

listopad 2019

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Aleš Brix
Radek Sajvera
Jan Zykmund
Jan Theodor Kozumplík
Josef Žák
Libor Činka
Libor Sloupenský

Sada zlatých investičních mincí Český lev 2019

Zlatá kilogramová mince

Emitent: Niue
Nominální hodnota: 8000 NZD
Materiál: Au 999,9
Hmotnost: 1000 g
Průměr: 85 mm
Provedení: standard
Hrana: hladká

Zlatá desetiluncová mince

Emitent: Niue
Nominální hodnota: 500 NZD
Materiál: Au 999,9
Hmotnost: 311 g
Průměr: 65 mm
Provedení: standard
Hrana: hladká

Zlatá pětiluncová mince

Emitent: Niue
Nominální hodnota: 250 NZD
Materiál: Au 999,9
Hmotnost: 155,5 g
Průměr: 50 mm
Provedení: standard
Hrana: hladká

Autoři: Asamat Baltsev, DIS., a Jaroslav Bejvl
Rytecké úpravy: Lubomír Lietava
Náklad: 15 ks sad
Datum emise: 2019
Ražba: Česká mincovna, a.s.

www.ceskamincovna.cz



Aleš Brix

Zlato je jistota

rozhovor na stranách 2-3

Zlato je jistota

V předvánočním čase většina z nás usilovně přemýšlí nad tím, jak potěšit své blízké, obchodní partnery, nejlepší zaměstnance či management ušlechtilým dárkem. Vybírá se těžko, všichni totiž skoro všechno máme, zvykli jsme si na značný komfort. Co tedy zvolit letos? Poukaz do lázní, lyže špičkové kvality, prstýnek s věnováním, pěknou knihu, úhradu jazykového kurzu? Kroky stále většího počtu nadšenců vedou také do prodejen České mincovny, a.s., nebo na její webové stránky. Investice do zlata či stříbra se staly populární, smysluplné, rozumné. Více obchodní ředitel České mincovny Aleš Brix:



Aleš Brix s kyticí pro Martu Kubišovou

Nastává období vánočních nákupů. Mnoho z nás hledá vhodný a zajímavý dárek trvalé hodnoty. A obrací se právě na Českou mincovnu. Co můžete nabídnout?

Dárkem z ryzího kovu trvalé a umělecké hodnoty potěšíte obdarovaného napříč generacemi i společenským postavením. V naší produkci máme i sortiment dávků nejen přesně cílený na vánoční tematiku. Vedle medaile Vánoční koleda – Tichá noc ze sběratelské série Betlém se nyní nově zařadila stříbrná medaile Štědrý den s emisí v listopadu.

Významnou emisí je náš cyklus Cesta za svobodou, který právě vrcholil před výročí 28. října a světlo světa spatří poslední zlatá mince. Vychází také série čtyř uncových ve stříbře v dřevěné etui. Obdivovatele tématu RAF jistě zaujme aktuální set mincí věnovaný

Československým letcům z 68. Noční stíhací perutě. Milovníky hokeje určitě potěšíme dvěma dalšími legendami, právě nyní razíme ve zlatě a stříbře Dominika Haška a Vladimíra Martince. A pokud je mezi našimi zákazníky příznivec architektury, tak za povšimnutí stojí další platinová uncová mince památky UNESCO, která je věnována tentokrát Třebíči. Emitujeme ji v nákladu pouze sto kusů také v listopadu.

Průměrný český občan se učí investovat, a to nejen do bydlení, nemovitostí nebo peněžních úspor na důchod, ale také právě do drahých kovů. Jaké má například zlato dnes postavení na mezinárodním trhu?

Zlato na světových trzích zaznamenalo letos prudký vzrůst a v červnu překročilo šestiletou

hranici maxima 1400 dolarů za trojskou unci a dále rostlo. Při pohledu na konání zahraničních bank je vidět, že i tyto stále nakupují a tvoří si zásobu i přes jeho zvyšující se cenu. To svědčí o tom, že jde o mimořádnou komoditu, která je v nestabilní situaci jistotou. Zlato je po celém světě dlouhodobě „v kurzu“. Jeho atraktivitu a cenovou hladinu ovlivňuje i krize Evropské unie, svůj podíl sehrává Brexit a regionálně vypjatá situace v některých částech světa. Jednoduše řešeno, zlato je poměrně hmatatelná jistota na rozdíl například od poměrně rizikové virtuální měny, byt' jí někteří dávají přednost. Já jsem, přiznám se, relativně konzervativní.

Je u nás již běžné, že dobře situovaní rodiče pořízují právě prostřednictvím vaší společnosti investice pro své potomky?

Popíši vám „malý“ příběh z naší historie. Od roku 2005 jsme emitovali každý rok vysokohmotnostní medaile o váze kilogramu ryzího zlata, s tématem integrace České republiky do Evropské unie, do Schengenského prostoru, ve spolupráci s medailérem Jiřím Harcoubou, či dále témata českých bankovek s Oldřichem Kulhánkem a Vladimírem Opplm. Přímo v regionu si vždy od každé pořizovala jedna dáma počet kusů shodných s počtem svých vnoučat. Lepší investici pro potomky si nedovedu představit. První zlatá kilovka se prodávala pod 600 000 korun. Dnes jen váha zlata je dvojnásobek, o další sběratelské hodnotě vzhledem k nízké emisí ani nemluvě.

Jeden z vašich produktů se jmenuje Zlaté spoření. Čím se vyznačuje?

Zlaté spoření má, podobně jako stavební spoření nebo penzijní připojištění, podobu pravidelných měsíčních plateb. Ty se však na vašem účtu u České mincovny pouze nehromadí – ale po dobu spoření se průběžně





„mění“ ve zlaté mince nebo cihly přesně podle vašeho výběru. Naspořené zlato, na rozdíl od virtuálních jedniček a nul na bankovním kontě, existuje fyzicky – můžete si na ně sáhnout, odnést si ho domů, uložit v trezoru České mincovny, uchovat pro budoucí generace nebo ho dále odprodat.

Nově od letošního podzimu si u nás zájemci mohou spořit nejen do zlata, ale také do stříbra. U obou kovů platí, že strážat můžete na produkty Český lev, zahraniční mince nebo slitky a cihličky. Na rozdíl od zlatých mincí a cihel nenabízíme v případě investičního stříbra možnost uložení v trezorech České mincovny.

Mohu je založit dětem, které jsou plnoleté a každým rokem hodnotu navyšovat, aniž mám od nich souhlas?

Zlaté spoření můžete založit pouze na svou osobu. Do názvu spoření pak můžete dát například jméno dítěte či vnoučete a po dokončení spoření jim drahý kov osobně předáte. Případné právní náležitosti, jakými jsou darovací smlouva, závět a podobně, však budete řešit sami přímo se svým právníkem. Jakékoli změny týkající se spoření může provádět pouze majitel účtu, který ho založil. Nicméně každý si může založit více Zlatých spoření s Českou mincovnou podle svých potřeb a možností.

Čím je investování do zlata jedinečné? Jaké největší záruky skýtá?

I když cena zlata na světových trzích chvílemi kolísá, z dlouhodobého pohledu už spousta let stále roste. Za mne není tedy komoditou na rychlé a spekulativní zhodnocení, koupím teď, zítra prodám, ale jistotou. Někteří konzervativnější investoři o něm hovoří jako o bezpečném přístavu.

Hlavní výhodou zlata je, proti naspořeným penězům na účtech či v hotovosti, že vám ho nikdo nemůže zabavit, ani stát, ani banka. Jste jeho pánem, máte je v majetku. Nepodléhá

různým daňovým zatížením. A rovněž tento pohled je nezanedbatelný. Hovoříme-li o investičním zlatě, tedy slitcích, cihlách a mincích, nakupujeme je bez zatížení daní z přidané hodnoty. I to nás například vedlo k tomu, že podstatná část naší produkce mincí – tedy i naše vysokohmotnosti, např. pětiunce, desetiunce i kilovky – razíme v licencích jako mince.

je tím nejbližším poradcem mužské části našich zákazníků.

A kde nakupujete zlato a stříbro, abyste ho měli dostatek? Může nastat situace, kdy bude vyprodáno?

