se ekologicky má spoustu výhod, nejen že vaše tělo vám poděkuje, ale i peněženka a planeta," říká závěrem majitelka **- Kateřina Geršlová.**

Podívejte se na aktuální franšízy na kadernictvi.voono.cz a kadernictvo.voono.sk! Jestli vás tato obchodní příležitost zajímá více nebo se chcete stát B2B partnerem, stačí napsat na spoluprace@voono.cz!

VOONO | NATURAL HAIR PRODUCTS
www.voono.cz | www.voono.sk
info@voono.cz
Kontakt pro B2B partnery a franšízy:
spoluprace@voono.cz

Komplexní on-line marketing pro VOONO

Spolupráce VOONO a VERmedia

Agentura VERmedia úspěšně spolupracuje se značkou VOONO už téměř 4 roky. Během těchto let společně firmy zvládly pandemii COVID, problémy s dodávkami zboží nebo například vznik konkurenčních značek. Díky profesionální práci, více než splněným ročním cílům a osobnímu přístupu agentury se ze startupové značky VOONO stal přední výrobce přírodních barev na vlasy a z VERmedia její cenný partner.

Case study zpracovala:
Karolína Jarošová
Account Manager
VERmedia

Cíle a požadavky klienta

- zadáním byla **komplexní marketingová strategie pro B2B a B2C trh** a její následná aplikace včetně **budování love brandu**
- edukace široké i odborné veřejnosti v oblasti přírodní vlasové kosmetiky a jejího používání
- rozšíření povědomí o henně, vyvracení rozšířených mýtů ohledně přírodního barvení
- získávání zákazníků i mimo primární cílovou skupinu (eko, bio, vegan, zero waste)

Realizace

V rámci spolupráce realizujeme následující kroky:

1. **Marketingová strategie:** Každý rok dochází k aktualizaci marketingové strategie vzhledem k novinkám značky, změnám v online i offline světě a dynamice trhu. Každý kvartál se vypracovává podrobná marketingová strategie včetně témat, slevových akcí a dalších aktivit na straně agentury a klienta s ohledem na danou sezónnost.
2. **Obsah na sociálních sítích:** Pravidelný obsah na Facebooku a Instagramu, kde uživatelé získávají informaci o slevových akcích, novinkách nebo se vzdělávají v oblasti přírodního barvení. V obsahu také najdou odpovědi na své otázky nebo se mohou aktivně zapojit do diskuzí pomocí komentářů. Zároveň je zde kladen důraz na profesionální a rychlý community management, který je zároveň důležitým pilířem při budování důvěry u zákazníků.
3. **Ads | Facebook, Instagram, Google, Sklik:** Díky správnému cílení, remarketingu a neustálému zvyšování rozpočtu z jednotlivých kanálů budujeme silné prodejní i brandové zdroje návštěv a konverzí.
4. **Newsletter:** Podrobná práce s kontakty a jejich segmentací, e-mail marketing strategie, realizace kampaní pro B2B a B2C zákazníky.
5. **Automatizované newslettery:** Díky detailnímu nastavení a rozsáhlé segmentaci odběratelů využíváme tento nástroj jako efektivní připomenutí se zákazníkům. Databáze se také díky automatizaci snižuje, klient tak platí pouze za relevantní uživatele, zvyšuje se tak míra kliknutí a také celkový obrat.
6. **Blogové články:** Slouží k edukaci široké veřejnosti, vychází v pravidelném týdenním intervalu a uživatelé si tak pravidelně, každou neděli, přichází přečíst nový článek. Díky SEO, interním odkazům a vhodné tonalitě jsou zároveň skvělým prodejním nástrojem značky.

Výsledky

Díky naší ucelené marketingové strategii a komplexnímu on-line marketingu se nám na projektu podařilo mezi lety 2020 - 2023:

- Zvýšení obratu:
  Meziroční navyšování obratu o téměř 50 %
- Zvýšení počtu nákupů:
  Navýšení počtu nákupů o 38 %
- Expandování značky na slovenský trh:
  Meziroční navyšování obratu o 20 %.
- Zvýšení obratu z blogových článků:
  Navýšení o 4 100 % Zvýšení obratu z newsletterů: Navýšení o 516 %
- Zvýšení obratu z Google Ads:
  Navýšení o 127 %
- Zvýšení dosahu a engagementu na Facebooku:
  Zvýšení o 100 %
- Zvýšení dosahu a engagementu na Instagramu:
  Zvýšení o 100 %

Závěr

Spolupráce s naší marketingovou agenturou přispěla k rozšíření sortimentu značky, kdy se aktuálně specializuje na výrobu šampuků, tuhých šamponů a dalších zero waste produktů. E-shop se rozšířil o další barevné odstíny a další produkty, jako je čepice pro urychlení barvení, která je šitá v České republice výhradně pro značku VOONO. Naše marketingová agentura se stará zároveň o sociální sítě kadeřnictví VOONO v Bratislavě (@kadernictvo_voono_bratislava), a to od samotného začátku. Díky této synergii zůstávají všechny podniky a e-shop v jednotném stylu a tonalitě, i v případě rozdílného trhu. V případě rozšíření značky o další franšízy se VERmedia ujme i dalších kadeřnictví, aby byla zachována jednotnost a úroveň značky.

Zajímavé body

- **VOONO se stalo nejprodávanější v oblasti přírodních barev na vlasy v České republice i na Slovensku**
- díky efektivní marketingové strategii, její kontinuální implementaci a Scrum se nám daří splňovat veškeré stanovené cíle
- za všechny roky spolupráce na projektu působí stejný copywriter, který si osvojil jedinečné znalosti tématu (problematiky cílové skupiny) a stal se tak vlastně členem týmu VOONO, stejně tak jako celá agentura je součástí značky VOONO a naším cenným partnerem
- vztah mezi klientem a agenturou se stal tak cenným a vzácným, že mají společnou kancelář na Praze 1

Zajímavosti v číslech

- aktuální počet publikovaných blogových článků je 154 za necelé 4 roky spolupráce
- za celou spolupráci bylo nastaveno ve Facebook Ads téměř 200 kampaní a přes 300 jedinečných reklam
- historicky nejnižší cena za jedinečné kliknutí s cílením na specifickou cílovou skupinu byla 0,5 Kč
- ve Facebookové reklamě jsme proinvestovali několik milionů korun

VERmedia
www.vermedia.cz ■ info@vermedia.cz

Ve světě retailu, kde se digitalizace a personalizace zákaznického zážitku stávají nosnými tématy a kde udržitelnost značky nabírá na důležitosti, nás **CEO společnosti Marketup Miroslav Král** zavádí do hlubin moderního marketingu. Odhaluje klíčové změny posledních pěti let, popisuje časté chyby v oblasti marketingu a představuje, jak mohou firmy využívat inovativní strategie ke zdolávání největších výzev.

Zážitek napříč omnichannelem je pro generaci Z klíčový

Jak se podle Vás změnila tvář retailového marketingu v posledních pěti letech?

V posledních pěti letech prošel marketing u retailových značek významnými změnami. Digitalizace a e-commerce získaly ještě větší váhu, což vedlo k rostoucímu důrazu na personalizaci zákaznického zážitku a omnichannel strategii. Jedním z klíčových témat se současně stala udržitelnost, neboť spotřebitelé si stále více cení značek, které se zavazují k ekologické zodpovědnosti. V neposlední řadě nemůžeme ignorovat masivní rozmach umělé inteligence, který ovlivní prakticky každý obor. Retail je velmi dynamický, a kdo si osvojí AI, ten získá cennou výhodu.

Jaký význam má dnes pro retail zmiňovaný zákaznický zážitek a jak jej můžeme v marketingové strategii využít?

Prodejci, kteří dokážou vytvořit zážitky, mají větší šanci oslovit (nejen) mladé zákazníky. Zákaznický zážitek v offline světě však musí být konzistentní s tím online a dalšími touchpointy. Díky našemu fullservisovému zaměření se nám toto podařilo velmi dobře propojit třeba u otevření největšího kuchyňského studia v Česku pro značku XXXLutz. Vedle mediální kampaně s využitím známé osobnosti Romana Staši, vítěze televizní soutěže MasterChef Česko, jsme zajistili i produkci eventu k otevření studia a propojili tak kampaň i s reálným offline zážitkem.

Jak můžete pomoci retailovým firmám lépe se přizpůsobit rychle se měnícím spotřebitelským trendům?

Pojmy jako digitální transformace, rozšíření produktového portfolia či nastavení social media strategie nám není cizí. Díky našim vlastním datově-technologickým nástrojům umíme pracovat se zákaznickými daty a sledujeme trendy a výzkumy jak z ČR, tak ze zahraničí. Nespoléháme pouze na in-house data, díky velké síti partnerů se máme na koho obrátit, abychom klientům pomohli co nejlépe. Retailové firmy tvoří téměř polovinu z půlmiliardového rozpočtu, který pro klienty spravujeme. Máme dlouholeté zkušenosti a za tu dobu i mnoho expertízy.

Máte doporučení, jak vhodně zapůsobit na mladé lidi spadající do generace Z?

Oslovit tak rozmanitou a dynamickou skupinu, jakou je generace Z, nemusí být jednoduché. Ačkoliv je generace Z neoddělitelně spojená s digitální érou, stále existuje silná preference pro kamenné obchody v několika klíčových kategoriích – například potraviny, léky nebo oblečení. To ukazuje na potřebu maloobchodníků zachovávat a zároveň inovovat tradiční nákupní zážitky.

Dále mladí lidé očekávají plynulý přechod mezi online a offline světem. Pro maloobchodníky to znamená vyvíjení omnichannel strategií, které spojují digitální i fyzické zkušenosti a vytvářejí jednotný zážitek pro zákazníka na všech platformách.

Pokud chceme skutečně oslovit a získat loajalitu generace Z, musíme přehodnotit naše strategie a přístupy. Klíčem je hlubší porozumění jejich skutečných potřeb a priorit, stejně jako odhodlání integrovat tyto poznatky do svých strategií.

