

Brands&

Brands&Stores
i

Jaro 2025



PŘÍBĚHY ZNAČEK:

Renault
Proton Therapy Center
Haier
Tony's Café&Bar
Manufaktura
Egermann

Continental
Nordic Outdoor
Naturinka
IVNprofi
G. Benedikt
DARRÉ

FANY Expo
NEWTON University
Philips
Canon
Smarty BRANDS
Premium Gastro

Cheport
Bílá Labuť
Gebrüder Weiss
Ellipse
Elektrárna
Mail Boxes Etc.



Bud'te styloví díky Vantage Silk papírům

Vantage papíry jsou ta správná volba, když požadujete papír, na který se můžete vždy spolehnout – takový, který nabízí výjimečnou hodnotu bez kompromisů v kvalitě.

Pokud jde o maximální využití každodenních tiskových úloh – s ohledem na rozpočet a značku – vaše logická volba přichází v široké škále gramáží, s hedvábným nebo lesklým povrchem.



Papír Vantage Silk, na kterém je vytištěno toto vydání Brands&Stories, dodává IGEPA CZ

www.igepa.cz



Photo by efi

Vážení a milí čtenáři,

jarním vydáním vstupujeme do šestnáctého roku fungování našeho čtvrtletníku. I na stránkách tohoto vydání vám představujeme mix velmi zajímavých značek, ať už zcela nových či s letitou tradicí. Více než úctyhodných 140 let je třeba na trhu porcelánka G. Benedikt ze srdce Karlových Varů. Ale nejen před tradicí, nýbrž i před českými rodinnými firmami, které vybudovaly za pouhých několika desítek let stabilní firmy na trhu, se hluboce skláníme. Z takových si povšimněte třeba firmy Darré, Nørdic Outdoor, Naturinka, Atelier IVNprofi, Cheport, Premium Gastro a dalších. Ani v jarním vydání jsme neopominuli téma udržitelnosti, které se prolíná do prezentací mnoha značek. Nezapomněli jsme ani na technologické novinky.

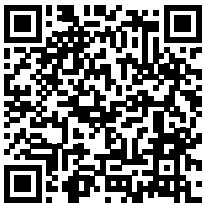
Obě témata se objevují i v odborné části o kamenných obchodech STORES. Najdete v ní inspirace od nás i ze světa. Také se v ní dočtete na několika stranách, že kamenný obchod dnes již neslouží jako pouhá výdejna zboží, ale jeho role se přesouvá na místo nákupního zážitku, servisu či edukace. Dozvíte se také, jak je to se zákaznickou zkušeností u nás.

Přeji Vám příjemné počtení a krásné jaro!

Blanka Bukovská
Vydavatelka a šéfredaktorka
Brands&Stories

Obálka tohoto vydání časopisu Brands&Stories je vytištěna na bezdřevém natíraném papíru Vantage Silk 300 g/m², vnitřní listy na stejném papíru v gramáži 130 g/m². Papír dodala společnost Igepa CZ s.r.o.

IGEPA CZ je silným a stabilním partnerem v oblasti polygrafie, reklamního průmyslu a packagingu. Je distributorem kancelářských i grafických papírů a kartonů, obalů a médií pro reklamu včetně technického vybavení a služeb. Sídlo společnosti se nachází v Odoleně Vodě, showroom technologii v Praze a logistická centra v Rajhradě, Ostravě a Odoleně Vodě.



2	Renault
4	Proton Therapy Center
8	Haier
11	Tony's Café&Bar
12	Manufaktura
14	Egermann
16	Continental
18	Nørdic Outdoor
20	Naturinka
22	IVNprofi
24	G. Benedikt
26	DARRÉ
28	FANY Expo
30	NEWTON University
33	Philips
34	Canon
36	Smarty BRANDS
38	Premium Gastro
40	Cheport
42	Bílá Labuť
44	Gebrüder Weiss
45	Ellipse
48	Elektrárna
49	AVEX systems
50	Mail Boxes Etc.

Časopis Brands&Stories je dlouhodobě zdarma v tištěné podobě distribuován vyhradně podnikatelům, zejména obchodním korporacím (k rukám jejich zástupců). Pokud jako podnikatel časopis nedostáváte, můžete si jej objednat na emailové adrese brands@pribeh- znacek.cz. Jestliže si časopis nadále nepřejete dostávat, můžete se z odběru časopisu odhlásit na emailové adrese 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 zasílání) jsou souhlas, plnění smlouvy či oprávněný zájem dle čl. 6 odst. 1 písm. a), b), f) obecného nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR). Osobní údaje jsou sbírány z veřejných databází podnikatelů, údajů sdílených 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.



Elektrická ikona a vůz, který předběhl svou dobu

RENAULT 5 E-Tech elektrický: nová tvář elektrické revoluce

Jak lépe rozšířit elektromobily v Evropě než pomocí populární ikony? Renault 5, vůz s pověstí avantgardního, všestranného a úsporného vozu, provázal miliony rodin výzvami své doby: ropnou krizí, změnou životního stylu a příchodem druhého auta do domácnosti. Renault 5 E-Tech elektrický je věrný tomuto bujarému modernímu dědictví a je odvážnou odpovědí na společenské a ekologické výzvy své doby - střídmost, udržitelnost a snížení uhlíkové stopy.

S designem, který si vás získá, se zkušenostmi s elektrickými a digitálními technologiemi, které jsou zábavné a snadné, a s výrobou, která je lokální, zodpovědná a cirkulární, má vše, co je potřeba k tomu, aby se stal etalonem městského vozu pro přechod na 100% elektrický pohon.

Nová generace vozu zrozená z Renaultion

Renault 5 E-Tech elektrický je vůz jako žádný jiný. Je symbolem značky Renault. Je symbolem strategie obnovy skupiny Renault, Renaultion, její průmyslové obnovy a elektrického posunu její ikonické značky.

Výsledkem inovativního přístupu je sériový model, který si zachovává veškerou svůdnost a snový charakter konceptu. Jeho vývoj trval pouhé tři roky, oproti obvyklým čtyřem. Je to skutečná síla elektrických a digitálních technologií. Renault 5 E-Tech elektrický se vyrábí ve Francii a zároveň je cenově konkurenceschopný.

K dosažení tohoto výsledku v segmentu malých a cenově dostupných městských vozů bylo nutné použít veškeré odborné znalosti skupiny, zejména značek Renault, Ampere, divize skupiny Renault specializující se na elektrická vozidla a software a také Mobilize.

Jedinečný a emotivní design evokující vzpomínky

Design vozu Renault 5 E-Tech elektrický se pohybuje na hraně pravidel platných pro ostatní modely značky. To je výsada ikony! Vedle prvků, které symbolizují retro-futuristický design, se zde objevují prvky se silnou emocionální hodnotou, které tvoří moderní a lidový celek.

V kolektivní paměti není Renault 5 jen původní model z roku 1972. Design vozu Renault 5 E-Tech elektrický v sobě spojuje prvky tří modelů: celkový vzhled vozu Renault 5, Supercinč a postoj modelu Renault 5 Turbo s širokými blatníky pevně přimknutými k vozovce.

Světelný podpis, který je v modelové řadě Renault jedinečný, tvoří dva obdélníky se zaoblenými rohy umístěné v předním nárazníku, kde se dříve nacházely mlhové světlomety vozu Renault 5 Turbo.



Zatímco podběhy kol jsou kruhové, provedení blatníků kopíruje charakteristický tvar původního Renault 5. Barevná lišta, která lemuje střechu (v černé, červené nebo zlaté barvě), svislá zadní světla ve velmi syté červené barvě a křiklavé barvy karoserie jsou dalšími znaky, které stejně jako u původního Renault 5 navozují schopnost rozzářit město.

Emoce vyvolané vnějším designem se odrážejí i uvnitř. Zvláštní pozornost byla věnována uvítání řidiče. Renault 5 E-Tech elektrický je vybaven velkým 10" multimediálním dotykovým displejem s efektním a plynulým rozhraním. Jeho součástí je grafická a zvuková uvítací sekvence navržená ve spolupráci se společností Ircam a Jeanem-Michélem Jarrem. Umělec, skladatel a autor, průkopník elektronické hudby s vášní pro technologie vyvinul také zvukovou kulisu na palubě a VSP (Vehicle Sound for Pedestrians), vnější výstražný zvuk, který elektromobil vydává při rychlostech nižších než 30 km/h, aby varoval chodce.

Ikonické populární barvy

Při uvedení na trh bude vůz k dispozici v pěti barvách exteriéru, včetně dvou kultovních: žlutá Pop! a zelená Pop! Jsou přímo inspirovány dvěma



charakteristickými barvami, které se objevily v katalogu v 70. letech a které si kolektivní paměť spojuje s vozem Renault 5. Kromě atraktivního vzhledu přidávají techno rozměr díky přidání intenzivního třpytivého efektu.

Další tři barvy jsou méně výrazné, ale stejně působivé: bílá Nacré, černá Étoilé a modrá Nocturne. Dvoubarevné lakování se střechou černá Étoilé je k dispozici také pro nejvyšší (Iconic) a střední (Techno) výbavu.

Přepravní kapacita univerzálního městského vozu

Ačkoli se svou délkou 3,92 m řadí mezi model Clio, nabízí Renault 5 E-Tech elektrický díky své platformě AmpR Small a rozvoru 2,54 m nabízí komfortní prostor pro cestující, zejména pokud jde o šířku interiéru: 1,38 m vpředu a 1,36 m u třímiestné lavice vzadu.

Baterie je umístěna pod podlahou, což zajišťuje velkorysý objem zavazadlového prostoru 326 litrů (277 dm³ VDA). Tím se řadí na špičku segmentu elektrických městských vozů, a dokonce před některé větší tradiční městské vozy se spalovacím motorem. Zavazadlový prostor je snadno přístupný díky vysoké podlaze a lze jej také upravit sklopením třímiestné lavice, kterou lze rozdělit v poměru 60-40.

Různé úložné prostory rozmístěné po celé kabině poskytují celkový objem 19 litrů, který je vysoce konfigurovatelný a přizpůsobitelný prostřednictvím 3D tištěného příslušenství.

Elektrická platforma nové generace, která je v Evropě jedinečná

Abyste sériové vozidlo působilo stejně svůdně jako koncept představený v lednu 2021, pracovaly týmy designérů, konstruktérů a produktových specialistů společně v režimu "od náčrtu k silnici". Renault 5 E-Tech elektrický je prvním vozem postaveným na nové platformě AmpR Small určené pro elektromobily segmentu B. To z něj činí jedinečné vozidlo



na trhu s jasnými konkurenčními výhodami: rovná podlaha, dlouhý rozvor (2,54 m), optimalizovaný vnitřní prostor a objem zavazadlového prostoru (326 litrů), nižší těžiště, nízká hmotnost (méně než 1 500 kg) atd. Platforma AmpR Small rovněž umožnila řadu úspor, aniž by došlo ke kompromisům v oblasti elektrických komponent a technologií, které jsou pro zákazníky užitečné.

Renault 5 E-Tech elektrický uvádí na trh novou obousměrnou střídavou nabíječku kompatibilní s technologiemi V2L (vehicle-to-load) a V2G (vehicle-to-grid). Tento průkopnický systém, který se v budoucnu rozšíří, umožní vozidlu stát se skutečným hráčem v energetickém ekosystému prostřednictvím služeb Mobilize tím, že bude dodávat bezuhlíkovou elektřinu zpět do sítě. Uživatelé tak budou moci těžit z výrazných úspor na svých účtech za elektřinu. Technologie V2G bude zpočátku k dispozici pouze v některých zemích.

Elektromotor pod kapotou vozu Renault 5 E-Tech elektrický je kompaktnější než motor vozů Mégane E-Tech elektrický a Scénic E-Tech elektrický, z něhož je odvozen. Zůstává věrný technologii, kterou Renault preferuje: synchronní s vinutím na rotoru. Díky absenci permanentních magnetů nepoužívá žádné vzácné nerosty, čímž snižuje svůj dopad na životní prostředí. Tento motor, který z hlediska životnosti těží ze zkušeností svých předchůdců, bude nabízen ve dvou výkonových úrovních: 110 a 90 kW.

Udržitelný rozvoj v celoevropském "elektrickém prostředí"

Renault 5 E-Tech elektrický se vyrábí na severu Francie s využitím kompaktního ekosystému dodavatelů v okruhu 300 km od centra ElectriCity. Tento závazek k místní konkurenceschopné výrobě je základem pro rozvoj skutečného evropského elektrického údolí, které se specializuje na hodnotový řetězec elektrických vozidel. Pomáhá zajistit pracovní místa a snižuje naši ekologickou stopu.

V souladu se svým závazkem k cirkulárnímu hospodářství a díky odborným znalostem společnosti The Future is NEUTRAL, dceřiné společnosti skupiny Renault specializující se na cirkulární hospodářství, dosáhne Renault 5 E-Tech elektrický celkové recyklovatelnosti 85 % a využije 22 % materiálů z cirkulárního hospodářství, včetně 41 kg recyklovaných polymerů. Tkaniny sedadel budou u výbav Techno a Iconic rovněž vyrobeny ze 100% recyklovaných materiálů. Druhá jmenovaná verze bude rovněž obsahovat materiály z biologických zdrojů na volant a izolaci interiéru.

Renault 5 E-Tech elektrický má vše, co potřebuje, aby se prosadil v dnešním světě!

www.renault.cz

Pražské Proton Therapy Center

jedinečné zdravotnické zařízení na světové úrovni

Osvěta a povědomí o možnosti protonové léčby rakoviny je u nás stále malá, proto jsme se rozhodli v tomto ohledu přispět. Přestože se onkologická onemocnění dotýkají značné části populace, rakovinou onemocní každý třetí z nás, informovanost o všech dostupných léčebných metodách není vždy dostatečná. Žijeme v době přeplněné informacemi, ale máme ty správné, když se my nebo někdo z našich blízkých v této těžké situaci ocitne? Máme alespoň základní povědomí o tom, co v takových případech můžeme dělat, na koho se obrátit? A co je v naší zemi možné? Nalezení správného řešení je v těchto chvílích zásadní. Proto bychom vám rádi tímto článkem přiblížili hlavní poslání protonové léčby. A také vás, kteří máte ty kompetence, vyzvali k podpoře těchto ušlechtilých lidských snah.

Hlavní myšlenkou protonové léčby a zároveň onkologickým trendem je zajistit pacientům maximální šanci na vyléčení při minimalizaci vedlejších účinků spojených s léčbou a návrat k plnohodnotnému životu po léčbě. Moderní centrum, kde se nejenom léčí nádorová onemocnění jednou z nejperspektivnějších metod 21. století – protonovou terapií, ale především je tam poskytován pacientům dokonalý servis na světové úrovni, zahájilo léčbu pacientů již před více jak 12 lety. Dnes je Proton Therapy Center (PTC) jedním z nejprestižnějších center na světě, které má v rámci některých diagnóz léčených nejvíce pacientů. Před ostatními státy má několikaletý náskok a inovace a léčebné postupy z Čech přebírají přední světová centra. Za své působení odléčilo již téměř 14 tisíc onkologických pacientů.

Dnes ředitelé zdravotnického úseku PTC oslovují nejprestižnější světové časopisy, aby publikoval



PROTON
THERAPY
CENTER

LÉČÍME
RAKOVINU

výsledky centra. K základním pilířům, na kterých centrum stojí je nejen věda, výzkum a medicína na špičkové úrovni, ale především proklientský přístup. Zakladatelé to definují ve své vizi: „Naším posláním je nejenom léčit nádorová onemocnění jednou z nejperspektivnějších metod 21. století, protonovou terapií, ale především poskytovat pacientům dokonalý servis na světové úrovni.“

Proč by se měli onkologičtí pacienti zajímat o protonovou léčbu?

Při užití protonů je možné ochránit zdravé tkáně a orgány před nežádoucím ozářením. Pacienti,

kteří ukončí protonovou léčbu, mají v maximální možné míře šanci na uchování plnohodnotného života. A to až dvojnásobně v porovnání s konvenční fotonovou radioterapií. Díky úhradě protonové léčby zdravotními pojišťovnami mohou tuto moderní léčbu využít především čeští občané.

Jakou cestou se pacienti do Protonového centra dostanou

Proton Therapy Center je plně integrováno do Národního onkologického centra a stejně jako v ostatních pracovištích to probíhá tak, že pacienta doporučí ošetřující lékař. Pacient sám však může Protonové centrum kontaktovat také – 24 hodin/7 dní v týdnu je pro pacienty připraven některý z komunikačních kanálů – telefonní linka, kontaktní formulář nebo online chat na webových stránkách. Komunikace s Centrem je možná i prostřednictvím sociálních sítí.



Léčené diagnózy v Protonovém centru

Pražské Protonové centrum dokáže dnes díky svým mnohaletým zkušenostem léčit široké spektrum diagnóz. Nejpočetnější skupinou pacientů jsou ženy s rakovinou prsu a muži s rakovinou prostaty. Mezi další onemocnění vhodná k protonovému ozáření se řadí maligní lymfomy, nádory hlavy a krku, centrální nervové soustavy, zažívacího traktu a plic, vybraná nádorová onemocnění u dětí. Od roku 2019 se v PTC léčí také úplně nová diagnóza - leukemické postižení CNS.

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

Ojedinelý Klientský servis

Pacient, který je indikován k radioterapii, se může kdykoliv obrátit na Klientský servis Protonového centra. Ten jeho případ předvede některému lékařskému týmu, složenému z mnoha odborníků, lékařů různých specializací, kteří jsou i z jiných pracovišť a žádají, aby byl jejich pacient v PTC zkontrolován. Tým dá rozhodnutí, jestli je, nebo není daná diagnóza vhodná k protonové léčbě. Pak už následuje standardní vyšetření a jednání se zdravotní pojišťovnou. V Protonovém centru si zakládají na tom, aby měl každý pacient svého lékaře od vstupní konzultace až do ukončení léčby. Aby se pacient v PTC cítil co nejlépe a mohl se soustředit jen na sebe a svou léčbu, má každý k dispozici své

ho osobního koordinátora léčby, se kterým se sejde při své první návštěvě v PTC.

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

ci patientských setkání si tak navzájem předávají svoje zkušenosti, sdělují své příběhy a pomáhají si navzájem.

