

START

pro podnikání a franchising ▶

Výjimečná investice	12
Dotace EU pro Prahu	14
Biokosmetika expanduje	10

podnikani-start.cz

březen 2009 • číslo 2

Další vydání: červen 2009



Startujeme za hodinu!

řeká šéfka flotily VIP tryskáčů Dagmar Grossmann

str. 9

Vyrábíme hodinky, prodáváme radost

Radost z jemné mechaniky, poctivého řemesla
a individuální péče



• MANUFACTURE •
PRIM
1949

ELTON hodinářská, a. s.

Náchodská 2105

549 01 Nové Město nad Metují

Tel.: +420 491 470 401

info@prim.cz; www.prim.cz

Na snímku PRIM Diplomat Au 18 karátů

Stane se obchod obětí protekce?

Martin Tlapa, náměstek ministra průmyslu a obchodu, odpovědný za vztahy a jednání resortu s WTO a EU exkluzivně pro START

Finanční krize zastavila přísun peněz do podnikání a exportu, pokles poptávky nepříznivě ovlivní objemy zakázek pro zahraničí a sníží zaměstnanost ve firmách. Českou ekonomiku, která patří z pohledu obchodu k nejvíce otevřeným zemím na světě, tato skutečnost ovlivní negativně. Součet toho, co ročně vyvážíme a dovážíme, dosahuje 150 % hrubého domácího produktu (HDP).

Noví dodavatelé

Lze spekulovat, že tlak na snižování nákladů může vést k hledání nových dodavatelů. Obstojí-li české firmy v soutěži poměru kvality a ceny řešení, mohou u některých evropských firem nahradit stávající dodavatele.

Světová banka v prosinci oznámila, že obchod ve světě v letošním roce poklesne o 2,1%. Půjde zřejmě o největší propad světového obchodu za posledních 27 let. A protože obchod v minulosti vždy přidával kladná čísla k růstu světového hospodářství, tak je to informace varující. Z výhledu Světové banky můžeme také vyčíst, kde světová hospodářská krize zabolí nejvíce. Budou to země OECD, tedy blahobytnější část světa, která zahrnuje nejen největší vývozce, ale také dovozce. Naopak menší pokles růstu HDP se očekává v zemích východní Asie a Pacifiku. Tam její poslední odhady hovoří o 6,7% růstu HDP. Že by malý návod, kam mohou někteří naši exportéři směřovat své obchodní aktivity? S těmito čísly je však třeba pracovat opatrně, odhady se mění.

Ochranná opatření

Na sklonku ledna Světová obchodní organizace (WTO) zveřejnila zprávu o vztahu krize a obchodu. Zpráva ukazuje seznam opatření, která země přijímají v reakci na nastupující krizi, a upozorňuje na důsledky poklesu obchodu a investic. Dokument uvádí jmenovitě členy WTO, kteří přijali ochranná opatření. Autoři se však pečlivě vyhýbají soudu, zda tato opatření jsou jednoznačně protekcionistická. Nesporné však je, že jsou to kroky, které jdou proti duchu závazků o nezvyšování bariér. Z unijních opatření jde převážně o subvence na mléčné výrobky, zejména máslo, sýry a sušené mléko. Obsáhlý je však i seznam záchranných balíčků oznámených vládami členských zemí.

Aktivita WTO bude směřovat zejména k monitorování protekcionistických opatření, ale vyznat se v nich nebude jednoduché. Řada opatření není přímým porušením závazků WTO (například zvýšení celních sazeb na vázanou úroveň, zvýšení subvencí na povolenou úroveň). Navíc řada zemí v době krize zvýšila počet dalších ochranných mechanismů (například antidumpingu či vyrovnávacích opatření).

Rusko utahuje auta

Rusko je na seznamu po zvýšení státních subvencí domácím výrobcům automobilů a zvýšení cel na dovážené osobní a nákladní automobily. Tady však možnosti WTO nejsou velké, neboť Rusko není zatím členem Světové obchodní organizace. Řada zemí přijímá v důsledku krize různá opatření k podpoře svého vývozu. Takto postupuje například Čína (textil), Argentina (snížení exportních daní na pšenici a kukuřici) a Mexiko (uvažuje o snížení cel o 80 % na zboží dovážené ze zemí, se kterými nemá sjednány preferenční celní dohody).



Byznys radar

Na obrazovce radaru, který v Ženevě monitoruje nedovolená opatření, je velká skupina kroků přijímaných na podporu automobilového průmyslu. Například půjčka americké federální vlády 17,4 mld. dolarů pro General Motors a Chrysler, kanadský balíček pomoci 4 mld. kanadských dolarů pro krátkodobé půjčky, švédský příslib půjček a bankovních garancí pro Volvo a Saab, německé pobídky pro lidi nakupující auta a 500 milionů eur pro inovace v automobilovém průmyslu. Francie oznámila záměr vytvořit celý fond na restrukuralizaci automobilového průmyslu, nepochybně v reakci na nepříliš dobré výsledky společnosti Renault a Peugeot. Z mimoevropských zemí jsou různé formy pomoci automobilovému průmyslu oznámeny Austrálií, Argentinou a Jižní Koreou.

Bude zajímavé, jaké závěry přinese jednání skupiny zemí G20 v Londýně v dubnu letošního roku, zda se od nadějných příslibů, které zazněly loni ve Washingtonu, podaří reálně oslabit touhu po protekcionismu. Jedno je jisté – uzavření mnohostranného kola liberalizace obchodu, které probíhá od roku 2001, je nyní ještě naléhavější než v minulosti.

Martin Tlapa

Autor je náměstek ministra průmyslu a obchodu. V letech 2000–2004 byl generálním ředitelem agentury pro podporu obchodu CzechTrade; tlapa@mpo.cz



Nové příležitosti ve franchise

Českým podnikatelům se brzy opět představí franchisové systémy, které mají zájem o expanzi na českém a slovenském trhu

Česká asociace franchisingu (ČAF) pořádá 31. března 2009 v TOP Hotelu Praha od 9 hodin (Blažimská 1781/4, 149 00 Praha 4) workshop Franchisingové systémy se představují. Podnikatelé se dozvědí perspektivy franchisingu v ČR, význam ČAF pro rozvoj franchisingu v ČR, právní souvislosti a jak financovat franchisingové podnikání. Odborníci se budou věnovat franchisingové smlouvě v praxi – teritoriální exkluzivita, zajištění nezneužití know-how, předkupní právo, nerovnost práv a povinností smluvních stran. Důraz bude kladen na vliv finanční krize na franchisingové podnikání z právního hlediska, tedy na otázku intenzivnějšího použití zajišťovacích instrumentů, právního nástupnictví stran, prohlášení a záruk.

Vrcholem akce bude představení franchisových konceptů, které expan-

dují na českém a slovenském trhu a hledají zde své partnery, master-franchisanty nebo franchisanty.