Klient Billa: Zásah 2 mil. uživatelů na Facebooku a Instagramu

Klient Decathlon: Meziroční navýšení obratu z Google Ads kampaní o 264 %

Jaké retailové klienty máte jako agentura ve svém portfoliu a jaké služby pro ně zajišťujete?

V našem portfoliu najdeme silné značky jako GrandOptical, Decathlon, A3 Sport, Uni Hobby a další. Pro naše klienty toho zajišťujeme díky fullservisovému zaměření mnoho – od digitálních kampaní (výkonnostní i brandové), nákupu online i offline médií, tvorbu kreativy včetně televizních spotů, správu obsahu na sociálních sítích, influencer marketing, SEO, UX, datové a webové analytiky až po konzultace pro digitální transformaci. Například pro klienta XXXLutz jsme nedávno natočili jeho zcela první lokální TV spot. Našim klientům přinášíme nápady a nové příležitosti k růstu a jsme jejich dlouhodobým strategickým partnerem.

Jakých výsledků dosahujete?

Nadstandardních, i proto s námi klienti spolupracují běžně 5 a více let. Pro Decathlon jsme například zvýšili meziročně obrat z Google Ads kampaní o 264 %, a to při snížení podílu reklamních nákladů na obratu o 31 %. Pro řetězec BILLA jsme připravili zcela novou strategii pro sociální sítě, natočili více než 48 videoreceptů, vytvářeli obsah časopisu Billa Gusto a přispěli tak k růstu oblíbenosti značky a prodejů privátních značek. A klientovi A3 Sport jsme s mediálním rozpočtem 80 tisíc Kč pomohli získat na TikToku přes pět milionů zobrazení a vygenerovat prodeje ve výši 890 tisíc Kč přes soutěž se slevovými kódy. Spokojenost klientů pravidelně sledujeme prostřednictvím ukazatele Net Promoter Score a dosahujeme nadprůměrných hodnot NPS v úrovni +60 bodů.

www.marketup.cz

Je možné určit optimální poměr investic do online a offline médií?

Je to individuální pro každou značku, dle produktu nebo v jaké fázi životnosti je produkt i značka. A hlavně záleží na spotřebiteli, kde jej nejlépe zasáhnete.

Při současné fragmentaci médií není jednoduché efektivně zasahovat cílovou skupinu, proto k plánování médií využíváme naše zkušenosti i data o cílových skupinách – například od globální výzkumné firmy GWI a zpětně je doměřujeme na výzkumech či byznysových datech. V nejbližších měsících očekáváme, že nám umělá inteligence a statistické modely pomůžou nastavit optimální media mix dle cílů kampaně.

Jaké jsou nejčastější chyby, kterých se retailové společnosti dopouštějí v oblasti marketingu, a jak jim můžete pomoci je překonat?

Firmy mají spousty dat, ale neumí je konsolidovat na jednom místě a mít „jeden zdroj pravdy". Často sledují mikrocíle (např. mediální a marketingové), ale nedokážou vidět větší obrázek a vyhodnotit pravý dopad na svůj byznys, rozhodují se naslepo.

Dalším nešvarem je nevhodný poměr investic do budování brandu a krátkodobých prodejních aktivací. Mnoho firem se příliš soustředí právě na výkonnostní kampaně na úkor dlouhodobého budování brandu. Přitom právě síla brandu je v dobách marketplaces a zvýšené konkurence extrémně důležitá.

Klient XXXLutz: Historicky první tvorba lokálního TV spotu

Unlock the Power of Data

Krása, zdraví a spokojenost na prvním místě

LaserPlastic

Klinika laserové a estetické dermatologie a plastické chirurgie

Kliniku LaserPlastic, známou například z televizních proměn „Vypadáš skvěle“, „Mladší o pár let“ či „O 10 let mladší“, zajisté netřeba představovat. Již od svého založení roku 1999 v samotném centru Prahy se jako jedna z prvních věnuje unikátnímu propojení laserové a estetické dermatologie s plastickou chirurgií. Početná laserová a další technika od předních světových výrobců, moderní operační přístroje a instrumentária umožňují provádění kompletního spektra estetických výkonů. Klinika je též akreditována pro zaškolování lékařů v aplikaci botulotoxinu, injekčních implantátů a využití vysokovýkonných laserů v estetické medicíně.

„Každý člověk si přeje dlouhý život, ale nikdo nechce být starý “

Slova Jonathana Swifta pojala zakladatelka a primářka kliniky MUDr. Marta Moidlová jako své poslání pomáhat světu takzvaně stárnout s grácií. Vystudovala Fakultu všeobecného lékařství Univerzity Karlovy v Praze. Poté pracovala bezmála jedenáct let na Dermatovenerologické klinice Institutu pro doškolování lékařů a farmaceutů a Fakulty všeobecného lékařství v nemocnici Na Bulovce v Praze. Následně se plně začala věnovat estetické medicíně, čímž se stala její průkopnicí u nás a připsala si i některá prvenství.

Na klinice LaserPlastic tak dala dohromady ty nejlepší doktory republiky v čele s plastickým chirurgem prof. MUDr. Andrejem Sukopem, Ph.D. Stabilní tým lékařů tvoří MUDr. Martin Tománek, specialista na moderní laserové liposukční a modelační techniky, a další přední plastičtí chirurgové, dermatologové, lékař ORL a cévní chirurgie.

Na jaká ošetření tedy na kliniku LaserPlastic zajít?

Rozhodně nepochybíte, zejména v chladnějším období roku, se žádným zákrokem. Klinika nabízí kromě kompletní škály esteticko-dermatologických ošetření také celé spektrum plasticko-chirurgických zákroků, mezi něž patří mimo jiné plastika očních víček, obličeje, prsou a břicha, ale také například léčba chrápání a laserová operace křečových žil. Níže vám představujeme alespoň pár vybraných doporučených ošetření:

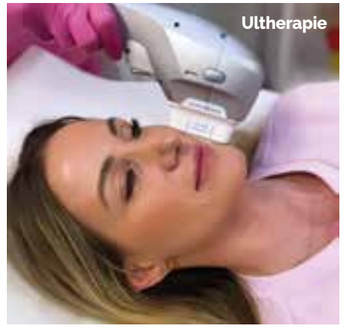
Emsculpt NEO

Laserová liposukce

Nedávno klinika LaserPlastic rozšířila své přístrojové portfolio o nejpokročilejší technologii třetí generace pro laserovou liposukci, vypínání pokožky a přenos vlastního tuku - BeautiFill. Díky nově vyvinuté kanyle s integrovaným laserem může pacient absolvovat liposukční modelaci postavy dokonce i ambulantně. Laserování, odsávání tuku i vypínání kůže totiž probíhá současně v jedné liposukční kanyle. „Ta obsahuje unikátní laserové vlákno Angel vyzařující paprsek radiálně ve 360 stupních, a jeho energie je tak rovnoměrně distribuována do podkoží. V ošetřované oblasti laser remodeluje kolagenní vlákna a dál stimuluje tvorbu kolagenu, která s výrazným efektem kůži rovnoměrně vypne,“ vysvětluje MUDr. Tománek. Zároveň je získáno přes 95 % životaschopných buněk, které je možné ihned aplikovat například do prsou, a přirozeně tak tvarovat postavu.

Enerjet

Pixel


Ultherapie

Ultherapie

Klinika LaserPlastic byla vybrána jako národní referenční pracoviště pro Ultherapii. Jedná se o neinvazivní lifting obličeje a těla vysoce fokusovaným ultrazvukem, zcela bez použití skalpelu. Lékař vysílá přesně cílené impulsy intenzivního ultrazvuku do hloubky podpůrné tkáně, stejné podkožní vrstvy, jako při plasticko-chirurgickém faceliftu, kde se dosahuje nejlepších liftingových výsledků. Energie při ošetření proniká hluboko do pokožky a selektivně zahřívá nejen kožní a tukové tkáně, ale také svaly. Díky následnému stažení těchto struktur a vysoké produkci kolagenu dochází k výraznému liftingovému efektu už po jediném ošetření, zlepšuje se po dobu několika týdnů a vydrží mnoho měsíců. Ošetření se opakuje dle potřeby. Pokožka je pevnější, pružnější a vypadá mladší a zdravější.

Enerjet

Jedná se o kinetickou injektáž účinných látek (kyseliny hyaluronové a různých mezokoktejlů) vysokým tlakem do pokožky, kde jsou kontrolovaně a rovnoměrně rozptýleny v nanočástečkách až do potřebné hloubky, a to zcela bez použití jehel. „Hlavní účinek této terapie je hydratace a novotvorba kolagenu a elastinu. Výsledky dosažené samotnou injektáží se tedy ještě nadále zlepšují po dobu minimálně tří měsíců,“ říká MUDr. Marta Moidlová, primářka kliniky LaserPlastic.

Inno Facial

Jde o aquapeeling vhodný celoročně k důkladnému čištění pleti, odstranění odumřelých buněk a k rehydrataci pokožky. Funguje také jako prevence tvorby vrásek a k léčbě akné. Má dvojnásobný efekt oproti klasickému peelingu a je zároveň šetrnější k pokožce. Při této metodě se používají séra obsahující směs mléčných a ovocných kyselin, extrakty rostlinného původu a mořskou vodu.

Botulotoxin

Snad všichni jsme již o této látce slyšeli a lékaři si ji nemohou vynachválit. Aplikace botulotoxinu je jednou z nejelegantnějších metod k odstranění a vyhlazení vrásek. Botulinum toxin totiž dočasně přeruší v oblasti aplikace spojení nervu se svalem, čímž zabrání mimickému svalu ve smršťování, který tak nevytváří vrásku. Má však i mnoho dalších vedlejších benefitů, mezi něž patří i odstranění nadměrného pocení kdekoliv na těle, nejčastěji v podpaží. Účinek botulotoxinu nastupuje obvykle do dvou týdnů a vydrží až 6 měsíců. Pravidelným opakováním zákroku se může prodlužovat délka efektu, a někteří se tak dokonce svůj mračivý zlozvyk mohou odnaučit.