Drahe kovy s ohledem na jejich aktuální dostupnost nakupujeme v zahraničí od dodavatelů převážně z EU. Nenapadá mne důvod, jaká situace by musela nastat, aby bylo vyprodáno. Věřím, že taková ještě dlouho nenastane. Ale slovy Jamese Bonda... Nikdy neříkej nikdy.

Chystáte klientům pod stromeček něco originálního?

V roce 30. výročí od Sametové revoluce by mohlo pod stromečkem nejen numizmatiky potěšit dárkové balení obsahující knihu fotografií Václava Havla, některých i dosud nepublikovaných, s medaili Sametová revoluce. Emitujeme ji 30 kusů ve zlatě a 80 kusů ve stříbře. Na naše prodejny se dostane omezený počet sad. Medaile samostatně v prodeji budou i na e-shopu. Máme samostatně sto zlatých a tři sta stříbrných. Zároveň i v naší edici Českého lva v rámci letošních 100 let české měny nabízíme ve zlatě i stříbře v různém provedení zajímavé mince.

Mají zájem zhodnocovat ušlechtilé kovy více muži, nebo ženy?

V naší databázi klientů primárně nevidujeme, jakého jsou klienti pohlaví. Četl jsem v nějakém časopise výsledky výzkumu, který tvrdil, že ženy byly při svém investování o téměř 1,5 % úspěšnější. Nevím, co je na tom pravdy. Ale příznivě si, že ženy jsou obvykle rozvážnější a nemají přehnané sebevědomí jako někteří muži. Ženy investorky také vycítí intuitivně vhodný čas k prodeji. V rámci aktuálního portfolia ženy reprezentují významný podíl naší klientely a velmi často to bývají právě i ženy-partnerky, kdo

Určitě byste rád naladil každého, kdo se zatím jen rozmýšlí, zda investování s vámi zkusí, nebo ne. Nejzávažnější argument by byl...

V České mincovně v Jablonci razíme tradiční hodnoty, již více než dvacet pět let jsme partnerem pro Českou národní banku a jako jediní razíme české oběživo, tedy „kovové koruny“, kterými každý den všichni platíme. Máme kamenné prodejny a majetkově jsme v českých rukou. Jsme velmi čitelný, spolehlivý výrobce a současně férový a odpovědný obchodník.

otázky připravila Eva Brix

Unikátní využití bioodpadu



OCENĚNÍ ZA ÚSPORY, EKOLOGII A INOVACE

Jen před rokem byl zrealizován pilotní projekt s názvem Cirkulární doprava v Brně, jehož předmětem bylo využití biometanu vznikajícího při zpracování čistírenských kalů k pohonu městského autobusu. Samotná myšlenka zaujala odborníky natolik, že projekt poslala do finále soutěže E.ON ENERGY GLOBE

a laická veřejnost nakonec hlasováním určila Cirkulární dopravu vítězem v kategorii Firma. Iniciátorem projektu byl Institut Cirkulární Ekonomiky, inspiraci čerpal především z Finska a z Holandska a od vzniku nápadu k prvnímu natankování autobusu biometanem uběhly přibližně dva roky. Projekt Cirkulární doprava by mohl obecně změnit ekologický pohled na pohon veřejné dopravy u nás.



Soňa Jonášová a Petr Novotný při přebírání ocenění v soutěži E.ON ENERGY GLOBE

Cílem vítězného projektu bylo ukázat, že řešení pro efektivní využití bioodpadu existuje a spolehlivě funguje. Základní myšlenkou je zpracování biologicky rozložitelných odpadů města a získání biometanu, který je možné využít dál jako plnohodnotné biopalivo. „Princip technologie spočívá v tom, že se pomocí bakterií vyrobí z prošlých potravin, zbytků jídel nebo z odpadní vody bioplyn, který se díky speciální technologii upraví na tzv. biometan, který je svými vlastnostmi identický se zemním plynem,“ vysvětlil jeden z iniciátorů projektu Petr Novotný, projektový manažer Institutu Cirkulární Ekonomiky. Jako zdroj pro výrobu bioplynu může sloužit široká škála biologicky rozložitelných materiálů – vše, co může být jednoduše rozloženo bakteriemi. Bioplyn je tak možné vyrobit i z exkrementů hospodářských zvířat nebo z cíleně pěstovaných plodin. „Paradoxem je, že bioodpad je velmi dostupná surovina, která se dnes většinou nijak nezpracovává a končí na skládkách nebo ve spalovnách, což považujeme za plýtvání cenným potenciálem. Podle nás je lepší k výrobě bioplynu použít primárně bioodpady, nikoliv cíleně pěstované plodiny,“ dodal Petr Novotný. Pilotní projekt Cirkulární doprava v Brně vyžadoval spolupráci tří společností, které se na jeho

realizaci podílely. Dopravní podnik města Brna vyčlenil pro testování jeden autobus s pohonem na CNG, který po dobu testování plnil biometanem a provozoval na standardní lince. Společnost Brněnské vodárny a kanalizace poskytla pro testování bioplyn, který vzniká zpracováním čistírenských kalů a dala k dispozici zázemí Čistíren odpadních vod v Modřicích pro umístění technologie a výdejního stojanu. Výzkumná

společnost MemBrain bezplatně do projektu poskytla svoji jednotku na úpravu bioplynu na biometan a kompletně se postarala o technickou stránku věci. BioCNG autobus ujel na biometan téměř 5000 km. Díky tomu, že biometan má identické složení jako zemní plyn, nebylo nutné stávající plynové autobusy nijak upravovat. Zkušební provoz trval dva měsíce a byl vyhodnocen velmi pozitivně. Ukázalo se, že biometan je plnohodnotnou náhradou zemního plynu. Dopravní podnik města Brna proto projevil zájem, ve spolupráci s městem Brnem, najít vhodný stabilní zdroj biometanu pro své autobusy a změnit část své flotily na tzv. cirkulární provoz.

„Důležitým předpokladem pro úspěšnou realizaci projektu byla aktivní podpora vedení zmíněných tří společností, za což jim patří velké poděkování. Pilotní projekt v Brně měl za úkol především informovat veřejnost o tom, že existují cesty, jak řešit městský bioodpad. To se povedlo a nyní bychom rádi, aby v České republice začaly vznikat plnohodnotné projekty. Nejblíže tomu má nyní Praha, která má zájem realizovat ekologicky smysluplné projekty, např. výstavbu městské odpadové bioplynové stanice s využitím biometanu k pohonu městských vozidel patří mezi hlavní priority v této oblasti. Byl bych rád, kdyby se připojila i další města,“ vysvětlil Petr Novotný.

V ČR existuje více než 500 bioplynových stanic, ale zatím jen sedm z nich zpracovává bioodpady. Projekt v Brně byl ukázkou toho, že je možné změnit přístup a přeměnit odpad dál ve zdroje. „Česká pole se každý rok pokryjí tisíce hektary monokultur, a přitom můžeme biopaliva budoucnosti vyrábět z odpadu. Není to paradox? Naším cílem není stavět opět něco nového, ale chceme upravit současnou infrastrukturu tak, aby využívala současné dostupné zdroje co nejefektivněji. Pracujeme dnes na projektech, ve kterých chceme propojit obce se zemědělci, abychom díky neuvěřitelným možnostem inovací postavili tradiční zpracování odpadu na úplně jinou úroveň,“ sdělila Soňa Jonášová, ředitelka Institutu Cirkulární Ekonomiky. (tz)





Hory pohody

Ochutnejte zimu v Peci :-)

OBJEVTE SVŮJ HORIZONT...



★★★★
HOTEL HORIZONT
PEC POD SNĚŽKOU

+420 499 861 222
www.hotelhorizont.cz

Pangamin je přírodní laboratoř



Radek Sajvera

Rapeto je firma, která má za sebou nesporné úspěchy. Nejen ocenění v různých soutěžích, ale především si vás váží odběratelé produktů. Čím jste si získali srdce zákazníků?

Stěžejní činností Rapeta je zpracování pivovarských kvasnic, respektive výroba Pangaminu. O prospěšnosti pivovarských kvasnic věděli již staří Egypťané, ve středověku je ve svém známém herbáři uvádí Mattioli a jejich obliba trvá do dnešních dnů. U nás je známa od roku 1958 po názvem Pangamin. Je snad lepší důkaz toho, že něco funguje a je prospěšné, než to, že můžeme bez nadsázky hovořit o tradici přesahující tisíc let?

