

Brands &

Brands & Stores
i

Jaro 2024



PŘÍBĚHY ZNAČEK:

KOLOKRÁM

Proton Therapy Center Czech

CYBEX

Sklárna Harrachov

CATCHES

MonPeri

Zámek Loučeň

Zlatnictví Rýdl

Goodyear

Husqvarna

Canon

TIERRA VERDE

mmcité

Dinoo

Vekolu Company

VETOS

Atlas Advertising Group

Eduwin

ROSSMANN

Baker street

Achilles CZ

Raben

Communication Summit

Firemní školky

JSME TU S VÁMI UŽ 11 LET.

Léčili jsme již více než 11 000 pacientů.



PROSTATA



PRSY



CNS



HLAVA A KRK



LYMFOMY



ZAŽIVACÍ TRAKT



PLÍCE



NÁDORY U DĚTÍ

www.ptc.cz



Photo by efi

Milí čtenáři,

vstupujeme do patnáctého roku vydávání časopisu Brands&Stories, a tak je až neuvěřitelné, jak nadčasový počáteční tah našich grafiků – oboustranný černý časopis utkvěl ve vašich pamětech.

Za těch patnáct let se nám podařilo přesvědčit mnohé z vás, že pochválit se a pochlubit s úspěchy Vaší značky a odvyprávět svůj příběh není na škodu a že nešvaru vládnoucímu v naší zemi, k české závisti a nepřejčnosti, je třeba čelit. Proto se také rozrostla část Brands ve větší část tištěného magazínu a my z toho máme velkou radost. Část časopisu Stores se stala odbornou přílohou a nese si dál svoje poselství – inspirovat a působit na všechny spolutvůrce kamenného obchodu, aby vytvářeli tu správnou atmosféru prodejního místa, zážitky při nakupování a emoce.

Budeme rádi za ty čtenáře, kteří nám to výročí budou přát, tak jako my přejeme všem, kdo slaví nějaké kulatiny svojí značky! V tomto jarním vydání je to třeba značka Husqvarna, slavící letos úctyhodných 335 let inovací. Ale náš obdiv a gratulace patří i mnohem mladším značkám. Můžeme jmenovat třeba 35letou signmakingovou společnost Atlas Advertising Group. Již 30 let působí drogerie ROSSMANN na českém trhu. Stejně tolikáté výročí výroby luxusních obalů v Česku můžeme slavit se společností Achilles CZ. Ryze česká šperkařská značka Rýdl popisuje v našem jarním vydání 25 let svých úspěchů. Také celých 20 let chodí firmy do poradenské kanceláře RNDr. Jiřího Lošťáka, Ph.D. pro návod, jak se stát úspěšným franšizorem.

A já jsem ráda, že se o tu radost z letitých úspěchů s námi na stranách Brands&Stories dělíte!

Ing. Blanka Bukovská

Šéfredaktorka a vydavatelka

Časopis Brands&Stories je dlouhodobě zdarma v tištěné podobě distribuován výhradně podnikatelům, zejména obchodním korporacím (k rukám jejich zástupců). Pokud jako podnikatel časopis nedostáváte, můžete si jej objednat na emailové adrese brands@pribehznamek.cz. Jestliže si časopis nadále nepřejete dostávat, můžete se z odběru časopisu odhlásit na emailové adrese brands@pribehznamek.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 zaslání) 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 sdílených zástupcem podnikatele vydavatelem nebo na základě výslovné žádosti podnikatele o zaslání. Se zásadami ochrany osobních údajů se můžete seznámit na našich webových stránkách www.pribehznamek.cz.

2	KOLOKRÁM
4	Proton Therapy Center Czech
6	CYBEX
8	Sklárna Harrachov
10	CATCHES
12	MonPeri
15	Zámek Loučeň
16	Zlatnictví Rýdl
18	Goodyear
21	Husqvarna
22	Canon
25	TIERRA VERDE
26	mmcité
29	Dinoo
30	Vekolu Company
32	VETOS
34	Atlas Advertising Group
36	Eduwin
38	ROSSMANN
41	Baker street
42	Achilles CZ
43	Raben
44	Communication Summit
45	Firemní školky
48	VŠEM ŽENÁM
49	Franchising LOŠTÁK



KOLOKRÁM

je jiný, nespoutaný - má kola i křídla

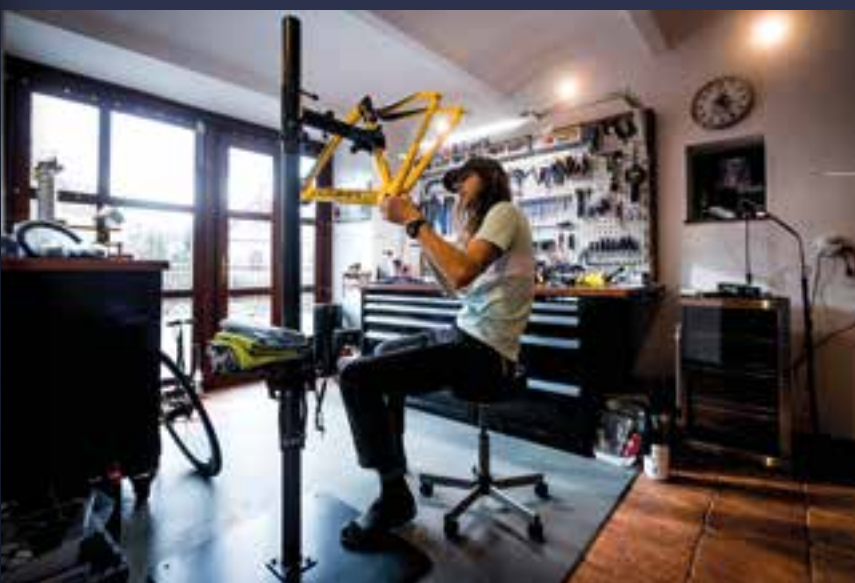
Nepodléhat současným trendům, nenechat se svazovat konvencemi, řídit se vlastním rozumem a hlavně srdcem!

To je ve zkratce hlavní filozofie kolokrámníků. A právě tuto partu nadšenců pod značkou KOLOKRÁM vám chceme představit.

KOLOKRÁM je realizovaný sen bývalého cyklistického závodníka Jakuba Svobody, a tak jako dříve v peletonu, tak dnes v cyklobyznysu bojuje a snaží se podat ten nejlepší výkon. Co lze pro zákazníka udělat, to se udělat prostě musí nebo se o to alespoň musí pokusit! Vítejte tedy v KOLOKRÁMU.



Jakub založil tuto firmu v roce 1996, tedy pár let po revoluci, kdy cykloprůmysl přímo vzkvítal. Všichni si na ty časy pamatujeme. Z výběru nás přecházel zrak a točila se hlava. Bohužel i ceny byly závratné a omračující. A tak se Jakub rozhodl začít podnikat cesty k hranicím „vysněného Západu“, kde tehdy bylo dostupné všechno, nač si člověk jen troufne pomyslet. Se svými kamarády zajel do říše na obhlídku vybraného skladu v Kasselu, kde nakoupil pro své potřeby první „cyklocajky“. A začala pravá adrenalinová jízda. Týdně tisíce kilometrů za volantem, telefon málem přirostlý k uchu a nervy na pochodu. V létě, v zimě, zkrátka pořád. Do toho víkendové závodění, a tedy i rozvoz zboží přímo koncovým zájemcům. Žádný oddych a vyklepávání nohou po závodech. Z jeho baráku se stal průchodák zákazníků, kteří byli laiční svých nových hraček. Bylo nutné



dát tomuto kolotoči nějaká pravidla. V tomto ohledu se jevil jako zajímavý projekt e-shop, tehdy něco, co u nás skoro nikdo neznal. Obchod zásobený fajnovým zbožím za super ceny a s dovozem přímo zákazníkovi do rukou. O tom, jestli bude mít tento koncept úspěch, nebo bude znamenat pád na dno, se tenkrát lidé jen přeli. Naštěstí tento směr ukázal svoji životaschopnost, a tak se ten kolotoč za ty víc jak dvě dekády let nezpomalil, spíše naopak. A pravidla? Pravidla vyhrála! Jmenují se KOLOKRÁM. Tedy jeden z prvních e-shopů u nás a dnes již dvě kamenné prodejny s kompletním sortimentem cyklistického zboží a profesionálním přístupem k zákazníkovi. Jednu najdete pod názvem Specialized Concept Store v Liberci a druhou stále ještě budovanou k dokonalosti, stejně jako stavby kol, v Kamenickém Šenově. Právě tam se zakázkové stavby kol rodily v Jakubově roubence a tam se také vše na místních kopcích testuje.

Z nespoutaného nadšení k pravidlům

KOLOKRÁM je prostě životní styl a má svůj vlastní jedinečný otisk. To vyjadřuje i jejich aktuální logo, lebka s círem ve stylu is not dead. První logo s lebkou vymyslel kluk z Liberecka, který byl autorem třeba i obalů CD skupiny Krucipůsk. Modifikace loga - püllebky s křídly, pod kterými jsou vyjmenované značky, které KOLOKRÁM zastupuje, symbolizuje, že má něco navíc - křídla a pod perutí tyto značky. A stejně tak „pod jejich křídly“ se budete cítit, pokud si necháte poradit tím, kdo kolům opravdu rozumí a sám je testuje - Jakubem

alias Revoltou, Kubáncem, Svobodačkem, magorem, Cuba Libre...

Italská inspirace

KOLOKRÁM je úzce spjat s italskými značkami, od kterých nakupuje. Itálie je pro Jakuba srdeční záležitostí, protože právě tam prožil svůj největší závodnický úspěch. Fascinuje ho italský cit pro design a krásné věci, má rád silnou italskou kávu a dobré víno. A zastoupení některých italských značek získal před bohatšími firmami tím, že to není jen o penězích, ale o tom, co jim mohl nabídnout - vztah ke značce a nadšení. To Italové dokážou ocenit.

Pro jaké kolo se rozhodnout?

Toužíte po kvalitním bicyklu, chcete kvalitní a krásné kolo, chcete si cyklistiku jen užívat, nebo naostro závodit a nebo jen utratit peníze za cyklošperk? Patříte mezi ty, kteří si vůbec neví rady a nemohou se rozhodnout? Nechcete trávit nekonečné hodiny na internetu nebo listováním v katalogích? Pak budete v KOLOKRÁMU na správné adrese. KOLOKRÁM buď dodá kompletní hotový stroj nebo speciálně pro vás postaví kolo na zakázku, přímo na míru a dle vašeho vkusu. Dveře dílny KOLOKRÁMU opustíte již stovky dokonale padnoucích kol.

Kola dle zákazníkovy zájmu a jeho potřeb

Samozřejmě, že si v KOLOKRÁMU můžete koupit i hotová kola, ale jde o to, že standardní kolo má své parametry, které každému nemusí vyhovovat. Lidé si koupí drahé kolo, ale ono nemusí být pro

jejich potřeby vhodné. To se v KOLOKRÁMU nestane. Jakub nechce jen prodat kolo a zákazníka více nevidět. Naopak! Vše fundovaně vysvětlí, poradí, klientům se skutečně věnuje, a ti se mu proto rádi vrací... Jakub sám říká, že potřebuje člověka nejprve navštívit, aby správně pochopil, co požaduje a co mu bude nejlépe vyhovovat. Nebojí se mu i rozmluvit jeho prvotní záměr a nasměrovat ho tak, aby byl maximálně spokojen. Většina lidí úplně přesně neví, co chce, a proto je doporučení odborníka důležité. Jakubova filozofie je, že nechce jen zasílat e-shopové krabice, honit obraty. Ale protože je především cyklista, chce v turbulentním cyklobyznysu konkurovat službou a osobním přístupem.

Vaše vysněné dokonale kolo

V případě stavby kola na zakázku to probíhá tak, že si s vámi Jakubův tým vyjasní váš zájem a následně objedná vše napřímo a na míru - jen pro vás! Je to hodně o ergonomii člověka - rám, řídítka, sedlo - vše prostě musí sedět vašim mírám. Neutrátíte o moc víc, ale dostanete tu službu. Pokud něco přesto nevyhovuje, můžete si být jisti, že v KOLOKRÁMU vám to bez problémů vymění. Kdo jiný by měl vědět, co potřebujete pro svůj jízdní styl! Jaká kola budou vašemu stroji nejen slušet, ale umožní i snadněji šplhat k alpským vrcholům? Čím nerychleji zařadit? Prostě jak to má vypadat, když se váš sen zhmotní a můžete být u jeho realizace.

Tak na co ještě čekáte? No samozřejmě na kontakt. Pište nonstop na: jakub.svoboda@kolokram.cz
www.kolokram.cz



Proton Therapy Center razí osvětlu a prevenci

Rakovina je strašák, kterého se obává každý. Už jen ta děsivá skutečnost, že ji onemocní každý třetí z nás. Žijeme v době přeplněné informacemi, ale máme ty správné, když nás potká toto obávané onemocnění? Není tabu? Každý z nás zná kolem sebe případy, že někomu diagnostikovali tuto nemoc v momentě, kdy už bylo příliš „pozdě“. Nepodceňovat prevenci v tomto ohledu je skutečně důvodné. Ale málokdo ví, že u mužů lze například rakovinu prostaty zjistit i při pouhém odběru krve, protože opakovaně zvýšené hodnoty PSA (prostatického specifického antigenu) mohou být včasným a velmi snadným identifikátorem rakoviny. A když už je nádor diagnostikován, máme alespoň základní povědomí o tom, co v takových případech můžeme dělat, na koho se obrátit, co je v naší zemi možné? Nalezení správného řešení je v těchto chvílích nesmírně důležité. A přístup k informacím hraje zásadní roli. Proto bychom Vám rádi představili Pražské Protonové centrum, které za 11 let působení léčilo již 11 tisíc onkologických pacientů.



Proton Therapy Center založili bratři Václav a Pavel Laštovkovi v roce 2002 s tím, že jeho posláním bude nejenom léčit nádorová onemocnění jednou z nejperspektivnějších metod 21. století, protonovou terapií, ale především poskytovat pacientům dokonalý servis na světové úrovni.

Pražské Protonové centrum je dostupné všem našim občanům

Protonové centrum má uzavřené smlouvy se všemi českými zdravotními pojišťovnami a protonová léčba je hrazena z veřejného zdravotního pojištění. Je tak dostupná všem občanům ČR. Proton Therapy Center je plně integrováno do Národního onkologického centra a nejčastěji tak pacientovi doporučí protonovou radioterapii jeho ošetřující

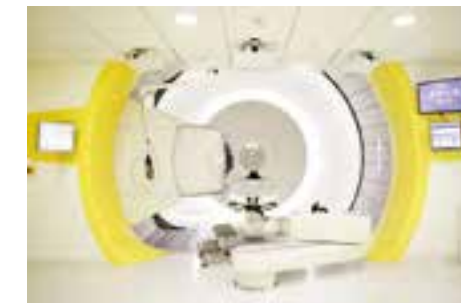
lékař, který pacienta do Protonového centra odešle. Pacient sám však může Protonové centrum kontaktovat také. 7 dní v týdnu je pro pacienty připraven některý z komunikačních kanálů – telefonní linka, kontaktní formulář nebo online chat na webových stránkách. Komunikace s Centrem je možná i prostřednictvím sociální sítě.

Akreditované zdravotnické zařízení

Koncem loňského roku se pražské Protonové centrum zařadilo mezi oficiálně akreditovaná zdravotnická zařízení v naší republice. 21. listopadu 2023 zde proběhlo externí hodnocení kvality a bezpečí poskytovaných zdravotních služeb Českou společností pro akreditaci ve zdravotnictví. Proton Therapy Center prokázalo, že splňuje požadavky kladené na zabezpečení kvality a bezpečí poskytované zdravotní péče a získalo certifikát na 3 roky. Předmětem akreditace je systém managementu kvality a bezpečí poskytovaných zdravotních služeb v souladu se zákonem č. 372/2011 Sb. a Věstníkem MZ ČR, částka 13, ročník 2021 – pro ambulantní zdravotnická zařízení.

Protonová léčba na rozdíl od běžné radioterapie

A proč by se pacient měl zajímat o protonovou léčbu? Protože umožňuje zacílit protonový paprsek velmi přesně do cílové oblasti (do nádoru), a tím minimalizovat riziko vzniku vedlejších nežádoucích účinků léčby. Protonové ozařování také zajišťuje tak vysokou šanci na vyléčení mj. proto, že umožňuje dodat do cílového objemu dostatečně vysokou dávku, která je potřebná ke zničení nádorových buněk. Toho v mnoha situacích nelze v případě konvenční (fotonové) radioterapie dosáhnout z důvodu fyzikálních vlastností fotonů. Jak vysvětluje hlavní fyzik PTC Vladimír Vondráček: „Při ozařování nádorů je část energie vždy dodána i mimo vlastní cílovou oblast. Pro hluboko uložené nádory je zřejmé, že záření se musí k nádoru dostat skrz zdravou tkáň. V radioterapii je tedy vždy nutné vyvážit přínos dodání vysokých dávek, které dokážou zničit nádor a riziko vzniku nežádoucích účinků v okolních tkáních. Hlavní výhodou protonové radioterapie je právě minimální ozáření zdravých struktur v okolí cílového objemu. Proton dokáže ozářit nádor tak, že



do některých tkání a orgánů v blízkosti nádoru není dodána žádná, nebo jen nejnížší možná dávka. To znamená zároveň i nulové, nebo minimální riziko vzniku nežádoucích účinků,” zdůrazňuje fyzik.

