

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

**Bouřka**

Eva Brixi

Když mraky bouřek  
 Pospíchají z nebe dolů  
 Varhany hlubokým basem  
 Hrají k tomu  
 Blesky píší klikatice  
 Zlaté čáry  
 Nezbednice  
 Peklo je v ráji  
 Země stoupá vzhůru  
 Já se trochu bojím  
 Toho nebeského kůru

**PROSPERITA**

srpen 2024

## Lada Bartošová

Na konci října se Kutná Hora  
 promění v čokoládovou metropoli  
 rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

### Další možnost, jak sdílet svět krásy a zdravého životního stylu



Společnost dm vstoupila pod názvem dm Česko na populární chatovací platformu WhatsApp, a rozšířila tak svou komunikaci směrem k zákaznické veřejnosti o další kanál. Od neveřejného startu 27. května 2024, přes 8. červenec, kdy se stal kanál veřejným, získala již 8000 odběratelů. Oficiální spuštění komunikace skrze sociální sítě, push notifikace v mobilní aplikaci Moje dm a newsletter proběhly 17. července 2024.

Hlavním cílem společnosti je sdílet se svými zákazníky a zákaznicemi s předstihem novinky, fotky, videa, ankety a meme ze světa krásy a zdravého životního stylu. Příspěvky jsou publikovány třikrát až čtyřikrát týdně.

„WhatsApp je pro nás dalším krokem v rozšiřování naší komunikační sítě. Chceme být blíže našim zákaznicím a zákazníkům a poskytovat jim aktuální informace a inspiraci ze světa dm přímo na jejich oblíbené platformě.“

Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt





kresba Pixabay / koláž Sch

# Rok 2027 narovná mzdy mezi muži a ženami

**Stejná práce, ale jiné platové ohodnocení. Podle dat Statistického úřadu Evropské unie činí rozdíl ve mzdách mezi ženami a muži napříč segmenty, profesemi a pracovními pozicemi v České republice průměrně 17,9 %. Změnit to má novelizovaná směrnice EU. Od června roku 2027 budou muset firmy s více než 250 zaměstnanci každý rok reportovat, že ve mzdách rozdíly nedělají. Novinka počítá s transparentností už během náborového pohovoru. Nejvíce připravený na změnu je obor IT a podnikových služeb. Podle šetření asociace ABSL dokonce vysokých 93 % firem už využívá systém, který umožňuje analýzu mezd v souladu s budoucími požadavky EU.**

## Co je alarmující

Ačkoli Eurostat uvádí rozdíl ve mzdách mužů a žen (Gender Pay Gap) v ČR za rok 2022 necelých 18 %, z výsledků nejnovější analýzy portálu Platy.cz vyplývá daleko větší propast – alarmujících 28 %. Z jeho šetření je také zřejmé, že rozdíly v platovém ohodnocení narůstají s délkou pracovní zkušenosti. Ženy v ČR do jednoho roku praxe si v průměru přijdou na o 20 % nižší měsíční plat než muži. Pro ženy s pracovní zkušeností mezi šesti až deseti lety je tento rozdíl dokonce 30 %, což v praxi znamená více než 20 000 Kč měsíčně. Chystaná regulace počítá s maximální hranicí pod 5 %. „Pokud rozdíl v mzdách pro jakoukoli kategorii zaměstnanců vykonávajících stejnou práci přesahuje 5 % a není vysvětlen objektivními faktory, budou zaměstnavatelé muset provést společnou revizi příčin rozdílů v odměňování se zástupci zaměstnanců a výsledky sdílet se zaměstnanci a příslušnými orgány,“ vysvětlil Petr Boldiš ze společnosti Mercer a pokračoval:

„Systémy, které nabízíme, umožňují firmám efektivně splnit nové požadavky na reportování a zároveň získat cenné informace pro interní hodnocení odměňování.“ Podle něj by s přípravami firmy neměly otálet, úpravy budou pro mnoho firem časově náročné z hlediska sladění interních systémů a zajištění dostatečného rozpočtu pro napravení rozdílů.

Směrnice dále upřesňuje, že při hodnocení a porovnávání rovnocenné práce by zaměstnavatelé měli zohlednit objektivní kritéria jako vzdělání, profesní a školicí požadavky, dovednosti, úsilí a odpovědnost, vykonanou práci a charakter úkolu.

## Identické odměňování jako legitimní požadavek

Povinné reportování čeká od června 2027 firmy s více než 250 zaměstnanci, které budou muset zprávu podávat každoročně. Od stejného roku musí reportovat jednou za tři roky také firmy se 150–249 zaměstnanci. Čas až do roku 2031 mají společnosti od 100 do 149 zaměstnanců. „Všeobecně dnes k dorovnání mezd přistupují zejména korporátní společnosti, které tento proces zažily již v zemích jejich původu, popřípadě ty firmy, pro které je equal pay interní hodnotou. Mezi sektory, kde se princip identického odměňování realizuje, můžeme zmínit např. podnikové služby, retail, telekomunikace, bankovníctví, ale například i výrobu nebo logistiku, především u níže nebo středně kvalifikovaných pozic,“ uvedl Martin Malo, ředitel Grafton Recruitment, a dodal: „Rovné odměňování a transparentnost představují významný aspekt při budování značky zaměstnavatele, podporují nábor nových uchazečů a pomáhají k udržení stávajících zaměstnanců.“

## Nadstandardní transparentnost a rovnost v IT a podnikových službách

Změnám šel i bez regulace naproti sektor IT a podnikových služeb, který ctí rovné odměňování a transparentnost. Podle šetření ABSL

už dokonce 93 % firem využívá systém, který analyzuje mzdy podle kritérií směrnice.

V otázce transparentnosti 15 % firem z tohoto oboru dokonce zvažuje, že bude zveřejňovat veškeré relevantní informace, 85 % jen ty, které si vyžádá regulace. „Co se týká zaměstnávání žen na seniorních pozicích, je tento sektor jeden z nejprogresivnějších oborů. Podle našeho posledního reportu mají podnikové služby na senior leadership pozicích 42 % žen. Celosvětově je to o víc než polovinu méně (19 %) a v České republice ještě méně (17 %),“ řekl Jaromír Staroba, prezident ABSL.

Pro zajištění spravedlivého odměňování je podle ředitelky SAP Services Ivety Chválové klíčové mít dobře nastavený systém a být transparentní. „V SAP využíváme naše vlastní řešení, díky kterému má 99,8 % zaměstnanců okamžitý přístup k informaci o tom, jaký je rozsah mzdy na jejich pozici, s ohledem na jejich konkrétní úroveň seniority a region, ve kterém pracují. Naši lidé mají k dispozici podrobnou infrastrukturu, která eliminuje prostor pro subjektivní interpretaci dat nebo odměňování založené na dojmeh a pocitech,“ upřesnila Iveta Chválová.

Náskok mají také společnosti se sídlem v USA, protože mnoho z pravidel týkajících se rovnosti odměňování, která vstupují v platnost v EU, je již v těchto organizacích zavedeno. „V Pure Storage již transparentnost odměňování existuje, protože zveřejňujeme platové rozpětí našich zaměstnanců na jejich pozicích, což není místní standard. Hlavním způsobem, jak se na tuto novou legislativu připravujeme, je zajištění toho, aby naše stávající zásady pokrývaly všechny nové regulace EU, a jsme přesvědčeni, že to pro nás bude hladký přechod,“ sdělila Monika Krkošková, Senior HR Business Partner v Pure Storage.

Přístupy a nástroje, které sektor IT a podnikových služeb využívá, nabízí inspiraci pro ostatní odvětví a potvrzují, že transparentnost a rovnost jsou klíčovými hodnotami pro budoucnost pracovního trhu. (tz)

# Jak motivovat zaměstnance: jen peníze nestačí

**Motivace zaměstnanců je klíčovým prvkem úspěchu každé firmy. Většina šéfů přitom pracuje pouze s finančními benefity. Peníze ale nejsou z dlouhodobého hlediska ideálním nástrojem, jak v lidech vyvolat pozitivní emoce a potěšení z práce. Do popředí se dostává nefinanční motivace, kdy se o zaměstnance a jejich práci zajímáme a nasloucháme jim.**

Motivace může být stimulována různými faktory, které povedou k dlouhodobé produktivitě a spokojenosti pracovníků. „Motivace není o tom dát zaměstnanci plno výhod, aby měl spokojenější osobní život. Motivace je dát mu skvělé pocity z práce. Je rozdíl muset do práce a těšit se do práce. Proto z dlouhodobého hlediska nemotivují peníze. Lidem sice mohou zvýšit krátkodobou spokojenost, ale ne zájem o práci. Výsledkem motivace má být zájem, a to, že práce jedince baví. Proto mají větší sílu nefinanční motivátory,“ vysvětlila Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem. Motivace je především o zájmu, pozornosti a komunikaci na lince šéf – zaměstnanec. A tato linka musí být neustále v pohybu. Nejde o žádné složité motivační nástroje, základem je individuální přístup šéfa ke svým lidem. „Přístup, u kterého se stále jako šéf dívám, jak daného jedince práce baví a jak nastavit, aby se mohl ve svém oboru projevit a být dobrý. Tedy stále sledovat a hledat mož-

nosti. A na to musí mít šéf čas. Pokud je velmi zaneprázdněný, lidem se nevěnuje, nemůže to fungovat. Pokud jim ale ukáže, že stojí za jeho čas a pozornost, každý pracovník si toho všimne. Zaměstnanec bude v takovém vztahu dobře a vy jako šéf začnete jemu stát za to. Teprve potom spolu budete chtít žít pracovní čas,“ uvedla Irena Vrbová.

Dalším faktorem je vyvolat v zaměstnanci pocit vyšší hodnoty sebe sama, ze kterého má radost. „Každý totiž vcházíme do pracovního života s nádobkou respektu a úcty k sobě, která ale není plná. Někdo ji má zcela prázdnou a schovává to za přebujelé ego falešné jistoty, někdo ji má naplněnou zčásti. Nikdo ji ale nemá zdravě zcela plnou. A úkolem šéfa je tu nádobku plnit. Dávat člověku pocit, že roste, a znovu – že ho práce baví,“ doplnila Irena Vrbová. Lidé většinou konkrétní představu nemají, jen poznají, kdy je to „ono“ pro ně samé, a kdy ne. Všem je samozřejmě příjemné, když se něco podaří a ostatní jim dají hezkou zpětnou vazbu. Není to ale jen o neustálém chválení, pozitivním naladění. Důležité je do zaměstnance vložit důvěru, že zvládne velké překážky.

Zkrátka mu ukázat celý jeho vnitřní potenciál. Důležitou roli hraje i týmová spolupráce, pracovní prostředí. Společná chemie má ohromný vliv. A vztahy jsou důležité. Mohou hladit nebo ubližovat – jak v pracovním, tak v soukromém životě. A v práci trávíme mnoho času, proto hledáme prostředí, kde se budeme cítit dobře.

Nejčastějšími důvody, proč nakonec zaměstnanec podá výpověď, je: nikdo mě neocení, práce mě nebaví. Pokud se tyto pocity opakují nebo neřeší včas, bývá už pozdě. „Nedávno



Irena Vrbová

jsem zažila situaci, kdy tým vedli dva střední manažeri. Jeden byl ve firmě skoro 20 let a vyhořel. Důsledkem bylo, že práce ho nebavila a práce s lidmi se pro něj stala zátěžovou. Jeho šéf se na celou situaci jen díval a ze strachu, že o něj přijde, se ho bál oslovit napřímo. Nechal to takzvaně vyhnít. Nedlouho na to střední manažer přinesl šéfovi výpověď, nevratnou. Proto je motivace o způsobu, že oslovuji vše, co vidím. I ty nepříjemné věci a nenechávám to na později. Později už nemusí být cesta,“ dodala Irena Vrbová. (tz)

INZERCE



## Parták nejen pro vyvýšené záhony

Dopřejte vaší zelenině stálý přísun organického hnojiva a smysluplně využijte bioodpad. Vermikompostovat můžete od jara do podzimu přímo ve vyvýšeném záhonu.



