

# Brands &

Brands & Stores  
i

Zima 2024

**Canon**



## PŘÍBĚHY ZNAČEK:

Canon  
Papyrus Bohemia  
PIATNIK  
Norská móda  
Orient Star  
Biorganica

hansgrohe  
dm  
Kores  
Manufaktura  
Bílá labuť  
Authentica

MultiArt® Volume  
M.C.TRITON  
BearPeak  
Radiohouse  
Dulux  
Ciao Spritz

Preciosa  
Jagu  
CIKR  
ERKADO  
Vitahotel Gosau  
Paperblanks



Photo by efi

Vážení a milí čtenáři,

máme tu opět adventní čas, dobu plnou shonu a vymýšlení vánočních dárků. Při výběru značek pro toto vydání jsme mysleli také na to, že jste stále vytříbenější a že touto dobou pravděpodobně ještě nebudete mít vánoční dárky pro svoji rodinu a přátele. Proto i takové inspirace jsme se Vám snažili předložit. Každoročně ovšem slouží naše předvánoční vydání hlavně jako inspirace pro Vás, marketéry, k posledním nákupům firemních vánočních dárků pro vaše obchodní partnery, a nejen pro ně.

Advent by však neměl být jen o dárcích, ale hlavně obdobím setkávání se s přáteli a s rodinou. Abyste si koncem roku našli čas na sebe a na blízké, to Vám přeje celý tým našeho časopisu. Děkujeme za milá setkání s Vámi, o kterých jsme letos psali, a těšíme se, že mnoho z Vás teprve poznáme v roce příštím. Do něj Vám chceme popřát mnoho sil, elánu, optimismu a nápadů při budování těch vašich značek.

Symbolicky připjím na nejkrásnější čas v roce, čas plnění přání a inspirací z našich stran! Ať jsou letošní vánoční svátky krásnými ve Vašich srdcích!

Přeji Vám příjemný zbytek roku a přívětivý rok 2025!

**Ing. Blanka Bukovská**  
Šéfredaktorka a vydavatelka

**PAPYRUS** 

Obálka tohoto vydání Brands&Stories je vytištěna na skládačkové lepence GC1 Crown Board Prestige 235 g/m<sup>2</sup>, vnitřní listy na novince v sortimentu natíraného papíru s volemennem MultiArt® Volume v gramáži 115 g/m<sup>2</sup>. Papír dodala společnost Papyrus Bohemia s.r.o.

Papyrus poskytuje řešení pro více než 30 000 zákazníků v tiskovém a kreativním průmyslu po celé pevninské Evropě. Papyrus Bohemia je jedním z významných českých velkoobchodů působící na českém a slovenském trhu. Svým zákazníkům nabízí atraktivní sortiment kvalitních produktů s vysokou dostupností, doplněný o služby s přidanou hodnotou a spolehlivá logistická řešení. Je distributorem grafických a kancelářských papírů a kartonů, obalových materiálů a materiálů pro velkoformátový tisk a vizuální komunikaci. Součástí je i vlastní maloprodejna Papyrus Store. Sídlo společnosti je v Praze.

**Papyrus Bohemia s.r.o.**

K Hrušovu 292/4, Praha, tel: +420 210 023 100  
e-mail: [info.cz@papyrus.com](mailto:info.cz@papyrus.com) | [www.papyrus.com](http://www.papyrus.com)

2	Canon
4	Papyrus Bohemia
6	PIATNIK
8	Norská móda
10	Orient Star
12	Biorganica
14	hansgrohe
16	dm
18	Kores
20	Manufaktura
22	Bílá labuť
24	Authentica
26	MultiArt® Volume
27	M.C.TRITON
29	Radiohouse
30	Goldea
32	Ciao Spritz
33	Preciosa
34	Jagu
36	CIKR
39	ERKADO
40	Vitahotel Gosau
43	Paperblanks

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

**200 let značky PIATNIK**

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





# Kvůli tisku fotek nemusíte běhat do fotolabu Snímky si kvalitně vytisknete i doma!

Trávíte celé dny na fotovýpravách, doma máte sbírku techniky v hodnotě ojetého auta (a nezřídka i neojetého) a následně své snímky vymazlujete v počítači, aby nakonec skončily na stále se zvětšující hromadě externích disků? Ale spoň ta nejpovedenější díla si zaslouží spatřit světlo světa ve vytištěné podobě. Samozřejmě existuje možnost využití služeb profesionálních fotostudií, ale ta jsou poměrně nákladná. Stejně dobrou službu však mohou přinést i některé pokročilé modely domácích tiskáren, jejichž pořizovací náklady nepřesahují řádově nízké tisíce.

## Fototiskárna, která může cestovat s vámi

Základem domácí fotolaboratoře přitom vůbec nemusí být velká „mašina“. Canon například nabízí kompaktní tiskárničku Canon SELPHY CP1500, která tiskne fotky v klasickém rozměru 10×15 cm a skutečně moc místa nezabere. Využívá termo-sublimační technologii a vylézají z ní kvalitní a zalamínované, tedy voděodolné fotky, které jsou barevně stálé. „Selphy bych doporučil zejména pro tisk momentek z dovolené, večírků nebo třeba jako součást scrapbooků a různých dekorací,“ uvádí Josef Arnošt, produktový specialista tiskových řešení Canon. Výhodou Canon SELPHY CP1500 je jednoduše jednoduchá obsluha, se kterou si poradí i dítě. Přes Wi-Fi se připojí k mobilnímu telefonu a pak už jen pomocí aplikace Canon SELPHY Photo Layout můžete „ládovat“ fotky z mobilu do tiskárny.

Mladším bráškou SELPHY CP1500 je model Canon SELPHY Square QX20. Tato tiskárna nabízí populární formát A a instantní foto o rozměru

72×85 mm se čtvercovou plochou fotky 68×68 mm. Dodávají se do ní však i papíry pro tisk v obdélníkovém poměru stran 54×85 mm. Vytisknuté fotky mají samolepicí zadní stranu, proto je ocení zejména tvořivé duše.

## Pěkné fotky vykouzlí i domácí tiskárna

Pokud si však přejete tisknout i ve formátu A4, budete muset sáhnout mezi stolní inkoustové tiskárny. Vlajkovou lodí mezi domácími inkoustovými multifunkcemi pro domácnost je Canon PIXMA TS8750, která disponuje šesti inkousty – černý pigmentový inkoust je obzvláště vhodný pro černobílé dokumenty, protože je díky obsaženým pigmentům odolnější proti rozpětí například při použití zvýrazňovače. Pět dye-based inkoustů (černý, šedý, azurový, magenta, žlutý) zaručí, že budou vaše fotografie vytištěné ve skutečně zářivých barvách. Nabízí připojení přes Wi-Fi i slot na SD kartu, proto fotky nepotřebujete ani nahrávat do počítače a mů-

žete rovnou tisknout. Kromě toho je mimořádně rychlá, s fotkou 10×15 si poradí již za 13 sekund. Tento model se proto hodí například pro fotografie do fotokoutků.

## Takto tisknou nadšení amatéři i profesionální fotografové

Pokud však naše tiskové ambice sahají za možnosti domácích tiskáren, i zde se nabízí několik možností v závislosti na našem rozpočtu a potřebách. Hobby či poloprofesionální fotografy, kteří fotí spíše pro radost než pro obživu, by mohla zaujmout tiskárna Canon PIXMA PRO-200, která umí tisknout do formátu A3+ (480×330 mm), a to nejen kvalitně, ale i rychle. Obsahuje 8 dye-based inkoustů, které nabízejí jasné a věrné barvy vašich fotografií.

Pokud to však s tiskem fotografií myslíme skutečně vážně, musíme se od řad Canon PIXMA přesunout k modelům imagePROGRAF. Vstup do

profesionálního tisku fotek umožňuje Canon imagePROGRAF PRO-300 s 10 pigmentovými inkousty, která oproti tiskárně PIXMA PRO-200 nabízí ještě vyšší barevnou stálost.

To nejlepší, co Canon dokáže pro tisk fotografií nabídnout, představuje inovovaný model imagePROGRAF PRO-1100. „Procesor, tisková hlava i inkousty jsou totožné jako u rolových LFP tiskáren řady imagePROGRAF PRO, které už jsou určeny pro profesionální grafická studia či reklamní agentury,“ upřesňuje Josef Arnošt. Pigmentové inkousty jsou zárukou maximální barevné stálosti nejen při uložení fotek v albu, ale i na světle při působení plynu ve vzdušném prostředí. Udávaná výdrž je 200 let, proto se dá předpokládat, že fotografie, které vytisknete, si budou prohlížet ještě vaše pravnučata.

S touto tiskárnou se nemusíte omezovat, poradí si i s formátem A2. Maximální tisknutelná délka papíru je až 3,2 metru. „Model Canon imagePROGRAF PRO-1100 bych doporučil nejen pro zapálené amatéry, ale i profesionálům, kteří tisknou například exponáty do galerií. K maximální kvalitě výstupu přispívá mimo jiné i podtlakové přisávání fotopapíru ke spodní desce během tisku,“ radí Josef Arnošt.

K profesionální foto tiskárně samozřejmě patří i profesionální software. Canon nabízí například vlastní program Canon Professional Print and Layout, který lze instalovat samostatně nebo jako plug-in do Adobe Photoshop či Lightroom. Nabízí jednoduchou práci s barevnými profily či funkcí pattern print, což je tisk náhledů pro snadný výběr ideálního nastavení tiskového výstupu. Mezi další užitečné aplikace patří Canon Media Configuration Tool pro vytváření uživatelských profilů fotopapíru. „Uživatel není odkázán jen na podporovaná média a může díky tomuto programu vytvořit profil i pro svůj oblíbený fotopapír od jiného výrobce a ten poté nahrát přímo do menu tiskárny,“ vysvětluje Arnošt.

Model imagePROGRAF PRO-1100 navíc spolupracuje s programem Accounting Manager, který z tiskárny umí vytáhnout přesné údaje o spotřebě jednotlivých inkoustů na každou tiskovou úlohu, dokáže započítat i cenu papíru a dalšího spotřebního materiálu (odpadní nádoby), což usnadní naceňování tiskových prací zákazníkům.



imagePROGRAF PRO-1100

## Bez kvalitního papíru to nejde

Teď už víme, jakou tiskárnu si do domácího fotolabu pořídit, ale zapomenout bychom neměli ani na správný výběr fotopapíru. Pokud chceme, aby nás vytištěné fotky těšily, je výběr správného média zcela zásadní. „Zákazníci jsou občas překvapení, jak rozdílně může na člověka působit stejná fotografie vytištěná jen na odlišné papíry. Canon se proto snaží vyhovět všem požadavkům a nabízí různé typy povrchu, ať už je to plný lesk, polomat/satén i mat, a to v několika variantách a gramážích. Pro skuteč-

ně náročné zákazníky máme i kategorii Fine Art, což jsou bavlněné fotopapíry s vyšší gramáží a prémiovým, hladkým nebo hrubým povrchem,“ vysvětluje Josef Arnošt z Canonu.

Portfolio médií Canon doplňují i další materiály vhodné pro kreativní tvoření. Patří mezi ně magnetické papíry o rozměru 10×15 cm, které je možné stříhat, nažehlovací folie na textil na tmavou látku, a dokonce i potisknutelné samolepky na nehty.

www.canon.cz



Canon PIXMA TS8750



SELPHY Square QX20



# Co nového v Papyrusu?

Fúzi s Ospapem v roce 2016 vznikla společnost, která je předním velkoobchodem papírem, obalovými materiály a materiály pro vizuální komunikaci působící na českém a slovenském trhu. Papyrus disponuje širokou nabídkou a silným skladovým sortimentem ve třech divizích. Od té doby se toho hodně událo, a to jak navenek na trhu s papírem, obaly a reklamou, tak uvnitř společnosti. Jistě víte, že sloučení dvou týmů, dvou kultur, dvou způsobů řízení a všeho kolem není nikdy jednoduché. Ale manažeři a především lidé v Papyrusu to všechno zvládli.

„Samozřejmě, museli jsme se popasovat s mnohými výzvami,“ říká na úvod krátkého rozhovoru Daniel Gašparovič, ředitel divize Paper, „od příliš výhodné nájemné zmluvy na kancelářské a skladové prostory v Hostivaři, cez výber portfólia dodávateľov a produktov duplicitných v oboch spoločnostiach, ako aj optimalizáciu logistiky a dopravy tovaru k zákazníkom v Čechách, na Morave a na Slovensku. Výsledkom toho bolo, že centrálny sklad Papyrusu v ČR v Praze, ako aj lokálne sklady v Brne a Ostrave, sú plne outsourcované u externých dodávateľov, a tiež že sme personálne omnoho šťhlejší. Tieto rozhodnutia sa neskôr v krízových kovidových rokoch ukázali ako kľúčové pre zachovanie našej efektivity.“



„Po turbulentných rokoch 2016-2017, keď sa nám podarilo stabilizovať naše tímy vo všetkých divíziách a oddeleniach, ako aj našu prioritu – efektívnosť, prišli rany zvonku. Stora Enso, náš strategický skupinový dodávateľ najväčšej tovarovej skupiny, kriedy, nám oznámil ukončenie výroby WFC MultiArt v závode Oulu. Aj tu sa ukázala správnosť skupinovej značkovej politiky, keď sme pre našu značku MultiArt hľadali a našli nového strategického dodávateľa, pričom zákazníci to takmer ani nepocítili. Navyše dnes prichádzame s ďalším rozšírením portfólia kriedy po touto značkou. Avšak do dobre rozbehnutého vlaku zrazu prišli divoké kovidové roky, všeobecný

pokles spotreby papiera a materiálov na reklamu, ruka v ruku s nevídanou cenovou fluktuáciou. Toto všetko výrazne napomohlo tomu, že viaceré tlačoviny odišli do online priestoru, alebo odišli nadobro. Samozrejme nesmieme zabúdať na generačnú výmenu v spoločnosti, dnešné generácie X,Y,Z už ráno neuvidíte s novinami v rukách v centre mesta na kávičke,“ konstatuje fakta Daniel Gašparovič.

„Týmto trendom sme sa v Papyruse začali venovať v dostatočnom predstihu a sme už relatívne ďaleko v digitalizácii. Máme nedávno zmodernizovaný eshop, s dodávateľmi pracujeme v EDI rozhraní a pravidelným zákazníkom ponúkame prepojenie systémov S2S, čo umožňuje úsporu nákladov a času na oboch stranách.“

## Jaké vidíte výzvy v blízkej budúcnosti?

„Určite to bude ďalšia digitalizácia, zjednodušovanie a zefektívnenie procesov, ako externe, tak aj interne,“ prozraduje Daniel Gašparovič. „Veľkou témou pre Papyrus je aj ESG a ochrana životného prostredia. Vedeli ste že Papyrus bol prvý veľkoobchod s papierom, ktorý získal FSC certifikáciu v roku 2003? A pokračujeme ďalej. Máme lokálne zodpovedného manažéra pre ESG a koordinujeme činnosti ( napr teraz aktuálne EUDR ) s pracovnými tímami v skupine Papyrus. Vyhodnocujeme uhlíkovú stopu produktov a služieb dodávaných našim zákazníkom, ktorých je v Európe viac ako 30 000.“

Máme snahu, aby aj naši zamestnanci cítili podporu spoločnosti, aby cítili že každý člen tímu je veľmi dôležitý pre úspech celej spoločnosti. Nedávny interný prieskum spokojnosti zamestnancov ukázal, že aj v tomto sa zlepšujeme.“

## S jakými novinkami jste přišli v roce 2024?

„V tomto roku nastali niektoré personálne zmeny na manažérskych pozíciách,“ uvádza Daniel Gašparovič. „staronovým MD je Jenő Szilagyi, pôvodný MD Pavel Macal bol menovaný Business Supply manažérom pre CEE, Matej Hanák bol menovaný na pozíciu Logistický manažér pre CEE a zároveň ESG špecialista, ja som prevzal opraty Sales direktora grafických papierov pre CZ&SK, Honza Stárek zase Office pre CZ&SK, Hanka Čisarová je novou manažérkou zákazníckeho servisu.“

Čo sa týka sortimentu, výrazne sme zapracovali na portfóliu digitálnych papierov a nepapierových digi substrátov, rozšírili sme ponuku samolepiacich materiálov, chystáme novú kvalitu GC1 kartónu,



Žhavými novinkami v sortimentu kreatívnych papírů jsou dvě nové kolekce od německého výrobce GMUND. Oba materiály perfektně korespondují se současnými trendy.



v packagingu sme zaradili do sortimentu obaly na jedlo, v office zase produkty papierovej hygieny Katrin. Najnovším prírastkom v grafike bude matne natieraný papier s vysokým volumenom, MultiArt Volume, na ktorom je vytlačený aj tento časopis. Verím, že sa vám bude všetkým páčiť a želim pohodové čítanie,“ uzavíra svoj výčet novinek Daniel Gašparovič.