Rapeto staví právě na tradici, sází na kvalitu a smysluplné rozšiřování výrobního portfolia od roku 2004, kdy se výrobě a vývoji produktů řady Pangamin začalo věnovat. V té době se ještě zdaleka tak často neskloňovala slova jako bio, zdravý životní styl, čistě přírodní, přírodní... Ale přesto už v té době byly všechny naše výrobky z pivovarských kvasnic vyráběny bez použití pojiv, přídatných látek, barviv, stabilizátorů... To, že lisujeme tablety pouhým tlakem, je unikátní.

Věřím, že to vše přispívá k oblíbenosti Pangaminu, který své místo na trhu neztratil ani v záplavě jiných doplňků stravy.

Klasický Pangamin je vaší stálicí. Jde o doplněk stravy, který má mnoho výhod pro lidský organizmus. V čem je především prospěšný?

Pivovarské kvasnice jsou známé jako přírodní zdroj vitaminů B. Obsahují řadu minerálů, stopových prvků, bílkovin, aminokyselin a mnoho dalších biologicky aktivních látek. Je

Už je to hodně dávno, co jsem si koupila první balení Pangaminu. Od té doby ho v různých obměnách konzumuji stále v umírněných dávkách a s přesvědčením, že je tento doplněk stravy pro mne docela příjemnou volbou stejně tak jako popíjení odvaru z kořene pampelišky nebo kvítků červeného jetele. Získala jsem k němu důvěru podobně jako k pojidání kadeřávku v zimě nebo domácí výrobě džemů z aronie, bezinek, špendlíků. Věřím tomu, že každý z nás má v jídelníčku své favority, v jejichž sílu doufá, ať už je to hořká čokoláda, sklenka červeného po večeri, nebo zvýšená konzumace krůtího masa při viróze. Pangamin vyrábí česká firma Rapeto. Co je principem Pangaminu, jsem se zeptala předsedy představenstva společnosti Rapeto Radka Sajvery:

to vlastně taková přírodní „minilaboratoř“. A v zahraničních materiálech jsem narazil i na názor, že jde o biolécivo 21. století. Využití Pangaminu je tedy velmi široké a jako součást zdravého životního stylu má své nezastupitelné místo.

Inovacemi nešetříte, připravili jste řadu variant Pangaminu, jak se říká, podle požadavků doby. Bude se řada ještě rozšiřovat?

V nejbližší době další rozšíření sortimentu nezamýšlíme. V horizontu dlouhodobého plánování však už nějaké nápady existují.

Na jakých principech stavíte vývoj?

Jednoznačně chceme, aby se zachoval standard čistě přírodních výrobků bez použití chemie nebo balastních látek. I ve výzkumu nových látek z rostlin, hub a podobně jde vývoj rychle dopředu, a tak je třeba neustále monitorovat tuzemské i zahraniční zdroje, studovat různé zdravotní studie a posuzovat, zda je vhodné takové látky spojit s pivovarskými kvasnicemi, nebo připravit samostatný produkt.

Podle čeho se rozhodujete, co do sortimentu zařadíte?

To souvisí s předešlou otázkou, a navíc je samozřejmě třeba vědět, jestli podobný výrobek na trhu již neexistuje, a zjistit, například formou dotazování, zda by mezi spotřebitelskou veřejností byl o takovou novinku vůbec zájem. I v tomto segmentu funguje, co je a co není „trendy“, někdy bez ohledu na skutečný zdravotní přínos. Legislativa EU výrazně omezuje možnosti výrobců edukovat používání tzv. zdravotních tvrzení. To výrazně omezuje možnosti úspěšného zavedení nového výrobku do prodeje.

Poslední novinkou je Pangamin přírodní B-komplex. Co přispělo k jeho vzniku a pro koho je určen?

Jeho vznik umožnily moderní výrobní a analytické postupy. Je zde použita řízená fermentace, díky níž kvasničné buňky absorbují přes buněčnou stěnu vitaminy skupiny B. Sušená kvasničná biomasa tak obsahuje standardizovanou hladinu vitaminů B. Pangamin přírodní B-komplex díky tomu jako první na trhu obsahuje 100% RHP (referenční hodnoty příjmu – dříve doporučená denní dávka) vitaminů B-komplexu v pouhých čtyřech tabletkách. To je zcela unikátní záležitost. Jeho určení vyplývá ze samé podstaty zdravotních účinků vitaminů skupiny B. Je vhodný pro sportovce, při psychické zátěži, pro těhot-





né, během rekonvalescence, jako prevence řady onemocnění...

Co byste z vaší nabídky doporučil vyčerpaným podnikatelům a manažerům? Ostatně – jsou vašimi zákazníky také firmy? Mohou nakupovat pro své zaměstnance a odepsat z daní?

Naše nabídka je široká a každý si jistě najde své. Ať je to klasický Pangamin, nebo výše zmíněná novinka Pangamin přírodní B-komplex, nebo třeba Pangamin hoříček forte s přírodní formou hoříčku z mořské vody s nejvyšší využitelností na trhu. Oblíbený je

i Pangamin duo forte a přípravek Trio restart – účinná kombinace vitamínu C, zinku, B-komplexu, pro a prebiotik. Glucamedic na imunitu... A ano, výše vyjmenované výrobky si firmy objednávají jako firemní benefity a jako dárky pro své obchodní partnery. Konec konců, kdo by nestál o zdravé zaměstnance s minimem pracovní neschopnosti?

Nebojíte se vysokého konkurenčního prostředí v segmentu, v němž se pohybujete?

Samozřejmě, že konkurence se obáváme, tak jako všichni výrobci. Dnešní nabídka je opravdu obrovská a každý si hledá místo na slunci.

Na druhou stranu konkurenční prostředí nutí k produktovým i obalovým inovacím a z toho profitují zákazníci. Je to přirozené a já pevně věřím, že cesta, kterou se Rapeto vydalo, sázka na kvalitu, inovace a moderní obaly, dopřeje Pangaminu další desítky let existence.

A jaká je vize? Jaké výrobky budou lidé potřebovat, aby byli v kondici?

Určitě budou potřebovat Pangamin... Nerad bych doporučoval. O to víc ale apeluji na to, aby lidé nahlíželi na své zdraví selským rozumem, nepodléhali některým

moderním a krátkodobým trendům. Aby se ohlédlí ke kořenům. Aby pochopili, že zdravím jim nezaručí žádná pilulka, pokud se nebudou hýbat, nebudou svůj jídelníček přizpůsobovat svému životnímu stylu ve smyslu příjmu a výdeje energie. Do toho tabák, alkohol... Bohužel často narážím na lidi, kteří zarytě řeší biokvalitu, balení potravin, „éčka“ a podobně, a pak se cestou „zabijí“ sladkou bulkou s hamburgerem, smaženým a litrem coly a zároveň vyprodukují horu odpadu z obalů, které jim posloužily pouhých pár minut. To mi přijde krátkozraké – kam se poděl ten selský rozum?

ptala se Eva Brixi

INZERCE



Ocenění Českou a Dětskou chuťovkou 2019

Šunka vepřová kulatá 95%



Salám gothajský cechovní



Šunka vepřová mini



Šunka kuřecí prsní 95%



Tlačenka šunková světlá



Česká Chulovka

Dětská Chulovka

Oblíbenost kroužků předčila naše očekávání



Stát se oblíbenou a vyhledávanou pochoutkou při posezení s přáteli, u pivečka či sklenky vína, na oslavě narozenin či firemním večírku, nebo během silvestrovských oslav, to se nepodaří jen tak nějaké potravíně. Lákadel na stole bývá nespočet, patří to ke komfortu dnešní doby. Z čeho vybrat? Jak příjemně hřešit, pošmáknout si a nemít výčitky svědomí? To je asi na každém z nás. Důležité v ten okamžik je potěšit chuťové pohárky a být v pohodě.

s vytříbenou chutí propojí s šikovným marketingem, a to vše zastřeší snaha dosáhnout vytčeného cíle a něco dokázat, výsledek musí přijít. Určitě i proto, že Jan Zykmond umí dát každému nápadu příběh, jehož se stává součástí:

V letošní soutěži Česká chuťovka jste získali ocenění za Kroužky jarní cibulka a Kroužky pepřové. O jaké výrobky jde a jak dlouho jsou v prodeji?