Zatímco běžný fotonový paprsek prochází tělem a předává značnou část své energie před i za nádorem, protony mají fyzikální vlastnost, které se říká Braggův vrchol. Díky této vlastnosti mohou protony odevzdat výrazně méně energie k nádoru, zde se zastaví, předají maximum energie a dále už nepokračují. Pacienti, kteří ukončí protonovou léčbu, mají v maximální možné míře šanci na uchování plnohodnotného života a kvalitní život pacienta v průběhu léčby i po ní.

Léčené diagnózy

Primář a ředitel zdravotního úseku pražského Protonového centra - doc. MUDr. Jiří Kubeš, Ph.D. - je na základě svých letitých zkušeností přesvědčen, že protonová léčba může pomoci až třetině onkologických pacientů, kteří se léčí ozařováním. Pražské Protonové centrum dokáže dnes díky mnohaletým zkušenostem léčit široké spektrum diagnóz. Nejpoučtější skupinou pacientů jsou ženy s rakovinou prsu a muži s rakovinou prostaty. Mezi další onemocnění vhodná k protonovému ozáření se řadí maligní lymfomy, nádory hlavy a krku, centrální nervové soustavy, zažívacího traktu a plic, vybraná nádorová onemocnění u dětí. Od roku 2019 se zde protonovou léčbou léčí také diagnóza - leukemické postižení CNS.

Nová diagnóza vhodná pro protonovou léčbu

„Zcela novou diagnózou, které se teď věnujeme,“ uvádí primář Jiří Kubeš, „jsou nádory v podjatelní

oblasti, a to zejména nádory žlučových cest. To je diagnóza, která je velmi obtížně léčitelná. Z hlediska prognózy pacientů to není dobře řešitelné onemocnění, ale v poslední době přicházejí zprávy od kolegů z Japonska a dalších asijských zemí, které říkají, že právě pro tyto nádory je protonová terapie možností, jak prodloužit přežití těchto nemocných.“

Jak dokáže v této oblasti protonová terapie pomoci? „Tato část těla je velmi obtížně přístupná. Radioterapie má v této oblasti historicky poměrně malou úlohu, protože klasická fotonová terapie neumí do těchto míst dostat takovou dávku záření, která by dokázala něco s tím onemocněním udělat. V oblasti je totiž mnoho orgánů, které účinnému ozáření brání. Pro protony to ale řešitelné je,“ vysvětluje MUDr. Kubeš. „Kolegové v Japonsku tam dávají dávku, která je přibližně o třetinu větší, než je v možnostech klasické fotonové terapie. A zdá se, že tato vyšší dávka už má léčebný efekt.“

Diagnostická vyšetření

Součástí Protonového centra je také moderní Oddělení radiodiagnostiky a Oddělení nukleární medicíny. Kromě vlastní léčby tak mohou všichni pacienti, kteří mají od svého ošetřujícího lékaře vystavenou žádanku na vyšetření, tedy nejen ti, kteří se v Centru léčí, podstoupit diagnostická vyšetření, jako jsou magnetická rezonance (MR) a pozitronová emisní tomografie v kombinaci s počítačovou tomografií (PET/CT).

I vy můžete pomoci – podpořte nadační fond!

Nadační fond pro protonovou terapii byl založen v roce 2010 za účelem zvýšení povědomí o nové,

šetnější formě radioterapie. Nadační fond pro protonovou terapii si prošel řadou změn a rozšířil svoji působnost v oblasti individuální pomoci a komplexních nezávadných služeb pro klienty Protonového centra v Praze. Neváhejte se obrátit s žádostí o bližší informace a volejte na telefonní číslo 226 222 026 nebo pošlete email: [info@nfppt.cz!](mailto:info@nfppt.cz)

Kde se dají nalézt aktuální informace o Protonovém centru:

Nejaktuálnější informace z Proton Therapy Center jsou zveřejňovány na sociálních sítích, zejména na facebooku Centrum protonové léčby, a dále na webových stránkách www.ptc.cz.

Další možností, kde nalézt info o protonové a jiné léčbě vybraných diagnóz je: www.centrumkarcinomuprostaty.cz www.centrumkarcinomuprsu.cz

V dalších letošních vydáních *Brands&Stories* v rámci miniseriálu o Protonovém centru se dozvíte podrobnější informace o protonové léčbě.



Maximální bezpečnost, výjimečné pohodlí

Řada autosedaček T-Line posouvá standard v oblasti rodinné mobility

Objevte novou dimenzi rodinného cestování, kde se bezpečnost snoubí s komfortem a elegancí s funkcionalitou. Ať už vyrazíte na nákupy, za přáteli nebo na dovolenou, cestujte s jistotou, že je o vašeho malého pasažéra špičkově postaráno.

Snadný výběr bez starostí

Na českých silnicích je používání dětského zádržného systému povinné u každého dítěte, které neměří více než 150 cm a neváží více než 36 kg. Autosedačka tak provází malé cestovatele od začátku života zhruba do 12 let a vzhledem k růstu jich dítě vystřídá hned několik.



Řada T-Line dělá výběr vhodných autosedaček i přechod mezi jednotlivými modely úžasně jednoduchý. Značka CYBEX se pravidelně umísťuje na nejvyšších příčkách nezávislých bezpečnostních testů, což svým mimořádným hodnocením potvrzují i všechny modely této řady. Hledáte-li prvotřídní kombinaci bezpečnosti, pohodlí a stylu, T-Line je trefou do černého.

Od miminka až po školáka

Autosedačky pro novorozence, batolata, předškoláky a školáky na sebe plynule navazují tak, aby bylo dítě v každém vývojovém období maximálně chráněno.

Řadu otevírá praktické vajíčko **Cloud T i-Size**, které lze na základně Base T v autě otáčet do nastupní pozice a polohovat. Mimo vozidlo je možné jej používat v kombinaci s podvozkem jakéhokoli kočárku CYBEX a sklopit až do ergonomické pozice zcela vleže.



Jakmile dítě trochu povyroste, mohou si rodiče vybrat mezi dvěma modely – otočnou autosedačkou **Sirona T i-Size** umožňující převážet dítě proti i po směru jízdy a zcela revoluční **Anoris T i-Size** s celotělovým airbagem. Právě Anoris T získal v nezávislých testech ADAC fantastické hodnocení 1,5 a v kategorii pro malé a větší děti výrazně dominuje nad ostatními modely.

Pro děti zhruba od 3 – 12 let je určena robustní autosedačka **Solution T i-Fix** s nastavitelnou výš-

kou a šífkou a patentovanou naklápěcí opěrkou hlavy. Pokročilá ochrana proti bočnímu nárazu a chytrý systém ventilace dělají ze Solution T i-Fix ideální řešení pro každého školáka, jehož rodičům záleží na jeho bezpečí a pohodlí.

Generální ředitel firmy CYBEX Johannes Schlamminger zdůraznil, že více než 500 udělených ocenění za bezpečnost a design je důkazem závazku společnosti k nejvyšším standardům. Výsledky nezávislých testů i zpětná vazba od rodičů

potvrzují, že autosedačky řady CYBEX T-Line poskytují malým pasažérům bezpečí na každé cestě. Navíc s jednoduchostí a elegancí v dokonalém souznění s vašimi nároky na životní styl.



www.cybex-online.com



Sklárna Harrachov je nejstarší fungující sklárna v Čechách. Byla založena před rokem 1712 na jilemnickém panství hrabat Harrachů. Během své více než třístaleté historie si sklárna vybuodovala pověst jednoho z nejlepších výrobců skla vůbec. Harrachovské sklo zdobilo interiéry knížat, králů, sultánů i císařů, od poloviny 19. století se prezentovalo na mnohých světových i mezinárodních výstavách, kde se těšilo ohlasu i oceněním. Od roku 1993 je sklárna v soukromém vlastnictví rodiny Novosadů. Její současná produkce je zaměřena na zakázkovou výrobu ručního luxusního nápojového skla pro přední světové značky.

Sklárna a minipivovar NOVOSAD & SYN

Sklárnu Harrachov ročně navštíví na 60 tisíc návštěvníků z celé Evropy. Místním unikátem je historická brusírna skla z roku 1895, poháněná transmisem i vodní turbínou, i historická sbírka Harrachovského skla. Pět tisíc exponátů v bývalé vzorkovně přečkalo období druhé světové války a komunismu netknuté za zarděnými dveřmi a dnes je tak názorným dokladem bohaté řemeslné historie i zásadní kulturní památkou. Kromě exkurzí ve sklářské huti nabízí areál také pivovar s restaurací, hotel s pivními lázněmi, muzeum harrachovského skla a podnikovou prodejnu. Součástí komplexu jsou od roku 2021 také dvě kulturní památky – kaple sv. Alžběty a relikt stoupy na drcení křemene a hlíny.



Na mezinárodním veletrhu Ambiente představila Sklárna Harrachov sedm ikonických nápojových souborů a tři novinky. Ty reprezentují výjimečný řemeslný um při ručním foukání, barvení a broušení, ale také smysl pro odvážné tvarosloví, hravost i nadčasovou eleganci harrachovského skla. Poprvé se představí nápojový set Visual s optickým efektem i reinterpretované návrhy sklářského výtvarníka Milana Meteláka z 60. až 80. let 20. století jako futuristické Ufo, celočerný set Barman a pro sklárnu tak typický set Twilight s černou nohou. Nechybí ani nápojový set Airtwist využívající staré benátské techniky vzduchových točených vláken, sklenice Wine Tie se zauzlovanou nožkou, kterou v roce 1980 navrhl sklář Arnošt Zbořil, nebo kolekce Masaryk, kterou do Černínského paláce pro někdejšího ministra zahraničí Jana Masaryka navrhl roku 1947 výtvarník Rudolf Schwedler a na Pražský hrad je dodávána dodnes. Výběr doplňují kolekce Asort, Edge a Happy, které zaujmou tvaroslovím i veselými tóny barveného skla.

Za selekcí a novými doporučeními i tvarovými změnami sérií stojí kmenová designérka sklárny Ivana Müllerová ve spolupráci se studiem LLEV. Pod taktovkou designérského dua Evy a Marcela Mochalových dochází nejen k novému přístupu



k produkci, ale také komunikaci značky. Kromě aktualizace některých starších i nově vytvořených kolekcí se Sklárna Harrachov ve spolupráci se studiem LLEV dočkala také nového loga, webových stránek, produktového katalogu a fotografií i architektury veletržního stánku. „Nový Svět uprostřed Krkonoš obývají lidé, kteří dokázali udržet píšsalu horkou, a to i navzdory drsnému kraji a době. My ovládáme

design a zdejší osvědčené vedení i skláři zase dokážou utavit a zušlechtit to nejbarevnější sklo široko daleko. Design je však také o dialogu s obchodníky i řemeslníky, což v Harrachově funguje v dobré rovnováze,“ říkají ke spolupráci Eva a Marcel Mochalovy ze studia LLEV a dodávají: „Částečně zachovaný archiv sklárny a bohaté portfolio historického sortimentu je pro nás velkou inspirací. S pokorou

nám vlastní propojujeme minulost se současností, hledáme skrytý význam i polozapomenuté techniky či drobné nápady leckdy neznámých autorů, které uvádíme na světlo současné sklářské scény. Rovněž se těšíme na zcela nové nápojové soubory, které letos vzniknou na základě našich návrhů.“

harrachov-glass.com



CATCHES

More Fashion that CATCHES you

Komplexní zážitek pro zákazníka – spojení módy, trendů, značek, kvality a zákaznického servisu. To je každodenním mottem a inspirací nového multibrandového konceptu obchodů CATCHES.

Catches je novým hráčem na poli módy v České republice a Německu. Společnost Retail Fashion s.r.o. již od roku 2005 zastupovala a provozovala obchody značky Esprit v ČR. Tato značka se rozhodla opustit Českou republiku a společnost se nyní vydává novým směrem a nabízí českým zákazníkům nové značky, nové styly, nové kolekce a inspiraci.

Snahou obchodů CATCHES je, aby každý zákazník, od mladých slečen po zralé ženy a muže, zde našel to, co hledá. Proto byly pečlivě vybírány značky, které nabídnou co nejširší a nejkvalitnější sortiment, a to vše na jednom místě.

Multibrandové obchody Catches v Praze a Brně nabízejí až pět světově uznávaných značek, a to pro pány značku Jack&Jones, pro dámy pak značky jako Street One, OPUS, Vero Moda a ONLY.

Cílem CATCHES je zaujmout a oslovit každého zákazníka, ať už podle věku, stylu nebo preference. Každá ze značek má svůj vlastní charakter a styl, stejně jako každý ze zákazníků. CATCHES zaručuje široký výběr kolekcí, barev, střihů, motivů a cenových relací, aby si každý mohl vybrat přesně to, co mu sedí a co ho baví.

vých relací, aby si každý mohl vybrat přesně to, co mu sedí a co ho baví.

Světově známé módní značky

Společnost Retail Fashion si uvědomuje, že výběr módních značek je klíčem k úspěchu. Do multibrandového konceptu obchodů Catches vybírala jednotlivé značky na základě svých dvacetiletých zkušeností a zejména dle nastavených firemních hodnot, jako jsou: trend, kvalita, udržitelnost a cena. Vznikl tak rozmanitý mix, který ale dává zákazníkům jasný vzkaz, že je tu pro všechny. Vedle světoznámých značek dánské oděvní společnosti Bestseller, mezi které patří Jack&Jones, Vero Moda a ONLY, jsou v nabídce neméně známé německé oděvní značky – Street One a OPUS. Značka OPUS je v České republice vůbec poprvé a společnost je hrdá na to, že jí může svým zákazníkům blíže představit a prezentovat. Poselství značky OPUS je totiž velmi inspirativní a jedinečné, stejně jako jejich kolekce a kvalita produktů.



Zákazník na prvním místě

CATCHES se zaměřuje na kvalitu, osobitost produktů a zároveň jedinečnost každého zákazníka. V obchodech CATCHES si vybere opravdu každý, k čemuž napomáhá aktuální složení jednotlivých značek. Osloví jak dámskou, tak pánskou klientelu napříč věkem i stylem. Zákazník si tak může vybrat z velké škály kolekcí, barev, střihů, motivů, materiálů, ale také ceny. Může vybrat z více značek, kombinovat je, anebo si vybrat tu svou, které zůstane věrný. To vše mu otevírá nabídka pod brandem CATCHES.

Zákaznický servis

CATCHES nezapomíná ani na kvalitní zákaznický servis, který je základem každého dne, firemní hodnotou a následným úspěchem. Zakládá si na kvalitním a aktivním prodeji, vyškolených prodejních asistentkách, které jsou zákazníkům k dispozici, umí poradit, inspirovat, kombinovat jednotlivé módní kousky a zpříjemnit zákaznickovi zážitek



z nákupu. V prostředí moderních prodejen je zákazník ochotně proveden celým nákupním procesem a obsluha je mu vždy osobně k ruce, aby odcházel spokojen a inspirovan.

Kvalita zboží

Móda rovná se pro CATCHES nejen trend, ale také kvalita a udržitelnost, což je v dnešní době velice důležitá součást úspěšného podnikání a oboustranné spokojenosti jak prodejce, tak zákazníka. Zavazuje se k udržitelnosti a etice tím, že podporuje značky, které kladou důraz na ekologickou výrobu a sociální odpovědnost. Ze zkušeností ví, že kvalita zboží je základem dlouhodobého vztahu se zákazníky. Proto

se snaží nabízet pouze ty nejlepší produkty, které splňují i zákaznickovy vysoké standardy.

Přijďte a objevte svět módy, který vás nejen oslní, ale také nadchne svou rozmanitostí a kreativitou! CATCHES se těší na setkání s Vámi a na společně objevování módy a stylu v novém multibrandovém obchodě!

CATCHES: Tam, kde móda začíná

Praha Arkády Pankrác, Praha Palladium, Praha Národní (pěší zóna), Praha Atrium Flóra, Praha Galerie Harfa, Praha Westfield Chodov, Brno Olympia



MonPeri

Když dětské pleny pomáhají...

Příběh MonPeri se začal psát v roce 2012, když si jedna žena umanula, že bude vyrábět pleny šetrné k dětem i přírodě. K myšlence ji přivedla vlastní neblahá zkušenost s plenkami u prvního dítěte. Jejím cílem bylo vyrobit plenku té nejvyšší kvality, která bude funkční a hlavně šetrná k dětské pokožce. Volný překlad MonPeri je „Moje Víla“ ...víla, která ví, co je pro naše nejmenší nejlepší!

Od samého počátku se při vývoji dbalo na špičkové materiály, které neobsahují PVC, chlor, antioxidanty, latex, formaldehyd nebo ftaláty. Všechny tyto látky totiž mohou u dětí vyvolávat nepříjemné kožní reakce. Jako maminka věděla, že dítě je v plence minimálně první dva roky svého života od rána do večera, a že i taková drobnost, jako je parfemace, může vyvolat ošklivé podráždění a alergie.