A Simona Janů Eisenwort, marketing, PR a produktový manažer designových papírů Papyrus výčet doplňuje: „Naším cieľom je také soustředit se na segment prémiových papírů, do kterého spadají kreativní papíry, prémiové ofsety a barevné papíry. Jedná se o kategorie, které mají dlouhodobě růstové tendence a aktuální trendy se hodně zaměřují právě na rozvoj tohoto sortimentu.“

Aktuální trendy a novinky v sortimentu pravidelně prezentujeme v rámci eventu Papyrus Specials Fresh na čtvrtletní bázi. Event probíhá v prostorách naší partnerské prodejny Svět papíru na Praze 9. Je zaměřen na tiskárny, designéry, grafiky, nakladatele a další papírové nadšence. Snažíme se zde vždy obsáhnout témata, která jsou zajímavá pro širší publikum a u skvělého občerstvení pak probíhá přátelská diskuze.



**Gmund Mother Earth** - dokonalé spojení neupravených, čistých rostlinných vláken a přírodních barev. Výsledkem je intenzivní hmatový a vizuální efekt, který nás přenáší na různá místa planety. Papír se skládá alespoň z 50 % z alternativních rostlinných vláken zemědělského původu. Kolekce je plně recyklovatelná, což zákazníkům umožňuje učinit nejlepší volbu jak z estetického, tak ekologického hlediska.



**Gmund Moonlight** je inspirován tajemstvím vesmíru, odráží krásu stínů, světla a trpytívkých textur. Speciální výrobní technika dodává tomuto papíru sametovou měkkost a texturu. Speciálně formulovaná směs pigmentů vytváří trojrozměrný lesk, který je obzvlášť nápadný při odrazu světla. Tento efekt dodává papíru Gmund Moonlight jedinečný vzhled, který je ideální pro luxusní tiskoviny a projekty, kde je důležitý vizuální dojem. Gmund Moonlight je ideální pro nenápadnou eleganci. Dodává každému sdělení jedinečný lesk.

Materiály budou dostupné jak na velkoobchodě, tak na naší prodejně Papyrus Store, kterou máme v centru Prahy a kde je možný nákup papírů již od 1 archu,“ uvádí na závěr rozhovoru Simona Janů.

**PAPYRUS**

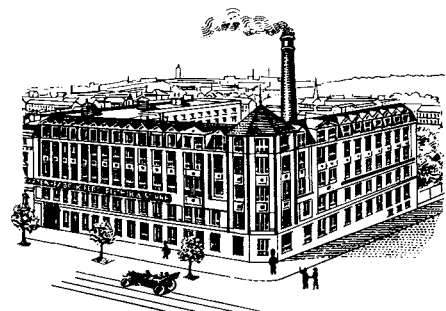
Papyrus Bohemia s.r.o.  
K Hrušovu 292/4, Praha, tel.: +420 210 023 100  
e-mail: [info.cz@papyrus.com](mailto:info.cz@papyrus.com)  
[www.papyrus.com](http://www.papyrus.com)



Příběh značky PIATNIK

# Dvě století chytré zábavy

Jak prohlásil už Friedrich Schiller, člověk je plně člověkem, jen když si hraje. Hra nám umožňuje být bezstarostně přítomný tady a teď a je proto nepostradatelná pro naši psychickou pohodu. Rakouská společnost Wiener Spielkartenfabrik Ferd. Piatnik & Söhne, která letos slaví už 200 let, vyrábí karty, puzzle a deskové hry, které každý den baví milióny dětí i dospělých.



Její příběh se začal psát v roce 1824, kdy Anton Moser založil dílnu na výrobu karet v Neubau, malém městě poblíž Vídně. Firma se v roce 1891 přestěhovala na vídeňskou Hütteldorfer Strasse a sídlí zde dodnes. Za nenápadnou šedou fásadou činžov-



ního domu se ukrývá kompletní továrna. Když z rušné ulice projdete na dvůr, máte pocit, jako by se tu zastavil čas. Celým provozem prostupuje propojení tradice a současnosti. Výrobky se tisknou na nejmodernějších ofsetových strojích, aby na konci

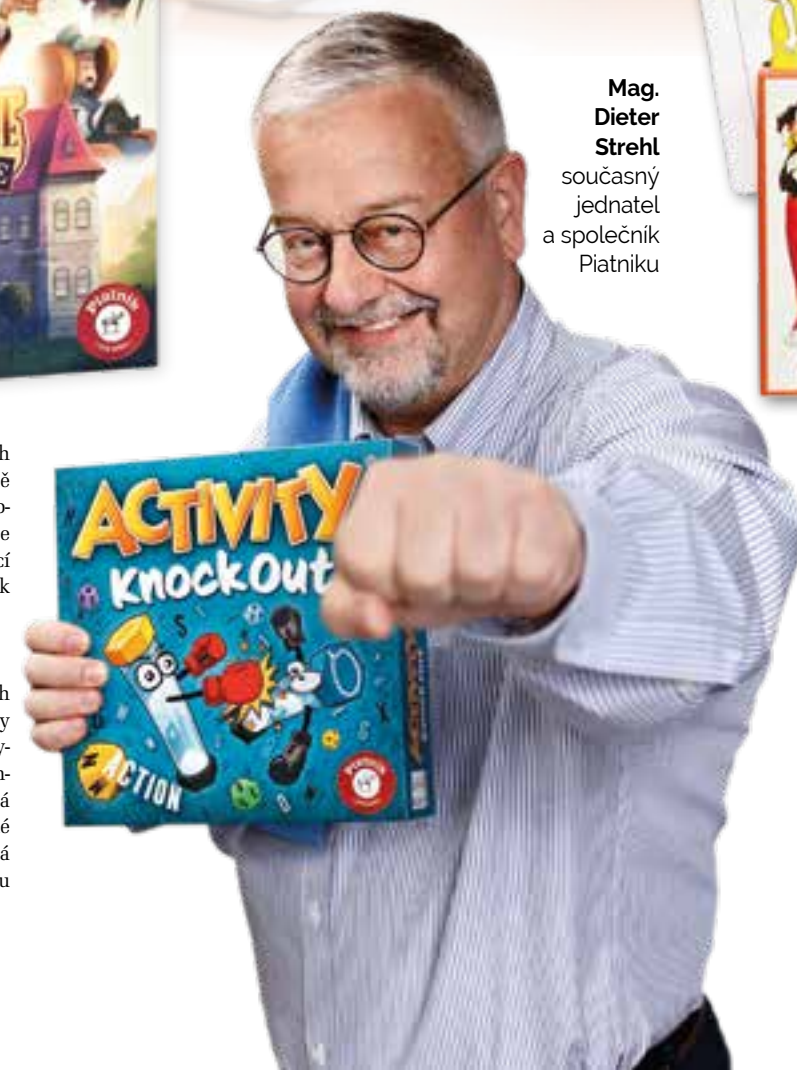


procesu opět prošly rukama zaměstnanců tak, jak se to tu dělá už celá desetiletí.

Jméno Piatnik se ve firmě objevilo, když do ní nastoupil mladý učeň Ferdinand Piatnik. Pan Moser ho označil jako "loajálního, pracovitého a bezúhonného", a když v roce 1842 zemřel, Ferdinand se oženil s jeho vdovou a převzal továrnu. Značka rychle expandovala a firma se musela několikrát stěhovat do větších prostor. Společnost v roce 1873 vystavovala na Světové výstavě ve Vídni a Paříži a mimořádná kvalita karet jí získala několik zlatých medailí. V roce 1885 Ferdinand Piatnik zemřel a byznys převzala jeho žena a synové. Následovaly roky plné akvizic v Rakousku, ale také Čechách a Maďarsku, zvětšování provozu a modernizace výroby. Obě světové války firmu výrazně zasáhly, ale vedení prokázalo mimořádnou odolnost a obchodní talent. Když po 2. světové válce Piatnik ztratil všechny továrny za hranicemi Rakouska, zaměřil se na vybudování silného exportu a obchodních vztahů s USA, Skandinávií a některými zeměmi severní Afriky.

V 60. letech společnost uvedla na trh první deskové hry a od roku 1966 také puzzle. V 70. letech vývoz her výrazně narostl a získal Piatniku mnoho mezinárodních cen. Legendární party hra Activity, která je jeho vlajkovou lodí, byla vyhlášena Hrou roku v Austrálii (2000) a České republice (2009) a prodalo se jí už jedenáct miliónů kusů. Mezi oceněné hry patří i Tik Tak Bum, Speedy Roll či 80 Days. Hraním "deskovek" trénujete užitečné dovednosti jako strategii, kombinační schopnosti a paměť. Navíc si u toho skvěle odpočnete a uvolníte stres. Hry vytvářejí prostor pro nezapomenutelné zážitky, které obohatí každou společnou chvíli v rodině či s přáteli.

Příběh úspěchu značky PIATNIK dnes pokračuje dál. Každý rok přináší řadu nových karet a puzzlů, inspirovaných uměním či každodenním životem,



Mag. Dieter Strehl současný jednatel a společník Piatniku



### Karty

PIATNIK je symbolem těch nejvyšších kvalitních hracích karet. Cesta od malé dílny, kde se karty malovaly ručně, po současnou továrnu s nejmodernějším typem výroby byla plná zápalu a invence, ale také překážek, které se značně podařilo překonat díky obchodnímu talentu jejího vedení. Dnes PIATNIK vyrábí kolem pětadvaceti miliónů karet ročně a také speciální edice pro kasina. Znalci oceňují, že dokázal vybrousit zpracování karet do mistrovské podoby.

Výhradním distributorem v ČR je PIATNIK PRAHA s.r.o. [www.piatnik.cz](http://www.piatnik.cz)

a také strategických, edukačních či party her, s nimiž se kvalitně zabaví kdokoli. Špičková výrobní technologie a herní invence se snoubí s dvousetletou tradicí a bez nadsázky lze říci, že Piatnik je expert na inteligentní zábavu.

### Deskové hry

Narozdíl od počítačových mačů potřebujete u deskové hry minimálně jednoho parťáka - fyzicky přítomného s jeho spontánními reakcemi. PIATNIK má širokou škálu her pro dospělé i děti a ideální je, když hraje celá rodina - rodiče mají jedinečnou šanci pochopit dětský svět.





# Dovozce norské pohody

„Je pro mě čest mít v tuzemsku výhradní zastoupení značek s více než stoletou tradicí, jejichž výrobky snesou absolutně nejvyšší měřítka.“ odkazuje **Jiří Fidrnt**, zakladatel a majitel Norské módy, na výrobce norských svetrů Dale, producenta outdoorového oblečení Bergans a firmu Devold, specialistu na funkční oblečení z vlny. Tyto tři značky jsou vlnovými lodmi nabídky North Trappers s.r.o.



„Vybral jsem si tehdy značku **Dale of Norway**.“ vypráví Jiří Fidrnt, „která byla sice jednoznačně nejdražší, ale věděl jsem, že jsou skutečnou jedničkou na trhu. Jde o výrobce originálních a exkluzivních vlněných svetrů s historií. Firma Dale byla založena roku 1879 a spolupracuje dokonce i s mezinárodním olympijským výborem, kde navrhuje a vyrábí oficiální svetry pro zimní olympijské hry. Dodávají svetry také norské královské rodině. Když jsem tam přijel, nechápali, proč by mi měli vývoz na východ vůbec dát. První svetry jsem si musel koupit za hotové. Když jsem je ovšem po půl roce prodal, byli překvapení.“

## Neuvěřitelné vlastnosti vlny člověk nepřekonal

Jiří Fidrnt si ve své obchodní praxi vyzkoušel, jak důležité je prodávat skutečnou kvalitu. Proto když vybíral další brand pod křídla své firmy Norská móda, zvolil výrobce vlněného termoprádla **Devold**. Společnost Devold of Norway vznikla

„Zatímco třeba Ital si vás pustí k tělu během pěti minut, ale zítra vás nezná, Nor roztaje po dvou letech, ale pak se k vám hlásí celý život. Co Nor řekne, to platí, písemné smlouvy prakticky nemusí být, a když už, tak někde hodně na konci veškerého jednání.“ říká Jiří Fidrnt.

## Norské začátky

Zakladatel Norské módy Jiří Fidrnt vystudoval na zemědělce chov ovcí a za mlada si chodil přivydělávat stříháním ovcí. Možná už tam se zrodil jeho vztah k vlně, ke které se po letech oklikou dostal. Pochází ze samoty s hospodářstvím, ale obchod ho pohltil. Z pozice obchodního ředitele české firmy obchodující s armaturami dostal možnost cestovat po celé Evropě. Poznal obchodní mentalitu různých národů a obchodovat s nimi ho opravdu bavilo, ale země, která mu přirostla k srdci, byla Norsko.

Když v roce 2001 u této firmy skončil, volba byla jasná. V roce 2002 se do České republiky z Norska prakticky nic nedováželo. Začal s dovozem sobích kožešin, pak mu kamarád z Norska pomohl vytipovat norské výrobce textilu a outdoorového vybavení. Outdoor ho bavil, věnoval se horolezectví, divoké vodě, raftům, hodně cestoval.



již v roce 1853 a oblékala nejznámější polárníky té doby. Například Fridtjofa Nansena, Roalda Amundsen a Lincolna Ellswortha. Dodnes je Devold jako jediný a nejstarší producent vlněného prádla a outdoorového oblečení. Proces výroby je přísně kontrolován od ovčích farem až po samotné pletení a šití. „Pro Evropu jsme byli tehdy první a jediní dodavatelé tohoto vlněného termoprádla.“ vzpomíná na začátky dovozu Jiří Fidrnt. „Nebylo ovšem jednoduché přesvědčit české lidi, aby vnímali vlnu jako přírodní, udržitelný materiál s neuvěřitelnými vlastnostmi, které člověk ještě nepřekonal. Příroda to sama geniálně vymyslela. Když na ovečku zaprší, částečně po ní voda stéká a to, co zvlhne, se začne díky chemickým procesům ve vlně samo zahřívát (až o 5 stupňů). Takže vlna je funkční, má výbornou termoregulaci a navíc nezapáchá. Slaboučká vlněná látka termoprádla vás dovede 5x až 10x účinněji chránit před chladem či horkem. Dnes již díky pokročilým technologiím ani vlněné materiály nekoušou a lze je snadno udržovat.“

Norové tráví mnoho času v přírodě a mají k ní pozitivní vztah. Přestože místní hory, mořské pobřeží a počasí dokážou vytvořit velice drsné podmínky, jsou na to Norové díky vlněnému prádlu vybavení. „Devold je také nehořlavé prádlo. Nejen pro tuto vlastnost se Norská móda stala jeho hrdým dodavatelem Policii ČR, Horské službě, záchranářům, hasičům, pracovníkům horských chat, geodetům, slévačům a mnohým dalším, které umí obléct od spodního prádla přes svetry až po outdoorové vybavení.“

## Dominantní tradiční značky z Norska

Třetí významnou norskou značkou, kterou Norská móda zastupuje, je **Bergans of Norway**. Byla založena v roce 1908. Její zakladatel Ole Bergan je vynálezcem dodnes používané anatomické konstrukce batohů, u nás dobře známých jako tzv. krosna. Bergans je dodnes nejvýznamnějším producentem batohů a zároveň výrobcem lyžařského i outdoorového oblečení a vybavení. Zajímavostí je, že v roce 1953 jako první zdolal Edmund Hillary Mount Everest právě s batohem Bergans na zádech. „Vybral jsem tři nejvýznamnější brandy Norska.“ komentuje značku Jiří Fidrnt, „řekl bych až jejich tři národní poklady. Jsou to dominantní tradiční značky na norském trhu.“

V portfoliu Norské módy je dnes více než 15 značek, které jako importér na českém a slovenském trhu exkluzivně zastupuje. Jde o kvalitní sportovní i fashion značky. Z rozsáhlého portfolia značek lze zmínit i ryze dámskou norskou značku Kari Traa. Pojmenována je po norské olympijské šampionce Kari Traa, která razí filozofii, že každá žena může dosáhnout toho, po čem touží.