[www.plastia.eu](http://www.plastia.eu)

urbalive  
by plastia



## Ženský zákon schválnosti

Vždy před důležitou akcí nemám co na sebe, ačkoli jsou skříňě nacpané k prasknutí. Závěsné tyče se prohýbají pod tíhou sukní, kalhot, halenek i šatů. K tomu nespočet šátků. Mám před schůzkou s přítelkyní, rok jsme se neviděly. Nemám co na sebe. Dostala jsem pozvání na významnou konferenci. Ha, co si vezmu? Blíží se termín obchodní schůzky. Soukám na sebe jednu hrůzu za druhou. Moje sebevědomí je pod bodem mrazu. Odcházím a vím, že je to průšvih. Vypadám jako hastroš. Do setkání chybí 40 minut. A ejhle, nebe mi do cesty seslalo butik. Vcházím. Jo, to je ono! Kostýmek mi padne jak ulutý. Schůzka proběhla nad očekávání dobře. Přesně to jsem potřebovala.

Eva Brixi, šéfredaktorka



### Tip Grady

### Jak najít práci v 21. století

Jan Tegze



Bez ohledu na to, zda jste čerstvý absolvent, nebo zkušený profesionál, tato kniha vám pomůže zvýšit šance na získání vysněné práce. Pomůže vám zdokonalit své dovednosti při hledání zaměstnání v dnešní rychle se měnící pracovní sféře. Naučíte se například, jak vytvořit poutavý LinkedIn profil, efektivní životopis a jak využít sílu sociálních sítí.

## partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 18, srpen 2024

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

Šéfredaktorka:

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

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla 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.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu [intuitiveidiary.com](http://intuitiveidiary.com) naší redaktorky

Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixi v záložce Stará blogerka.

Na [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz) se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnétic.



### Pomáhá vám umění v osobním či profesním životě?

Ing. Martina Kyselková  
Kv.Řežáč, s.r.o.  
ředitelka

Umění mi pomáhá velmi. Při sledování uměleckých děl nebo při amatérském

malování se odpoutám od běžných starostí – ať už je to nákup potravin, vaření a uklízení doma, nebo řídicí činnost ve firmě, placení všech daní a poplatků, shánění zakázek, marketing atd. Zatímco v běžné denní rutině musí pracovat hlavně mozek, umění zasáhne srdce!



### Co by prospělo ženám v budování kariéry?

Petr Žemlička  
Nupreme  
marketingový ředitel  
a spoluzakladatel značky

Myslím si, že je to o kvalitních vztazích.

A to nejen doma, ale také v práci nebo podnikání. Když se může žena, ať už manažerka, či podnikatelka, na lidi kolem sebe spolehnout, domluvit se, hledat společné cesty, je zkrátka spokojenější, a pak dokáže téměř nemožné. Taková podpora, kdy slovo platí, dává svobodu v tom se realizovat. Zbavuje ženy pochybností, že jim na něco nebudou stačit síly. Posiluje to jejich sebedůvěru a odvahu využít tvůrčí potenciál a do týmů to zpětně vnáší ten správný drive a emocionální pohodu. Pokud tedy chceme ženám umožnit tvořit kariéru, měli bychom jim na to nechat prostor. V roli šéfeček odvádějí skvělou práci a excelují v leadershipu. Volí jiný, originální a na pochopení emocí zaměřený přístup, který bude hodně důležitý právě pro generaci Z, jež zanedlouho ovládne pracovní trh.



### Informace do kabelky

## Rio Mare s chutí slunce

Značka Rio Mare pro všechny milovníky tuňákových salátů přišla na trh s novinkou: Insalatissime Spring – svěží a chuťově bohatý, plný vybrané sezónní zeleniny v kombinaci s bílou rýží. Limitovaná edice Rio Mare Insalatissime Spring je dobrota stvořená pro labužníky. Tento salát můžete vychutnat přímo z plechovky, nebo jej můžete servírovat ve stylu špičkových restaurací – na výběru zelených salátů, s kousky pomeranče a nasekanými mandlemi. Nicméně fantazii se meze nekladou. Od prvního sousta vás Insalatissime Spring přenesou do slunečného ráje plného svěžích, jemných chutí chřestu, hrášku a slunečně žluté mrkve, zakončené nádechem italského citrónu. To vše korunované dokonalým tuňákem Rio Mare. „Jsme nadšeni, že můžeme představit Insalatissime Spring. Naším cílem je neustále přinášet inovativní a chutné produkty, které odpovídají modernímu životnímu stylu a chuťovým preferencím. Věříme, že naše sezónní překvapení bude pěkně zdobit naši tradiční řadu Insalatissime,“ vysvětlil René Řiháček, produktový manažer značky Rio Mare.



(tz)  
www.riomare.cz

# „Ajtačky“ v Česku

Jedním z předsudků, který převažuje ve světě jedniček a nul, je ten, že informační technologie ovládají primárně muži. Žen v IT přibývá, je jich ale stále málo, navíc jejich platy zatím stále nedosahují výše mezd jejich mužských kolegů.

Česko má mezi státy EU nejmenší zastoupení žen v informačních technologiích, v jednom z nejprestižnějších a nejlépe finančně ohodnocených oborů připadá na deset mužů jen jedna žena. „Podle našeho průzkumu se zastoupení žen v IT v Česku pohybuje mezi 10–15 %. Tato čísla jsou oproti ostatním západním zemím nižší, ale postupně rostou. Podle zprávy LinkedInu z roku 2023 se počet žen v IT globálně zvýšil o 24 % za posledních pět let. Největší zastoupení žen v IT je na pozicích projektový management, analýza dat, UX/UI Design a testování. V oblasti vývoje mají ale hlavní zastoupení stále muži,“ popsal Denisa Janatová, ředitelka společnosti smitio. Rozdíly panují nejen v zastoupení žen na konkrétních pozicích, výrazně se liší i finanční ohodnocení. „Ohodnocení žen v IT je konkurenčněschopné, ale stále existuje mzdová propast mezi muži a ženami. Rozdíl v průměrném platu, který je v informačních technologiích aktuálně kolem 75 000 Kč měsíčně, může být až 20 % ve prospěch mužů,“ dodala Denisa Janatová. Svět IT stále ovládá genderový stereotyp, kdy je počítačový svět vnímán jako výlučně mužský. Přitom prvním programátorem na světě byla londýnská hraběnka a matematicka Ada Lovelace. Ženy přinášejí do IT několik výhod, které jsou pro zaměstnavatele velmi cenné. „Jednou z těch hlavních je rozmanitost perspektiv a vztahu k řešení problémů. Ženy často přistupují k výzvám jinak než jejich mužští kolegové, což může vést k inovativnějším a efektivnějším řešením. Tato různorodost pohledů může výrazně zvýšit kreativitu a schopnost týmu nacházet no-

vé způsoby, jak zvládat složité úkoly. Ženy v IT rovněž rozšiřují talent pool – databázi, kam si náboráři ukládají perspektivní talenty pro jednotlivé pozice, což je v době, kdy je nedostatek kvalifikovaných IT profesionálů, klíčové. Ženy mají často silné dovednosti v oblasti komunikace a týmové práce, což jsou klíčové kompetence pro úspěch v mnoha projektech. Tyto dovednosti mohou pomoci k lepší koordinaci projektů, efektivnější komunikaci v rámci týmu a celkově k lepšímu řízení projektů,“ vyjmenovala Kateřina Marešová, ředitelka obchodního oddělení a oddělení péče o zákazníky společnosti smitio. Firmy se snaží více zaměřovat na podporu rovnosti pohlaví v IT odvětví a hledají způsoby, jak přilákat a udržet více žen. „Firmy si stále více uvědomují hodnotu různorodých kolektivů a vytvářejí prostředí, které je přívětivější pro ženy. Mnoho technologických společností investuje do programů na podporu žen v technologiích. Navíc v Česku působí iniciativy, které se zaměřují na poskytování vzdělávacích programů, workshopů a mentorství speciálně pro ženy. Tyto programy nejen zvyšují technické dovednosti žen, ale také budují jejich sebevědomí a síť kontaktů v IT komunitě. Například iniciativa Czechitas od svého vzniku vyškolila tisíce žen v oblasti programování, datové analýzy a dalších IT dovedností,“ řekla Denisa Janatová. Právě online kurzy a školení lákají ženy na rodičovské dovolené. Ty, které dříve pracovaly v naprosto odlišném odvětví, tak mají příležitost získat zaměstnání na juniorských IT pozicích. „Jedním z hlavních benefitů, které oblast informačních technologií nabízí, je časová flexibilita. Řada firem poskytuje možnost pracovat na dálku, zkrácený pracovní týden nebo částečné úvazky. Právě to vyhovuje ženám s menšími dětmi, které tak lépe dokážou skloubit péči o rodinu s prací. Nabídnout pracovní příležitost ženám s dětmi je výhodné i pro firmy – mamin-



kresba Pixabay

ky ‚ajtačky‘ jsou velmi loajální, umějí si perfektně zorganizovat čas, jsou pečlivé a důsledné,“ vysvětlila Denisa Janatová.

Výhody, které zaměstnávání „ajtaček“ skýtá, si v Česku uvědomuje stále více firem. Velký potenciál vidí právě v ženách vracějících se z rodičovské dovolené. „V naší společnosti aktuálně pracuje 45 % žen, jejich počet za poslední rok a půl vzrostl o 15 %. Pomohl nám juniorský program TNT, do kterého jsme přijali postupně 11 žen, ženy jsme přijímali i na vyšší pozice, kterých bylo za poslední dva roky celkem 14. Výborně funguje spolupráce s maminkami. Zapojujeme jich více než 50 %. Mzdy jsou u nás srovnatelné, ohodnocení se odvíjí výhradně od úrovně znalostí, schopností a zkušeností,“ popsal Lucie Paulíčková z oddělení péče o zákazníky společnosti Tesena.

Revoluci v zastoupení žen v informačních technologiích přinese podle odborníků umělá inteligence. „Její nástup může zvýšit počet žen v IT z několika důvodů. AI vytváří nové pracovní role, které mohou být atraktivní pro ženy, například v oblastech datové vědy a etiky. Firmy, které využívají AI, často kladou důraz na diverzitu, aby zajistily etický vývoj technologií. A v neposlední řadě technologie umožňují flexibilnější pracovní podmínky, což může přilákat více žen do oboru informačních technologií,“ uzavřela Denisa Janatová. (tz)

INZERCE



## Masové kuličky

750 g mletého masa  
2 vejce, sůl, mletý pepř  
strouhanka  
Na omáčku: 2 cibule  
200 g rajčatového protlaku  
2 bobkové listy  
4 kuličky nového koření  
1 špetka mleté skořice  
cukr, sůl, asi 5 lžíc oleje

# České kuřecí na váš styl



**DOBŘE KUŘE  
Z KLATOV®**

[www.dzklatovy.cz](http://www.dzklatovy.cz)

# Nadšení srdcaři dokážou posunout firmu dál

Lucie Libra je dcerou majitele Palírny U Zeleného stromu, která patří k největším výrobcům lihovin na českém trhu a zároveň je největší palírnou ve výhradním vlastnictví českého majitele. Začínala zde jako juniorní brand managerka Hanácké vodky. Dnes je členkou představenstva a čím dál tím více zasahuje do vedení rodinné firmy, která má ve svém portfoliu žitnou whisky Starou žitnou mysliveckou, Hanáckou vodku, Heffron a další známé značky. Lucie Libra mimo jiné vede a mentoruje mladé lidi a i s jejich pomocí pomáhá nastavit uvnitř této společnosti moderní a autentickou firemní kulturu. Stojí před velkými výzvami. Nejsou jen o nástupnictví nebo změnách vedoucích k hlubšímu vztahu k hodnotám pětisetleté výroby a prodeje. Jak na to všechno nahlíží, vyprávěla sama:

přijmout. Ono totiž nejde jen o to, že prostě řeknete „ano“, nebo „ne“, vaše rozhodnutí ovlivní celou rodinu. Nakonec jsem svoji roli v rodinné firmě našla a musím říci, že mě naplňuje. Musela jsem si ale najít ke své pozici jistý balanc a zdravý přístup, abych ji mohla dělat dobře a cítila se v ní dobře. A na tom vlastně pracuji stále.