Kroužky jsou smažený bramborový snack. Ty naše jsou k dostání hned ve třech příchutích – jarní cibulka, pepř a sýr. Všechny tři druhy si naši zákazníci oblíbili, i když sýrové, jak potvrdila Česká chuťovka, o něco méně. Kroužky se začaly prodávat těsně před Vánoci loňského roku. Tuto zimu budou tedy slavit svůj první rok na trhu.

Do historie českého potravinového průmyslu jste vstoupili slanými brambůrkami, původně pod značkou Originální hospodské brambůrky. Od této pochutiny jste doufám neodstoupili? Vždyť Češi brambůrky milují...

Ne, neodstoupili. Originální hospodské brambůrky jsou stále náš tažný kůň. Navíc se drží v přičce nejoblíbenějších výrobků naší společnosti. Přestat je vyrábět? Ne, to bychom svým zákazníkům přeci nemohli udělat. I když se suroviny neustále zdražují a nátlak konkurence stoupá, děláme vše především pro spokojenost konečného spotřebitele.

Jak se vaše inovace v podobě kroužků ujala? Kde všude jste zalistováni?

Oblíbenost Kroužků předčila naše očekávání. I když jsme uskutečnili důkladný průzkum trhu a na základě toho se rozhodli pro výrobu smaženého snacku, přeci jen jsme měli trochu pochybnosti o úspěchu tohoto „projektu“. Z naší strany šlo o něco nového, ještě nevyzkoušeného. Ale vyplatilo se. O Kroužky jeví obchodní řetězce zájem, zalistování je v mnoha z nich v jednání.

Dodáváte také přímo některým hospodám, restauracím nebo vinárnám a barům?

Dodáváme. Převážně v Ústeckém kraji. V jiných krajích pohostinství většinou upřednostňují nákup ve větších obchodních řetězcích, kde nejsou závislí na dodací lhůtě, ale můžou si zboží zakoupit dle vlastních potřeb.



Jan Zykmond

Určitě i na to myslel Jan Zykmond starší, generální ředitel stejnojmenné firmy Jan Zykmond, při vývoji výrobku, který dostal jméno Kroužky jarní cibulka, Kroužky pepřové a Kroužky s příchutí sýru. Jak přiznal v následujících řádcích, v hlavě nápad na jejich zařazení do výroby nosil dlouho, pocity nadšení, správného rozhodnutí i pochybností se mísily, až zvítězily ty spojené s odvahou a touhou „do věci jít“. Určitě v tom byl i kousek intuice a přirozeného sklonu k experimentu, včetně víry a přesvědčení, že se nový produkt musí mezi zákazníky, jak se říká, chytit. A povedlo se. Jan Zykmond má můj obdiv, ostatně jako většina poctivých potravinářů. Nakupovat suro-

viny, z nichž posléze vzniká to, co jíme, není žádná legrárka. Je to dokonce obrovské know-how i riziko současně. Mít všeho dostatek, ve správném množství a čase, posléze zpracovat, prodat, utřížit peníze, investovat, uhlídat hygienické normy, uspět v konkurenci... Nejde jen o to nakoupit technologii, ale porozumět jí, pochopit její možnosti, úskalí i přednosti. A naučit jí dobře sloužit, poslouchat. Stejně tak jako vést zaměstnance ke vztahu k potravíně, k hodnotám, jež procházejí jejich rukama. Na letošní České chuťovce, soutěže pro potraviny vyrobené v České republice, to potvrdila i porota a 10. října ocenila Kroužky s dvěma příchutěmi. Ukázalo se, že když se výrobek

Odhadnete, jak dlouho jste Koužky vyvíjeli a nad čím jste si nejmíc lámali hlavu, než jste byli zcela spokojeni?

Na tuto otázku se těžce odpovídá. Nápad s Koužky jsem v hlavě nosil už delší dobu, jen nebyl ten správný čas na jeho realizaci. S týmem jsme si nad ním ale pořádně sedli asi půlrok před prodejem. Vše bylo zapotřebí důkladně promyslet – od druhu sáčku, gramáže, koření až po výběrové řízení toho nejvhodnějšího dodavatele surovin.

Museli jste výrobu vybavit novou technologií, koupit stroje, anebo jste využili ty stávající?

Ano, museli. Investovali jsme do nové automatické výrobní linky.

Nebojíte se vkládat peníze do reklamy, dáváte o sobě vědět s nápadem a razancí. Co byste doporučil těm, kteří se zviditelnění bojí a tvrdí, že to nemají zapotřebí?

Naše společnost využívá veškerých reklamních kanálů, kterými se může zapsat do po-



vědomí konečných spotřebitelů. Ať už jde o televizní reklamu, inzerci v časopisech, nebo sponzorování eventů (jako jsou matritní, charitativní nebo městské plesy, městské slavnosti, hudební festivaly či sportovní události). A co bych doporučil ostatním? Myslím, že výrobci potravin se dnes bez reklamy neobejdou. Na trhu je velký výběr, takže záleží na tom, jak na sebe upoutáte pozornost. Cesta k budování dobrého jména stojí úsilí, čas i peníze, ale má smysl. Jestli

váháte, zkuste to. Zjistíte, že to nejsou jen starosti, ale začne vás to i bavit. V tom je pak polovina úspěchu.

Většinu povinností jste v tomto roce postupně převedl na syna, svého pokračovatele. Bylo to těžké? Formálně se rozloučit s tím, co jste v Teplicích vybudoval? I když jste ve firmě stále přítomen a stále se účastníte všech zásadních procesů?

Jak jste sama řekla, pro mě se v zásadě nic nezměnilo. Stále svému synovi pomáhám s většinou povinností. Jsme tandemem a s ostatními dobrým týmem, a máme radost ze všeho, co se nám dosud podařilo.

Máte i nějaký vzkaz pro ostatní, kteří procházejí generační výměnou v businessu?

Podnikatelský duch v člověku musí být. Je to styl života, který se nedá naučit. Já sám neustále přemýšlím o dalších inovacích. Ten, kdo tohle v sobě nemá, na trhu neobstojí.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

INZERCE



ZD Vsestary
Agriculture group

Vsestarská
CIBULE
S DUŠÍ, TRADICÍ A Srdcem



Důvěra a víra v sebe sama je cestou k úspěchu

Jak nastartovat firmu nebo jí dodat trochu energie a dynamiky? Nad tím si láme hlavu čas od času asi každý, kdo vstoupil do businessu. Někomu se podaří raketový start, ale posléze to není až tak růžové, jiný jde pomalu a opatrně, daří se mu, ale ani to nemusí být optimální. Co a kdy udělat? Na to se snaží autorům těchto otázek odpovědět Jan Theodor Kozumplík, podnikatel, který se snaží vnést do nitra firem a projektů vlastní pohled nezaujatého hráče. Jak zdůraznil, základem je důvěra:



Jan Theodor Kozumplík

Věnujete se rozvoji firem, pomáháte je nastartovat k úspěchu. Proč jste se vydal zrovna touto cestou?

Na začátku mé profesní kariéry v roce 2002 jsem dostal příležitost od amerického hunte-
ra, který mi dal šanci nastartovat kariéru v USA, v oblasti head huntingu (přímého oslovení trhu). Do té doby jsem v Česku poznal jen klasické poradenství, které bylo velmi konzervativní (doporučení vhodných řešení). U všech projektů, s nimiž jsem se setkal, mi ale chyběla originalita, osobní přístup, a hlavně tam nebyl žádný vztah k businessu se zadavatelem. Dlouho jsem pak hledal cestu ke

klientům tak, abych se jim mohl dostatečně přiblížit, abychom dokázali zúročit spojením získané důvěry a jejich vztahu s businessem, která je při mé práci to nejdůležitější. Jakmile si lidé věří, mají pak vřelejší vztah ke své práci, a o to více a radostněji se pak společně vytvářejí hodnoty celé společnosti, která stanovila příslušné zadání. A úspěch je jen relativní pojem. Tuto cestu jsem si zvolil, jako svou vlastní, jelikož americká společnost mi tehdy dala důvěru hned od počátku, od našeho prvního setkání. Jak se ukázalo, vyplatilo se to oběma stranám – jí i mně. Na důvěře stavím od té doby stále, dávám ji svým klientům a projektům, které řeším.