## Vzhůru za norskou pohodou!

Jiří Fidrnt norskou mentalitu opravdu obdivuje a rád by ji i prostřednictvím dovážených značek zprostředkovat i Čechům. Nor je bohatý, nemá problém si koupit drahé, ovšem kvalitní vybavení. Tráví spoustu času venku, chodí na túry, má v přírodě chatky a ví, že se musí na své oblečení spolehnout. Je to hrozně osvobozující. Nor Vás nepodrazí, je tam

lidská rovnost, nepovyšují se, ale jsou hrdí...a tak se snažím chovat i já. Jsem Čech, hrdý na to, co umíme, jak jsme flexibilní, ale od Norů se máme ještě co učit. Moje motto je prodávat kvalitní věci, o kterých jsem přesvědčen a které mohu s čistým svědomím doporučit, na které se mohu spolehnout. Neměl jsem na sobě nikdy lepší svetr.“

Snažení Jiřího Fidrnta o zprostředkování norské kultury a pohody také Čechům vyústilo až v to, že koupil srub na úžasné místě v srdci Norska, kam by rád české lidi vozil. Nejen jednotlivce, ale i firemní kolektivy. Srub je ideálním místem pro teambuildingy ([www.srubstranda.cz/o-ubytovani/](http://www.srubstranda.cz/o-ubytovani/)).

## Kde můžete značky z Norska koupit:

### Prodejna Praha Národní

Národní 37/416  
110 00 Praha 1 - Staré Město  
e-mail: [narodni@norskamoda.cz](mailto:narodni@norskamoda.cz)  
Tel.: +420 720 981 765

### Prodejna Litoměřice

Jarošova 32  
412 01 Litoměřice  
e-mail: [litomerice@norskamoda.cz](mailto:litomerice@norskamoda.cz)  
Tel.: +420 724 579 545

### E-shop

[norskamoda.cz](http://norskamoda.cz)  
e-mail: [eshop@norskamoda.cz](mailto:eshop@norskamoda.cz)  
+420 725 938 590





Orient Star Contemporary M34 F8 Date  
Zdroj: Hodinky-365.cz

### Krise a nová éra pod křídly Seiko Epson

Přesto v 90. letech firma bojovala s krizí a otázkou, na jaký segment trhu se zaměřit. Situace vyvrcholila v roce 2003, kdy Orient Star získal podporu od společnosti Seiko Epson, která značce poskytla tolik potřebnou stabilitu a technologické zázemí.

Díky tomuto spojení získala značka přístup k moderním výrobním postupům, aniž by ztratila svou identitu a tradiční přístup k výrobě.

Orient Star má stále své původní strojky, které jsou nyní ručně skládány mistry hodináři v japonské Akitě. Výsledkem této synergie jsou precizní high-end mechanické hodinky, které svou kvalitou a spolehlivostí konkurují špičkovým světovým značkám.



Zdroj: Hodinky-365.cz

### Spojení klasiky s moderními prvky

To, že je Orient Star značka, která se neustále vyvíjí a přitom zůstává věrná své původní vizi, dokazuje i současná produkce.

Kromě stálé kolekce, která se zaměřuje především na nadčasové a praktické designy, nabízí i výjimečné limitované edice.

Mezi takové patří **Orient Star Classic M45 F7 Moon Phase** s měsíční fází a unikátní technologií zpracování číselníku. Vyrobeno bylo pouze 120 kusů a inspirací byla hvězdná noční obloha. Dalším příkladem je model **Orient Star Contemporary M34 F8 Date**, který svým

moderním designem spojuje klasické řemeslo s aktuálním přístupem k designu. Tento model je inspirován meteorickým rojem Perseid, což mu dodává výjimečný styl a zároveň důstojnou jednoduchost.

Tyto modely spadají do nejpremiovější kolekce Orient Star, M Collection. Orient Star se v ní nebojí nových technologických postupů a designů, které se v této cenové kategorii hledají u konkurence jen obtížně. Právě krása japonských jezer, hvězdné oblohy či putování Měsíce po obloze patří mezi znaky, které Orient Star odlišují nejen od švýcarské produkce.



Orient Star Contemporary M34 F8 Date  
Zdroj: Hodinky-365.cz

[www.hodinky-365.cz](http://www.hodinky-365.cz)

Text: Agáta Vřeská

Fotografie:  
Hodinky-365.cz,  
orient-watch.com



Orient Star Classic M45 F7 Moon Phase  
Zdroj: Hodinky-365.cz

*A každý model, ať už jde o klasiku nebo moderní limitovanou edici, v sobě nese příběh dlouhý více než 70 let.*

# Hvězda, která v hodinářské galaxii září přes 70 let

Orient Star byl původně prestižní řadou velice známé japonské značky Orient, jejíž hodinky nosili už naši dědové. Dnes je samostatným brandem, zaměřujícím se na precizně zpracované mechanické hodinky. I přes unikátní designy, ve kterých se odráží fascinace přírodou, inovace i hodinářská tradice, zůstává Orient Star lehce skrytý širší veřejnosti. Přitom se jedná o jasně zářící hvězdu v hodinářské galaxii.



Zdroj: orient-watch.com

### Zrození hvězdy v hodinářské galaxii

Japonský Orient představil v roce 1951 svou vrcholnou kolekci Orient Star. Tento název, inspirovaný zářící hvězdou, symbolizoval ambice značky vytvořit hodinky, které by svou kvalitou a přesností zastínily ostatní. První modely Orient Star vynikaly elegantním a nadčasovým designem, který čerpal

inspiraci z klasických hodinářských principů. Tento princip, stejně jako logo s nápisem Orient Star, se nezměnil až do dnešních dnů.

### Oddanost mechanice navzdory quartzové krizi

Už v 50. letech se Orient Star začal profilovat jako značka věrná prvotřídně zpracovaným mechanickým hodinkám, což byla odvážná volba, která se ukázala být klíčem k její jedinečnosti.

Tento závazek k mechanickým strojkům se plně projevil v 70. letech, kdy svět hodinářství zasáhla quartzová revoluce.

Zatímco většina výrobců přešla na cenově dostupnější a přesnější quartzové strojky, Orient Star

zůstal věrný mechanice. Tento krok, který by mnozí považovali za riskantní, přinesl značce respekt a loajalitu fanoušků po celém světě.



Zdroj: orient-watch.com

Zdroj: Hodinky-365.cz



# Chcete okusit absolutní delikatesu v oblasti líčení?

Dekoratívni kosmetika, která je vzácnou kombinací čistého složení garantovaného přísnými BIO certifikáty a té nejvyšší profesionální kvality, jež se osvědčila například ve francouzské StarDance, Miss či Music Awards. To je absolutní revoluce v přírodní dekorativní kosmetice, kterou přináší na trh firma biOrganica, známá svou přísností ve výběru těch nejčistších značek. **To je COULEUR CARMEL - přední francouzská značka, čistá a funkční dekorativní kosmetika.**

## Make-up, který zvládne i profesionální focení

COULEUR CARMEL vyvíjí už dvě desetiletí let ve vlastních laboratořích originální receptury, v nichž se podařilo propojit vitální rostlinné BIO složky s čistými minerály a vytvořit profesionální make-up, který vyhovuje nárokům vizážistů na texturu, krytí i výdrž. Značka nabízí unikátní produkty s „high definition“ efektem, které díky speciální úpravě složek vytvářejí na pleti velmi tenkou, jemnou a přirozeně působící vrstvu, přitom poskytují dokonale vypadající vzhled, který obstojí i při televizním a filmovém natáčení či profesionálním focení s vysokým rozlišením.



## Kompletní výbava pro každou ženu i příležitost

COULEUR CARMEL pochází z Francie, kolébky make-upu udávající jeho světové trendy, spolupracuje s profesionálními vizážisty a drží krok s novinkami světa make-upu. Je naprosto unikátní šíří své nabídky. V portfoliu COULEUR CARMEL najdete nadčasové barvy a textury i sezónní speciality. Vybrat si můžete z různých druhů **podkladových bází, tónovacích krémů, make-upů, pudrů, korektorů, tvářenek, bronzerů a rozjasňovačů** i pestré škály líčidel na rty, oči a obočí. Nechybí ani široká nabídka štětců a dalších doplňků. Tvoří tak plno-

hodnotnou non-toxic alternativu k top konvenčním kosmetickým značkám. Nadchne milovnice minimalistického líčení i make-upové perfekcionistky. S COULEUR CARMEL budete zářit v každodenním běhu i na gala večírku.

## Make-upem ke spokojené a vyživené pleti? Ano!

COULEUR CARMEL obsahuje blahodárné ingredience, jako jsou BIO mandlový, meruňkový, avokádový či jojobový olej, bambucké a kakaové máslo, aloe vera, květinové vody či výtažky z bylin a plodů. Díky jejich zpracování nejnovějšími technologiemi vynikají produkty vysokým obsahem aktivních látek dosahující až 45% oproti běžným 2-3%. Receptury kombinující pečující oleje s mikronizovanými minerály nezanášejí pleť, naopak napomáhají jejímu správnému fungování. Nalíčená pokožka si tak doslova užívá tu nejlepší péči. COULEUR CARMEL



C  
COULEUR  
CARMEL



pamatuje také na různé potřeby pleti. Najdete zde hutnější, více krycí, vyživující i odlehčené gelové textury. Vedle produktů vhodných pro všechny typy pleti mají v portfoliu své místo i speciality na pokožku suchou, mastnou, zašedlou i zralou.

## Výjimečná šetrnost k pleti i planetě

O tom, že „přírodní“ nestačí a nejlepší cestou je BIO, se snažíme v biOrganica edukovat již 10 let. Právě proto biOrganicu učarovala značka COULEUR CARMEL, která patří k několika málo dekorativním značkám pyšnicím se nejvyšším certifikátem ECOCERT Cosmos Organic. Její líčidla jsou z 95 % přírodní s vysokým obsahem 20-90 % BIO složek z přísně kontrolovaného ekologického zemědělství. Produkty COULEUR CARMEL ne-

obsahují parabeny, fenoxylethanol, syntetické parafeny a barviva, geneticky modifikované organismy (GMO) či další syntetické látky, které mohou mít negativní vliv na náš organismus. Značka zároveň využívá pouze takové výrobní procesy, které jsou ohleduplné k životnímu prostředí a berou v potaz udržitelnost přírodních zdrojů a ochranu biologické rozmanitosti. NATURE COS, mateřská společnost COULEUR CARMEL, patří zároveň k firmám, které se podílely na prosazení evropského legislativního zákazu testování kosmetiky a jejich složek na zvířatech. V rámci své společenské a ekologické odpovědnosti pak vytvořila platformu, pomocí které věnuje 5 % ročního čistého zisku neziskovým organizacím hájícím lidská a zvířecí práva či ochranu životního prostředí.

## Krásné, hravé a udržitelné obaly jako třešnička na dortu

Produkty COULEUR CARMEL vás okouzlí také svými krásnými a originálními eko obaly. Jsou vyrobeny z bioplastu získaného přirozenou fermentací kukuřičného škrobu, který je rozložitelný, lze jej znovu použít či kompostovat.

Součástí obalů jsou praktické magnetky umožňující jednoduchou manipulaci i možnost hravého tvoření paletek. Oku lahodící čistý design, kombinující elegantní bílou a dřevo, COULEUR CARMEL právem řadí k nejkrásnějším make-up značkám na světě.

Vše o značce najdete na [biorganica.cz](http://biorganica.cz)





# Koupelny snů

Koupelna by měla být místem, které je důkladně promyšlené a zrealizované tak, aby obohatilo váš každodenní život a přinášelo nezapomenutelné zážitky. Aby byly zážitky s vodou opravdu jedinečné, nepřemýšlí značka hansgrohe jen nad samotnými výrobky, ale i nad tím, jak celkově ovlivní kvalitu vašeho života. Kromě baterií, sprch a doplňků nabízí také nábytek, keramiku a zrcadla s osvětlením. Díky tomu mohou vznikat dokonale sladěné a interaktivní prostory dle vašeho vkusu. hansgrohe navíc nabízí mnoho výhod díky tomu, že všechna řešení pocházejí od jednoho výrobce.

V roce 1901 ve Schwarzwaldu založil Hans Grohe kovotačičtelskou dílnu a stal se průkopníkem v oblasti sprch. Vášně pro vodu a úsilí o určování stylu pod značkou hansgrohe se nezměnily. Zákazníci proto dodnes oceňují technický um a designovou kvalitu na vlastní kůži.

Prémiová značka hansgrohe pojímá koupelnu komplexně a udržitelně – najdete zde nyní i kromě baterií a sprch také nábytek, sanitární keramiku a zrcadla.

## Nadčasová a designová sanitární keramika

Xelu, Xevolos, Xuniva – tři jedinečné názvy, které definují osobitý styl vlastní koupelny snů. Za každým z těchto názvů se skrývá kolekce umyvadel, které svým tvarem a půvabem podtrhují individuální vkus každého zákazníka. V kombinaci s novým nábytkem značky hansgrohe tvoří harmonický celek, a to jak vizuálně, tak funkčně. Jsou vyrobeny z odolné sanitární keramiky. Kolekce Xelu se vyznačuje zaoblenými tvary, které dokonale ladí se stejnojmennou kolekcí nábytku. Charakteristickými rysy designové řady umyvadel hansgrohe Xevolos jsou čistota a přímota. Velkoryse navržená vnitřní mísa a prostorný okraj s otvorem pro baterii



poskytují dostatek volného místa pro každodenní péči. Maximální svobodu při koncipování, co se tvaru a instalace týče, nabízí umyvadla hansgrohe Xuniva. Kvalitní keramická umyvadla jsou k dostání ve čtyřech geometrických tvarech: kulatý, oválný, RaceTrack nebo SoftCube.

S univerzální koncepcí se WC sortiment hansgrohe EluPura plynule začlení do koupelny. Díky nadstandardním detailům toalet, např.

s ukrytým připevněním ke stěně, skvěle opticky ladí s umyvadlovými kolekcemi hansgrohe a jsou volitelně k dostání v provedení SoftCube nebo v kulatém tvaru. Značka vás ve WC sortimentu dokáže přesvědčit i v oblasti komfortu a funkčnosti. Oba designy jsou volitelně k dostání se snadno odnímatelnými WC sedátky a s automatickým sklápěním. K dispozici máte i nehluknou a vysoce efektivní splachovací technologii AquaHelix Flush.

## Uspořádáno podle funkce i nálady

K umývacímu prostoru v koupelně směřuje každý den celá rodina. Je tedy dobré, pokud umyvadlo a koupelnový nábytek nabízí dostatek prostoru pro každodenní činnosti i pro uložení věcí. To řada Xelu od značky hansgrohe zajišťuje svou širokou nabídkou, rozmanitými povrchovými úpravami a mnoha chytrými doplňky. Díky snadno udržovatelným materiálům a měkkým geometrickým tvarům se nábytek a umyvadla nepoškodí ani během hektického dne. Nábytková řada Xelu se svým štíhlým designem a zaoblenými tvary představuje všestranné a elegantní úložné řešení pro každou koupelnu. Koupelna se dvěma umyvadly nabízí v ranním shonu dostatek místa pro dvě osoby současně a zároveň poskytuje i dostatečně velký úlož-



ný prostor pro všechny kosmetické přípravy a koupelnové potřeby.

Praktické doplňky Xelu garantují maximální komfort u umyvadla. Díky stínové spáře s bočním kovovým krytem se dají snadno připevnit držáky ručníků nebo další poličky. Malé, pěkné a uspořádané – Xelu je synonymem vkusného designu a praktičnosti.