**Generační výměna, zejména v rodinných podnikcích, je dnes silné téma. Jak ho vnímáte u vás?**

Toto je samozřejmě velké téma a určitě nejen u nás. My se celkem shodujeme na tom, že je potřeba mít složení společnosti rozmanité. Chceme přijímat mladé lidi, protože jejich pohled na svět je často osvěžující, orientovaný na hodnoty, mnohdy transparentnější a sdílnější, než tomu je u minulých generací, které byly ovlivněné prostředím, v němž se pohybovaly. Na druhou stranu si chceme držet lidi se zkušenostmi, dlouhou praxí a vlastním know-how, kteří také přinášejí důležité podněty. Zdá se mi, že takto zdravě rozmanité prostředí ve firmě je to správné a vede k možnosti učit se od sebe, růst a nacházet lepší řešení. Neříkám ale, že v takto generačně složeném týmu nedochází k žádným třenicím, ale i takovýto dialog vede často k těm nejlepším rozhodnutím podpořeným fakty ze všech stran.

**Jsou to ostré diskuze v týmu, anebo pochopení jedné strany druhou?**

Jak jsem uvedla, někdy to může být náročné. Většinou cítím třenice v nějakém očekávání ohledně způsobu práce, kdy mladí lidé kladou velký důraz na flexibilitu pracovního prostředí i pracovní doby, zatímco starší generace lpí na tom, že je zapotřebí sedět v kanceláři tzv. od-do. V těchto otázkách se do třenic dostávám i já, protože jsem ta, která ráda pracuje venku. Chci si pracovní prostředí vybrat podle toho, na co mám zrovna náladu nebo jakou činnost zrovna vykonávám. Často pak doma nebo v kavárně udělám mnohem víc práce a jsem efektivnější. Na druhou stranu naprosto chápu argumenty druhé strany ohledně pracovní morálky. Ono je to ale o každém jednotlivém člověku. Já jsem zastáncem toho dát lidem důvěru a hodnotit je až podle odvedené práce. Mezi další očekávání, na která možná není starší generace zvyklá, patří potřeba zpětné vazby, a to jak pozitivní, tak negativní. Mladí lidé se totiž chtějí učit, chtějí být mentorováni a dokážou si vážit času, který jim věnujete. Na druhou stranu očekávají, že dostanou důvěru, zodpovědnost a možnost kariérně růst. A to se



Lucie Libra

**Žena, která se spolupodílí na vedení proslulé Palírny U Zeleného stromu, druhého největšího výrobce lihovin u nás – to je dosti neobvyklé.**

Co si budeme povídat, businessové prostředí, i když se to v průběhu času mění, je převážně mužská záležitost. A i u nás v Palírně U Zeleného stromu je ženský element ve vedení firmy něco trošku nového. Pro mě osobně to není jen o tom potýkat se s rolí ženy ve vedení firmy, ale také s rolí dcery majitele, což je možná někdy ještě složitější, protože bojujete nejen s genderovými předsudky. To zná mnoho potomků majitelů rodinných firem, kteří pak možná o to víc musejí obhajovat své znalosti, dovednosti, myšlenky i nápady. Nechci

to nijak zveličovat, ale nástupnictví je v mnoha ohledech náročné a je asi jedno, jestli je tím nástupcem žena, nebo muž.

**Zvykáte si na novou roli dobře?**

Na svou poměrně novou roli si tak nějak zvykám nezvykám. Přiznám se, že i když jsem svou podstatou velmi zodpovědná, není pro mě lehké přijmout za naši rodinnou firmu odpovědnost. Samozřejmě jsem si kladla otázky, jestli to zvládnu, jestli dokážu firmu vést, pokud to bude potřeba, a jestli se dokážu postarat o všechny naše zaměstnance, kterých je v současnosti více než stovka. A v neposlední řadě jsem si musela položit otázku, jestli je to moje cesta a jestli chci nástupnickou roli

mi moc líbí a v Palírně se těmto požadavkům snažíme vyhovět. Ostatně růst a vzdělávat se u nás může každý, to potvrzuje i příběh mého nejbližšího spolupracovníka Pavla Kadlece, který se z obchodního zástupce vypracoval na generálního ředitele Palírny a dnes je předsedou jejího představenstva. Stejně tak náš blend master Roman Petruš v Palírně kariéru vyrostl. Přišel k nám jako sedmnáctiletý učeň a dnes šéfuje celé výrobě.

**Jste mentorkou, vedete mladší kolegy, navigujete je na správnou firemní kulturu, již postupně doplňujete, rozehráváte a proměňujete tak, aby byla ještě více o hodnotách, vstřícnosti, vzájemné pomoci a soudržnosti...**

Snažím se mladým lidem, které mentoruji, předávat znalosti i zkušenosti a ukazovat jim, jak je strašně důležité naslouchat starším a zkušeným kolegům, i když si mohou myslet, že to dělají tak nějak zastarale, a hned by měli deset zlepšováků. Učím je, že ne všechno je potřeba za každou cenu ihned bez rozmyslu zlepšovat, že mnohem přínosnější pro ně může být začít dělat věci postaru, znát kontext a pochopit veškeré souvislosti, naučit se to a pak přijít s návrhem efektivnějšího řešení. Návrh se posoudí, a poté je možné jej aplikovat do procesu. To se mi už několikrát osvědčilo i v mojí praxi. Samozřejmě je zároveň motivuji k předkládání návrhů na zlepšení a učím je přijímat zpětnou vazbu, která nemusí být vždy pozitivní.

#### Naplňuje vás to?

Musím říci, že mě práce s lidmi, ať už s těmi „v závěku“, nebo s brand manažery jednoli-



**Dalo by se tedy říci, že mě k tomu, abych zůstala, dohnaly okolnosti, ale spíš to bylo tak, že potřeba se rozhodnout mi pomohla uvědomit si, jak je Palírna důležitá. Vážila jsem si pětisetletého nepřetržitého provozu a toho, že jde nejen o český, ale dokonce o evropský unikát.**

vých značek, velmi naplňuje. Dlouho jsem sama pracovala na brandu Hanácké vodky i dalších značek, a když jsem pak kvůli zdravotním potížím nějakou dobu ve firmě nefigurovala, věděla jsem, že na stejnou pozici už se vrátit nechci. Také jsem věděla, že nechci být jen členkou představenstva, ale že chci dělat něco smysluplného a aktivního. A přišla možnost

začít mentorovat. Vzala jsem si pod sebe juniorní marketáky, ale i naše brand manažery, a snažím se jim předávat moderní vizi Palírny a širší kontext pohledu na trh a na naše cíle. Nejdeme totiž už jen cestou budování značek, ale budujeme i značku samotné Palírny U Zeleného

stromu a s ní i lásku k českosti, tradici a hodnotám, které jako firma vyznáváme. Přece jen jsme druhý největší výrobce lihovin v České republice a zároveň největší firma se stoprocentně českým kapitálem v našem segmentu. A to je společně s naší dnes už 506letou historií hodně silný příběh. Ale abych se vrátila k vaší otázce: práce s lidmi je pro mě velmi naplňující a zároveň je to nesmírná výzva. Je to

tiž těžké naučit se dávat konstruktivní zpětnou vazbu, pracovat s různými typy osobností a lidského ega tak, aby to bylo pro toho každého člověka přínosné. Musím zaklepat, že mám štěstí na „mladochy“, kteří jsou ambiciózní, draví, ale zároveň přijímají zpětnou vazbu a dokážou ji zhodnotit ve svůj prospěch. Samozřejmě nejsou takoví všichni. I když je investice do juniorních lidí velká, pokud je dobře odhadnete už na začátku, což není snadné, rozhodně se vyplatí jim věnovat svůj čas, energii, zkušenosti a pomoci jim vytvořit si ke společnosti a k samotné práci vztah. Protože nadšení srdcaři pak dokážou posunout firmu mnohem dál.

**V podniku svého otce jste poměrně dlouho. Bylo těžké se rozhodnout, zda je to volba na celý život? Anebo to přišlo jako nenucená samozřejmost, jako vyústění jisté zkušenosti, sounáležitosti?**

Dá se říci, že jsem v Palírně U Zeleného stromu dlouho, protože jsem v ní přes devět let. A původně jsem do ní nenastupovala s vidinou, že tam také zůstanu. V té době jsem asi ani neuvažovala o tom, že by se Palírna stala naší rodinnou firmou a srdeční záležitostí. Můj otec je krizový manažer a často kupoval firmy ve špatné kondici, které vytahoval ze dna, a když byl „projekt“ hotový, zase je prodal a šel na další. A tak jsem původně přistupovala i k Palírně. Když jsem pak po letech přemýšlela o změně práce, postavil mě otec před rozhodnutí, co s Palírnou dál. Nechtěl ji prodat, ale pokud se já ani sourozenci nebudeme chtít na jejím vedení podílet, říkal, že není proč si ji držet. Dalo by se tedy říci, že mě k tomu, abych zůstala, dohnaly okolnosti, ale spíš to bylo tak, že potřeba se rozhodnout mi pomohla uvědomit si, jak je Palírna důležitá. Vážila jsem si pětisetletého nepřetržitého provozu a toho, že jde nejen o český, ale dokonce o evropský unikát. A také že je mou srdeční záležitostí, i když jsem k některým postupům a primárně firemní kultuře měla jisté výhrady. A tak jsem řekla prodejci ne a zůstala jsem.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

*pokračování  
v zářijovém čísle Madam Business*

# Elegance a individualita: Mikela da Luka o módě a podnikání



Michaela Tlustá

Pozorovat paní Michaelu Tlustou v akci je úžasná podívaná. Nevydrží na místě a stále objevuje nové úhly pohledu na to, jak mohou šaty, sukně, mikiny či vesty na ženě vypadat. Tu rozepte zip, tu vysouká rukáv, tam zase poodrhne límec, přihodí šálu, zkrátí délku, přidá další vrstvu. Oblečení značky Mikela da Luka je totiž tak variabilní a přizpůsobivé momentální situaci i postavě, že je až k nevíře, kolik inspirativních podnětů člověk v maličké pražské prodejně v Myslíkově ulici získá. Když Michaela Tlustá předváděla na miniaturní ploše butiku své vlastní modely, jiskřilo to kolem ní energií, chutí měnit svět, dávat ostatním ženám patřičné sebevědomí. Její přístup k odívání a promýšlení stříhových kombinací mne naprosto nadchl. Z kousku látky se rodila kouzla. A řeknu vám, to bylo něco! Odcházela jsem s jedinou myšlenkou: brzy se vrátit (a doma pořídit další skříň). Jednotlivé kolekce hodně pracují s černou barvou, která není ani příliš smutná, ani příliš konzervativní. V podání Mikela da Luka spíše hravá, provokativní, elegantní a s podpisovým právem na jedinečnost každé zákaznice. Když se doplní černobílým proužkem, rozkvétá každá z přítomných touhou být pěkná, úchvatná, neokoukaná. Vejděme do centra dění právě s majitelkou značky, Michaelou Tlustou:

**Když jste svůj butik a tvorbu představovala nedávno novinářům, zmínila jste, že jste s maminkou ráda šila a že jste se od ní mnohému naučila. I to byl podnět k tomu, že jste nakonec zakotvila v oboru módní návrhář a založila firmu na výrobu oděvů?**

Ano, to je pravda. Moje maminka byla velkou inspirací. Už od malička jsme spolu šily a tvořily. Tato zkušenost mě naučila nejen technickým dovednostem, ale také lásce k tvorbě a originalitě. Právě díky těmto zážitkům jsem si později uvědomila, že móda je cesta, kterou chci jít. Toto poznání propojené s mou praxí v grafickém designu přirozeně vedlo k vytvoření vlastní značky.

**Jak ale začal váš příběh na této cestě?**

Můj příběh začal vlastně náhodou. Když jsem byla na mateřské, nemohla jsem najít oblečení, které by odpovídalo mým představám. Spojila jsem tedy potřebu s mojí vášní pro grafiku a začala jsem přešívát oblečení ze second handů. Kamarádkám se to tak líbilo, že jsem začala šít i pro ně. Zájem postupně rostl, a tak jsem se rozhodla opustit webdesign a plně se věnovat módnímu návrhářství. Tak vznikla značka Mikela da Luka.