Zdánlivě neřešitelná situace

Nemoc nikdy nepřichází v ideální čas a často přináší zdánlivě neřešitelné situace – co když jste samoživitel s malým dítětem? Co když potřebujete doprovod, ale vaši blízcí nemohou opustit své domovy na několik týdnů? Pravidelné dojíždění do hlavního města představuje nejen fyzickou, ale i finanční zátěž. Denní cestování z větší vzdálenosti může trvat několik hodin tam i zpět, což výrazně





vyčerpává už tak oslabený organismus pacienta. Představte si člověka po ozáření, který má před sebou ještě dvouhodinovou cestu domů v přeplněném vlaku nebo autobuse. Taková situace může významně komplikovat průběh léčby a negativně ovlivňovat její výsledky. Pokud jste matka samoživitelka a přijde vám do života diagnóza rakoviny, je taková situace zdánlivě neřešitelné dilema. Kdo se postará o dítě během několikátýdenní léčby? Jak skloubit každodenní návštěvy zdravotnického zařízení s péčí o dítě? Pro mnoho rodičů v této situaci se léčba v jiném městě zdá být nemožná. Právě zde přichází na pomoc Nadační fond, který zajišťuje hlídání dětí nemocných rodičů, čímž umožňuje podstoupit léčbu i těm, kteří by jinak museli volit méně optimální alternativy blíže svému bydlišti. Podobně složitá situace nastává v případě léčby dětských pacientů. Rodiče dětí s onkologickým onemocněním často čelí náročnému balancování mezi péčí o nemocné dítě a starostí o zbytek rodiny. Nadační fond v těchto případech poskytuje zástup za rodiče u nemocného onkologického dítěte, když rodič musí být například s druhým dítětem jinde nebo má další neodkladné povinnosti.

Příběh Nadačního fondu pro protonovou terapii se začal psát v roce 2010. „Prvotním cílem nadace bylo zvýšit povědomí o šetrnější formě radioterapie, protonové radioterapii,“ uvádí zástupci fondu. Nicméně rychle se ukázalo, že samotná osvěta nestačí. Při setkáních s pacienty zakladatelé fondu identifikovali palčivé problémy, které pacientům komplikovaly, nebo dokonce znemožňovaly léčbu v Protonovém centru. Postupně tak fond rozšiřoval své služby, až se proměnil v komplexní podpůrnou organizaci, která pomáhá řešit celou škálu praktických problémů spojených s léčbou a samozřejmě významně pomáhá s jejich finanční úhradou. Kromě ubytování a péče o děti tak Nadační fond dále nabízí psychologickou pomoc, která pacientům i jejich rodinám pomáhá vyrovnat se s náročnou situací a najít vnitřní sílu potřebnou k překonání nemoci. Také správná výživa hraje v onkologické léčbě klíčovou roli. Mnozí pacienti se během léčby potýkají s nechutenstvím, nevolností nebo jinými obtížemi, které komplikují příjem potravy. Zároveň mají zvýšené nároky na určité živiny, které podporují hojení a regeneraci organismu. Nutriční

poradenství poskytované Nadačním fondem pomáhá pacientům sestavit jídelníček, který respektuje jejich individuální potřeby a omezení. V neposlední řadě předání informací o systému sociální podpory, předání informací o možnostech finančních příspěvků na ochranné přípravky pro ozařovanou pokožku, speciální oblečení, paruky a další potřeby spojené s léčbou. S tím vším Nadační fond pacientům pomáhá.

Každý může pomoci

Pokud vás tato problematika oslovila a rádi byste přispěli k této ušlechtilé činnosti, můžete kontaktovat Nadační fond pro protonovou terapii na telefonním čísle 226 222 026 nebo prostřednictvím e-mailu: info@nfppt.cz. Vaše podpora může mít mnoho podob – od finanční pomoci až po dobrovolnictví či šíření povědomí o této léčebné metodě. Firmy mohou zvážit dlouhodobou spolupráci s nadačním fondem formou firemního dárcovství nebo sponzorství. Takové partnerství může být součástí strategie společenské odpovědnosti firmy a přinést

pozitivní dopad jak na životy pacientů, tak na image společnosti. I drobný dar nebo gesto podpory může mít velký význam. V boji s rakovinou jsme všichni na jedné lodi – každý z nás se může v budoucnu ocitnout v situaci, kdy bude podobnou pomoc potřebovat on sám či někdo z jeho blízkých. Společným úsilím můžeme vytvořit podpůrnou síť, která zajistí, že moderní léčebné metody budou dostupné pro všechny, kdo je potřebují, bez ohledu na jejich finanční možnosti nebo místo bydliště.

Kde se dají nalézt aktuální informace o Protonovém centru

Nejaktuálnější informace z Protonového centra jsou zveřejňovány na sociálních sítích, zejména na facebooku **Centrum protonové léčby** a dále na webových stránkách www.ptc.cz. Další možnosti, kde nalézt info o protonové a jiné léčbě vybraných diagnóz je:

www.centrumkarcinomuprostaty.cz
www.centrumkarcinomuprsu.cz
www.lymfomhelp.cz



Od myšlenky k ICONě.



Nová kolekce
designových papírů

ICON

Papers created by IGEPA



Vítejte v kuchyni budoucnosti

...maximální dokonalost ve vaší kuchyni s ID SERIES

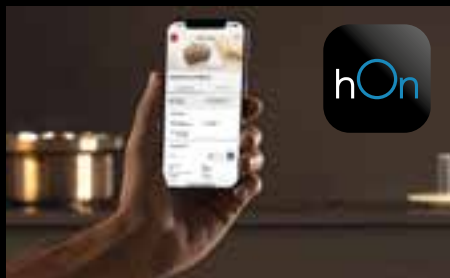
Značka Haier je známá svými spotřebiči v luxusním designu, s nadstandardními parametry a inovativními technologiemi pro náročné zákazníky po celém světě již více než 30 let. V jejím sortimentu jsou prémiové vestavné spotřebiče nové generace v elegantním designu, s umělou inteligencí a vybavením na míru. **Posuňte se od vaření k zážitku.**

Moderní design a estetika, která dokonale spojuje prvky exteriéru a interiéru, zaujme všechny vaše smysly v jedné vteřině. Značka Haier představuje novou řadu vestavných spotřebičů **ID SERIES**. S ní díky sadě technologií **BIONIC** a využití umělé inteligence **Artificial Intelligence Inside™** nový standard designu a funkcí, který mění zvyky a otvírá dveře do skutečně prémiové domácnosti. Vítejte v kuchyni budoucnosti!



ID SERIES s Bionic technologiemi

Inovativní a revoluční přístup, který promění vaši kuchyni v neobyčejný zážitek, to přináší nová řada vestavných spotřebičů Haier ID Series. Sada technologií Bionic, které využívají umělou inteligenci, se dokonale přizpůsobí vašim potřebám a pomůže připravit prvotřídní pokrmy i na domácí půdě. Umožní vám objevit v sobě šéfkuchaře s vynikajícím citem pro design a špičkové technologie.



Řešení na míru díky aplikaci hOn a technologii Bionic Vision

Nová trouba řady **ID SERIES 6** se stává okem vaší kuchyně, které zcela změni váš úhel pohledu. A to doslova. Díky technologii **Bionic Vision** - interní kameře s umělou inteligencí **Artificial Intelligence Inside™** a funkcí **Preci Taste**, ta totiž rozpozná, jaký pokrm jste do trouby vložili, a automaticky nastaví ideální program pečení. Na dálku prostřednictvím aplikace hOn monitoruje jeho průběh a zastaví vaření v okamžiku, kdy je jídlo hotové. Zároveň tak vytvoří obsah, který můžete rovnou sdílet na sociálních sítích. Ale to není vše: trouba si dokáže zapamatovat vaše preference pečení a pracovat na ještě preciznějším doporučení na míru vašim zvykům.

Bionic intelligence

Značka Haier prostřednictvím trouby z nové řady vestavných spotřebičů ID SERIES dodává chytrou kuchyni, která propojuje váš životní styl a potřeby. A to díky **aplikaci hOn**, která poskytuje možnost

ovládání na dálku, sledování průběhu vaření, nastavení teploty a přístup k doplňkovému obsahu - jako je více než 300 receptů vybraných šéfkuchařem s cennými tipy přímo a pohodlně z vašeho chytrého telefonu, ať jste kdekoli a kdykoliv chcete. Vytvořit a uložit můžete také vlastní recepty s možností přidat délku pečení, teplotu, přísady a další potřebné poznámky. Díky technologii Over the Air je vaše trouba vždy aktualizována na optimální verzi pro co nejlepší možný zážitek z vaření.

Bionic Flexibility

V kuchyni je kreativita otázkou flexibility. **Bionic Flexibility** vám poskytuje dokonale přizpůsobený výkon v každé situaci a rychlost, kterou potřebujete, kdykoli budete chtít. Řada ID je přizpůsobena vašemu stylu vaření díky jedinečnému výkonu a optimalizované ventilaci, která umožňuje bezchybné výsledky také díky velkému objemu 78 litrů a 44litrové vnitřní části kombinované mikrovlnné trouby.



Haier

#1 na světě

To umožňuje 6 až 7 úrovní pečení uvnitř trouby, vhodných pro přípravu každého pokrmu. Technologie **Varycook** a **Multizone** vám umožní, že zvládnete vařit na varné desce jako šéfkuchař.



Bionic Precision

Technologie **Bionic Precision** přináší do vaší kuchyně preciznost šéfkuchaře a umožňuje maximálně využít každou surovinu díky přesné kontrole teploty během celého procesu vaření. Funkce **Preci Probe** s chytrými programy a recepty dovoluje sledovat teplotu jídla pomocí bezdrátové sondy a upozorní, jakmile je dosaženo dokonalého výsledku. Řada ID Series vám zaručí přípravu pokrmů s maximální přesností a důrazem na detail.

Osvětlení Partlight

Detaily tvoří celek. Proto značka Haier klade důraz i na funkční design a precizní řemeslné zpracování. Podmanivé osvětlení Partlight umístěné pod



ovládacím panelem trouby nejenže dokáže vytvořit příjemnou atmosféru ve vašem domově, ale je zároveň mimořádně praktické. Díky různým barvám osvětlení snadno zjistíte, co se v troubě právě děje a v jaké fázi se nachází příprava vašeho jídla.

Parní asistence

S novou řadou ID SERIES nabízí značka Haier kuchyni na míru, která umožňuje vařit chutně a zdravě. Funkce asistovaného vaření v páře Steam Plus a Steam Lite jsou ideální pro přípravu pokrmů se zachováním jejich vlhkosti, živin a přirozené chuti. Podle zvoleného modelu trouby stačí nalít vodu do speciální nádržky s objemem 200 ml nebo 1 litr a vybrat odpovídající program, který usnadní přípravu lahodných a zdravých jídel za pomoci páry.

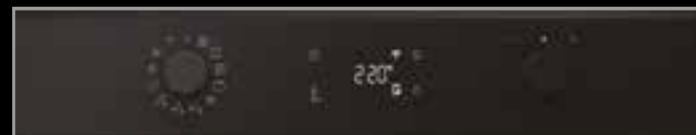


Inovativní uživatelské rozhraní



ID ULTIMATE

Moderní barevný dotykový TFT displej pozvedne kulinářské zážitky na zcela novou úroveň. Tento intuitivní a snadno ovladatelný displej vám umožní plynule procházet všemi funkcemi, čímž vám usnadní přípravu jídla a zajistí maximální pohodlí.



ID ADVANCED

Tento živý a přehledný displej vám nejen zprostředkuje nevšední vizuální zážitek, ale umožní snadno a rychle procházet nabídkou programů, a přitom zajišťuje intuitivní ovládání vaší trouby. S každým dotykem získáte přesnou kontrolu a s každým pohledem si užijete každý detail, který vám usnadní přípravu jídel a z příjemný čas strávený v kuchyni.



ID SUPERIOR

Inovativní technologie přesné regulace teploty zajišťuje dokonalé výsledky při každém použití. Multifunkční ovládání vám nabídne až 12 různých funkcí, díky kterým budete mít neomezené možnosti pečení a přípravy pokrmů.



ID PREMIUM

Ovládání je navrženo tak, aby překonalo omezení tradičních tříknoflíkových trub a nabídlo intuitivní zážitek, který vás posune na vyšší úroveň vaření. Díky LCD obrazovce můžete snadno ovládat funkce, nastavit teplotu i dobu pečení tím nejpohodlnějším způsobem.

www.haier.cz

Rittal – The System.

Faster – better – everywhere.

Budoucnost distribuce energie

RiLineX

OBJEVTE MAXIMÁLNÍ FLEXIBILITU

RiLineX – The power Platform



FRIEDHELM LOH GROUP

ROZVÁDĚČE

ROZVOD PROUDU

KLIMATIZACE

IT INFRASTRUKTURA

SOFTWARE & SLUŽBY

www.rittal.cz

Tony's Cafe & Bar

| &S

Tony's Cafe & Bar

Historické centrum Prahy ukrývá stylové místo pro setkávání, spojující jedinečné secesní prostředí s moderní gastronomií. Tony's Cafe & Bar, s konceptem day&night, představuje stylový meeting point, kde je možné si vychutnat ranní kávu, vést obchodní jednání, zajít na oběd či večeři, nebo naopak k večeru zde vyzkoušet jeden z koktejlů inspirovaných tradicí světových metropolí s odkazem na 30. léta minulého století.



Jedinečný původní interiér zdobí secesní prvky jako dřevěná intarzie s perletí, dobové měděné prvky nebo úchvatné lustry, což dodává tomuto místu genius loci. Spolu s unikátním prostředím je Tony's Cafe & Bar zárukou kvalitních gastronomických služeb a prvotřídního servisu, kde diskretnost obsluhy je samozřejmostí. Dostatek místa a efektivně rozmístěné stoly dopřejí potřebné soukromí.

O kulinářské zážitky se postará uznávaný šéfkuchař Karel Hynek, který sbíral cenné zkušenosti v zahraničí, mj. i v akademii Alaina Ducasse. Během své kariéry měl tu čest chystat pohoštění pro samotného japonského císaře Hirohita nebo pro 14. dalajlámu. Své umění taktéž představil ve Velké kuchařce světových kuchyní. A la carte menu v Tony's Cafe & Bar reflektuje rozmanitost dovedností a preferencí, včetně unikátních osobitých kombinací, pod kterými je Karel Hynek osobně podepsán. Pestré nabídky a la carte menu proto zaručuje výběr pro každého hosta. Důraz je kladen na výběr pouze těch nejvyšších surovin preferenčně z lokálních zdrojů, které podtrhnou nezapomenutelný kulinářský zážitek. I sezónní suroviny představují klíčový element, který je však zapracován do sezónních speciálních nabídek, které jsou měsíčně obměňovány. V průběhu roku je tedy možné ochutnat například chřestové, zvěřinové či dýňové speciality.

Zdejší široká nabídka především moravských a francouzských vín zaručí výběr vhodného vínového párování k vybraným chodům. Proškolený



personál rád hostům poradí, jaké víno se hodí k jednotlivým pokrmům. Možností je také degustace míchaných alkoholických či nealkoholických koktejlů dle originálních receptů.

Mistři cukráři si zakládají na rozmanitosti připravovaných čerstvých dezertů, proto je jejich nabídka vždy pestrá. Tradiční dort „Paříž“ je oblíbeným dezertem, jehož originální receptura pochází přímo



od zakladatelů hotelu Paříž, rodiny Brandesů, kde je Tony's Cafe & Bar situován. Hosté hotelu si tento dezert mohli vychutnat již od počátku 20. století, kdy byl hotel Paříž postaven.

Tony's Cafe & Bar je otevřen denně, vždy od 8.30 do 23.30 hod. V případě zájmu nebo dotazů se prosím obraťte na: fboffice@hotel-paris.cz



Brandsť

11

MANUFATURA



NOVÁ JARNÍ VŮNĚ!

SVĚŽÍ & ČISTÁ
JAKO RANNÍ LOUKA...

MANUFATURA.CZ



Manufatura | &S



Voňavé firemní dárky se hodí pro každou příležitost

Firemní dárky mají využití v mnoha situacích. Čím dál více firem si dnes uvědomuje, že pozornost si zaslouží nejen firemní partneři a VIP zákazníci, ale i zaměstnanci a kolegové. Zaměstnanci jsou to, na čem firma stojí, a poděkování za jejich práci je vždy namístě. Během roku může zaměstnavatel najít spoustu příležitostí, kdy obdarovat své kolegy. Ať už jde o zaměstnanecké benefity, životní či pracovní výročí zaměstnanců, pozornost pro dámy k MDŽ, Vánocům, nebo koncem roku jako poděkování za celoroční spolupráci. Při všech těchto příležitostech jsou „voňavé balíčky“ ideální volbou.

V rozmanitém sortimentu společnosti Manufatura najdete široký výběr kosmetiky a doplňků, ze kterých lze vytvořit jedinečné firemní dárkové balíčky. Díky své kvalitě, designu a tradici jsou oblíbené jako originální firemní dárky pro radost, péči, krásu, odpočinek a relaxaci. Již v dobách, kdy témata udržitelnosti a lokální produkce nebyla na pořadu dne, značka Manufatura je cítila. Právě ona je vybudována na filozofii podpory lokálních značek a výrobců, právě pro ni je přirozenou součástí všech aktivit již od samého začátku udržitelnost.

Kvalita & užitečnost & přidaná hodnota

Kvalitu zaručuje značka Manufatura už jen tím, že se celé roky fungování drží svých zásad, mezi které patří vysoký obsah ingrediencí přírodního a lokálního původu, nepoužívání zbytečných chemikálií a kvalitní receptury, které účinkují již v malých množstvích. Kosmetika Manufatura obecně obsahuje průměrně 97-99,5 % ingrediencí přírodního původu.

Trendy ve firemních dárkách se ustálily i v případě užité hodnoty dárkových předmětů. Ve všech oblastech života se uchylujeme k minimalizaci vlastních věcí. S tím souvisí nutnost praktičností a možnosti přímého využití dárkového předmětu. Prostě žádné skladování, žádné oprašování na polici, žádný nepotřebný objekt na psacím stole. Obdarovaní preferují využití dárkových či reklamních předmětů v rámci outdoorových aktivit, v oblasti hygieny nebo třeba v kuchyni.

Kvalita, přírodní složení, dárek na míru, užitečnost a českost – všechny tyto základní parametry, které by měl dárek mít, splňují dárkové balíčky s kosmetikou Manufatura. Obdarovaní totiž nezískají pouze produkt, ale i přidanou hodnotu ve formě zážitku – evokujícím klid, pohodu a odpočinek. Široký sortiment poctivé české kosmetiky a koupelnových doplňků Manufatura sjednocuje myšlenka domácích lázní, ve které lze proměnit jakoukoliv koupelnu. Stále pospícháme, za něčím se honíme a nestíháme. Manufatura nabádá k zastavení, relaxaci těla i ducha a zlepšení nálady. Vneste do svého života příjemné, zkrášlující a odpočinkové rituály a věnujte čas jen sobě.