## Světlo, které umocní atmosféru

Umývací prostor pak opticky doplňuje řada zrcadel hansgrohe Xarita, sladěná s kolekcí nábytku a dostupná v různých velikostech a v kulatých i hranatých tvarech. Zrcadla jsou k dostání ve dvou technických provedeních, každé s jinými ovládacími prvky. O komplexní světelný zážitek se u provedení Touch Icons stará nepřímé ambientní osvětlení s osmi různými světelnými scénáři. Všechna



zrcadla Xarita navíc nabízí stmívací a paměťovou funkci, automatické vypnutí a také zabudované vyhřívání zrcadla. Zrcadla značky hansgrohe přinášejí do koupelny útulnost. Dokonale doplňují každou umyvadlovou sestavu snů. Díky sladěnému designu a formátu s umyvadlem přispívají k příjemné atmosféře každého dne.

## Umění elegance

Čistý a přímočarý design činí z nábytku Xevolos značky hansgrohe nadčasový šperk – decentní akcent, který vyhoví všem estetickým nárokům



a funkčním požadavkům. Nábytková řada Xevolos je vyjádřením nadčasové elegance. Čelní dvířka nábytku jsou ohraničena hliníkovým rámečkem a působí tak obzvláště ušlechtilé.

## Harmonizující doplňky

Umyvadlo, baterie, zrcadlo a nábytek hansgrohe vždy vytváří harmonický celek. Doplňky však přinášejí do koupelny více designu a pohodlí. Kvalitní držáky na ručníky, dávkovače tekutého mýdla, poličky nebo stěnové výklenky jsou praktickými pomocníky, kteří vytvoří pořádek u umyvadla, ve sprše nebo u vany. Kromě praktické funkce navíc vnášejí do interiéru osobitý vzhled.

Svým nadčasovým designem dokonale doplňují řady sprch a baterií a jejich moderní povrchové úpravy vytvářejí barevně atraktivní a sladěné akcenty.





# Společnost dm

## investuje do cen, designu prodejen, technologií i udržitelné budoucnosti

První českou prodejnu otevřela dm drogerie markt v Sokolské ulici v Českých Budějovicích před jednácti lety. Ke třicátým narozeninám se historicky první prodejna dočkala nové adresy a modernizovaného vzhledu, který postupně přejímají i prodejny dm v dalších městech. Jako první prodejna v Česku získala také fasádu v novém designu včetně světelného boxu na pozadí gradientu. Společnost dm tak odstartovala novou etapu modernizace prodejen. Jejich součástí je rozdělení prodejen do sortimentních čtvrtí, které zákazníky inspirují a usnadňují jim orientaci v prodejně, a výrazný příklon k využívání recyklovaného materiálu.

Prodejny dm nabízejí moderní přívětivé prostředí a širokou sortimentní nabídku privátních i dodavatelských značek zahrnující všechny oblasti péče o zdraví a krásu, péče o dítě nebo domácnost. Zákazníci, kteří hledají trvale udržitelné alternativy k běžným produktům, se mohou snadno orientovat podle zelených cenovek, jimiž jsou tyto produkty označeny.

### Investice do nových technologií a služeb

S celkovými investicemi ve výši 314,6 milionu Kč, které směřovaly do prodejní sítě, logistiky, IT a budovy dialogica (centrální správa), potvrdila společnost dm svou pozici průkopníka inovací v oblasti maloobchodního prodeje drogerie.

Skutečným milníkem pro budoucí možnosti digitálního rozvoje ve společnosti dm je sloučení IT systémů jednotlivých zemí skupiny dm do společného systému jednoho mandanta. Data jsou pro všechny dotčené země zaznamenávána pouze na jednom místě a analýzy jsou k dispozici pro celou skupinu dm pouhým stisknutím tlačítka. Díky tomu lze nyní mnohem hospodárněji zavádět aplikace pro zlepšení pracovních procesů nebo digitálních služeb pro zákazníky.

### Omnichannel retailer

Zákazníci budou moci profitovat z vylepšených digitálních služeb, kterými dm potvrzuje svou roli omnichannel retailera. Aplikace Moje dm se stala spojovacím bodem mezi stacionárním a digitálním nakupováním. Jejím prostřednictvím nakupuje alespoň jednou měsíčně 346 tisíc zákazníků (o 72 % více než v předchozím roce), což znamená, že více jak každý druhý online nákup je uskutečněn prostřednictvím této platformy. Celkově se dm v loňském roce podařilo získat 471 tisíc zákazníků afinitních k online prostředí. To se odrazilo v nárůstu online prodeje o téměř 25 %. Velmi oblíbené je v digitálním světě dm také živé vysílání dmLIVE, který každé dva týdny sleduje v mobilní aplikaci Moje dm

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

První prodejna dm v Česku (v Českých Budějovicích na Strakonické) po třiceti letech změnila adresu, představila nový exteriérový design i koncept prodejny



průměrně 5 tisíc diváků. Jeho prostřednictvím získávají zákazníci nejen informace o produktech, ale i exkluzivní eKupony na svůj příští nákup.

Další z řady technických inovací, kterými společnost dm rozšířila oblast služeb zákazníkům, bylo zavedení eÚčtenky. Díky zavedení funkce eÚčtenky nebylo k 30. září 2024 vytištěno již 3,8 milionu účtenek a zákazníci tak ušetřili celkem cca 930 km papíru.

Na začátku července 2024 zveřejnila společnost dm kanál „dm Česko“ na populární chatovací platformě WhatsApp, a rozšířila tak svou komunikaci směrem k zákazníkům. V říjnu 2024 pak vstoupila na další sociální síť – Pinterest.

### Investice do integrace digitálního a stacionárního prostředí

Společnost dm klade i nadále velký důraz na úzkou integraci digitálních služeb a stacionárních nákupů. Aplikace Moje dm je tak nejen nákupní platformou, ale nabízí zároveň širokou škálu informací o produktech. Každý třetí zákazník nakupující online si nenechává poslat objednávku domů, ale využívá možnosti expresního vyzvednutí ve vybrané prodejně dm, z níž si produkty online objednal. Objednávka je pro zákazníky připravena k vyzvednutí ve vybrané prodejně nejpozději do 60 minut od jejího uhrazení. Aby byl tento proces v budoucnu ještě pohodlnější, jsou v současnosti v prvních prodejnách instalovány dm boxy, které slouží k vyzvednutí zboží objednaného online.

V lednu 2024 spustila společnost dm službu Scan&Go, která zákazníkům výrazně urychluje a zjednodušuje nakupování. Prostřednictvím aplikace Moje dm si produkty přímo v prodejně naskenují, vloží do tašky a u vybrané pokladny zaplatí.

### Investice do nového designu a vnitřního uspořádání prodejen

Souběžně s rozšiřováním digitálních služeb pokračuje společnost dm v investicích do atraktivity

svých prodejen. V obchodním roce 2023/24 směřovalo 201 milionů Kč do rozvoje prodejní sítě, přičemž modernizací prošlo 25 prodejen a 6 prodejen bylo nově otevřeno. Počet prodejen tak vzrostl na celkových 259. Významným milníkem v rozvoji společnosti dm je nový vzhled prodejen a jejich vnitřní uspořádání. To je výsledkem více než pětiletého mezinárodního projektu, na němž spolupracovala řada designerů a specialistů, kteří se zabývali elementy a uspořádáním nejenom z marketingového hlediska, ale především z hlediska zákaznické zkušenosti a zážitku. Jedním z nich byl Christian Mikunda, zakladatel strategické dramaturgie v maloobchodě, který představil ideu třetího místa a euforických momentů zákaznického zážitku. Cílem nového konceptu je vytvořit dm prodejnu, která vede domova a práce bude právě tím třetím místem.

Zákazníci najdou v prodejnách dm Beauty čtvrt s Beauty pointem, u kterého se mohou zastavovat

a inspirovat se kosmetickými novinkami. Beauty čtvrt přitom zahrnuje stěžejní sortiment dekorativní kosmetiky, vůní, péče o pleť a přírodní kosmetiky.

Nové členění interiéru na čtvrti podle zaměření sortimentu je jedním z hlavních prvků designové proměny dm. Každá z jednotlivých částí prodejny postupně získala vlastní vizuálně odlišnou identitu. Zákazníkům je tak usnadněna orientace a je jim nabídnuta nová zkušenost z nakupování v dm. Příjemnou atmosféru, která vybízí k setrvání, pocítí zákazník již při vstupu do prodejny a neopustí ho ani při brouzdání širokými uličkami s přehledným členěním. Do konce září 2024 bylo novými designovými prvky vybaveno již 61 prodejen.

Prioritou bylo při vývoji nového designu prodejen snížení stopy CO2 a jejich energetické náročnosti. Ve všech oblastech dostávají přednost recyklovatelné a upcyclovatelné stejně jako plně oddělitelné a opětovně použitelné materiály.

Nový velkoobjemový sklad o rozloze 21 000 m<sup>2</sup> v areálu Prologis Park Prague D1 Ostředek.







**Kores**<sup>®</sup>   
Free your ideas!

## Historie inovací, rodinná tradice a esence kreativity

### Od uhlového papíru k lídru ve školních a kancelářských potřebách

Kores je dnes jednou z nejvýznamnějších značek ve školních a kancelářských potřebách s globálním dosahem a tradicí sahající až do roku 1887. Společnost založil Wilhelm Koreska, který ve Vídni otevřel svůj první obchod a spustil výrobu uhlového papíru. V roce 1901 Koreska otevřel první továrnu na uhlový papír a položil tak základy pro další rozvoj značky, která v padesátých letech dosáhla mezinárodního věhlasu a přítomnosti na globálním trhu. Díky přístupu založenému na inovacích a rodinném odhodlání se Kores stal symbolem kvality v segmentu kancelářských potřeb.

S příchodem nové generace se Kores neustále vyvíjel. V osmdesátých letech 20. století Peter Koreska rozšířil portfolio značky o produkty pro lepení, korekci a razítkování, což významně podpořilo růst společnosti. V roce 1996 byl otevřen výrobní závod v jihočeském Strmilově, který dnes zajišťuje výrobu lepících tyčinek a dalších klíčových produktů pro evropské a světové trhy.

V průběhu let společnost rozšiřovala své portfolio o nové



kategorie, stala se průkopníkem v lepení, korekci a razítkování a přitom pokračovala v zavádění inovací. V roce 2008 Kores uvedl na trh pastelky Kolo-res, v roce 2015 představil popisovače K-Marker s unikátním patentovaným designem.

Dnes, po více než 130 letech, Kores zůstává rodinnou společností a jejím vedením je pověřena již čtvrtá generace, která usiluje o zachování hodnot zakladatele a pokračuje v přinášení inovací na trh školních a kancelářských potřeb.

### Inovace a tradice

Kores se vždy soustředil na inovativní přístup. Jedním z příkladů jsou patentované korekční strojky Scooter a 2WAY nebo již zmíněné popisovače K-Marker. Neustálý vývoj produktů jde ruku v ruce s vysokými standardy kvality, což podtrhuje certifikace ISO 9001 a ISO 14001 pro výrobní závod ve Strmilově.

Značka Kores je pevně zakořeněna i v českém prostředí, kde její závod ve Strmilově vyrábí přes 10 milionů lepících tyčinek ročně a zaměstnává více než 100 lidí. Výrobky Kores se prodávají ve více než 85 zemích a kromě České republiky se vyrábí také v Mexiku.

Kores se pyšní nejen kreativními inovacemi, ale také silným ekologickým závazkem, což se odráží v celé produktové řadě eKO-RESponsible, která zahrnuje výrobky šetrné k životnímu prostředí. Sem se řadí například ekologická řada lepících tyčinek, korekční strojek Roll On, který využívá materiály s nižšími ekologickými dopady, a řada eco-friendly



**Kores Europe s.r.o.**  
kores@kores.cz  
www.kores.cz  
obchod a marketing:  
Dřevná 382/2, 128 00 Praha 2  
výrobní závod:  
Strmilov 336, 378 53 Strmilov

popisovačů K-Marker, včetně popisovačů na bílé tabule a permanentních popisovačů, které jsou navrženy s důrazem na použití recyklovaných komponentů. Kores rovněž nedávno získal certifikaci FSC<sup>®</sup> pro své pastelky Kolo-res, které zaručují, že dřevo použité při výrobě pochází z odpovědně obhospodařovaných lesů.

### Kores Kolo-res Selection: prémiové pastelky pro umělce

Nejnovější produktová novinka, kterou Kores uvádí na trh, je prémiová řada trojhranných pastelků Kolo-res Selection. Sady, dostupné ve 24, 50 a 72 barevných odstínech, se vyznačují sametovou jemností a sytými barvami, které umocňují umělecký zážitek jak hobby tvůrcům, tak profesionálům. Pastelky mají extra měkkou, nelámavou tuhu a díky vysoce kvalitnímu dřevu se snadno ořezávají. Prémiové kovové pouzdro dodává produktu eleganci a podtrhuje jeho exkluzivní charakter.

### Značka oceňovaná prestižními cenami

Kores, který již desetkrát získal ocenění Czech Superbrands Award, pokračuje ve své vizi rozvíjet kreativní vyjadřování ve všech podobách. Tuto filo-



Clemens Koreska představuje novou strategickou vizi, která povznáší Kores k novým úrovním

**Clemens Koreska, CEO společnosti Kores, dodává:**  
„Naše mise je umožnit kreativní práci ve všech možných podobách a formách.“

zofii vystihuje také motto „Free your ideas!“ a poselství, že tvůrčí práce je přístupná všem – od prvních dětských kreslířských pokusů až po brainstormingy v kanceláři.

### Inspirace pro budoucí generace

S pokračující digitální transformací zůstávají některé potřeby nadčasové – psaní, kreslení a autentické vyjádření. Kores podporuje nejen ekologicky šetrnou produkci, ale především hodnoty, které zákazníci motivují tvořit a přenášet své nápady do reálného světa.

Rodinná společnost s hlubokými kořeny a dlouhou historií se stále dívá vpřed, připravena inspirovat další generace umělců, studentů a profesionálů. Kores představuje harmonii mezi tradicí a moderními inovacemi, které nadále definují tuto mezinárodně uznávanou značku.

### eKO-responsible







# Limitovaná vánoční kolekce PERNÍČEK od značky Manufaktura



Ponořte se do kouzelné atmosféry adventu a Vánoc s limitovanou kolekcí Perníček od Manufaktury. Sladce hřejivá, inspirovaná zimními večery, oblíbeným vánočním cukrovím s kořením, kakaem a mandlemi, plná přírody, vytvořená s láskou... Taková je exkluzivní vánoční kolekce Perníček.

Celá kolekce je navržena tak, aby do vašich domovů během chladných měsíců vnesla pocit pohodlí a útulna, chránila vás během zimních procházek nebo potěšila ve formě krásného dárku vaše nejbližší.

Limitovaná edice Perníček zahrnuje jemný olejový sprchový a koupelový balzám, vyživující & hydratační krém na ruce, pečující balzám na rty a ručně odlévanou vonnou svíčku.

Všechny produkty obsahují vysoký podíl přírodních ingrediencí, jsou doprovázeny kouzelnou vůní perníčků a jsou samozřejmě vyrobené lokálně.

Nechybí ani dárková sada, která všechny produkty z kolekce nádherně propojuje.

Dopřejte si útulné zimní večery plné hřejivé pohody a vychutnejte si sladkou vůni perníčků, kdykoliv zatoužíte po kouzlu adventního času a atmosféře domácího pečení...



## DÁRKOVÁ PAPIŘOVÁ KRABÍČKA DOMEČEK

Ukryjte své voňavé vánoční dárky do kouzelné perníkové chaloupky jako z pohádky! Malebný papírový domeček se stane půvabnou dekorací pod každým vánočním stromčkem. Nádhernou, v Čechách vyrobenou papírovou krabičku ve tvaru domečku zdobí roztomilé vánoční motivy od naší oblíbené výtvarnice Diany Delevové. Nechte své blízké nakouknout okénkem a připravte jim kouzelné vánoční překvapení... Ideální dárkový obal na mini limitovanou kolekci Perníček, která vánoční období dokonale vystihuje.

## Dárková sada EXCLUSIVE PERNÍČEK

Exkluzivní limitovaná edice je inspirovaná oblíbeným vánočním cukrovím, zimními večery a svátečním obdobím, které přináší pocit tepla, klidu a radosti do každého domova. Vánoční dárkový balíček, navržený pro skutečné milovníky svátečních vůní, obsahuje kompletní sadu mini kolekce Perníček pro péči o tělo, ruce a rty doplněnou o luxusní přírodní svíčku. Dopřejte svým blízkým výjimečné okouzlující zážitek a péči, která provoní neodolatelnou vůní plnou hřejivého koření a vánoční pohody. Ideální vánoční dárek, který vykouzlí úsměv a navodí pravou sváteční atmosféru.