RE/MAX Czech Republic

RE/MAX působí na českém trhu od roku 2005. 110 kanceláří RE/MAX Czech Republic s více než 900 makléři zaujímá 5% podíl na trhu. Podle průzkumu PHD je společnost RE/MAX nejznámější značkou mezi realitními kancelářemi.

CENTURY 21

CENTURY 21® působí v ČR od roku 2008. Je největší světovou sítí nezávisle vlastněných a provozovaných realitních kanceláří. Umožňuje kombinovat řešení a postupy s důvěrnou znalostí místního

prostředí úspěšně vyzkoušené v mezinárodním měřítku v téměř 70 zemích.

NATURHOUSE

Naturhouse je nadnárodní společnost španělského původu působící v oblasti služeb a produktů pro výživu a dietu. Odborníci stanoví osobní dietní plán, doplněný přírodními produkty z laboratoří Housediet a Kiluva. Základní sortiment zahrnuje přes 60 výrobků.

Stavodbyt stavebniny

Spojuje výhody malého a středního podnikání s výhodami velkého franchisového systému: koncentrace nákupů, společné využívání moderní informační a komunikační technologie, centrální marketing, vybudování sítě prodejen stavebnin a zastoupení pod jednou značkou.

Titto Bluni

Franchisa španělské společnosti JAUSE, S.L., má více než 50letou zkušenost v oděvním průmyslu. Oděvy vyrábí ve vlastních závodech umístěných po celém světě. V obchodech nabízí nejen pánskou módu (košile, trička, kalhoty, šortky, saka apod.), ale i doplňky (brýle, hodinky, koženou galanterii, parfémový apod.) a obuv.

MAISON DECOR

Španělský franchisový koncept. Obchody jsou rozděleny do modulů, které odpovídají jednotlivým liniím produktů: látky, příslušenství, galanterie, konfekce, záclony a záclonové tyče, doplňkový dřevěný a kovaný nábytek.

AKADEMIE FRANCHISINGU OD DUBNA

Rozvíjet znalosti o franchisingu, ukazovat, jak zdokonalit stávající nebo jak vytvořit úplně nový franchisový koncept, jsou cíle Akademie Franchisingu, která startuje v roce 2009.

Odborné grémium je složeno ze zástupců České asociace franchisingu, Vysoké školy ekonomické v Praze, VUT Brno, VŠB Ostrava a Komerční banky. Akademie je určena pro zájemce o franchising, manažery franchisingových centrál a bank, právníky, podnikatele.

Výuka bude probíhat ve dvoudenních blocích složených z přednášek, praktických cvičení, exkurzí, názorných ukázek a případových studií. Celá škola bude probíhat formou pěti dvoudenních bloků, probíhajících vždy v pátek a sobotu. Po úspěšném absolvování školy obdrží každý absolvent Certifikát ČAF. Kompletní akademie stojí 49 tisíc korun.

www.czech-franchise.cz, ČAF: Opletalova 6, Praha 1, PSČ: 110 00

Hana Jurášková, výkonná ředitelka ČAF,
caj@czech-franchise.cz

Spolehlivě Bezpečně

ČD Cargo, 24 hodin denně, 7 dní v týdnu, 365 dní v roce...

Cokoliv Kamkoliv

ČD Cargo, a. s.

Jankovcova 1569/2c, 170 00 Praha 7, info@cdcargo.cz

Bližší informace a obchodní podmínky naleznete na:

www.cdcargo.cz



 **Cargo**

Člen skupiny České dráhy, a.s.

Nejlepší místo k podnikání



Finanční krize a následná hospodářská recese u největších zahraničních partnerů České republiky nepochybně ovlivní podnikatelské aktivity. Avšak to, co platí pro celou zemi, nemusí platit ve stejné míře pro jednotlivé kraje. Lze nalézt spolehlivé ukazatele, které vymezi kraj, ve kterém je podnikání nejméně nebezpečné a nejvíce výnosné?

Kraje České republiky se od sebe liší v mnoha směrech. Rozlohou, počtem obyvatel, jejich věkovou a vzdělanostní strukturou, úrovní mezd, nezaměstnaností, strukturou oborů a řadou dalších aspektů. Žádná aktivní firma se neobejde bez obchodních partnerů. Na jejich finanční síle a zdraví závisí do určité míry i prosperita firmy. Podívejme se proto na jeden aspekt, který v současné době nabývá na významu – bankrotů firem. V roce 2008 vyhlásily krajské soudy bankrot u 1 779 firem. Téměř polovinu z tohoto počtu tvořily obchodní společnosti, ve zbývajících částech případů šlo o fyzické osoby (osobní bankroty a bankroty fyzických osob podnikatelů). Rozdělení bankrotů mezi kraje ukazuje tabulka 1.

TABULKA 1:

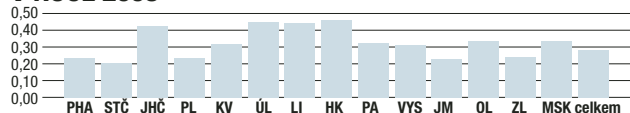
BANKROTŮ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ V ROCE 2008

PHA	STČ	JHČ	PL	KV	ÚL	LI	HK	PA	VYS	JM	OL	ZL	MSK	CELKEM
270	52	55	28	24	69	43	50	28	22	83	34	30	72	860

Pramen: CRIBIS.cz, CCB-Czech Credit Bureau, a. s.

Poznámka: Počet bankrotů obchodních společností v daném kraji

MÍRA BANKROTŮ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ V ROCE 2008



Poznámky: Míra bankrotů je poměr obchodních společností, na které byl v tomto roce vyhlášen bankrot, k jejich celkovému počtu. Jiným signálem o podmínkách k podnikání v jednotlivých krajích může být informace, jak rychle se počet obchodních společností v jednotlivých krajích zvyšuje.

Pramen: CRIBIS.cz, CCB-Czech Credit Bureau, a. s.

Sám počet zbankrotovaných společností ještě plně nevyovídá o situaci v kraji, protože počet společností není ve všech krajích stejný. Poměr mezi celkovým počtem obchodních společností a počtem těch, na které byl vyhlášen bankrot, ukazuje níže uvedený graf. Zatímco v Praze zbankrotovalo v roce 2008 zdaleka nejvíce obchodních společností, míra bankrotů toho kraje patřila naopak k těm nejmenším. Bankrotům nejméně ohrožené firmy byly mimo Prahu ještě ve Středočeském, Jihomoravském a Plzeňském kraji.

V Praze je registrována více než jedna třetina všech obchodních společností. A přitom vykazuje, po Karlovarském kraji, i nejvyšší růst počtu obchodních společností, a to se značným odstupem od dalších krajů. Tím své postavení dále upevňuje. Na druhém místě je kraj Jihomoravský, v němž je registrována zhruba osmina všech obchodních společností. Ten však vykazuje dynamiku nepoměrně nižší, čímž na své síle ztrácí.