**Bylo obtížné rozhodnout se pro vlastní prodejnu, nebo to zkrátka byla nutnost, která prakticky doplňuje možnosti e-shopu, a navíc vytváří prostor navázat milé i osobní vztahy?**

Otevření vlastní prodejny bylo přirozeným krokem. E-shop nám umožňuje oslovit širokou klientelu, ale vlastní prodejna nabízí osobní kontakt, který je nenahraditelný. Zákaznice si mohou oblečení vyzkoušet, poradit se, a také nám pomáhá budovat pevnější vztahy. Osobní kontakt je pro nás velmi důležitý, protože chceme, aby se každá žena cítila výjimečně a spokojeně.

**Nenabízíte jen hotové šaty, mikiny, sukně, vesty, trička, ale také úpravu modelů podle potřeb zákazníka. Třeba různé dlouhé rukávy, sukně, rozparky... Využívají toho klientky? Mají radost, že mohou mít to, co chtějí?**

Ano, možnost individuálních úprav je velmi oblíbená. Naše zákaznice oceňují, že mohou mít oblečení přesně podle svých představ a potřeb. Ať už jde o délku rukávů, sukní, nebo třeba typ límce, jsme schopni se přizpůsobit. Tento přístup jim dává pocit, že je každá zakázka jedinečná a šitá na míru, což je pro mnoho žen velmi důležité.



### Co oceňují na vaší značce nejvíce? Variabilitu oblečení, praktické materiály, střih?

Naše zákaznice nejvíce oceňují variabilitu a pohodlí. Praktické materiály a střihy, které lichotí různým typům postav, jsou pro ně velkým plusem. Navíc naše jednoduché, ale výrazné grafické prvky dodávají oblečení originalitu a umožňují ženám vyjádřit jejich osobnost.

**Vsadila jste na znak, podle kterého je vaše oblečení naprosto odlišitelné od jiných značek. Pruhy, kolečka a jiné geometrické obrazce, speciálně nažehlený materiál, který upoutá, provokuje, identifikuje. Proč zrovna tohle?**

Grafický design byl mou první láskou a přirozeně se promítl i do mé tvorby módy. Pruhy, kruhy a další geometrické obrazce jsou nejen vizuálně atraktivní, ale také dodávají oblečení osobitý ráz. Jsou to symboly, které překračují hranice stereotypů a umožňují každé ženě vyjádřit její emoce a individualitu.

**Vstoupit na prkna módy do vysoce konkurenčního prostředí, kde jsou na první pohled karty už dávno rozdány, a uspět. Dost odvážné rozhodnutí. Dokážete už rekapitulovat? Vystudovaná biologka, která zaujala ve světě módy a nabídla zejména ženské populaci kvalitu a šmrnc? Která vytvořila vlastní styl, jenž padl do noty spoustě ostatních?**

Ano, když se na to dívám zpětně, bylo to asi docela odvážné, ale věřím, že když člověk následuje své srdce a vášeň, může uspět i v konkurenčním prostředí. Mé vzdělání v biologii mě naučilo preciznosti a trpělivosti, což se hodí i v módním průmyslu. Tvorba vlastní značky mi umožnila nabídnout ženám kvalitní a stylové oblečení, které zdůrazňuje jejich osobnost a pohodlí.

### Vsadila jste na doporučení svého srdce a kamarádek? Na štěstí, náhodu, na příležitost?

Věřím, že klíčové bylo následování mého srdce a intuice. Podpora rodiny a přátel byla samozřejmě velmi důležitá, svou roli hrálo bezpochyby i štěstí a příležitosti, ale hlavní bylo odhodlání a tvrdá práce.

**Založením jste optimista a kreativec, který se nermoutí, když si má hrát. Září z vás energie a odvahy. Ale asi ne každý den, jsou i horší chvíle. Jaká zkušenost vás hodně poučila?**

Každý podnikatel se setkává s výzvami a těžkými chvílemi. Pro mě byla klíčová zkušenost naučit se přijímat chyby jako součást procesu učení. Každá překážka je příležitostí k růstu a zlepšení. Důležité je nevzdávat se a hledat řešení, i když to někdy není snadné.

**Co nového chystáte? O jaké barvě na zimní sezónu uvažujete? Hodně stále sázíte na černou, červenou, bílou, objevila se modrá, limetková i béžová, rozveselila jste kolekci proužky.**

Vedle tradičních barev, jako jsou černá, červená a bílá, stále barevnou paletu rozšiřujeme. Právě teď máme novou korálovou kolekci a velké úspěchy letos v létě slaví žlutá nebo proužkatá námořnická kolekce. Chceme nabídnout zákaznicím možnost oblékat se stylově a pohodlně po celý rok, a určitě se mohou

těšit na novinky i v zimním období. Mluvit o tom na jaké, je však ještě příliš brzy.

**Oděvy Mikela da Luka jsou určeny pro všechny věkové kategorie. Přesto si troufám odhadnout, že značná část vaší klientely**

**možou být dámy, které vědí, co chtějí, pracují na své image, potřebují zaujmout. Nebo být s malými obměnami celý den šik od pobytu v kanceláři přes pracovní oběd až po večerní divadlo nebo významné obchodní jednání. Uhodla jsem?**

Přesně tak! Naše zákaznice jsou ženy, které chtějí být elegantní a šik po celý den. Oblečení je tedy navrženo tak, aby bylo univerzální a přizpůsobivé různým situacím. Díky jednoduchým střihům a kvalitním materiálům mohou naše modely snadno přecházet z formálního prostředí do volnočasových aktivit. Tento přístup jim umožňuje cítit se sebevědomě a pohodlně po celý den.

**Ženy z businessu mají také málo času a potřebují vše vyřídit rychle. Určitě jim dokážete vyjít vstříc. Ostatně vy sama jste takovou osobností...**

Snažíme se, aby náš servis byl co nejefektivnější a přizpůsobený potřebám každé ženy, ať je odkudkoliv. Věřím, že se nám daří vyhovět většině přání, a že díky tomu mohou naše zákaznice ušetřit čas a zároveň získat přesně to, co potřebují.

ptala se Eva Brixl

**Naše zákaznice jsou ženy, které chtějí být elegantní a šik po celý den. Oblečení je tedy navrženo tak, aby bylo univerzální a přizpůsobivé různým situacím. Díky jednoduchým střihům a kvalitním materiálům mohou naše modely snadno přecházet z formálního prostředí do volnočasových aktivit.**



# Na konci října se Kutná Hora promění v čokoládovou metropoli

Jestli přibývá milovníků kvalitní čokolády, těžko říci, ale troufla bych si toto tvrzení podpořit. Odklon od nejlevnějších náhražek k opravdové jakosti pozoruji u spousty spotřebitelů. Stačí čtvereček, kousíček, a vášně jsou zkroceny. Zážitek nade vše, příjemná slast, která naplní touhu po něčem výjimečném, ať už je to odměna, nebo samozřejmost. O zážitek z výjimečné čokolády se stará Muzeum čokolády v Kutné Hoře. Asi jste už o něm slyšeli nebo se v něm byli podívat. Já jsem se do něj vypravila teprve letos v květnu. A byla jsem nadšená. Možná však neuhodnete, proč. Prozradím to. Muzeum se skládá vlastně jen ze dvou maličkých místností, včetně prodejny. V miniaturních prostorách se ale dozvíte o čokoládě skoro všechno. A to mi lahodilo. Nebylo třeba nespočtu kroků velkými muzejními sály, nemusela jsem naslouchat výkladu odborníků několik hodin. Vše se seběhlo rychle, efektivně i se spoustou emocí. A já se, už co by pamětník, vrátila ke značce Lidka, čokoládě, již milovala moje babička... Muzeum a následně výrobu prvotřídní čokolády ve slavném městě založila Mgr. Lada Bartošová. Osobnost dnes mediálně známá, její výrobky vyhrály spousty soutěží, která vzkřísila kdysi světově proslulou značku Lidka a navázala na principy podnikání jejího někdejšího zakladatele. Nyní chystá nové příchutě i aktivity muzea. Ale nepředbíhejme:



Mgr. Lada Bartošová i její choť dávají přednost fotografiím čokolád než svým vlastním

**Vzpomenete si, kdy jste ochutnala čokoládu poprvé?**

To už si asi vůbec nevzpomenu, nebyla jsem jako malá moc veliký jedlík sladkého. Vzpomínám si ale živě, když jsem poprvé ještě před revolucí ochutnala pravou americkou tyčinku Snickers, kterou tenkrát někdo přivezl do Čech, a taky vím, že jsem byla vášnivý sběratel postaviček krokodýlů z Kinder vajíček a dělala jim nemocnici z krabiček od sirek. První vzpomínka na „čokoládu“ je asi vánoční – výroba domácí „čokolády“ do starého adventního kalendáře. V rendlíku na plotně jsme míchali kakao a máslo a plnili starý kalendář. Nešlo nám to, tak jsme to nakonec vylili sádrou! A naposledy Při přípravě nové receptury nebo při úplně

neobvyklé situaci? Teď čokoládu ochutnávám vlastně pořád, ve výrobě, na prodejně, zkrátka každý den. S chutí objížďím čokoládové festivaly. Každý ví, jak mi udělat radost – nějakou tabulkou bean-to-bar čokolády, kterou jsem ještě neokusila...

**Váš čokoládový příběh nabral rychlé obrátky, za pár let jste dosáhla významných úspěchů. Co bylo tím zásadním impulzem, který vám dodal sílu, energii, chuť pustit se na konkurenční pole?**

Nikdy jsem to nebrala jako konkurenční pole, ale jako něco, co mě baví. Jsem srdcem historik, takže na začátku všeho bylo vlastní muzeum čokolády – vlastně jsem si udělala místo,

kde mi bylo dobře a kde jsem ráda trávila čas a viděla, že se tam lidi rádi vrací. Výroba čokolády přišla až později, nebyl to žádný skvěle propracovaný podnikatelský záměr. Často se rozhoduji na základě intuice, zatím mě nikdy nezklamala. A s čokoládou to bylo zrovna tak.

**Znova jste postavila na nohy značku Lidka, která loni oslavila 105. výročí založení a vyráběla se právě kdysi v Kutné Hoře. Čím byly výrobky této značky jedinečné?**

Čokoláda Lidka se specializovala hodně na export. Patřila vždy k tomu luxusnějšímu a punc vysoké kvality si zachovala během první republiky, po válce i za komunistů a doufám, že díky nám v tom pokračuje také dnes. Průvodním znakem Lidky byla vždy jemná a hladká textura, používání kvalitních surovin i samotné principy, které firma používala. Dnes by se tomu říkalo fair trade, eko, odpovědnost. Pro Lidku a jejího majitele Zdeňka Koukola to byl standard vždy.

**Určitě připravujete nějakou novinku, třeba k letošním Vánocům. Prozradíte?**

Právě chystáme obaly k naší nové čokoládě s chutí griotky, která před pár dny získala stříbrnou medaili na International Chocolate Awards a měla by jít do prodeje v září. Recepturu jsme ladili s českou líkérkou Jenčík a dcery a použili jejich griotku, která byla oceněna i na Czech National Spirit Competition, takže je to opravdu paráda veliká. Úplnou připravovanou novinkou je pak čokoláda, která právě vzniká na zakázku k významnému jubileu města Kutná Hora – 30 let v UNESCO. Při výrobě jsme se inspirovali historií Kutné Hory, a vznikla tak čokoláda s českou moruší, která na území Kutné Hory dříve hojně rostla. Brzy se jí návštěvníci Kutné Hory dočkají díky oslavám tohoto jubilea.

**O jaké čokolády je dnes mezi milovníky této pochoutky největší zájem?**

Těžko říct, ty preference jsou různé a je to opravdu velmi individuální. Paušálně se dá ale říct, že Češi rádi experimentují a nebojí se

**Za ty roky můžeme říct, že ostatní české manufaktury pro nás nejsou vůbec konkurenty, ale spíš přáteli. Navzájem si pomáháme, zavoláme si o radu. Ty vztahy jsou napříč republikou víc než přátelské.**



toho. U nás se asi nejvíc prodávají čokolády z různých alternativních mlék, jako je velbloudí, kozí, či čokolády tmavé, zejména jednoplantážní kolem 70 % nebo ty, které mají nějaké neobvyklé příchutě. Celosvětově je pak možné sledovat trend čokolád, pro jejichž produkci se používají nějaké lokální suroviny či výrobky.