- Vyživující & hydratační krém na ruce PERNÍČEK (75 ml)
- Zvláčňující & ochranný balzám na rty PERNÍČEK (4 g)
- Olejový sprchový & koupelový balzám PERNÍČEK (215 ml)
- Přírodní vonná svíčka ze sójového vosku PERNÍČEK



## Dárková sada LIMITOVANÁ EDICE JEŘABINA

Objevte kouzlo podzimu s limitovanou edicí Jeřabina a připomeňte si kouzlo podzimních procházek lemovaných červenými jeřabinami. Tento dárkový balíček je ideální pro ty, kteří si chtějí dopřát chvilku pohody a hýčkání, nebo jako dokonalý dárek pro vaše blízké.

- Jiskřivý hydratační sprchový a koupelový gel JEŘABINA 300 ml
- Poctivý přírodní sirup JEŘABINA & vitamin C 250 ml
- Tónující a hydratační balzám na rty JEŘABINA 4 g
- Hydratační & regenerační krém na ruce JEŘABINA 75 ml



## Dárková sada BESTSELLERY LOUKA

Dárkový balíček kolekce Louka obsahuje pečlivě vybrané TOP produkty, které obdarované zavedou přímo do srdce kvetoucí přírody. V dárkové sadě naleznete nejvoňavější čtveřici produktů, která je ideální pro každodenní péči o pokožku s nádhernou vůní svěžestí a lučního kvítí. Louka je láska na první pohled, dotek i přivonění.

- Hydratační & zvláčňující sprchová pěna LOUKA (235 ml)
- Anti-pollution ochranný & regenerační krém na ruce LOUKA (75 ml)
- Dámská toaletní voda roll-on LOUKA (10 ml)
- Anti-pollution & Anti-aging jemné tělové mléko LOUKA (250 ml)

## Další tipy na dárky...



## Dárková sada TRIO PEČUJÍCÍCH KRÉMŮ NA RUCE

Půvabná dárková sada oblíbených pečujících krémů na ruce nadchne všechny ženy a dívky, které si chtějí zachovat krásné a pěstěné ruce v každém ročním období. Hlubokově hydratují, intenzivně regenerují a ochraňují pokožku, rychle se vstřebávají, obsahují vysoké procento přírodních ingrediencí a rukám poskytují tu nejlepší péči.

- Relaxační a regenerační krém na ruce MEDUŠKA 30 ml
- Hydratační & regenerační krém na ruce JEŘABINA 30 ml
- Extra hydratační krém na ruce SEDMIKRÁSKA 30 ml



## Dárková sada PRO MUŽE ORIGINAL

Exkluzivní voňavá dárková sada pro muže potěší všechny pány, kteří o sebe rádi pečují a milují výjimečnost a rafinované vůně. Pánská kosmetika Manufaktura využívá unikátní rostlinný komplex přírodních výtažků z tradičních bylin, ideálních pro specifické potřeby mužů.

- Pánský balzám po holení s bylinným komplexem a panthenolem MEN original 50 ml
- Osvěžující pánský sprchový gel s bylinami MEN original 300 ml
- Pánská toaletní voda roll-on MEN original 10 ml

Kontakt:  
tereza.jonakova@manufaktura.cz  
www.manufaktura.cz







„Na celém prvním suterénu je velkoplošný supermarket potravin LIDL. V přízemí je vícero obchodů a dalších provozoven jako například DART, Costa Coffee, papírnickví Koh-i-noor, květiny Novák, a další. Doplnění plnosortimentní nabídky bude zajišťovat také nyní budovaná lékárna Lemon, která by měla otevřít svoji provozovnu v Bílé labuti ještě v tomto roce.

V mezipatře jsou multibrandové prodejny módy a obuvi Best Collection a RAY. Silné brandy Sinsay a TEDI, které přitahují zákaznky do vyšších pa-

ter, jsou v prvním patře. Z druhého patra se stala tzv. fashion gallery s dámskou, pánskou i dětskou módou jako Blažek, Koutný Prostějov, Steilmann, KIDs Prestige a dalšími módními obchody. Ve třetím patře pak najdou zákazníci obchody související s domácností a volnočasovým sortimentem jako Knihy Dobrovský, ScanQuilt, Bambule hračky, Boxeur Des Rues a další. Uvažujeme také o doplnění obchodního domu zábavním centrem, které by mělo částečně sloužit i jako dětský koutek s hlídáním dětí.“

„V pátém patře jsme vedle rozšířeného MAX fitness nyní nově otevřeli také velkoplošnou restauraci „Mlsná labuť“, která je vedle tradičního stravování jídelního typu také zaměřena na zdravou stravu, což jistě uvítají právě i návštěvníci uvedeného fitness centra, které v současné době v Bílé labuti užívá plochu přibližně 3000 m<sup>2</sup> na 4. a 5. patře.“ prozrazuje také Michal Petráček.

Pro zájemce o pronájem obchodních nebo kancelářských prostor v Bílé labuti je kontakt zde: [pronajmy@bilalabut.cz](mailto:pronajmy@bilalabut.cz)

# NOVÁ BÍLÁ LABUŤ

Po téměř pěti letech postupné rekonstrukce se stala Bílá labuť moderním plnosortimentním obchodním domem. Cílem jejího vlastníka, společnosti Transakta a.s., bylo vytvořit zcela nový koncept tohoto obchodního domu, a to se mu podařilo. S tímto historicky a architektonicky vysoce ceněným obchodním domem, který oslavil již 85 let na trhu, má Transakta další smělé plány.

Nejen působivé průčelí a vstupní parter zrekonstruovaného obchodního domu Bílá labuť podle návrhu O. Petráčka se může chlubit novotou. Byly obnoveny také unikátní dobové skleněné výplně čelní fasády ze skel Thermolux švýcarské výroby. Do prosklené fasády byla vložena velkoplošná LED obrazovka o velikosti 100 m<sup>2</sup> a do vstupu byly umístěny LED panely. To vše slouží jako reklamní prostor pro obchody nacházejících se v Bílé labuti. Původních pět vstupů z ulice Na Poříčí bylo zredukováno na tři s jedním hlavním - centrálním, což dalo vyniknout průhledům do celého přízemí a vytvořilo se tak impozantní entré této věhlasné stavbě.

V rámci rekonstrukce byly v roce 2023 také eskalátory přesunuty do středu obchodního domu a blíže ke vstupu. Tím také vzniklo jakési atrium, kde je mezi eskalátory zachován průhled mezi jednotlivými prodejními podlažními. Osm obchod-

ních podlaží tohoto architektonického skvostu tak dostalo zcela novou obchodní dynamiku. V rámci rekonstrukce byl pro obchodní dům nainstalován také nový klimatizační systém, který byl napojen na systém rozvodů pro vytápění a chlazení objektu s názvem Critall. Tento systém se v současnosti opět vrací na výsluní a instaluje se především do nejdražších světových staveb, neboť jeho instalace je velmi nákladná. Tento systém má přitom Bílá labuť již od roku 1939, kdy byla postavena, jen tehdy bylo chladicí médium ochlazováno z maltézkých studní na přilehlém pozemku, nikoli z chladicích jednotek, jako je tomu nyní.

Jak jsme se dozvěděli od organizačně-právního ředitele společnosti Transakta a.s. JUDr. Michala Petráčka: „Nájemci také jistě ocení prostorný zásobovací trakt s rampou pro snadné zásobování obchodního domu. Návštěvníci zase ocení nově

budované parkoviště pro zákazníky Bílé labuť, které bude propojené vstupem přímo do obchodního domu. Naším cílem je vytvořit plnosortimentní a multifunkční centrum. V 6. patře obchodního domu proto nyní také rekonstruujeme plochu o velikosti přibližně 1000 m<sup>2</sup> pro využití jako kanceláře. Tím, že se kanceláře budou nacházet v obchodním domě s kompletní nabídkou občanské vybavenosti (obchody, stravování, fitness centrum, ...), budou kanceláře jistě velmi žádané. Jejich dokončení plánujeme ještě letos. Mezi návštěvníky obchodního domu tak přibude další skupina lidí, kteří budou do obchodního domu chodit pravidelně každý den.“

„Bílá labuť je skutečně nová, a to nejen díky rozsáhlé rekonstrukci, ale také novému složení obchodů a sortimentní nabídky,“ uvádí dále Michal Petráček.



OTEVŘETE OČI, PŘICHÁZÍM

# NOVÁ BÍLÁ LABUŤ

Logos: LIDL, sinsay, Blažek, steilmann fashion for life, DATART, TEDI, BOXEUR DES RUES, KRÁLOVSTVÍ HRAČEK BOMBULE

NOVÉ OBCHODY · NOVÝ DESIGN · NOVÁ ATMOSFÉRA · NOVÉ SLUŽBY

[www.bilalabut.cz](http://www.bilalabut.cz) Na Poříčí 1068/23, 111 29, Praha 1



# Potkáváte nás každý den, ale nejspíš to vůbec netušíte...

## ...říká šéf půlmiliardové firmy Authentica

V každém městě je plno obchodů, které je potřeba navrhnout a vybavit. Každá luxusní láhev se musí nadesignovat a potisknout. Každému domů chodí balíky z e-shopů, které někdo vychystal, zabalil a poslal. Právě v těchto každodenních detailech můžete narazit na firmu Authentica. Ta letos oslavila už 21 let, během kterých se rozrostla do několika odvětví a dobývá globální značky. V posledním roce rozhodně nezpomalila – investuje desítky milionů korun do nových skladových robotů nebo moderních technologií na dekorování obalů. Nyní představila **novou vizuální identitu**.



Za loňský rok dosáhla Authentica obrátu přes půl miliardy korun, již několikátý rekordní výsledek v řadě. Jejich služeb využívají značky jako je Hugo Boss, Ralph Lauren, C&A, Tchibo nebo Philips a narazíte na ni i daleko za našimi hranicemi, ať už v Singapuru nebo USA. Authentica přitom vznikla v Brně a dodnes má v jihomoravské metropoli sídlo a prakticky celý svůj provoz – všechno si totiž dělá pod vlastní střechou.

„Authentica je česká firma a je pro nás důležité, aby to tak zůstalo. I z Brna je možné budovat služby, na které se spoléhají globální hráči. Tento rok sice o fous nepřekonáme ten loňský, ale to nás netrápí – značně jsme investovali, abychom neustáli na vavřínech. Jsme na trhu už přes dvacet let a minimálně dalších dvacet let na něm být chceme. Proto neustále inovujeme, investujeme do technologií, hledáme nové obchodní příležitosti a dbáme na to, aby náš tým byl silný a sehraný,“ vysvětluje svou

podnikatelskou filozofii CEO Authentica Miroslav Hanák, který společnost v roce 2003 s několika přáteli založil.

### Větší, než kdy kdo plánoval

Firma, která aktuálně zaměstnává přes 260 lidí, vznikla jako reklamní agentura. Dnes už pokrývá nejrůznější služby pro retail i e-commerce. „Vyrůstli jsme organicky. Většinou klient přišel s tím, že by potřeboval něco, co jsme zatím nedělali. Ale to nám nebránilo odpovídat: ‘Ok, to zvládneme’. A pak jsme to museli zvládnout. Tu škálu služeb, které jsme schopni dodat, je široká a už to nebylo přehledné. Proto jsme představili novou identitu Authentica, díky které je na první pohled jasné, co děláme. A kromě toho se mi moc líbí,“ směje se Miroslav Hanák.

Authentica byznysově stojí na čtyřech hlavních pilířích. **BrandActivations** nabízí značkám způsoby, jak přilákat pozornost k produktům, například skrze různá POS média a in-store systémy. **DesignSpaces** se specializuje na navrhování a realizaci obchodních prostorů, jako jsou kamenné prodejny, jejich výlohy nebo pop-up stánky. Rozrůstající se divize **GlassDecor** spočívá v technologicky unikátní dekoraci a potisku obalů ze skla, plastu nebo i dřeva. Poslední divizí je **Fulfillment**, tedy outsourcing logistiky primárně pro e-shopy.

„S novou identitou se daleko lépe hledají cesty, jak klientům poskytnout komplexnější služby. Realizujeme pro vás shop-in-shop v rámci divize



*BrandActivations? Možná by se vám k tomu hodily i prémiovější obaly z GlassDecor nebo efektivnější logistika díky Fulfillmentu. To nám hodně usnadňuje prodávat naše služby zejména v zahraničí, odkud už dnes máme zhruba 70 % našeho obrátu, ale stále je tam téměř nevyčerpatelný potenciál,“ doplňuje Martin Hasilík, CCO divize BrandActivations a další z majitelů Authentica.*

### Roboti prohánějící se po skladu

Jednou z nejrychleji rostoucích divizí Authentica je Fulfillment, tedy kompletní outsourcing logistiky pro e-shopy, od uskladnění zboží až po jeho expedici k zákazníkům. Už po třech letech na trhu se Authentica Fulfillment dostala mezi špičku českých fulfillmentů a za loňský rok dosáhla obrátu kolem 150 milionů korun s více než 1,5 milionem vyexpedovaných zásilek. Kvůli vysoké poptávce letos divize investovala přes 70 milionů korun do robotizace skladu.

„Často jsme se pohybovali na hraně toho, co byl náš provoz schopen utáhnout. Proto jsme investovali do robotizace, která nám už nyní pomáhá naskládat nové zboží a pickovat objednávky. Investice nám násobně navýšila kapacitu skladu a už teď se těšíme, jak se osvědčí ve vánoční špičce. Systém je snadno škálovatelný, máme tak v budoucnu možnost kapacity zase rychle zvýšit,“ popisuje výkonný ředitel Authentica Fulfillment Petr Litavec.

### Jak vyčnívat z davu?

Velkou pozornost společnost v poslední době věnuje také divizi GlassDecor, která vznikla postupně v reakci na poptávku stávajících klientů po prémiových obalech. „V dnešní době je pro produkty důležité vystoupit z davu. Možností jsou desítky, často jsou velmi podobné a pro značky je těžké zaujmout. Skrze dekorování jedinečných a kreativních obalů umožňujeme klientům strhnout na sebe pozornost a mluvit k zákazníkovi jiným jazykem,“ vysvětluje zaměření divize její šéf Pavel Zemčík, spoluzakladatel Authentica.

Authentica je jednou ze tří firem v Evropě, která dokáže tisknout na láhve až devíti barvami najednou. Přímou na láhvi tak vytvoří luxusní design, kterému se tradiční papírové nebo plastové etikety nemohou rovnat. Možné je to díky tiskařskému stroji, který firmu stál několik desítek milionů korun. Letos ale divize své dekorativní služby ještě rozšířila o stroje na „hot stamping“ a „coating“. Celkem zvládne divize GlassDecor ročně vyrobit



až 12 milionů obalů. Kombinací těchto netradičních technologií tak zase posouvá možnosti designu obalů o úroveň výše.

„Jedinečnost našich kreativních návrhů potvrzují i nedávno získaná ocenění, jako je Obal roku 2024 za design láhve Ginjoy, doplněné o exkluzivní ocenění Packaging Print Prize za výjimečnou kvalitu a inovaci. Díky tomu se nyní hlásíme také do prestižní globální soutěže Worldstar Packaging Award. Velkým úspěchem pro nás byly také německé ceny Superstar Award, kde jsme si odnesli ceny napříč divizemi za práci pro Nestlé, Jägermeister nebo Beam Suntory,“ shrnuje nedávné úspěchy Zemčík.

Brněnská Authentica je ukázkou toho, jak může česká firma uspět na světovém trhu a dlouhodobě růst díky odvaze inovovat. „Věříme, že se nám letošní investice velmi brzy začnou vracet a za rok zase budeme chystat další přehled novinek. Největší radost mi ale stále dělá vidět v obchodě láhve Ginjoy nebo nakouknout do prodejny Ralph Lauren a říct si: To se nám povedlo.“ uzavírá Miroslav Hanák.

authentica@authentica.cz  
www.authentica.cz





# MultiArt® Volume pro krásnou grafiku a produkci knih

Poznejte **MultiArt® Volume** – jedinečný matný natíraný papír s vysokým volumenem, vyrobený z prémiových surovin. Každý arch poskytuje neopakovatelný taktilní zážitek, vynikající opacitu a zářivý jas, který dokonale zvýrazní barvy a detaily.