Co je nejdůležitější na procesu formování dané společnosti, ať už je to malý rodinný podnik, nebo velká fabrika, aby růst, prestiž či povědomí o výrobcích a službách přišly včas?

To je velmi dobrá otázka. Za mě je to právě důvěra a samotná osobitost, cíl zadavatele, pro kterého pracuju. Já většinou pracuju pro podnikatele, ale firmu vnímám hlavně jako člověka, majitele, manažerský tým, pracuju tedy pro lidi, ne pro nějakou škatulku v segmentu business. Jakmile vám člověk, zpravidla to je právě majitel, dá důvěru, a vy mu začnete rozumět, víte jak a proč se chová, víte, co se očekává, je to více než poloviční cesta k samotnému úspěchu všech zúčastněných. Poté nezáleží ani na velikosti firmy, ani na prestiži značky, ale na společných vizích a cílech.

Je to také o emočním naladění majitele? Dříve se role emocí zatracovala, dnes má skoro zelenou. Jak to vidíte?

Ano, emoční naladění majitele je jedna z nejdůležitějších složek k dosažení společného výsledku. Musíte s ním umět pracovat. Podporovat, nebo naopak oponovat, a tím získávat další informace, čas, které jsou jakýmsi vztahem, tedy důvěrou, mezi vámi a samotným zadavatelem, člověkem. Je to stále o jednom: věřit si navzájem. Ne každý to dokáže.

Business je také o pozitivní energii, veselém pohledu na svět i na problémy, které se podnikání nevyhýbají...

Pozitivní energie je určitě velmi důležitá, pro každou společnost i jednotlivce na celém světě. Pokud zadavatelé nejsou spokojeni sami se sebou, těžko je budete učit vnímat a šířit pozitivní energii kdekoli, nejen v práci. Je to určitá hygiena, vztah k sobě samému, mít se rád a být spokojen sám se sebou. Souvisí to s harmonií života, nalezení sebe sama.

Jaký společný znak jste vyzoroval u osob, kterým to v podnikání skřípe?

A zase jsme u důvěry, tentokrát v sama sebe. Obecně lidem, kterým to skřípe, nevěří si, tak se to promítá i do jejich okolí. Většinou to začíná míněním o sobě a následně o všech a všem okolo sebe.

A umíte takové lidi naladit trochu lépe?

Já osobně se nesnažím lidi ladit, ale spíše je vedu tak, aby nacházeli sami sebe a podporují je

v tom. Dalo by se říct: startuji prvopočátek poznání k tomu být sám sebou a vědět, co s tím chci dále dělat.

Prosazujete kreativitu, neobvyklé postupy, někdy až ztřeštěné nápady, přejete experimentům. Funguje to?

V mém případě jde o mix všech těchto možností, způsobů a postupů. Některé vhledy do člověka, společnosti mohou působit zdánlivě jednoduše, ale já osobně se vždy rád nechám překvapit. Každý z nás je originál.

Nezdá se vám také, že jsou podnikatelé zbytečně příliš vážní?

To kdybych věděl! Sám jsem podnikatel a lidé kolem mě si většinou myslí, že jsem jen vážný. Ano, i podnikatel by měl být sám sebou, v mém případě třeba i vážný. Ale ne vždy a za každých okolností. Opět záleží, na koho natreďte. Já jsem se ve své kariéře naučil nepredikovat stavy klientů, ale být pro ostatní čitelný a podporou. Ale jestli je zbytečná vážnost vlastnost podnikatelů, no, to opravdu nevím...

Na jaký projekt jste pyšní a na jakém jste nechal osobně kus srdce?

Obecně jsem hrdý na všechny projekty, které jsme s klientem (zadavatelem) vždy dotáhli do



zdárného konce. Má práce není moc populární, neustále hodnotíte ostatní a „posouváte“ je dále. A to není vždy procházka růžovým sadem. Osobně je mi dobře ze všech projektů, které hřejí u srdce, a nejen na kontě, když vám přijde odměna za vaši práci. Jde většinou o sociální projekty, které zvedají v člověku pozitivní emoce, hlavně radost a zanechávají příjemný pocit

s tím, že se firma o vás zajímá a stará. Jedním z mých posledních sociálních projektů je luka:sh (květinová dílna a obchod květinami) v Praze. Jednotlivci, zájemci, rodiny i firmy zde vytvářejí či spoluvytvářejí kytice, květinové dekorace, které osobně i pracovně zpříjemňují život každého z nás.

otázky připravila Eva Brix

INZERCE

ELEGANCE I V ZIMĚ
2019-2020

Kvalitní litá kola vhodná pro zimní provoz
za akční ceny a s TYPOVÝM LISTEM!



AEZ Panama dark



AEZ Reef / Reef SUV



DOTZ CP5



DEZENT TA silver



DEZENT TX graphite



DEZENT TW dark



DEZENT TW silver



DEZENT TZ

DEZENT
LEICHTMETALLRÄDER

DOTZ
LEICHTMETALLRÄDER

AEZ
LEICHTMETALLRÄDER



3D Konfigurátor kol
www.alcar.cz



Sicu plus

Bezpečnostní šrouby/maticy

ZDARMA!
K sadě kol AEZ a DOTZ

Akce platí od 1.9. do 30.11.2019.



ALCAR
YOUR WHEEL PARTNER



Knihy pro váš marketing

Knihy jsme četli, čteme a budeme číst. Je to fenomén našeho duchovního světa, je to klíč k našim vědomostem, poznání, rozptýlení, poučení, zdroj nových myšlenek i optimismu. Pěkná knížka se však stává také stále častěji prvkem kultivovaného marketingu, její poslání a možnosti se rozšiřují. Jak k tomu přispívá největší nakladatelský dům v České republice Albatros Media a.s.? O tom jsem hovořila s obchodním a marketingovým ředitelem Josefem Žákem:



Josef Žák

Vaše nakladatelství je spektrum mnoha značek a přivětivé literatury. Jaké tituly dnes nakupují firmy nejvíce do svých knihovniček?

Albatros Media dokáže uspokojit různorodou poptávku firem působících prakticky ve všech odvětvích. Obecně ale převládají dvě skupiny titulů. V prvním případě jde o tituly zaměřené na odbornou a business tematiku. Pro advokátní kancelář Havel & Partners jsme takto připravili například sérii odborných titulů, které pak firma distribuovala mezi své partnery. Ve druhém případě firmám dodáváme zejména dětské publikace. Vycházíme tím ze sedmdesátileté tradice nakladatelského domu Albatros Media. Firmy pak knihy využívají pro marketingové a obchodní účely. Řetězec Albert knihami odměňuje své zákazníky v rámci věrnostního programu Dětská knihovnička. Zákazníkům stačí nasbírat určitý počet bodů za nákupy a mohou si vybrat jed-

nu z knih z aktuální série s výraznou slevou. Pro energickou společnost E.ON jsme zase připravili sérii Příběhů, ve kterých se děti dozví, jak vzniká elektrina i zemní plyn a co jsou to chytrá města.

Máte s některými i trvalou spolupráci?

S většinou partnerů spolupracujeme na dlouhodobé bázi. Pro zmiňované firmy Albert, E.ON i Havel & Partners jsme takto vydali už několik desítek titulů. Platí, že dlouhodobá spolupráce je zároveň spoluprací neefektivnější.

Vydáváte řadu atraktivních publikací právě podle zadání firem, škol nebo v rámci nejrozmanitějších projektů. Mohl byste uvést příklad?

Co se týče rozsahu, pak je největším projektem Dětská knihovnička Albert. Během této

marketingové akce připravíme pro klienta zhruba osm až deset titulů. V případě projektu pro Albert vydáváme již existující knihy s novým brandingem. V jiných případech mohou vznikat také knihy přímo „na klíč“.