Musi perfektně sedět

V první fázi se musel vyřešit střih. Vyrobit plenku, aby seděla každému miminku, není tak snadné, jak se může na první pohled zdát. Je potřeba pracovat s anatomii a vzít v potaz například to, že dítě po většinu času leží a kope nožičkami. Plena musí pevně přilnout k tělu a zároveň nikde neškrtit, aby nebránila v pohybu, a především dobře těsnit v místech, kde dochází k nejčastějším unikům obsahu.

Šetrné materiály

V momentě dořešení střihu vyvstal další úkol, a to najít ten nejlepší materiál. Na první pohled snadná věc se ukázala jako složitý proces, který zabral několik dlouhých měsíců hledání.

Plena se skládá ze tří hlavních částí. Celulóza a SAP tvoří savé jádro a nepropustná folie odděluje jádro od netkané textilie, která tvoří vnější obal. Celulóza v MonPeri plenách je vyrobena z certifi-



kovaného dřeva FSC (Forest Stewardship Council) a spotřebiteli zaručí, že dřevo pochází ze šetrně obhospodařovaných lesů. Bělení probíhá zcela bez použití chlóru metodou TCF (Totally-Chlorine Free). Nepropustná vrstva je vyrobena z PLA (bioplast z kukuřičného škrobu) nebo LDPE (recyklovatelný plast).

Prvenství s textilií z bambusového vlákna

Netkaná textilie je v přímém kontaktu s kůží dítěte a je tak jednou z nejdůležitějších součástí plenky. Společnost MonPeri přišla jako první v České republice s textilií z bambusového vlákna.

Toto vlákno je velice jemné, má výborné tepelně izolační vlasti, je přirozeně antibakteriální a vysoce prodyšné. Díky tomu pokožka dětí dýchá a nedochází k zapaření.

Bambus je přírodní, obnovitelný, rychle rostoucí a 100% biologicky rozložitelný materiál. Rostliny fixují více CO₂ a generují až o 35 % více kyslíku než stromy. Fakt, že jde o nejrychleji rostoucí dře-

viny na světě, může zpomalit odlesňování a poskytnout alternativní přírodní zdroj, po sklizni není nutná opětovná výsadba, snižuje se eroze půdy a oproti bavlně potřebuje k růstu minimum vody. Díky přirozené antibakteriální schopnosti není nutné používat při pěstování žádné pesticidy ani hnojiva.

Oblíbenost značky MonPeri

Přírodní materiály a vysoká kvalita zpracování předurčují to, že výrobky MonPeri jsou oblíbené mezi mnoha rodiči. Je fascinující, že tato malá česká firma se dokázala prosadit v konkurenci nadnárodních firem. Dostala své výrobky do mnoha obchodů

i nemocnic a posbírala několik ocenění v soutěži IBM firma roku.

MonPeri pomáhá

Již několik let firma spolupracuje s organizací DEBRA ČR, která pomáhá usnadnit život lidem s tzv. nemocí motýlích křídel. Složení plen je natolik šetrné, že vyhovuje i dětem s touto strašlivou nemocí. MonPeri pomáhá i mnoha dalším rodinám, ke kterým nebyl osud příliš laskavý. Jen v loňském roce darovalo více jak 2000 balíčků plen potřebným.

www.monperi.cz



KÁVA PRO KAŽDOU PŘÍLEŽITOST

Dallmayr



Spojte se s námi: tel. 222 262 155
info@Dallmayr.cz www.Dallmayr.cz



Zámek Loučeň | &S

Na **Zámku Loučeň** se snoubí městské služby s venkovskou srdečností

Zámek Loučeň, středočeská barokní památka obklopená anglickým parkem a kdysi obývaná slavným rodem Thurn-Taxisů, během socialistické éry na dlouhou dobu ztratila svůj lesk. Novodobá La Châtelaine, Kateřina Šrámková, se do zapomenutého vesnického záměčku před dvaceti lety zamilovala a proměnila jej v oceňovanou perlu středních Čech, která si za dobu své novodobé existence vybudovala zvučné jméno.



Loučeň si většina návštěvníků a hostů spojuje se zdejšími Labyrintáři, které je světovým unikátem. Zámecký areál o rozloze 23 hektarů slouží také k pořádání firemních akcí, jako jsou školení, oslavy, family days, teambuildingy nebo firemní soustředění.



Hotel jménem Maxmilian Lifestyle Resort, stojící v podzámčí uvnitř uzavřeného zámeckého areálu, má k tomu potřebné zázemí. V 60 pokojích se dá napočítat přes 130 lůžek, disponuje konferenčními prostory, sály a salonky, které jsou vhodné pro nejrůznější aktivity.

Pro ty, kteří chtějí zrelaxovat tělo, je zde bazén, sauna a biotopové jezírko. Milovníci přírody si užijí pobyt na čistém vzduchu a při procházce parkem mohou obdivovat dendrologickou stezku se souborem vzácných dřevin, jejichž výsadbu navrhnul J. E. Purkyně. Zájemci o kulturu a zábavu si nenechají ujít zámeckou prohlídku v doprovodu kostýmovaného průvodce v roli člena knížecí domácnosti, doplněnou třeba o ochutnávku kutnohorských vín. Ale po pravdě - kdo na Loučeň zavítá, ten to s nadšením absolvuje úplně všechno!

Restaurace kromě moderní české kuchyně nabízí proslulé čápy s mákem, sladký pokrm, který se podává pouze zde, v areálu zámku Loučeň. Toto kouzelné místo se nachází 50 km severovýchodně od Prahy. Stranou od měst a přitom snadno dostupné ze všech koutů naší země.



Rýdl

ŠPERKY

Z lásky a napořád

Ryze česká značka Rýdl přináší svým zákazníkům radost již 25 let. Veškeré šperky vznikají v pražské zlatnické dílně, kde se kombinuje ruční výroba s novými technologiemi. Mohou tak vzniknout precizní výrobky v moderním designu, které mají takové parametry, díky nimž vydrží desítky let.

Zakladatel firmy Lukáš Rýdl, který se čerstvě vyučil zlatnickému řemeslu, na konci devadesátých let učinil rozhodnutí přinést na český trh něco nového, co zde nastávajícím manželským párům chybělo. Jeho záměrem bylo vyrábět prsteny v nejvyšší kvalitě, což ho vedlo k pořízení nejmodernější špičkové výrobní technologie ze Švýcarska. Ta mu dodnes umožňuje vyrábět snubní prsteny v maximální možné tvrdosti a především trvanlivosti, která se od nich očekává. Doba byla jiná, stačil perfektní produkt, který mluvil sám za sebe. Pozitivní reference jsou dodnes neocenitelné a i tehdy fungovaly skvěle.

Nejdříve tedy začal vyrábět moderní snubní prsteny, poté přidal zásnubní prstýnky. V posledních letech již nabídku toto zlatnictví rozšířilo o širokou škálu překrásných diamantových šperků. Zákazníci se často vracejí a nakupují postupně celé sety, což je snem každého majitele firmy.



Profesionální přístup k zákazníkovi

Kromě kvalitních výrobků je samozřejmostí i prvotřídní zákaznický servis. Firma si zakládá na profesionalitě svých zaměstnanců na prodejně,

kteří zákazníkům umí dobře poradit a vysvětlit jim vše ohledně používaných materiálů. Na prodejních v Praze, Brně nebo v Bratislavě si zákazníci mohou šperky v klidu prohlédnout a vyzkoušet. Vše začíná ale v dílně v pražských Strašnicích, kde šperky vyrábějí zkušení zlatníci. Většina zaměstnanců zde pracuje celá léta a jsou sehraný tým, v podstatě již téměř rodina. Šperkům zde mistři zlatníci vdechou první život, jejich příběh však budou psát až budoucí majitelé.

Šperky držíci krok s trendy

Od založení firmy se změnilo mnohé, základní hodnoty však zůstaly stejné. Práce v dílně je založena na poctivém zlatnickém řemesle, slušnosti a poškození ke každé zakázce.

Co se však poměrně zásadně změnilo, jsou trendy v designu šperků. Nyní jsou moderní velmi



subtilní, něžné modely osázené kameny, případně jednoduché nebo ručně tepané kroužky. Tomu se musely přizpůsobit výrobní postupy a zvolené materiály. Nejlepším materiálem pro výrobu snubních a zásnubních prstenů je platina.

Platina má punc nejvzácnějšího a nejdražšího z drahých kovů. Jedná se o bílý kov a na rozdíl od bílého zlata se již dále její povrch neupravuje. Bílé zlato je mírně nažloutlé a aby bylo dokonale bílé, musí se pokovit rhodiem. To se však ze zlata po čase ztrácí a je třeba tuto vrstvu znovu nanést. Každým rhodiováním, před kterým je šperky potřeba i vyleštit, však ubývá lehce materiálu. Proto je stálá bílá barva platiny obrovskou výhodou, například u jem-

ných prstenů s brilianty, které jsou v posledních letech tak oblíbené. Vysoká hustota slitiny má vliv na dlouhou životnost šperků. Platinové šperky se, na rozdíl od zlatých, tak netenčují a mohou vydržet opravdu celý život.

Jedinečný vysněný klenot

Z nabídky šperků Rýdl si vybere i ten nejnáročnější zákazník. Pokud však chce něco opravdu speciálního a jedinečného, rád zde pro něj tento šperk vyrobí na zakázku. Svou představu prokonzultuje zákazník se zlatníky, kteří pak připraví 3D vizualizaci. Po odsouhlasení pak zhotovíme jeho vysněný klenot.

Radost na dlouhá léta

Firma Rýdl ke všem šperkům poskytuje jejich čištění a kontrolu každé dva roky zdarma. Při této příležitosti také zlatníci zkontrolují stav a pevnost všech kamenů, které usazují vždy ručně, a pokud je to potřeba, ihned šperk opraví nebo navrhnou řešení.

Pokud tedy toužíte po překrásných moderních špercích, které uchvátí vás i všechny ve vašem okolí, navštivte jednu z prodejen Rýdl a vyberte si zlatý nebo platinový skvost, který vám bude dělat radost po dlouhá léta.

www.prsteny.cz





Ikona na stadionech i nad nimi

Americký výrobce pneumatik Goodyear je na celém světě již dlouho prakticky synonymem sportu. Díky partnerství s předními světovými týmy a ikonické Vzducholodi Goodyear je stále přítomen na největších světových sportovních a zábavních událostech. Jeho dobré vztahy s vrcholovým sportem mu také domohly k tomu, aby se stal jednou z nejnámějších světových značek.



GO **GOODYEAR**



Závody v roce 1963



Vzducholod' Goodyear je stálým dopovodem největších světových sportovních událostí

Goodyear již po desetiletí nedílnou součástí nejpobulárnějšího motoristického seriálu v Severní Americe. S celkem s 368 vítězstvími ve Velkých cenách Formule 1, což je více než dosáhl kterýkoli jiný výrobce pneumatik, se jeho úspěchy na tomto poli rozšířily i do celého světa.

Ať už se jedná o přítomnost Vzducholodě Goodyear na obloze nad některými z největších světových akcí, partnerství s legendami fotbalového či basketbalového hřiště či vývoj technologií pro závodní dráhu, Goodyear je po většinu své letos již 126leté historie synonymem sportu a značkou, kterou každý okamžitě poznává.

www.goodyear.cz

Vzducholod' Goodyear (Goodyear Blimp) se začala využívat pro letecké snímky při televizní přenosch v padesátých letech minulého století a od té doby je stálou součástí sportovních a kulturních událostí po celém světě, od Super Bowlu až po královské svatby a řadu dalších významných akcí.

V posledních desetiletích Goodyear spolupracoval s mužstvy Bayern Mnichov, Juventus a Boca Juniors, tedy nejuspěšnějšími týmy v Německu, Itálii a Argentíně. Dalším sportovním partnerstvím je spolupráce společnosti Goodyear a basketbalového týmu NBA Cleveland Cavaliers. V jejím průběhu byl součástí týmu i historicky nejlepší střelec NBA LeBron James, který oblékal dres se symbolem značky Goodyear – okřídlenou botu „wingfoot“.

Motoristický sport tvoří velkou část sportovní historie značky Goodyear. Její úspěchy na závod-

ních tratích jsou nejen skvělou reklamou, ale jsou i hnacím motorem nových technologií a inovací. Jako oficiální dodavatel pneumatik pro americké závody upravených sériových vozidel NASCAR je



Goodyear a hráči FC Bayern München Ribery a Lahm



Partnerství s fotbalisty nottinghamského Notts County FC.



VÍTEŽ TESTŮ LETNÍCH PNEUMATIK



EAGLE F1 ASYMMETRIC 6



CHATEAU MCELY

Místo pro Váš odpočinek v srdci přírody.
Už 18 let přinášíme víc než jen pohostinnost.



www.ChateauMceley.cz

Pohodlné sekání s perfektními výsledky

Robotické sekačky Husqvarna jsou navrženy pro každý typ trávníku. Více než dva miliony majitelů domů již svěřily péči o svůj trávník sekačce Husqvarna Automower®, která může pracovat nonstop a vy si můžete užívat pohodlí.



se spolehnout, že sekačka Husqvarna Automower® udělá těžkou práci za vás.

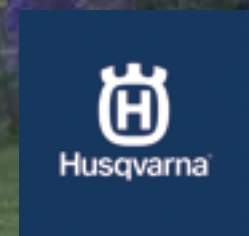
Husqvarna NERA
– nová éra robotického sekání bez vodičů
Nové robotické sekačky Husqvarna Automower® NERA s doplňkovou sadou modulu Husqvarna EPOS™ umožňují instalaci zcela bez vodičů. Můžete tak snadno upravovat a měnit virtuální hranice podle potřeb vaší zahrady v každém ročním období.



V nabídce společnosti Husqvarna najdete robotickou sekačku pro každou zahradu

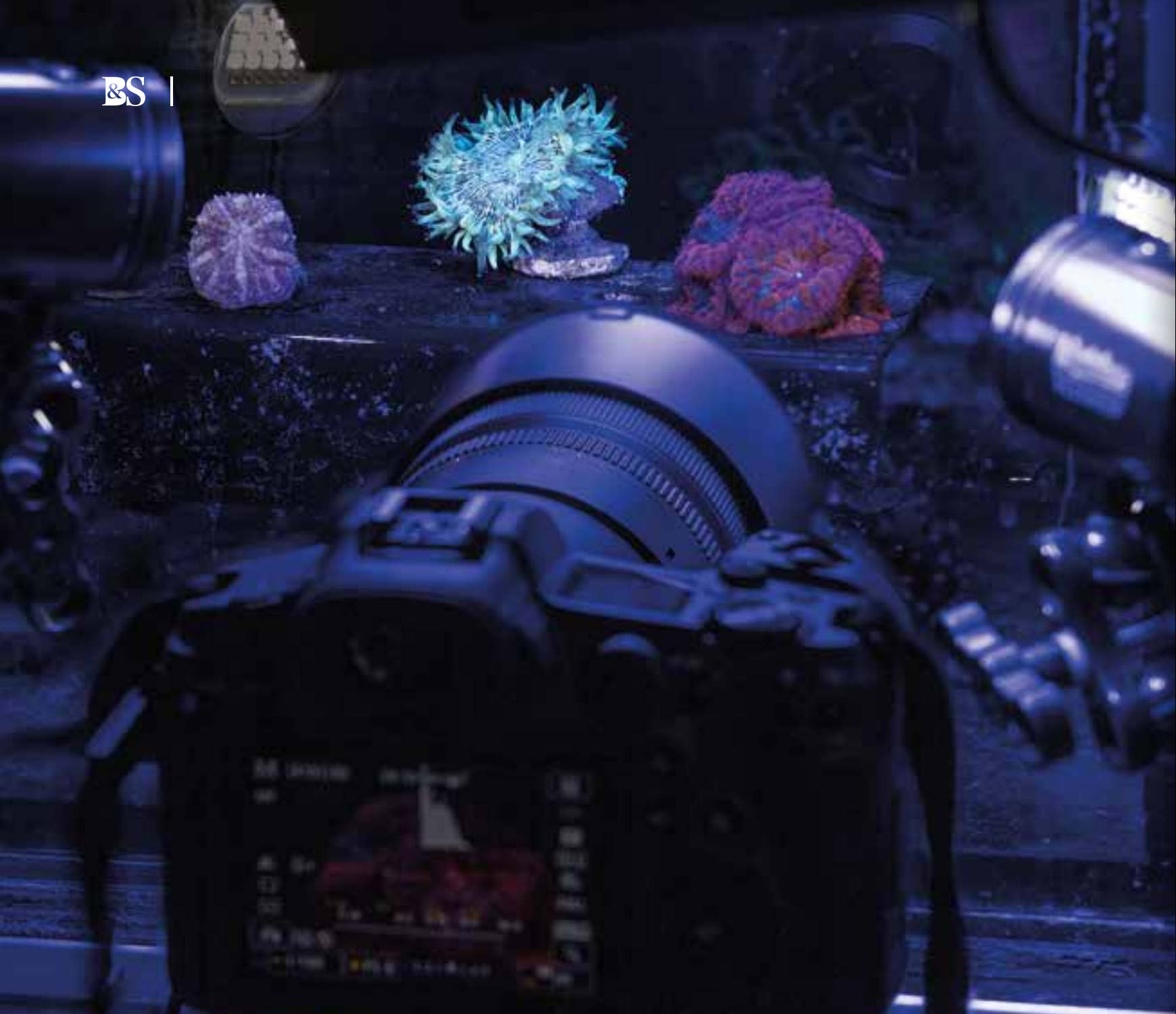
Skončete s tradičním sekáním trávníku díky rozsáhlé nabídce modelů sekaček Husqvarna Automower®. Ať už je vaše zahrada velká či malá, rovná nebo svažité, s úzkými průchody i členitým terénem, vždy najdete model robotické sekačky, který trávník bez námahy a dokonale poseká.