Pixel

Omlazení pleti, odstranění výrůstků, hlubokých vrásek či vypnutí pokožky jedním přístrojem. Zdá se, že není dermatologický problém, pro který by Pixel nebyl vhodný, ba naopak v mnoha případech nepomůže jiná metoda. Jedná se o nejnovější laser pro korektivní dermatologii, který jako první v České republice od letošního roku využívá klinika LaserPlastic. Laserový paprsek přístroje funguje zejména (ale nejenom) na principu ablace, tedy odpařování. Jeho absorpční maximum je totiž ve vodě obsažené v buňkách pokožky. Odpařuje tak postupně jednotlivé vrstvy kůže – zákrok známý pod pojmem skin-resurfacing, který je hojně používaný zejména pro vyhlazení hlubokých vrásek či jizev po akné.

Laser lze použít také pro takzvané mini-invazivní až zcela neinvazivní ošetření. Mezi velmi časté se řadí pigmentové skvrny způsobené opalováním či nepravidelná barva nebo textura kůže.

„Přístroj dokáže velmi rychle, šetrně a precizně ošetřit velké a citlivé plochy, jako třeba krk a hrudník. Hodí se však i na jiné části těla, například při ošetření strií,“ uzavírá primářka.

Kyselina hyaluronová

Kyselina hyaluronová je velmi oblíbená zejména ve formě výplní k modelaci rtů, obličeje, zvýraznění kontur či výplni hlubokých vrásek, ale i k intenzivní hydrataci pleti, krku, dekoltu i rukou.

Na klinice LaserPlastic lze také zakoupit mnoho doplňků stravy s vysokým obsahem kyseliny hyaluronové, které příznivě působí i v jiných oblastech, například na vlasy, nehty či klouby.

Objednat se můžete na

www.laserplastic.cz | 724 860 082
laserplastic@laserplastic.cz

Tým, který má více jak 25 let zkušeností v oboru.

Dlouhodobě spolupracujeme s předními evropskými dodavateli.

Reklamní předměty

Zakázková výroba

Značkové produkty

RD Present, s.r.o.
- Pod Všemi svatými 17
  301 00 Plzeň
- IČ: 08227489
- DIČ: CZ08227489
- info@rdpresent.cz
  +420 373 300 616

ODBORNÍCI NA 3D REKLAMU

A REKLAMNÍ PŘEDMĚTY

S PŮSOBNOSTÍ PO CELÉ ČESKÉ RUPUBLICE

Vzpomeňte si, kolik nevhodných dárků jste dostali a jak málo firemních dárků vám vykouzlilo opravdový úsměv na tváři. Lidé mají představu, že dárek umí koupit přeci každý. Ale je to ten opravdu nejvhodnější? Pro jakou příležitost, komu a proč? To jsou hlavní témata, kterými se profesionálně zabývají firmy z oboru reklamních a dárkových předmětů. Rádi Vám představíme odborníky v 3D reklamě s působností po celé ČR, s více než 25 let zkušeností v oboru, kteří vynikají ve službách pro zákazníky a ve spolehlivosti. Navíc, pokud se ve Vaší společnosti zabýváte otázkou ekologie a šetrnosti k přírodě, tým společnosti RD Present, s.r.o. Vám pomůže i s návrhem vhodného EKO dárku. V ekologických předmětech má ucelenou a přehlednou nabídku, která je dostupná ve formě elektronického katalogu na jejich e-shopu **www.rdpresent.cz** Pokud byste ale měli chuť si jejich reklamní předměty prohlédnout osobně, můžete navštívit jejich kanceláře v Plzni, kde je k dispozici showroom s více než 2 000 ks vzorků.

RD Present má sídlo v západních Čechách. „Sídlo ano, ale naší působností je opravdu celá Česká republika," upřesňuje ***Viera Černá**, jednatelka společnosti.* A tak jsme ji přiměli k rozhovoru.

Jak a z jakého popudu se tato formace odborníků z oboru dala dohromady?

„Společnost RD Present, s.r.o., ryze česká společnost, byla založena společně s mými kolegy Liborem Novákem a Janem Braunem v roce 2019. Dříve jsme byli součástí jedničky na trhu reklamních předmětů v ČR již od roku 1996. Za své hlavní poslání jsme si hned na začátku určili poskytovat kvalitní služby v oboru reklamních a dárkových předmětů pro všechny naše obchodní partnery napříč celou Českou republikou. Základním pilířem byli pro nás vždy naši zaměstnanci a spolupracovníci, stejně tak i spolehliví a ověření dodavatelé z celé Evropy. Díky tomuto spojení tvoříme tým profesionálů s cílem stát se úspěšnou, inovativní a flexibilní společností se společenskou odpovědností. Přestože sledujeme světové trendy, cítíme českou kvalitu a české řemeslo. Podporujeme tuzemskou výrobu, snažíme se propojovat české lokální dodavatele s našimi zákazníky."

Pomáháte marketérům s výběrem firemních reklamních předmětů, nebo musí přijít s jasnou poptávkou?

„Nejdůležitějším článkem celého procesu je spolupráce s našimi klienty, samotný výběr a zacílení dárků. Je nutné si před výběrem zodpovědět otázky: Proč? Komu? Kdy? A jak? S tím klientům rádi pomůžeme. Ale i naopak, pokud mají jasnou představu a specifický požadavek, stačí nám poslat bližší specifikaci a my najdeme vhodné řešení. Také jestliže si potřebují předmět pořádně vyzkoušet, rádi dodáme vzorky. Důrazně dbáme na kvalitu vyřízení všech našich zakázek a vyžadujeme toto i od všech našich dodavatelů."

Jste nějak specializovaní? Jaké je vaše zaměření?

„Máme široký záběr nabídky. Zákazníci u nás najdou reklamní předměty, značkové produkty a můžeme zajistit i zakázkovou výrobu. Na našem e-shopu je více než 50 tisíc produktů, s uvedenými parametry produktu, fotografiemi, skladovou dostupností, výpočtem ceny potisku, s možností tvorby náhledu s vlastním logem. Většinu nabízených produktů si zákazníci mohou osobně prohlédnout v naší vzorkovně v Plzni nebo jim naši obchodní zástupci vzorek osobně odprezentují.

Spolupracujeme také s řadou výrobců značkového zboží, ke kterému jsme schopni vytvořit přidanou hodnotu ve formě brandování nebo dárkového balení. Jedná se například o značky: Tescoma, Husky, Victorinox, Adidas nebo Bohemia Sekt.

Inspirace nám rozhodně nechybí. Každoročně navštěvujeme největší zahraniční veletrhy s reklamními předměty. Díky tomu Vám dokážeme připravit dárek šitý na míru, ve vlastních barvách a designu již od malých sérií.

V průběhu každého roku vydáváme několik katalogů zaměřených na standardní kolekci, luxusní a EKO kolekci, kalendáře a diáře a také vánoční katalog s nabídkou vánočních produktů. Při tvorbě letošního vánočního katalogu jsme šli ještě dál než v minulých letech a přidali více než 20 stran doslova nabitých velmi zajímavou vánoční nabídkou. Zaměřujeme se v něm na lokální české dodavatele: čokoládovny, lokální včelaře, výrobce svíček, džemů a sirupů. Nebo máte chuť spíše na něco exotického? Třeba luxusní pepř z Kambodži nebo pyré z korejského ovoce YUZU, které má 3x více vitamínu C než citron, ze kterého si můžete připravit jak teplý čaj, tak osvěžující limonádu? Opravdu se máte na co těšit."

Kromě dodávek předmětů z katalogů nabízíte i další služby klientům?

„Samozřejmě služby kolem potisku reklamních předmětů jsou zahrnuty v naší péči o zákazníka.

Nabízíme více než 10 potiskových technologií. Rádi doporučíme vhodnou aplikaci každého loga, sloganu či motivu. Také dárkové balení a kompletace je součástí našich zakázek. Originální a promyšlené dárkové balení dodá klasickým předmětům punc výjimečnosti. Klientům připravujeme vždy kompletní nabídku dle individuálních požadavků. Zbavíme je starostí komu-co-kdy a jak darovat, jak se prezentovat či zviditelnit. Dlouhodobě spolupracujeme rovněž s partnery, se kterými umíme zprostředkovat možnost čerpání náhradního plnění. Sledujeme světové trendy, přispíváme ke vzdělávání veřejnosti v rámci tohoto oboru díky seminářům, spolupracuje se studenty a textům v odborných článcích."

Zmínila jste Vaši angažovanost ve vzdělávání a neustálé posilování vaší odbornosti. Jste také členy nějaké asociace?

„Jsme členy organizace POPAI CENTRAL EUROPE, která je středoevropskou pobočkou světové asociace POPAI. Reprezentuje obor marketingu v místech prodeje (marketing at-retail) a pracuje pro profesionály, kterých se tento obor týká. Z mého pohledu je členství pro firmy velmi přínosné, protože díky seminářům, soutěžím a setkáním, které organizace POPAI pořádá, se můžete setkat, pohovořit či navázat spolupráci s ostatními odborníky z oboru, kteří jsou všichni na jednom místě. Troufám si tvrdit, že to se Vám jinde jen tak nestane."

Dnes i v oboru reklamních předmětů hrají prim poptávky s důrazem na udržitelnost. Jak jste se vyrovnali s tímto trendem?

„Udržitelnost je bezesporu pro naši planetu zásadní otázkou, protože zdroje Země jsou omezené a dopad lidských činností na životní prostředí je stále zřetelnější. Proto i my usilujeme o udržitelnost spoluprací s dodavateli, kteří se zaměřují na snižování množství odpadu a emisí uhlíku, podporují obnovitelné zdroje a investují do udržitelného rozvoje.

V poslední době se v oblasti dárkových předmětů stávají stále populárnější EKO předměty, které jsou vyráběny z přírodních materiálů a jsou šetrné k životnímu prostředí. Tyto dárky zahrnují například recyklované papíry, bavlnu, plasty a bambusové předměty.

Na našem e-shopu www.rdpresent.cz najdete několik stovek produktů, které jsou vyrobeny z recyklovaných nebo recyklovatelných materiálů, kde jsou u vybraných výrobků vyznačeny informace ohledně uhlíkové stopy, úspoře vody či množství recyklované bavlny."