Co je potřeba, když by společnost vyrábějící proteinové tyčinky, boty nebo pastelky chtěla vydat vašim prostřednictvím knihu pro své obchodní partnery, zaměstnance nebo jako památku k výročí založení?

Zapotřebí je nás jen oslovit. Na základě poptávky klienta jsme schopni připravit projekt, který bude přesně vyhovovat jeho účelům. Nezáleží na tom, v jakém odvětví firma podniká. Snad s výjimkou tabákových společností a firem vyrábějících alkohol dokážeme vymyslet řešení efektivní pro všechny zájemce.

V některých publikacích také umožňujete inzerci. Podle jakých měřítek? A co má udělat firma, když by se prostřednictvím vašich knih takto chtěla zviditelnit?

Přímou inzerci umožňujeme pouze ve vybraných titulech non-fiction literatury, například v encyklopediích apod. Zpravidla záleží také na souhlasu samotného autora knihy. V beletristických románech inzerci třetím stranám neumožňujeme.

Myslíte, že by se na trhu uplatnila básnická sbírka žijícího autora třeba jako pěkný firmovní vánoční dárek?

Ve skupině Albatros Media vychází ročně více než 2000 knižních titulů. Pokud si zákazník některý z nich vybere, a jde například o básnickou sbírku, není problémem mu vyjít vstříc. Vždy záleží na individuálním vkusu a potřebách klientů.

ptala se Eva Brixi



Czech Specials

Váš gastronomický rádce při cestách po Česku

- Czech Specials je certifikační značkou potvrzující, že právě v takto označeném podniku Vám připraví tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.
- Czech Specials je spolehlivým průvodcem po našich dobrých restauracích.

Ochutnejte Česko!

www.czechspecials.cz

Naučte se cizí jazyk v hypnóze

Na jazyky nemám „buňky“ a už jsem se s tím smířil. Ale možná, že jsem jen zvolil neúčinnou, i když běžně používanou, metodu výuky. Nadějí pro všechny, kteří mají stejný problém, dává naše podvědomí. Nevěříte? Specialista na procesy učení a hypnoterapeut Libor Činka vás přesvědčí.



Libor Činka

Rozlišujete své žáky na ty, co se naučí a co se nikdy naučí cizí jazyk?

Kdokoli by takto studenty rozlišoval, tak se zcela diskvalifikuje z pozice učitele. Lidé, kteří to dělají, o sobě sdělují, že nemají nejmenší ponětí o procesech učení a fungování mozku. Je v nás od narození přímo zakódována schopnost nejen se naučit mateřštinu, ale i více jazyků. Můžete si všimnout u bilingvních rodin, že děti začnou komunikovat oběma jazyky. Kromě toho už desítky let špičkoví odborníci vědí, že jazyk se nikdy nesmí učit přes gramatiku, to je spolehlivá překážka, která hendikepuje převážnou část lidí. Jejich podvědomí se totiž odmítá učit tak stupidním způsobem. Odpor k učení jazyků klasickými způsoby je tak zcela přirozený.

Jako hypnoterapeut jste vyzkoušel i metodu hypnózy. Opravdu to funguje, nebo je to jen stéblo, kterého se tonoucí chtějí?

Asi vás překvapí, že hypnóza se vyučuje ve světě na lékařských fakultách a jde o jednu z nejprobádanějších a neúčinnějších psychologických metod. Protože je hypnóza chybně interpretována a prezentována zejména ve filmech a senzacechtivých románech, pak je pochopitelně obtížné pochopit, že jde o druh velmi intenzivní koncentrace na niterné procesy, které umožňují se napojit a čerpat z ohromných zdrojů v podvědomí. Představte si počítačovou obrazovku, na které jsou desítky ikon

s přístupem k průměrným informacím. Až když proklíkáte několik úrovní v Průzkumníkově, teprve pak se dostanete do adresáře napojeného na nesmírně rozsáhlou strukturu podvědomých zdrojů. Lidé mají problémy, protože je do této části nikdy neucili dívat se a z ní čerpat. Lidé, kteří se nejčastěji setkávají se silou podvědomí, bývají zejména sportovci, když dosahují špičkových výkonů, odpojí se od vnímání rušivého okolí a ve stavu, kterému je přiřazováno slovo flow, se ve skutečnosti dostávají



v hypnotickém soustředění k maximu zdrojů. Jejich vědomí i podvědomí jednají v souladu, a tedy v synergii.

Když přistoupím na výuku netradičním způsobem, třeba právě hypnózou, nehrozí mi nějaká zdravotní rizika, nebo že nechtěně prozradím citlivé osobní údaje?

To je jeden z klasických mýtů. A je to tak trošku škoda, že to nejde, protože i zločinec má podvědomí, které ho chrání. Nemůžeme tedy zhypnotizovat zločince a přinutit ho k přiznání. V kriminalistice se v zahraničí používá hypnóza pouze k rozpomenutí si událostí, na které si svědek nehody či zločinu nemůže vědomě vzpomenout.

Hypnotický trans není ve skutečnosti netradiční, ale ve skutečnosti je běžnou součástí našeho života, s tím spojené fenomény ani nevnímáme. Velmi stručně se pokusím laikům přiblížit tento vědní obor. Někdo se dívá na obrazovku nebo čte knihu a je tak pohroužen do děje, že hned nevnímá, že na něj kdosi promluvil. Uvědomí si to až se zpožděním třeba i několika vteřin. Lidé, kteří se začnou v metru a uvědomí si to, až když se začínají zavírat dveře, když chtějí vystoupit, toto velmi dobře znají. Trans v terapii je zcela bezpečný, napojení na tělo je navíc velmi regenerativní a zdravé. Řada klientů mi na druhém setkání referuje o zlepšení spánku, pohody... Nebezpečí přisuzované hypnóze se ve skutečnosti týká sugescí, tedy informací, které sděluje jakákoli autorita, a proto je mnozí lidé nekriticky přijmou. Nebezpečné tedy mohou být výroky jakékoli veřejně uznávané osoby jako „toto je nejlepší dieta“, „kdo není na sociální síti, ten neexistuje“, „jen náš Bůh je pravý“... až po relativně neškodné, jen finančně náročné sugesci: „módní je nosit...“, „barvou roku je...“

Berete do kurzu každého, nebo si zájemce vybíráte?

Přijímám jen lidi, kteří sami chtějí, nikoli ty, které se snaží přihlásit jejich blízcí či zaměstnavatelé.

Tipnete si, kam se výuka jazyků dostane za pár let? Nebo díky digitálním tlumočnickům už ji ani nebudeme potřebovat?

Od dětství jsem miloval inspirativní sci-fi, a proto jsem stovky hodin programoval prostředí, v kterém od roku 2017 vedu kurzy s využitím virtuální a rozšířené reality. Mimočodem v minulosti jsem dělal s kolegy, kteří neznají slovo nemožné, premiérovou prezentaci legendárního mobilu Motorola V na Pražském hradě. Kdyby se někdo nenechal inspirovat Star Trekem, tak by tento design jen tak nevznikl. Co se ale týče fungování mozku a jazyka, je potřeba si všimnout, že překladače slušně zvládají překlady mezi nejrozšířenějšími jazyky, jako je angličtina a čínština. Je snadné udělat videoklip, kde lidé mluví do sluchátka, které prý ovládá překlad sem tam v desítkách jazyků. V případě němčiny už to začíná být značně kostrbaté, no a čeština je dost těžký jazyk, a dokud nebudou zpracovány rozsáhlé jazykové korpusy a správně propojené se znalostmi o procesech učení lidského mozku, tak to jen tak nebude. Mimočodem



mohu komukoli dokázat, proč je většina postupů učení kdekoli na světě zcela zavádějící. Podvědomí, které má největší význam pro učení, totiž neumí myslet v levomozkovém operačním systému.

Může s učením pomoci umělá inteligence, digitální dvojče nebo asistenční robot?