TABULKA 2:

RŮST POČTU OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ V ROCE 2008

PHA	STČ	JHČ	PL	KV	ÚL	LI	HK	PA	VYS	JM	OL	ZL	MSK	CELKEM
7,3	5,7	3,3	4,5	8,5	3,5	3,1	3,4	3,7	4,1	4,2	5,2	3,6	5,0	5,5

Pramen: CRIBIS.cz, CCB-Czech Credit Bureau, a. s.

Poznámka: Tempo růstu počtu obchodních společností v %

Očekává se, že se míra bankrotů zvýší. Bankrot firmy má obvykle více příčin. Jednou z nich může být i špatná volba obchodních partnerů. To znamená partnerů, jejichž finanční situace není nejlepší, či se zhoršuje. Vědět o svých obchodních partnerech co možná nejvíce nemusí sice bankrotu vždy zabránit, avšak může jeho pravděpodobnost výrazně snížit.

Osvědčeným nástrojem při prověřování obchodních partnerů je systém zpracovávající a vyhodnocující obchodní informace o firmách. Společnost CCB-Czech Credit Bureau, a. s., provozuje rozsáhlou databázi obchodních informací v systému CRIBIS.cz. Informace jsou pořizovány z řady zdrojů, data jsou pravidelně aktualizována a v rámci služby jsou dodávána i profesionální ekonomická hodnocení firem. Nabízené informace jsou k dispozici on-line prostřednictvím webového portálu. V nabídce jsou vedle různých typů firemních zpráv i marketingové listy, diagramy zobrazující vazby firmy na jiné společnosti či osoby a také pravidelné informace o významných změnách stanovené skupiny společností (dodavatelé, odběratelé, konkurenti).

Více viz www.creditbureau.cz; www.cribis.cz.

YVES ROCHER
FRANCE

Chcete se stát členem velké rodiny Yves Rocher, firmy s celosvětovou působností v prodeji kosmetiky? Máte finance, zkušenosti s vedením lidí a chuť samostatně podnikat? Nabízíme ideální řešení:

franchisingový obchod Yves Rocher

V současné době hledáme franchisingové partnery pro obchody v Liberci, Ml. Boleslavi, Jihlavě, Brně a Praze.

Více informací na www.yvesrocher.cz/franchising.asp nebo na tel. č.: 224 42 36 61 či mailu: lucie.jakubova@yrnet.com.



VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠTOVNA
ČESKÉ REPUBLIKY

Naši klienti si vybrali správně!

VZP ČR stálá jistota pro

6,3 milionu klientů!



- jsme otevřená, stabilní a dynamická zdravotní pojišťovna
- kdykoliv můžete využít služeb ve více než 24 000 smluvních zdravotnických zařízeních
- zajišťujeme péči na vysoké úrovni, odpovídající poznatkům lékařské vědy
- hospodaříme vyrovnaně a máme dostatek peněz na úhradu zdravotní péče
- chceme zaručit poskytnutí správné péče, ve správném čase, na správném místě a správným způsobem

Značka je poklad

Franchising je užitečným spojením aspektů silné firmy a výhod individuálního podnikání při zachování právní a ekonomické subjektivitы franchisanta s jeho relativní nezávislostí na franchisorovi. Prostřednictvím franchisingu se mohou i menší nebo začínající firmy začlenit do odkoušeného, funkčního a úspěšného systému podnikání – franchisové sítě na trhu etablovaného subjektu – a získat tím právo užívat jeho tržní postavení, ochrannou známku, jiná práva z průmyslového nebo duševního vlastnictví, design, obchodní firmu, know-how, image velké a zavedené společnosti.

Podmínky franchisingu jsou upraveny inominátní smlouvou ve smyslu ustanovení § 269 odst. 2 obchodního zákoníku, přičemž postavení franchisora a franchisanta je regulováno i veřejnoprávními předpisy, například z oblasti práva duševního vlastnictví. Nezbytnou součástí franchisové smlouvy by i přesto měla být precizní úprava práv a povinností souvisejících s předměty duševního vlastnictví, jako jsou podmínky udělení licence franchisantovi k ochranné známce.

Co je duševní a průmyslové vlastnictví

K právům duševního vlastnictví jsou řazena průmyslová práva a práva autorská, jakož i práva s autorskými právy související, a práva pořizovatele databáze. Průmyslovým právem rozumíme ochranu výsledků technické tvůrčí činnosti (vynálezy a užité vzory), předměty průmyslového vlastnictví (průmyslové vzory), jakož i práva na označení (ochranné známky a označení původu), a v neposlední řadě také konstrukční schémata polovodičových výrobků (tzv. topografie polovodičových výrobků).

Franchising velmi často opravňuje franchisanta k využívání známé ochranné známky franchisora, který se snaží image své ochranné známky prostřednictvím franchisové sítě dále posilovat a tím i zvyšovat prodej výrobků

nebo služeb, které jsou s takovou ochranou známkou spojeny. Ochranné známky tak zpravidla mají velkou majetkovou hodnotu. Franchisor tedy musí být ještě před vytvořením své franchisové sítě majitelem nebo alespoň právoplatným uživatelem registrované ochranné známky, k jejímuž užívání poskytuje franchisantovi licenci.

Ochrana pro Evropu

S členstvím České republiky v Evropské unii nabývá na významu komunitární ochranná známka (ochranná známka Společenství), která poskytuje vlastníkovu ochranné známky (franchisorovi) jednotnou ochranu v celé Evropské unii. Další výhodou ochranné známky Společenství lze spatřovat v tom, že při registraci podává přihlašovatel pouze jednu přihlášku Úřadu



pro harmonizaci ve vnitřním trhu (OHIM) v Alicante (oami.europa.eu) a platí pouze jeden poplatek.

Podle hlediska působnosti rozlišujeme vedle ochranné známky Společenství dále národní ochrannou známku a mezinárodní ochrannou známku. Národní ochranná známka je zapsána v rejstříku ochranných známek vedeném Úřadem průmyslového vlastnictví (upv.cz) a platí pouze na území ČR. Národní ochrannou známku je možné prostřednictvím Úřadu průmyslového vlastnictví přihlásit jako mezinárodní ochrannou známku

Burza ochranných známek

Nabízíme k prodeji kombinované ochranné známky:

AG AUTO, číslo zápisu u ÚPV ČR 221945
OBUV, číslo zápisu u ÚPV ČR 195023
ČESKA OBUV, číslo zápisu u ÚPV ČR 267078

Kontakt: gaszczyk@telfin.cz



Nabízíte k prodeji ochranné známky? Inzerujte je v magazínu START!