**MultiArt® Volume** je tou správnou volbou pro každou náročnou tiskovou zakázku. Prémiové vlastnosti tohoto papíru garantují výjimečný vzhled, který zaujme a inspiruje.

**MultiArt® Volume** patří do naší řady Multi – v 9 z 10 případů najdete právě zde ten nejlepší papír pro váš projekt.

Dostupné exkluzivně u Papyrus

[www.papyrus.com](http://www.papyrus.com)

## Nároky na řízení firmy rostou Firmy to řeší interim manažerem s poradenskou podporou



**M.C.TRITON** je renomovaná česká společnost, která více než 30 let poskytuje klíčové služby podnikatelům a manažerům v oblasti realizace změn, zlepšení řízení firem a investování do podniků. Její unikátní službou je poskytnutí interim manažera s poradenskou podporou, která může velmi efektivně pomoci českým firmám růst a překonat výzvy. Vyzpovídali jsme **Zdeňka Vosol SOBĚ**, jak jeho nasazení do firem probíhá a co přináší. On sám má ve firmě M.C.TRITON dvoji roli – nejen práci přímo jako jednoho z interim managerů nasazených v roli CEO, ale zároveň i roli supervizora, jehož úkolem je komunikovat s majitelem firmy a doporučit vhodného interim manažera a také navrhovat optimální složení podpůrného poradenského týmu.

### Jakou má možnost majitel firmy ovlivnit práci interim manažera?

Od samého začátku samozřejmě musí být vidět, kam celá spolupráce směřuje. Po úvodní analýze se stanoví priority a upřesní zadání pro IM. K tomu, zda změny směřují správným směrem, jsou měsíční setkávání s majitelem (zadavatelem). Na nich se vyhodnocuje uplynulé období a stanovují plány na další. Majitel má možnost se k postupu vyjádřit a nemusí mít strach o své „dítě“.

### Kdy by se vedení firmy mělo o Vaše služby ucházet?

Těch důvodů může být opravdu mnoho. Nástupnictví, stagnace firmy, potřeba získat odstup od operativního řízení, výpadek klíčového člena managementu, transformace firmy, krize a další. Právě např. nástupnictví je aktuálně poměrně častou poptávkou. Při generačním obměně může IM sehrát klíčovou roli, kterou nazýváme tzv. převozníkem. IM je převozníkem mezi původními majiteli a novou generací rodiny nebo novým managementem. Sloužíme také jako akademie pro novou generaci nejen do doby jejího nástupu do vedení, ale i po ní. Neodmyslitelnou složkou naší práce je také transakční poradenství a příprava firem na prodej.

### Co byste chtěl vzkázat lidem, kteří uvažují o kariéře v poradenství, interim managementu?

Pokud máte zkušenosti a rádi byste je předávali dál, pak interim management je pro Vás správná cesta. Interim manager musí mít především pořádnou dávku odolnosti. Je to jako ve sportu – interim manager častěji mění dres, za koho kope, v novém týmu se musí rychle adaptovat a také poměrně rychle začít vyhrávat. Pro někoho je to výzva, pro někoho je to diskomfort. Odměnou mu je však to, co získá, posune ho to dál. Interim manažer není mistr světa. Naopak pokora je jedním ze základních předpokladů úspěchu v novém týmu. Klíčové je také, aby uměl vést tzv. přes lidi, tj. získat si důvěru týmu i majitelů firmy. Do 1-3 měsíců musí prokázat své schopnosti a ukázat, že firmu umí posunout ku-

předu. Neúnavnou prací s lidmi vede firmu k samostatnosti. Ta energie se bohatě vrátí. Takže, co bych chtěl hlavně vzkázat, je: „Zapomeňte na komfortní zónu a připravte se na pořádnou dávku nových zkušeností, které jsou opojné!“

### Podle statistik je v Evropě průměrná délka působení TOP manažera v pozici 5 let a postupně se stále zkracuje. Jaké vnímáte důvody?

Vyšší očekávání akcionářů, rychlé změny na trhu, technologické změny. S tím velmi pravděpodobně úzce souvisí vzestup interim managementu, který právě díky své flexibilitě a dynamice dokáže naplnit očekávání a reaguje na potřeby trhu! I v ČR je interim management na vzestupu!

M.C. TRITON

Pokud se vaše firma nachází v některé z výše uvedených situací a nebo chcete-li se stát interim managerem, neváhejte se obrátit na odborníky z M.C.TRITON! Kontakty naleznete na [www.mc-triton.cz](http://www.mc-triton.cz).





# Proti globální konkurenci ochrání menší české podnikatele dobrá značka

„Rozdíl mezi velkými a malými podniky se rychle zvětšují. Ekonomický vývoj nepocítí všichni stejně a menší lokální hráči bohužel začínají ztrácet na konkurenci. Chceme je pobídnout k aktivitě pro tvorbu vlastních značek a uvolníme pro ně reklamní čas. Pomůže nám navíc Nova,“ říká v našem rozhovoru **Štěpán Ryska, jednatel sítě Radiohouse**, která má na starosti prodej reklamního prostoru na českých rádiích, jako jsou Rádio Blaník, Hitrádia, Rock rádio, Fajn rádio, Rádio Expres FM, Rádio Krokodýl a další.



pu, ví. České e-shopy si také stěžují na vykupování výkonnostního digitálního reklamního prostoru asijskou konkurencí, což je další velký problém. Pravdou je, že nakonec všichni soutěží o stejného zákazníka, a menším firmám často chybí na jejich vlastním trhu dobrá, známá značka. Na tu potřebujete mimo jiné vysokou reklamní intenzitu nebo delší čas. A právě ten čas řada menších firem už nemá.

## Jak vypadá podpora rádií Radiohouse a TV Nova?

Uvolníme jim reklamní čas. Počítáme s rozsahem reklamního prostoru přibližně v hodnotě 79 mil. Kč za celou skupinu. Podpora se dělí na jed-

## Různé podmínky, stejný zákazník

Analýzy i každodenní zkušenosti ukazují, že menší a střední regionální podnikatelé využívají růstové možnosti méně úspěšně než větší hráči. Efekty z rozsahu se projevují a jsou patrné v oblasti využití inovací ve výrobě, informačních technologií, automatizace, umělé inteligence i marketingu. Globální firmy často operují za jiných podmínek a nedodržují stejná pravidla, která musí dodržovat český výrobce, například z Jičína. Začíná to nepovolenou podporou ve výrobě a distribuci, nedodržováním zdravotních standardů produkce, pokračuje to reklamačním řízením až po administrativu v oblasti ochrany osobních údajů. Kdo si někdy koupil něco velmi levného s dopravou zdarma z čínského e-sho-



notlivé regiony s ohledem na jejich velikost. Třem stovkám dosud neinzerujících klientů nabídneme nejlepší celoroční obchodní podmínky a pak jim jako bonus prakticky zdvojnásobíme množství reklamy, aby byl efekt brzy patrný. Firma, která se do takového projektu hlásí, musí mít funkční provoz a hotové vlastní standardní komunikační kanály. To dnes není jen provozovna, e-mail a telefon. Je třeba mít optimalizovaný web, fungující profily na sociálních sítích apod.

## Jak bude vypadat pomoc na Nově?

Jsou tu nové reklamní možnosti, které mají ohromný potenciál. Nova nám pomáhá s vizualizací audio reklamy a zvýšením dosahu skrze HbbTV. Ocaňují jejich velkou míru ochoty participovat na takové podpoře pro malé podniky. S užitím HbbTV Novy lze regionálně velmi dobře cílit a levně produkovat kreativní obsah. Červené tlačítko na televizním ovladači dnes zná skoro každý. Společný balík jsme nazvali RH 300 Cross, protože kromě reklamních audio spotů v našich rádiích, streamech a podcastech nově nabízí rozumnou, regionálně cílenou vizuální formu reklamy v televizi.

## Je program časově ohraničený?

Přihlášení do projektu RH 300 Cross je možné v roce 2024 a podpora pak funguje celý další rok. Na druhou stranu otevřeně říkám, že kdykoli se na nás někdo obrátí s problémem, kde mu reklama může pomoci, vždy najdeme individuální řešení. Konečně, jde v tomto ohledu i o budování naší značky.

**RADIOHOUSE**

RADIOHOUSE s.r.o.  
Jednatel: Štěpán Ryska  
+420 602 528 261  
stepan.ryska@radiohouse.cz  
www.radiohouse.cz



ZAMĚŘTE JAMKU.  
VYBERTE HŮL.  
ODPALTE MÍČEK.



Vylepšete svou golfovou hru pomocí tohoto kapesního laserového dálkoměru, který nabízí rychlé a přesné odečty vzdálenosti.

Je vybaven vestavěnou kamerou, se kterou si budete moci své herní kolo zdokumentovat.

Více na [www.canon.cz](http://www.canon.cz).

**Canon**





# ŘEMESLNÉ PIVNÍ SPECIÁLY Z ČESKÝCH MINIPIVOVARŮ



## Pivní vánoční balíčky



## Adventní kalendáře



Kamenná prodejna v Praze na Andělu

BeerPeak

Lidická 35, Praha 5

<https://eshop.beerpeak.cz>

[pivoteka@beerpeak.cz](mailto:pivoteka@beerpeak.cz)

773 710 370

Dulux | &S

# Nebojte se renovací!

Rozhlédněte se a s velkou pravděpodobností najdete místa, kterým značka Dulux dodala na kráse. I když si to neuvědomujete, vidíte výsledky její práce každý den, ať jdete kamkoliv. To proto, že na světě nenajdete značku, jejíž dekorativní a speciální nátěrové hmoty by lidé používali více. Nově značka prémiových barev Dulux uvedla na trh novou kolekci produktů – Dulux Renovace. Ta je ideální pro renovaci různých povrchů od keramických obkladů až po nábytek.



dýhou, PVC a kov. Vyznačuje se vysokou odolností proti poškrábání, narázům a mastným skvrnám. Nanáší se přímo na nové nebo již natírané povrchy.

Poslední novinkou je řada Koupelna vhodná pro renovační nátěry dřívě natíraných obložení, stěnových panelů jak dřevěných, tak pokrytých melaminovými lamináty a PVC. Díky dvousložkovému složení není potřeba základní nátěr. Vyznačuje se hladkým povrchem a vynikajícím dekorativním nátěrem.

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



Barva je totiž nejjednodušší způsob, jak změnit atmosféru prostoru, a kreativní možnosti jsou neomezené. Různé odstíny lze kombinovat mnoha způsoby, a dodat tak prostředí jedinečný a osobní nádech. „Barva může změnit prostředí, zlepšit náladu a vyvolat pocity. A my se snažíme našim zákazníkům nabídnout barvy, které jim umožní, aby se ve svých domovech i firmách cítili dobře,“ říká David Franěk, Senior Brand Manager značky Dulux.

Dulux Renovace je moderní řada vodou ředitelných barev pro rychlé renovace kuchyní, koupelen a keramických obkladů. Barvy jsou určeny pouze pro vnitřní použití, vyznačují se vysokou odolností a vydatností 0,75 l/9 m<sup>2</sup>. Řada Keramické obklady je renovační nátěr na povrchy, jako jsou dlaždice, keramika, mramor a porcelán. Barva se snadno aplikuje a díky dvousložkovému složení nepotřebujete před jejím použitím základní nátěr. Vyznačuje se hladkým povrchem s vysokou odolností proti mechanickému opotřebení, včetně odolností proti dočasnému kontaktu s vodou.

Dalším renovačním nátěrem je řada Kuchyně, která je určena na kuchyňský nábytek a lze ji použít na všechny dřevěné povrchy, desky potažené



Brandsť

31



# Ciao Spritz a led. Nic víc!

## Nový osvěžující italský drink

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

Novinkou, která by neměla zůstat utajena těm, kteří milují kvalitní nápoje, je jedinečně osvěžující nový Lemon Spritz z citronů z Rivier, který vám již při prvním doušku rozjasní den. Tento nápoj lze využít také na sorbett nebo pouze podávat chlazený či s ledem, citronem a mátou.

Jde o mírně alkoholický drink 6,8% s výraznou chutí lemons a glery. Jemná perlage vám nechá na jazyku ten krásný osvěžující pocit lehkosti. Stačí se pouze napít a máte před očima krásnou italskou rivieru s písčnou pláží...

Na velké oslavy  
či párty - 20l sudy



Drink CiaoSpritz je namíchaný z nevybranějších přísad v ideálním poměru přímo v lahvi tak, že jej stačí pouze vychladit, otevřít a podávat. Nemusíte přidávat žádné další přísady, a přesto si užijete požitek z chuťově vynikajícího koktejlu.

Pozvěte přátele nebo si vychutnejte romantické posezení ve dvou se sklenicí naplněnou lahodným drinkem CiaoSpritz.

### Koktejl s dlouhou historií

Historie Spritzu se začala psát v 19. století během období habsburské nadvlády v Benátkách. Tehdejší zvykem bylo dát si před jídlem skleničku prosecca s likérem bitter. Vojákům a diplomatům habsburské říše vadil vysoký obsah alkoholu v místních vínech, a proto se dožadovali jeho ředění. Při zvolání „Spritzen“ hostinský jejich víno naředil vodou nebo likérem bitter. Ve dvacátém století se rozšířilo používání sodové vody, což dalo vzniknout receptu na koktejl Spritz. Voda s bublinkami přidala do té doby neperlivému náboji tu správnou jiskru.

www.rcaffe.cz



PRECIOSA

## České šperky s příběhem

V dnešní době, kdy je trh přesycen šperky všeho druhu, je opravdovou výzvou zaujmout a udržet si zákaznickou pozornost. V konkurenčním prostředí se firmy předhánějí ve snaze nabídnout něco jedinečného. Na českém trhu se i v této velké konkurenci již etablovala česká sklářská značka. Značka, která do svých výrobků vkládá své dědictví, historii a příběhy. Značka PRECIOSA. Česká sklářská společnost se sídlem v Jablonci nad Nisou a výrobními lokacemi převážně v severních Čechách, v tzv. Křišťálovém údolí, kolébce světové bižuterie.

Co dělá šperky Preciosa tak zvláštními? Vedle své vysoké kvality a precizního zpracování je to jejich symbolika a příběhy, které oslovují jak srdce, tak mysl. Šperky ze sklářské dílny Preciosa nesou více než jen estetickou hodnotu a mistrovské sklářské řemeslo – jsou nositeli významů, které rezonují s těmi, kdo je nosí.

### Křišťálové komponenty a tradiční výroba

Preciosa se pyšní tím, že její šperky zdobí kvalitní broušené křišťálové komponenty, jejichž výroba je soustředěna především v Liberci, centru sklářského umění v severních Čechách. Tyto křišťálové kameny jsou symbolem preciznosti a elegance, odrážejí dlouhou historii a odbornost sklářů. Návrhářky v designech využívají i kameny kubické zirkonie a stále častěji ručně mačkané křišťálové kameny. Ty vznikají nad kahanem technologií starou stovky let. Každý takový kámen, ručně odmačknu-

tý v kleštích, je originál. Tím se šperky Preciosa stávají nejen luxusními, ale i jedinečnými.

### Světové trendy a rozmanitost materiálů

„Abychom drželi krok se světovými trendy, reflektujeme požadavky trhu, který je stále dynamičtější. V naší nabídce se objevují šperky, které kombinují křišťálové kameny, kameny kubické zirkonie s říčními perlami – ty jsou nadčasovým symbolem elegance a luxusu. Novinkou jsou výrobky s přírodními kameny, jejichž začlenění do designu odráží současnou poptávku po přírodních prvcích a obecně symbolice přírody,“ popisuje Eva Klusáčková, marketingová ředitelka Preciosa Beauty.

### Symbolika, která osloví

Šperky Preciosa nejsou jen ozdobou, ale vyprávějí příběhy. Zákazníci si mohou vybrat například z mnoha symbolů. Velmi oblíbený je stříbrný ná-

hrdelník ve tvaru stromu života Sparkling Tree of Life, který symbolizuje sílu a odhodlání. Kolibříci jako posílající štěstí, harmonie a optimizmu jsou další z oblíbených motivů, stejně jako vlaštovky, které reprezentují rodinu, partnerství a vzájemnou oporu. Tyto motivy jsou navrženy s důrazem na detail a význam, což šperkům dodává další rozměr.