Vzpomínám na historické snahy různých memorovacích algoritmů dle Ebbinghause či

jeho napodobitelů, prvotní okouzlení brzy vyprchalo a ukázala se secestnost takového myšlení. Mozek se totiž brzy začne nudit a monotónně učené v tisícovkách podobných prvků přestane být podvědomím vyhledatelné. Dokud budou umělé inteligenci a výukové programy propojovat lidi bez znalosti fungování podvědomí, bude to jen krabicoidní verze o něco chytřejšího CD přehrávače.

připravil Pavel Kačer

INZERCE



**OCHUTNEJ VŠECHNY
NAŠE PRODUKTY**



WWW.BRAMBURKY.CZ

NYNÍ S PŘÍCHUTĚMI:



Know-how: když to nejde jednou cestou, tak si najít jinou

Chlapi jsou často větší „bábovky“ než holky. O tom se přesvědčil ten, kdo prodává lidem křupavé červíky jako delikatesu k pivu, vínu nebo jen tak, zakladatel firmy WormUp s.r.o. z Vamberka Libor Sloupenský.

Jak vlastně vznikl nápad s velmi originální superpotravinou?

Poprvé jsem hmyz ochutnal na jedné přednášce v Brně, kde mě to ihned nadchlo. Ta myšlenka ve mně dlouho zrála, ale kvůli podnikání nebyl na realizaci čas. Definitivně jsem se však rozhodl při jednom kurzu osobního rozvoje. Došlo mi tehdy, že vše, co jsem v životě prožil, a vše, co jsem, mě vede právě k této práci. Hned druhý den jsem na tom začal dělat.

Byla cesta od myšlenky k hotovému produktu dlouhá? S čím bylo nejvíc práce, kde se ukrývá vaše know-how?

Cesta byla dlouhá a pěkně klikatá. Strávil jsem několik let vývojem produktů, které se nakonec nezrealizovaly, tedy alespoň prozatím. Nakonec jsem si uvědomil, že na to musím jít minimalisticky. Udělat ten nejjednodušší možný produkt, ale dokonale.

S odstupem času mi to dává ještě větší smysl, protože kdybychom hmyz rozešli třeba do müsli tyčinky, tak by kolem toho nebylo tolik zábavy jako s celými červíky. Tehdy jsem do podnikání přibral taky svou ženu, protože jsem prostě zjistil, že bez ní to nedokážu. A know-how? Hlavně se nevzdávat a jít si za



Libor Sloupenský

svým cílem. Když to nejde jednou cestou, tak si najít jinou. Věřím, že při dostatku odhodlání lze dosáhnout úplně všeho.

Ochutnal jsem a nelitoval. Ale je těžké přesvědčit neinformovaného spotřebitele o přednostech Worm Up křupavých červíků? Kdo je víc nakloněn novinkám – muž, nebo žena?

Těžké to určitě je, a proto jsem to už přestal dělat. Čím víc lidí do něčeho tlačíte, tím víc se brání. Já vím, že máme skvělý výrobek a každý, kdo se odváží, tak je nadšený. Miluji ty momenty, kdy zákazník s křečovitým výrazem ochutná prvního červíka a za minutu už přesvědčuje všechny okolo. Když jsme produkt

vyvíjeli, dělali jsme ho pro „chlapy“. S odstupem času se ale ukázalo, že chlapi jsou často mnohem větší bábovky než holky, které často ochutnají první. Je to ale především velká neznámá. Někdy potkáte člověka, který vypadá, jako by obletěl svět, ale červíka si do pusy nevezme. Jindy zase přijde osmdesátiletá babička, bez váhání okusí a rozplývá se, jak je to super. Já už si ani netroufám teď lidi tipovat.

Máte další plány, kam firmu i produkt posunout?

Plánů máme nejméně na příštích pět let. Aktuálně je spíše problém, že nám chybí investor, který by nám pomohl v růstu, takže je dost náročné zvládnout tak rychlý vývoj.

Úřady vás podporují, nebo spíš házejí byrokratické klacky pod nohy?

Jeden úřad tvrdí to, druhý zase ono a je pro nás dost těžké se v tom vyznat. Já si ale na úředníky nemohu stěžovat, protože nám větší nou vcházejí vstříc. Entomofágie čili jedení hmyzu je nový obor a ani legislativa ještě přesně neví, jak k tomu přistupovat.

Nelutujete, že jste se pustil do nejistého businessu?

Ani na moment jsem nelitoval. Jsem si jistý, že hmyz je potravinou budoucnosti. Mě baví tu budoucnost vytvářet teď a ukazovat lidem, že se jí nemusí bát.



připravil Pavel Kačer

NAVŠTIVTE NÁŠ SHOWROOM
DESIGNOVÝCH DVEŘÍ, OBKLADŮ A SKRYTÝCH ZÁRUBNÍ.





Odvážní potravináři, hlad a chuť

A máme tu listopad, období, kdy si naše žaludky říkají o sytější krmí, než tomu bylo v létě. Kdo by neodolal pečené husičce, Svatomatinskému vínu, koláčům víc než domácím... Kdo by si s chutí ryze českou nedal bramborák, knedlo vepřo zelo nebo hustou dršťkovou? Jenže nebereme všechny ty dobroty tak trochu jako samozřejmost? Vážíme si jich dostatečně? Přemítám nad tím, kolik zodpovědnosti je ukryto v každém soustu, jež nám naši potravináři servírují na stůl či do nákupních košíků. Jaká odvaha to je podnikat v oboru potravinářském, investovat, vyrábět, prodávat. Aby lidem chutnalo, jídlo to bylo zdravé, tedy pokud možno čerstvé a odpovídající četným předpisům i touhám zákazníků. Skláním se hluboce před každým, kdo má ve svém výrobním portfoliu dorty, párky, zeleninové mňamky nebo nanuky, koblihy či tlačenkou. Že vůbec začal a že vydržel. I když jedno optimistické východiško pro takový business existuje: všichni máme hlad a chuť.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Fúze společností KAPITOL a Benefita

V polovině srpna 2019 zahájila společnost KAPITOL pojišťovací a finanční poradenství, a.s., a Benefita, a.s., další z dceřiných společností pojišťovny Kooperativa, proces fúze. V silně konkurenčním prostředí finančně poradenských společností tak vznikne velmi silný hráč. Benefita byla založena v roce 2005 jako dceřiná společnost pojišťovny Kooperativa, která se zaměřovala výhradně na prodej autopojištění. S Benefitou spolupracuje přes 600 zprostředkovatelů. Společnost KAPITOL byla založena v roce 1996 jako dceřiná společnost skupiny VIG. Díky spolupráci s předními pojišťovnami v ČR, finančním koncernem VIG, významnými bankovními domy a dalšími investičními partnery si KAPITOL zajistil zcela unikátní postavení na trhu finančního poradenství. „Věříme, že rozšíření rodiny Kapitola přinese všem našim klientům komplexnější služby. Díky spojení s Benefitou se stáváme významnějším hráčem na trhu,“ řekl Ing. Michal Pobuda, předseda představenstva společnosti KAPITOL. Po dokončení fúze bude mít poradenská společnost KAPITOL přes 2000 spolupracujících subjektů napříč Českou republikou. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.clarioncongresshotelprague.com

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, listopad 2019

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

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

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Téměř třetina Čechů prozatím neuvažovala, z čeho by financovala případné ošetřování blízké osoby

Podle průzkumu, který si v září 2019 nechala u agentury Ipsos zpracovat pojišťovna Kooperativa, má 24 % Čechů ve svém okolí člověka, který se setkal s nenadálou situací a je odkázán na ošetřování jinou osobou. A přestože téměř čtvrtina dospělé populace v ČR má ve svém okolí případ, kdy se v důsledku úrazu nebo dlouhodobé nemoci museli rodinní příslušníci věnovat svým blízkým, jak vyplynulo z průzkumu, celkem 30 % Čechů prozatím neuvažovalo, z čeho by toto riziko financovali. Zodpovědnější jsou lidé s vyšším vzděláním a příjmem, u respondentů, kteří mají rodinný příjem do 30 000 korun měsíčně, šlo dokonce o 40 %.

„Zároveň nám průzkumu ukázal, že 40 % respondentů o možnosti sjednání připojištění ošetřování v životním pojištění ví. Navzdory tomu z našich statistik vyplývá, že toto riziko má v rámci životního pojištění FLEXI sjednáno jen 20 % dospělých a 24 % dětí. Přitom pokud se například dítěti při delší nemoci musí jeden z rodičů věnovat, může to znamenat výrazný zásah do rodinného rozpočtu,“ upozornil Petr Procházka, ředitel Úseku vývoje a prodeje FLEXI a bankopojištění v Kooperativě.