Prizpůsobte si plán sekání prostřednictvím aplikace Automower® Connect a vymezte si pracovní oblast pomocí fyzické nebo virtuální hranice, pak se pohodlně usadte, relaxujte a sledujte, jak si sekačka Automower® snadno poradí se zbytkem. Když je práce hotová nebo je třeba nabít akumulátor, robotická sekačka se automaticky vrátí do nabíjecí stanice. Ať prší nebo svítí slunce, je den či noc, můžete



www.husqvarna.cz





Když fotoaparáty zachraňují oceán

Společnost Canon se podílí na unikátním vědeckém projektu na záchranu mořských korálů – a tím i celého ekosystému. Fotoaparáty od Canonu zároveň vůbec poprvé zachytily proces rozmnožování těchto živočichů v laboratorních podmínkách.

V Mordenu, okrajové části Londýna, sídlí laboratoř s názvem Coral Spawning Lab. Zde se tým tří vědců už deset let snaží porozumět životním cyklům mořských korálů a poskytnout informace a nástroje, které umožní tyto organismy klíčové pro udržení ekosystému na planetě zachránit.

Coral Spawning Lab se zaměřuje hlavně na řízené rozmnožování korálů. Tento proces zahrnuje výběr zdravých korálů, jejich přípravu na tření, stimulaci tření, sběr vajíček a spermatu, jejich oplodnění a následné pěstování embryí v laboratoři. Po několika týdnech jsou larvy vysazeny v oceánu, kde se mohou usadit a růst.

„Pěstování“ korálových útesů v laboratořích má řadu výhod. Pomáhá organismy chránit před stresovými faktory, jako je změna klimatu, a zvyšuje jejich

odolnost vůči nemocem a predátorům. V neposlední řadě také přispívá k zajištění jejich genetické rozmanitosti.

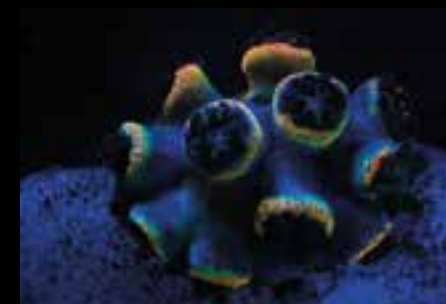
A klíčovou roli při tomto vědeckém postupu hrají technologie společnosti Canon.

Posledních osm let

Pomocí zobrazovacích zařízení včetně nejmodernějších fotoaparátů a objektivů od Canonu vzniká v Mordenu databáze, kterou odborníci využijí k pozorování a optimalizaci procesu rozmnožování těchto kolonií mořských živočichů. Vědci tak budou moci sledovat vývoj každého nového korálu, dokumentovat různá embryonální stadia, sledovat míru úmrtnosti a další klíčové ukazatele. A také přesně zdokumentovat, jakou roli hraje životní cyklus ko-

rálů při obnově útesů po celém světě. Výsledky výzkumu budou veřejně přístupné. Místním komunitám to umožní využít získané poznatky, aby zajistily přežití útesů pro další generace.

„V laboratoři se snažíme napodobit přírodu, ale přitom máme vše mnohem lépe pod kontrolou. Vyhodnocujeme průtoky, režimy krmení, intenzitu osvětlení – co funguje a co ne. Vybavení dodané společností Canon nám umožňuje detailně sledovat životní cyklus korálů a také nám pomáhá šířit informace o naší práci do světa. Na záchranu korálových útesů nám pravděpodobně zbývá maximálně osm let. Pokud se nám do té doby nepodaří dosáhnout úspěchu, možná už bude příliš pozdě,“ říká Michael Sweet, spoluzakladatel Coral Spawning Lab a profesor vodní biologie na univerzitě v Derby.



Jde o přírodu i miliardy

Podle Organizace spojených národů jsou korálové útesy velmi důležitým přírodním bohatstvím, které ročně přináší zisky v odhadované hodnotě 2,7 bilionu dolarů – včetně příjmů z cestovního ruchu, surovin pro životně důležité léky a pomoci při zajišťování potravinové bezpečnosti. Navzdory své nesmírné hodnotě jsou korálové útesy ohroženy škodlivými účinky změny klimatu. Objevují se varovné signály, že pokud teplota stoupne nad úroveň předindustriálního období, může dojít k poklesu počtu korálových útesů o 70-90 %. To by mělo zničující důsledky pro ekosystém naší planety.

„Jako organizace, která usiluje o ochranu životního prostředí, jsme nadšeni spoluprací s talentovaným týmem výzkumníků v Coral Spawning Lab. Těší nás, že naše nejmodernější zobrazovací zařízení pomáhá při obnově a zvyšování odolnosti korálových útesů po celém světě,“ uvedl Peter Bragg, ředitel pro udržitelnost a vládní záležitosti společnosti Canon EMEA.

„Centrum udržitelnosti“

Společnost Canon, která už od svého založení razí japonskou filozofii Kyosei, což nejlépe vystihuje překlad `společně žít a pracovat pro obecné blaho`, podniká samozřejmě mnoho dalších aktivit s cílem pečovat o životní prostředí nebo minimalizovat dopady své činnosti na něj. Stejně tak dbá na to, aby tento dopad minimalizovali i její zákazníci při využívání produktů a služeb Canon.

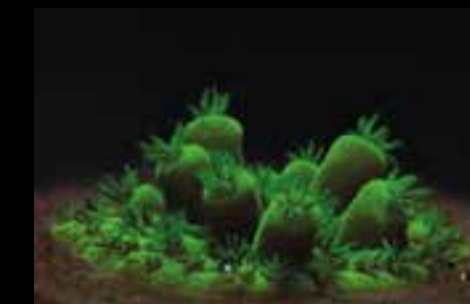


Velmi důležitou součástí je proto snaha o prodloužení životnosti výrobků a podpora cirkulární ekonomiky. Ta narušuje běžný spotřebitelský řetězec výtěžit – vyrobit – vyhodit.

Canon je například mezi společnostmi vyrábějícími kancelářská zařízení jedním z nejhlasitějších podporovatelů repasování a sám jde příkladem s kancelářskými multifunkcemi řady imageRUNNER ADVANCE ES. Ty „vznikají“ v repasovacích centrech, které Canon po celém světě provozuje čtyři. V Evropě jsou dvě, ve Francii a německém Giessenu.

Použité multifunkce se sem sjíždějí z celého kontinentu. Zařízení jsou zde rozebrána na jednotlivé díly, průmyslovými mokrými i suchými technikami vyčištěna a za pomoci robotů zkontrolována. Podle přísných norem zaměstnanci centra, kterých je jen v Giessenu 300, vymění a zrecyklují všechny části, které vykazují opotřebení nebo zhoršení kvality, a nahradí je novými originálními servisními díly Canon.

Pak začíná přísný proces testování. Každý repasovaný model je vybaven certifikací, uživatelskou dokumentací a je mu přiděleno nové sériové číslo, přičemž záruční podmínky odpovídají novému zařízení. Do nedávna byl minimální podíl znovu využitých částí u repasovaných multifunkcí 80 %, odkud vzniklo označení produktů EQ 80. Nová řada ES už garantuje minimální podíl 90 %. Samozřejmě je bezpečně vymazán původní hard disk a uveden software do původního stavu.



„Použité výrobní linky a kontrolní procesy jsou na stejné úrovni jako u zařízení vyrobených pouze z nových dílů. U repasovaného zařízení je zaručeno, že nabídne stejnou úroveň kvality jako nový produkt. Z pohledu zákazníka je jediným skutečným rozdílem nižší cena a zatím užší nabídka modelů, která se ale bude postupně rozrůstat,“ upřesňuje Eva Kučmášová.

Cirkulární ekonomika i dobročinnost

Principy cirkulární ekonomiky naplňuje i dlouholetý dobročinný projekt Canonu s názvem Kopírka hledá kancelář. Jeho smyslem je nacházet uplatnění pro použité, ale stále stoprocentně funkční přístroje, které by jinak byly odsouzeny k recyklaci. Takto mohou ještě mnoho let sloužit v neziskových organizacích, které se často potýkají s nedostatečným technickým vybavením.

Canon věnuje do projektu multifunkce, tedy kancelářské přístroje kombinující kopírku, tiskárnu a skener. Nejčastěji jde o produkty řady imageRUNNER nebo i-SENSYS, které několik let spolehlivě sloužily u partnerských firem Canonu a před předáním projdou kompletním servisem. Během sedmi předchozích ročků pomohly multifunkce od Canonu několika desítkám organizací v Česku, Polsku i Maďarsku a na další se dostane letos. Příhlášky se uzavírají 26. dubna 2024.

Podmínky účasti naleznete na www.canon.cz/kopirka-hleda-kancelar.



VÍTEJTE VE SVĚTĚ FULL-FRAME



Málo šumu, nádherné snímky za horšího světla, výborná dynamika, „rovnější“ perspektiva, práce s hloubkou ostrosti. Vstupte do světa plnoformátové fotografie a filmů.

EOS R8

Canon



TIERRA VERDE | &S



Přirozená péče o tělo i domov od **TIERRA VERDE**

Vyrábí kosmetiku a drogerii, kterou sami potřebují. Sprchové gely s úžasnými přírodními vůněmi. Mýdla se skutečně čistým složením, kterým můžete svěřit i upatlané dětské ručičky. Nebo prací gely šetrné i k citlivé pokožce. Prostě poznáte rozdíl. Seznamte se s jedinečnou kosmetikou a drogerií od party nadšenců z TIERRA VERDE.



Podívejte se přímo do výroby

Zajímá vás, jak se vyrábí voňavá kosmetika a ekodrogerie? Vyrazte na některou z akcí, kterou v Popůvkách u Brna pravidelně pořádají. Tou nejbližší je květnový Jarmark v TIERRA VERDE, podrobnosti najdete na www.tierraverde.cz.

To nejlepší pro váš domov i pro vás

„TIERRA VERDE je známá hlavně svou inovativní ekodrogerií. Před pár lety jsme se rozhodli vytvořit také kosmetiku, která bude funkční, co nejvíce ohleduplná k lidem i přírodě a také dostupná. Když můžeme šetrně pečovat o domácnost, proč nepřát prvotřídní péči i sobě?“ popisuje Jan Čillík, generální ředitel TIERRA VERDE.

A tak na oddělení inovací začaly vznikat receptury unikátních produktů – mýdel na ruce, sprchových gelů a šamponů. Stejně jako u drogerie této moravské značky výrobáři vybírají pouze suroviny přírodního původu. Základem kosmetiky jsou jemné tenzidy, třeba z mýdlových ořechů nebo kokosového oleje. Produkty mají optimální pH, nevysušují, nedráždí a mohou je používat také ekzematici, alergici a lidé s citlivou pokožkou.

Aromaterapeutický zážitek

Kosmetika TIERRA VERDE vám každý den přinese krásnými vůněmi BIO esenciálních olejů. K velmi oblíbeným patří třeba po citrusech vonící vavřín kubébový. Pokud toužíte po mimořádném zážitku, sáhněte po sprchových gelech Essence omamnosti a Essence radosti. Přírodní vůně do nich namíchala profesionální aromaterapeutka Michaela Makulová.

Čistým složením to ale nekončí. Společnost TIERRA VERDE patří k pionýrům bezobalového prodeje, takže její kosmetiku zakoupíte i v bezobalových obchodech, vratných kanystrech a brzy také v litrových vratných lahvích. Nejlepší odpad je prostě ten, který vůbec nevznikne. Právě díky celostnímu přístupu získala kosmetika této moravské značky prestižní certifikát Ecogarantie.

Změna je snadnější, než si myslíte

„Chceme, aby se naše udržitelné produkty používaly stejně jednoduše jako konvenční. Prostě vyměníte jednu lahvičku za druhou a už fungujete šetrněji. Každá kapka se počítá, i málo je dost,“ motivuje Jan Čillík.



Kromě kosmetiky vyrobené z pečlivě vybraných surovin TIERRA VERDE nabízí také pomůcky pro péči o tělo z přírodních materiálů. Prátelné kosmetické tampony a menstruační vložky z biobavlny vám mohou sloužit roky a nahradí stovky jednorázových exemplářů. Hřebeny a kartáče z certifikovaného dřeva, masážní lufy nebo bambusové kartáčky na zuby po skončení aktivní služby prostě přidáte do kompostu.



Vydržet a sloužit léta

Stejně jako na design výrobků mmcité, jsou i na materiály, z nichž se vyrábějí, kladeny ty nejvyšší nároky. Produkty do dávají do veřejného prostoru ve více než 40 zemích světa, proto musí sloužit v tropickém i subpolárním podnebí. Jednou z nejtvrdějších dřevin na světě je jatoba – na brinellově škále obsazuje dvakrát tvrdší pozici, než má evropský dub. Odteď jí značka mmcité nabízí s označením FSC. Díky tomu splňuje nejpřísnější kritéria pro její těžbu v amazonském pralesu. Na místo kontrolované těžby se pracovníci vrací až po třiceti letech od posledního prořezu.

Kontrolovaná těžba

Přísně kontrolovaná těžba této dřeviny probíhá jako prořez pralesa vedoucí ke zlepšení jeho zdravotní kondice. Každý strom je evidován a má svůj „rodný list“. Díky tomu přesně dohledají místo, kde vyrostl a jakým způsobem byl těžen. Značka mmcité si tak může být jista, že je zachována potřebná obnova pralesa. Podporou kontrolované těžby snižuje riziko vzniku monokulturálních plantáží. Zasaduje se tak o přirozenost amazonské biodiverzity a stabilitu místních komunit.

Vlastnosti dřeva jatoba

Jatoba má několik výjimečných vlastností. Je velmi odolná vůči vlivům počasí a je dlouhodobě stálá. Stálost získává díky přirozenému prostředí amazonského pralesa, ve kterém roste. Vysoká vlhkost přináší odolnost nejen vůči změnám počasí a UV záření, ale také hmyzu, škůdcům a plísním. Tato dřevina vyžaduje jen minimální údržbu a ve veřejném prostoru může sloužit až 30 let. Všechny produkty se vyrábějí tak, aby se jednotlivé části daly po desítkách let jednoduše opravit nebo vyměnit, jinak tomu není ani u dřevěných prvků.



Strom se širokým rovným kmenem a šetrné zpracování přispívá k tomu, aby vznikl co nejmenší odpad.

Ocelová konstrukce křesla Rivage je doplněna o lamely z dřeviny jatoba. Kolekce je vhodným doplněním parkových laviček a sedacích prvků pro místa, kde lidé odpočívají ve veřejném prostoru.



Každý strom je evidován a má svůj „rodný list“, i štítek, díky kterému přesně dohledají místo, kde vyrostl a jakým způsobem byl těžen.

Méně stromů, více dřeva

Důležitým aspektem při výběru dřeva jatoba je také fakt, že výtěžnost z jednoho stromu je násobně vyšší, až o 50 %, než u většiny evropských dřevin. Strom se širokým rovným kmenem a šetrné zpracování přispívá k tomu, aby vznikl co nejmenší odpad. Alternativní evropské dřeviny jsou mnohem více sukovité, s kmeny ohýbajícími se do různých směrů. Zpracováním řeziva z těchto stromů vzniká přirozeně více odpadu a celý proces je energeticky náročnější.



Na místě kontrolované těžby probíhá následná výsadba stromů.

Výroba mmcité v Brazílii

V Jižní Americe, Brazílii, leží ve městě Sao Bento do Sul druhá část výroby produktů mmcité. Není náhodou, že si vybrali právě tento kontinent. Trhy Severní a Jižní Ameriky jsou významnou součástí sítě míst, ve kterých se nacházejí jejich produkty. Díky výrobě v Brazílii jsou blíže zdroji jatoba a mohou si ji pečlivě vybírat. Výrazně tak optimalizují dopravu jednotlivých dílů i finálních produktů, takže i uhlíkovou stopu, kterou komponenty a produkty zanechávají.



Dřeviny s označením FSC ve výrobě v Brazílii.



Modulární systém kolekce Morse následuje rytmus svého okolí. Skládá se do rozmanitých tvarů a délek, které podtrhují prostředí, ve kterém se nachází. Dřevěné sedátka mohou být vyrobeny i z tropického dřeva jatoba.

Přichází Dinoo těšte se



Přichází **Dinoo**

Otevíráme dveře do minulosti. Do světa, který v každém z nás probouzí touhu po poznání, fascinaci historií naší planety nebo zájem o příběhy psané pradávnými obyvateli naší planety. Vítejte v našem světě, kde se minulost stane součástí vašeho každodenního života! Vítejte ve světě Dinoo!