gaszczyk@telfin.cz

do některých dalších států (i nečlenů Evropské unie) na základě Madridské dohody o mezinárodním zápisu ochranných známek na základě Protokolu k této dohodě. Madridská dohoda a Protokol k této dohodě zajišťují příslušníkům smluvních stran možnost ochrany jejich známek ve všech smluvních státech Madridské dohody a/nebo Protokolu na podkladě jediné přihlášky, podané u Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě (wipo.int) prostřednictvím příslušného zápisného úřadu původu přihlašovatele. V našich podmínkách tedy prostřednictvím Úřadu průmyslového vlastnictví. Licence k užívání ochranné známky může být pro dané území podle potřeb konkrétní franchisy udělena jako výlučná nebo nevýlučná. Při nevýlučné licenci je umožněn vstup dalšího franchisanta na dané území s předmětným výrobkem nebo službou. Výlučná licence vstup konkurenčního franchisanta zakazuje. Franchisor musí o ochrannou známku pečovat. Musí po dobu trvání franchisy zabránit třetím osobám v komerčním využívání ochranné známky a vůči franchisantovi svá práva z ochranné známky podle podmínek poskytnuté licence neuplatňovat. Franchising lze proto také charakterizovat jako podnikání pod silnou značkou (ochrannou známkou).

František Kel, advokát; frantisek.kel@seznam.cz

GOLD PRALINES

Rybná 668/2, 110 00 Praha 1

V Jámě 5, 110 00 Praha 1

Avion Shopping Park Ostrava, Rudná 114,
700 30 Ostrava-Zábřeh

Obchodní a zábavní centrum Zlaté jablko,
náměstí Míru 174, 760 01 Zlín

ORIGINÁLNÍ
BELGICKÁ ČOKOLÁDA

www.goldpralines.cz

Startujeme za hodinu!

„Žádný problém,“ říká Dagmar Grossmann, která velí flotile VIP trysekáčů

Dagmar Grossmann vytvořila a řídí VIP leteckou společnost Grossmann Jet Service, která na palubách supermoderních a supervybavených luxusních trysekáčů expresně přepravuje top podnikatele za jejich byznysem.

Žádné čekání na odbavení, jde se speciálním vchodem a za deset minut jste připraveni odletět třeba do Londýna; vše, včetně letadla a palubního personálu, může být nachystáno během hodiny a večer, po dohodnutí velké věci, jste zase pohodlně zpět. Do vířivky už nemusíte, užili jste si nebeské relaxace v letadle.

Grossmann pochází z Rakouska, začínala jako letuška, dnes je to globální podnikatelka. Spolu s bývalým manželem vytvořila leteckou společnost, kterou později prodala magnátovi Komárkovi, a teď se plně koncentruje na řízení firmy. Grossmann Jet Service má vlastní salonek na Ruzyni, letadla nekupuje, nezatěžuje se úvěry, stroje získává do dlouhodobých pronájmů. Není nutné vlastnit, stačí dobře provozovat. Na krizi si nestěžuje. Vysocí šéfové a podnikatelé nyní začali více „tryskově“ létat, aby záležitosti řešili osobně, a ne jen přes videokonference.

Létat soukromým letadlem není levné. Vyplatí se to?

Současná běžná nabídka neumožňuje pasažérům být flexibilní, tedy změníte-li čas odletu, musíte si koupit jiný lístek. S našimi službami máte mnohem více



svobody a vysoký stupeň flexibility, počínaje příručními zavazadly přes změny cestujících a časů odletů. To vyrovná mírně vyšší cenu. Pokud se na to podíváte z tohoto úhlu pohledu, cestování soukromým letadlem vám umožní stihnout dvě schůzky za den, a může tak pro vás znamenat dvakrát více obchodu.

Příklad, řekněme, že pět osob chce letět ráno do Mnichova a večer zpět. Kolik to stojí?

Bylo by to s veškerými náklady kolem 7 500 eur za celé letadlo. Toto je nabídka na naše největší letadlo, pro 13 pasažérů, což je opravdu rozumná cena.

Jak rychle dokážete připravit let?
Zvládneme to, a už jsme zvládli, během jedné hodiny, ale obvykle jsme raději, pokud máme alespoň dvě hodiny. Avšak hodina nám dává dostatek času, abychom pro naše pasažéry připravili létající kancelář kombinovanou s péřihvězdičkovou restaurací.

Pozorujete v chování klientů krizi?

Klienti nejsou tak rozhodní jako dřív, ale my známe jejich zvyky. Také máme šanci vytvořit a rozvíjet nové trhy, které byly dosud schované pod nánošem prachu. Prodiskutovali jsme více ceny, což jsme dříve v takové míře nedělali, ale pro mě tato situace znamená normální cyklický pokles, nic hrozného. Tato situace má také spoustu výhod, piloti nemají přehnané nároky a sníží se množství konkurentů.

Jaká letadla máte ve flotile?

V současné době máme tři letadla a já se téměř každý týden setkávám s klienty, kteří chtějí, abychom přibrali jejich letadlo. Polovina těchto poptávek je opravdových, zbytek monitoruje nejlepší nabídku. Chci, abychom zůstali menší, rychlí a flexibilní, a chci se svým týmem stále zlepšovat naše standardy, soustředím se na kvalitu, a ne na kvantitu.

Čím se vymezujete vůči konkurenci?

Chceme být, a já doufám, že jsme, vždy nejlepší. To je to, co chce každý. Naš hlavní konkurent má ještě jiná pole působnosti, jako je údržba letadel, kam my jsme ještě neprošli, ale může se tak stát v budoucnu. Naše přítomnost na celosvětovém trhu a mé dlouholeté zkušenosti vytvářejí rozdíl, ačkoliv musím připustit, že oni si nevedou špatně.

START

INZERCE

www.helios.eu



Správné informace pro správná rozhodnutí

informační systémy Helios

helios
powered by LCS



Přírodní kosmetika L'Occitane expanduje

Výtečnou inspirací pro ty, kteří podnikají formou franchisingu nebo o tom uvažují, je úspěšně se rozvíjející francouzská síť s přírodní biokosmetikou L'Occitane. Po celém světě má už tisíc obchodů, včetně Česka. Jsou vzorovým příkladem toho, jak má taková prodejna vypadat.

L'Occitane již před třiceti lety založil v Provence Olivier Baussan, syn umělce a žurnalisty. Začal pěstovat rozmarýn, ze kterého vyrobil čistý esenciální olej. Na místním trhu získal ohlas, čímž odstartoval boom značky. Dnes má L'Occitane obchody na prestižních místech v Paříži, Hongkongu, Singapuru, Londýně, New Yorku, Tokyu, Sydney a u nás v Praze, Brně a Plzni. V těchto originálních prodejnách objevíte přes tři desítky druhů vůní a téměř devadesát ingrediencí, ze kterých jsou tyto produkty vyráběny. Od svěží vůně

verbeny přes levanduli – typickou vůni Provence, dřevitý jalovec, sladce vonící mandli, osvěžující olivu a zamilovaný rozmarýn až po tajemnou vanilku či mystické santalové dřevo.