Na závěr bych ráda dodala:
„Buďte hrdi na svou značku."

Viera Černá,
jednatelka
společnosti
RD Present

PROČ MY?

Jsme více než 25 let na trhu
Jsme ryze česká společnost, s bohatými zkušenostmi, které následně úročíme a promítáme do nových řešení, tak, abychom splňovali neustále se zvyšující požadavky na trhu.

S originálními předměty máme úspěch
To dokazují i ocenění ze soutěže POPAI AWARD, které se každoročně úspěšně účastníme.

POPAI PART OF THE shopr GLOBAL NETWORK CENTRAL EUROPE
POPAI AWARDS · HVĚZDA 3D REKLAMY · POPAI STUDENT AWARD

Pomůžeme Vám
Máte specifický požadavek? Stačí nám zaslat bližší specifikaci a my najdeme vhodné řešení.

RD Present, s.r.o.
- Pod Všemi svatými 17
  301 00 Plzeň
- IČ: 08227489
- DIČ: CZ08227489
- info@rdpresent.cz
  +420 373 300 616

E-shop pro korporátní zakazníky
www.rdpresent.cz

Inovativní pohled na český křišťál

Preciosa
slaví 75 let kreativity a řemeslné dokonalosti

Svět skla se nám představuje v mnoha podobách a česká jablonecká značka Preciosa je jeho významnou součástí. Již po dobu více než tří čtvrtin století zde vytváří mistři sklářského umění doslova klenoty z tohoto křehkého materiálu. Jedná se o broušené kameny, svítidla, šperky, dekorace, perličky, trofeje nebo vinné zátky. Ať už jde o klasiku nebo moderní trendy, v Preciose umí sklo proměnit ve skutečná umělecká díla. Důraz je více a více kladen na inovace a udržitelnost výroby.

Broušené kameny v barvě Mesmera jsou krásným příkladem spojení tradice s inovací. Jejich nezaměnitelný efekt spočívá v tom, že pod umělým světlem září zelenou barvou, zatímco přirozené světlo je promění ve fialovou. Vznik této zářivé kombinace byl možný díky

Design
Ocean
Preciosa

Design
Ocean
Preciosa

unikátnímu složení s využitím recyklovaného odpadu z elektromotorů. Produkt vzešel ze spolupráce s Akademií věd ČR. Na světě dosud nikdo jiný něco podobného neudělal.

Ve výrobních procesech Preciosy je stále podstatná kvalitní ruční práce. Jablonečtí skláři si předávají své řemeslo z generace na generaci. Jejich zručnost a znalosti se promítají do každého výrobku. Kolekce ručně mačkaných křišťálových kamenů ukazuje, jakým způsobem mohou vznikat originální designy šperků s výraznými tvary. Tento proces, využívající staletí stejnou technologii, zahrnuje mačkání kamene v kleštích nad ohněm, přidání tenkého plátku stříbra pro dodatečný třpyt a následné ruční broušení a zpracování finální podoby šperku.

Kolekce šperků z Preciosy nabízí výrazné designy prstenů, náhrdelníků a náušnic, které nejen odpovídají aktuálním trendům v bižuterii a šperkařství, ale také prezentují mistrovství ruční práce a preciznost designérů a sklářů. Pokud se chcete těšit z krásy českého skla, můžete si kolekci šperků Preciosa zakoupit prostřednictvím e-shopu na **www.preciosa-eshop.com** nebo osobně ve specializovaných prodejnách Preciosa Quadrio na Národní třídě a Preciosa Flagship Store v Rytířské ulici, v Praze.

Ukázka ruční výroby křišťálových kamenů Preciosa

Botanicus,
česká přírodní kosmetika s tradicí

HORTUS
The World of botanicus is The World of Plants
& APOTHICUS

Vždy je ten správný čas na to začít pečovat nejen o svou mysl, ale také o své tělo. Pravidelnou a důkladnou péči potřebuje pleť i pokožka celého těla. Základem pro zdravou a hydratovanou pokožku je volba správných přípravků. Používání kvalitní kosmetiky je ten nejlepší způsob, jak udržet pokožku svěží a vláčnou.

Poznejte přírodní kosmetiku české značky Botanicus, která od počátku usiluje o spojení tří základních principů: ekologického pěstování kvalitních surovin, jejich následného zpracování a prodeje výrobků. Pěstování rostlin a bylin je základem extraktů, které z čerstvých bylin vyrábí. Takto schválený materiál používá jako surovinu do kosmetických i potravinářských výrobků. Vybírat můžete nejen z široké nabídky kosmetických produktových řad a výrobků péče o tělo, ale také z nabídky bio potravin.

Vybíráte dárek pro své blízké či přátele?

V obchodech Botanicus v Praze Ungeltu, Ostré, Českém Krumlově a Karlových Varech vás rádi uvítají. Vždy vám rádi poradí s výběrem vhodných produktů a zároveň připraví balíček přímo na míru. Vybírat můžete také online prostřednictvím jejich e-shopu na **www.botanicus.cz**. Rádi byste obdarovali své obchodní partnery či zaměstnance, stačí napsat na **botanicus@botanicus.cz** a dostanete individuální nabídku.

Nevíte si rady s výběrem? Zde je malá inspirace

Potřebujete ochranu pro Vaši pokožku? Sáhněte po některém výrobku z řady bambucké máslo, které má díky svému obsahu nasycených a nenasycených mastných kyselin, minerálů, vitamínu E a provitamínu A nezastupitelné kosmetické vlastnosti. **Bambucké máslo s kukui** a rakytníkem obsahuje účinné ochranné a hydratační přísady, které společně působí na pokožku. Olej z kukui zajišťuje proniknutí do hlubších vrstev a změkčuje suchou pokožku. Olej z rakytníku a pupalky dvouleté obsahuje účinné látky pro stárnoucí pokožku a je bohatý na vitamín A a E, výživné látky a karoten. Tyto látky jsou přirozeným antioxidantem. Lze používat denně jako jemnou ochranu pokožky.

Nejen pokožka potřebuje kvalitní kosmetiku. Skvělou volbou může být některý z Botanicus šamponů, které neobsahují SLS a SLES. **Speciální šampon s levandulí** vhodný pro každodenní použití na normální a mastné vlasy. Obsahuje zklidňující extrakt z květů Levandule lékařské a čistící esenciální oleje lavandin a cypřišek. **Jemný šampon s esenciálním olejem růže** pro všechny typy vlasů. Obohacen extrakty z čerstvé ekologicky pěstované šruchy, salátu a přesličky. Podporuje růst vlasů a je vhodný pro zvětšení objemu a pružnosti vlasů. Přirozená vůně je docílena obsahem čistého růžového oleje a směsí čistících esenciálních olejů.

V neposlední řadě nejen pro muže vhodný **Speciální šampon s pivem a chmelem** vhodný pro normální a zesláblé vlasy tmavších odstínů. Obsahuje pivo a pro posilující účinky také extrakty z chmele, vrby a vlašského ořechu.

Máte-li rádi nejen přírodní kosmetiku, ale také zážitky a výlety s rodinou?

Vyrazte do **Centra řemesel a bylinných zahrad Botanicus** nedaleko Prahy v Ostré u Lysé nad Labem. S dětmi si můžete vyzkoušet starobylá řemesla a užít si hezký den v dobové vesničce s přilehlými bylinnými zahradami. Od jara do podzimu zde budete vždy vítanými hosty.

Více informací o centru řemesel a zahradách naleznete na webových stránkách **www.botanicus.cz**.

Technika koláže součástí nové korporátní identity **Koresu**

Společnost Kores, rakouská rodinná firma s dlouholetou tradicí, působí na celosvětovém trhu již 136 let a patří mezi významné značky školních i kancelářských potřeb ve více než 80 zemích světa.
Již po 30 let udává směr a přináší nové impulsy i českým zákazníkům v oblasti ručního psaní, kreslení a kancelářské práce. Za svou práci značka získala již podeváté ocenění SUPERBRAND českého trhu.

Kores ve dvou výrobních závodech, v jihočeském Strmilově a v mexickém Mexico City, vyrábí produkty, které spotřebitele podporují v kreativitě a realizaci jejich nápadů. Na trh dodává přes 500 produktů ve dvanácti produktových kategoriích, a to jak pro malé děti, které teprve zkoušejí malovat, tak pro manažery v pracovním prostředí s papírem a tužkou.

Firma Kores vyznává tradiční hodnoty a klade důraz na kvalitu, ale také reaguje na požadavky moderní doby a nebojí se změn. Jejím cílem je podporovat veřejnost v neomezeném kreativním myšlení, proto letos přichází s novými obaly svých produktů, které vypráví příběhy ze světa vesmíru, přírody a historie. Ke spotřebitelům budou promlouvat samotné produkty a také jejich obaly. Grafika a obsah nových obalů bude inspirovat nejen ty, kdo s produkty pracují, ale každého, kdo je jenom uvidí. Tato ambice se projeví napříč firmou a její komunikací, která bude nevšední, podnětná, vtipná, šokující a odlišná od konkurence.

Nové obaly jsou vysoce kvalitní a ekologické, s výraznými prvky značky Kores a jednotnou prezentací klíčových produktových benefitů. Zároveň má obal každého produktu svůj motiv a vypráví svůj kreativní příběh prostřednictvím koláže. Koláž je výtvarná technika, při které se na zvolený podklad lepí jiný materiál, většinou vystřižený nebo vytržený, v záměrně neobvyklých souvislostech a s novým významem. Kores pastelky, fixy, vodové barvy nebo voskovky s koláží tak vypráví příběhy a budí pozornost, vyvolávají emoce, inspirují kreativní duši.

Obaly Kores s originálními kolážemi, které charakterizují každý produkt, se objeví nejprve v kategorii tvoření (pastelky, plastelíny, vodovky, tempery i prstové barvy), ale kolážový koncept se postupně promítne i do ostatních produktových kategorií včetně kancelářských potřeb. Česká republika je první z 80 zemí, kde společnost Kores představí svou novou komunikační a vizuální strategii, která se celá ponese v duchu koláží – zákazník se s nimi bude potkávat v médiích, v místech distribuce, na akcích.