Již v minulém roce jste měli možnost poprvé nahlédnout do pravěkého světa stvořeného pro naše nejmenší s názvem Dinoo Ostrov. Ten připlul do více než 12 měst v České republice – do Prahy, Olomouce, Českých Budějovic, Kroměříže, Prostějova a dalších. V rámci prehistorické show čekalo na děti 10 soutěžních stanovišť. Malí paleontologové mohli vyhrabat Tyranosauri kostru, odvážlivci krmili dinosaury mrkvičkami anebo chodili na pružném laně nad nebezpečnou propastí. Za splnění úkolů všichni dostali odměnu a diplom, aby se mohli všude chlubit, že zvládli nástrahy džungle a utekli všem dinosaurům. Nechybělo ani spousta nafukovacích dinosaurů, se kterými se každý rád fotil a pokud se náhodou někomu zastesklo po živém dinosaurovi, přispěchal na scénu maskot Rexík.

Na úspěšný letní program navázala svoji zimní tour akce s názvem Dinoo Vánoce. Spolu s „dinoši“ návštěvníci rozsvěcovali vánoční stromy na náměstích a bavili se dvouhodinnou show na podiu plném

písniček a soutěží. Kdo by to byl řekl, že téma Vánoce a dinosaurů půjde tak skvěle dohromady.

Ke konci Dinoo Vánoce, konkrétně na Praze 13, byla dětem i rodičům představena znělka k novému seriálu Dinoo, který od prosince 2023 servíruje fascinující dinosaurů dobrodružství. Jedná se o zábavně-naučný seriál, u kterého se nejen něco dozvíte, ale parádně se zasmějete. Víte třeba, jak byla ve skutečnosti velká Spinoška (Spinosaurus) nebo proč měl Stegi (Stegosaurus) na hřbetě tak velké pláty? Ne? Tak si s dětmi pusťte první díl a najdete odpověď! V dalším díle se zase budete za břicho popadat, jak uvidíte Rexíka zápasit s obří kýtou, kterou si chce opéct. A co najdete v dalších dílech? Na to už musí přijít každý sám. Každý měsíc vychází dva příběhy + další bonusová videa. Pokud tedy máte doma malého „dinosaurologa“, nesmíte si nechat youtube seriál Dinoo ujít. A jestliže jste aktivní na sociálních sítích, mrkněte i na Facebook Dinoo, kde jsou další vtipky nebo jednoduchá bludiště pro zvědavé hlavičky.



Nyní se jistě ptáte, co v roce 2024? Kam to všichni směřuje? Letos se určitě můžete těšit na další místa, kam připluje outdoorová show Dinoo ostrov. Ten bude navíc v menším měřítku zastoupen i na vybraných dětských festivalech. Neustále budou vycházet nové a nové díly na zábavně-edukačním youtube kanálu Dinoo. Ale to není všechno!



V dubnu přijde ta největší paráda, kterou nikdo nečeká. Co přesně to bude, vám nemůžeme prozradit. Ale můžeme vám dát nápovědu. Dinoo svět si budete moci nejen zažít, ale i ochutnat!

**Přichází Dinoo
– těšte se!**



Vekolu Company

Řešení pro firmy v krizových situacích

Luboš Velebil a Adam Kotrba - zkušení krizoví manažeři. Zakladatelé české společnosti Vekolu Company - společnosti, která pomáhá zvládat obtížné a kritické situace českým firmám, patřící do investiční skupiny PRAG Investment Group a.s. Specializuje se na nalézání řešení složitých finančních a dluhových situací formou firemních restrukturalizací. Poskytnutá řešení slouží k maximální akceleraci dostupného potenciálu dané firmy.

Slovní spojení „to nejde“ od nich neuslyšíte. „Možná je to profesní deformace, ale nám se tento přístup zatím vždy osvědčil“, shodují se Luboš a Adam. Pojďme si společně projít příběh dvojice, která má vždy v záloze nějaké smysluplné řešení.

Kde se vzala potřeba založit Vekolu Company?

Byl to přirozený vývoj, reagující na poptávku. V rámci našich současných aktivit, u kterých pracujeme s různými řešeními dluhových problémů fyzických osob, nás čím dál tím více žadatelů poptávalo o pomoc s financováním svých firem. I proto bylo třeba vytvořit specializovanou společnost, které

bude veškerou poptávku absorbovat a flexibilně na ní reagovat. Čas realizace je, v rámci poskytovaných řešení, jedním z nejdůležitějších faktorů.

Čemu přisuzujete avizovaný nárůst poptávky po vašich službách?

Řekl bych, že se jedná o souběh více faktorů - vysoké inflace, utlumený úvěrový trh, vysoké úrokové

sazby a částečně také dozvuky „COVIDové“ doby. Tento souběh multiplikačně ovlivnil nejen malé, ale i střední a velké podniky napříč celou ČR. Pokud mají dobrou kredibilitu u bank či investorů, pak nemají s dofinancováním např. provozního financování problém. Pro mnohé společnosti má však souběh těchto faktorů fatální následky.

Proč jste Vekolu založili právě spolu?

Opět přirozený vývoj. I když se známe asi od 6 let, aktivně spolupracujeme až poslední 8 let. Myslím, že se dobře doplňujeme. Zároveň víme, co jeden od druhého v dané situaci čeká. Nikdy nejsme v názoru

rech a optice vyhodnocení úplně totožní. A to nás ale donutí zvažovat různé formy problémů, které mohou nastat. Díky našemu zaměření na problémová aktiva řešíme problémy téměř neustále. To vám umožní poznat charakter člověka daleko lépe než v dobách hojnosti, když se vám daří. V mimopracovní době, která není až zas tak častá, spolu rádi vyrazíme na golf či za jiným sportem nebo dobrým jídlem.

Jak máte rozdělené role ve firmě?

Nejme úplně korporátní, a tak nemáme pevně definované, co kdo má vykonávat. Nicméně, Adam pokrývá makro a mikroekonomický segment transakce, spolu s analýzou dostupných dat. Luboš pak zajišťuje veškerý právní background transakční dokumentace. Společně pak, na základě jednotlivých poznatků, vyhodnocují psychologický aspekt transakce. A veškeré jeho konsekvence.

Jak vypadá váš typický postup při vyhodnocování transakce?

Pokud jednomu z nás přijde poptávka po našich službách, začne pracovat na počátečním screeningu daného případu. Jakmile máme vypracované všechny jednotlivé body naší due diligence, prezentujeme si daný záměr navzájem. Druhá strana pak uplatňuje metodu velmi kritické zpětné vazby. Pokud si na vše dokážeme uspokojivě dopovědět, transakci realizujeme. Pokud ne, k realizaci nepřistoupíme.

Co přinášíte na český trh? Kde je Vaše přidaná hodnota?

Řekl bych, že především pragmatismus, klid a rozvahu. V krizovém finančním řízení se totiž musíte rozhodovat rychle, nikoli však unáhleně. Zkušenosti, které jsme za ty roky nabrali, hrají v některých klíčových momentech hlavní roli. Sami jsme udělali nějaké chyby, ze kterých jsme se poučili. Nikdy také neslibujeme nic, co nemůžeme splnit jen s vidinou tohoto, abychom udělali „deal“.

Na jaké typy služeb se specializujete?

V zásadě se jedná o čtyři hlavní specializace. Těmi hlavními jsou krizové finanční řízení a restrukturalizační projekty. Ty zahrnují naši plnou manažerskou účast a intenzitu na daném projektu. V rámci transakcí s charakterem financování připravíme pro žadatele buď mezaninové financování, nebo naaranžujeme vlastní dluhopisovou emisi či program.

Která odvětví Vás nejvíce zajímají?

Máme tři hlavní segmenty, ke kterým upínáme svou pozornost - průmysl, zdravotnický výzkum a energetika. Zajímají nás české společnosti. Takové, které mají konkurenční výhodu, jež ale nemůže být zcela uplatněna, protože jí převyšuje míra problémů, se kterou daná společnost bojuje. Rovněž nás zajímá podpora patentů.

Jaké úspěšné transakce máte za sebou?

Tím, že Vekolu je mladá firma, která vznikla v roce 2021 z výše uvedených důvodů, nemá ještě zcela exitované projekty. Nicméně, pokud to vezmeme z pohledu čísel, tak máme přes 12 let zkušeností s problémovými aktivy. Za tu dobu jsme vyřešili přes cca. 400 případů v objemu přes 1,3 miliardy Kč. Postupujeme systematicky krok za krokem. Nebylo by rozumné se bez předchozích zkušeností vrhnout hned na nějaký velký stomilionový deal. Vše má svůj čas a u problémových aktiv to platí, dle mého, dvojnásob.

Čím pro Vás bude specifický rok 2024?

Rok 2024 bude pro Vekolu rokem velkých akvizic - zejména ve farmaceutickém sektoru a průmyslu, s přesahem do energetiky. Ve farmacii se jedná o společnost, která disponuje velmi unikátním patentem. Ten může zcela zásadně změnit celosvětovou formu a přístup v aplikaci současné formy léčby. V průmyslu aktuálně dokončujeme převzetí 100% tradičního českého výrobního podniku. Cílem bude navýšení výrobní kapacity a postupný přechod na automatizovanou a robotizovanou výrobu. Současnou výrobu zároveň chceme ještě rozšířit o vlastní patentovaný produkt z oblasti energetiky.

Pokud bych měl shrnout rok 2024 do jednoho slova, bude: „Přelomový.“

www.vekolu.cz

CO PŘINÁŠÍME

Do Vekolu Company, nedílné součásti finanční skupiny PRAG Investment Group, jsme transformovali silné finanční zázemí, funkční odborné znalosti, přísnou firemní disciplínu, efektivní modely řešení a jejich kvalitní management. Věříme v akceschopnost, odpovědnost a tvořivost. Vždy však v intencích zákonů a pravidel v právních mantinelech jurisdikce, kde podnikáme.

+ 12 let

zkušenosti s problémovými aktivy a jejich vypořádáním

+ 290

počet dluhových konsolidací a restrukturalizací

+ 420 mil. Kč

objem dluhových konsolidací a restrukturalizací



Luboš Velebil, DiS
SENIOR PARTNER

Luboš disponuje mnohaletými zkušenostmi s řízením vlastních společností věnujících se především Distressed Real Estate Assets a Krizovému managementu. V současnosti studuje Master of Laws se specializací na Korporátní právo - správa a řízení společnosti na European Business School.



Adam Kotrba
MANAGING PARTNER

Jeho expertizou jsou více než desetileté zkušenosti s tuzemským a zahraničním investičním, nemovitostním a transakčním trhem. Adam úspěšně absolvoval Behavioral Finance na Duke University of North Carolina a studium Financial Markets na Yale University.

Kde změni vaše sny o bydlení v realitu

Základním posláním společnosti VETOS group s.r.o. je vytvářet krásné a příjemné bydlení, dodávat do staveb produkty, které vyvolávají pozitivní emoce. Již více než 28 let spoluutváří dnešní tvář exteriérů a interiérů a přenáší ji do budoucnosti. Chce spoluvytvářet prostředí pro příjemné bydlení tak, aby životy lidí byly při plnění jejich plánů a snů co nejpohodlnější. Pod vedením majitele Václava Větrovce je velkým hráčem na pražském rezidenčním trhu. Mění v realitu i ty nejnáročnější plány architektů, projektantů a stavebních mistrů. Dodávky do více než 10 000 bytů a 2 000 rodinných domů, to už je velká stopa v českém stavebnictví!



„Mít ty správné zaměstnance je absolutní základ úspěchu,“ tvrdí Václav Větrovec. „Všem bych chtěl moc a moc poděkovat, protože bez nich bychom dnes nebyli velkým hráčem nejen na středočeském trhu rezidenčního bydlení. Musím říci, že máme opravdu skvělý tým a je to velká radost s nimi být. Když mi o 25 let mladší kolega řekne: „Vašku, já jsem letos neměl den, kdy bych se do práce netěšil,“ zahřeje to. Mám je všechny rád a beru je jako svoji velkou osmačtyřicetičlennou rodinu.“

Poohlédnutí za počátky firmy

Z malého rodinného truhlářství se podnikání Václava Větrovce a jeho ženy dostalo až k jedné z největších obchodně realizačních společností v České republice. Zakladatel se vyučil stavebním truhlářem, měl skvělé mistry a řemeslo ho bavilo. Odešel na zkušenou do Rakouska a po návratu v roce 1996 začal budovat svoji firmu. Absolvoval řadu manažerských školení a dokázal si k sobě přitáhnout ty správné lidi. Mnozí majitelé firem těžce nesou ten stav, kdy musí zanechat činnosti, kterou milovali, a jsou náhle v pozici manažera, což je úplně jiná práce. Václavu Větrovcovi však zůstala vášeň pro tvoření a optimismus. Od roku 2016 se na rozvoji firmy zejména v oblasti marketingu a administrace podílí i druhá generace – dcery Alžběta a Eliška. I ony tak budou dál naplňovat filozofii této rodinné firmy: dodávat výrobky i služby té nejvyšší kvality a neochota smířit se s průměrnou kvalitou výrobků a služeb, nepřijímat polovičaté výsledky. Proto do sortimentu Vetos patří výrobky v kategorii extra třídy, a proto mění v realitu i ty nejnáročnější plány architektů, projektantů a stavebních mistrů.

A co všechno si můžete pod jednou střechou Vetos vybrat?

Vetos je specialistou na dveře a zárubně. Dveře umožňují průchod mezi místnostmi a jejich výběr je důležitým rozhodnutím, které ovlivní vzhled interiéru. Vybírat zde můžete dveře do různých interiérů. Lze si zvolit design dveří, povrchovou úpravu, barvu, typ prosklení, typ otevírání nebo kování dveří.

Nezbytnou součástí, která umí dokonale zvýraznit každé dveře, je klika. Kování dotváří výraz celého interiéru a jeho vhodný výběr je důležitou částí budování domova či kanceláře. Proto Vetos nabízí široký sortiment dveřních klik.

Také mobilní přestavitelné příčky patří do portfolia zde nabízených interiérových prvků. Díky



dlouholetým zkušenostem s technologií ložisek a konstrukcí dráhy mohou zaručit ve Vetosu vysokou kvalitu a maximální spokojenost zákazníka. Mobilní příčka charakterizuje zejména její stabilita a zvuková izolace, která vzniká díky tzv. zvukově stlačené pojistce, usazené v jednotlivých panelech. V okamžiku vám mobilní příčka umožní změnit velký prostor na malé jednotky a naopak.

Bezespory i podlaha výrazně ovlivní vzhled místnosti. Ve zdejší nabídce jsou podlahy z materiálů – dřevo, laminát, vinyl. Každý materiál má svá specifika. Každá podlaha musí splňovat určité nároky, které na ni budou v konkrétní místnosti kladeny. Jiná podlaha se hodí do obývacího pokoje, kde je na ni vyvíjena větší zátěž, a jiná podlaha se hodí do ložnice. S tím vším vám místní personál dobře poradí.

Ze strany zákazníků přišla myšlenka rozšířit showroom Vetos i o koupelnové studio. Často si s sebou přináší jednu dlaždicí a pasují to k barvě



dveří a podlah. Také spolupracující architekti a designéři mají stejnou potřebu si reálně vyzkoušet vzorky k sobě. Proto zde můžete vybírat i z obkladů a dlažeb.

A ještě další studio zde bylo nově otevřeno – spánkové. V místním centru zdravého spánku si vyberete z nabídky postelí, postelových roštů a matrací se zdravotními certifikáty.

Nejen široká škála produktů, ale i služby jsou ve Vetosu v TOP kvalitě.

Plány majitele do budoucna

„Vzhledem k tomu, že jsem se posledních deset let více věnoval práci hlavního stavbyvedoucího našeho firemního sídla, jako hlavní šéf cítím dluh vůči VETOSU. I přesto, že se nám podařilo zvýšit ziskovost, plánuji vypilovat a zefektivnit interní procesy, vytvořit vlastní akademii pro vzdělávání pracovníků a vybudovat síť vlastních poboček v regionech, kde se nám nedaří navázat spolupráci



s místními obchodními partnery. To všechno proto, abychom byli ještě více kompetentní a abychom naplňovali naši dlouhodobou vizi, kterou je: Stát se symbolem pro vybavování interiérů a zpřístupnit naše služby široké veřejnosti v rámci celé České republiky.“

www.vetos.cz



Vlastní sídlo společnosti VETOS group u Benešova představuje obchodní centrum o celkové komerční ploše 5000 m². Z toho je 1500 m² exkluzivních vytápěných skladovacích ploch a 3500 m² obchodních prostor a kanceláří. V sídle má své místo, ale také silné zázemí pro montéry, odpočinkové a relaxační zóny, ale i střešní zahrada nebo 260 kubíkové jezírko s okrasnými rybami, osazené vodními rostlinami. To představuje nejen uvědomění majitele vrátit přírodě kus zabrané půdy firemním sídlem a koncepčně splýnout s přírodním rázem krajiny nedaleko Pomněnic jako součást společenské odpovědnosti firmy, ale také výraz toho, že myslí na svoje zaměst-

nance. Soudržnou firemní kulturu zde rozeznáte na každém kroku. Vtipné nápisy, basketbalový koš, lednička, kde si můžete zchladit hlavu, a nespočet fotek z častých firemních akcí potkáte na každém kousku zázemí sídla. Zaměstnanci spolu slaví vše, co se dá – narozeniny, masopust, Velikonoce, čarodějnice atd. a jak jinak než za přítomnosti svého majitele, který nezkazí žádnou legraci. Kromě zábavy je na něm vidět, že řemeslo, na kterém vyrostl, je jeho srdeční záležitostí dodnes. I když musí být dnes logicky více manažerem, ředitelem, majitelem, můžete ho každý pátek potkat v truhlárně, kde si rád připomíná svoje původní povolání.