Na ošetřování přispívá i stát, maximální délka pomoci je 90 dnů v případě dlouhodobého ošetřování. U dětí 9 dnů, případně 16 dnů u samotivatele. V průzkumu tuto variantu správně označilo 41 % respondentů. To ale mnohdy nestačí. Například Kooperativa v letošním roce vyplatila u ošetřování dětí nejvyšší plnění, tedy přes 84 000 Kč, průměrná výplata u tohoto připojištění je letos 25 000 Kč.



„Když jsme se Čechů zeptali, z čeho by tedy případně období, kdy bude muset někdo z rodiny pečovat o příbuzného, financovali, 39 % respondentů uvedlo, že by čerpalo vlastní finanční rezervu. Šlo zejména o starší respondenty nad 54 let. Naopak na finanční pomoc od státu nebo výpomoc rodiny by se spolehl 25 % respondentů. Jde většinou o lidi do 34 let,“ dodal Petr Procházka.

Aby Kooperativa zatraktivnila toto připojištění, přichází FLEXI s nabídkou výplat dvojnásobku sjednané pojistné částky z pojištění ošetřování. Nabídka platí pro klienty, kteří si od 1. října do 31. prosince 2019 sjednají pojištění ošetřování v rámci FLEXI životního pojištění nebo FLEXI JUNIOR a v budoucnu se ocitnou v situaci, která bude ošetřování vyžadovat. Ošetřovat může kdokoliv, tedy člen rodiny nebo profesionální ošetřovatel, a kdekoliv, tedy doma, nebo i v nemocnici. Vztahuje se na úrazy i nemoci. (tz)

Nový Peugeot 508 SW: Francouzský šarm i ostré lokty

Vůz budící zájem u těch, kteří jsou již klasikou ze Stuttgartu a Mnichova přesyceni. Je příjemným osvěžením v kategorii, v níž obvykle vybírají businessmani a businesssem žijící ženy s estetickým citěním. Má francouzský šarm i ostré lokty. Silnici si Peugeot 508 SW ve výbavě GT-Line s motorizací 2.0 BlueHDi 180 podmaní s neuvěřitelnou lehkostí.



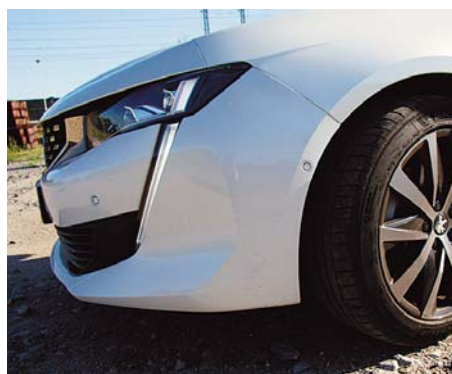
foto Kateřina Šimková

Jednoznačně nejkrásnější kombík, kterého jsme v redakci kdy měli. Tak by se dalo shrnout umělecké dílo, jakým bezpochyby tento automobil je. Karoserie je tvarovaná podle posledních trendů, splyňavé linie kombinované se sportovní siluetou a robustními prvky vytváří oku lahodící kontrasty. Při pohledu na předek si nelze nevšimnout, že Peugeot se zřekl jemnosti a popustil uzdu sebevědomí. Tento automobil si zasluhuje pozornost všech, kteří touží po nevšedním manažerském autě, jež by podtrhlo jejich neotřelý styl, důstojnost, neblomnost a umění včas udělat správný krok. Po designové stránce bylo myšleno na detaily. Příkladem jsou precizně ergonomicky tvarované sedačky, použití prémiových materiálů v interiéru i dveře bez rámu. Chválíme dílenské zpracování. Někdo tvrdí, že zavazadelník je na střední třídě podprůměrný. My si stojíme za tím, že v případě potřeby a s trochou důvtipu tam naložíte klidně celou kancelář. To samé platí, pokud si automobil zvolíte jako dopravní prostředek k cestám po klidných koutech Evropy. Dokonce ani tři plně naložené lodní kufry vašich drahých polovičky s kompletní garderobou, kterou se blýskne na francouzské riviéře stejně jako v monackých kasinech, vám na cestách ne-

budou kazit den. Přispěje k tomu i široké víko zavazadlového prostoru s nízkou nákladovou hranou. Potěší hands-free otevírání, kdy stačí nohou zakroužit pod nárazníkem. Panoramatickou střechu si zase chválíme proto, že nejen spolujezdec, ale také cestující na zadních sedadlech tak budou mít dostatek světla, aby mohli doladit poslední detaily firemní prezentace pro klienta nebo představenstvo. Je přímo zrozená pro to, aby člověk čas strávený v autě využil maximálně produktivně. Peugeot vizuálně odkazuje na určitou dravost. Podobný pocit máte, když do vozu nastupujete. Sedí se totiž relativně nízkou, tak jak je zvykem spíše u plnokrevných sportáků. Přesto je výhled z vozu skvělý a řidiče nic neruší. Koncept Peugeot i-Cockpit má mnoho předností. Budou ho milovat ti, kteří si přejí být neustále ve spojení s technologiemi a se světem. Zvláště příjemná je funkce Mirror screen, s níž dostanete oblíbené aplikace na luxusní kapacitní desetipalcový display. Jediné, co bychom vylepšili, je rozsah možností nastavení volantů. Budíky byly nahrazeny displejem, který je ale velmi vkusně zpracovaný a řidiči klasika nebude nikterak scházet. Přestože středový panel má nádhernou architekturu, je maličko ne-

praktický. Řidiči i spolujezdcí v některých případech ubírá zbytečně místo na nohy. Nejbájenější chvíle s Peugeotem zažijete na časově náročnějších cestách. Podvozek je skvěle nalaďený. Poskytuje vynikající jízdní komfort. Je velice stabilní, ale není tvrdý. Avšak není ani příliš měkký. Právě chování podvozku předurčuje vůz na dlouhé trasy stejně jako celodenní manažerské popojíždění. Posádka nebude unavená neustálým natřásáním a k jejímu klidu přispěje i schopnost vozu držet precizně stopu. PEUGEOT našel cestu k dokonalému vyvážení jízdních vlastností. Nejlepší hodnocení zasluhuje jízdní režim Comfort. Osmistupňový automat řadí naprosto logicky, hladce, téměř nezatelně. Je to symfonie. Přispívá k celkovému pocitu pohody z jízdy. Diesellový dvoulitr pod kapotou má krásný zvuk, který nerve ani uši, ani srdce. Naopak jemně přede. Jeho odezva při řazení je perfektní, zdá se, že motor s převodovkou pro sebe byly navzájem stvořeny, aby vytvářely jedno obrovské harmonické dílo, díky němuž vás bude jízda ve voze naplňovat zenovým klidem a optimizmem. Nepatrnou výtku máme k voliči řazení, systém není tak intuitivní, jak by nám vyhovovalo, což však může být velmi individuální, a chvíli jsme si na něj museli zvykat. Motor sám je velmi kultivovaný, poskytuje dostatek výkonu pro všechny myslitelné situace. Předjíždění, složité manévrování, popustit uzdu plynu – to vše umí. O své místo na výsluní se popere odvážně. Peugeot 508 SW je ve střední třídě jasnou volbou, pokud potřebujete nevšední, krásné, reprezentativní auto, vhodné ke komfortu špičkového manažera. Ale vsadili bychom na vyšší výbavu, tedy alespoň úroveň Allure, ideálně však GT-Line. Přeci jen si takový člověk chce za volantem užívat i trochu toho hýčkáni navíc než jen perfektních jízdních vlastností.

Kateřina Šimková



Dárek, který těší a pomáhá lék Wobenzym®

Navíc ZDARMA dárek,
který doručíme až k Vám domů!!!

Při koupi nejméně 600 tablet léku Wobenzym
získáte poukaz na 1 dárkový set přírodní
kosmetiky Weleda v hodnotě cca 450 Kč.

**NEJMÉNĚ = DÁREK
600 TABLET**

Akce platí
1. 11. 2019 do 19. 1. 2020



nebo



nebo



Více na www.wobenzym.cz