Nástroj pro komunikaci a podporu prodeje v období nového školního roku

Nástrojem pro komunikaci nové komunikační a vizuální strategie společnosti Kores je mimo jiné i spotřebitelská výtvarná soutěž, jejíž princip je postavený právě na koláži. Zákazníci tvoří vlastní příběh s Kores kolážovou mapou – k dispozici je delfín z vodovek, pejsek z voskovek, bobřík jako maskot z řady Jumbo produktů a další hrdinové z obalů Kores, s nimiž vytváří svoji soutěžní koláž. Cílem soutěže je podpora kreativity, motoriky a fantazie dětí, vzdělávání, trávení společného času rodin a týmové práce skupin, představení nových obalů a inspirace od Kores.

Zákazník si vyzvedne v partnerském obchodě hrací Kores kolážovou mapu, případně si ji stáhne na kores.cz. Z této mapy vystřihne hrdiny koláží, kteří jsou jinak vyobrazeni na obalech produktů, a nalepí je technikou koláže na samostatný papír. Úkolem je vymyslet vlastní příběh pro jednoho i více zvolených Kores hrdinů a přenést ho na papír.

Tvořit může dítě nebo dospělí jednotlivec či skupina, například třída ve škole nebo celá rodina. Další podmínkou je zakomponovat do soutěžní koláže jeden EAN kód vystřižený z obalu produktu Kores, použitého při tvorbě koláže. V případě skupiny musí být těchto EAN kódů osm. Odměněno bude 300 nejkrásnějších koláží od jednotlivců či skupin, které v prosinci vybere pětičlenná porota. Soutěž trvá do 30.11. 2023.

Umělecký dohled nad soutěží převzala Monika Švec Sybolová, kurátorka Národní galerie v Praze. Hlavním partnerem soutěže je Národní muzeum v Praze.

Filozofie výroby

Kores chce přinášet svým zákazníkům, společnosti i komunitám více produktů s vyšší přidanou hodnotou a současně dbát na snížení ekologické stopy. V rámci každé produktové inovace promítá do výroby myšlenku udržitelnosti životního prostředí. Proto vyrábí ekologicky rozložitelné a zároveň zdravotně nezávadné výrobky.

Lepicí tyčinky, jediné lepicí tyčinky na českém trhu české výroby, se kterými Kores pokrývá 70 % trhu, jsou minimálně ze 60 % vyrobené z obnovitelných zdrojů. Nové ECO TYČINKY mají 95 % lepicí hmoty z přírodních materiálů a 85 % použitého obalu je z recyklovaných plastů.

Kores tužky a pastelky jsou vyrobené z vysoce kvalitního dřeva, které je těžené mimo deštné pralesy. Řada pastelek Kolores získala oprávnění k užití certifikace FSC®. Logo FSC® uvedené na výrobku znamená, že svým nákupem zákazník podporuje lesní hospodářství šetrné k přírodě a lidem.

V průběhu výroby se společnost Kores vedle kvality, spolehlivosti a použitelnosti vyrobených produktů zaměřuje také na optimalizaci výrobních procesů podle mezinárodních ekologických norem. Pro výrobní závod ve Strmilově již po několikáté obhájila certifikaci ISO 9001 a ISO 14001. Tím prokazuje nastavení vysokých výrobních standardů kvality, bezpečnosti a procesů uplatněných v souladu s ochranou životního prostředí.

Přírodě vstříc!

Není všechno tak, jak bývalo. Výrobci obalů se v době postcovidové dostávají k novým požadavkům svých zákazníků, kdy i oni musejí reagovat na rozmanité inovační procesy panující na trhu. Trh se mění a ke slovu se hlásí nové subjekty a velmi úspěšné start-upy. Změn tak není málo a jedním z dlouhodobých trendů je návrat k přírodním materiálům.

Achilles CZ s.r.o. je významným výrobcem luxusní potahované kartonáže, jenž v dubnu příštího roku oslaví již 30. výročí svého působení v rámci České republiky. Za tu dobu vytvořil řádově statisíce obalových produktů pro nejrozmanitější odvětví průmyslu, pro oblasti služeb, nakladatelský trh, řemeslné výrobce, pro výrobce luxusních alkoholů a v neposlední řadě i obalů pro nepřímý styk s potravinami a nápoji.

Každé léto jednou skončí, a když sluneční paprsky zeslábnou, tak nastává čas na uvažování nad vánočními dárky jak v rodinách, tak i ve firmách. Zkušení firemní marketéři ovšem vědí, že ta správná rozhodnutí ohledně vánočních dárků začínají již ve druhém čtvrtletí každého roku. Je tak dostatek času na inovace a současně bezproblémovou výrobu bez stresů a komplikací s termíny dodání na poslední chvíli.

Tato myšlenka převedená do praxe je standardem pro práci obalářů v Achillesu. Svým dlouholetým zákazníkům a stejně tak i nově příchozím nabízejí standardní zákaznický servis v podobě vzorkování jejich budoucích produktů a převedení představ do podoby budoucích luxusních produktů.

Na startovní čáře letošního léta, v průběhu června, uspořádalo vedení společnosti Achilles CZ s.r.o. letošní první akci s názvem Bez obalu o obalu, a to zejména s důrazem na individuální potřeby především nových potenciálních zákazníků. Cílem více než tříhodinové diskuse a s konkrétními ukázkami hotových produktů byl návrat k přírodním materiálům ve formě probarvených papírů s příměsemi a zejména bez výrazného použití laminace. Přechod k přírodě v obalovém kontextu, tak umožňuje některým výrobcům ještě více podtrhnout složení a samu podstatu některých produktů. Namátkově jmenujme například přírodní kosmetiku v nepřeberném množství.

Druhá akce tohoto druhu opět s názvem Bez obalu o obalu 2 se bude konat v průběhu listopadu tohoto roku. V případě zájmu zašlete svůj e-mail na obchod@achilles.cz s uvedením názvu své firmy a předmětem podnikání.

Vraťme se však k adventnímu času a firemním dárkům. Achilles CZ s.r.o. nabízí škálu možností při výrobě skutečně luxusních produktů ve formě adventních kalendářů pro firemní účely. Zde se nabízejí mnohá řešení formou krabic, vícedílných krabic, magnetboxů či spektakulárních řešení včetně nasvícení a umístění zvukových karet.

Propojením přírodních materiálů, jež jsou nadále recyklovatelné, omezením plastových či pěnových výplní a zavedení lepidel na přírodní bázi tak packaging rozhodnou měrou přispívá k nutnému ozdravění našeho životního prostředí. Bez obalu nám o to všem i při výrobě krásných obalů v Achilles CZ s.r.o. jde především.

www.achilles.cz | obchod@achilles.cz

Gebrüder Weiss:
Od transalpské kurýrní služby po moderní logistickou společnost

Gebrüder Weiss se jako nejstarší přepravní společnost světa, která dodnes zůstala v majetku rodiny zakladatelů, transformovala v průběhu staletí od kurýrní služby přes globální logistickou společnost až po průkopníka alternativních pohonů. Podnik funguje víc než 500 let a s důležitými historickými milníky, které svět logistiky několikrát od základů proměnily, se vypořádal prostřednictvím neustálého rozvoje, vizionářství a implementace nových technologií.

V České republice působí logistická společnost Gebrüder Weiss už 31 let a za tu dobu zde vybudovala celé spektrum služeb. Mezi ty hlavní patří pozemní, letecká a námořní přeprava, skladová logistika a komplexní logistická řešení připravená na míru zákazníkovi.

Firma si během své historie udržela charakter rodinného podniku, ve kterém jsou mezilidské vztahy stejně důležité jako profesionální pracovní výkon a efektivita. Mezi základní firemní hodnoty patří nezávislost, udržitelnost, závazek a dokonalé služby.

Gebrüder Weiss staví na svých dlouholetých zkušenostech, zároveň také pružně reaguje na požadavky trhu a aktivně vyhledává nové trendy a inovace. Velký důraz klade na zavádění nejmodernějších ekologických systémů, protože udržitelnost považuje za jednu ze základních hodnot.

Cílem společnosti je být do roku 2030 uhlíkově neutrální. Intenzivně se proto zaměřuje na testování a využívání alternativních pohonů. Ve vozovém parku Gebrüder Weiss tak najdete nejen nákladní vozy na LPG nebo nákladní elektromobily a elektrokola, ale také nákladní vůz na vodíkový pohon, který společnost v září 2022 představila také v Praze při pilotních rozvážkách zboží a opětovně v červnu 2023 s ním otestovala jednu z prvních veřejných vodíkových čerpacích stanic na pražském Barrandově.

Dalším krokem k udržitelné budoucnosti je postupná instalace fotovoltaických panelů na střechy logistických terminálů Gebrüder Weiss, jež slouží nejen k pokrytí části spotřeby elektřiny vlastních center, ale také pro dobíjení elektrovozidel. Ještě letos proběhne instalace fotovoltaických článků v Jenči u Prahy a také v Syrovicích u Brna.

K řadě benefitů, které Gebrüder Weiss nabízí svým zákazníkům, patří hustá síť poboček po celém světě, do kterých společnost dál průběžně investuje s cílem neustále modernizovat a zkvalitňovat služby. Důsledné provozování poboček na vlastních pozemcích Gebrüder Weiss navíc zajišťuje vysokou míru nezávislosti na bankách a dalších institucích, což této logistické společnosti umožňuje, aby si sama určovala směr a rychlost svého rozvoje do budoucna.

www.gw-world.com

Strávíte denně více jak 3 hodiny před obrazovkou počítače?

Věděli jste, že 70 % lidí pracujících u počítače v současné době trpí nějakou formou digitální oční zátěže? 70 % dospělých pociťuje digitální únavu očí v důsledku stále častějšího používání digitálních zařízení. Elektronická zařízení, která dnes používáme, mají obrazovky podsvícené LED diodami pro zvýšení jasu a jasnosti. Tyto digitální obrazovky vyzařují silné HEV modré světelné vlny. Mobilní telefony, počítače a tablety jsou vybaveny technologií HEV světla zajišťující osvětlení. Vzhledem k tomu, že používání těchto zařízení je široce rozšířené a stále roste, jsme vystaveni stále většímu množství zdrojů modrého světla po delší dobu.