Outdoorový kiosk sloužící pro prezentaci tehdy nového telefonu Samsung Galaxy S7.



Když potřebujete **být vidět...**



Výroba a instalace Samsung stojanů na frankfurtském letišti byla výzva, kterou Atlas Advertising Group s radostí přijal, a co více, klient byl s realizací nadmíru spokojen.

Společnost Atlas Advertising Group se od samého začátku svého vzniku až po současnost zabývá signmakingem. Vznikla před 35 lety a dodnes má rodinné vedení. Za sebou má nespočet úspěšných realizací, a to nejen pro tuzemské, ale i pro nadnárodní značky. Zadavatel za nimi může přijít s pouhou myšlenkou nebo skicou na papíře a sehraný tým si poradí s realizací projektu od nápadu, přes výrobu až po realizaci. Pokud bychom měli Atlas Advertising Group charakterizovat, pak je to kreativní design, moderní technologie a komplexní profesionální servis.

Společnost disponuje vlastní výrobou v sídle v Králově Dvoře u Berouna. Precizní realizace jsou možné díky vybavenosti celou řadou vysoce specializovaných technologií, strojů a nástrojů. Spolu s týmy odborníků zde můžete realizovat i ty nejnáročnější zakázky.

Výrobní zázemí o rozloze 4500 m² zahrnuje rozmanité technologie - od laseru, CNC stroje, UV tisku, ohýbání/lepení plastů, přes TIG + CO₂ svařování FE/AL/Nerez až po frézku na hliník a ohýbačku kovů. Díky této vybavenosti odbaví více než 4000 zakázek ročně.

Technologie by však byly k ničemu, kdyby ve firmě nebyla tvůrčí atmosféra. Největším bohatstvím je team profesionálů, které jejich práce baví. Nejen lidé ve výrobě, ale také vlastní instalační team jsou skutečnou devizou. Profesionální přístup, flexibilita, realizace zakázky od návrhu přes produkci až po instalaci je to, co dělá podpis společnosti Atlas Advertising.

Potvrzením je dlouholetá spolupráce se značkou Tesco, kompletní navigační systém všech tří terminálů pro Prague airport, mezinárodní instalace Shop in Shopů pro značku Samsung, instalace



Samsung displayů na frankfurtském letišti a mnoho dalších úspěšných projektů, na které jsou v Atlas Advertising Group náležitě hrdí.

www.atlas-ag.cz
Tel: +420 311 637 099



Atlas Advertising Group

Kompletní realizace brandingů pro řetězec Tesco po celé České republice.

Výroba a instalace světelných log a obložení pro pražský obchodní dům Palladium.



Designové řešení stropního osvětlení pomocí unikátního t-boardu od Atlas Advertising Group.



Výroba in-store prvků pro nový obchod Bercanna na Václavském náměstí.



Veškeré navigační panely na pražském letišti Václava Havla jsou v péči Atlas Advertising Group.

3D kongres dělá ze vzdělávání zábavu

Covidová doba přinesla boom e-learningových platform a aplikací pro online schůzky. Držet krok musely i společnosti Eduwin, která se zaměřovala na firemní vzdělávání, a Health communication, jejíž doménou je vzdělávání lékařů, lékárníků a dalších odborných profesí ve zdravotnictví. Tímto unikátním spojením vznikl 3D kongres: online konference s 3D procházkou konferenčním sálem, po virtuálních stáncích vystavovatelů nebo zajímavými lokalitami z místa konání. Od roku 2020 už zavedly Eduwin a Health communication studující na pár kliknutí do italských Benátek, maďarských lázní, přes moře až do USA a Kanady a aktuálně v těchto dnech do historických uliček Berlína.

Neumíte si to představit? Chcete to vidět? Pokračujte tudy:



3D kongres jako 3V1: zážitek, vzdělávání, zábava

Měsíc trvající 3D kongresy Health communication vždy pravidelně na jaře a na podzim navštěvuje více jak 1500 studujících. Eduwin jako výrobce 3D



Zdeněk Břeň

prostředí pracuje na projektech i mimo zdravotnictví a přináší nové funkce a vylepšení. Zatímco na začátku šlo spíše o vizuální atraktivnost 3D prostředí, dnes návštěvníky láká jeho interaktivnost. Dříve statické postavy se hýbou a mluví. Že Vás přivítá moderátor, je již standardem. Informace divákům zde můžete předat pomocí videí, prezentací, bannerů. Oblíbené jsou různé hry, kvízy a soutěže. Zpětnou vazbu zanechá návštěvník díky anketě a nebo napíše přes kontaktní formulář. 3D prostředí lze propojit s Vaším webem, e-shopem, sociálními sítěmi.

„Hodně škarohlídů nás varovalo, že s covidem odejdou návštěvníci z online pryč,“ říká ředitel obou společností Zdeněk Břeň. „My sledujeme pravý opak. Hodně lidí z pohodlně a v online zůstali. Nechce se jim cestovat za vzděláním a informacemi. Raději na pár kliknutí vstoupí do 3D prostředí. Firmy, které s námi na 3D kongresu vystavují, tak získaly další nástroj, jak oslovit své zákazníky a jak se odlišit od konkurence.“

Tak se zrodila i spolupráce se společností NanoComplex. Unikátní veterinární přípravky TraumaPet s nanostřibrem představuje ve 3D veterinární klinice na míru. Pojdte se tam s námi podívat!



Nejenom online akce nebo produktové expozice. 3D prostředí nabízí mnohem víc. „Některí klienti ho využívají v průběhu roku k tematickým soutěžím, např. na Valentýna, Velikonoce, Vánoce nebo výročí firmy a budují tak svoji komunitu,“ vypočítává projektová manažerka Eduwinu Pavlína Arely. „Jiní 3D místnosti cílí na mladou generaci a komunikují tu téma nábory zaměstnanců. Další si nechali vyrobit identickou virtuální provozovnu a propojili 3D místnost s e-shopem. Jsou i případy, kdy se 3D využívá jako vlastní virtuální klubovna a sdílí se tu důležité informace. Rádi posouváme naše hranice kreativity a každému klientovi dodáme místnost přesně podle jeho představ.“

Pokud Vám zní v hlavě otázka, kolik „taková sranda“ stojí, průměrná cena jedné 3D místnosti přijde asi na 60 - 100 tisíc v závislosti na množství podkladů a náročnosti použitých funkcí. Eduwin s 3D tvorbou ale můžete najít v Galerii kreativců. Na jejich služby tak lze čerpat finanční příspěvek v dotační výzvě Ministerstva kultury ČR Kreativní vouchery. Vlastní 3D místnost tak můžete mít pouze s 15% účastí. Více informací hledejte na webu www.kreativnicesko.cz.

„Neměli bychom zapomenout zmínit i vlastní projekty, které chystáme na podzim,“ dodává ředitel Břeň. „Mám na mysli online veletrh Tvé zdraví a nebo online výstavu vinařů s názvem 3D Víno fó-

rum.“ Tvé zdraví se bude zaměřovat na koncového zákazníka. Přinese mu spoustu informací o tom, jak o své zdraví dobře pečovat, ukáže vhodné produkty nebo jaké jsou moderní trendy ve zdravotnictví a podobně. 3D Víno fórum je určeno všem milovníkům vína a vinařství a nabídne nejen přehledku moravských i českých vinařství a jejich produktů, ale také nákupy za akční ceny nebo soutěže o atraktivní dárky. Obě akce potrvají několik měsíců a registrovaný uživatel se na ně může vracet opakovaně. Vždy tu budou nové informace a příležitosti, jak se poučit i pobavit.

Pro pečlivé a hravě čtenáře máme na konec malou soutěž. Prohlédli jste si veterinární kliniku s přípravky TraumaPet? Jakou barvu měla kočka, kterou drží klientka v náručí v čekárně nedaleko recepce? Napište nám správnou odpověď formou SMS na číslo 739 991 551 a můžete vyhrát jeden z 5 balíčků přípravků společnosti NanoComplex, která udělá radost každému chovateli. Losovat budeme na konci dubna. Výsledky zveřejníme na sociálních sítích společnosti Eduwin.



EDUWIN

EDUWIN s.r.o.
eduwin.cz · 3Dkongres.cz
 telefon: +420 739 991 551
 email: eduwin@eduwin.cz



ROSSMANN

slaví tři dekády úspěchu a krásy na českém trhu

Již 30 let přináší drogerie ROSSMANN na český trh produkty zaměřující se na zkrášlení, vůni a péči o tělo. Od první českobudějovické prodejny narostla síť obchodů s ikonickým červeným kentauřem ve znaku na celkových 180 poboček po celé republice. Svým zákazníkům nabízí výjimečnou zákaznickou zkušenost a každý den jim poskytuje skvělé nabídky a nejširší drogistický sortiment.

Společnost ROSSMANN se dlouhodobě řídí potřebami a přáními svých zákazníků a pracuje na zlepšení, která vychází vstříc všem požadavkům, která na ně současná doba klade. Ve svých prodejnách tak například jako první drogistický řetězec začala již před čtyřmi lety zavádět samoobslužné

pokladny. Z celkového počtu prodejen ROSSMANN na českém trhu je aktuálně nabízí téměř dvě třetiny poboček a letos budou tyto pokladny nainstalovány v celé prodejní síti.

Kromě rekordních investic do otvírání nových poboček, modernizace a rozšiřování stávajících



prodejen přináší společnost ROSSMANN svým věrným zákazníkům také novou nákupní zkušenost v podobě možnosti online nákupu v prostředí oblíbeného věrnostního programu ROSSMANN CLUB, který má v současnosti více než milion členů. A protože doba je stále hektičtější, zrychluje se také doba přípravy objednávek na e-shopu – pouhých 60 minut od zadání objednávky po možnost vyzvednutí na pobočce. Zákazníci si také mohou nechat objednávku doručit domů, nebo do vybraného výdejního místa Zásilkovny.

Pro krásnější život v mnoha podobách

Krása má mnoho podob a drogerie ROSSMANN se v souladu se svým sloganem „A život je krásnější“ věnuje celé řadě aktivit, které s touto myšlenkou souzní. Příkladem může být dlouhodobá iniciativa s názvem Cvičte jógu, zaměřená na tento druh relaxačního cvičení a zdůrazňující nejen vnější, ale také vnitřní krásu a pohodu. Ve spolupráci s přední českou cvičitelkou jógy Zuzanou Klingrovou vytvořila společnost ROSSMANN sérii videí pro svůj web cvictejogu.cz, která jsou také dostupná v aplikaci ROSSMANN CLUB. V aplikaci navíc videa s jógovými sestavami nadále přibývají a milovníci jógy se v letošním roce mohou těšit i na druhý ročník speciální jógové akce pro veřejnost.

Drogerie ROSSMANN si je rovněž vědoma, že krása má podobu vzájemné pomoci a podpory. Proto se již řadu let věnuje charitativní činnosti.



Od roku 2009 se jí v rámci vlastního projektu KDE SRDCE POMÁHÁ, fungujícího v úzké spolupráci se zákazníky, podařilo věnovat téměř 80 milionů korun na pomoc nemocným dětem, seniorům a lidem v nouzi. Každoročně se také aktivně zapojuje do celostátní Sběrky potravin a věnuje se i projektu Vraťte stromům korunu, díky kterému bylo v mnoha městech a jejich okolí napříč celou Českou republikou vysazeno už více než 2 700 vzrostlých stromů.

Investice do budoucnosti

Drogerie ROSSMANN má za sebou 30 úspěšných let růstu, modernizace a především poskytování kvalitních služeb svým zákazníkům. Všechny tyto kroky vedly k rekordnímu obratu 6,5 miliardy korun v roce 2023, což představuje 18% nárůst v porovnání s předchozím rokem. Konec roku 2023 byl pro společnost ROSSMANN významný nejen díky listopadovému otevření největší prodejny drogerie v České republice, která se nachází v samém srdci Brna na Masarykově ulici, ale také díky uzavření strategického obchodního partnerství s online obchodem Rohlík.cz. Ten nyní nově nabízí více než 400 produktů z portfolia privátních značek ROSSMANN.

Od ledna 2024 mají zákazníci možnost navštívit prostornou třípatrovou prodejnu přímo na Václavském náměstí v Praze, která je v rámci celé sítě výjimečná rekordním počtem téměř 16 tisíc výrobků na jedné prodejně. Právě s příchodem jubilejního 30. roku na českém trhu se nabízí otázka, kam síť drogerií ROSSMANN směřuje.

„Rok 2024 pro nás představuje významné jubileum, které hodláme patřičně oslavit. Plánujeme překonat hranici 200 prodejen v celé České republice či dále rozvíjet aktivity na podporu vnitřní krásy a duševního zdraví. Máme připravenou novou brandovou kampaň, která připomene krásu a důležitost vzájemné rodinné péče, lásky a vztahů. Myslíme také na naše zaměstnance, neboť jsou to právě oni, kdo stojí za úspěchem naší společnosti. Za poslední dva roky jsme navýšili mzdy na prodejnách o více než čtvrtinu a zavedli další benefity. Letos mzdy zaměstnancům prodejen navýšujeme znovu, a to ve dvou krocích až o 10 %“ říká Olga Stanley, manažerka komunikace sítě drogerií ROSSMANN.

Jedna věc je tedy naprosto jistá. Na našem trhu dělá ROSSMANN život krásnější už 30 let a rozhodně v tomto trendu bude pokračovat i do budoucna.

Inzerce

ABCCLINIC
ART & BEAUTY

U NÁS JE KRÁSA DOMA

- > plastická chirurgie
- > korektivní dermatologie
- > transplantace vlasů
- > neinvazivní zákroky
- > laserové centrum

abclinic.com





Kvásek, mouka, voda, sůl, um a cit pekaře



KVÁSKOVÝ PŠENIČNÝ CHLĚB

PŠENIČNÁ
MOUKA

PŠENIČNÝ
KVÁSEK **12%**

61%



VÍTĚZNÝ
CHLĚB
ROKU 2021

KVÁSKOVÝ SEMÍNKOVÝ CHLĚB

PŠENIČNÁ
MOUKA **59%**

PŠENIČNÝ
KVÁSEK **8%**

SEMÍNKÁ:
SLUNEČNICOVÁ,
LNĚNÁ,
DÝNOVÁ **8%**



VÍTĚZNÝ
CHLĚB
ROKU 2022

KDE ZAKOUPIT NAŠE CHLEBY ZJISTÍTE NA

WWW.BAKER-ST.CZ

Kváskové pečivo Baker street



Výrobky Baker street mají za cíl přinést zákazníkům prémiové pečivo, které je vyrobeno z vlastního kvásku a několik hodin zrajícího těsta. Kombinací kvalitních ingrediencí a tradičního pekařského řemesla jsou vytvářeny produkty s vírou, že si je vychutnáte a že si najdete pravidelné místo i na vašem stole.



Řada Baker street si našla již své místo na trhu a stala se oblíbenou. Kváskové chleby, kváskový makový závin či kváskový toustový chléb máslový si lze zakoupit ve vybraných prodejnách po celé České republice. A jaké jsou ingredience Baker street?



Kvásek

Je základní surovinou při výrobě řady Baker street, o kterou se pekaři starají s láskou a řemeslnou zručností. Bez kvalitního kvásku by chléb neměl např. křupavou kůrku, vláčnou střídku a výbornou chuť. Je zapotřebí se o kvásek starat zodpovědně, aby se nám odměnil v podobě chutného pečiva. Proto je nutné pšeničný kvásek přikrmovat, neustále kontrolovat a správně skladovat. Kvásek v chlebech Baker street neobsahuje žádné přídavné ani konzervační látky.

Ruční práce

Při práci s těstem se projeví pravé pekařské mistrovství a zručnost. Po vyměšení pekaři těsto tvarují pouze ručně. Zkušenosti jim prozradí, zda je dostatečně pružné a vláčné. Nejdůležitější částí ruční práce s těstem je jeho formování. Těsta na Baker street chleby se v průběhu zrání několikrát ručně překládají. Díky tomu chléb získá vysokou pórovitost střídky. Když získá ten správný tvar, potřebuje čas, aby si odpočalo v ošátkách. Každý chléb dostane svůj typický řez, kterým se odlišuje od jiných. Vzhled je nápaditým dílem kreativních pekařů. Pekaři ručně těsto váží, tvarují a nakonec jej nařežou ozdobným řezem.