Úspornost & balíčky na míru

Manufatura dokáže zajistit i personalizované balíčky „na míru“. S dostatečným časovým předstihem lze vymyslet unikátní složení balíčku i dárkové balení. Sety je navíc možné vylepšit speciální visačkou, komplimentkou, kartičkou s logem firmy nebo poděkováním. Nabízí také odborné konzultace výběru dárku pro zaručenou radost obdarovaného. S tím souvisí i možnost navolit si balíčky různé hodnoty a vymyslet i úsporná řešení. Možnost zajištění náhradního plnění je tu také. Dárkové firemní balíčky nejsou určené k dalšímu přeprodeji koncovým zákazníkům.



V Manufaktuře rádi vytvoří dokonalé dárkové balíčky i pro vaši firmu.
Pro více informací kontaktujte Terezu Jonákovou – tereza.jonakova@manufatura.cz



Egermann

uchováváme historii pro budoucnost

České sklo si vydobylo světový věhlas díky neustálým inovacím a mimořádně talentovaným sklářům, technologům i výtvarníkům. Ti přicházeli s přelomovými novinkami, které nejen formovaly dobové trendy, ale mnohdy předběhly svou dobu.

Příběh starší více jak 200 let

Jedním z nejvýznamnějších jmen v historii českého sklářství je Friedrich Egermann (1777–1864) – brilantní malíř skla, vynálezce a podnikatel z Nového Boru. Jeho inovace zanechaly v oboru nesmazatelnou stopu, která se svým významem vyrovná objevu českého křišťálu v 17. století či umělecké tavené plastiky ve století dvacátém.

Tradice v novém pojetí

V roce 2023 prošla značka Egermann znovuzrozením s jasnou vizí: zachovat bohaté dědictví českého sklářství a zároveň jej rozvíjet.

„Uvědomujeme si, že původní tvorbu Friedricha Egermanna nelze napodobit,“ říká Martin Jašontek, hlavní designér. „Naším cílem proto nebylo vytvořit věrné kopie, ale s respektem vůči tradičním hodnotám i historii přinášet na trh unikátní sklo vyrobené

našimi technologiemi a dekoračními metodami, v němž spatříte ikonické barvy i prvky inspirované minulostí.“

Mistři detailu

Kdyby Egermann žil dnes, bezpochyby by jako vizionář usiloval o neustálé zdokonalování technologií. Z toho důvodu tvůrci nové vize značky vytvořili speciální hybridní listry namíchané v odstínech jeho slavných lazur. Výsledné barvy jsou vlastnostmi vzhledem k původním lazurám podobné, avšak jejich aplikace je daleko méně energeticky náročná. „V naší tvorbě kombinujeme strojové i ruční dekorační techniky - panto, diaryt, ruční rytí, malování, střikání, obtisk,“ vysvětluje designér. „U některých tvarů volíme ruční výrobu kvůli větší tloušťce stěny, která je nezbytná pro rytinu. Díky promyšlenému propojení dvou ryteckých technik (rytí na kamínku

a na diamantu) nabývají naše rytiny živosti a plasticity.“

Friedrich Egermann patřil k těm šťastným vynálezčům, kteří se ještě během svého života dočkali jak bohatství, tak společenského uznání. Svým dílem se nesmazatelně zapsal do historie Nového Boru a českého sklářství. „Je proto naší misí uchovat jeho odkaz pro budoucí generace – a zajistit, aby české sklo i nadále udávalo světové trendy,“ dodává Martin Jašontek.



Est. 1832

www.egermannglass.cz

Banknote

z kolekce Gentleman
Geometrický motiv pantem
se zlatým ráfkem

Kolekce pod značkou Egermann

Gentleman – síla a preciznost

Kolekce Gentleman je určena milovníkům whisky, koňaku a rumu. Design sklenic se opírá o pevné geometrické linie a precizní detaily. Motivy rostlin a hmyzu jsou provedeny jemnou rytinou, zatímco ryba Fugu a lesní zátiší (především rytinou hub) vynikají hloubkovým pískováním. Výjimečně zde využíváme i dekory ručně malovaných zlatých pásků, které dodávají sklu nádech luxusu.



Thistle

Ručně ryté
rostlinné motivy
v kombinaci
s detailní rytinou
hmyzu

Lace

Typický
egermannovský
prvek arabesky
přenesen
pantem
do "krajky".
Dekor je
parciálně
zatřen zlatem.



Lady – lehkost a elegance

Pro kolekci Lady je signifikantní jemnost a lehkost dekoru. Zaměřuje se na nápojové sklo pro víno a sekty, které zdobí florální motivy, vlašťovky či stylizované arabesky. Ty jsou pomocí techniky panto přenášeny na sklo do podoby krajkového dekoru. Kombinují se zde různé umělecké techniky, včetně ruční rytiny, vysokého smaltu, leštění, ruční malby i dekorování zlatem.

Art – prostor pro kreativitu

Nejnovější kategorie Art je koncipována jako otevřená platforma pro kreativitu sklářských výtvarníků a designérů. Každý kus bude vznikat v silně limitovaných edicích, aby si uchoval svou exkluzivitu. Tato kolekce bude oslavou originality a inovace – v duchu Egermannovy odvahy posouvat hranice sklářského umění.

Signature pocta tradici

Kolekce Signature čerpá inspiraci z původní tvorby a odkazuje na historické lazury v ikonických odstínech (červené, žluté a zelené + kobalt). Vychází z dochovaných předloh a výkresů, přičemž propojuje nápojové sklo se solitérními kusy, jako jsou vázy či svícny. Výjimečnost kolekce podtrhuje precizní ruční rytina, která dodává každému kusu jedinečný charakter.

Signature palette

Základní barevná paleta





Pneumatiky Continental UltraContact NXT jsou budoucností udržitelného cestování!

Společnost Continental je jedním z předních výrobců pneumatik na světě a více než 150 let zajišťuje, aby pneumatiky poskytovaly maximální bezpečnost a čistý požitok z jízdy. V rámci příprav na ekologickou budoucnost mobility si společnost Continental stanovila cíl dosáhnout do roku 2050 uhlíkové neutrality a přišla s první dosud "nejzelenější" letní pneumatikou Continental UltraContact NXT.

Ocenění „zelené“ letní pneumatiky Continental UltraContact NXT

Pneumatika Continental UltraContact NXT také získala hned několik prestižních ocenění. Byla oceněna německou Cenou za inovaci 2024 v kategorii „Excellence in Business to Consumer: Transportation“. Na ceremoniálu v Barceloně byla také vyhlášena Produktem roku 2024, kde získala vysoké skóre spotřebitelské poptávky. Obdržela také ocenění „Gold“ v kategorii „Automotive & Transport / Cars Accessories“ na International Design Awards (IDA)

za svůj jedinečný design bočnice. Designéři pneumatiky použili propracované 3D textury, dosud v pneumatikách neuplatněné.

Dosud nejudržitelnější sériově vyráběná pneumatika UltraContact NXT

V závislosti na rozměru jsou pneumatiky UltraContact NXT vyrobeny až ze 65 % z obnovitelných a recyklovaných materiálů a materiálů certifikovaných na základě hmotnostní bilance. Obnovitelné materiály tvoří až 32 %. Podíl recyklovatelných ma-

teriálů je až 5 %. Až 28 % materiálů certifikovaných podle metody ISCC PLUS získávaných z biosurovin a surovin vznikajících v rámci bio-oběhového, popř. oběhového hospodářství.

Obnovitelné materiály zahrnují siliku na biologické bázi vyrobenou ze zemědělského odpadu

Mezi obnovitelné materiály pneumatiky UltraContact NXT patří pryskyřice na bázi zbytkových materiálů z papírenského a dřevařského průmyslu.

Pryskyřice používané v pneumatikách přispívají k vysoké pružnosti směsi, která zlepšuje přilnavost materiálu. Dále obsahují křemičitany z popela rýžových otrub. Rýžové otruby jsou zemědělským odpadem, který lze zpracovat na siliku novým, energeticky méně náročným procesem. Silika pomáhá optimalizovat vlastnosti, jako je přilnavost, valivý odpor a životnost pneumatiky.



„Obsahuje recyklované materiály“

Pneumatika UltraContact NXT má na bočnici umístěno speciální logo informující o použití recyklovaných materiálů. Patří mezi ně recyklovaná pryž pocházející z mechanicky zpracovaných vyřazených pneumatik, recyklovaná ocel a PET lahve. K výrobě pneumatiky, v závislosti na její velikosti lze recyklovat devět až patnáct plastových lahví.

Materiály certifikované na základě metody hmotnostní bilance ISCC PLUS

Používanými certifikovanými materiály jsou syntetický kaučuk a saze vyrobené z biosložek a surovin získávaných ze systémů bio-oběhového,



Conti jede na zelenou!

O pneumatiky Continental UltraContact NXT a unikátní tenisky Continental s podrážkou z recyklovaných pneumatik si můžete zasoutěžit od 17. 3. do 31. 5. 2025 v rámci soutěže Conti jede na zelenou.

popř. oběhového hospodářství. Syntetický kaučuk je složkou určující funkční vlastnosti moderních pneumatik pro osobní automobily, protože jeho vlastnosti lze uzpůsobit speciálně pro konkrétní typ použití. Uhlíkové saze se v pryžových směsích používají k optimalizaci stability, pevnosti a trvanlivosti pneumatik.

Systematické směřování k větší udržitelnosti

Společnost Continental neustále pracuje na rozvoji inovativních technologií a udržitelných produktů a služeb v celém svém hodnotovém řetězci.

Jednou z nejnovějších inovací je také otevření nového, plně automatizovaného skladu hotových výrobků v Otrokovicích, který výrazně zefektivní logistické procesy a sníží uhlíkovou stopu provozu. Sklad je vybaven pokročilými technologiemi, včetně mobilních zakladačů a portálových robotů, které zajišťují automatické třídění a přepravu pneumatik. Díky novému skladu se výrazně zredukovala přeprava a převozy pláštů do externích skladů mimo Otrokovice, čímž se omezila produkce CO₂. Klíčový důraz byl kladen na udržitelnost – elektřina pro sklad pochází z obnovitelných zdrojů a v jeho okolí byla vybudována retenční nádrž pro zachytávání dešťové vody.

Ochrana klimatu a vodních zdrojů

Continental Tires za poslední čtyři roky snížil spotřebu vody na tunu vyrobených pneumatik o více než 10 %, čímž ušetřil téměř 200 milionů litrů vody – ekvivalent 79 olympijských bazénů. Díky moderním filtračním a membránovým technologiím nyní firma recykluje až 90 % procesní vody. K efektivnějšímu hospodaření přispívá i využití reverzní osmózy, která zlepšuje čištění páry a snižuje množství odpadní vody. Systém online monitoringu pomáhá identifikovat a předcházet ztrátám vody ve všech výrobních závodech společnosti po celém světě.

Od roku 1993 je ochrana životního prostředí součástí strategie Continentalu. Společnost investuje do inovativních technologií a programů, jako je iniciativa Sustainable Water Initiative in Manufacturing (SWIM), která zvyšuje povědomí zaměstnanců o efektivním využívání vody. Další opatření zahrnují sběr dešťové vody, instalaci úsporných armatur a optimalizaci chladicích okruhů. Za svůj přístup k ochraně klimatu a vodních zdrojů získala společnost Continental již šesté prestižní ocenění od organizace CDP, která hodnotí udržitelné podnikání.

www.continental.cz





Nørdic Outdoor

#DobrodruzstvíVstříc

Kvalita inspirovaná Skandinávií

Za e-shopem Nørdic Outdoor nestojí velká firma s marketingovým oddělením jak by si mnozí mohli myslet, ale příběh tří lidí a jednoho velkého snu – propojit kvalitní vybavení do přírody se severským přístupem k životu. Výsledkem je obchod, který zdaleka není jen e-shopem, ale spíš komunitou lidí se stejným nadšením k přírodě, poctivému řemeslu a výrobkům s duší.

A jak celý tento příběh vznikl?

Když se Matouš v roce 2012 pustil do rekonstrukce domu, ještě netušil, kam ho tahle cesta zavede. Brzy ale zjistil, že ho to více než ke štuku táhne ven – k sekačce, motorové pile, sekeře. A když nebylo počasí na práci, mizel se toulat do lesů a hor. Příroda se tak stala více a více jeho druhým domovem.

O pár let později potkal Míšu – svou spřízněnou duši, která sdílela jeho lásku k toulání venku a také jeho „úchylku“ pro shromažďování veškerého vybavení a nářadí. Společně začali objevovat produkty, které obstojí i v těch nejnáročnějších podmínkách. Kvalitní, funkční a nadčasové. A právě tahle vášeň je zavedla až na sever.

Ve Skandinávii totiž objevili filozofii, která jim byla blízka – důraz na kvalitu, jednoduchost, udržitelnost a úctu k přírodě. A protože si tam řekli i své „ano“, stal se sever jejich životní inspirací i symbolickým místem, kde se začal psát příběh značky **Nørdic Outdoor**.

Spojili tedy své síly a do týmu přibrali i nejmladšího člena rodiny – syna Samuela, který dnes přispívá svou nevyčerpatelnou dávkou kreativity a je také velkým testerem. A tak vzniklo to, co dnes tvoří základ **Nørdic**

Outdooru – láska ke kvalitním a funkčním věcem, které mají smysl, vydrží roky a obstojí nejen v přírodě, ale i v každodenním životě a díky dlouholetému používání získají krásnou patinu a jedinečnost.

Z původního nadšení pro řemeslo, ruční práci a poctivé nářadí se jejich směr postupně vyvinul směrem k tomu, co je jim nejbližší – ke kvalitnímu oblečení a vybavení pro život venku.

Co dnes Nørdic Outdoor nabízí?

V nabídce e-shopu dnes najdete pečlivě vybrané produkty severského původu – od merino oblečení, funkčních bund, batohů až po vybavení na kempování, výlety nebo toulky se psem. Mezi hlavní značky, které Nordic Craft přináší na český trh, patří **Alaska**, známá svým odolným loveckým a mysliveckým oblečením, nebo **Trangia**, legenda mezi vařiči. **Sjö & Hav** přináší minimalistickou severskou kosmetiku určenou pro použití v přírodě, **Lundhags** a **Fjällräven** patří ke stálícím v oblasti oblečení a batohů, a v neposlední řadě **Röyk**, který je mladá progresivní značka zaměřená na udržitelné materiály a inovativní přístup.

Prohlédněte si kompletní nabídku e-shopu na www.nordic-outdoor.cz

Nørdic Outdoor není jen obchod. Je to způsob života.

Matouš a Míša ale nechtějí být jen „dalším prodejcem“. Jejich cílem je **sdílet zkušenosti, inspirovat a budovat komunitu**, ve které si lidé předávají znalosti, tipy a vzájemně si pomáhají a inspirují se. Vydali se tak trochu jinou cestou, a to držet vše, co nabízí skladem, aby měli k produktům přímou cestu, mohli je testovat a jejich nabídka měla jedinečnou tvář.

„My ty věci nejen prodáváme. My s nimi žijeme.“

Tohle není jen fráze – v Nørdic Outdoor najdete produkty, které zakladatelé i všichni jejich nejbližší sami nosí, testují a doslova s nimi žijí. Ať už jde o funkční oblečení, vybavení pro pobyt v přírodě, vaření venku nebo cokoliv jiného, vše prošlo jejich rukama a díky tomu přesně vědí co nabízejí.

Nørdic Outdoor tak není jen místem, kde si koupíte vybavení – je to značka, která má hlubší smysl. Odráží vztah k přírodě, praktičnost a ke způsobu života, který si na nic nehraje, ale staví na poctivých základech: **kvalitě, respektu k přírodě a radosti z věcí, které vydrží.**



Největší ruční mýdlárna u nás

Barbora Znojemska založila Naturinku v roce 2013. Od té doby už ve své dílně nevyrábí jen mýdla. Protože, jak sama říká: "když máte v rukách všechny ty přírodní suroviny, nemůžete zůstat jen u mýdel".

Naturinka vznikla mým narozením

Zdrojem inspirace pro vznik Naturinky byla Barbořina babička. Pracovala v rostlinném výzkumu a doma vyráběla všechno možné – svetry, háčkové tašky, džemy, sirupy a právě i domácí mýdla a různé tinktury. Suroviny, které k výrobě potřebovala, si sama pěstovala nebo je chodila sbírat do přírody. A přesně tak přistupuje k výrobě i Barbora. Odráží v ní návrat k řemeslu, rodině a přírodě. Vždyť tyto principy nasávala od své babičky od narození a teď už to ani nejde jinak.

Zmýdelněný herbář

Všechny produkty v Naturince vyrábí tak, aby neubližovaly přírodě. Při výrobě mýdel používají jen rostlinné tuky, takže jejich základem je kokosový, ricinový a olivový olej nebo bambucké máslo.



Barbořina babička je také důvodem, proč je Naturinka partnerem organizace Paměť národa. Její táta, Jan Čermák, byl totiž brigádní generál a jeho odkaz se silně zapsal do celé rodiny.

Nevyužívají palmový – ne náhodou je Naturinka v Koalici proti palmovému oleji.

Produkty nebarví, neparfémují ani nepoužívají syntetické konzervanty. Vyrábí je za studena, takže vlivem tepelného zpracování neztrácí svou přírodní sílu. „Jsou přesně takové, jaké je potřebují mít moje děti a rodina,“ přibližuje Barbora.

Z 90 % dnes v Naturince vyrábí mýdla. Jak ale říká sama Barbora, „když vám rukama prochází

všechny ty úžasné suroviny, samo vás to dovede k tomu, že chcete vytvářet i něco jiného.“ A tak teď vyrábí i pečující kosmetiku jako jsou krémy, balzámy na pleť i rty, šampóny, kondicionéry, šampukony, koupelové soli nebo přípravky na praní. Všechny produkty propojuje síla bylin, jejichž vůně z nich přímo sálá.