**Je tato pochoutka skutečně našemu zdraví prospěšná? Tvrdí se, že přínos má například pro vysoký obsah hořčiku, tedy že bychom si ji měli dát před spaním, někdo říká, že je tím nejlepším prostředkem k normální hladině cholesterolu v krvi...**

Před spaním bych čokoládu asi nedoporučovala. Obsahuje theobromin kaka, který působí podobně jako kofein, ale má pomalejší náběh, takže by vás mohla čokoláda v noci budit. Kakaové boby samotné jsou ale opravdu superpotravina, obsahují velké množství flavonoidů a antioxidantů, hořčiku. Takže čokoláda je určitě pro všechny výbornou odměnou, zejména ta víceprocentní.

**Kakaových bobů je prý velká neúroda, a tak čokolády v obchodech značně podražily. Budete také zvedat ceny? Nebo jinak, seženete dostatek bobů pro vlastní produkci?**

Je pravda, že to, co se děje na trhu s kakaem, nemá v historii obdobu. S něčím takovým jsme vůbec nepočítali a počítat s tím nemohl opravdu nikdo. Ceny jsou momentálně tak vysoko, že vážně přemýšlíme, co dál. Není to jen o neúrodě v Africe (tam my boby nebereme vůbec), ale globálně se celý trh mění, přesouvá, a navíc do něj zasahují spekulanti. Plantáže, odkud máme kakao v Belize, zčásti shořely, v jiných oblastech je tak sucho, že kakaové boby jsou výrazně menší než v minulých letech, neúroda ale souvisí i s tím, co se děje dlouhodobě... Hurikány, změny klimatu... Je toho nějak moc dohromady. My jsme pořád optimisti, doufáme, že podzimní sklizně budou lepší a situace se trochu uklidní. Kakaové boby jsme od našich začátků nakupovali výrazně draž než masoví producenti, bylo pro nás důležité kupovat je přímo od farmářů a družstev za férové ceny, a podpořit tak jejich práci. Pro-

to pro nás teď ten skok není až tak razantní, i když i tak je citelný. Nevýhodou nás, malých producentů, je to, že nemáme větší sklady, abychom se na takové výkyvy mohli připravit. Takže ano, kakao je méně, je výrazně dražší, ale o tom, jak budeme hýbat s cenami, finálně rozhodneme až s další sklizní na podzim.

**V muzeu čokolády si návštěvník může koupit i zboží jiných výrobců. Proč jste přijala právě tuto strategii?**

V Čechách je momentálně celá řada malých řemeslných čokoládoven a valná většina z nich dělá opravdu luxusní čokoládu. Byla by škoda, kdyby ji nemohlo ochutnat co nejvíc lidí... Tím, že jsme primárně muzeum, považujeme za důležité edukovat a rozšiřovat povědomí o tom, co je to bean-to-bar čokoláda, jak poznat kvalitní čokoládu a jak vůbec správně čokoládu jíst. Nejsme puritáni, sami si rádi dáme čokoládu od jiných českých výrobců, je skvělá! Tak proč to nedopřát i našim zákazníkům... Za ty roky můžeme říct, že ostatní české manufaktury pro nás nejsou vůbec konkurenty, ale spíš přáteli. Navzájem si pomáháme, zavoláme si o radu. Ty vztahy jsou napříč republikou víc než přátelské.

**Chybami se člověk učí. Jakou chybu jste v podnikání udělala a co z ní vyplynulo?**

Chyby asi děláme pořád všichni. My jsme díky bohu nenasekali nikdy žádné fatální. Takhle zpětně považuji za chybu, že jsme tak dlouho otáleli s většími prostory pro čokoládovnu a pro muzeum. V současné době jsme se dostali na hranici toho, co jsme schopni vyrobit a poptávka výrazně převyšuje naše výrobní kapacity... Takže za mě poučení: v příštím životě být méně opatrná, více dravá a dát víc na instinkt.

**Převzala jste také nějakou zkušenost, jistě know-how od původních majitelů Lidky?**

Přímo s původními majiteli už jsme bohužel neměli příležitost se setkat, ale část výrobních postupů vychází z našich nálezů v archívech i ze vzpomínek pamětníků. Velkým zdrojem

inspirace je pro nás ale brožurka, kterou napsal zakladatel továrny, pan Koukol. Jmenuje se Zlatá pravidla a je to vlastně takový návod na to, jak slušně a úspěšně podnikat. Myslím, že kdyby se tím řídili všichni podnikatelé, vypadalo by to tu úplně jinak...

**Máte čas snít, promyšlet vizi vašich projektů, jež lidem přinášejí rozkoš z chuti?**

Bez snů a plánů do budoucna by nemělo smysl to dělat... Nové receptury a příchutě vymýšlíme vlastně neustále. Naším snem bylo uspořádat festival poctivé české bean-to-bar čokolády a tenhle sen si letos konečně plníme. Na konci října se Kutná Hora promění v čokoládovou metropoli – dorazí téměř všichni čeští výrobci čokolády, máme připravenou řadu degustací, přednášek o čokoládě, čokoládové tržičce i bohatý doprovodný program pro dospělé i pro děti. Několik let navíc sníme o tom, že celá výroba čokolády Lidka bude transparentní, chceme návštěvníkům Kutné Hory ukázat, jak se tady čokoláda vyráběla před sto lety a jak se vyrábí dnes. Propojit muzeum s výrobou, a nabídnout tak lidem velký čokoládový zážitek, na který jen tak nezapomenou.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi



# Všechno jsme viděli **hodně pozitivně**

České módní značky jsou čím dál odvážnější, a kromě šití oblečení se pouštějí třeba i do tvorby kabelek. Některé prodávají klasické kolekce, jiné se zaměřují na produkty na míru, což je i případ Mybelky, kterou založil mladý manželský pár z česko-polského pohraničí. Design kabelek tedy Agnieszka Farna vymýšlí v Česku a výroba probíhá v polské dílně, která má se šitím kožených výrobků bohaté zkušenosti. Adam Farny mezitím řeší finanční a právní záležitosti, a právě díky jasnému rozdělení rolí prý podnikání ve dvou skvěle funguje.



Agnieszka Farna s manželem Adamem

## Začali jste podnikat v hodně mladém věku. Neměli jste strach, že to nevyjde?

Myslím, že to může být i výhoda, protože v mladém věku a s menšími zkušenostmi člověk asi méně přemýšlí o rizicích a závazcích. A naopak, když už máte stálou práci, musíte se rozhodnout, jestli ji třeba opustit nebo to nějak skloubit. Navíc jsme na začátku nemuseli investovat až tolik a všechno jsme viděli hodně pozitivně. Já jsem tehdy už dva roky pracovala pro e-shop, kde se řešily hodně podobné věci jako u nás. Viděla jsem v tom tedy do začátku velký přínos. A díky příteli jsme zase dobře znali právní záležitosti, protože já sice tehdy začínala studovat vysokou školu, ale on už končil.

## Značka Mybelka vznikla v roce 2020, prozradíte, jak jste od té doby vyrostli?

Spuštění e-shopu na sto procent proběhlo na konci roku 2020. Nyní jsme se tedy dostali do

bodů, kdy už tři roky fungujeme naplno, a přitom neustále rosteme. Samozřejmě vše průběžně hodnotíme, ale stále se shodneme na tom, že nám vyhovuje, aby se firma zvětšovala udržitelně, přestože to bude pomalu. Profit je velmi důležitý, ale nepotřebujeme ten business najednou rychle nafukovat. Jdeme krůček po krůčku a snažíme se značku stavět od základu bez jakýchkoli externích investic. Možná pak máme pomalejší tempo, než by se dalo čekat, ale nám to tak vyhovuje.

## Mít firmu ve dvou... Popíšete stručně výhody a nevýhody?

Přišlo nám přirozené jít do podnikání společně. Tehdy jsme spolu chodili a dnes už jsme manželé a jsme rádi, že nám to klapne i v práci, což je myslím dané i takovým přirozeným rozdělením – já se specializuji víc na módu a marketing, a manžel je naopak zaměřený hlavně na finance a analytiku. Je pravda, že spouště lidem z našeho okolí by to nevyhovovalo,

ale podle nás je to super. Můžeme tak být opravdu hodně ponořeni i do práce toho druhého, a pokud nastanou problémy, řešíme je spolu, což je vždycky lepší. Samozřejmě se ale práce někdy hodně prolíná do osobního života, a třeba někdy nastane zlom, kdy budeme chtít změnu, ale teď určitě ne, protože jsme maximálně spokojeni.

## Proč zrovna kabelky? A kde probíhá jejich výroba?

Myslím, že kabelky na míru lépe zapadají do našeho konceptu udržitelnosti. Šijeme je v Polsku, v jedné rodinné dílně, která se nachází pouhých 250 km od našeho sídla. Pracuje tam asi 25 lidí v etických podmínkách a vše probíhá bez problému. Jen finální kontrola je pak samozřejmě na nás. Dílna není přímo naše vlastní, ale Poláci obecně šijí kabelky i pro velké značky a mají s tím mnohem větší zkušenosti než my v Česku. Tradice je tam také mnohem delší než tady. Zákazníci to někdy nevnímají tak pozitivně, ale my se snažíme zdůraznit, že jde stále o lokální prostředí a opravdu vše je tam na vysoké úrovni.

## Co znamená Mybelka a jak funguje nákupní proces?

Název vlastně vznikl velmi jednoduše ze slov moje a kabelka. Naznačuje to, že jde o můj vlastní model, u kterého sama ovlivňuji, jak bude vypadat, ale základní parametry jsou dané. Momentálně máme zhruba 20 modelů kabelek. V prvním kroku si zákaznice vybírá tvar, pak barvu a strukturu kůže. Následně volí i podšívku a popruh, a případně si přidá i vlastní gravírování. Dnes je veškerých kombinací už zhruba 10 000 a my všechny ty kabelky šijeme na přání. Výroba jedné z nich přitom trvá tři až čtyři týdny. V létě je čekací doba spíš kratší, na podzim delší, ale čtyři týdny jsou skutečně maximum.

## Nabízíte i kabelky skladem, ale oblíbenější je asi možnost navrhnout si vlastní model...

Ano, nejvíce se prodávají kabelky na míru. V letních měsících ale lidé nechtějí tolik čekat, proto se v tu dobu prodává více skladových zásob. Máme jich poměrně málo, jen třeba 15 modelů, tedy kombinací, kusů je samozřejmě víc. Nyní je tedy poměr prodeje třeba 85 ku 15 a v zimě se prodává přibližně 90 % kabelek na míru a 10 % skladových zásob.

## Je nějaký z modelů jednoznačně nejúspěšnější?

Už přibližně kolem tisíce kusů jsme prodali jedné kombinace, kterou je Luna v krokodýlí krémové kůži, náš all time bestseller. Snažíme se ale, aby nebyla jediná a během posledního



roku se nám podařilo vytvořit další velmi populární model Nicole, který mu alespoň tvářově konkuruje. V kombinacích ale Luna zatím s přehledem vede, což je jasně vidět i v celoročním srovnání. Celkově máme za minulý rok prodaných 5000 produktů a z toho je Luna neuvěřitelných 1800.

**Využíváte pravou kůži, která je kvalitnější a odolnější než umělá. Co na to udržitelnost? Přemýšlíte také o veganských materiálech?**

Názory jsou opravdu různé a vždy si najdete argumenty pro potvrzení toho vašeho. My v každém případě kůži vnímáme jako udržitelnou, protože jde o sekundární produkt potravinářského průmyslu. Už to nám připadá skvělé. Zároveň si vybíráme koželužny, které pracují zodpovědně, disponují příslušnými certifikáty a odpovídají standardům, které chceme dodržovat. A ve dlouhodobosti se kůži nic nevyrovná, navíc i pocit z nošení je

mnohem lepší a řekla bych, že kůže prostě umí stárnout, a i když má po čase třeba trochu patinu, pořád vypadá krásně. Více lidí se k ní tedy teď vrací a už nejsme v tomto směru kritizováni tolik jako na začátku. Spíš čím dál víc zákazníků oceňuje přírodní kvalitu.