Název produktové řady vždy koresponduje s hlavní ingrediencí; například slaměnka, bambucké máslo, mandle, vinná réva, olivy, med, levandule, růže, třešňový květ, pomeranč, červená rýže... Celý koncept se snaží být co nejbližší přírodě, používají se zejména přírodní materiály – dřevo, kámen; kosmetika je vyráběná podle biopřincipů zdravého života.



Pro české podnikatele

L'Occitane je v Česku stále otevřen pro další případné zájemce o obchodní spolupráci. Ti získávají přístup k celému sortimentu, no-

vinkám a marketingovému know-how, jako je styl výloh, plakátů, promoakce, katalogy. Součástí spolupráce je vybavení nábytkem, který je v souladu s konceptem obchodů L'Occitane – mýdelní stůl, unity, malé stolky, a hlavně průběžné vzdělávání zaměstnanců – techniky prodeje, znalost výrobků, diagnostika pleti. Pro zájemce o monoshop L'Occitane je nabízen koncept franchise.

Pro zájemce se zavedenou a dobře prosperující prodejnou a přibuzný sortiment nabízí L'Occitane obchodní spolupráci formou doplňkového prodeje.

Doplňkový prodej

Doplňkový prodej je nabídka výrobků L'Occitane v určité síti prodejen (parfumerie, lékárny, kosmetické salony atd.). L'Occitane poskytuje výrobky, které jsou komplementární k sortimentu zájemce, firemní branding a POS materiály. Tento koncept funguje na Slovensku v síti parfumerií Fann. Do vyčleněných



prostor parfumerie lze rovněž umístit prodejní modul L'Occitane.

Shop in Shop

Obchod v obchodě je oddělený od ostatních částí dané prodejny; tento úsek je vytvořený podle konceptu L'Occitane, vybavený nábytkem na míru, zřetelně oddělený od ostatních prostor prodejny.

FRANCHISOVÉ PODMÍNKY

- Licence na pět let za poplatek 100 tisíc korun, splatná při podpisu smlouvy.
- Franchisant hradí veškeré nutné stavební práce dle dispozic L'Occitane.
- Fakturovaná cena s marží 50 %.
- Nákup/zásoba výrobků na 3 měsíce odhadovaného prodeje.
- Minimální hodnota 75 tisíc korun pro doobjednávky s dopravou zdarma.
- Splatnost prvního závozu 30 % ihned, zbytek 60 dní, dále 30 dní.
- Vratná investice do marketingu 5 % z obrátu – franchisant nakupuje testy, katalogy, sáčky a centrála po vyhodnocení prodeje vrátí tyto náklady do hodnoty 5 % obrátu.
- Nábytek s možností odkoupení, nebo formou rozdělení do měsíčních splátek odpisového období. Celkem zhruba 500 eur na m² prodejní plochy.

FOTO: L'Occitane

U konceptu SinS je předpokladem samostatná a proškolená prodavačka.

Nadnárodní expanze a direct-marketing

L'Occitane působí celosvětově s regionálním řízením. Brand management je řízen centrálně z ústředí v Paříži, marketingové plány a podpora prodeje se tvoří lokálně. Veškeré materiály na podporu prodeje jsou dodávány z lokálního ústředí přímo do obchodů. Všechny iniciativy marketingového plánu v zemi probíhají ve všech prodejnách současně se stejnými promokacemi a stejnou výzdobou prodejen.

Nová prodejna je taktéž automaticky zapojena do věrnostního programu L'OCCITANE KLUBU a DTCM aktivit.

Nové prodejny nebo prodejní místa jsou vždy pečlivě zkoumány z hlediska obchodního potenciálu, umístění v lokalitě a kvality prostředí. Vzhledem k této selektivitě získává každé prodejní místo určitou prodejní exkluzivitu.

Body, které se vyplatí

Každý nákupem, při předložení karty L'OCCITANE KLUBU, sbírá člen body, za které pak obdrží odměny podle výše celkových nákupů. Standardně každý člen získává 1 bod za 1 Kč hodnoty nákupu. Při dosažení 5000 bodů získává člen L'OCCITANE KLUBU nárok na odměnu ve formě dárkového certifikátu v hodnotě 300 Kč, který může použít při dalším nákupu nebo darovat svým blízkým. Dárkové certifikáty mají platnost tři měsíce od data vydání. Samozřejmě tímto bodovým systémem výhody nekončí. Členové mají prioritní přístup k limitovaným sériím nebo nabídkám na výrobky a kosmetickou péči.

Péče o zákazníka

Každý člen L'OCCITANE KLUBU obdrží několikrát do roka atraktivní nabídku s informacemi o novinkách, speciálních akcích a vzorky kosmetických výrobků. Dále každý člen získává další individuální výhody při speciálních akcích přímo v prodejnách L'OCCITANE EN PROVENCE nebo L'Occitane Petit SPA. Každý člen klubu také dostává pravidelně během roku informace o novinkách, zajímavých příležitostech a dalších výhodách spojených se speciálními akcemi prostřednictvím e-mailové informace, která je zasílána přímo na e-mail člena, který ji uvedl v přihlášce.

START

www.loccitane.cz

Co je skutečná biokosmetika

Tyto výrobky podléhají určitým normám a podmínkám schvalovaných v jednotlivých státech nebo pro celou EU. Do jaké míry ale opravdu obsahují přírodní ingredience záleží na přístupu jednotlivých firem a jejich filozofii. L'Occitane vyvíjí své receptury na základě principů fytotherapie a aromaterapie, aktivní ingredience jsou pečlivě vybírány a kontrolovány. Nepoužíváme žádné živočišné výrobky a zásadně odmítáme testování na zvířatech. Velký rozdíl v kosmetice je například i v používání minerálních a rostlinných olejů. Rostlinné oleje se získávají ze semen či ovoce a jsou výsledkem biologického zpracování.

Na rozdíl od minerálních olejů a speciálně parafínu – které nemohou být vstřebané pletí, a vytvářejí tak neprodyšnou vrstvu na jejím povrchu – jsou rostlinné oleje v ideální rovnováze s pokožkou. Jsou také aktivními látkami, zejména díky vysokému obsahu mastných kyselin. Organické výrobky musejí ale splňovat přísnější normy, než udávají tradiční předpisy týkající se kosmetických výrobků.

Tyto normy zaručují respekt k životnímu prostředí napříč celým



výrobním řetězcem, respekt k zákazníkovi a jednoznačný důraz na přírodní látky nejvyšší ekologické kvality.