Ročně vyrobí kolem deseti tun mýdel

Ačkoli je Naturinka největší ruční mýdlárna u nás, podle její výroby byste to neřekli. Barboře a jejím pomocnicím stačí prostor kolem 40 m², třímetrový kuchyňský pult, dva tyčové mixéry, šest hrnců a dvě ruční váhy. Za ty roky mají vymyšlený efektivní způsob výroby, takže s tímto nářadím vyrobí klidně i 200 mýdel za hodinu. Nejvíce prostoru vyžaduje sušení. Poté, co se mýdlo umíchá a tři dny zraje a tuhne, nakrájené ho rozmístí na velký sušicí regál. Měsíc se z něj odpařuje voda, stabilizuje se a tvrdne. Teprve pak ho můžou opracovat do nám známé podoby, zabalit a poslat do světa.



Barbora Znojemska



Nezanechat po sobě stopu

Blízký vztah k přírodě se odráží nejen v produktech, ale i v jejich obalech. Naturinka přišla v oblasti kosmetiky jako první se systémem vratných obalů. Po spotřebování můžete obal zanést do prodejny, odkud ho pak pošlou zpátky do výroby, aby se mohl znovu použít. U papírových obalů na mýdla a šampóny by vrácení nemělo smysl, a tak jsou zcela kompostovatelné a rozložitelné, stejně jako etikety na skleněných obalech. „Jsem vážně vděčná za to, že se nám podařilo naši cestu udělat skutečně čistou. Nezanecháváme teď za sebou skoro žádnou stopu,“ pochvaluje si Barbora. Přesně díky tomu je Naturinka jediná česká mýdlárna, která patří mezi Green Brands, tedy evropské ekologické značky.

Naturinka zároveň nechce být jen mýdlárnou a výrobcem kosmetiky, a proto část svého výtěžku posílá dál. Přispívá nadaci DeBra, která se stará o děti s nemocí motýlích křídel, a podporuje Lékaře bez hranic, díky nimž hradí měsíční nutriční stravu jednomu dítěti.

Nechte se unést vůní

Barbora na začátku podnikání obcházela se svými mýdly obchůdky po Brně, a protože poptávka rostla, rostla Naturinka i její sortiment. Nyní své výrobky dodává do 150 prodejen a e-shopů se zdravou výživou po celé České republice a po celý rok objíždí různé trhy a markety. „Naše výrobky si kupují snad všechny věkové skupiny. Spíš než věk je

rozhodující, jakou vůni má kdo rád,“ přemýšlí Barbora nad důvody, proč si lidé Naturinku kupují. „Od začátku pracuji s jednoduchými, a tudíž i čitelnými recepturami. Mýdla i další produkty pak jednoduše voní po tom, z čeho jsou vyrobené.“ Pokud se tedy při výběru neřídíte typem vaší pokožky, můžete se u Naturinky nechat jednoduše unést tím, co vám nejvíce voní.

Kde si můžete Naturinku pořídit?

Z pohodlí svého gauče na e-shopu

www.naturinka.cz,

nebo v jedné ze 150 prodejen se zdravou výživou po celé České republice. Jejich seznam najdete zde:



e-mail: info@naturinka.cz | +420 602 747 478



„Chceme obléci co nejvíce lidí, v co nejvíce oborech, v co nejvíce zemích!“

Atelier IVNprofi obléká profesionály již od roku 1993. „Naše uniformy potkáte v hotelech, hotelových řetězcích, restauracích, kavárnách, kasínech, lázeňských provozech, hotelových spa i cestovních kancelářích“, říká zakladatelka a majitelka Ivana Jedlička. „Také oblékáme firemní management, zkrátka praktické a stylové oblečení, pro každé profesní prostředí. Naše uniformy najdete nejen v České republice, ale také na Slovensku, v Rakousku, Maďarsku a Německu.“



Přiměli jsme designérku **Ivanu Jedličku**, aby se ohlédla za více než třiceti lety v tomto oboru a také nám představila svoji druhou značku - IVN Atelier, který se zaměřuje na udržitelnou a minimalistickou módu.

Jak jste se dostala k tvorbě uniform, které vytváříte pod značkou IVNprofi?

Letos slavíme už 32 let a je to až neskutečné, jak dlouho už jsme spolu... Na začátku to byl velký sen se spousta nápadů, jak vymýšlet, navrhovat a realizovat specifickou modelovou konfekci. V Karlových Varech jsem tak založila společnost a přibrala si do své dílny další švadlenky, střiháčky, později manažerky a obchodnice. Postupem času se z nás stal opravdový, fungující tým, pravidelně jsme představili své modely na módních přehlídkách a spo-



lečenských akcích po celé republice. Oslovili nás první lázeňské domy a firmy, ve kterých potřebovali uniformy pro své zaměstnance. Výroba módních kolekcí se tak postupně rozšířila o výrobu uniform. Já jako návrhářka jsem měla jasnější zadání, kromě pohodlí a praktických parametrů jsem spolupracovala s architekty, řediteli a majiteli hotelů, restaurací a nejrozmanitějších provozů a firem. Snažila jsem se skloubit všechny požadavky a na konci vytvořit funkční modely, které by důstojně reprezentovaly dané pracoviště.

I uniformy jistě podléhají módním stylům. Jaké jsou nyní nejvýraznější trendy v oblasti uniform?

Tým, že naše výroba začala u modelové tvorby, jsem se vždy snažila převést módní prvky zároveň i do pracovních oděvů. Trendem posledních let je právě stírání rozdílů mezi uniformou a běžnou módou, což jsme prosazovali v naší firmě od začátku. Pohodlí a mladistvý „look“ dnes hraje prim v celosvětovém měřítku i u nás na dílně. Naše „Užijte si čas v práci“ chceme plnit doslovně. Uniforma už není jen předpis a nutnost, ale součást firemní identity a vytváření atmosféry. Všechny oděvy jsou vymyšlené do detailů a s důmyslnými „vychytávkami“.

S jakými chybami se setkáváte, když posuzujete svým profesionálním okem oděný personál?

Těch je spousta, jsem asi hodně kritická... Nejhorší a nejčastější nešvar je „špinavý a poničený“ vzhled uniform! Je to mnohdy až odpuzující a bohužel se s tím setkáváme i ve velmi drahých a luxusních podnicích. Snad nejdůležitější, jak ovlivnit vzhled a životnost již používaných uniform, je samozřejmě jejich údržba. A tu mají provádět vždy profesionální prádelny a čistírny. Pokud se každý zaměstnanec má starat o svůj pracovní oděv sám, je to pro hotel nebo jakékoliv jiné zařízení většinou velký problém – od různých odstínů (původně) stejnobarevných košilí, zničených jednotlivých oděvů v důsledku nesprávných pracích prostředků

a pracích postupů... O uniformy by se mělo starat profesionálně, byť za cenu nepatrného zvýšení měsíčních nákladů. Každopádně se tyto náklady mnohonásobně vrátí v prodloužení doby, po kterou uniformy slouží.

Kromě značky IVNprofi máte i druhou značku IVN ATELIER. Můžete nám ji přiblížit?

Ano, zde vytváříme udržitelnou a minimalistickou módu. Nabízíme zde modely, které jsou opravdu nadčasové, maximálně kvalitní, vyráběné s důrazem na každý detail. U obou našich značek hledáme způsoby, jak spojit estetiku s funkcí a udržitelností.

Prorazit v oděvním průmyslu je v našich podmínkách dosti ojedinelé. Co byste že je klíčovým faktorem vašeho úspěchu?

Určitě je na prvním místě náš zákaznický servis! Takže dokonalé služby a naše více než 30leté zkušenosti v oboru. Dnes už to není o cenách, tu si na-

staví zákazník sám. Ale právě ten čas a perfektní, kompletní servis od návrhu až po realizaci a následné služby rozhodují. Jsme tým 16-ti holek, taková rodinná nerodinná, malá firma. Právě ta stabilita uvnitř se odráží v naší spolupráci se zákazníky. Jsme opravdu sešraná parta, kde každá z nás má svůj nezastupitelný hlas v chodu firmy. To je jedna z našich největších výhod. A také již máme po tolika letech nastavené priority. Především je to „pohoda“! Těšit se každý den do práce, ať už jedu za „holkami“ na dílnu nebo za zákazníky do terénu.

Jaké jsou Vaše plány do budoucna? Chystáte nějaké novinky?

Neustále inovujeme materiály i design, sledujeme trendy v oblasti pracovního oblečení a hledáme způsoby, jak vylepšit funkčnost i pohodlí. Být každý den o něco moudřejší, informovanější a o malý stupeň výš, na pomyslných schodcích k dokonalosti.

A na závěr – co Vám osobně dělá největší radost z Vaší práce?

Smysluplnost toho, co vytváříme. Ať už se jedná o uniformy, nebo o naši udržitelnou módu. Předávat a kultivovat jednotlivce i firmy v oblasti, které rozumíme. Snažíme se dělat svoji práci opravdu dobře a je to velké dobrodružství, když na to pohlížíte ze správného úhlu...

Děkujeme za rozhovor a přeje mnoho dalších úspěchů!

Děkujeme a těšíme se na další výzvy!



ivn@ivn.cz
775 721 634
www.ivn.cz



G. Benedikt

ikona českého porcelánu s více než 140letou tradicí

V samotném srdci Karlových Varů, města proslulého nejen svými léčivými prameny, ale i historií porcelánové výroby, sídlí společnost G. Benedikt. Už od roku 1882 zde vzniká porcelán, který si našel své místo v nejprestižnějších restauracích, hotelech i kavárnách po celém světě. Spojuje v sobě řemeslnou preciznost, moderní technologie a výjimečnou odolnost, kterou oceňují profesionálové z oblasti gastronomie. Díky své tvrdosti a dlouhé životnosti se stal symbolem kvality, která přetrvává po generace.

Dědictví, inovace a české kořeny

G. Benedikt se od svého založení specializoval na odolný domácí porcelán, který si vybudoval pověst spolehlivosti. Postupem času porcelánka rozšířila svůj záběr a dnes je součástí prestižní skupiny sdružující Lilien Austria, Suisse Langenthal a Rudolf Kämpf. Toto spojení umožňuje nabídnout široké spektrum stylů a kolekcí – od tradičních po vysoce moderní design, určený nejen pro profesionální gastronomii, ale i pro milovníky estetického stolování.

Společnost vede dvojice českých majitelů Pavel Janák a Marek Stanzel, kteří směřují značku k inovacím a současným trendům, přičemž si porcelánka zachovává svůj původní charakter a vysoký důraz na kvalitu.

Shell



Granit



Benedikt Valbella

Neporézní povrch zabraňuje vstřebávání pachů a tekutin, což zajišťuje hygienickou čistotu i po letech intenzivního používání. Právě tato vlastnost činí porcelán G. Benedikt ideální volbou nejen pro restaurace a hotely, ale i pro náročné domácnosti.

Ekologická odpovědnost a udržitelnost

Společnost G. Benedikt klade důraz na ekologickou odpovědnost a udržitelnou výrobu. Procesy v porcelánce jsou optimalizovány tak, aby minimalizovaly odpad a spotřebu energie. Výroba porcelánu probíhá s maximálním využitím recyklovatelných materiálů a efektivním hospodařením s vodou. Společnost také pracuje na inovacích, které snižují ekologickou stopu, a aktivně se zapojuje do programů zaměřených na udržitelnost v průmyslu.

Kolekce, které definují styl stolování

G. Benedikt nabízí širokou škálu porcelánových kolekcí, které spojují tradiční řemeslo s moderním designem a odpovídají potřebám jak špičkových restaurací, tak domácností s vysokými nároky na

Josefine Altaussee



kvalitu a estetiku. Kolekce Benedikt evokuje nostalgii kuchyní našich babiček a dodává stolování hřejivý nádech tradice, díky čemuž je oblíbená nejen v domácnostech, ale i v restauracích s důrazem na autentickou atmosféru. Naproti tomu Flamenco přináší moderní pojetí stolování určené pro fine dining a prémiovou gastronomii, kde elegantní linie a precizní zpracování podtrhují exkluzivitu gastronomického zážitku. Pro milovníky netradiční struktury vznikla kolekce Ribby s výrazným žebrovaním, které porcelánu dodává jedinečný vzhled a hmatový rozměr.

Individuální přístup ke stolování umožňuje Decolab, který otevírá prostor pro kreativitu díky široké škále vzorů, textur a barev – umožňuje tak vytvořit porcelán přesně podle individuálních představ a potřeb. Kolekce Granit, inspirovaná přírodním kamenem, přináší surovou krásu přírody spojenou s maximální odolností tvrdého porcelánu, což ocení nejen restauratři, ale i designová studia hledající výjimečné prvky pro své projekty. Unikátní součástí portfolia jsou také dvoustěnné porcelánové hrnky, které nejen skvěle vypadají, ale také udržují teplotu nápojů po delší dobu, což ocení především kavárny a hotely.

Ribby



Doublewalls

Za estetickou stránkou kolekcí stojí Art Director Miroslav Machek, který se stará o to, aby každý design byl nejen vizuálně atraktivní, ale zároveň dokonale funkční a odpovídal nejvyšším nárokům na profesionální i domácí stolování.

Světové uznání a prestiž

Porcelán G. Benedikt si našel cestu do špičkových hotelových řetězců a restaurací po celém světě. Díky své estetice a kvalitě se často objevuje ve vyhlášených kuchařkách, kde dotváří vizuální stránku pokrmů.

Společnost své výrobky exportuje do více než 50 zemí a pravidelně se účastní mezinárodních veletrhů, kde představuje nové kolekce a inovace. Zároveň dlouhodobě spolupracuje s Univerzitou Jana Evangelisty Purkyně (UJEP) na vývoji designových a technologických řešení, která spojují tradiční řemeslnou výrobu s moderními trendy.

Partnerství v gastronomii, designu a sportu

G. Benedikt se aktivně podílí na podpoře české gastronomie, designu i sportu. Je partnerem soutěže Bocuse D'Or Czech Republic, která je součástí nej-

prestižnější světové gastronomické soutěže. Podporou mladých kuchařských talentů přispívá k rozvoji české gastronomie na mezinárodní úrovni.

Zároveň je partnerem světového poháru City Triathlon Karlovy Vary, čímž zdůrazňuje svou filozofii spojení řemeslné dokonalosti s aktivním životním stylem. A jako člen Asociace českého průmyslového designu (AČPD) se podílí na rozvoji porcelánového průmyslu v České republice.

Tradice s vizí budoucnosti

G. Benedikt není jen značkou porcelánu – je přiběhem řemeslné vášně, inovace a odolnosti. Každý kousek porcelánu nese odkaz 140 let tradice, propojený s moderním designem a špičkovou kvalitou. Ať už v prestižních restauracích, luxusních hotelech nebo u vás doma, G. Benedikt zůstává symbolem nadčasové elegance a mistrovského zpracování, které vydrží po mnoho generací.


www.gbenedikt.cz

Flamenco Crackle



DARRÉ

Povlečení, které vydrží roky

Výrobou povlečení a prostěradel se firma DARRÉ zabývá už od roku 2008. Za tu dobu si tato rodinná firma z východních Čech vybudovala pevné postavení na trhu a zákazníci ji dnes vnímají jako prémiového českého výrobce, jehož produkty vydrží v perfektním stavu po mnoho let. DARRÉ si zakládá především na použití prvotřídních materiálů, poctivém a precizním ušití v Česku a také na vlastních originálních designech.

Kvalitní látka jako základní stavební kámen

Hustě tkané bavlněné plátno vyrobené z česané příze. Velmi příjemné na dotek, nedráždí pokožku a zvyšuje tak šanci na dosažení hlubších fází spánku, zásadních pro naši regeneraci. To jsou jen některé z výhod povlečení, které DARRÉ přináší na trh. Výběr látky je naprosto klíčovou součástí prémiového povlečení. Sám majitel firmy Aleš Kuchař věnuje velké úsilí a pozornost tomu, aby se DARRÉ s kvalitou látek neustále zlepšovalo. Druh použitých materiálů ovlivňuje do značné míry životnost výrobku i případné zdravotní benefity pro zákazníka. Firma spolupracuje s certifikovanými výrobci látek, kteří jsou světovou špičkou ve svém oboru. Samotné DARRÉ má uděleno certifikát OEKO-TEX, kterému předcházela důkladná audit, aby firma tento certifikát mohla získat.

Řemeslo českých švadlenek

Každé povlečení a prostěradlo, které DARRÉ vyrábí, je ušito v českých šicích dílnách. Šití v Česku s sebou samozřejmě nese vyšší náklady, což se



propisuje i do výsledných cen produktů. Zákazníci to však akceptují, podporují českou výrobu a oceňují i kvalitu ušití. Při šití jde DARRÉ do úplných detailů, jako je třeba zapošívání rohů. Když otočíte naruby většinu konkurenčních povlečení, v rozích

se často setkáte s přebytečnými nitěmi. V případě povlečení od DARRÉ jsou rohy začištěné díky závoracím šicím strojům, které firma zařadila do výroby. Neodmyslitelnou součástí jsou i kvalitní zipy a jezdcy, které jsou při šití použity. DARRÉ používá YKK zipy a jezdcy, na které dokonce poskytuje doživotní záruku. Ano, slyšíte dobře. Pokud se vám se zipy stane cokoli (například i 15 let od zakoupení), v DARRÉ vám je vymění. Výhodou české výroby je i schopnost ručit za kvalitu ušití a mít pod kontrolou procesy na jednotlivých šicích dílnách.

Design, který vás okouzlí

Třetím důležitým pilířem výrobků od DARRÉ je bezesporu design. Ve firmě pracují grafičtí designéři a malířka, kteří společně tvoří nové originální motivy. Často se inspiřují českou krajinou a přírodou kolem nás. Firma se snaží stále více využívat digitální tisk, což představuje mnohem preciznější formu potisku látek. Zároveň snižuje spotřebu vody o 90 % než u klasického rotačního tisku. Díky digitálnímu tisku jsou motivy propracované do detailu



a jednotlivé obrázky vypadají mnohem živěji. Tento způsob potisku má také mnohem větší životnost a je méně náchylný například na pouštění barev. V dnešní době jsou stále více oblíbená jednobarevná povlečení a DARRÉ nezůstává pozadu. V letošním roce zařazuje do nabídky minimalistické povlečení v trendy barvách a to hned na několika různých materiálech.

5 let záruka jako důkaz udržitelného podnikání

Všechny výše zmíněné body jsou pevnou oporou pro to, aby mohly být produkty od DARRÉ opatřeny 5letou zárukou. Pro zákazníka je to potvrzením, že si firma skutečně stojí za tím, co říká. Součástí celého procesu je i kontrola samotného výrobku, než je naskladněn na e-shop a nabídnut zákazníkovi.