Máme ale i jednu veganskou variantu – zatím hladkou černou a budeme zařazovat i hladkou bílou. Vizually se ty kabelky víceméně neliší a rozdíl je hlavně ve vůni. Ty černé modely máme už dva roky a zatím na ně nemáme žádné reklamace. Pořád je to ale umělý materiál, který nepracuje, nestárne a nepřízpůsobí se. Také mu chybí patina a celkově je trochu tvrdší a jinak se chová při výrobě i samotném nošení.

**Kolikrát ročně uvádíte na trh novinky? A jak je to s limitovanými modely?**

Nové dva až tři tvary se snažíme přidávat do nabídky dvakrát nebo třikrát ročně. U klasických kolekcí jde většinou o šest až osm kabelek. Většinou je uvádíme na jaře a na podzim, a mezitím třeba vznikají i limitované edice a modely na přání zákazníků. Důležité je, abychom kabelku konstrukčně vytvořili tak, že bude možné ji v každé kůži ušít. Vzorování tedy trvá poměrně dlouho, a pak pokračujeme ještě grafickým zpracováním. Proces je tedy celkem náročný a trvá několik měsíců. Nápady nám ale zatím rozhodně nedocházejí a myslím, že na dnešní dobu je naše tempo stále poměrně pomalé a udržitelné. A například v červnu jsme vytvořili něco úplně jiného – květinové kabelky, protože je super, když se stále děje něco nového, i když to bude třeba jen pro omezenou skupinu záka-

zníků. Tato limitovaná řada byla vyložena letní a měla končit v závěru června, ale hezky se chytla, a tak jsme ji prodloužili. Určitě ji ale neplánujeme přidávat do stálé nabídky. Jde o vyložena skladové kusy, tři modely našich kabelek s ručně přidělanými květinami, které

jsou ideální na akce, plesy, svatby apod., zkrátka jsou to speciální kabelky na speciální akce.

**Máte už stále zákaznice, které se k vám pravidelně vrací?**

Rozhodně máme a vidíme v systému, že některé už u nás zakoupily třeba 15 nebo

18 kabelek. Hodně často si od nás pořídí jednu kabelku, a pak pokračují dalšími, a také nás doporučují dál své rodině a přátelům nebo kupují naše produkty jako dárky. Poznáme to, protože se opakují ta příjmení. A pak když si zákazníci fotí vánoční stromeček, také často vidíme více Mybelek pohromadě. A to nás vlastně na naší práci těší asi úplně nejvíce. Nejlepší, co se vám jako podnikateli může stát, je, že vás zákazník doporučí a zároveň se sám vrací.

**Můžeme se v příštích měsících těšit na novinky?**

Právě teď jsme zařadili několik novinek a je to něco, co u nás ještě nebylo. V první řadě jde o nový tvar kabelky s možností výběru dvou typů kůží a druhou novinkou je proutěný košík menší velikosti, který se, myslím, moc povedl. Jeho barva je přírodní, ale bude možné si zvolit barvu kůže na klopě. A výhodou je, že to bude nejlevnější model v naší nabídce, přestože každý model ručně plete paní v naší dílně.

za rozhovor poděkovala Dana Halušková



# Proč vznikla třetí Kniha o kávě

Nejraději popíjím kávu u počítače. Koncentruji se na práci a zároveň si užívám její chuť. Je to taková symbióza nutnosti a chtění. A přiznám se, miluji hořké. Ať už to jsou byliny, nebo čokoláda. Kávu, což je pro mne určitý symbol hořkosti, v jednom šálku denně si vychutnávám po kapkách a celé dopoledne. Zchladlolu, bez cukru, ale dvakrát zamíchanou. O to víc mne dokáže rozlítit, když někde v kavárně dostanu šálek tohoto nápoje bez lžičky. Kafe, aby bylo tím pravým, musí být zamíchané. Tedy v mém případě. Petra Davies Veselá je autorkou již třetí publikace o kávě, jež nese prostý název: Kniha o kávě. Jde vlastně o třetí, rozšířené a přepracované vydání, které se více zaměřuje na koncového spotřebitele. Vysvětluje, jak uvařit kvalitní nápoj, zavede vás na plantáže, ledacos vysvětlí. Tohoto zajímavého průvodce právě vydalo nakladatelství Smart Press. A jestli sháníte vánoční dárky už v létě... Autorka, přední česká baristka a několikanásobná mistryně České republiky v přípravě kávy, vás zavede do světa lahodné chuti, neodolatelné vůně a kávového know-how. Čtěte, stojí to za to.



Petra Davies Veselá

Káva je pro mnohé z nás neodmyslitelnou součástí života, její konzumace slavností všedního dne. Pro někoho je její pití a příprava rituál, pro jiné odměna nebo zkrátka moment, kdy se člověk na chvíli zastaví. A pro většinu lidí je to nápoj, který povzbudí a zlepší den.

„Kávová kultura se za posledních pár let v Česku posunula strašně dopředu. Otevřela se spousta skvělých kaváren, baristé ví, co dělají, a jejich podniky jsou vizuálně krásné a originální. Dobrou kávu najdete skoro na každém rohu. Ale i doma si chce milovník kávy občas připravit kvalitní kávu. Moje první Kniha o kávě, která vyšla v roce 2010 a které se prodalo přes 30 000 výtisků, je už vyprodána, proto jsme se s nakladatelstvím Smart Press rozhodli, že knihu celou zaktualizují, zaměřím se více i na domácí výrobu kávy a vydáme ji znovu,“ komentovala zrod tohoto vydání Petra Davies Veselá.

Kniha čtenáře provede procesem přípravy kávy od pěstování, zpracování a pražení po skladování a spotřebu a pomůže s výběrem a nákupem nejen zrn, ale také mlýnku nebo jiných pomůcek. Především se však soustředí na různé způsoby přípravy kávy v domácích podmínkách, a uvádí i řadu zajímavých kávových receptů.

**Kdo by neměl pít kávu? Dá se na to vůbec odpovědět?**

Těžká otázka... to je hodně individuální. Záleží na kondici, vaší váze, množství konzumace... Pokud vám ji zakáže lékař. Ale také pokud to na sobě cítíte, že vám nedělá dobře, hůře spíte, tak bych ji na chvíli vyloučila z jídelníčku. Každopádně čím kvalitnější čerstvě pražená zrnka a čím lépe připravená, tím bude káva pro vás naopak zdravější.

**Kdy jste vy sama kafičko poprvé ochutnala? A jaký zážitek jste z té chvíle měla?**

Poprvé jsem kávu ochutnala před otevřením své kavárny, ale tehdy jsem ji ještě nepila a nechutnala mi. První zážitek jsem měla později na mistrovství světa z espressa, které mi připravil Klaus Thomsen z Kodaně. Bylo úžasné ovocné a sladké.

**Co vás navedlo po kávové stopě jít dál, učit se, zkoumat, dát ostatním pár dobrých rad?**

Kavárnu v Jílovém jsem provozovala celkem devět let. Postupně jsem v kavárně měla pocit, že se neposouvám dál, a to byl důvod, proč jsem začala pořádat kávová školení. A protože mě zajímá celá cesta kávy, tak jsme s manželem v roce 2018 otevřeli i pražírnu kávy The naughty dog, které se nyní věnujeme naplno a neuvěřitelně nás to baví.



foto David Židlický



### Vaří se v ČR kvalitní káva? Jaký pokrok jsme udělali od dob, kdy jsme znali jen „turka“?

Ano, je to mnohem lepší. A to nejen v Praze, ale v celé ČR, otevírá se stále více skvělých kaváren. Espresso v malém šálku a latte art na cappuccinu jsou už samozřejmostí. Těší mě to, Praha patří mezi jedno z nejlepších měst v počtu dobrých kaváren v celé Evropě.

### Jaký druh kávy je pro naše zdraví nejvhodnější? Překapávaná, presičko, turecká, rozpustná?

Strašně moc záleží na samotné surovině. Káva ze supermarketu má nižší kvalitu, doporučuji kupovat čerstvě praženou zrnkovou kávu přímo z pražírny. Pak to ovlivní dávka, doba louhování, takže těžko říct konkrétně. Já sama na sobě cítím, že mi zdravotně nejvíce svědčí filtrovaná káva.

### Vyvinuly se diskuze o tom, zda s mlékem, nebo bez. A zda sladit, nebo ne. Kdo má pravdu?

Pití kávy by měla být radost. A jestli do kávy přidáte cukr nebo mléko, to už je jen na vás. Já sama to vůbec neodsuzuji. Kdysi jsem milovala oslazené cappuccino, a kdybych neměla problémy s laktózou, pila bych ho sladké i dnes. Ale třeba filtrovanou kávu si nesladím.

### Do kávy se přidává rum i koňak, ale i koření nebo med. Ještě něco?

Skoro cokoli – různé druhy alkoholu, zmrzlina, ovoce, všelijaké redukce...

### Kdy jste se rozhodla, že napíšete první knihu o kávě?

Ještě když jsem měla kavárnu, přijela za mnou Zuzana Humpolcová z nakladatelství Smart Press s nápadem, že by to bylo úžasné, kdybych napsala Knihu o kávě. Taková nabídka se nedala odmítnout! Byla to neuvěřitelná pocta.

### A proč vznikla i ta třetí?

Druhá kniha vyšla po deseti letech po té první. Spousta věcí se tak moc změnila, že už bylo potřeba nové vydání. Doplnili jsme řadu kapitol, vydali se přímo na plantáže, přidali i trochu podrobnější sekce se zaměřením na baristy a kavárny.

A nyní třetí kniha proto, abychom se opět více přiblížili domácím uživatelům. Například jsme upravili kapitolu domácí přípravy a přidali jsme řadu nových zajímavých metod.

### A nenachystáte i čtvrtou, třeba plnou příběhů, které se vztahují ke kávě, kavárnám, náhodám?

Jééé to by bylo krásné! Ale zatím ne. V tuto chvíli nás naplno zaměstnává pražírna, které se

daří, a občas by se hodilo i nějaké volno, kterého je zatím teď velmi málo. Ale třeba někdy!

### Babičky říkávaly, že studené kafe mají pit ženy pro krásu. Co je na tom pravdy?

Vážně? To jsem ještě neslyšela.

### Balíček kávy je vděčným dárkem, když je designově vypraven, tím více. Bude tomu tak i nadále?

Rozhodně! A nyní je opravdu z čeho vybírat.

### Mletá zrnková káva je výtečným doplňkem moučníků, dezertů, zmrzlin, pohárů, vyniká v krémech do vánočního cukroví. Kde ji lze ještě využít?

Lógr od kávy se používá do peelingu, přidává se do zeminy ke květinám nebo na kompost, nebo je skvělý místo soli a chemikálií jako přírodní posyp na zamrzlé chodníky! Jak lógr, tak i samotná namletá káva.

### I servírování a pití kávy je v řadě případů rituál, který má svůj význam. Líbí se vám i papírové nebo plastové kelímky a popíje ní cestou na tramvaj nebo na schůzku?

Moc ne. Kávu s sebou mám ráda ve svém cestovním hrnečku, který si s sebou všude vozím. Dají se koupit krásné a šikovné termosky a hrnky na cestování, využívá toho stále víc z nás, což je skvělé. Kelímky jsou opravdu zbytečné plýtvání.

ptala se Eva Brix

**Nakladatelství Smart Press** vydává knihy českých autorů s tematikou tradic, koloběhu přírody, přírodního zahradničení pro děti i dospělé, kuchařky pro zdravý životní styl, publikace o kávě, pivu a další. Důraz v tématech klade na ekologii, lokálnost a sezónnost. Pro naše čtenáře jsme domluvili možnost pořídit si knihy z jeho nabídky na [www.smartpress.cz](http://www.smartpress.cz) se slevou. Při zadání slevového kódu „**madam**“ během objednávky získají zájemci **25% slevu z doporučené maloobchodní ceny** (což odpovídá 11,8% slevě z jejich e-shopové ceny). Slevový kód se netýká již zlevněných knih: [smartpress.cz/kategorie/knihy/vyprodej](http://smartpress.cz/kategorie/knihy/vyprodej).