### Mistrovství je to, co dělá rozdíl

Šperky vznikají pod rukama zkušených řemeslníků v Jablonci nad Nisou, kde tradice sklářství sahá hluboko do minulosti. Pokud si vyberete šperk od značky Preciosa, nekupujete jen módní doplněk, ale kus českého řemesla s dlouhým příběhem. A i když se může zdát, že šperk je jen ozdobou, šperky Preciosa dokazují, že mohou být mnohem víc.

Kompletní nabídku doplňků a dekorací včetně mnoha symbolů naleznete na [www.preciosa-eshop.com](http://www.preciosa-eshop.com)



# A jak funguje vaše IT?

V dnešním rychle se měnícím digitálním světě jsou spolehlivé a na míru přizpůsobené IT služby nezbytností pro každou společnost, která chce růst, zefektivňovat své procesy a přinášet inovace. Bohužel, mnoho společností se potýká s problémy, které jim brání technologie efektivně využívat. Společnost Jagu s.r.o., založená v roce 2008, se zaměřuje na překonávání těchto výzev a zajišťuje bezproblémovou správu systémů, integraci technologií a dodávky softwaru nejen pro český trh.

## Nejčastější problémy v IT službách

Podle *CHAOS Report od Standish Group* je pouze 16 % IT projektů dokončeno včas a v rámci rozpočtu. Zbytek je buď úplně zrušen nebo naráží na zpoždění a zvýšené náklady – nejčastěji kvůli výzvám, se kterými se firmy potýkají:

- **Propojení systémů:** Firmy často naráží na problémy s propojením různých systémů, zejména když musí pracovat se staršími nebo rozdílnými technologiemi.
- **Kvalitní údržba:** Rychlá a spolehlivá údržba systémů je klíčová, přesto ji často firmy postrádají.
- **Dodržení termínů:** Vysoké požadavky na inovace mohou způsobit zpoždění, zejména pokud dodavatel není dostatečně flexibilní.

## Spolehlivý partner pro náročné projekty

Jagu těmto výzvám rozumí, je to zkušený tým vývojářů a expertů, který si dává záležet na dodávání kvalitních IT řešení. Společnost poskytuje služby od jednoduchých webových stránek až po rozsáhlé systémy s pokročilými funkcemi a efektivně pracuje i na projektech, které přebírá od předchozích dodavatelů. Dobrým příkladem je převzetí a optimalizace platformy eXtra.cz, kde zvýšení stability a výkonu snížilo výpadky a zrychlilo načítání obsahu, což zajistilo spolehlivější provoz při vysoké návštěvnosti.

## Řešení na míru

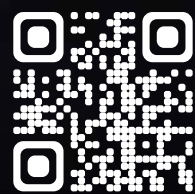
Firma staví na bohatých zkušenostech s projekty různých rozsahů a na otevřené komunikaci s klienty, aby každé řešení přesně odpovídalo jejich představám. V rámci dlouhodobé spolupráce s **Dotykačkou**, pro jejíž klienty Jagu zajišťuje individuální integrace informačních systémů, vznikla i spolupráce s **ReFresh Bistrom**. Kromě napojení na pokladní systém Dotykačky toto řešení automatizuje firemní procesy a v letošním roce byl spuštěn i zcela nový zákaznický portál, který přímo obsluhuje potřeby tisíců uživatelů ReFresh Bistra.

*„Spolupráce s Jagu s.r.o. nám v ReFresh Bistru výrazně usnadnila každodenní provoz. Jsme moc rádi, že jsme s nimi začali spolupracovat, a můžeme je vřele doporučit.“*

Marek Leffler, zakladatel a majitel



## Váš náskok v digitální džungli



více na jagu.cz

## Kombinace služeb

**LD Seating** je český výrobce židlí a modulárního sezení. Původně pro ně tým Jagu převzal správu webu od předchozího dodavatele, ale časem začal tvořit i nové projekty. Jedním z nich je konfigurátor modulárního sezení **Nido** (vyzkoušet si ho můžete na <https://nido.ldseating.com>). Další velké novinky se chystají a již brzy je LD Seating sám představí.

*„Oceňuji hlavně celkové zapojení se do projektu a snahu opravdu vymyslet to nejlepší řešení.“*

Jakub Huráb, jednatel

## Neustálé zlepšování

Když zrovna nepracuje na Vašich projektech, pracuje Jagu na vlastním softwaru, třeba skladovém a fulfillment systému **FulWMS**, který aktuálně používají klienti v Čechách, na Slovensku a v Maďarsku. Mezi další projekty patří **OptiLynx** – informační systém pro optiky. Na vlastních projektech je prostor zkoušet vždy ty nejnovější technologie, takže Vám pak mohou nabídnout to nejlepší, co je zrovna k dispozici. V současné době firma rozšiřuje své služby o AI, dronové natáčení a **prezentaci 3D objektů** na webu či prostřednictvím **rozšířené reality**.

*Máte konkrétní nápad, projekt v běhu, nebo teprve hledáte inspiraci? Zkuste spolupráci s Jagu.*



# Přijďte do znovuotevřeného rodinného penzionu Nad Kašnou v Kašperských Horách!

Penzion Nad Kašnou přímo na náměstí kouzelného šumavského městečka nabízí příjemné podkrovní pokoje. Je ideální i pro menší kolektivy či spřátelené rodiny.

Okolí penzionu nabízí nepřeberné množství zajímavostí a aktivit, a to po celý rok. Skýtá velké možnosti turistického i sportovního vyžití. Přímo v Kašperských Horách jsou 4 sjezdovky, denně upravované a v případě nutnosti komplet zasněžované, dvě tratě nabízejí také večerní lyžování.

Penzion se nachází v jednom z nestarších domů v Kašperských Horách. Historicky cenné je především novorenesanční sgrafito a ze střechy vystupující secesní vikýř podkrovní. V tomto domě přenocoval Bedřich Smetana. Pro milovníky seriálu Policie Modrava může být zajímavá poloha penzionu v bezprostřední blízkosti policejní stanice.

## Pohoda šumavského městečka, ski areál, běžkařské tratě...



Rezervace@nadkasnoukasperky.cz  
www.nadkasnoukasperky.cz





# Jak na odškodnění za zanedbanou lékařskou péči v roce 2025?

Advokátní kancelář Ciprýn, Kíršner a partneři s.r.o. je ryze česká advokátní kancelář, která se od svého založení stala jedním z předních hráčů v oblasti advokacie. CIKR je místo, kde právo není jen profesí, ale vášní spojenou s pečlivým přístupem ke klientům a jejich individuálním potřebám. Tvářemi za značkou advokátní kanceláře jsou advokáti a partneři **Mgr. Štěpán Ciprýn, LL.M. a JUDr. Pavel Kíršner, LL.M.**, kteří se rozhodli sjednotit své zkušenosti, vášně a odborné dovednosti za účelem poskytování prvotřídních právních služeb svým klientům. Odborný tým advokátní kanceláře sídlící v centru Prahy tvoří spolu s 2 partnery další advokáti, advokátní koncipienti a právní asistenti.

Partneři advokátní kanceláře Ciprýn, Kíršner a partneři s.r.o. tentokrát odpovídali na téma odškodnění v případě zanedbání lékařské péče.

## Mám jako pacient nárok na odškodnění, pokud mám pocit, že mi lékař poskytl nedostatečnou péči?

Obecně platí, že odškodnění nelze získat za jakékoli pochybení lékaře. Na jedné straně musí být nějaký chybný odborný postup lékaře. To se posu-

zuje podle toho, zda postup byl či nebyl v souladu s poznatky lékařské vědy a pravidly příslušného oboru, tzn. non lege artis. Současně musí pacient utrpět objektivně zjištěnou újmu, nejčastěji ve formě újmy na zdraví či životě. Navíc je nutné prokázat příčinnou souvislost mezi chybným postupem lékaře a vzniklou újmou. Tedy, že újma na zdraví vznikla právě kvůli pochybení lékaře, nikoliv z jiných důvodů.

## Co všechno se v rámci odškodnění kompenzuje?

Odškodnění zahrnuje několik složek. U trvalého poškození zdraví je nejvýznamnější složkou odškodnění za trvalé následky (tzv. ztížení společenského uplatnění). Dále existuje bolestné, což je kompenzace za bolesti způsobené újmou na zdraví a její léčbou. Pacient může požadovat i náhradu ušlého výdělků a náhradu nákladů spojených s léčbou. Vzhledem k šíři nároků doporučujeme konzultaci s advokátem, který ví, jaké všechny náklady lze uplatnit, včetně specifických výdajů, jako jsou například náklady na dopravu rodinných příslušníků za pacientem do zdravotnického zařízení.

## Jak složité je se v Česku domoci reálného odškodnění?

Odškodnění se vždy snažíme řešit mimosoudně, pokud nehrozí promlčení. Mimosoudní řešení bývá pro klienta rychlejší a levnější. Klíčovou roli zde hraje pojišťovna zdravotnického zařízení, která odškodnění vyplácí. Máme zkušenost, že právně zastoupený klient dosáhne lepšího odškodnění, jelikož zdravotnická zařízení a pojišťovny k právně zastoupeným pacientům přistupují s větší odpovědností a nedovolí si klienty jen tak odhýbat.

## A co když se věc nepodaří vyřešit mimosoudně?

Pokud lékař nebo zařízení odmítne odškodnění poskytnout nebo nabízí nižší částku, je třeba spor řešit soudně, což začíná podáním žaloby na náhra-

du újmy na zdraví. Klíčovým prvkem je znalecký posudek. Znalecké posudky mohou být problematické, protože znalci píšící posudky jsou vždy také lékaři, což může mít své výhody i nevýhody.

## Jaké nevýhody máte na mysli?

Problematická je situace, kdy výsledek sporu je závislý na znaleckých posudcích, které vyhotovují opět lékaři, kteří posuzují práci svých kolegů. Řešili se pochybení v některé z velkých nemocnic, pravděpodobnost, že existují nebo existovaly vazby na zdravotní zařízení, které je posuzováno, se v tak relativně těsném prostředí jako je ČR zvyšuje, zvlášt

hovoříme-li o specializovaných pracovištích a specialistech v nich pracujících. Soud má jen omezenou možnost znaleckému posudku „neuvěřit“. Naštěstí máme již vytvořenou síť velmi kvalitních znalců, kteří se nebojí napsat objektivní posudek, bez ohledu na možné dopady.

## Na základě čeho se píše znalecký posudek?

Znalecký posudek vychází zejména ze zdravotní dokumentace pacienta. Pacient má právo kdykoli do dokumentace nahlížet a zdravotnické zařízení je povinné ji na vyžádání poskytnout. Setkali jsme se s případy, kdy dokumentace nebyla vedena řádně nebo některé části chyběly. Dle recentní judikatury je v takových případech obrácené důkazní břemeno - předpokládá se, že lékař pochybil a je to poskytovatel zdravotní péče, kdo prokazuje, že postupoval s náležitou péčí.

## Na co dalšího by si měl poškozený pacient dát pozor?

Častým kamenem úrazu zdravotnické kauzy je promlčení, kdy za námi poškozený přijde pozdě a svůj nárok již nemůže úspěšně vymáhat soudní cestou. Určitě tedy doporučuji věc neodkládat a řešit co nejdříve. S časovým odstupem je také složitější dohledat důkazy, atd. Doporučujeme uchovávat veškeré dostupné důkazy, jako jsou fotografie místa činu, problematické části těla, videa, účtenky za veškeré výdaje nebo kontakty na spolupacienty.

## Které případy ve vaší praxi jsou nejtěžší a vyžadují nejvyšší odškodnění?

I když je porodnictví v ČR na velmi vysoké úrovni, bohužel jsme se setkali s řadou případů, kdy chyby při porodu měly fatální následky pro dítě i ro-



dinu. Bohužel nejsme oprávněni sdělit více detailů s ohledem na povinnost mlčenlivosti, ale během uplynulého roku se nám ve více případech podařilo vyjednat (či jsme v pokročilé fázi jednání) odškodnění, které výrazně převyšuje průměrné odškodnění v České republice.

## Co byste doporučili čtenářům závěrem?

Obecně je důležité, aby se poškození tím celým procesem nenechali odradit. Byť to někdy bývá dlouhá cesta, určitě se vyplatí obrátit se na advokáta, který má v této oblasti zkušenosti. My si uvědomujeme, že samotné poškození zdraví může být pro klienty velmi citlivé, a tak se snažíme postupovat tak, aby klient s případem byl zatěžován co nejméně.

**Děkujeme za rozhovor Mgr. Štěpánu Ciprýnovi, LL.M. a JUDr. Pavlu Kíršnerovi, LL.M.**



**Kontaktní informace advokátní kanceláře**  
 telefon: +420 775 143 332  
 +420 604 958 832  
 Rumunská 1720/12  
 120 00 Praha 2  
 e-mail: [info@cikr.cz](mailto:info@cikr.cz)  
[www.cikr.cz](http://www.cikr.cz)



Pavel Kíršner



Štěpán Ciprýn





## Zahajte rok 2025 stylovým bruslením ve Mcelích

Chateau Mcely Ice Rink powered by Lexus Hradec Králové

Od neděle 5. ledna do středy 5. února 2025 se bude v mcelském parku bruslit. Z kluziště budou mít hosté exkluzivní výhled na zámek, zimní park i okolní Svatojiřský les. Bruslení včetně zapůjčení bruslí bude v ceně ubytování. Zážitek lze také spojit s návštěvou MCELY BOUQUET SPA či restaurace Piano Nobile. Nebude chybět svažené víno ani speciální ledový Lexus dezert symbolizující letité partnerské spojení se Chateau Mcely v duchu zeleného fungování. Vše doplní bohatý zimní kalendář akcí – po celou dobu bude možné ochutnat velmi výhodné čtyřchodové Karnevalové menu s nápoji, které navazuje na tradici masopustu či výhodný balíček Zimní odpočinek. Tyto zážitky jsou i skvělým tipem na vánoční dárky.

Ať už jste zkušený bruslař nebo se chystáte na led poprvé po letech, naše kluziště je místem, kde se můžete uvolnit a užít si zábavu s rodinou, přáteli

li nebo kolegy. Bruslení uprostřed zimního parku včetně zapůjčení bruslí si mohou ubytovaní hosté užít bezplatně po předchozí rezervaci. Zabrúslit si mohou páry, rodiny i firmy. Maximální počet osob na ploše v jednu chvíli je 6 osob, velikost ledové plochy je 5 x 10 m.



**CHATEAU MCELY**  
SPA HOTEL & FOREST RETREAT

[www.chateaumcely.cz](http://www.chateaumcely.cz)  
Chateau@ChateauMcely.com  
+420 325 600 095



## Široký sortiment dveří pro každý vkus a peněženku

ERKADO je předním evropským výrobcem dveří s 45letou historií a obrovskou kapacitou výroby. Produkuje kolem 100 000 kusů dveří měsíčně a dodává je po celém světě! Ve spolupráci s designéry navrhuje svoje novinky ve světě dveří, které vám nyní krátce představíme.



Nejpopulárnější klasikou z produkce ERKADO jsou plně interiérové dveře ALTAMURA, které jsou dodávány hlavně na americký trh jako bezrámečkové dveře se skrytými panty a magnetickým zámkem. Obzvláště výrazným trendem poslední doby jsou černé prvky ve dveřích, jako jsou kliky, panty a zámkové zábrubně.

Dalším bestsellerem značky ERKADO jsou dveře BALDUR, které jsou podobné dveřím ALTAMURA, ale jsou ozvláštňeny vloženým pruhem matného nebo černého skla. Jsou dodávány v segmentu technologií bezrámečkového provedení, což znamená, že na dveřích nevyčnívají žádné rámečky kolem skla. To přispívá k působivému estetickému vzhledu dveří.

Již několik po sobě jdoucích let patří ke trendy dveřím FREZIE, tedy dveře, které jsou podobné dveřím BALDUR, ale mají rámovou konstrukci. Obzvláště jsou vhodné pro domy, kde jsou malé děti. Jejich válejší se hračky na zemi u těchto dveří nepoškodí sklo. Co se designu týče, tyto dveře lze zvolit ve variantě pruh skla FREZIE 1 nebo celoplošné sklo v rámu FREZIE 3. Novinkou je pak FREZIE 9, který představuje klasický vzhled spojený s moderním designem.