Zírání na digitální zařízení, jako jsou počítače, tablety a mobilní telefony, je hlavní příčinou digitální oční zátěže neboli syndromu počítačového vidění a dalších problémů souvisejících s očima.

Digitální oční zátěž, neboli syndrom počítačového vidění, může způsobovat příznaky, jako jsou suché oči, rozmazané vidění, zrakový stres, únava očí a bolesti hlavy. Nemluvě o účincích modrého světla, které může způsobit nespavost, šedý zákal a věkem podmíněnou makulární degeneraci.

Digitální zařízení vyzařují škodlivé umělé modré světlo, které narušuje produkci melatoninu a cirkadiánní rytmus, jinak řečeno přirozený spánkový cyklus těla.

Řešením je GUNNAR – patentovaná technologie čoček

Čočky GUNNAR jsou pečlivě vyvinuty tak, aby filtrovaly a vyvažovaly světlo a zároveň absorbovaly 65 % (vysokofrekvenčního) modrého světla vyzařovaného z digitálních zařízení. Díky tomu, že tyto čočky jsou navrženy tak, aby posouvaly barevné spektrum pro zrakovou účinnost, přijímají jantarové čočky GUNNAR umělé světlo a přesně ho vyladňují podle fyziologie oka.

GUNNAR brýle proti modrému světlu řeší všechny krátkodobé i dlouhodobé vedlejší účinky digitální zátěže očí, včetně bolestí hlavy, suchých očí, rozmazaného vidění, oslnění, negativních účinků umělého modrého světla, únavy očí a únavy. Výsledkem je pak lepší jasnost, soustředění a výkonnost.

Chcete udělat něco pro ochranu svého zraku? Navštivte stránku

Přečtěte si více o problematice škodlivého modrého světla, které vyzařují obrazovky. Vyberte si ze stovky designů z nabídky kancelářských, herních, slunečních a dioptrických brýlí s filtrem proti škodlivému modrému světlu obrazovek. Kontaktujte prodejní tým, který Vám poradí s výběrem bez ohledu na to, zda kupujete kusovku pro sebe nebo desítky, stovky kusů pro svojie zaměstnance nebo klienty.

Distributorem brýlí Gunnar pro ČR a SR je 100Mega Distribution s.r.o., ryze český IT distributor s více než 25 lety zkušeností na trhu.

GUNNAR

jsou patentované kancelářské, herní, počítačové brýle doporučené lékaři, které chrání a zlepšují váš zrak.

www.gunnar.cz

is produkce

znovu probouzí filmovou tvorbu na legendárním „zlínském kopci snů“

Zlínská společnost IS Produkce, která se věnuje filmové produkci i reklamní tvorbě, změnila vloni po patnácti letech svou adresu a z centra Zlína se přestěhovala na Kudlov. Nově působí v areálu filmových ateliérů, které vznikly ve 30. letech minulého století k natáčení reklamních filmů společnosti Baťa. Kruh se tak pomyslně uzavírá a Martin Gazda, majitel IS Produkce, je na cestě ke splnění jednoho ze svých životních snů – oživit filmovou tvorbu ve zlínském kraji a přivést do regionu velké tuzemské i zahraniční produkce.

Vraťme se ale do roku 2008, kdy Martin Gazda v podstatě z ničeho, jen s velkým nadšením, položil základy dnešní IS Produkce. Tehdy by zřejmě sám nevěřil, že se jeho malá firma, specializující se na natáčení rozhlasových spotů, vypracuje v renomovanou reklamní a filmovou produkci, která je dnes největší mimopražskou ve svém oboru. Deset let režíroval rozhlasové a menší televizní spoty a postupně se přesunul do křesla producentského. Obklopil se lidmi, kteří to umí líp, a sám teď už jen chod věcí organizuje.

IS Produkce dnes dává práci 40 odborníkům z branže a dávno už netočí jen audio, ale tvoří především TV spoty a prezentační filmy pro reklamní agentury a i přímo pro velké české i světové zadavatele, a to kompletně na klíč – od kreativních konceptů, přes scénáře, storyboardy a animatiky. Specializuje se také na vizuální efekty, 2D a 3D animace, virtuální realitu (VR i AR) a natáčí 3D 360 videa. Mezi její největší klienty tak patří např. Česká národní Banka, Green-Swan Pharmaceuticals, Hornbach, Penny, Blue Style, Asko, Climax, Barum Continental nebo také kosmetický gigant Notino.

Pro Martina Gazdu je právě reklama formát, který ho baví ze všeho nejvíc. Možná proto, že vždycky na všechno v životě spěchal, někdy i bez rozmyslu. A v reklamě vznikají věci rychle. Od začátku natáčení až po promítání v televizi uplynou třeba jen dva měsíce. U filmu nebo u hudby je to jinak. Ostatně o tom už dnes taky ví své. Nadchla ho totiž i tvorba celovečerních filmů. A dnes jich má IS Produkce na svém kontě už jedenáct. Jako koproducent uvedl do kin řadu úspěšných snímků, jako například Můj příběh (2020), Smečka (2020), valašskou pohádku Největší dar (2022) nebo třeba Úsměvy smutných mužů, který v roce 2019 získal diváckou cenu Český lev.

Volné pokračování posledního jmenovaného, film Dvě slova jako klíč, opět podle knižní předlohy Josefa Formánka, vstoupil do kin teprve před pár týdny. Na jeho premiéru si ale šťáb i diváci museli pěkných pár let počkat. Natáčelo se totiž v období covidu na řadě lokací po celém světě - od České republiky, přes Japonsko, Indonésii, Indii, Nepál, Dánsko až po New York nebo Paříž. Svým příběhem dokázal scénář strhnout takové osobnosti, jako je francouzská legenda Pierre Richard, polská hvězda Daniel Olbrychski, slovenská herečka Jana Nagyová, český herec Jaroslav Dušek nebo japonský Gen Seto. Ale čekání na výsledek a jejich herecké výkony se rozhodně vyplatilo.

IS Produkci ovšem není lhostejný ani osud nastupující filmařské generace. Dlouhodobě spolupracuje s Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně, jejíž studenty z Fakulty multimediálních komunikací podporuje pravidelně při jejich tvorbě ať už finančně či zápůjčkou filmové techniky. Martin Gazda si totiž moc dobře uvědomuje, že i spolupráce s mladými nadějnými filmaři může být cestou k návratu filmového průmyslu zpět do Zlína, na zlínský kopec snů, kde se film ve Zlíně roky dělal...

Kontakt: martin@isprodukce.cz, 603 829 166

READY TO DRINK

aperitivo ITALIANO
CIAO SPRITZ®

the oldest Italian aperitif

Novinka, která by neměla zůstat utajena těm, kteří milují kvalitní nápoje. Originální, osvěžující a lahodný drink Ciao Spritz je vyroben podle původní receptury z hroznů odrůdy Glera doplněné přírodními bylinnými aromaty. Díky složení z nejkvalitnějších přísad tento stoprocentně italský aperitiv rozvine ihned po otevření dokonalou a plnou hořkosladkou chuť, kterou můžete umocnit několika kostkami ledu, plátkem pomeranče nebo olivou.

Hledáme nové franchisové partnery.
Více na info@ciaospritz.cz
www.ciaospritz.cz

obsah alkoholu: 6,8 %
balení: 0,2l
0,75l
20l KeyKeg a polykeg

Dark Kitchen přináší na pražský trh kancelářského občerstvení nový produkt

Dark Kitchen je inovativní cateringový koncept, který nabízí esteticky krásné a chutné jednohubky v designovém a ekologicky odpovědném balení. Bez nutnosti nádobí či obsluhy. Bez minimální objednávky a s doručením do 48 hodin. Služba se zaměřuje na rozvíjející se segment kancelářského občerstvení a tak své produkty dodává zejména pro různá firemní jednání, školení, snídaně či oslavy. Své místo ale má i na akcích, kde organizátor nechce nebo nemůže poptat standardní cateringové služby, ať už z důvodu chybějícího zázemí či ceny návazných služeb.

Značka Dark Kitchen patří do skupiny Spojujeme, která již má na poli gastro a eventových služeb mnohaleté zkušenosti. „Z pozice zadavatele občerstvení jsme na trhu nenašli produkt, který by nám vyhovoval, tak jsme ho na trh uvedli sami," říká Věra Noviková, CEO skupiny Spojujeme. Začátkem roku 2022 tak vznikl koncept reprezentativních jednohubek přímo designovaných pro jednoduché použití v kancelářském prostředí.

Jako nejnáročnější se ukázal požadavek na konzistenci jednohubek tak, aby se bez problémů vyndávaly z krabice, lehce se s nimi manipulovalo a nezůstávaly po nich špinavé ruce, košile či dokumenty rozložené na stole. Jednohubky zároveň musely výborně chutnat a krásně vypadat. Dark Kitchen tak nenabízí pouze jídlo, ale komplexní službu, která zlepšuje zapojení a produktivitu kolegů, vytváří bezkonkurenční podmínky pro nejúspěšnější obchodní jednání a v neposlední řadě šetří čas office manažerů.

Hlavními prémiovými produkty jsou kanapky a croissanty z vlastní pekárny. K dispozici je ale i nabídka určená pro kávové přestávky, snídaně a rychlé pracovní obědy. Prozatím se Dark Kitchen plně soustřeďuje na své krabičky, výhledově však plánuje své portfolio rozšířit i o klasické cateringové služby. Ty aktuálně zaštiťuje sesterský Catering Spojujeme, avšak pouze pro potřeby vlastních eventových podniků skupiny Spojujeme.

Produkt jako takový však není jediným unikátem, se kterým Dark Kitchen přichází. Jako první čistě cateringová společnost v Praze bude mít i svůj show room na Vinohradech, který se momentálně rekonstruuje a otevře na podzim. V průběhu celého dne zde budete moct jednohubky z denní nabídky ochutnat či si je rovnou zakoupit s sebou.