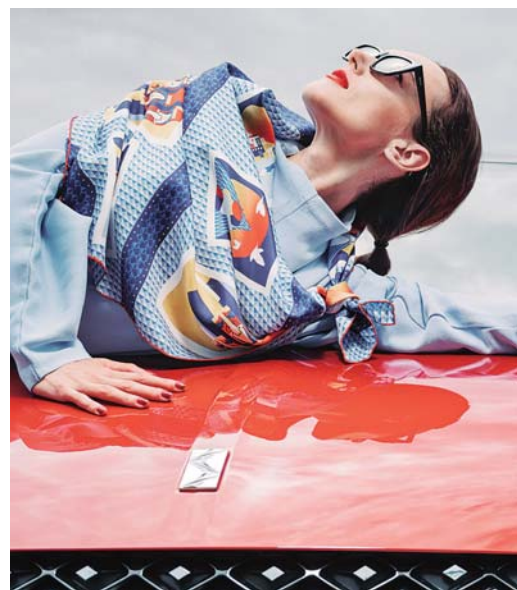
**Využijte dopravu od 990 Kč zdarma** přes Zásilkovnu (platí pro dopravu na výdejní místo v ČR). Akce platí do 30. září 2024.



## Šátková kolekce Bon Voyage pro výjimečné chvíle se značkou DS

Společnost DS Automobiles se spojila s českou značkou Silky Gang, která se zabývá autorskou tvorbou limitovaných hedvábných kolekcí šátků, šperků a kožených doplňků. Obě značky propojuje láska k řemeslné výrobě, designérské tvorbě a prémiové kvalitě. Šátková hedvábná kolekce Bon Voyage je inspirovaná značkou DS, jejímž mottem je Travelling is an Art. V rámci této spolupráce bylo vyrobeno pouze 50 kusů šátku o rozměru 90 x 90 cm. Zájemci si šátky mohou prohlédnout v pražském showroomu DS Store na Černém mostě.

Originální autorskou ilustraci vytvořila Martina Karafiátová, zakladatelka značky Silky Gang ve spolupráci s ilustrátorkou Dominikou Režovou. Koncept vychází z motto francouzské značky DS Automobiles, kterým je umění cestovat. Motiv zobrazuje cestovní kufřík s etiketami představujícími zážitky, jako je pobyt na pobřeží Cote d'Azur, svět Formule E, večírky v Cannes, procházky Paříží. Nechybí ani ikonický vůz DS 19 z dílny designéra Flaminia Bertoniho. Povrch kufříku zdobí malé pyramidky odkazující na techniku gilošování používanou v interiérech vozů DS Automobiles. Stylizované logo DS v pruzích uprostřed ilustrace vytváří vzor připomínající otisk pneumatik. Použitá barevnost modrých odstínů symbolizuje volnost a svobodu, červená barva pak vášeň a dobrodružství. To vše v sobě skrývá značka DS Automobiles pro vytvoření jedinečných a originálních zážitků z cestování. Šátkový vzor je natištěn na luxusním hedváb-





ném twillu v biokvalitě. Ručně rolované okraje šátku jsou symbolem dokonalého zpracování do posledního detailu.

Fotografická kampaň se uskutečnila v jedinečném prostředí Expo 58 na pražské Letné, s modelkou a blogerkou Lucií Van Koten.

Autorem konceptu je Martina Karafiátová, fotografem Robert Tichý.

*„Spolupráce se značkou Silky Gang si velmi vážíme, výsledek je úchvatný. A věříme, že tento rafinovaný doplněk ještě více podtrhne vytříbený styl našich zákazníků na jejich cestách. Chceme přinášet příznivcům značky vždy něco navíc, a podpořit tak jejich touhu po jedinečnosti. Luxusní šátek Bon Voyage může nyní získat náš zákazník v ČR, který se rozhodne pro pořízení vozu DS v nejnovější limitované kolekci Antoine de Saint Exupéry.“*

**Martina Bedrnová,**  
ředitelka DS Automobiles v ČR

*„Tvorba šátkového motivu pro značku DS Automobiles byla pro mě výzva. Dlouho jsem hledala ten správný klíč, jak vyjádřit ducha značky DS, přidat špetku francouzské lehkosti, vtipu i šarmu. Motiv cestovního kufříku se ukázal tou správnou cestou. A výtvarný styl ilustrátorky Dominiky Režové dobrou volbou. Značka DS byla navíc skvělým klientem, který nám dal v tvorbě zcela volnou ruku, a tak mohl vzniknout šátkový vzor, který splňuje ve všech ohledech naše hedvábné standardy Silky Gang.“*

**Martina Karafiátová,**  
designérka a zakladatelka značky Silky Gang

### Silky Gang

Motiv z příběhů O zlaté rybce, Smolíčkovi, Pinokiovi, Alence v říši divů a dalších ožívají v podání talentovaných českých ilustrátorů na luxusních hedvábných šátcích značky Silky Gang. Šátky vznikají v limitovaných sběratelských sériích a každý z nich je malým uměleckým dílem. Volit můžete aktuálně mezi dvace-



ti vzory, třemi mimořádně kvalitními materiály (hedvábný twill a bavlněný voál s podílem hedvábí a kašmír s hedvábím) a třemi velikostmi. Šátky koupíte v showroomu značky v Navrátilově ulici 1 v Praze 1, na e-shopu [www.silkygang.cz](http://www.silkygang.cz), ve vybraných pražských obchodech s módou a designem a v umělecké Galerii LM Bohéme v Ženevě.

Za značkou Silky Gang stojí Martina Karafiátová, jejíž hlavní profesí je navrhování interiérů a práce s designem. Vložila do ní svou lásku k umění a příběhům s dobrým koncem. Vybírá nadějně české ilustrátory (Viktor Svoboda, Kateřina a Zuzana Čupovy, Eliška Chytková, Veronika Zacharová, Kateřina Coufalová a další) a společně s nimi tvoří kolekce šátků, které nejen dobře vypadají, ale také sluší každé pleti. Vyrábějí se v rodinné továrně na severu Itálie, která má více než třicetileté zkušenosti s tiskem na hedvábí. Pro šátkové kolekce značka používá prémiový materiál – hedvábný twill v biokvalitě. Také na tisk vzorů jsou použity jen barvy v biokvalitě. Celý výrobní proces probíhá s velkým ohledem na minimalizaci spotřeby vody s důrazem na udržitelnost a kvalitu.

Kromě šátkových kolekcí nabízí značka Silky Gang i malé série šperků, kabelek a rukaviček z luxusní jehnětiny. Spolupracuje výhradně s dodavateli z Evropy, hlavně z Itálie a z České republiky. Šátky Silky Gang dnes nosí nejen první dáma ČR, paní Eva Pavlová, a významné ženy naší politické i obchodní sféry, ale zamilovali si je zákazníci z celé Evropy i ze zámoří. Šátky Silky Gang, to jsou malá výtvarná díla na hedvábném čtverci, které stejně jako umělecká grafika mají své číslované certifikáty. Jejich nositelé se stávají součástí šátkového pří-

běhu, který ožívá spolu s nimi. Šátek Silky Gang, to není jen pouhý doplněk, je to výtvarné dílo přenesené na hedvábný twill.

### DS Automobiles

Značka DS, která vznikla v roce 2014, se opírá o výjimečný odkaz vozu DS z roku 1955. Jejím základním rysem je avantgardní duch s ambicí přiblížit zákazníkovi umění cestování ve francouzském duchu. Díky výjimečným produktům, využití know-how v oblasti francouzského luxusu a také programu služeb na míru DS Automobiles tak zákazníkům nabízí soubor jedinečných služeb před, během i po každé cestě. Vozy DS jsou určeny pro zákazníky, kteří usilují o osobní vyjádření, rádi cestují a chtějí si užít každý moment. Snoubí se v nich elegance a špičkové technologie. Celosvětovou modelovou řadu značky DS tvoří modely DS 3, DS 4, DS 7 a DS 9.

DS Automobiles získala od svého zapojení do Formule E v roce 2015 řadu rekordů, včetně dvou dvojitých titulů v Poháru týmů a Poháru jezdců, a stojí na špičce elektrifikace, neboť má všechny své modely v elektrifikované verzi.

Pod označením E-Tense nabízí jak stoprocentně elektrické vozy, tak plug-in hybridy s výkonem až 360 koní a pohonem všech kol. Od roku 2024 budou všechny nové modely, které DS Automobiles uvede na trh, výhradně stoprocentně elektrické.

Pro náročné zákazníky připravila společnost DS Automobiles program exkluzivních prémiových služeb Only You, luxus pozornosti. Značka DS, která je přítomna ve 41 zemích, vyvinula a zřídila exkluzivní prodejní síť, kterou tvoří po celém světě více než 450 showroomů DS Store.

(tz)



# Práce na volné noze **láká**

**Freelancing neboli práce na volné noze zažívá v posledních letech výrazný růst. Tento trend je patrný i v Česku, a to především mezi mladšími lidmi, kteří hledají větší svobodu a různorodost pracovních příležitostí. Nejčastěji jde třeba o IT specialisty, překladatele, marketéry, grafiky, kurýry nebo copywritery.**

Velkou roli hraje i rozmach moderních technologií, jako jsou osobní počítače, internet a chytré telefony, které dnes již umožňují vykonávat velkou část činnosti i mimo tradiční pracoviště a často za nižší náklady. Rozvoj freelancingu urychlila také pandemie. Ta vedla k růstu doručovacích platform jako Wolt, Foodora (dříve Dáme jídlo) a Bolt, které masivně nabíraly nové kurýry z úplně jiných odvětví, ve kterých lidech nečekané přišli o příjem. Lidé často zaměňují freelancery s živnostníky. Freelancer může být OSVČ, ale může pracovat i na základě různých dohod o práci bez potřeby živnostenského oprávnění. Někteří freelancery získávají práci

přes agentury, pracují pod vlastní značkou. Práce na volné noze přináší mnoho výhod i řadu výzev. Jedním z největších pozitiv je flexibilita. Freelanceři mohou často pracovat kdykoli a odkudkoli, díky čemuž lépe skloubí práci a osobní život. Tento model je také ideální i pro rodiče malých dětí nebo ty, kteří si chtějí v době ekonomické nejistoty zajistit dodatečný příjem. Firmy zase oceňují úsporu nákladů, které by jinak vynaložily na zaměstnanecké benefity, větší kanceláře nebo vybavení. Externí spolupráce s freelancery jim umožňuje rychle reagovat na aktuální potřeby a projekty bez nutnosti dlouhodobých závazků.

Na druhou stranu tento způsob práce často postrádá jistoty spojené s tradičním zaměstnáním. Freelanceři nemají stejnou právní ochranu a benefity, jako jsou placená dovolená, nemocenská nebo mateřská dovolená. Ztráta práce a příjmu ze dne na den je pro ně výrazně větším rizikem než pro tradiční zaměstnance. Dalším problémem je nižší příspěvek do důchodového systému, což může v budoucnu negativně ovlivnit stabilitu jejich důchodového zabezpečení.



Práce na volné noze se stále rozvíjí a dosud postrádá adekvátní legislativní rámec. Vzhledem k tomu, že má freelancing ekonomika potenciál k dalšímu růstu, je nezbytné zajistit, aby se tento pracovní model vyvíjel udržitelně a chránil práva a zájmy všech zúčastněných stran. Každý si musí sám rozhodnout, jaký typ zaměstnání mu vyhovuje nejlépe. Je důležité pečlivě zvážit výhody i nevýhody každé možnosti a vybrat si tu, která nejlépe odpovídá individuálním potřebám člověka. **(tz)**



**Fejeton**

## Když je člověku horko

Klimatologové a meteorologové předpovídají, že bude hůř. Nejen že se do srdce Evropy čas od času přivalí úporná vedra, ale že je člověk bude také obtížně zvládat. Už tím nám nahání strach. A když se člověk bojí, je to všechno ještě horší. Stává se mi, jakmile teploměr vystoupí na víc než 25 stupňů, že se hrůzou z toho, že pošplhá ještě výš, začnu horkem potácet. Mám pocit, že se nejen moje tělo, ale i moje duše přehřívá. Dříve než z objektivních příčin. Že přestávám vidět, slyšet i myslet. Vedro je totiž prevít, ale ne tak velký, jako bývá strach.