Zrání

Čtyři hodiny – přesně tolik musí kváskové těsto zrát. Je to kousek tajemství tradičního receptu

prémiových výrobků Baker street. Po vytvarování těsto odpočívá v ošátkách, nabírá sílu a objem. Výsledkem je chléb s krásnou pórovitostí v nadýchané střídce.

Um a cit

Bez nich by se to nepodařilo. Pekaři připravují výrobky Baker street zodpovědně a s citem v rukou od prvního dotyku s těstem.

Příprava kváskových výrobků není jednoduchý proces. Zkušený pekař musí dobře znát suroviny, jejich kvalitu a zvolit správné postupy v procesu výroby. Bez jeho umu a citu by se nepodařilo upéct chléb s křupavou a vláčnou střídkou, jemné a vláčné těsto makového závinu a vláčný toust, který si můžete dát i samotný.



30 let výroby luxusních obalů v Česku

Obaly, které díky perfektnímu zušlechťení povrchu přitahují pozornost nejen tvarem, ale i provedením, výrazně ovlivňují emoční postoje koncových zákazníků a v konečném důsledku mají veskrze pozitivní vliv na jejich nákupní rozhodování.

Díky aktivnímu působení na trhu Achilles CZ s.r.o. z Českých Budějovic letos v závěru dubna oslaví již třicet let úspěšného působení na českém trhu a současně i na zahraničních trzích. Ve spolupráci se svou mateřskou firmou se sídlem v německém Celle trvale zlepšuje, vyvíjí a aplikuje zušlechťení papíru na nové produkty a hledá nová řešení v kategorii výroby luxusní potahované kartonáže. Pokud tedy chcete v oblasti luxusních obalů něco speciálního a kompletně dořešeného, pak budete v Achilles CZ s.r.o. vsázkou na té nejspřávnější adrese.

Základní filozofií Achilles CZ je poskytnout klientovi podporu od nápadu přes vývoj produktu až po konečnou realizaci, a to z jednoho místa včetně finanční kompletace a cíleného a adresného doručení.

„Jednoduše řečeno, klientovi u nás v Achillesu vymyslíme konstrukci produktu, navrhne vnější materiál, tisk a jeho zušlechťení, pomůžeme standardně v implementaci produktů, vložíme zákazníkům dodaný produkt, vedle toho zhotovíme na míru přesné přepravní balení, v součinnosti se zákazníkem navrhne optimální logistické řešení včetně adresného doručení, a to i do zahraničí,“ říká jednatel společnosti Jiří Šonka. „Naše výrobky najdete především v zemích Evropské unie, ale naše výrobky si našly své místo i v Japonsku, Austrálii či Spojených arabských emirátech. Pokud chce tedy někdo něco speciálního a kompletně dořešeného, a to v počtu od jednoho do třeba i deseti tisíc kusů, pak se na nás může s důvěrou v kvalitu produktu i služeb s jistotou obrátit,“ dodává.

Zanechávají „lesklý“ dojem

Ať se jedná o standardní lesklou či speciální nepoškrábatelnou matnou laminaci, horkou ražbu fóliemi, UV parciální či reliéfní lakování nebo individuální zušlechťení produktů, nabízí Achilles přes 30 základních druhů a nespočet vzájemných kombinací zušlechťení. Tyto průmyslové činnosti se realizují nejen v hlavním sídle společnosti v Celle (spolková

země Niedersachsen v Německu), ale ještě v dalších výrobních závodech v Německu. Stabilní kmen zaměstnanců pod společnou firemní vlajkou se společně stará o své cílové zákazníky patřící do rodiny Achilles Gruppe. Mezi ně patří zástupci tis-



Vicedlná krabice s reliéfním lakem na viku

káren, nakladatelství, průmyslu a služeb, u kterých v pravém slova smyslu zanechávají „lesklý“ dojem. Vedle zušlechťení papíru nabízí individuálně vyrobené prezentační předměty a současně novátorská řešení pro obalový průmysl.

Úspěšný příběh rodinné firmy

Počátky firmy sahají až k roku 1946, kdy Werner Achilles svou stejnojmennou firmu v poválečném Německu zakládá. Firma s úzkou vazbou na rodinné zázemí trvale investuje do nových technologií a posouvá své profesní a tržní aktivity neustále vstříc potřebám svých zákazníků. Po celá léta aktivního působení na trhu je tak filozofie firmy v tom nejlepší slova smyslu poznamenána vývojem v oblasti laminace, laků a konstrukcí samotných strojů pro laminaci. Pečeť tzv. Achilles kvality dostávají v Německu i výrobky z potahované kartonáže v podobě výroby šanonů. Dnes pokračuje dále podnikatelský a bezesporu výrazně úspěšný příběh již svou třetí generací rodiny zakladatele.

Aplikace laminace tiskových archů.

Do historie úspěšného třicetiletého působení firmy Achilles na českém trhu neodmyslitelně patří přelomový rok 1994. V prvních popřevratových letech česká polygrafie volala po nových trendech. Jedním z mnoha byl příchod a aplikace laminace tiskových archů. Od těch dob do současnosti se vrací do Achillesu desítky věrných zákazníků, jež i po letech v podmínkách současného tvrdého konkurenčního boje přicházejí neomylně a stále za kvalitou, rychlým servisem a tržně přijatelnými cenami. Nejde jen a pouze o regionální zákazníky, ale na svůj „příděl luxusu“ čekají i tiskové archy z dalších regionů Čech a Moravy.

Trendy ve speciálních obalech

Na přelomu tisíciletí tedy přišel do České republiky z Německa další tržní impuls. Vynikající výsledky ve výrobě potahované kartonáže přiměl tehdejší vedení k přenosu zkušeností kolegů z Celle a polo-

žení základu výroby produkce prezentačních předmětů do Českých Budějovic. Cílová meta byla dosažena konečnou realizací stavby nového moderního výrobního závodu v Plané u Českých Budějovic.

Nejstandardnějšími v počátcích byly šanony a šubry (tj. pouzdra na knížky, časopisy apod). Dnes jsou do luxusních obalů z produkce Achilles CZ promítány nejnovější světové trendy v obalařině. Af již jsou to multimediální obaly, do nichž je implementována elektronika v podobě osvětlení, implementace zvuku a obrazu či NFC kódů pro přenos elektronických informací při kontaktu s chytrými telefony.

Současné trendy jdou vstříc produktům, jež evokují dojem přírodních materiálů. Jsou to „přírodní“ nezušlechťené row papíry, travní papíry, či papíry se zbytky kávových zrn apod. Výjimkou není ani produkce luxusních výrobků, jež neobsahují lepidla s podílem živočišných klišů. Tak se dostáváme zase blíže k modernímu chápání obalů s krátkou cestou k recyklaci bez použití nadměrné chemie a spotřeby vody. Samozřejmostí je výhradní zpracování FSC materiálů.

Moderní packaging je nádherná cesta vstříc k novému zákazníkovi a jeho požadavkům či stálemu klientovi s novým moderním chápáním poslání obalu. Obal totiž stále prodává.

30 let působení Achilles CZ s.r.o. je tedy jen počáteční velmi úspěšná kapitola.



Třídlílný box na přístroj pro měření cukru v krvi

Děkujeme všem našim věrným zákazníkům.



e-mail: obchod@achilles.cz
tel: +420 387 002 231
www.achilles.cz



Dárkové balení rumu včetně vnitřního osvětlení



Co má a nemá v logistice smysl měnit?

„Naši uhlíkovou stopu snižujeme efektivitou přepravy,“ vysvětluje ředitel Rabenu.

Každoročně se celosvětově po silnicích, mořích i vzduchem přepraví miliardy tun pro společnost životně důležitého nákladu. Podle výzkumníků z MIT Supply Chains Initiative produkuje nákladní doprava přibližně 8 % emisí skleníkových plynů. Skladové operace toto číslo zvyšují na 11. Logistické společnosti proto podnikají kroky k jejich redukci, problematika je ale natolik komplexní, že se v tuto chvíli nelze spoléhat pouze na elektromobilitu. Ve hře jsou postupy pro zefektivňování dopravy, vlastní fotovoltaiky i vodík.

Efektivní Cityliner pro městskou logistiku

Snižování uhlíkové stopy se v současnosti děje především snahou o co nejefektivnější využití přepravní sítě. Modelovým příkladem může být využití nákladního auta Cityliner se zadní natáčivou osou, která přesně kopíruje stopu tahače. Díky tomu se s ním dá vjet i do města, a může tak zastat práci, na kterou by jinak bylo potřeba několik dodávek. Cityliner navíc pojme až 27 palet, na jeden litr paliva tak rozveze větší množství nákladu než klasické 18paletové rozvozové vozidlo.

„Dá se říct, že kamion je jedním z neekologičtějších řešení, protože při stejných emisích přemístí větší množství nákladu. Díky podobným řešením jsme schopni snížit zátěž a postupně se tak propracovávat k definovaným cílům. Emise redukuje zejména efektivitou přepravy,“ říká Jakub Trnka, generální ředitel společnosti Raben Logistics Czech & Slovakia.

Pro mezinárodní logistickou společnost Raben Group je udržitelnost jedním z klíčových témat, v rámci globální iniciativy Based Targets (SBTi) si proto stanovila jasné cíle v dekarbonizaci. „Do roku 2030 chceme snížit naši uhlíkovou zátěž na polovinu a do roku 2050 na nulu. Řídíme se přítom měřitel-

ným akčním plánem,“ uvádí Jitka Kocálová, marketingová manažerka Rabenu pro ČR a SK.

IT řešení i vlastní elektrárny

Součástí snahy o ochranu klimatu v logistice jsou softwarová řešení, která umožňují co nejefektivnější plánování dopravy. Pokročilé systémy řízení přepravy umožňují zvyšovat vytížení vozidel, díky čemuž dochází k výrazným omezením emisí.

Cesta k jejich snižování vede také přes zateplování budov nebo vlastní solární panely pro výrobu energie. Například energetickou spotřebu budovy překladistiště Raben v Rokycanech částečně pokrývá tamní fotovoltaika. Průmyslové haly obecně vykazují vyšší ekologickou zátěž v porovnání například s kancelářskými budovami, a je proto nutné zaměřit se na používání recyklovatelných materiálů při výstavbě a rekonstrukcích. Vhodné je také používání světlých materiálů, tepelných čerpadel nebo LED svítidel.

Budoucnost je v elektromobilitě, ale i plynu a vodíku

Velkým tématem na poli ekologie je bezesporu elektrifikace vozidel. Ta má opodstatnění v osobní



přepravě, v té nákladní ale existují bariéry, které bude třeba překonat technologickým vývojem. Důvody vysvětluje Jakub Trnka: „Pro nákladní dopravu jsou elektromobily vhodné v lokální distribuci, například v rámci rozvozu v městských aglomeracích. Pro dálkovou nákladní dopravu ale budou třeba vyšší dojezdy a infrastruktura.“ Alternativou může být stlačený zemní plyn nebo vodíkový pohon.

„Převaha na bázi vodíku má určitě budoucnost. V rámci našeho plánu se tímto tématem budeme do hloubky zabývat v letech 2026 až 2027, hlavně kvůli omezené dostupnosti vodíkových tahačů a zeleného vodíku,“ doplňuje Trnka. Problém je prozatím i s přístupem k bio-LNG, kterého je nedostatek prakticky ve všech zemích EU.

www.raben-group.com



Jak mluvit o složitých věcech, aby každý mohl rozumět

Strašení už je a bylo dost, v nelehkých časech funguje pozitivní komunikace. Co ale bude vaše cílová skupina vnímat jako pozitivní? Nebo stačí jen zahánět „blbou náladu“, šířit dobré zprávy a pouštět vtipnou reklamu? Letošní ročník konference Communication Summit ukáže, jak i složitá témata pojmout pozitivně a vysvětlit tak, aby každý mohl rozumět.

Vtipně od trapného často dělí jen tenká hranice a ne každý může sdílet nadšení pro vaši věc. Tak jak trefit tu správnou pozitivní notu? Communication Summit z produkce Blue Events, který se uskuteční 5. června 2024 v pražském O2 universum, už poselme představí aktuální témata v oboru PR a marketingové komunikace. Odborníci z public relations a komunikačních a mediálních agentur se mohou těšit na program, který pozitivně uchopí i horká témata, jako jsou AI a ESG.

Vlastní planetka a 37 nobelistů

Jako klíčový řečník vystoupí Daniel Stach, kterého pravidelní návštěvníci konferencí společnosti Blue Events znají spíše v roli moderátora. Nicméně právě jeho moderátorská role v pořadu Hyde Park Civilizace a také mimořádná vysílání jako série Země v nouzi během pandemie covid-19 ukazují důležitost popularizace vědeckých témat.

„To nechápu.“ „To nemůžu pochopit.“ „To není nic pro mě.“ Tohle si často říkají lidé, ke kterým Daniel Stach mluví. Sami nevěří, že složitému vědeckému tématu dokážou porozumět, že je zajímavé a že se jim bude hodit o něm něco vědět. Součástí jeho práce je vysvětlovat tak, aby si lidé přesto nakonec řekli: „Tohle je zajímavé!“ A co víc: aby o tom ještě vyprávěli někomu dalšímu. Co se mu osvědčilo? Na Communication Summitu pomocí příkladů z praxe ukáže, jak komunikovat, aby mohl každý rozumět.

Stach v médiích pracuje od roku 2009. Připomeňme, že vedl rozhovory s 37 nositeli Nobelovy ceny. Vyučuje na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a vystupuje na konferencích v ČR i v zahraničí. Je členem vědecké redakce České televize. Za

svou práci získal řadu ocenění včetně Ceny Ferdinanda Peroutky či medaili „za schopnost nadchnout a jednoduše předat složité“ od předsedy Senátu ČR. A dokonce je po něm pojmenovaná planetka 93256, která se nachází mezi Marsem a Jupiterem.

Sbohem, greenwashingu!

„V programu se letos můžete kromě Daniela Stacha těšit hned na několik příspěvků založených na unikátních datech. Výzkumná agentura NaDa Research připravuje téma pozitivní komunikace. Kantar pro Communication Summit udělá společně s Asociací komunikačních agentur a Asociací public relations výzkum o stavu AI v komunikační branži. Newton Media zase přijde s mediální analýzou na míru letošního tématu,“ říká Jan Patera, partner ve společnosti Blue Events a programový garant akce.

Jeden blok se bude věnovat také udržitelnosti včetně oblíbené prezentační soutěže Ric Pic, kde se utkají tři různé pohledy na věc, tentokrát pod titulem „Sbohem greenwashingu“. Diváci po krátkých prezentacích sami zvolí, kdo je nejvíce oslovil. Výběr tématu souvisí s tím, že Evropská komise schválila nutnost tzv. green claims dokladovat na datech a certifikovat podobně, jako to dříve udělala třeba se zdravotními tvrzeními v reklamě. „Klasický greenwashing bude tedy mnohem těžší a nás zajímá, jak bude svět komunikace vypadat po jeho ústupu ze scény,“ dodává Patera. Celý závěrečný blok by pak měl být přehlídkou toho, jak nejlépe využít AI v marketingu a PR. V programu se objeví také případové studie značek jako Dove nebo O2.

Communication Summit vznikl v roce 2018 s cílem „zbořit sílu“. Chce být platformou, na níž se mohou setkávat komunikační profesionálové, probírat trendy, sdílet své cíle. Bezmála polovina všech účastníků jsou lidé na vedoucích místech. Z hlediska sektorů jsou nejvýrazněji zastoupeni zadavatelé, hlavně výrobci rychloobrátkového zboží. Celkem 20 % návštěvníků pracuje v komunikačních, PR a mediálních agenturách.



Kateřina Paterová
PR & Social Media Specialist
+420 776 117 282
katerina.paterova@blueevents.eu
www.blueevents.eu

Brands&Stories je mediálním partnerem této konference.

firemní školky.cz

Bezmála 80 % českých rodičů připouští ochotu vrátit se dříve do práce z rodičovské dovolené v případě, že by jejich zaměstnavatel zaručil péči o dítě v rámci firemní školky nebo dětské skupiny. Vyplývá to z výzkumu, který realizovala poradenská skupina Moore Czech Republic. Firemní mateřské školky a skupiny se tak stávají důležitým nástrojem motivace zaměstnanců. Společnost Firemní školky s.r.o. profesionálně zajistí pro vaši společnost kompletní realizaci firemní péče o děti vašich zaměstnanců, a to včetně čerpání dotací. S realizací firemních školek si umí poradit včetně složité legislativy a mají s jejich budováním a provozováním letité zkušenosti.