Show room je zároveň koncipován i jako bistro pro veřejnost. Zajít si sem tak budete moct na snídani, rychlý oběd či posedět při skleničce vína z rozsáhlé vinotéky. Provozovna bude navíc disponovat vlastní pekárnou se zaměřením na viennoiseries (pečivo typu croissants), což je v Praze pořád ještě spíše rarita. Kvalitních pekáren sice najdete hodně, pekáren, které by si pekly vlastní croissanty a ne je pouze rozpékaly ze zmrazeného polotovaru, je však jako šafránu.

Tiskař Otta pro Vás tiskne téměř čtvrt století

Ottova tiskárna se věnuje polygrafii od června roku 1999, a tak letos započala již 25. rok své existence. Tiskařské řemeslo mají v Ottovce rádi a dělají ho poctivě a s láskou. K tomu nezbytně potřebují tým nadšených pracovitých profesionálů, a přesně takový mají. Zároveň tvoří také partu báječných přátelských a milých lidí, kteří jsou bezpochyby podstatou úspěšného fungování celé firmy.

Původně Ottova tiskárna začínala s jedním čtyřbarevným ofsetovým strojem v pražských Holešovicích. Tehdy společnost vlastnili tři spolumajitelé, kteří měli každý s polygrafií již své zkušenosti. Za nedlouho přibyl do Ottovky druhý ofsetový dvoubarevný stroj a vybudovala se i nezbytná knihárna. Po úspěšném nastartování a v době plného rozkvětu, přesněji v roce 2002, zasáhly tiskárnu ničivé povodně a všechno začínalo znovu, v podstatě od nuly. Odhodlání majitelů, píle a profesionalita celého týmu, věrní zákazníci a určitě i ekonomicky příznivá doba zajistila Ottovce velmi rychle návrat zpět na výslunní polygrafického trhu. V té době již nabízeli mimo tisku samotného i knihařské zpracování zakázek a jejich distribuci po celé ČR. Následně pak přibylo grafické oddělení, technologická modernizace v podobě prvního CTP a celkově třetí čtyřbarevný ofsetový stroj. Díky opakovaným povodním se provozovna v létě roku 2013 přesunula od břehu Vltavy do bezpečí pražských Malešic, kde ve velkém průmyslovém areálu VK Park sídlí dodnes. Se stěhováním nastaly v Ottovce i další velké

změny. Instaloval se první digitální stroj a rozšířily se tak služby o malonákladový tisk. Později zde vybudovali výsekové centrum pro tvarový výsek a začali vyrábět i samotné výsekové formy. Nejprve ručně a později s pomocí laseru.

O dva roky později, zejména díky obrovskému propadu poptávky na polygrafickém trhu, Ottovka rozšířila své služby o výrobu jedinečných papírových tašek. Tento segment výroby se tehdy stal a stále je pro tiskárnu důležitým pilířem.

Vyrobíme z papíru vaše tašky na míru...

Tašky se v Ottovce vyrábí pod jednou střechou od A do Z, z bílého archu papíru a opravdu na míru zákazníkovi. Jeden potřebuje tašku na lahev, druhý na dokumenty, jiný zákazník do ní chce vložit luxusní župan, další kosmetiku, a tak občas vyrábí i vskutku speciální tašky. Záleží na účelu, hmotnosti obsahu i finančním budgetu klienta. Grafickému zpracování se v podstatě meze nekladou a potisk může být jak ze všech vnějších stran, tak i uvnitř tašky. Vnitřní potisk dodává tašce luxusní a zajímavý vzhled. Pevnost tašky zajistí povrchová úprava papíru, tzv. laminace. Laminací zde nabízí několik druhů. Barvy rozjasní lesklé lamino, matné lamino naopak barvy příjemně zatáhne a působí decentně. Nečekaně příjemný dojem při dotyku zajistí na tašce sametové lamino a pro časté opakované použití lze ideálně zvolit lamino nepoškrabatelné. Luxusnější vzhled, oproti textilní šňůrce, dodají taškám ucha vyrobená z atlasové stuhy. Pokud tedy sníte o jedinečných reklamních papírových taškách, určitě se zastavte v Ottovce. Nedostanete zde potištěné papírové pytlíky, nýbrž poctivě vyrobené kvalitní papírové tašky.

Na Rapidce je radost tisknout!

Raketový posun nastal v Ottovce počátkem letošního roku nákupem nejmodernějšího ofsetového stroje KBA v Praze. Rapida 75 Pro je výrazně rychlejší, sofistikovanější a kvalita tisku je díky tomuto pětibarevnému stroji prvotřídní. Pohodlné je automatické dobarvování denzitometrem a celkově větší automatizace obsluhy stroje umožňuje tiskařům zvládnutí výroby vyšších objemů tisku. A tiskaři samotní říkají, že na Rapidce je zkrátka radost tisknout! Je na ni stoprocentní spoleh a práce je tak jednak příjemnější, a především efektivnější. Jeden tento „nový“ stroj má ještě o polovinu vyšší produkci, než měly oba předchozí tiskové stroje v Ottovce dohromady. Navíc má Rapida 75 Pro větší tiskový formát, díky kterému se produktová nabídka rozrostla a tiskárna je zároveň více konkurenceschopná i z hlediska cen tisku. V sekci digitálního tisku disponuje Ottovka dnes dvěma tiskovými stroji různých značek, z nichž každý vyniká svými benefity a hodí se na určité druhy tiskových zakázek. Předností Minolty je např. atypicky dlouhý formát archu (750 x 320 mm), Xerox zase umí potisknout poštovní obálky a dokonalý tisk jednobarevných ploch je jeho specialita.

Tým v Ottovce vás přijme vždy přátelsky

„Nemyslete si však, že historie naší firmy byla jen sluncem zalitá, zakázky se hrnuly samy, zaměstnanci byli jen loajální, spokojení a usměvaví...,“ říká Michal Kudláček, spolumajitel tiskárny. „V minulosti si i naše tiskárna musela projít mnohými úskalími, potýkala se díky konkurenčnímu boji s fluktuací kvalitních zaměstnanců, poklesem zakázek, internými nepokoji i neloajalitou zaměstnanců či ekonomicky těžkým obdobím. Postupně se téměř všichni kvalitní zaměstnanci z řad profesionálů do Ottovky opět vrátili a minimálně v posledních pěti letech je náš kolektiv stabilní. Covidové období jsme přežili jen díky zakázce na výrobu krabiček na respirátory a antigenní testy. Čtvrt století podnikáme bez jakýchkoliv dotací či podpor, a jsme za to rádi.

Mnoho našich návštěvníků bývá potěšeno rodinnou atmosférou, která na pracovišti v Ottovce dýchá, a milým osobním přístupem. Není nás ve firmě mnoho, ale umíme udělat hodně práce a rádi se přitom i zasmějeme. Nevěříte? Přijďte nakouknout pod pokličku polygrafické výroby a vychutnejte si krásu tisku nejmodernějšího ofsetového stroje KBA v Praze. Chcete vidět, jak se ručně vyrábí jedinečné papírové tašky? Neváhejte a zaregistrujte se na Ottíkovy dny otevřených dveří, které proběhnou 3. a 4. 10. 2023. My v Ottovce nemáme co skrývat a rádi Vám naše umění ukážeme.“

Přihlásit se můžete na kudlackova@ottovatiskarna.cz. Těší se na Vás marketačka Radka a celý báječný tým Ottovy tiskárny!

OTTOVA TISKÁRNA
www.ottovatiskarna.cz
www.ottovka.cz | www.tisknu.cz

BORN TO
CREATE

Vstupte do světa fotoaparátů s EOS R50.
S tímto bezzrcadlovým fotoaparátem můžete vytvářet úchvatný obsah – od ostrých fotografií až po filmy v rozlišení 4K a živé přenosy. Fotoaparát využívá perfektní ostřící systém Dual Pixel CMOS AF II, který umí ostřit nejen na oči, hlavy a trup u lidí a zvířat, ale také na pohybující se objekty.

Více informací naleznete na **Canon.cz**

Canon

Tak trochu **retro**...

„Dnes naše firma GOR 7 s.r.o., disponuje širokou škálou výrobních technologii a možností a pro naše klienty zajišťujeme nejen vývoj a výrobu produktů pro podporu prodeje, ale třeba i renovace starých automobilů – veteránů nebo výrobu atypického nábytku třeba z pryskyřice," říká majitel firmy **Martin Mašek**. „Krátké ohlédnutí do minulých let je zřejmě občas nevyhnutelné, ale před námi je dnešní den a bude následovat další a další a my všichni se nemůžeme zastavit, musíme jít dál. Na cestu dál, nás však připravila naše minulost a té si vážíme stejně jako přízně našich klientů."

„Stalo se to nedávno a nebylo by to nic zvláštního, nic co by se vymykalo každodenní praxi," začíná krátké ohlédnutí Martin Mašek. „Pro vyrobené zboží si přijel klient. Mimořádná návštěva. Klient, kterému na zakázku vyrábíme stále stejný produkt už od roku 1995. Přijel i s manželkou a během popíjení kávy se řeč od byznysu stočila ke vzpomínkám. Dvacet osm roků se skoro pravidelně čtyřikrát do roka setkáváme. Slovo setkáváme je možná nadnesené, ale za ty roky už se nejedná jen o vyzvednutí objednané a vyrobené zakázky. Vzpomínali jsme na dobu, kdy k nám do firmy přijel poprvé a jak měl pocit, že přijel, jak on říká, na zámek. Takové označení pro starý secesní objekt mající okna a dřevěné podlahy s datem výroby 1905 není úplně výstižné, ale to bylo „to" kouzelné místo, kde naše firma v roce 1990 začínala.