Vystresovaná namísto letně opojená několikrát denně čtu nejrůznější předpovědi počasí, které se předhánějí v tom, jak údernější budou. Ně kterým rosníčkám nestačí 30 stupňů, ale rovnou posílají výstrahu až na 35. To už je něco! A kroupy, ty se nebudou sypat z nebe o průměru pěti milimetrů, ale rovnou pěti centimetrů. Taky pofiči víchr, rovnou uragán. A blesky a hromy? Lide, těš se, bude peklo na nebi i na zemi!

Nedívím se sama sobě, že se ze mne stává obět sociálních sítí, vyděšený konzument informací. Že ztrácím v tom záru na slunci rozum i tělní tekutiny jako o závod. Je to normální,

ano, já se bojím. Bojím se léta, slastných měsíců relaxace, koupání v jezeru. Abych nedostala úpal a úžeh, rakovinu kůže, aby se mi neudělalo špatně od žaludku v tramvaji. Bojím se dehydratace i nadměrné činnosti ledvin při zvýšeném popíjení všeho, co teče. Bojím se přívalového deště stejně jako sucha, které vládne některými částmi naší země. Děsí mne, že nebudu mít co na sebe, abych se náležitě ochlazovala. Že nebudu mít sílu jít si nakoupit, natož abych efektivně zvládala pracovní povinnosti.



foto Martin Šimek

No páni, nejsem už blázen? Vážení, nikoli. Nejsem v tom totiž sama. I moji kolegové každý den zkoumají, jak bude. Ne že by se podívali ráno z okna, případně na televizní zprávy, oni si o počasí povídají jako o stěžejní události měsíce! Počasí předčilo fotbal, pivo i obdivné pohledy k dámskému pozadí. Počasí nám vládne. A pak, chápu, i na něm se dá vydělat spousty peněz. Tak proč by stálo někde ve stínu, že?

Ne, nechci být obětí. Nechci být ustrašenec, který se obává o život kvůli sluníčku, které dodává vitamín D, dezinfikuje, nabízí rostlinám energii. Život je potřeba pojmut z opačného konce. Na těch všech problémech, které se před nás staví, musím hledat pozitiva, to inspirující, podnětné. Třeba, že když bude náležitě slunečno a zalito, porostou v tom vedru báječně okurky a rajčata. Že mi na zahradě pokvetou kytky jako o závod. Že si pořádně v pozdním odpoledni opálím nohy, aniž bych na sebe musela nanést několik vrstev krému s faktorem padesát. Že si večer mohu ugrilovat jídlo venku a nemusím se starat o úklid kuchyně doma. Že v létě nemusím ztrácet čas oblékáním svetrů a kabátů jako v zimě. Jenže proč to za mne neudělají ty všelijaké meteostanice, rosníci, zprávaři? Proč nenabádají, ať si lid užije teploučka, dokud je čas? Vždyť doma není třeba topit, ani moc ohřívat vodu. Není nutné ani tolik svítit, myslet na úspory, jako když mráz píše kruté vzkazy. Lide, raduj se z toho, že se tráva zelená a večer hrají serenádu cvrčci. A že bude bouřka? Vnímejme její tajemno, pokud samozřejmě nebude fatálně ničivá. Jenže ono je to prostší. I kdyby byla předpověď počasí sebevlídnější, připraveni na katastrofy příštího dne musíme být. Na nehody na silnici, na srážky osob s vlakem, na mdloby na chodníku. Informace ze všech stran nás obratně připravují na to, že vše směřuje ke konci světa. Jak z toho ven? Žít ve své ulitě krás a bláhomostí? To nejde. Soupeřit sama se sebou, kolik vydržíš? Ne. Hlavně nad tím vším asi tolik nepřemýšlet. **Eva Brixí**

# Nový Peugeot 208: nepřehlédnutelný

**Naše redakce nedávno testovala modernizovaný Peugeot 208. Modelová řada s tímto číslem je vůbec tou nejprodávanější. A není divu. Kompaktní hatchback francouzské automobilky nabídne takové kvality, díky nimž je každodenní život menší stres a větší zábava. A ještě k tomu skvěle vypadá.**

Ikonická 208 prošla modernizací. Nejvýraznější stopy zanechala na karoserii a na straně pohonů. Design je tradičně silnou stránkou značky Peugeot, která opět potvrdila, že malý vůz může mít šarm a vyzářovat zdravou dávku drzosti. Přepracovaná je přední maska s novým emblémem Peugeot. Samotná mřížka je nyní barevně stupňovaná a opticky přidává autu na robustnosti. Největší změnou je ale ztvárnění předních světilen pro denní svícení. Motiv tří lvích drápů si vysloužil nové zpracování. Proměnu má za sebou i barevná paleta. Zaručeně rozzáří silnice. Mezi novými odstíny nejvíce vystupuje bezkonkurenčně slušivá limetová žlutá s názvem Agueda. Peugeot 208 s tímto lakem na sebe vždy strhne pozornost jako první.

Nové designové pojetí si vyžádala také kola. Aby ne, když značka vsadila výhradně na hybridní a plně elektrifikované pohony, kde se každý aerodynamický detail promítá do výsledné spotřeby a dojezdu. Malý vůz tak neskrývá, že chce být oporou pro všechny, komu záleží na snižování spotřeby fosilních zdrojů. V redakci se nám dostal do rukou model v úrovni výbavy GT v mild-hybridním provedení o výkonu 74 kW čili 100 koní s 48voltage baterií. A překvapivě můžete v této motorizaci uhánět i čistě elektricky – třeba při rozjezdu nebo poklidnějším plutím uličkami.



Udávané spotřeby 4,6 l/100 km se nám dosáhnout nepodařilo, většinu času jsme se pohybovali v rozmezí 4,9–5,2 litru, což je oproti našemu testování předchůdce s čistě spalovacím motorem téměř o litr až litr a půl méně. Přestože šlo o výkonnostně nejskromnější motorizaci, nová 208 rozhodně nestrádá na straně živosti a hravosti. Jakmile sednete za volant, ucítíte to. Zejména v režimu sport budete vnímat, jak výkon s lehkostí postačuje na většinu jízdních situací, které potřebujete nejen v každodenním provozu řešit. Peugeot 208 je navíc hbitý a snaživý. Má perfektní podvozek, se kterým si vychutnáte komfort z jízdy i jistotu při manévrování. Ostatně jeho kvality dokládají i výsledky losiho testu, v němž si vedl velmi dobře. Řízení je citlivé a přesné. Stabilizační systémy

fungují výborně. Trojkombinaci podvozek, naladění řízení a stabilizační prvky ovládá automobilka Peugeot bravurně. Objeví-li se před vámi náhle překážka, výtuk nebo cokoli jiného, snadno se jim vyhnete i ve vyšší rychlosti kolem 70 km/h.

I proto se nám v redakci vozy Peugeot trvale zapsaly do srdce. Jízdní vlastnosti tuhle šelmu dělají opravdovým králem městské džungle. Překonává s klidem veškeré nástrahy. To společně s vynikajícím výhledem z vozidla přináší pocit bezpečí a kontroly. Svět máte jako na dlani a Peugeot je ve svých reakcích předvídatelný. Pokud jde o výhled vzadu, můžete se spolehnout i na kvality parkovací kamery, která dostala do vínku lepší rozlišení.

A uvnitř? Nový model 208 se příliš nezměnil. Avšak na volantu, který perfektně padne i do menších rukou, se usídlil nový emblém značky. Další novinkou je 10palcový displej infotainmentu nebo silnější bezdrátové nabíjení. Prostoru před řidičem dominuje už ikonický i-Cockpit. Tradičně chválíme sedadla ve vozech Peugeot. Jsou stále pohodlná a poskytují výborné boční vedení, ale tentokrát se nám zdají tvrdší. Vnitřní prostor pro řidiče i spolujezdce je příjemně velkorysý. A ideální cestující vzadu? Nejlépe dítko. Zde je prostoru méně. Zato kufr snese týdenní nákup stejně jako shopping terapii s kamarádkami nebo veškerý náklad pro dámský wellness víkend ve dvou.

Po pravdě, těžko hledat lepší auto, které dokáže nabídnout v nepřehledném městském prostředí tolik výhod a uspokojení z jízdy. Peugeot je malý dynamický vůz pro dynamického člověka. Rodinné auto to není, ale že vám dokáže usnadnit každodenní shon a snížit míru stresu při podnikání nebo vás podpoří při odpočinku, to jsme si ověřili.

Kateřina Šimková



# Lze se ubránit infekčním chorobám?

Dříve to tak nebyvalo. Virózy řádily hlavně na podzim a v zimě. Kdo by také chtěl v létě stonat? Prázdninové měsíce bývaly obdobím veselí, koupání, výletů. Dnes je to jiné. Současné období prázdnin je plné viróz. Inu, svět se mění.

Aby si člověk udržel zdraví na určité úrovni, je třeba posílit stav nervové soustavy, očistit organismus od usazených vnitřních toxinů a odpadních produktů a také od parazitálních záležitostí, které se v znečištěném prostředí množí a mohou vyvolat různé zdravotní problémy. Toto je také předpoklad k udržení dobrého stavu imunity, která má schopnost v organismu rozpoznávat, ničit a odstraňovat geneticky cizorodý materiál, což jsou viry, bakterie, plísňe a parazité. Funkční nedostatečnost imunitní soustavy, která se projevuje sníženou odolností, nese název imunodeficit.

## Jaké jsou příčiny získaného imunodeficitu:

- Stresové situace, které vnášejí při častém opakování do vědomí člověka napětí,
- nezdravá strava, která intoxikuje pojivové tkáně organismu a způsobuje deficit biologicky aktivních prvků, minerálů, vitamínů apod.,



Mgr. Jarmila Podhorná

- dlouhodobé užívání antibiotik,
- chemické látky, které nás obklopují a které mohou zatěžovat organismus,
- geopatogenní a technopatogenní zóny, které vylučují ionizační záření (televizory, obrazovky, počítače).

Jak tedy imunitu posílit? Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE, vysvětlila: „Především bychom si měli uvědomit tyto všechny zátěže a zároveň se snažit minimalizovat jejich působení. Co lze využít ke zvýšení obranyschopnosti organismu: pití čerstvých šťáv, pobyt v páře či sauně, očista tlustého střeva,

očista pojivových tkání cíleným hladovým, očista dutiny ústní, dostatečný pohyb a otužování, očista pomocí bylin a přírodních prostředků.“

## V oblasti bylinné je možno použít:

- Na očistu organismu a tkání – pýr, židovská mochně, lopuch, gemmoterapeutikum z břízy, jasanu, buku,
- na očistu jater a močového ústrojí – ostropestřec, lichořeřišnice, gemmoterapeutikum z jalovce, vřesu, žita či brusinky,
- na zvýšení imunity – echinacea, eleuterokok, maralí kořen, kustovnice, gemmoterapeutikum z černého rybízu, ořešáku, šiitake, lesního bezu a zlatice,
- na potlačení virů a bakterií v organismu – lichořeřišnice, česnek, tinktura z grepů, eleuterokoku, z gemmoterapeutika vrby,
- a očistu těla od parazitálních záležitostí – pelyněk, hřebíček, ořešák americký, česnek.

„Tělu můžeme tedy pomoci i přírodními látkami, jen musíme vědět jak a co využít, a hlavně se nenechat odradit a vydržet. I když to trvá déle, tak je pomoc dlouhodobější a nemá vedlejší účinky,“ dodala Jarmila Podhorná.

ve spolupráci s firmou NADĚJE připravila Eva Brixí

INZERCE

**NADĚJE**  
Mgr. Jarmila Podhorná

## Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

Tato kúra je sestavena z bylin a pupenových výtažků, které zvyšují imunitu a působí protivirově. Kúru lze doplnit i grepovým olejem na potírání.

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE  
objednávky na tel./fax: 582 391 207,  
GSM: 737 525 301 poradna: 582 391 254  
798 46 Brodek u Konice 3  
e-mail: [objednavky@nadeje-byliny.eu](mailto:objednavky@nadeje-byliny.eu)  
[www.bylinnyherbar.cz](http://www.bylinnyherbar.cz)  
**[www.nadeje-byliny.eu](http://www.nadeje-byliny.eu)**