Při výstupní kontrole se prověřuje látka, tisk i ušití. V případě zjištění závady (například kaz na látce) se ale nic nevyhazuje. Firma tyto produkty nabízí na svém e-shopu jako kategorii „Zachraň mě“. Všechny vady jsou zde přiznané, popsané a produkt je zákazníkům nabídnut za značně zvýhodněnou cenu. Je to další krok k udržitelnějšímu podnikání. Při výrobě textilií je určitá kazovost nevyhnutelná a je potřeba pracovat na podobných řešeních, aby se produkovalo méně odpadu. S tím souvisí i nově vznikající ekologické balení povlečení. DARRÉ začalo vyrábět látkové sáčky, do kterých je povlečení zabaleno. Toto balení se postupně prolíná celou nabídkou a DARRÉ tak již brzy přestane používat igelitové obaly, do kterých povlečení balilo dříve.

www.darre.cz


Vítězství v soutěži Rodinná firma roku

Firma DARRÉ byla v loňském roce oceněna vítězstvím v soutěži Rodinná firma roku 2024 AMSP ČR v kategorii malá firma. Radost z vítězství byla umocněna ještě tím, že DARRÉ zvítězilo i v kategorii Cena veřejnosti, kde pro ni hlasovali zákazníci a fanoušci. Dle slov pana Kuchaře jde o potvrzení, že jsou zákazníci s výrobky od DARRÉ spokojeni, oceňují příběh této značky, českou výrobu, originální vzory i udržitelný přístup k podnikání. Výraz rodinná firma je v DARRÉ dodržen na 100 %, protože vedle otce a matky zakladatelů se na vedení firmy podílí i jejich dcera s přítelem. V pracovním kolektivu se objevují další rodinní příslušníci a v celém DARRÉ panuje přátelská a rodinná atmosféra, která je základem pro to, aby zde mohl vzniknout kvalitní bytový textil, který zákazníkům vydrží roky.

Událost roku?

FANY EXPO 2025



Jubilejní, dvacátý ročník FANY Expo přilákal do pražského O2 Universa 1900 profesionálů ze segmentu HoReCa.

Společnost FANY Gastroservis, lídr v zásobování gastronomických podniků v Praze, nabídla ve třech patrech více než 100 expozic. Kromě ledového loga jubilejního ročníku vítaly návštěvníky stánky s novinkami a exkluzivními produkty potravinářského i nepotravinářského sortimentu. Například řemeslný lihovar Radlík představil višňový likér zrající v sudu po portském víně. Společnost Savencia nabídla Liptovskou bryndzu v gastro balení a Farma Bláto prezentovala tvrdé sýry v čele s alpským Vidlákem zrajícím 12 měsíců na prknech. Lactalis zaujal holografickou prezentací a premiérou perličkové mozzarely značky Galbani určeném pro segment HoReCa. Nechyběla ani výjimečná káva Delta Cafés připravovaná baristy na pákových kávovarech Delta Mayor. Před vstupem do hlavního sálu se hosté mohli osvěžit víny z Bohemia Sekt a Borgo Molino či ochutnat speciality zahraničních výrobců Salcheto a Carhelejo. Maso Jičín zaujalo unikátním vepřovým tataráčkem s názvem Cibuláček, společnost Heuschen&Schrouff Oriental Foods přiblížila asijskou kuchyní a firma Akmis představila autentickou omáčku Anchor Bar proslavenou díky Buffalo Chicken Wings. FANY Expo bylo také o živých prezentacích. Mozzarella zde vyráběl italský mistr Antonio Mareri, zatímco Zdeněk Křížek okouznil veganskými tortellini s květákovým velouté a fermentovanou zeleninou. Zahraniční osobností pak byl Massimo Camia, jehož stejnojmenný podnik má již 24 let hvězdu Michelin. FANY Expo 2025 opět potvrdilo svou prestiž a význam v pražském gastronomickém světě!

MiM



Podnikání, manažerská kariéra nebo vlastní byznys – ať už chcete expandovat, škálovat nebo vést velké týmy, jedno je jisté: musíte být připraveni. V prostředí, kde se každý den mění pravidla hry, rozhoduje o úspěchu to, jak rychle se dokážete přizpůsobit, inovovat a převzít kontrolu. A přesně o tom jsou MBA programy na NEWTON University.



MBA na NEWTON University: od zkušených profesionálů pro leadery s ambicemi

Od lidí, kteří nejprve uspěli a až pak začali učit MBA školu si můžete vybrat kdekoliv. Ale kde jinde vás budou učit lidé, kteří si tím vším sami prošli a uspěli?

Zakladatelé firem. CEO's. Top manažeři. Úspěšní marketéři. Investoři.

Tohle všechno jsou naši lektori. Nejprve něco vybudovali, dovedli firmy k úspěchu, vedli týmy v miliardových společnostech – a až pak začali předávat zkušenosti dál.

„Na NEWTON University studujete s těmi, kteří popírají slavné rčení Woodyho Allena: 'Those who can do, teach.' Tady učí ti, kteří nejprve dokázali, že umí – a až pak šli učit.“ – Jiří Pecina, CEO & Founder, MEDDI Hub a. s.



Proč MBA na NEWTON University?

Business, nejen teorie – Studujete u těch, kteří si prošli reálnými výzvami. Žádné akademické bubliny, jen praxe a výsledky.

Networking na úrovni – Studijní skupina? Ne. Kontakty, které vám otevrou dveře. Vaši spolužáci mohou být vašimi budoucími obchodními partnery, investory nebo mentory.

Flexibilní pro manažery a podnikatele – Studium je přizpůsobeno vašemu tempu. Máte byznys? Vedete tým? Žádný problém. Učíme tak, abyste pracovali na řešení své osobní zakázky.

„X-tream výcvik byl pro mě nezapomenutelný. Kdo se chce posunout v kariéře, měl by si tím projít. Doporučuji každému, kdo chce být lepším leaderem.“
Lukáš Ticháček, Senior zemský ředitel, SMS finance a.s.



„Studium MBA na NEWTON University bylo splněním dlouholetého snu. Jsem důkazem toho, že studovat se dá v každém věku. Kvalitní vzdělání, inspirativní lektori – rozhodnutí, které mě posunulo dál.“

Ing. Lenka Žlebková,
generální ředitelka Kongresového centra Praha

X-Tream management: Leadership na hraně možností

Jste pod tlakem. Není žádné správné řešení. Každé rozhodnutí může mít fatální důsledky. Dokážete se v krizové situaci ovládnout a vést svůj tým?

X-tream management je speciální výcvik, který vás prověří v extrémních podmínkách. Testuje váš leadership, odolnost a schopnost dělat klíčová rozhodnutí pod tlakem.

MBA pro ty, kteří nehledají diplom, ale know-how

NEWTON University není o titulu a nabídkových definicích. Je to škola pro ty, kteří chtějí mít reálné dovednosti, strategické myšlení a schopnost vést.



Chcete vědět víc?

Naskenujte QR kód a zjistíte, jak vás může MBA na posunout na další úroveň.



Mgr. Veronika Kolečáková, Ph.D., MBA
Ředitelka postgraduálních studií

+420 723 755 719 | veronika.kolenakova@newton.university



OBJEVTE DOKONALOST S TISKÁRNOU CANON

imagePROGRAF PRO-1100

Profesionální tiskárna Canon imagePROGRAF PRO-1100 přináší výjimečnou kvalitu barev a detailů, která splní i požadavky nejnáročnějších fotografů, grafiků a umělců. Díky 12barevnému systému pigmentových inkoustů LUCIA PRO II zachytíte každý odstín s maximální přesností a hloubkou. Canon imagePROGRAF PRO-1100 je perfektní volbou pro ty, kteří chtějí vytvářet snímky v maximální možné kvalitě.

Canon

Nová Waltrovka

Obří projekt proměňuje retro v hi-tech

„Waltrovka“ nebyla dlouhé generace zrovna výstavní částí Prahy. Vzhledem ke skvělé lokalitě, která spojuje pražské Jinonice se Smíchovem, však měla všechny předpoklady pro to, aby probudila zájem investorů. Věci se výrazně pohnuly vpřed v minulých letech, kdy v rámci projektu Nová Waltrovka vzniklo 24 tisíc m² nových kancelářských prostor a na dalších více než čtyřech tisících metrech retailové prostory k pronájmu. Vznikla také rezidenční část se 460 byty a hotel se 166 pokoji. Všechno s ohledem na dnešní požadavky moderní městské čtvrti – tedy s dostatkem zeleně a sportovního zázemí v nejbližším sousedství, s nízkou spotřebou energie a novými technologiemi.

Dlouhé roky zanedbávané území Waltrovky se tak pod taktovkou investiční skupiny Penta proměnilo v jednu z vyhledávanějších rezidenčních i kancelářských lokalit a získalo za krátkou dobu své existence už také množství ocenění. Na přípravě území se podíleli významní architekti, kteří kombinací několika architektonických stylů vytvořili místo, jež nepůsobí fádně. Součástí areálu je dominantní náměstí, na kterém se nachází známé dílo umělce Davida Černého, a to sochy Pegasů s mechanickými motory a také dvouhektarový park, který byl následně předán do správy městské části.

Technologie mají sloužit lidem, ne naopak

Ale pojďme k technologiím, které jsou u nových projektů stále důležitější, protože všichni noví nájemci a firmy očekávají, že budou moci ihned po svém „nastěhování“ pracovat ve vybavených prostorech, kde vás „technologie neotravují, ale všechno funguje“. O vybavení kanceláří se postarala mimo jiné společnost Philips, která každou z pětaticeti nových místností vybavila vlastní „signage“ obrazovkou. „Mnoho velkých výrobců v posledních le-

tech přecenilo chuť lidí si pohrávat s technologiemi a jejich nastavením. Měli zato, že uživatelé chtějí technologiím rozumět, měnit nastavení a režimy, stahovat si nové aplikace. Ale zkušenosti ukazují přesný opak. Nejoblíbenější technologie jsou také, o nichž nevíte – a přitom dělají to, co byste od nich v danou chvíli očekávali,“ říká o aktuálních trendech Leoš Lemberk, sales manager pro signage Philips v regionu střední a východní Evropy.

I proto ve spolupráci s firmou IPSECURITY s.r.o., jež se starala o integraci celého systému, se rozhodli pro řešení, které kombinovalo velkoplošné obrazovky o úhlopříčkách 75, 86 a 98 palců, jež dokáží nejen promítat obraz, ale také plánovat kalendáře pro rezervaci místností nebo napojení na telekonferenční platformy Google Meet nebo Microsoft Teams. Právě takový byl požadavek investora, který nechtěl běžné kancelářské prostory, ale skutečně plnohodnotně vybavené interaktivní zasedací místnosti.

Vše řídí intuitivní software

„Celý projekt byl naplánován na šest měsíců. Začal v říjnu loňského roku a skončil v dubnu letoš-

ního. A díky tomu, že jsme s českým zastoupením značky Philips realizovali už několikrát společný projekt, všechno probíhalo v zásadě bez problémů. Jediným malým překvapením v rámci příprav byla výměna držáků VESA u největších, tedy osma- a desátipalcových obrazovek,“ doplňuje Matěj Tichý ze společnosti IPSECURITY s.r.o.

Velkoryse pojatá Nová Waltrovka nejen že probudila část mezi stanicemi pražského metra mezi stanicemi Radlická a Jinonice na lince B, ale především naznačuje směr, kterým se moderní development v rámci evropských a českých měst v poslední době vydal. Směrem k revitalizaci brownfieldu, zeleni, udržitelnosti a technologiím, jež slouží lidem. Ne naopak.

Více informací o profesionálních displejích Philips najdete zde: www.philips.cz/p-m-pr/professional-displays nebo zde: www.ppps.com
Informace o systému ArtemisOne najdete zde: artemisone.eu

Udržitelnost a diverzita mají mnoho průsečíků



Jitka Štědroňová pracuje ve společnosti Canon od roku 2018, kde má na starosti korporátní a B2B PR, od roku 2021 se rovněž věnuje problematice DEI (diversity, equity, inclusion). V našem rozhovoru odhaluje, proč bude téma diverzity v budoucnu nabírat ještě více na aktuálnosti i jakých projektů se dotkne.

Téma diverzity, inkluze a rovnosti je v posledních dnech často skloňované v médiích. Nechystá se Canon rovněž zrušit inkluzivní opatření?

Nic takového se v žádném případě nechystá. V našem regionu Česka, Polska, Maďarska a Slovenska postupně zavádíme program diverzity, rovnosti a inkluze od roku 2021. Zaměřujeme se rozdílů v platech žen a mužů, vyšší zastoupení žen v manažerských pozicích, ale třeba také podporu návratu žen po rodičovské dovolené nebo zaměstnávání lidí po padesátce. Ti byli dříve na pracovním trhu tak říkajíc odepsáni, přitom – vzhledem ke stále se prodlužující délce života a bohužel i doby odchodu do důchodu – mají před sebou minimálně deset či patnáct let v pracovním procesu, a zároveň mohou nabídnout obrovské zkušenosti. Podle údajů WHO bude v roce 2030 každý každý šestý člověk na světě starší 60 let a tomu je potřeba přizpůsobovat pracovní prostředí. V Canonu si takových lidí ceníme zejména na technických pozicích v servisu nebo v obchodu.

Gender neutrální záchody zatím nechystáte?

Ne, to opravdu není na pořadu dne. Mrzí mě, že se téma diverzity pro mnoho lidí smrkává právě na tyto mediálně atraktivní výřky jako počet pohlaví nebo trans ženy ve vrcholovém sportu. Já ze své pozice řeším každodenní život ve firmě. Studie opakovaně prokazují, že věkově i genderově pestré týmy dosahují lepších výsledků. Inkluze pro mě znamená například podporu rodičů malých dětí. Nejen ti ocení možnost práce z domova až tři dny v týdnu, zatímco velká část firem už dávno zahájila návrat do kanceláří po covidové pandemii. Zavedli jsme rovněž program pro podporu duševního zdraví, protože je stejně důležité jako zdraví fyzické, ale bohužel kolem něj stále panuje řada tabu. Pro mě zkrátka inkluze znamená podporu zaměstnanců v jejich unikátních životních situacích tak, aby se cítili v práci respektováni a oceňováni.

Zdá se, že ožehavé téma diverzity vytlačilo do pozadí dříve rovněž často skloňovanou otázku kolem udržitelnosti. Myslíte, že podniky na udržitelnost zapomněly?

Tak to určitě není, pro velké podniky je naplňování cílů ESG stále aktuální, a to nejen kvůli naplňování legislativních požadavků. V Canonu se náš přístup k udržitelnosti zakládá na třech základních oblastech, a to snížení dopadu na životní prostředí, etické zajištění všech článků výrobního i prodejního procesu a v neposlední řadě i pozitivní sociální dopad. To zahrnuje snížení emisí CO₂ o 50 % do roku 2030 v souladu s Pařížskou dohodou, eliminaci plastových obalů výrobků i postupné zmenšování produktů díky snazší logistice. Neustále hledáme způsoby, jak minimalizovat dopad na životní prostředí během celého životního cyklu našich výrobků. Například u některých našich tiskáren imageRUNNER ADVANCE jsme zmenšili vnější plášť. Tato jednoduchá změna znamená méně plastů a o 25 % lehčí stroj, který přitom tiskne stále ve stejné kvalitě.

Zmínili jste i sociální dopad, na jaké oblasti se zaměřujete?

Canon podporuje nejrozumnější charitativní projekty a organizace zabývající se zejména ochranou přírody. Každoročně se také zapojujeme do Hodiny země a motivujeme naše zaměstnance, aby se účastnili dobrovolnických aktivit. Kromě toho sami vytváříme vlastní iniciativu. Letos proběhne již 8. ročník projektu Kopírka hledá kancelář, kdy opravujeme starší, ale funkční modely multifunkcí, které majitel vyměnil za novější, a následně je věnujeme dobročinným organizacím. Přispíváme tak dobré věci a zároveň podporujeme cirkulární ekonomiku.

V podobných projektech se vlastně potkává udržitelnost s diverzitou, nemám pravdu?

Ano, zejména v oblasti sociálního dopadu vidím mnoho průsečíků. Na mé práci mě baví zejména možnost využívat různé aspekty technologií Canon



a vzájemně je propojovat. V loňském roce jsme například představili ve spolupráci s organizací Czech Photo a nadací Českého rozhlasu Světluška výstavu Svět nevidaný, již tvořilo 14 obrazů od světových ambasadůrů značky Canon upravených speciálním softwarem PRISMAelevate XL, který umožňuje vytisknout fotografie s reliéfní vrstvou, takže je lze navnímat nikoli pouze zrakem, ale i hmatem. Pomocí stejné technologie tiskneme i popisky výstavy v Braillově písmu. Nyní v březnu odstartovala další fáze výstavy, kdy jsme pět původních obrazů vyměnili za díla českých autorů. Návštěvníci si tak mohou prohlédnout a osahat tygry od Vladimíra Čecha ml. nebo snímek Lukáše Krpálka od Pavla Lebedy. Jedná se o venkovní výstavu a najdete ji na otevíraném prostranství hned vedle stanice metra Nové Butovice.

Máte zpětnou vazbu k výstavě přímo od nevidomých?

Ano, se zástupci komunity nevidomých a slabozrakých pracujeme již od samého začátku. Není možné vytvářet něco pro určitou skupinu lidí a nezapojit ji do procesu vzniku, proto jsme všechny vytisknuté obrazy i popisy nechali zkontrolovat konzultantem ze střediska Teresiás, které se zabývá právě přístupností pro nevidomé a slabozraké. Rovněž jsme od navigační služby nechali vypracovat cestu na výstavu z různých výchozích bodů včetně hlavního nádraží, aby ji mohli navštěvovat lidé s postižením zraku i bez doprovodu.

Co byste vzkázala lidem nebo firmám, které si s tématy diverzity a inkluze nevědí rady nebo je považují za náročná?

Vzkázala bych jim, že mi připadá nešťastné plývat talenty jen proto, že u nich vidí nějakou překážku nebo riziko, ale naopak, pokud se pokusí takové překážky odstraňovat a zaměstnance včlenit do kolektivu, získají často motivované a loajální zaměstnance. Svět je globalizovaný, národnosti se mísí, čím dál více žen netouží po založení rodiny, a naopak na rodičovskou dovolenou odcházejí i tatínky. V takovém světě žijeme a je třeba jít s dobou.

www.canon.cz





Potřebujete spolehlivého dodavatele chytrých technologií?