Organické výrobky L'Occitane, které procházejí certifikační kontrolou Ecocert, musejí obsahovat minimálně 95 % přírodních ingrediencí a minimálně 95 % z toho musí pocházet z organického zemědělství. Zároveň výrobky nesmí obsahovat syntetické vůně nebo barviva, křemík a minerální oleje. Výroba kvalitních a efektivních kosmetických biovýrobků je ale velmi složitá. Striktní předpisy někdy mohou zapříčinit, že efektivní výrobek není téměř možné vyrobit v požadované kvalitě z nedostatku nebo neexistence potřebné organické ingredience. Přístup L'Occitane k organickým výrobkům je ale realistický. Rozvíjíme spolupráci s firmou Ecocert, ale zároveň bereme v úvahu existující omezení, jako je dostupnost zdrojů organického zemědělství, možnost zachování kosmetických a smyslových kvalit a hlavně dosažení co nejefektivnější receptury.

Zdroj: L'Occitane

Výjimečná investice: hodinky PRIM Manufacture 1949

V Novém Městě nad Metují se primky vyrábějí už 60 let ■ PRIM Manufacture 1949 si koupili třeba prezident Klaus, magnát Bakala či brankář Čech ■ Nyní zde hodináři kromě standardní produkce na zakázku, která vychází z žádaného retro designu, připravují jedinečnou Zlatou sérii - pouze 60 kusů ■ VIP svádějí boj o čísla ■ Továrna investovala 60 milionů do technologií

Významní podnikatelé, šéfové podniků, investoři, sběratelé cenností, milovníci precizních a výjimečných mechanických hodinek v těchto týdnech svádějí klání o jedinečná čísla od jedné do šedesáti. Přesně tolik, tedy pouze 60, bude totiž letos na zakázku vyrobeno luxusních hodinek v limitované Zlaté sérii PRIM Manufacture 1949 z Nového Města nad Metují.

Právě tento rok totiž uplyne 60. výročí od založení hodinářského závodu v Novém Městě nad Metují. PRIM z tohoto hodinářského města, dříve spolehlivé hodinky pro všechny, se totiž v době svobodného podnikání staly symbolem tradice, zdravého patriotismu, úspěchu a úcty k poctivému řemeslu nepodléhajícímu sériovosti a globálnímu marketingu. „Primky z Nového Města nad Metují nosí prezident Klaus, magnát Bakala, brankář Čech, španělský král a řada lidí, které těšilo podílet se osobitě na designu hodinek. Vtiskli jim vlastní, originální detaily, kus své osobnosti,“ říká ředitel a. s. ELTON hodinářská Jiří Helikar.

Hodinky s podpisem Čecha od sedmi tisíc

I když se jedná o zakázkovou výrobu, například hodinky, které nosí brankář Čech, jsou dostupnou záležitostí. Design číselníku je vkusně proveden, tak aby nepodléhal módním vlnám; je zde i podpis Čecha. Továrna je prodává za necelých sedm tisíc korun.

Jistější než akcie

Není bez zajímavosti, že špičkové hodinky se po zlatu, diamantech a uměleckých předmětech stávají podle privátních bankéřů v současné finančně nestabilní době stále oblíbenější součástí mixu alternativních investic, kam si bohatí lidé ukládají část svých peněz, aby se jim zhodnocovaly i v okamžiku pádů akciových trhů. I v tomto ohledu přichází ELTON hodinářská a. s. se šedesátikusovou výroční Zlatou sérií PRIM Manufacture 1949 v ten nejlepší okamžik, neboť svojí výjimečností přesně zapadá mezi výběrové, stabilní investiční komodity.

Svatováclavské



Speciální edice pro motorkáře



Pavouk



„Očekávali jsme velký zájem sběratelů a investorů, proto jsme de facto připravili dvě Zlaté série, a to každou zvlášť pro naše nové mechanické strojky – calibr 98 a calibr 94. Hodinky PRIM ze Zlaté série budou zákazníkům předávány na počátku listopadu. Už nyní je na diskretní úrovni sváděn mezi klienty souboj o konkrétní čísla. Pochopitelně kromě jedničky je to sedmička, devítka, třicet tři. Někdy si říkám, že jsme měli dát čísla Zlaté série na aukci, neboť zájemci se snaží přihazovat. To však přece jenom není náš styl. Zákazníkovi se nevnučíme, dáváme přednost individuální péči a volnosti jeho rozhodování. Jsme jeho rádci a těmi, kdo hodinky vyrobí. Tím vytváříme prostor pro to, že může mít hodinky opravdu takové, po jakých touží, a nemusí se přizpůsobovat kompromisům. Cena se odvíjí od materiálů, konkrétního typu a provedení,“ vysvětluje Helikar. Za primky ze Zlaté série zákazníci zaplatí až statisíce korun.

Kdo ze známých podnikatelů a vrcholných politiků již získal jaká čísla, odmítlo vedení firmy konkretizovat. Primky z Nového Města nad Metují zkrátka patří do „lepší společnosti“ a v té se o tom nesluší hovořit nahlas.

Primky již dříve získala třeba německá kancléřka a další významné tváře evropského formátu. Nedávno se primky „Svatováclavské“ staly součástí prestižní Ceny Ferdinanda Peroutky pro naše přední žurnalisty Ivana Medka, Erika Taberyho a Milana Slezáka.

Zvýšili bezpečnost

Spolu s přípravou Zlaté série a modernizační výrobní technologie za šest desítek milionů korun museli v Novém Městě nad Metují zvýšit bezpečnostní opatření, a to na všech úrovních od recepce přes výrobu až po komunikační procesy. Důvod je prostý – Zlatá série PRIM Manufacture 1949 vyvolala podle interních poznatků rovněž nežádoucí pozornost těch, kteří rozhodně nemají zájem o seriózní koupi, ale spíše snahu obohatit se, ať už se jedná o obchodní či právní informace, drahé výrobní materiály, jako je například zlato, nebo originální matrice na číselníky, dnes už nevyčíslitelné hod-



Sport Igen II.

Speciální edice pro židovskou obec. Zajímavost: jdou pozpátku



Tycho de Brahe



noty, díky nimž PRIM Manufacture 1949 dosahuje dokonalého retro provedení.

„Učinili jsme patričné kroky, ale nepovažujeme to za něco extra výjimečného. Je to stejné, jako u uměleckých děl nebo u čehokoliv, co je něčím jedinečné,“ dodal k tomu Helikar. „Každý zákazník si může nechat vkusně vyryt své jméno či toho, komu je daruje. Možné jsou rovněž úpravy číselníku a pouzdra. V každém ohledu se jedná o práci na zakázku, primky z Nového Města nad Metují se nedělají na sklad,“ zdůrazňuje Helikar.

V omezeném množství se s nimi můžete setkat ve vybraných hodinářských obchodech. To, že se opravdu jedná o PRIM Manufacture 1949 z Nového Města nad Metují – tedy odtud, kde hodináři beze vší pochybnosti

a bez přestávky zdokonalují své umění již 60 let – bezpečně poznáte nejen podle ceny, ale především podle certifikátu ELTON hodinářská a. s.