Od té doby prošlo změnami snad úplně všechno a troufnu si říct, že snad největšími změnami prošly výrobní technologie. Několikrát jsme firmu stěhovali, zaměstnanci přibývali a ubývali, staré stroje se měnily za nové, klienti přicházeli a odcházeli... S dobou však nepřicházely jen úspěchy, ale také omyly a chyby, které pak byly vyvažovány novými znalostmi a zkušenostmi. Co se však za celou dobu nezměnilo, je naše nadšení a chuť vymýšlet nová řešení a designy produktů, mezi něž patří plastové a papírové spotřebitelské obaly, prodejní a presentační stojany, světelné i nesvětelné poutače, filmové a divadelní dekorace, veletržní stánky.

Výčet všech oblastí, ve kterých naše firma působí, je však mnohem rozsáhlejší, proto i setkání s našimi klienty bývá plné vzpomínek, a když se mě někdo zeptá: „Co to vaše firma vlastně dělá?", tak s oblibou odpovídám: „Od špendlíku po lokomotivu". Přiznávám, špendlík ani lokomotivu jsme zatím ještě nevyráběli, ale technologie, které máme k dispozici, a hlavně naši všestranně šikovní a zkušení zaměstnanci dokáží zrealizovat téměř vše od základního zpracování – řezání, formátování, ohýbání, tvarování, svařování - plastů, dřeva, papíru, kovů, až po montáže a instalace v místě prodeje.

S našimi klienty dost často vzpomínáme. S jedním, jak jsme společně designovali a vyvíjeli prodejní stojan, který získal hlavní cenu na výstavě v Paříži, s druhým, jak jsme vymýšleli vyrobení dekorace ke schodišti vstupní haly do muzea, s dalším, jak jsme vymýšleli blistrový obal pro prodej jeho výrobku v supermarketech, nebo jak se vyvíjel obal, který musel vydržet sterilizaci ozařováním. Když se zamyslím nad tím, co jsme dělali v uplynulých třiceti letech, tak mi vychází rovnice, že většinou ta nejsložitější realizace, ať už se jednalo o cokoliv, přinesla nejvíc vzpomínek, zkušeností a spokojených klientů," uzavírá svoje ohlédnutí majitel firmy GOR 7 s.r.o.

GOR 7
a marketing company

e-mail: gor7@gor7.cz | mobil: 608 150 040
www.GOR7.cz | www.matech.cz
prezentace na YouTube:
@mapinomartinmasek252

NA VÝLET A ZA ODPOČINKEM DO PRAHY

Jaro je ideálním obdobím pro městskou turistiku. Proč si neudělat výlet do krásného historického města? Zveme vás do Prahy, která je oblíbeným cílem turistů z celého světa a nabízí řadu příležitostí pro kulturní a společenské vyžití, ale také k relaxaci.

Absolutum Wellness Hotel****

Náš hotel vám zajistí služby v té nejvyšší kvalitě. Nabízíme ubytování v útulných designových pokojích, relax v moderním wellness centru a nezapomenutelný gastronomický zážitek v naší Salut Restaurant. Lokalita hotelu je ideální pro výlety po celé Praze, do historického centra se dostanete za pár minut a k dispozici máme velké parkoviště.

Moderní wellness centrum

Wellness centrum Infinit je velmi dobře hodnoceným relaxačním centrem svého druhu. Užijete si zde wellness zónu s rustikální finskou saunou, ochlazovacím bazénkem, zážitkovou sprchou a prostornou relaxační místností. Zajít si můžete také na různé druhy masáží a do solária s kolagenem. Nabízíme zážitkové balíčky a příjemný prostor pro odpočinek při vonné svíčce, se šálkem čerstvého bylinkového čaje, či sklenicí sektu.

Na našich stránkách nabízíme online prodej wellness balíčků a dárkových voucherů. Klienti, kteří si udělají rezervaci přímo na našem webu, mají exkluzivní možnost využít služeb wellness centra za zvýhodněných podmínek.

Salut Restaurant

Z nabídky naší Salut Restaurant si vybere určitě každý. Zaměřujeme se hlavně na sezónní, čerstvou a moderní kuchyni. Najdete u nás klasické pokrmy české kuchyně v novém pojetí, ale také jídla z různých koutů světa. Na své si přijdou milovníci masa, ale také vegetariáni a vegani. Využijte naší skvělé nabídky a rezervujte si své ubytování s polopenzí. Máme pro vás připraveno nové večerní menu a bohatou bufetovou snídani.

Užijte si pobyt ve městě, ve kterém se nikdy nebudete nudit. Náš Absolutum Wellness Hotel vám k tomu nabídne komfortní ubytování, kvalitní pokrmy a náročný den můžete zakončit v našem wellness centru. Rezervaci za tu nejlepší cenu a s nejvýhodnějšími podmínkami provedete jednoduše online na našem webu **www.absolutumhotel.cz/rezervace**. Budeme se na vás těšit.

absolutum**** salut restaurant

Reklamní předměty a firemní dárky přímo od českého výrobce

Firma Mediabox spol. s r. o. je český výrobce a dodavatel reklamních předmětů a firemních dárků. V továrně na úpatí Jizerských hor vyrábí kosmetické produkty, dárky a dekorace. Pro tisk etiket a obalů využívá vlastní tiskárny. Díky výrobě v Čechách je pro Mediabox jednodušší přizpůsobit výrobky představám klienta v porovnání s firmami, které mají výrobu v Asii. Konzervativní přístup k reklamním dárkům tato firma přeměňuje v jiný. Nenajdete u ní katalogové zboží s tisíci položkami, které jsou skladem v zahraničí. Zaměřuje se na tvořivý a osobní přístup ke svým klientům a jejich potřebám. Akcent klade také na praktičnost reklamních dárků.

Reklamní kosmetika

Kosmetická výroba obecně musí splňovat přísná kriteria a nároky, které jsou striktně kontrolovány příslušnými státními orgány a dokumentovány. Veškeré kosmetické výrobky musí před uvedením na trh projít náročným schvalovacím procesem. Tyto požadavky výroba Mediaboxu splňuje pro dodávky v rámci celé EU. Pro svoji produkci používá pouze ingredience, které jsou schváleny pro výrobu kosmetiky dle platné legislativy EU a to pouze v nezbytném množství. Produkty jsou často obohaceny o bylinné a ovocné extrakty a představují kvalitní péči o tělo a pleť. Dle platné legislativy kosmetiku netestuje na zvířatech.

Reklamní kosmetika je originální a užitečný firemní dárek pro klienty a obchodní partnery. Etikety kosmetických výrobků Mediabox zpracovává plně v designu svých klientů, tzn. přední i zadní etiketa může být opatřena logem, textem nebo vlastním obrázkem zákazníka. Kvalitní kosmetika s vlastní etiketou od českého výrobce je velmi užitečný reklamní předmět pro firmy, ale také zajímavý obchodní artikl např. pro obce, turistická centra nebo fanshopy sportovních klubů.

Klienti Mediaboxu mohou vybírat ze široké škály samostatných produktů, jako jsou reklamní sprchové gely, tekutá či tuhá mýdla, tělová mléka nebo pěnivé a šumivé bomby do koupele. Ručně vyráběné šumivé pěnivé bomby do vany jsou unikátní přísadou do koupele, která se efektně rozpouští a do koupele přitom uvolňuje velmi jemné pěnivé a mycí složky, olejové ošetřující látky a příjemnou vůni. Jedinečnou recepturu pro bomby do vany v Mediaboxu pečlivě a dlouhodobě vyvíjeli a testovali.

Velmi oblíbené jsou také kosmetické sady pro ženy, muže i děti, složené z výrobků, které firma Mediabox vyrábí, a to zejména z produktů oblíbené značky Bohemia Gifts. Na obal kosmetického balíčku lze doplnit logo klienta nebo vytvořit kosmetický set plně v klientově designu.

Vánoční dárky

V nabídce Mediaboxu jsou samozřejmě také originální vánoční reklamní předměty a dárky pro klienty, obchodní partnery nebo zaměstnance s vánoční tématikou. Vánoční dárky jsou doplňovány nejen logem klienta, ale také třeba firemním vánočním přáním.

Mezi velmi oblíbené firemní vánoční dárky již dlouhá léta patří voňavé kosmetické sady s vánočním motivem, ručně vyráběná toaletní mýdla, aroma karty a difuzéry nebo vánoční dekorace. Oblíbené jsou i chutné dárky jako vánoční dárková vína, čokolády, vánoční čaj nebo svařák.

Originální balení

Svým partnerům nabízí Mediabox netradiční balení relativně běžných výrobků. Klienti oceňují např. zajímavé kosmetické balíčky v provedení „kniha“, kde je možné si po odklopení přední strany balíčku přečíst tematický nebo vtipný text. Originální balení mají také třeba tabulkové čokolády s interaktivními prvky na obale. Papírový přebal čokolády obsahuje interaktivní posuvné části, které dělají z běžné čokolády naprosto jedinečný a originální reklamní dárek.

Dřevěné dárkové bedny a dárkové koše

Elegantním a originálním dárkem pro významné klienty a obchodní partnery jsou dřevěné dárkové bedny plné hodnotných produktů. Dřevěné bedny jsou vyrobené českým truhlářem v podhůří Jizerských hor. Na víko dřevěného boxu lze natisknout plně barevný obrázek v designu klienta, logo, věnování nebo text. Potisk dodá dárkům osobní charakter a zanechá u příjemce trvalý dojem.

Dárkové dřevěné bedny jsou ideálními firemními dárky a propagačními předměty pro významné události. Z nabídky různých velikostí a stylů beden a košů si může klient vybrat to nejvhodnější pro jeho potřeby. Ať už to jsou dřevěné bedny s dárkovým vínem či proseccem, dárkové koše s lahodnými pochoutkami nebo propracované dárkové sady s kosmetikou. V předvánočním období klienti využívají dřevěné dárkové bedny s vánočními dárky a potiskem nebo s grafikou PF2024.

Vybere si každý

Reklamní dárky Mediaboxu jsou ideální jak pro menší podnikatele, korporace, tak pro neziskové organizace, města či obce. Dodává klientům produkty v malých sériích, ale jako výrobce zvládne i větší zakázky. Snaží se vytvářet zajímavé reklamní dárky, které pomohou klientům rozšířit povědomí o jejich značce s elegancí a osobitým stylem.

MEDIABOX

www.mediabox.cz | e-mail: info@mediabox.cz