Smarty BRANDS je vaším spolehlivým partnerem bez ohledu na rozsah vašeho podnikání. Od roku 2016, kdy společnost spustila služby pro firmy (divizi B2B), si zakládá na široké nabídce komplexních služeb. Zcela klíčovou hodnotou je pro Smarty individuální přístup a spolehlivost při péči o každého B2B zákazníka. Proto se o ně stará obchodní zástupce, který je jim pravidelně k dispozici, plní jejich požadavky a zaručuje tedy vzájemnou prosperitu spolupráce.

Škála služeb, kterých se vám od Smarty BRANDS dostane, je opravdu široká. Vybere si tedy každý - ať už je oblast a velikost jeho činnosti jakákoliv. Rádi bychom vám nyní služby Smarty BRANDS blíže představili.

Prvním odvětvím z nabídky Smarty BRANDS je sekce IT řešení pro firmy. Jak už název napovídá, zde se zaměřují na to, aby vám ušetřili čas i finanční prostředky, zatímco vy se můžete soustředit na vaše podnikání. Dodání či instalace nových zařízení do firmy je jen začátek. Nabízí také školení, konzultace či servis, pokud by se zařízení dostala do potíží. To vše je vždy šité zákazníkovi na míru. Mezi produkty, které nabízí, jsou například firemní počítače pro vás a vaše zaměstnance. Dále periferie, mezi kterými najdete monitory, projektory nebo public displaye. Prezentace či větší akce mohou probíhat na profesionální úrovni.



Klíčovým produktem a odlišením od konkurence jsou pro Smarty BRANDS služby zákazníkům. Aby nebyla dodána „jen krabíčka“, ale řešení „all inclusive“, zařadila B2B divize do svých služeb SLA, outsourcing, management zařízení, návrh řešení procesů, instalaci konferenčních místností atp. Do nabídky MDM řešení spadá například KNOX pro správu zařízení značky Samsung, Jamf pro správu nejen Apple zařízení, Vmware, Intune, Autopilot a další.

V případě, že ve firmě využíváte produkty od společnosti Apple, a jste živnostník či právnická osoba, bude pro vás tou správnou volbou wefree. Poskytuje totiž profesionální poradenství a IT či správu vašich Apple zařízení.

iPhone, iPad či Mac integrované do vašich pracovních procesů budou pod dohledem wefree dopomáhat k vašim maximálním výkonům. wefree nabízí kromě vzdálené správy také speciální balíčky, které sníží další náklady ve správě vaší IT.

Smarty BRANDS umí dodat také audio-video řešení, kterými můžete vybavit zasedací a konferenční místnosti. Může se jednat třeba například o kamery či reproduktory. Meetingy s vašimi partnery budou tak probíhat hladce, ať už se budou konat na osobní úrovni nebo online.



Pro zajištění vysoké efektivity práce dále nabízí Smarty softwarová řešení, která konzistentně pomáhají dosahovat vytyčených cílů. V tom vám pomohou aplikace na bázi CAD/CAM, iCloud pro bezpečnou zálohu dat zaměstnanců či dobře známý kancelářský balík Microsoft Office. Zakoupit si také můžete permanentní licence či pravidelné předplatné.

Aby IT řešení ve vašem podnikání fungovalo na stabilních základech, můžete se spolehnout, že vám Smarty BRANDS pomůže vybudovat pevnou infrastrukturu, do které spadá kromě zmíněného iCloudu také networking a jiné formy zálohování dat, dále správa serverů, možnosti virtualizace a další síťové prvky. Z dalších nabízených produktů a služeb v rámci IT lze jmenovat kupříkladu zabezpečovací a monitorovací techniku. Smarty dokáže pomoci i s upgradem či prvním spuštěním zakoupeného zařízení, nabídne podporu vlastní značky TIGO po celé Praze a kromě AutoID řešení nabízí pomoc i v rámci automatizace vašich pracovních postupů.

Celé toto soukolí by však pozbývalo smyslu, pokud by jej nezaštiťovaly renomované značky, jež v sortimentu nabídky Smarty naleznete. Jedním ze spolehlivých partnerů je společnost Lenovo, která si na poli IT vybudovala silné renomé díky špičkovým produktům, které mohou posunout vaše podnikání na vyšší úroveň. Kromě výkonných desktop PC a notebooků nabízí komplexní konferenční sety, reproduktory či tablety, které oceníte nejen vy při důležitých schůzkách, ale také vaši zaměstnanci při kancelářské činnosti.

Důležitý prvek k cestě za úspěchem představuje také vzdělávání. Proto vám pomáháme s implementací techniky za účelem zkvalitnění digitalizace výuky. V sortimentu Smarty BRANDS naleznete velké množství produktů, které tyto účely splní. K notebookům, tabletům, příslušen-

stvím nebo interaktivním tabulím do učeben nabízíme taktéž aplikace Škola, Třída, Apple School Manager, Microsoft Office či Google Classroom. Microsoft Office do vašich zařízení zavede zcela zdarma, nabídne technickou podporu a implementaci počítačů v závislosti na typu zařízení.

Služby na míru jsou doménou Smarty BRANDS, s nimiž celá vaše činnost bude fungovat jako dobře

namazaný stroj. Patří k nim produkty Flex, které zastřešují pronájem či servis zařízení s ohledem na minimalizaci vašich nákladů. Smarty Záruky zase spolehlivě ochrání vaše zařízení v případě poškození či odcizení. Neplánovaných výdajů se tedy nemusíte bát. Když firemní zařízení potřebuje upgrade, zvolit můžete výhodný výkup firemních zařízení. Mezi další služby patří například školení, zaměstnanecký program či zápůjčky zařízení.

Zaujaly Vás služby Smarty BRANDS?
Více najdete na www.smarty.cz/firmy





**PREMIUM
GASTRO**

www.premium-gastro.com

Nejen projektový a zážitkový velkoobchod, ale především tým srdcařů ... to je Premium Gastro

Kompletní řešení pro Váš provoz na dosah ruky – od slánky, přes talíř až po pec na dřevěné uhlí. Showroom v Praze s jedinečnou atmosférou a velkým výběrem, kde uspokojí potřeby i nejnáročnějších klientů a jejich architektů i designérů, kde poradí s výběrem toho nejlepšího řešení pro konkrétní hotel, restauraci, bistro nebo kavárnu od stolního inventáře po bufetová řešení.

Je to místo, kde vznikají dlouhodobá partnerství a přátelství postavená na důvěře, kvalitě, osobním přístupu, spolehlivosti a znalosti potřeb oboru.



Zkušenosti z lodní kultury, precizní plánování a vášně pro kvalitní gastronomii, to vše má **Petr Svejkský**, zakladatel projektu Premium Gastro. Sdílí svou inspirativní cestu od mořských vln k podpoře profesionálů v HoReCa sektoru. Nechte se pozvat do showroomu, kde se proměňují nápady ve skutečnost!

Jaká je historie Vašeho projektu Premium Gastro? Co Vás inspirovalo k založení?

Za mého působení na lodích jsem pozoroval, že pořizujeme jen to nejvyšší vybavení. U spo-

lečnosti, která provozovala 25 lodí o průměrné kapacitě 3500 hostů, bylo vždy vše ekonomicky propočítáno na 0,1 centu. V dlouhodobém pohledu je i případně dražší vybavení ekonomicky výhodné, nepotřebuje časté výměny. Lodě fungují nepřetržitě 24/7, 365 dní v roce, a jejich inventář je vystaven obrovskému náporu. Dokonalé plánování a logistika jsou tedy klíčovými momenty.

Po návratu jsem chtěl tyto zkušenosti využít a založil Premium Gastro, projekt zaměřený na podporu provozovatelů v oboru HoReCa.

Můžete mi detailněji popsat, jak tedy fungujete s klientem? Řekněte, že otevíráte novou restauraci a najdete nabídku Premium Gastro, co mě konkrétně čeká?

No, vždycky je to individuální, ale pojďme si přiblížit ten ideální scénář.

Nejlepším začátkem je vždy osobní návštěva u nás v showroomu. Projdeme osobně celé zadání i potřeby daného projektu. Představíme klientovi fungování našeho konceptu tak, aby se v naší pestré nabídce cítil jako doma, stanovíme správná očekávání, pomůžeme s výběrem toho pravého. Seznámíme klienta s naším online prostředím, které

po osobní schůzce nabývá větší smysl. Rozkryjeme možnosti a účel brandingů a další vychytávky.

Už z první schůzky pak může klient odjždět se zapůjčeným inventářem, který si oblíbil, a vyzkoušet vše přímo ve svém podniku. Navíc si odváží katalogy, které si může v klidu projít.

Po setkání pošleme klientovi shrnutí emailem, můžeme poslat další online katalogy nebo odkazy. Jakmile se klient rozhodne pro konkrétní produkty, vystavíme mu individuální cenovou nabídku s nejlepším možným zvýhodněním.

To je ten základní nástin proces. Schůzek může být i víc a během celého procesu probíhá intenzivní komunikace.

Setkáváte se s nějakými předsudky?

Ano, bohužel, a souvisí to i s předchozí otázkou. Slovníková definice pojmu "premium" je zboží vyšší kvality a hodnoty než ostatní výrobky srovnatelné ceny. V Čechách toto označení devalvovaly banky a další instituce, které svojí rétorikou zaměnily "premium" za synonymum pro luxus až nedostupnost. To pak ovlivňuje vnímání klientů, kteří nás často bez bližší znalosti naší nabídky zařadí jako "to jsou ty drahý".

Pracujete výhradně s profesionály z oblasti gastronomie?

Rozhodně ne. Rádi navazujeme spolupráci s bytovými designéry nebo architekty, v některých případech rádi vyjdeme vstříc i koncovému zákazníkovi. Stále však zůstáváme velkoobchodem, a to má svá specifika jako například velkoobchodní balení. Rádi dopřejeme kvalitní inventář komukoliv, kdo hledá něco výjimečného.



Logistické služby Igepa CZ

- Rozbalíme, přebalíme, zkompletujeme vaše zboží a zakázky
- Dovezeme vaše zakázky kamkoliv po ČR
- Pronajmeme vám prostory pro uskladnění zboží (palety / krabice)
- Věnujte se naplno rozvoji svého businessu, logistiku nechte na nás.

Zdeněk Matoušek

Logistics Director

M +420 733 282 205

E zmatousek@igepagroup.com

**Ušetřete
náklady i starosti
s uskladněním
a přepravou
zboží**



Poptat službu



Cheport

Když ekologické neznamená drahé a neúčinné

Cheport spol. s r.o. je česká rodinná firma, která se již od roku 1991 specializuje na výrobu a prodej ekologických čisticích a dezinfekčních prostředků pro širokou škálu odvětví.

V Cheportu jsou hrdí na to, že vytváří řešení šetrná k životnímu prostředí a přitom vysoce účinná. Jejich produkty využívají jak domácnosti, tak podniky v zemědělství, potravinářství, nápojovém průmyslu či zdravotnictví. Jsou přizpůsobeny specifickým potřebám firem a splňují přísné normy kvality a bezpečnosti.

Společnost Cheport razí přírodní cestu k dokonalé čistotě především eliminací syntetických látek. Věří, že profesionální čistota nemusí být na úkor přírody, proto systematicky nahrazuje chemikálie přírodními alternativami, aniž by snižovala účinnost svých produktů.

Ekologické složení čisticích prostředků

Co konkrétně představuje tento přístup k udržitelné hygieně? V Cheportu pečlivě vybírají pro svoje produkty biologicky odbouratelné složky, které nezatěžují životní prostředí. Postupně nahrazují

fosfonáty a další agresivní látky, které jsou běžné v průmyslových čistiadlech. Zkrátka vyvíjí produkty s vysokou účinností a minimálním dopadem na ekosystém. Moderní inovace v této oblasti firmě umožňují vyvíjet produkty, které jsou účinné, ale splňují stále přísnější ekologické standardy, obsahují biologicky odbouratelné složky, které se v přírodě rychle a bezpečně rozkládají, aniž by zatěžovaly vodní toky a půdu.

Produkty společnosti Cheport splňují normy ISO 14001, které garantují šetrnost k životnímu prostředí.

Snížení plastového odpadu

Snížení negativního dopadu samotných čisticích prostředků na životní prostředí je jedním z klíčových kroků k udržitelnosti. Další důležitou inovací je redukce plastového odpadu. Výrobci čisticích prostředků stále více přecházejí na recyklovatelné obaly nebo obaly vyrobené z recyklovaného plastu. Některé společnosti nabízejí také možnost doplňování produktů přímo v prodejnách, což významně snižuje množství jednorázového plastového odpadu.

U Cheportu se snaží minimalizovat spotřebu obalového materiálu a nabízí produkty v různých



objemech, včetně velkoobjemových balení, která jsou vhodná pro profesionální použití i ekologicky smýšlející domácnosti.

Koncentrované produkty pro menší spotřebu

Koncentrované čisticí prostředky jsou dalším příkladem inovace, která šetří přírodní zdroje. Tyto produkty obsahují méně vody a více aktivních složek, což znamená také menší objem balení, snížení přepravy a nižší uhlíkovou stopu. Uživatelé si navíc mohou koncentráty naředit podle svých potřeb, což zvyšuje účinnost prostředků a šetří náklady.

Inovace v technologiích čištění

Vedle složení čisticích prostředků dochází také k pokroku v technologiích samotného čištění. Moderní metody, jako je používání páry, ultrazvuku nebo enzymatických čističů, umožňují dosáhnout vynikajících výsledků bez použití agresivních chemikálií. Tyto technologie jsou vhodné nejen pro domácnosti, ale i pro průmyslové čištění, kde je ochrana životního prostředí obzvláště důležitá.

Podpora lokální výroby a udržitelnosti

Kromě samotných produktů je důležité také to, kde a jak jsou vyráběny. V Cheportu se zaměřují na lokální výrobu, která snižuje uhlíkovou stopu spojenou s přepravou. Všechny produkty jsou navrženy tak, aby splňovaly požadavky moderní doby – vysokou účinnost, ekologickou šetrnost a dlouhodobou udržitelnost.

Digitalizace a udržitelnost

Po nedávném auditu digitální vyspělosti ve firmě identifikovali oblasti, kde mohou snížit spotřebu papíru a tonerů, což také přispívá k ochraně životního prostředí. Implementací nových digitálních řešení se zjednodušuje interní komunikace, omezují se papírové archivy a celkově se snižují emise CO₂.



Pokud hledáte čisticí prostředky, které kombinují kvalitu, inovace a ekologickou odpovědnost, obraťte se na Cheport! Pomůže vám nejen udržet vaše prostředí čisté, ale také šetrné k přírodě!



Řady pro profesionální úklid

Ladi

Řada čisticích prostředků Ladi pro profesionální úklid domácnosti je na trhu už více než dvacet let. Za tu dobu se může pochlubit nejen celou řadou specializovaných produktů, ale především dokonalými výsledky. To vše s důrazem na lidské zdraví a ekologii. S řadou Ladi precizně uklidíte celý dům od střešky až po sklep. Mezi stálíce patří aviváže, které uspějí i v náročném prostředí – například v hokejové šatně. Odstraňovač vodního kamene zatočí i s odolnými usazeninami. Čistič nábytku blahodárně pečuje o dřevo a díky pomerančovému oleji dodává povrchům lesk a vyživuje je. Je určen i pro ošetření kůže a koženky.

Dynamic

Kompletní řada profesionálních čisticích a dezinfekčních produktů. Dynamic je určen pro oblast gastronomie. Prostředky pro strojní mytí nádobí, oplach, čištění konvektomatů a celou řadu dalšího využití naleznou své místo ve všech velkých gastro provozech. Máte vápenitou vodu? Vodní kámen se usazuje na plochách i v myčkách? Vezměte na něj přípravek Decalc. Je doporučován mnoha servisními technikami ze Zlínského a Moravskoslezského kraje. Čistič grilů trub a konvektomatů pomůže tam, kde ani čistič písek nestačí. V gastronomii je hojně využívána nerezová ocel – ať už na plochách, troubách, myčkách či konvektomatech. Trápí vás neustále šmouhy, otisky a fleky? Kombo Čistič na nerez a Silný odmašťovač vám ušetří spoustu práce a nerez vám poděkuje – prodloužíte mu tím životnost.

Každý provoz má specifické potřeby, proto Cheport nabízí individuální poradenství a řešení na míru!

Speciální akce pro naše čtenáře:

Pokud při registraci do b2b portálu na webovkách zadáte do poznámky heslo BaS, získáte dopravu zdarma!

www.cheport.cz

Bílá Labuť se neustále vyvíjí a rozšiřuje svou nabídku

Obchodní dům Bílá Labuť je jedním z nejvýznamnějších pražských obchodních center s bohatou historií sahající až do roku 1939. Tento ikonický funkcionalistický dům byl ve své době symbolem moderního obchodu a dodnes si zachovává svůj jedinečný charakter.

Dnes nabízí plnosortimentní nabídku zboží a služeb, která se neustále rozšiřuje, aby zákazníkům poskytla co nejlepší nákupní zážitek. Po téměř pěti letech postupné rekonstrukce byl vytvořen zcela nový zdařilý koncept tohoto obchodního domu.

„Bílá labuť je skutečně nová, a to nejen díky rozsáhlé rekonstrukci, ale také novému složení obchodů a sortimentní nabídce,“ uvádí organizačně-právní ředitel společnosti Transakta a.s. JUDr. Michal Petráček.

Najdete zde široký výběr pánské, dámské i dětské módy, obuvi, papírnictví, prodejny elektro a také možnosti občerstvení v místní kavárně a provozovnách rychlého občerstvení. Nově byla nyní v Bílé Labuti otevřena také lékárna LEMON, která přináší pestrý sortiment léčiv a zdravotnických potřeb.



Velkým lákadlem je také největší fitness centrum v České republice MAX fitness na ploše téměř 3000 m², které nabízí špičkové vybavení a profesionální služby pro všechny milovníky aktivního životního stylu včetně thajských masáží, solárií a finské sauny. V obchodním domě se nachází také velkoplošný supermarket LIDL na ploše téměř 2600 m². Z dalších značek zde například naleznete obchody Steilmann, Blažek, Koutný Prostějov, DATART, Koh-i-noor, Boxeur Des Rues, Knihy Dobrovský a mnoho dalších.

Obchodní dům Bílá Labuť se neustále vyvíjí a rozšiřuje svou nabídku. S tímto historicky a architektonicky vysoce ceněným obchodním domem, který oslavil již 85 let na trhu, má jeho vlastník Transakta další smělé plány.