Od 20 tisíc do milionu

Mechanické primky od této společnosti začínají na zhruba 20 tisících korunách. U výroby na zakázku se běžně pohybují v rozmezí 20–90 tisíc korun, v případě použití drahých kovů a speciálních úprav se mohou vyšplhat na 300 tisíc korun. Tolik za ně zaplatil prezident Václav Klaus. Nejdražší PRIM Manufacture 1949 byly za bezmála milion korun.

„Jsou dárci nebo sběratelé, kteří si nechají vyrobit svoji vlastní sérii, například v počtu deseti kusů,“ konstatu-

je Helikar. Podnik se také s úspěchem zabývá nejen výrobou nových hodinek v retro stylu, ale renovací těch skutečně původních z 50. až 80. let.

Historické primky i ty nové, kde jsou třeba výjimečné kusy pro vojáky, motorkáře a byznysmeny, si můžete prohlédnout přímo v podnikovém muzeu v Novém Městě nad Metují. Po domluvě vás mohou specialisté z ELTON hodinářská a. s. zavést přímo k hodinářům a části původního, funkčního strojního vybavení, které v tak ucelené řadě není nikde v Evropě. Kromě toho uvidíte nová zařízení. Ta se právě nyní instalují ve výrobních prostorech továrny v Novém Městě nad Metují.

START

Více informací: www.prim.cz; jiri.helikar@prim.cz

FOTO: PRIM Manufacture 1949

Čokoládové pokušení Souboj s daty

Čokoláda – potěšení, kterému málokdo odolá. Česko údajně zaostává ve spotřebě čokolády za Švýcarskem, Velkou Británií a Německem, přesto ročně sní každý Čech v průměru 5,2 kg čokolády a čokoládových výrobků. S rostoucím zájmem o kvalitní čokoládu se nabídka rozšiřuje a hlavně zkvalitňuje. Mnoho čokoládových labužníků už má své stálé obchody. Kromě klasické tabulkové čokolády, která je k dostání i s velmi vysokým obsahem kaka (90 %), si každý může vybrat z mnoha druhů čokoládových pralinek.

Právě nabídka belgických pralinek se na našem trhu za poslední dva roky značně rozšířila. Stovky druhů bonbonů s náplněmi jsou od 60 do 190 Kč za 100 g. „Denně naši malou prodejnu navštíví až 500 zákazníků. Elegančně zabalená krabička plná čokoládových pralinek je vhodným dárkem pro kohokoliv. Stále častěji je balení kvalitní čokolády oblíbeným dárkem pro zaměstnance nebo obchodní partnery,“ říká Petra Mandová, ředitelka sítě obchodů Gold Pralines, na základě zkušeností z pražských prodejen v ulicích V Jámě a Rybná.

Slast z mandlí a pistácie...

A jaké druhy pralinek jsou nejoblíbenější? „Zákazníci si nejčastěji dopřávají čokoládové potěšení v podobě pralinek Almond truffel, Pistáciový marcipán a Valencia,“ dodává Mandová. Almond truffel je pralinka z mléčné čokolády s nugátovou náplní obalená v plátcích mandlí. Pistáciový marcipán je pralinka z mléčné čokolády s marcipánovou náplní s pistáciemi. Valencia je pralinka z bílé čokolády se smetanovou náplní.

Nervová soustava firmy, to jsou podnikové informační systémy. První skupinu tvoří účetní a ekonomické moduly, další jsou systémy pro střední a pro velké firmy, zvané též ERP (Enterprise Resources Planning). V poslední době se rozrostlo o velmi užitečnou součást – Business Intelligence. Co tento pojem vlastně znamená?

K tomu, abychom dokázali rychle a efektivně analyzovat podniková data, potřebujeme stále výkonnější nástroje. Jedním z nich je Business Intelligence (BI). „Pomocí BI jsou analyzována obchodní data, zejména údaje o prodejkách,“ vysvětluje Olga Koupilová, manažerka Helios Green ze společnosti LCS. Důležitými faktory jsou časová období, prodejní sortiment, prodejní kanály. Business Intelligence lze ovšem použít i pro analýzu marketingových a ekonomických dat.

Údaje pro BI analýzy mohou pocházet z interních zdrojů včetně CRM i z nakoupených databází. Informace však získávají svůj smysl a důležitost teprve ve chvíli, kdy zjistíme vazby mezi nimi za dané časové období. S tím souvisí i další v současné době populární výraz dolování dat nebo častěji používaný anglický ekvivalent Data Mining, který bývá součástí celého řešení založeného na Business Intelligence. Dalšími procesy v rámci BI mohou být extrakce a transformace dat. Jedná se o nahrání dat z různých datových zdrojů, zejména informačních systémů a externích zdrojů. V nahraných datech se však mohou vyskytnout různé anomálie a nepřesnosti. Proto se musí provést vyčištění dat, odstranění nepřesností a doplnění těch správných.

K článku přispěli specialisté ze systému Helios Green společnosti LCS.

Více na goldpralines.cz

Praha rozděljuje 10,5 miliardy korun z evropských fondů

Podnikatelé v Praze mohou žádat o dotaci na investice i vzdělávání

Pražští podnikatelé, kteří chtějí část svých aktivit financovat z fondů Evropské unie, mohou v hlavním městě žádat o příspěvek v rámci dvou operačních programů (OP). Pro období 2007–2013 to jsou Operační program Praha – Adaptabilita a Operační program Praha – Konkurenceschopnost. Oba dva programy řídí hlavní město Praha prostřednictvím Magistrátu hl. města Prahy. „Evropské peníze jsou určeny především na podporu malých a středních podniků. V minulém roce jsme takto úspěšně podpořili 32 investičních projektů a 80 projektů na vzdělávání zaměstnanců a integraci znevýhodněných osob na trhu práce,“ říká náměstkyně primátora Markéta Reedová z pražského magistrátu, která má evropské fondy na starost. A na co tedy konkrétně mohou dotaci získat?

Inovace a výzkum skrývají velký potenciál

Z OP Praha – Konkurenceschopnost mohou podnikatelé získat příspěvky na zavedení informačních a technologických systémů, které pomohou zvýšit vnitřní efektivitu podniku. Díky evropským financím jsou jim také umožněny investice přispívající k inovaci technologických procesů, výrobků, marketingu nebo organizace spolupráce s jinými firmami. Vhodně zvolená inovace pomůže firmám zvýšit konkurenceschopnost nabízených výrobků a služeb. Podporovány jsou rovněž činnosti na zvyšování ochrany průmyslového vlastnictví. „Oblastí podpory, na kterou město klade velký důraz, je rozvoj v oblasti inovací, výzkumu a vývoje a rozvoje technologií,“ uvedla Markéta Reedová. Cílem je posílení spolupráce mezi základním výzkumem a aplikovaným přenosem poznatků do praxe. Podporován je nákup laboratorního a výzkumného vybavení a zejména

na spolupráce malých a středních subjektů s výzkumnými institucemi.