Samozřejmě všechny uvedené dveře lze vyrobit v provedení: rezevní dveře, posuvné dveře na stěně nebo do stavebního pouzdra, kde je ERKADO výhradním dovozcem významného italského výrobce Scrgno.



model ALTAMURA, dub příčný premium



FREZIE 1

FREZIE 3

FREZIE 9

BALDUR, dub příčný PREMIUM

**DVEŘE ERKADO**  
- DOOR HOLDING EUROPE s.r.o.  
Zelená linka: 800 111 999  
Centrála Praha 10: Průběžná 90, 100 00  
244 460 824, info@erkado.cz  
Prodejna Praha 6: Bělohorská 279  
283 980 500, praha6@erkado.cz  
Prodejna Brno: Cejl 107  
545 222 111, brno@erkado.cz  
[www.dvere-erkado.cz](http://www.dvere-erkado.cz) | [www.erkado.cz](http://www.erkado.cz)



# Vitahotel Gosau

## Oáza relaxace v Dachsteinu

Užijte si letošní zimu v srdci regionu Dachstein Salzkammergut v malebné vesničce Gosau. Ve Vitalhotelu Gosau obnovíte svou energii a vitalitu příjemnou kombinací sportu, relaxace, vynikajícího jídla a dlouhého spánku. Osobní přístup a touha hosty rozmazlovat se tu setkává s důrazem na přírodu, lokální suroviny a veškerý komfort.



Začněte den bohatou snídaní, se kterou nemůžete pospíchat. Večer doplňuje gurmánské menu a tematická nabídka pokrmů, které se tak krásně snoubí s víny z hotelového vinného sklepa. Zážitky z celého dne proberte u sklenky koňaku, koktejlu či jiného drinku v útulném baru.

### Relax ve SPA zóně

Po dni plném výletů si odpočíte ve wellness zóně o rozloze 500 m<sup>2</sup>. Zaplavte si v krytém bazénu, vypotíte se v sauně, poležte si v relaxační zóně nebo



si dopřejte masáž. Relaxovat můžete v klasické finské sauně nebo v borovicové sauně, která kombinuje útulné teplo s voňavým prostředím borovice. Kromě toho jsou hostům k dispozici dvě infračervené kabiny. Odpočíte si na vodních postelích nebo lehátkách v relaxační místnosti nebo si užijte četná lehátka v odpočívacích místnostech. Pro společně strávené hodiny je ideální soukromý pokoj s vodní postelí. Zkušená masérka vás bude hýčkat osvěžujícími částečnými masážemi nebo relaxační masáží celého těla či uklidňující masáží lávovými kameny. Zkrátka relax jak má být.

### Zimní radovánky

Zima v Gosau je jako z pohádky. Prostorné pokoje a junior suites s balkony nabízejí úchvatné výhle-



dy na zasněžené vrcholky hor. Po dni stráveném na perfektně upravených sjezdovkách si odpočíte ve wellness zóně, která zahrnuje bazénovou jeskyni, sauny a masáže. Tenisová hala se dvěma kurty na tenis a na badminton se stolním tenisem a hřištěm na basketbal a fitness studio Technogym poskytují extra porci sportu. Zpestření nabízí také lukostřelba a kulečnick.

Lyžaři ocení bezplatný skibus, který je za tři minuty doveze přímo do největšího lyžařského areálu Horního Rakouska. Sjezdovky s celkem 160 kilometry upravených tratí a možnostmi freeridu v oblasti Freesports Arena Dachstein Krippenstein zaručují nezapomenutelné zimní zážitky pro všechny milovníky lyžování. Běžkaři si zajezdí na 40 km upravených stop. Pokud preferujete klidnější způsob trá-



vení volného času, projedte se kočárem s koňským spřežením nebo se vydejte na túru s pochodněmi s průvodcem z Vitalhotelu Gosau.

### Jarní a letní dobrodružství

Jakmile sníh roztaje, Gosau se promění v ráj pro turisty a cyklisty. Vitalhotel Gosau se stává ideálním výchozím bodem pro objevování regionu Solná komora s více než 300 značenými turistickými trasami a cyklostezkami. Novinkou loňského léta jsou e-horská kola, která si hosté mohou zdarma půjčit v rámci balíčku „Bike & Hike“.

Přímo z hotelu jezdí bezplatný transfer do Halštattu. Za 45 až 60 minut vyjete na Salzberg, nebo na něj můžete vyjet lanovkou a objevovat ohromující svět solných jeskyní a dolů. Až se projdete 7000 let starou historií, nejspíš vám vyhládne. V restauraci Rudolfssturm s výhledem do okolí si vychutnáte

místní speciality. Pouhou půlhodinu jízdy z hotelu je vzdálený Bad Ischl, hlavní město kultury 2024, překypující nabídkou historického i současného umění a kulturních aktivit.

V zahradě Vitalhotelu Gosau si poležte na lehátkách nebo v houpací síti a nechte se unášet na vlnách fantazie nebo se kochejte výhledem na majestátní Dachstein a okolní vrcholky.

Na vysněné dovolené se můžete ocitnout už za šest hodin jízdy z Prahy.

### Vitahotel Gosau Betriebs GmbH

A-4824 Gosau  
Steinermühlenweg 18  
+43 613 688 110  
info@vitalhotelgosau.at  
www.vitalhotelgosau.at



## Vánoční balíčky z Klieru pomohou v chladném počasí i s vlasovou péčí

I když se to nezdá, Vánoce už jsou za rohem. A protože předvánoční období bývá hektické, šetřete svůj čas a energii. Pořídte pohodlně dárky, kterými pod stromečkem potěšíte každého!

I letos pro vás v kadeřnictví Klier připravili několik variant oblíbených balíčků profesionální vlasové kosmetiky.

Kosmetické balíčky jsou rychlý a oblíbený vánoční dárek.



**Můžete vybírat z profesionálních a oblíbených značek Kérastease, L'Oréal Professionnel a Redken. A vybere si opravdu každý!**

- Najdete zde balíčky pro suché, barvené i poškozené vlasy, stejně jako pro ty mastiče se.
- Speciální balíčky mají i pro majitele vlnitých, blond nebo jemných vlasů, které potřebují objem.
- Balíčky jsou i pro pánské vlasy, které mají své specifické potřeby.
- Pořídít můžete i balíček s novinkou 2024, kosmetikou Première Kérastase. Řada vlasy obnoví, zregeneruje a účinně zbaví nadbytečného vápníku, který se v nich usazuje.
- Zajímavý je např. i balíček hloubkové čisticí řady Metal Detox. A spousta dalších.

Kadeřnictví Klier najdete na 32 místech České republiky. Salóny jsou otevřené 7 dní v týdnu a ani v předvánočním období se nemusíte objednávat!



Více informací a vaše nejbližší kadeřnictví najdete na webu [www.klier.cz](http://www.klier.cz). Jednotlivé produkty pořídíte pohodlně na e-shopu Klier.



## Dolní Morava otevírá nové horské apartmány: Objevte luxusní ubytování přímo u sjezdovek!

Přímo u sjezdovek, s výhledem na horské hřebeny, v moderním prostředí, v soukromí, a přesto na dosah všech služeb – takové jsou zbrusu nové Vista Apartments v srdci Horského resortu Dolní Morava. První hosté se tu mohli ubytovat 29. listopadu letošního roku.

Tři nové apartmánové domy se 171 byty vyrostly ve výšce 700 metrů nad mořem přímo u sjezdovek a nástupní stanice sedačkové lanovky. Moderní apartmány nabízejí dokonalou kombinaci komfortu, soukromí a snadného přístupu ke všem službám resortu. Každý z apartmánů je pečlivě navržen tak, aby vám poskytl pohodlí a zároveň vám

umožnil si plně vychutnat okolní přírodu Králického Sněžníku.

Apartmenty jsou vybavené velkorysým kuchyňským koutem, obývacím pokojem a balkonem s nádherným výhledem na okolní lesy a hory. V každém domě najdete také společenskou místnost s dětskou hernou a úschovnu lyží a kol. Samozřejmostí je po-



hodné parkování přímo u apartmánů, a to včetně možnosti dobření elektromobilů. Apartmány jsou navíc zcela samoobslužné a bezkontaktní. Poskytují tak dokonalé zázemí pro aktivní odpočinek.

Dolní Morava je známá pro svou jedinečnou koncentrací letních i zimních aktivit. Z nových apartmánů můžete rovnou vyrazit na nejdélší sjezdovku v Česku, vybrat si z více než 10 kilometrů sjezdovek od modrých až po černou, nebo se vydat objevovat 30 kilometrů trailů různých obtížností. V zimě není nic lepšího než vyskočit z postele a rovnou vyrazit na lyže, zatímco v létě si můžete užít turistiku či cyklistiku. Díky moderním půjčovnám sportovního vybavení je vše snadno dostupné a rychle připravené pro vaše zážitky.

Užijte si luxus, komfort a blízkost přírody v jednom z nejkrásnějších horských resortů v České republice!

Podrobné informace a rezervace najdete na webu Dolní Moravy



Žijeme v uspěchané digitální době. Něco si poznamenat ručně, udělat si náčrtek svojí představy na papír nebo si jen napsat pro a proti pro svoje rozhodnutí...to už se dávno nenosí, ale zkuste to, má to svoje kouzlo. S diářem či zápisníkem a psaním do něho dochází ke zklidnění a k prožívání tady a teď!

## Objevte své různé stránky!

Toho jsou si dobře vědomi tvůrci diářů a zápisníků kanadské firmy Paperblanks, která svoji největší kolekci nazvala „Objevte různé stránky svého já!“. Tou právě apeluje na zklidnění, vyšetření si chvilky pro sebe – jen se svými myšlenkami, plány a diářem či zápisníkem. Paperblanks si stojí za tím, že i v dnešní technické době je ručně psané slovo důležitým pojtkem mezi lidmi.

Značka Paperblanks se již více než 30 let vyznačuje designy inspirovanými kulturami a umělci z celého světa. Právě to činí každý zápisník jedinečným originálem. V Paperblanks věří, že umění má své neodmyslitelné místo v životě každého člověka. Proto se ve všem, co dělají, řídí uměleckou vizí – vydávají vzory, které mají sílu dotknout se lidské duše. Paperblanks symbolizuje již tři desetiletí kreativitu, sebevyjádření a výjimečné okamžiky.

Sortiment Paperblanks byl z diářů a zápisníků postupně rozšířen o adresáře, plánovače, knihy hos-



materiálů. Vazačské techniky ručně šitých knih jsou téměř sto let staré. Paperblanks je jejich moderním protějškem. Každý kus je pečlivě zhotoven z kvalitního papíru certifikovaného FSC. Desky jsou vyráběny ze 100% recyklovaného materiálu.

To, co je ale hlavně odlišuje, je schopnost vytvářet krásné a kvalitní zápisníky, které přinášejí radost všem, kteří je vyzkouší a zažijí. Nejsou to jen produkty, které Paperblanks činí jedinečnými – je to vášně. Je to vytrvalost. Jsou to lidé.

### Firemní dárky

Paperblanks nabízí široký sortiment, který můžete využít k propagaci svých značek, firem nebo akcí. Šíří všech designů a kolekcí najdete na stránkách [www.paperblanks.com](http://www.paperblanks.com).

Jakékoli dotazy Vám ráda zodpoví Ing. Dana Loew na mobilu +420 607 522 649 nebo e-mailu [dloew@paperblanks.com](mailto:dloew@paperblanks.com).

tů, desky na dokumenty, oblíbené záložky, plátěné tašky či hrací karty. Jako novinku představil letos sešity (Cahiers) ve velikostech A4, A5 a A6, linkované, čisté a tečkované.

Paperblanks nevyniká pouze nevšedním designem, ale i tím, že všechny zápisníky jsou vázány kvalitní šitou vazbou s deskami z recyklovaných



paperblanks®



Začínající podnikatel s dlouholetou podnikatelskou historií, s mnoha referencemi a známou značkou... že to nejde?

## Jde to a je to docela běžné. U nás i ve světě!

Aktuálně je v České republice k dispozici přibližně 350 podnikatelských nápadů/konceptů, které jejich majitelé nabízí formou franšiz, tj. poskytnou svoje know-how a značku za úplaty zájemcům, kteří chtějí začít podnikat v jejich oboru podle jejich návodu. Všeobecně známým příkladem a vzorem je např. McDonalds. Mnozí podnikatelé by rádi vybudovali ze své firmy takovouto globální značku, ale chybí jim většinou vůle, finance, vytrvalost a také trochu štěstí.

V dnešní době se informace šíří velmi rychle a je třeba umět rychle reagovat na měnící se podnikatelské prostředí. Není to tak dávno, co se dynamicky rozvinul on-line obchod prostřednictvím internetu, a je před námi další skok vpřed, který představuje AI. Její prvky se již nyní začínají projevovat v mnoha oblastech podnikání a ani franšizové systémy nesmí zůstat pozadu. Vývoj franšizového systému trvá několik let a je to poměrně nákladný proces na finance, lidské zdroje a technologie. Vždy je na začátku majitel/podnikatel, který si uvědomí při růstu své firmy, jak je marné se snažit mít vše pod kontrolou, vše uhlídat a o všem rozhodovat tak rychle, aby to nebrzdilo další rozvoj a expanzi firmy/značky.

Vznikají tak pobočky, vedené zaměstnanci majitele, který je na dálku řídí. Zaměstnanec ale má „pracovní dobu“ a pak volno. Na rozdíl od majitele mu nehrozí krach, nedostatek financí na výplaty nebo surovin pro výrobu apod. Zaměříme-li zaměstnance za podnikatele, dojde ke změně: začne přemýšlet i po „pracovní době“ a jeho cílem už není se v práci jen udržet, ale chce si zajistit svoji aktivitu dostatečný zisk pro sebe a svoji rodinu, své zaměstnance, svoji provozovnu.

Proto se koncem minulého století zrodil FRANŠÍZING. Má mnoho výhod – tou nejzásadnější je schopnost řídit velkou síť poboček malým množstvím lidí, kde vše „jede“ podle ověřených manuálů

a každý příjemce cenného know-how řeší pouze svoji provozovnu jako svůj soukromý podnik. Podnik, který není konkurencí pro ostatní členy sítě, ba naopak se všemi úzce spolupracuje a dělí se o zkušenosti (franšizová síť je tzv. samoučící se organizace). Síť sdružuje prostředky na společnou reklamu, centrálně výhodně nakupuje, školí se, vyjednává s dodavateli atd. Díky tomu (tzv. „výhodám z rozsahu“) se stává síť neporazitelnou, a proto zcela osamocený podnikatel (byť podniká poctivě a snaží se) nemá šanci dlouhodobě se sítí soutěžit. Výsledkem je, že obchodní sítě jsou všude kolem nás.

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

Jako příklad úspěšných franšizových sítí bych uvedl alespoň některé novější české značky, které nabízí své know-how do všech regionů v ČR:



**ARDON**  
pracovní oděvy a outdoor  
[www.ardon.cz](http://www.ardon.cz)



**PLAYWISELY**  
dětské školky / [www.playwisely.cz](http://www.playwisely.cz)



**SOLODOOR**  
dveře a zárubně / [www.solodoor.cz](http://www.solodoor.cz)



**PAPILOIA**  
motýlí domy / [www.papilonia.cz](http://www.papilonia.cz)



**EDYMAX**  
personální agentura / [www.edymax.cz](http://www.edymax.cz)



**STOP BOLESTI ZAD**  
[www.stopbolestizad.cz](http://www.stopbolestizad.cz)



**EXTERIA Market**  
bezpečnost práce a PO / [www.exteria.cz](http://www.exteria.cz)



**Doučování Doma**  
[www.doucovanidoma.cz](http://www.doucovanidoma.cz)

a další...



## Dárek, který potěší vaše blízké i přírodu

- produkty jsou dermatologicky testované
- mají přírodní složení s neutrálním pH
- neobsahují mikroplasty, ropné deriváty nebo EDTA
- provoní váš domov jemnou vůní levandule, pomeranče či granátového jablka



[frosch-eko.cz](http://frosch-eko.cz)