Jak jsme se dozvěděli od 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 labutě, které bude propojené vstupem přímo do obchodního domu. Naším cílem je vytvořit plnosortimentní a multifunkční centrum. V 6. patře obchodního domu proto nyní také rekonstruuje plochu o velikosti přibližně 1000 m² pro využití jako kanceláře. Tím, že se kanceláře budou nacházet v obchodním domě s kompletní nabídkou občanské vybavenosti (obchody, stravování, fitness centrum, ...), budou jistě velmi žádané. Jejich dokončení plánujeme letos v květnu. Mezi návštěvníky obchodního domu tak přibude další skupina lidí, která bude do obchodního domu chodit pravidelně každý den.“

KANCELÁŘE K PRONÁJMU NA PRAZE 1



Nabízíme k pronájmu luxusní kanceláře v 6. patře OD Bílá Labuť s úžasným panoramatickým výhledem na celé pražské historické centrum

Vybavení a výhody kanceláří:

- kancelářské prostory jsou zcela nové (v současné době dokončujeme technologie) - po kompletní rekonstrukci, včetně toalet
- vynikající dopravní dostupnost - MHD (tramvají, metrem), vlakem a osobními automobily
- 24 hod. ostraha objektu
- parkování v objektu
- moderní zázemí - kanceláře jsou vybavené klimatizací, vysokorychlostním internetem a zázemím pro každodenní provoz
- dispoziční členění prostor je možné měnit
- obchodní centrum v objektu - přímo v budově najdete fitness centrum, restaurace, obchody, lékárnu a supermarket LIDL

Proč si vybrat tyto kanceláře?

Tato lokalita nabízí nejen jedinečné pracovní prostředí, ale také pohodlí všech služeb na dosah ruky a prestižní adresu, která podtrhne image vaší firmy

Neváhejte nás kontaktovat pro více informací nebo sjednání termínu prohlídky prostor.

Kontakt: pronajmy@bilalabut.cz





Snižování emisí v praxi: Gebrüder Weiss rozšiřuje flotilu o elektrický tahač

Na konci února rozšířila svou flotilu mezinárodní logistická a přepravní společnost Gebrüder Weiss v České republice o elektrický tahač Volvo FH Electric. Toto 100% bezemisní a tiché vozidlo s dojezdem 300 km bude využívat pro ekologické přepravy na pravidelných trasách v rámci České republiky. Jde o další významný krok společnosti na cestě k ekologičtější přepravě.

„Udržitelnost patří mezi čtyři základní hodnoty naší společnosti, proto neustále testujeme a nasazujeme řešení, která snižují dopad naší činnosti na životní prostředí,“ popisuje Jan Kodada, obchodní

a marketingový ředitel Gebrüder Weiss ČR, a doplňuje: „Elektrifikace nákladní dopravy je jednou z cest, jak snížovat emise CO₂ a přispět k udržitelnější budoucnosti logistiky.“



Gebrüder Weiss dlouhodobě zvyšuje podíl alternativních pohonů ve své flotile. V současnosti provozuje více než 30 vozidel využívajících alternativní pohon – od kamionů pro přímé přepravy až po elektrické dodávky pro ekologické doručování na poslední míli. V průběhu letošního roku plánuje nasadit dalších 13 elektrických kamionů v Rakousku a zároveň rozšířit potřebnou nabíjecí infrastrukturu na svých vlastních pobočkách.

Průkopník inovativních technologií

Vedle elektrifikace dopravy se Gebrüder Weiss zaměřuje i na další inovativní technologie pro dosažení udržitelných a efektivních řešení. Pro distribuční logistiku (tedy logistiku poslední míle) tak například ve Švýcarsku již několik let úspěšně využívá vodíkový nákladní vůz Hyundai XCIENT Fuel Cell, který jako první logistická firma otestovala i v běžném provozu v České republice. Součástí závazku společnosti k udržitelnosti je rovněž provoz solárních elektráren. Loni v České republice spustila provoz fotovoltaických elektráren na střeších vlastních terminálů v Jenči u Prahy a Syrovicích u Brna, které svou celkovou plochou 5 800 m² představují největší fotovoltaickou instalaci společnosti ve střední a východní Evropě. Jejich provoz ročně přispívá k úspoře 250 tun CO₂.

„Inovace na poli udržitelnosti pomáhají nejen chránit životní prostředí, ale mají také reálné přínosy pro naše zákazníky. Investice do ekologických řešení vnímáme jako investice do budoucnosti našich dětí. Věříme, že těmito kroky inspirujeme i další firmy,“ dodává Jan Kodada.

www.gw-world.com

Udržitelná volba v merchandisingu: Ellipse přináší eko kolekci textilu

Ellipse je dodavatelem designového merchandisingu, který pomáhá firmám budovat silný a udržitelný brand. Zaměřuje se na kvalitní a dlouhodobě využitelné produkty, které nejen reprezentují značku, ale zároveň podporují odpovědnější přístup k výrobě a spotřebě.

Nejnovějším krokem Ellipse v této oblasti je eko kolekce textilu, která do světa merchandisingu přináší nejen udržitelnost a etickou výrobu, ale také moderní střihy a fashion styl.

Kvalitní materiály s certifikací

Eko kolekce Ellipse je vyrobena z certifikovaných materiálů, které splňují nejvyšší ekologické a etické standardy. Organická bavlna pochází z ekologického zemědělství bez použití geneticky modifikovaných semen, pesticidů a chemických hnojiv. Recyklovaný polyester a nylon se získávají z post-spotřebitelského odpadu, čímž se snižuje množství plastového odpadu a spotřeba primárních surovin. Celý výrobní proces je sledován a certifikován podle standardů jako GOTS (Global Organic Textile Standard) a GRS (Global Recycled Standard), které zaručují jak kvalitu surovin, tak sociální odpovědnost při jejich zpracování.

Udržitelnost jako součást firemní identity

Ellipse dlouhodobě podporuje odpovědný přístup k firemnímu textilu a merchandisingu. Klien-

tům pomáhá hledat cesty, jak jejich brand spojit s ekologickými hodnotami – ať už prostřednictvím výběru materiálů, výroby v lokálních dílnách, nebo transparentního dodavatelského řetězce. Každý produkt v jejich nabídce je pečlivě vybírán s ohledem na jeho dopad na životní prostředí, od výroby až po konečné využití.

V Ellipse věří, že udržitelný textil nemusí znamenat kompromis v kvalitě či stylu. Právě naopak – díky preciznímu zpracování a moderním střihům nabízí kolekce nejen odpovědnou volbu, ale i estetický zážitek. Produkty jsou navrženy tak, aby byly pohodlné, odolné a reprezentativní.

Pokud hledáte udržitelný merchandising, který spojuje kvalitní materiály, férovou výrobu a současný design, eko kolekce Ellipse je tou správnou volbou. Dejte svému brandu nový rozměr a podpořte ekologicky šetrnou výrobu s Ellipse!

www.ellipse.cz



**YOUR
MERCH
DESIGNER**
ellipse®

Kontakt: Jana Červenková
Tel.: +420 571 424 669 | Mobil: +420 777 791 583
jana.cervenkova@ellipse.cz

Spolek Přidej ruce, pomáhej

Právě letos koncem března tomu bylo 5 let, co tato nezisková organizace vznikla. Jde o partu dobrovolníků, kteří vše dělají ve svém volném čase, ze svých domovů a bez nároku na mzdu. Odměnou jsou úsměvy těch, pro které se vše dělá.

Spolek pomáhá hlavně těm, kteří zasvětili svůj profesní život pomoci druhým a mnohdy při své práci nasazují svůj vlastní život, aby zachránili ten náš = členům IZS (Policie, Hasiči a ZZS).

Zakládajícím členem a předsedkyní spolku je Lucka, která v současné době funguje na "pozici" koordinátorky akcí. Stará se nejen o koordinaci akcí, ale i veškerou administrativu spolku.

Spolek prozatím pomáhal při/ po nouzových stavech:

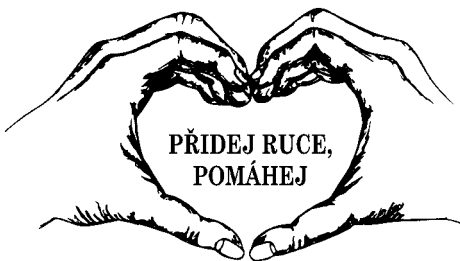
- Tornádo na jižní Moravě (2021)
- Požár v NP České Švýcarsko (2022)
- Povodněmi zasažená Severní Morava (2024)

V těchto případech se pomoc poskytuje nejen členům IZS, ale i zasaženým osobám. Organizuje se humanitární pomoc, která putuje adresně, tzn. od dárce k postižené osobě, komunikuje se s institucemi, jako je např. potravinová banka.

Spolek pomáhá i mimo nouzové stavy:

- Rozvozy balíčků na hasičské stanice a vybraná výjezdová místa ZZS v Praze v počátcích nouzových stavů

- Rozvozy roušek (2020/21) ve spolupráci s motorkáři do dětských domovů, azylových domů a oddělení nemocnic po celé ČR, policii a armádě na hranicích
- Akce pro dětské domovy a domovy pro seniory po celé republice (ve spolupráci s motorkáři), při kterých jde hlavně o radost v očích dětí a seniorů
- Spolupráce s organizací věnující se maminkám a tatínkům samoživitelům. Se sponzorem byly



- druhým rokem předány vánoční dárky pro maminky a tatínky samoživitele
- Spolek se snaží zajišťovat poděkování pro HZS, SDH a Záchranný útvar HZS ČR za jejich práci
- Spolek dal dohromady i finanční pomoc pro manželku zesnulého dobrovolného hasiče, částka poté byla převedena na transparentní účet obce, kde rodina bydlela
- V září 2023 spolek vzal pod svá křídla Tadeáška, postiženého syna jedné z členek spolku.

Letos má spolek naplánované již dvě akce. Bude pokračovat v pomoci v oblastech zasažených povodní v září 2024. Členové jsou v případě potřeby připraveni i na případnou další nouzovou situaci.

Spolek by rád obnovil zavázání balíčků na hasičské stanice a výjezdová místa ZZS, alespoň v Praze. Jde o balíčky s kávou, čaji, sladkostmi a dalšími drobnostmi, které by měly sloužit hasičům a záchranářům zlepšit náladu, ale mohly by fungovat i jako poděkování.

Za 5 let, kromě výše vypsanych aktivit, Spolek Přidej ruce, pomáhej podnikl i spoustu dalších akcí, které má na webových stránkách www.pridejrucepomahaj.cz

Více najdete i na FB Spolek Přidej ruce, pomáhej

Transparentní účet určený pro činnost spolku: **2701918382/2010**. Transparentní účet určený pouze pro Tadeáška: **2502659998 / 2010**.



„Trend konzumace kávy mimo domov stále roste. Lidé si stále častěji dávají kávu v kavárnách nebo si ji berou s sebou. Naším cílem bylo vytvořit koncept, který umožní lidem na cestách vychutnat si kvalitní kávu za dostupnou cenu. Jihlavanka café jsme navrhli tak, aby oslovila nejen naše věrné zákazníky, ale i nové spotřebitele, kteří preferují espresso a mléčné kávové nápoje.“

THREE CENTS: Řemeslná dokonalost v každé bublince

V dynamickém světě nápojů se čas od času objeví značka, která dokonale propojuje tradici s inovací. Právě takovou je Three Cents – prémiová řada limonád, která je součástí portfolia společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko. Tyto řemeslné nápoje přinášejí na tuzemský trh autentické barman-ské umění v té nejryzejší podobě.

Bubliny s příběhem

Za každým douškem Three Cents se skrývá fascinující příběh sahající až do období Velké hospodářské krize. V tehdejší Americe byly populární sodovkárny, kde si lidé objednávali obyčejnou syčenou vodu pod názvem "Two Cents Plain" – nejlépejší dostupný nápoj. Přidání jakékoliv příchutě zvýšilo cenu na tři centy, což dalo později vzniknout názvu této výjimečné značky.



Samotný zrod Three Cents v roce 2014 však nevyšel z korporátních laboratoří, ale z rukou čtyř vášnivých Řeků, z nichž tři byli profesionální barmani. „Nápoje tak vytvořili barmani v baru pro barmany – to je podstata značky,“ vysvětluje základní filozofii společnosti, která stojí za nebyvalým úspěchem těchto prémiových limonád.

Řemeslo v každé lahvi

Co činí Three Cents tak výjimečnými? Odpověď je ukryta v důsledném lpění na kvalitě bez kompromisů. „Zakládáme si na řemeslné výrobě, každý produkt nám projde pod rukama a před uvedením na trh se rozhodujeme, zda funguje,“ říká George Bagos, spoluzakladatel a generální ředitel Three Cents.

Značka, která letos slaví 10 let existence, si stále zachovává svůj původní přístup – používat výhradně čerstvé suroviny bez konzervačních látek a vyrábět nápoje původními a šetrnými technologiemi. Výsledkem jsou limonády s neotřelými kombinacemi chutí a charakteristickou, takřka nekonečnou perlivostí.



Prémiový zážitek pro každou příležitost

Na český trh přichází celkem sedm variant – dva druhy toniků a pět ochucených limonád. Všechny jsou dostupné výhradně ve skleněných lahvích, které nejlépe uchovávají jedinečnou perlivost, jež je klíčovým aspektem značky Three Cents.

„Chceme našim zákazníkům přinášet skvělé zážitky a prémiové produkty, proto nás velmi těší, že jim můžeme nabízet řemeslné limonády Three Cents. Rozšiřuje portfolia právě o tyto nápoje nám výrazně rozšiřuje možnosti mixability se značkami našeho prémiového alkoholu,“ uvedl Dimo Dimov, generální ředitel Coca-Cola HBC Česko a Slovensko.

Mistrovské koktejly i osvěžující sólo zážitky

Nápoje Three Cents jsou navrženy tak, aby excelovaly v obou světech – chutnají výborně samy o sobě jako sofistikované osvěžení, ale zároveň představují dokonalý základ pro prémiové koktejly a long drinky. Inspirovány kulturou sodabarů a řemeslnou výrobou z konce 19. století přinášejí do moderní doby nostalgický, avšak inovativní nádech.

Tyto unikátní limonády budou dostupné v těch nejlepších barech v Česku a na Slovensku, kde zákazníci ocení jejich výjimečnou kvalitu a autenticitu. Společnost Coca-Cola HBC tak pokračuje ve své strategii nabízet komplexní portfolio nápojů pro každou příležitost a kdykoli během dne.

Three Cents jsou více než jen limonády – jsou ztělesněním vášně pro dokonalost, řemeslné preciznosti a respektu k tradicím barmanského umění.

Jihlavanka otevírá síť coffee-to-go kaváren

První kavárna Jihlavanka café v Praze na Palmovce přináší oblíbenou kávu a občerstvení s sebou za dostupné ceny.

Značka Jihlavanka, nejprodávanější pražená káva v ČR, vstupuje na kavárenský trh. V Praze na Palmovce otevřela svoji první kavárnu, která nabízí širokou nabídku kávových nápojů a občerstvení s sebou za dostupné ceny. Chce tak navázat na úspěšné zahraniční koncepty a síti coffee-to-go kaváren a kiosků zaplnit mezeru na trhu. Pomoci jí k tomu má vysoká známost značky, dobrý poměr ceny a kvality a pečlivý výběr lokalit s vysokou frekvencí zákazníků.

Jihlavanka má za sebou třicetiletou tradici a její podíl na trhu mleté kávy v objemu činí vysokých 55 %. Značka je synonymem pro poutivost, jednoduchost a výborný poměr ceny a kvality.

Jan Suchánek, generální ředitel společnosti Tchibo pro Česko a Slovensko, která značku Jihlavanka vlastní, k otevření Jihlavanka café uvedl:

„Trend konzumace kávy mimo domov stále roste. Lidé si stále častěji dávají kávu v kavárnách nebo si ji berou s sebou. Naším cílem bylo vytvořit koncept, který umožní lidem na cestách vychutnat si kvalitní kávu za dostupnou cenu. Jihlavanka café jsme navrhli tak, aby oslovila nejen naše věrné zákazníky, ale i nové spotřebitele, kteří preferují espresso a mléčné kávové nápoje.“

Káva a občerstvení pro každého

Jihlavanka café se zaměřuje na jednoduchost a snadnou přípravu všech produktů. Láká na espresso za pouhých 29 Kč a širokou nabídku občerstvení, včetně unikátní nabídky populárních českých dukátků (buchtiček) se šodó, koblížků s různými náplněmi, koláčků a čerstvě upečených pečlíků.

Kromě toho si zákazníci mohou vychutnat mléčné kávové nápoje i správně připraveného tradičního českého „turka“. Aby zvýšila frekvenci nákupů, bude Jihlavanka café pravidelně obměňovat cenově výhodné kombinace kávy a snacků.

Strategická lokalita

Palmovku, významný uzel městské veřejné dopravy, značka vybrala jako ideální místo pro první Jihlavanka café. Kavárna se nachází přímo na stanici tramvaje Palmovka a jen pár desítek metrů od výstupu z metra do ulice Zenklova, což zajišťuje vysokou frekvenci pohybu lidí. I přes kompaktní rozměry kavárny, pouhých 18 m² prodejní plochy, je díky prosklení a výrazným barvám nepřehlédnutelná.

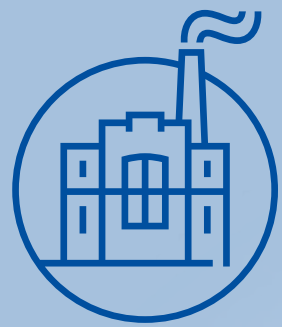
Plány na expanzi

„Jihlavanka café přináší na český trh zcela nový druh kaváren. Pokud se osvědčí, plánujeme

ještě letos otevřít několik Jihlavanka café v Praze i dalších větších městech. Chceme být flexibilní a přizpůsobovat se různým typům prostor, ať už jde o kamenné prodejny, prodejní okénka nebo



stánky. Klíčovým faktorem pro expanzi budou vždy místa s vysokou frekvencí zákazníků, jako jsou rušné ulice, zastávky hromadné dopravy, nemocnice a nádraží,“ dodal Jan Suchánek.



ELEKTRÁRNA PIVO Z PLZNĚ

Experimentální pivovar Plzeňského Prazdroje sídlí v budově bývalé elektrárny na soutoku řek Mže a Radbuzy. Český pivní trh obohacuje spodně i svrchně kvašenými speciály napříč pivními styly už od roku 2020, od ledna 2024 nově pod názvem Elektrárna. Původní značku Proud se Plzeňský Prazdroj rozhodl využít pro nový typ českého ležáku, reprezentujícího „nový proud“ v českém pivovarství. Na téma využití piva s vlastní etiketou pro nejrůznější akce a nebo firemní dárky jsme hovořili s **Evou Karbanovou** z marketingového oddělení pivovaru Elektrárna.