V rámci OP Praha – Konkurenceschopnost mohou projekty získat podporu až do výše 80 % celkových způsobilých výdajů (nákladů, které jsou uznatelné) při dodržení pravidla de minimis, tedy čerpání veřejných prostředků za poslední tři roky ve výši maximálně 200 tisíc eur. „V právě probíhající výzvě se podnikatelé mohou ucházet o 1,2 miliardy korun,“ zdůrazňuje Markéta Reedová. Podrobnosti získáte na www.oppk.cz.

Investice do vzdělání zvýší konkurenceschopnost firmy

V rámci OP Praha – Adaptabilita mohou podniky čerpat dotace zejména na aktivity rozvíjející kvalifikaci zaměstnanců. Jedná se o projekty vzdělávacích programů a kurzů např. v oblasti informačních a komunikačních technologií nebo jazykových znalostí. Produktivitu práce mohou u svého týmu firmy pozvednout také financováním odborných stáží a školení. Podniky s deseti a méně zaměstnanci mohou při svém startu získat potřebné poradenství.

Zvláštní pozornost je pak věnována podpoře spolupráce a přenosu know-how mezi výzkumnými ústavami, školami a podniky. Firmy mohou čerpat příspěvky rovněž na budování dostatečně silného a kvalifikovaného týmu v oblasti výzkumu a vývoje. Dále mohou získat podporu na zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce. Finance mohou podniky získat na projekty začleňování sociálně vyloučených osob, osob s nedokončeným vzděláním, handicapovaných jedinců nebo příslušníků menšin.



„Od roku 2004 jsme podpořili přes 200 podnikatelských projektů, které vedly nejen ke zlepšení služeb a nákupu technologií, ale také ke zvýšení kvalifikace jejich zaměstnanců. Výhody z toho plynou všem Pražanům,“ říká Markéta Reedová, náměstkyně primátora hl. m. Prahy.

V OP Praha – Adaptabilita mohly podniky dosud získat dotaci až do výše 100 % způsobilých výdajů projektu. Pro druhou výzvu však tato podpora bude pravděpodobně snížena. „Druhou výzvu do Operačního programu Praha – Adaptabilita se chystáme otevřít na konci dubna. Podrobnosti o této výzvě budou zveřejněny na internetových stránkách www.oppa.cz,“ dodává Markéta Reedová.

Kdy si můžete o peníze z evropských fondů pro Prahu zažádat?

Výzva do Operačního programu Praha – Konkurenceschopnost probíhá od 14. 1. 2009. V současnosti se však chýlí k závěru. Příjem žádostí na rozvoj malých a středních podniků již byl ukončen, žádosti na podporu vědy a výzkumu lze předkládat do 27. 3. 2009. Aktuální informace naleznete na adrese www.oppk.cz.

Kdy se předpokládají nové výzvy

Vyhlášení 2. výzvy do Operačního programu Praha – Adaptabilita je plánováno na konec dubna 2009. Aktuální informace jsou k dispozici na adrese www.oppa.cz. Další výzva do operačního programu Praha – Konkurenceschopnost je připravována na přelom roku 2009 a 2010.



Praha & EU – Investujeme do Vaší budoucnosti



Evropský sociální fond



Evropský fond pro regionální rozvoj

Excellence in every detail
Excellence in every detail

GROSSMANN JET SERVICE



+420 233 378 766

www.grossmannjet.com office@grossmannjet.com

Dědinská 29, 161 00 Praha 6

INZERCE

START

pro podnikání a franchising ▶

Vychází v týdeníku EURO, a navíc cílí na franchising a služby pro podnikatele

Magazín START pro podnikání a franchising vychází čtvrtletně jako nezávislá 16stránková příloha týdeníku Euro. Vydává společnost G.B.C., a. s.

START oslovuje vysoce bonitní skupinu čtenářů atraktivními byznys tématy, v nichž působí významné společnosti, banky a další finanční subjekty. Přináší nové pohledy na podnikatelské příležitosti a zároveň vychází na zavedené mediální platformě – v týdeníku EURO. Zaměřuje se na franchising a služby pro malé a střední podnikatele.

Náklad

START pro podnikání a franchising vychází čtvrtletně v nákladu 35 000 kusů jako příloha týdeníku EURO. Je obsahově vytvářena zcela nezávisle.

▶ ...a podnikání
máte jako na dlaní
www.podnikani-start.cz

Obsah

Zaměření na podnikatele, služby, trendy, tipy na příležitosti a poradenství v podnikání jako takovém, rozhovory s významnými podnikateli a manažery, analýzy, návody, například, jak zajistit financování. Tematický důraz na franchising a služby pro úspěšné podnikání.

Distribuce

START je distribuován ve volném prodeji a předplatitelům v rámci týdeníku EURO. Navíc je cíleně nabízen dvěma tisícům zájemců o franchising. Dostává se tak přímo do rukou franchisorům a franchiseeům, do malých a středních podniků, profesních svazů a sdružení, hospodářských komor a informačních center, bankovních a finančních institucí, dále zahraničním zájemcům o vstup do České republiky, asociacím a svazům.

START 2009

Další vydání magazínu START v roce 2009

■ červen

■ září

■ listopad

START HOTLINE

603 203 828,

jiri.krajca@podnikani-start.cz

www.franchising-start.cz

Vydavatel: G.B.C., a. s., Opletalova 6, 110 00 Praha 1, IČ: 607 25 796

Vedoucí projektu: Jiří Krajča, jiri.krajca@podnikani-start.cz,

+420 603 203 828, Opletalova 6, 110 00 Praha 1.

Registrace: MK ČR E 18558

Grafika a zlom EURONEWS, a. s., tisk: TISKÁRNA REPROPRINT s. r. o.

Jakékoli užití části nebo celku, zejména přetisk včetně šíření jakýmkoli způsobem bez výslovného svolení vydavatele je zapovězeno.

www.podnikani-start.cz

Skutečný příběh.

L'OCCITANE

EN PROVENCE



Péče o pleť. Péče o tělo. Vůně.

Příroda je úžasným zdrojem krásy a radosti. L'OCCITANE má klíč k jejím tajemstvím. Již 30 let v Manosque, v srdci Provence, vyvíjíme originální výrobky péče o pleť i tělo. Z tohoto regionu získáváme naše oblíbené přírodní ingredience: med, olivy a levanduli, které doplňuje bambucké máslo, jalovec, slaměnka a mandle-jablko.

Tyto sluncem hýčkané rostliny mají dokonalé složení a účinnost.

L'OCCITANE přenesse atmosféru Provence až k vám.

Naše prodejny: Praha: Na Příkopě 15 • Palác Flóra • Centrum Chodov • OC Nový Smíchov • Palladium;
Plzeň: NC Olympia; Brno: NC Olympia • Masarykova 2; Ostrava: Solná 1472

www.loccitane.cz