Necelých 15 % respondentů z řad rodičů s dětmi ve věku 1 rok až 6 let v rámci výzkumu poradensko-auditní a technologické skupiny Moore Czech Republic uvedlo, že jejich zaměstnavatel nabízí možnost využití firemní školky. U firemních dětských skupin se pak jednalo o méně než 10 %. „V České republice není tato podpora rodičů ze strany zaměstnavatelů zatím standardem. Zjistili jsme však, že zájem zaměstnanců o firemní školky či dětské skupiny by rozhodně byl. Přes 60 % ro-



Firemní školka na klíč nástroj motivace zaměstnanců k dřívějšímu návratu do práce

1. Proč budovat firemní školku?

- Rychlý návratu zaměstnanců
- Klíč k umožnění částečných úvazků
- Chování sociálně zodpovědné firmy
- Žádaný benefit
- Snižování nákladů za nové zaměstnance

2. Výhody firemní školky

- Úzká spolupráce s firmou i rodiči
- Celoroční provoz (včetně prázdnin)
- Pro děti již od 1 roku
- Blízkost zařízení (někdy i přímo v budově)
- Možnost částečné docházky
- Otevírací doba dle potřeb firmy

3. Firemní školka na klíč

- Projekt - realizace - provoz
- Získání a čerpání dotací
- Kvalifikovaný personál
- Více než 15 let zkušeností

4. Naše reference

- Mateřská škola Atomik - Akademie věd ČR
- Dětská skupina Watik - ČEZ
- Dětská skupina Primáček - FTV Prima
- Školka Ministerstva zahraničí ČR
- Školka Pampeliška ČMSS



dičů, kteří školku či dětskou skupinu nemají k dispozici, uvedlo, že by ji rádi využili,“ uvádí Marcela Hrdá, partnerka poradenské skupiny Moore Czech Republic.

„V současné době trpí český pracovní trh nedostatkem kvalifikované pracovní síly a pro zaměstnavatele se stává hledání vhodných pracovníků čím dál tím obtížnějším. Přítomnost často jejich zaměstnanci zůstávají s dětmi doma dále, než by to bylo nezbytné jen proto, že nenajdou pro děti kvalitní předškolní zařízení. Právě firemní školky či dětské skupiny jsou cestou, jak tento nevyužitý potenciál kvalifikovaných pracovníků opět zapojit.

Podporou návratu rodičů do práce mohou firmy rychleji znovu využít dovednosti a zkušenosti svých zaměstnanců. Poskytnutím takové podpory zaměstnavatelé ukazují, že si váží svých zaměstnanců, což může snížit pravděpodobnost, že si rodiče najdou jinou práci po skončení mateřské dovolené. Navíc firmy, které podporují rodiče při návratu do práce, mohou posílit svou reputaci jako rodinně orientované a sociálně odpovědné, což může přitahovat i nové talentované zaměstnance. Udržením zkušených zaměstnanců a rychlejším návratem do práce mohou firmy ušetřit na nákladech spojených s náborovým procesem a školením nových lidí. V dnešním konkurenčním pracovním prostředí může být taková podpora rozhodující pro úspěch firmy.

Těšíme se na spolupráci !



Kontakty: e-mail: jakoubkova@firemniskolky.cz
tel.: 605 799 799, www.firemniskolky.cz

ABSOLUTUM WELLNESS HOTEL

NA VÝLET A ZA ODPOČINKEM DO PRAHY

Městská turistika má své kouzlo v každém ročním období. Vydejte se na výlet do krásného historického města. Zveme vás do Prahy, která je oblíbeným cílem turistů z celého světa a nabízí mnoho příležitostí nejen ke kulturnímu a společenskému vyžití, ale také k relaxaci.

ABSOLUTUM WELLNESS HOTEL *****

Hotel Absolutum vám poskytne služby nejvyšší kvality. Nabízíme ubytování v útulných pokojích, relaxaci v moderním wellness centru a nezapomenutelný gastronomický zážitek v naší Salut Restaurant. Lokalita je snadno dostupná jak vlastní, tak veřejnou dopravou a je ideální pro výlety či cesty po celé Praze. Do historického centra se dostanete za pár minut a k dispozici pro vás máme také velké parkoviště.

Naše pokoje se vyznačují jedinečným designem. Při jejich zařizování jsme kladli důraz na použití přírodních materiálů a interiérových doplňků,

zejména dřeva a cihel. Vytvořili jsme tak příjemnou, neformální atmosféru, která vás bude provázet po celou dobu vašeho pobytu. Na našich webových stránkách nabízíme online prodej wellness pobytů a dárkových poukazů. Více informací naleznete na www.absolutumhotel.cz.

WELLNESS HOLEŠKY

Naše wellness centrum je vysoce hodnocené relaxační zařízení svého druhu. Najdete zde rustikální finskou saunu, ochlazovací bazének, zážitkovou sprchu a prostornou relaxační místnost. Dále nabízíme vysoce kvalitní masáže

od zkušených masérů. Atmosféru wellness zóny dotváří příjemný prostor pro relaxaci při vonných svíčkách, s šálkem čerstvého bylinkového čaje nebo sklenkou sektu. Více informací naleznete na našem novém webu www.wellnessholesky.cz.

SALUT RESTAURANT

Z nabídky naší Salut Restaurant si zaručeně vybere každý. Zaměřujeme se především na sezónní, čerstvou a moderní kuchyni. Najdete u nás klasickou českou kuchyni v novém pojetí, ale i pokrmy z různých koutů světa. Na své si přijdou milovníci masa, vege-

tariáni i vegani. Využijte zvýhodněné nabídky a rezervujte si ubytování s polopenzí. Připravili jsme pro vás originální večerní menu a bohaté snídaně formou bufetu. Více informací najdete na našich webových stránkách: www.salutrestaurant.cz.

Užijte si pobyt ve městě, kde se nikdy nebudete nudit. Absolutum Wellness Hotel vám nabízí komfortní ubytování a kvalitní stravu. Náročný den pak můžete zakončit v našem wellness centru. Rezervaci za nejlepší cenu a s nejvýhodnějšími podmínkami můžete snadno provést online na webových stránkách: www.absolutumhotel.cz/rezervace. Těšíme se na vaši návštěvu.



Hotel je součástí Absolutum Group

absolutum
group

www.absolutumgroup.com

Oslavily jsme ženskost v mužském světě na festivalu **VŠEM ŽENÁM®**

diverzita • inkluze • ESG • ženství • cirkulární ekonomika

Vzácné spojení ženství, úspěchu a inspirace se stává ještě výraznějším, a to díky novému mediálnímu partnerství mezi unikátním festivalem VŠEM ŽENÁM a našim časopisem Brands&Stories. Vzájemná spolupráce podporuje sdílení hodnot, které spojují silné a úspěšné ženy.

Festival VŠEM ŽENÁM se letos konal již podavě v Praze a potřetí v Brně symbolicky v březnu, kdy oslavujeme Mezinárodní den žen. V letošním roce se uskutečnil 7. března 2024 v Praze a 21. března 2024 v Brně a hostil stovky žen včetně naší šéfredaktorky Blanky Bukovské, která se poprvé představila v roli mentorky.

Festival VŠEM ŽENÁM není pouhým byznysem a úspěchem; je to událost věnovaná podpoře žen, ženství, diverzity, ESG, inkluzi, cirkulární ekonomice a nekonečné inspiraci. Účastní se významné osobnosti v roli hostů, mentorů, kteří vedou diskuse v rámci mentoringových stolů. Mentori jsou velmi pečlivě vybíráni a osloveni, primárně z řad CEO, členů představenstva či expertů na dané téma a tím je zajištěna opravdová exkluzivita festivalu. Téma, které letos rezonovalo letošním ročníkem, bylo „Aktivujte svoji hojnost“. A hojně to opravdu bylo!



Zakladatelka a prezidentka festivalu VŠEM ŽENÁM Petra Janičková (vlevo), nová výkonná ředitelka festivalu Eliška Sobotková (uprostřed), ambasadorka a mentorka festivalu Martina Viktorie Kopecká (vpravo)

Ambasadorkou, hostkou a mentorkou festivalu byla i letos Martina Viktorie Kopecká, farářka Církve československé husitské, psychologička a krizová interventka. Její přítomnost vnesla do festivalové atmosféry hloubku a rozmanitost. Mezi hosty se pravidelně objevují osobnosti z rozmanitých oblastí, zařazených v mnoha případech mezi TOP FORBES vlivné osobnosti. Letos se na festivalu ženy setkaly např. s filosofkou Annou Hogenovou, mladíčkou byznys ženou budoucnosti Lauren Höllge, vicemistrem světa Tomášem Svobodou,



Mentoringové stoly s experty na dané téma (stůl č. 3, který vedla Blanka Bukovská, zakladatelka a šéfredaktorka Brands&Stories)

světovou designerkou Annou Marešovou, válečnou fotografkou Lenkou Klicperovou, influencerkou Erikou Eliášovou, jedním z nejvlivnějších osob světové scény Ondřejem Vlčkem, byznys ženou a podnikatelkou Kateřinou Beránkovou, investorem Martinem Rozhonem či kiterkou Kateřinou Šalandovou a dalšími. Nasadili jsme hodně vysokou laťku a obhájili jsme ji.

„Konečně jsem se dozvěděla od účastnic a firem, co pro ně festival znamená“, usmívá se Petra Janičková, prezidentka a zakladatelka festivalu. „Oslavujeme ženskost v mužském světě, to je náš nový „claim“ neb ženy si z festivalu odnáší nejen nové kontakty a network, ale zejména osobní rozvoj, který okamžitě v rámci rozvoje firmy aplikují do firemního prostředí. Osobně je pro mě důležité to, že zůstáváme „neprodejní“, tj. na stagi nenajdete prezentace firem, jak jsou skvělé. Najdete zde vždy jen ty nejlepší řečníky a osobnosti, kteří se ztotožňují s našimi hodnotami.“

Co festival přináší? Ať už ženám, nebo firmám!

Inspirační prostředí a sdílení zkušeností s úspěšnými ženami, zařazení festivalu do nefinančního reportingu, zdůrazňující přístup k genderové rovnosti a podpoře žen ve firemním prostředí. Plnění cílů UN diverzity v rámci ESG, osobní setkání s top manažery a vlivnými osobnostmi – networking, dvouhodinový mentoring s vybranou mentorkou nebo mentorem, profesní rozvoj, a ještě mnohem více.

„Partnerské spojení s festivalem VŠEM ŽENÁM mi přináší velkou radost, protože festival přitahuje nejen úspěšné ženy z byznysu, a mnohé z nich jsou i našimi čtenářkami,“ komentuje Blanka Bukovská, vydavatelka a šéfredaktorka časopisu Brands&Sto-

ries. „Sama jsem časopis založila před 15 lety a dodnes se mu věnuji s plným nasazením. Atmosféra festivalu mě nadchla, mile překvapila a roli mentorky na téma „PŘÍBĚH PRODÁVÁ ZNAČKU“ jsem si moc užila.“

Cirkulární ekonomiku přímo v praxi ženy zažily v rámci ateliéru „SWAP“, kde si vyměnily přes 300 kg oblečení, které si našlo novou majitelku. V rámci doprovodného programu se představili i produktivní partneři, nabízející nekonečnou inspiraci, nakupování a objevování nového. A to nemluvíme o novinách přichystaných pro rok 2025.

„Setkání spojující hojnost a inspiraci ve prospěch všech žen. Ženství, radost, networking a především vzpomínky, co zůstávají. Takový je festival VŠEM ŽENÁM, který si ženy opravdu užívají všemi smysly“ hodnotí Eliška Sobotková, nová výkonná ředitelka festivalu VŠEM ŽENÁM a doplňuje: „Už nyní se můžete těšit na příští ročník, a to 6. 3. 2025 v Praze a 20. 3. v Brně. Další informace včetně možnosti přihlášení se brzy dozvíte v rámci našich komunikačních kanálů, tak nás nezapomeňte sledovat.“

Více o festivalu VŠEM ŽENÁM
www.vsemzenam.cz
Instagram: @vsemzenam.cz

Chcete být součástí komunity LinkedIn skupiny VŠEM ŽENÁM?



https://www.linkedin.com/groups/6791598/

Franšízing, aneb jak udělat z jakékoli firmy „McDonald’s“

Tak jako si jdete k oblíbenému pekaři pro dobré pečivo, chodí firmy do poradenské kanceláře RNDr. Jiřího Lošťáka, Ph.D. pro návod, jak se stát franšízorem. FRANŠÍZOR nabízí ověřený úspěšný podnikatelský nápad jiným, zpravidla začínajícím podnikatelům nebo podnikatelům, kterým je obor podnikání blízký. V případě, že existuje úspěšný podnikatelský záměr a je postaven na výjimečném nápadu (patent, know-how, design, ...) vykazuje zajímavý zisk. Je-li k tomu k dispozici dobrá zkušenost s vlastní pobočkou/pobočkami, potom ji lze aplikovat pro další expanzi v rámci celosvětově úspěšné obchodní strategie - FRANŠÍZING (franchising).

Proč se o tom, jak vybudovat síť postavenou na stejných principech jako známý fastfoodový řetězec McDonalds, neučí ve školách?

Protože nikdo, komu se podařilo vybudovat takovou síť, nechce, aby mu vyrostla konkurence. Všechny členy sítě si centrála zavazuje mlčenlivostí a teprve potom jim odhalí tajemství svého úspěchu. Těmto příjemcům, samostatným podnikatelům, kteří se rozhodnou stát se součástí sítě, se říká FRANŠÍZANTI. Získají tak nejen licenci na značku, ale i na cenné know-how pro podnikání v daném oboru.

Žijeme v globalizovaném světě, ve kterém se rychle šíří informace a kde každý může realizovat svůj nápad. Cesta každého však nemusí vést k úspěchu a celosvětové expanzi. Na cestě se mohou projevit špatná rozhodnutí, legislativní nedostatky, zrada spolupracovníků, finanční problémy, pokuty kontrolních orgánů, špatný odhad vývoje i chybně zdokumentované a málo ochráněné know-how.

Na konec cesty se dostanou jen ti, kteří budou mít štěstí a současně využijí všech možností, aby se vyhnuli výše uvedeným chybám. Využijí služeb kvalitních spolupracovníků, spolehlivých dodavatelů, zkušených právníků a poradce, specialisty na síťový marketing, design, informační technologie, logistiku atd.

Prvním krokem podnikatele k vytvoření franšízové sítě by mělo být rozšíření znalostí o tomto způsobu expanze. Zdrojem informací je například portál České asociace franchisingu (www.czech-franchise.cz), kde lze najít nejen kontakty na odborníky, ale i na franšízové koncepty, pod jejichž značkou mohou podnikat.

Pokud se rozhodnete budovat svoji franšízovou síť, můžete se obrátit na poradenskou kancelář dr. Lošťáka. Vývoji franšízových systémů, franšízové dokumentaci a řízení sítě se věnuje již více jak 30 let. Za dobu své existence pomohl se svým týmem na svět přivést řadu zajímavých značek, které se díky franšízingu staly známými v České a Slovenské republice a některé již expandují dále do Evropy či do světa.

Požádali jsme dr. Lošťáka o odpověď na otázku: Které z vašich konceptů vidíte jako velmi perspektivní pro rozvoj v ČR, EU i ve světě?



Příkladem konceptu, který určitě nebude mít nouzi o klientelu v ČR, je síť rehabilitačních center **STOP BOLESTI ZAD** (www.stopbolestizad.cz). Založil ji velký propagátor SM systému dr. Smiška a zdravé chůze Ing. Roman Nesvadba. Koncept přináší úlevu od bolesti a slouží také jako prevence proti následkům sedavého zaměstnání. Odhaluje i všechny tajy správné chůze.



Evropské ambice zcela naplňuje jedinečný stavební koncept soběstačných domů **TALPA HOUSE**.

Koncept oslovuje náročnou klientelu, která vyžaduje bydlení v maximálním propojení s přírodou a dbá o ekologii a udržitelnost. Design konceptu je exkluzivní, stejně jako i technologie, a je vhodný i pro developery. Za konceptem stojí jeho zakladatel, slovenský podnikatel Martin Pribila (www.talpahouse.com).



Aktuálně neúspěšnějším projektem s celosvětovým potenciálem je interiérový koncept motýlích domů **PAPILONIA** (www.papilonia.cz). Možnost vidět exotické motýly a být s nimi v kontaktu láká návštěvníky všech věkových kategorií na celém světě. Za tímto nápadem jsou tři podnikatelé: Zbyněk Černý, Michael a Roman Kučerovi.

Chcete nabídnout svůj podnikatelský koncept dále a nevíte jak začít? Kontaktujte poradenskou kancelář RNDr. Jiřího Lošťáka a využijte bezplatné první konzultace s odkazem na tento článek. Kontakt: www.lostak.cz



PORADENSKÁ KANCELÁŘ PRO FRANCHISING

VÝVOJ FRANCHISOVÝCH KONCEPTŮ
analýza podnikatelského záměru, metodické vedení, dokumentace know-how, příprava manuálů, návrhy právních dokumentů, doporučení postupů při jednání o prodeji franchisových a master-franchisových licencí v ČR i v zahraničí, odhad úspěšnosti konceptu, řešení sporů – medializace, zdokonalování a rozvoj fungujících franchisových konceptů, koučing manažerů sítě, aj.

PŘEDNÁŠKOVÁ ČINNOST
pro studenty VŠ, MBA, Ph.D., kurzy franchisingu / ŠKOLA FRANCHISINGU.

EXPORT A IMPORT FRANCHISOVÝCH KONCEPTŮ
příprava, asistence při jednáních, posouzení kvality konceptu, průzkum trhu, vyjednávání o cenách licencí, srovnávací testy, odhad úspěšnosti v ČR a SR, úprava zahraničních konceptů pro ČR a SR, překlady manuálů, aj.

telefon: 585 242 642 • 606 392 348 • e-mail: lostak@lostak.cz • www.lostak.cz