Pivo s vlastní etiketou a brandované balíčky pro firmy či konkrétní akce stále rostou na oblibě. Nalikol se tento trend projevuje v produkci pivovaru Elektrárna?

Každým rokem se nám poptávky po pivech s vlastní etiketou navyšují, z čehož máme opravdu velkou radost. Tyto zakázky se tak stávají stále více součástí naší běžné produkce.

Jde o celoroční záležitost, nebo zájem o tyto originální produkty evidujete hlavně před Vánoci?

Určitě ano, firmy nejčastěji poptávají pivní speciály s brandingem před Vánoci jako dárek pro své zaměstnance nebo obchodní partnery. Občas ale tvoříme piva s vlastní etiketou i na různé akce, oslavy či výročí firem.

Můžete zmínit již realizované spolupráce?

Piva s vlastní etiketou děláme pravidelně pro České dráhy, společnost TD Synnex, ale i pro hudební festivaly Brutal Assault a Obscene Extreme. Balíčky s pivy jsme připravovali pro řadu firem – např. Zásilkovnu, MillTech, Swietelsky, Plzeňskou teplárenskou, Schwarzmüller, WTB, MEA a mnoho dalších.

Přibližte jednotlivé fáze komunikace se zákazníkem, na jejímž konci je firemní pivo či balíček na míru?

Když nás zákazník poptává ohledně možnosti vlastních piv, nejprve si upřesníme, o jaký pivní styl z našeho aktuálního portfolia má zájem. Nejčastěji jde o náš klasický ležák Ventill. Po výběru piva následuje dohoda ohledně počtu kusů, obalu, případně dárkového balení a jeho brandingu. Následuje cenová kalkulace a tvorba etikety, buď dle šablony s grafiky firmy, nebo návrh udělají naši vlastní grafici. V rušnějších obdobích navíc občas sama přiložím ruku k dílu při kompletování balíčků, takže jsem v kontaktu s klientem od úplného počátku až k výrobě finálního produktu.

Jaké je minimální množství u objednávek jak plechovek s vlastní etiketou, tak balíčků?

Pokud má firma zájem o naše pivní speciály s vlastní etiketou, je minimální odběr 300 ks plechovek o objemu 500 ml. Dále je možnost objednat si naše standardní piva v dárkovém odnose, kterou lze obrandovat samolepkou. U těchto balíčků rádi připravíme zakázky už od jednotek kusů.

Když je řeč o „tekutých“ firemních dárcích, dosud byly častěji orientovány spíše na víno. Proč podle vás dát přednost raději pivu v této formě?

Protože klíčenky, hrnečky, ponožky a víno už dostal asi každý... :) Ne, dělám si legraci, ale věřím, že firmy stále hledají originální formu, jak obdarovat své partnery či zaměstnance. A pivo s vlastní etiketou je krásná pozornost, která potěší. Navíc pivo obléknuté do firemního hávu je opravdu jedinečný dárek.

Boom zaznamenávají také zážitkové dárky. Co můžete nabídnout v této oblasti?

V našem experimentálním pivovaru pořádáme každý pátek a sobotu prohlídky pro veřejnost, během nichž návštěvníci poznají jak zajímavou historii budovy pivovaru, tak i současnost. A hlavně ochutnají naše piva přímo u zdroje! Určitě bych doporučila také pivní degustaci v Pivovárce v plzeňském Pivovarském muzeu, kde může každý zájemce proniknout do tajů rozmanitého světa piva a ochutnat 8 vzorků různých pivních stylů.

Ve stálém portfoliu Elektrárny spotřebitelé najdou speciály:

Ventill – světlý český ležák bez lepků,
Proovan – nealkoholická IPA bez lepků,
citrusový Yuzu Ale, lehká osvěžující **Sunrise IPA** a **Kisseláč Víšeň**.

Všechna piva kromě nealkoholického piva jsou nefiltrovaná a nepasterizovaná. Součástí nabídky jsou také limitované či sezónní speciály s nejrůznějšími ingrediencemi, jako je ovoce či koření, piva stařená v sudech po víně nebo whisky apod. Všechna piva ze základní řady je možné objednat v on-line obchodě Rohlík.cz, v prodeji jsou také v hospůdkách a pivotkách.

Eva Karbanová
Pivovar Elektrárna
Eva@pivozelektrarny.cz
+420 724 618 526
pivozelektrarny.cz



AVEX systems

přivádí na český a slovenský trh nové zahraniční franchisové koncepty!

Chcete se stát samostatnými podnikateli? Máte zájem podnikat po známou mezinárodní značkou? Využijte nabídku franšizových konceptů, které vstupují na český a slovenský trh a hledají zde prostřednictvím AVEX systems své nové partnery. **ZÁJEM O FRANCHISING V ČESKÉ REPUBLICE STÁLE STOUPÁ!**

„Úspěch v podnikání nemůže být nikdy garantován nebo zajištěn. Existuje však několik cest, jak jej dosáhnout, a přitom se v maximální možné míře vyhnout podnikatelským problémům a rizikům, nebo je alespoň omezit na minimum. Jednou z nich je FRANCHISING,“ tvrdí Ing. ALEŠ TULPA, majitel a jednatel společnosti AVEX systems – mezinárodní franchisový poradce, uznávaný expert na franchising v ČR i v zahraničí s 25letou praxí.

Franšízing umožňuje začít podnikat v relativně velmi krátké době. Do cca 3-4 měsíců po zaškolení a řádné přípravě ze strany franchisora - majitele franchisového konceptu - je možné zahájit vaše aktivity.

Franchisová metoda podnikání snižuje nejen rizika, ale nabízí i zajímavé výnosy a zhodnocení vašeho vlastního kapitálu.

Franšízor nabízí franšizantům osvědčený podnikatelský „koncept na klíč“ ve formě tzv. „franchisového balíku“ pro úspěšné vybudování jejich vlastních franchisových podniků.

Franšízant přináší do této spolupráce kapitál pro provoz své vlastní franšizové provozovny, zůstává právně a ekonomicky samostatným podnikatelem

a je aktivně zapojen do operativního řízení svého podniku.

Zájem o franchising na českém a slovenském trhu stále stoupá. Potvrzují to nejen průzkumy trhu, ale i růst počtu franchisových systémů. „Rád Vám poradím na základě mých mnoholetých praktických zkušeností, kde a jak hledat zajímavé franchisové koncepty, jak se připravit na jednání s nimi, jak komunikovat s poskytovateli franšizových licencí a nebo jak vyvinout, případně optimalizovat svůj vlastní franchisový systém,“ dodává Ing. Aleš Tulpa.

„Franchisová forma se uplatňuje zejména v oblasti malého a středního podnikání. Je vhodná pro právnické i fyzické osoby. Pro expanzi na nové trhy především do zahraničí se nejvíce využívá strategie označované jako „master franchising,“ doplňuje Ing. Tulpa. Na základě master franchisové smlouvy získává nový master franchisant současně exkluzivní oprávnění uzavírat franšizové smlouvy s dalšími zájemci o tento koncept.

V České republice se zvyšuje poptávka po franchisovém způsobu podnikání, a to zejména ze strany středně velkých nebo začínajících podnikatelů, absolventů vysokých škol nebo manažerů českých

Zde jsou příklady franchisových systémů, pro které hledá AVEX systems nové master-franchisové nebo franchisové partnery v Česku a na Slovensku. Jde o velmi zajímavé, úspěšné a praxí prověřené značky:



L'ERBOLARIO
100% přírodní krása MADE IN ITALY!

Franšizový koncept je nabízen od roku 2004. V nabídce je přes 600 výrobků, které jsou nabízeny v distribuční síti, která zahrnuje aktuálně cca 5.500 prodejních míst v Itálii a dalších 45 zemích světa, včetně českého a slovenského trhu. Franchisový koncept L'ERBOLARIO má celkem 192 kamenných obchodů, z toho 68 vlastních a 124 franchisových prodejen, jakož i mnohaleté praxí prověřené know-how a zkušenosti z oblasti franšizového podnikání.



CST – Centrum solné terapie ze Slovinska

Jde o velmi komplexní a praxí prověřené know-how, v rámci něhož je vybudování každého centra na klíč, veškeré postupy a procedury, příprava a zaškolení všech franšizantů, kteří budou tyto solné jeskyně

provozovat. Vše je velmi dobře zdokumentováno v tzv. franšizovém balíku – příručkách a manuálech.



Mr. Kebab – Slovensko

Moderní fast food s kvalitní nabídkou jídel a nápojů. Atraktivní franchisový koncept s rychlou návratností investice srovnatelný s lidry v této oblasti podnikání na českém trhu.



CITY CALENDAR – Dánsko

Zajišťuje tvorbu, výrobu a distribuci lokálních adventních kalendářů, které jsou přizpůsobeny místním podmínkám a zvyklostem a které obsahují atraktivní nabídky firem a různých podnikatelských subjektů formou dárkových poukazů - voucherů - od lokálních dodavatelů ve spádové oblasti měst, kde budou působit budoucí franšizoví partneři.

i zahraničních společností. V roce 2000 bylo na českém trhu cca 50 franšizových konceptů, v roce 2020 již asi 250 a kvalifikované odhady pro další vývoj franchisingu uvádí, že do roku 2025 by jich mohlo být až 350.



Pokud máte zájem o franšízing a chcete vědět více o jeho výhodách a možnostech, jakož i o nových franchisových systémech, které přicházejí na český a slovenský trh, sledujte internetové stránky: **www.avexsystems.eu** - Nabídka franchis nebo kontaktujte:

Ing. Aleš Tulpa / AVEX systems
E-mail: **ales.tulpa@avexsystems.eu**
Mobil: 724 007 505

JEDNATEL A SPOLUMAJITEL SPOLEČNOSTI AVEX SYSTEMS, mezinárodní franchisový poradce, uznávaný expert na franchising v ČR i v zahraničí s 25letou praxí, ex-prezident České asociace franchisingu a její Čestný člen, bývalý generální ředitel velkých mezinárodních společností, jako je například OBI nebo QUELLE. Ing. Tulpa je zapsán i do Knihy osobností OXFORD ENCYCLOPEDIA České a Slovenské republiky za mimořádný přínos a úspěchy ve franchisovém podnikání.



HARRY RAMSDEN'S – Velká Británie

Světově proslulé Fish & Chips, které zná snad každý! Britská značka s velmi dlouhou historií, tradicí a dědictvím. Největší síť s nabídkou ryb a hranolků ve Spojeném království a na celém světě. Více než 30 let franšizových zkušeností na národní i mezinárodní úrovni. V HARRY RAMSDEN'S servírují World Famous Fish & Chips již od roku 1928 – to je více než 95 let zkušeností!



Více informací najdete na:
www.avexsystems.eu



Atraktivní franchisový koncept: Mail Boxes Etc. vaše možná investice s rychlou návratností



Jak jistě všichni víme, pro ty, kteří chtějí začít podnikat, ale přitom minimalizovat rizika podnikání, jsou franchisové systémy tou správnou volbou. Někdy bývá úskalím vstupní cena franchisové licence. My Vám však nyní chceme představit franchisový koncept, který je prověřený praxí v 50 zemích světa a který nabízí mimořádně zajímavou a rychlou návratnost investic. Navíc jeho náplň činnosti a nabídka služeb zaplňuje mezeru na českém trhu.

Jde o koncept Mail Boxes Etc. – zkráceně MBE – který docílí mimořádně rychlou návratnost investic a velmi zajímavou rentabilitu vlastního vloženého kapitálu. Dle zkušeností z jiných trhů podobných českému a předběžných výpočtů českého master franchisanta – v podobě tzv. modelového business plánu pro českého franchisového

partnera – by mělo franchisové MBE centrum dosáhnout zisku za cca 5 – 7 měsíců po zahájení činnosti. Předpokládaná návratnost vstupní investice pro franchisové partnery do tohoto ve světě velmi úspěšného systému je dle zkušeností franchisora a master franchisanta do cca 18 měsíců od zahájení činnosti!

Celý koncept je vyvinut tak, aby usnadnil život a podnikání zákazníkům – především malým a středně velkým firmám, stejně tak fyzickým osobám. Přitom je velmi jednoduchý a pro provozovatele – franchisové partnery – velmi lukrativní a podnikatelsky zajímavý.

Unikátní a ojedinělý komplexní systém služeb pod jednou střechou

Jedná se o kombinaci logistiky, přepravních a obchodních služeb, tisku, marketingu a další nabídky produktů a služeb jako například národní kurýrní a expresní dopravní služby, poskytování obalových materiálů a obalové techniky, laminátování, počítačová grafika, speciální tisk apod.

Společnost Mail Boxes Etc. (MBE) byla založena v San Diegu v Kalifornii (USA) v roce 1980. S pomocí franchisového konceptu se vyvinula v jednu z největších světových mezinárodních sítí podnikatelů provozujících různé druhy přepravních a logistických služeb, maloobchodní, komunikační a obchodní servisní centra. V současné době působí tato mimořádně úspěšná síť v 50 zemích světa, kde provozuje více než 1 800 servisních center. Široká škála služeb je nabízena jednotlivcům i fir-

mám. V Evropě je nejvíce zastoupen koncept MBE ve Španělsku (260 servisních center), v Německu (155), ve Francii (99) anebo v Rakousku (26).

První pilotní centrum MBE v České republice bylo otevřeno v prosinci 2024 v Praze. V plánu expanze na českém trhu je mít centrum MBE v každém větším městě, a to formou exkluzivních franchisových licencí pro dohodnutou spádovou oblast.

V čem jsou centra Mail Boxes Etc. atraktivní pro zákazníky?

Pro jednotlivce a firmy je koncept MBE atraktivní tím, že jim pomáhá řešit nejen jejich problémy a potřeby, ale i šetřit čas a peníze, protože široká škála profesionálních služeb MBE je cenově velmi výhodná. Jedná se o velmi dynamické odvětví podporované růstem e-commerce na českém trhu a rostoucí poptávkou po profesionálních přepravních a dalších službách – mezinárodních i tuzemských - které tento koncept nabízí.

MBE využívá moderní technologie a inovace. Mail Boxes Etc. nabízí doručování od dveří ke dveřím a kurýrní řešení s možností sledování všech zásilek v reálném čase. Ušetřit čas a získat přehled



je možné jen díky možnosti sledovat stav všech zásilek v reálném čase a spravovat veškerou relevantní dokumentaci a informace o zásilkách online.

Centra MBE mohou být i externím logistickým oddělením středně velkých firem a živnostníků. Poskytují optimální řešení pro všechny logistické – přepravní – potřeby, od těch nejjednodušších až po ty složitější. V centrech MBE najdou zákazníci profesionální rady a doporučení založené na zkušenostech a znalostech speciifik a know – how ze světa kurýrních služeb a logistiky. MBE nabízí technické znalosti a rozsáhlé zkušenosti jak v balicích technikách, tak v různých způsobech dopravy.

Výzvou MBE je ukázat, že snížení nákladů a tím i ceny je možné, aniž by byla ohrožena kvalita těchto služeb. Centra MBE dosahují této rovnováhy díky dohodám a výhodným smlouvám s nejlepšími expresními kurýry na trhu



Co franchisová licence českým zájemcům nabízí?

Tento světově unikátní a ojedinělý komplexní systém služeb pod jednou střechou pro fyzické i právnické osoby, který je více než 45letou praxí v cca 50 zemích světa velmi dobře prověřen, je franchisorem velmi dobře zdokumentován do té míry, aby jej mohli i čeští franchisoví partneři po relativně krátkém zaškolení úspěšně využívat pro své vlastní samostatné podnikání. Jedná o jednoduchý obchodní model, na který každého nového franchisanta majitel master licence pro český trh zaškolí do cca 3 týdnů.

- Master franchisant nejenže poradí a pomůže s výběrem vhodného umístění centra MBE, ale zajistí pro každého nového franchisového partnera i veškeré vybavení jeho nové provozovny a poskytne mu exkluzivitu pro dohodnutou spádovou oblast jeho činnosti.
- Český master franchisant poskytuje svým franchisantům nejen kvalitní a rozsáhlé zaškolení a přípravu na jejich budoucí podnikání, ale i provozní podporu a průběžné vedení, které franchisantům pomáhá efektivně řídit a úspěšně rozvíjet jejich samostatné podnikání.
- Franchisoví partneři nemusí znát problematiku v oblasti podnikání Mail Boxes Etc. nebo být odborníci na logistiku, dopravu a další činnosti, který tento koncept nabízí. Master franchisant všechny zájemce o jeho licence velmi dobře připraví a bude je i po otevření jejich provozovny nadále podporovat.
- MBE CZ – master franchisant – poskytne franchisantům i kvalitní a atraktivní webové stránky pro český trh a značnou marketingovou podporu.
- Master franchisant pomůže franchisantům připravit jejich business plán, který obsahuje strukturu investic, výnosů a nákladů, jakož i očekávané zisky v průběhu dalších let po zahájení jeho činnosti.
- Součástí podpory franchisantů je i pravidelný controlling – společně roční finanční plánování, analýza dosažených výsledků a řada dalších služeb.

- Velmi kvalitní IT-systém pro řízení, kontrolu a hodnocení ekonomických a jiných výsledků franchisanta v ČR je rovněž součástí této nabídky.

Franchisový systém Mail Boxes Etc. nabízí novým českým franchisantům osvědčený podnikatelský „koncept na klíč“ ve formě tzv. „franchisového balíku“ pro úspěšné vybudování a řízení tohoto konceptu na českém trhu.

Master franchisant – společnost MBE CZ s.r.o. – respektuje rovněž Evropský kodex franchisingu, který kromě jiného uvádí, že se jedná o spolupráci právně a ekonomicky samostatných podnikatelů – poskytovatele franchisové licence a franchisového konceptu a jeho franchisantů.



KONTAKT PRO ZÁJEMCE O FRANCHISOVÝ KONCEPT Mail Boxes Etc.:

Franchisový systém Mail Boxes Etc. je v České republice exkluzivně zastoupen společností AVEX systems, která pro něj hledá franchisové partnery. Více informací najdete i na webu franchisového konceptu Mail Boxes Etc. ČR: mbeczech.cz nebo na webu AVEX systems: www.avexsystems.eu
V případě zájmu kontaktujte: Ing. Aleš Tulpa / ales.tulpa@avexsystems.eu