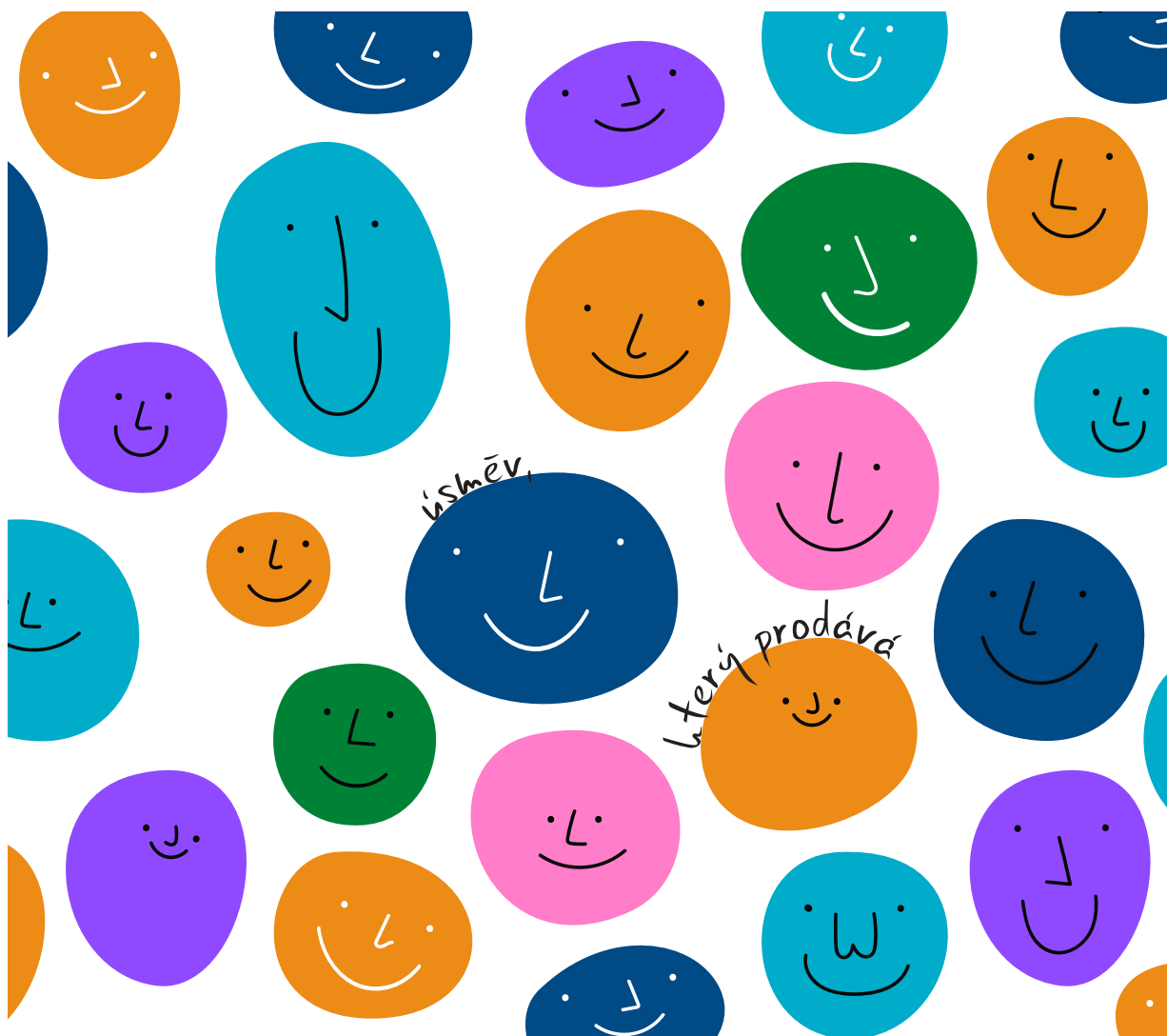


TRAFIKANT





S NOVÝM ROKEM JSME SE HODILI DO GALA...

S hrdostí oznamujeme, že do nového roku letíme s elánem a **ZCELA NOVOU VIZUÁLNÍ IDENTITOU.**

Tento krok zapadá do naší strategie modernizovat společnost s ohledem na zvýšení efektivity a kvality služeb. A to vše pro spokojenost našich zákazníků. Nové logo PNS čerpá z bohaté tradice a historie společnosti, zároveň však odráží její současnou stabilitu a orientaci na potřeby zákazníků. Nový vizuál symbolizuje nejen kontinuitu, ale i dynamický rozvoj, kterým společnost prochází.

„V posledních letech se PNS podařilo stabilizovat hospodaření, zefektivnit procesy se zaměřením na zákazníka a kvalitu, vstoupit do společného podniku s Mailstepem, rozšířit portfolio služeb a vstoupit na nové trhy. Právě proto jsme cítili potřebu tyto úspěchy podpořit i novou identitou, která nahradí více než dvacet let staré logo a podpoří vnímání naší společnosti na trhu.“



Vít Rozsypal
předseda představenstva PNS a.s.



foto a text: Iva Bejčková a archiv PNS



VRÁCENÍ ZBOŽÍ NENÍ ŽÁDNÁ VĚDA, ALE MÁ TO SVÁ PRAVIDLA

Chcete vrátit zboží zpět do našeho e-shopu s doplňkovým zbožím?
Ať už je důvod jakýkoliv, pojďme si projít proces správného vrácení zboží.

CO DĚLAT, KDYŽ CHCETE VRÁTIT ZBOŽÍ?

- Zvažte prodej. Než se rozhodnete zboží vrátit, zvažte, zda byste jej neprodali.
- V případě chybně objednaného zboží je nutné toto nahlásit na naše Kontaktní centrum PNS (KC). Po prověření budete kontaktováni s výsledkem.
- Pokud nevyžádané zboží nebudete chtít zkusit prodávat, řádně označené vraťte zpět s remitentou nebo prostřednictvím OZ. Není potřeba hlásit na KC.
- Pokud se rozhodnete zboží vrátit, ujistěte se, že je řádně zabalené a označené expedičním listem s identifikačním číslem prodejního místa, s datem zpracování remitenty a pořadovým číslem balíku s uvedením celkového počtu balíků remitenty.
- Řádně zabalené a označené zboží přibalte (pokud to umožňuje rozměr balení) k remitentě tisku. Pokud to rozměr neumožňuje, zabalte zboží samostatně. Remitentou pak vložte do zabezpečeného předávacího místa.
- V případě jakýchkoliv dotazů nebo nejasností se neváhejte obrátit na svého OZ nebo KC PNS. Rádi vám poskytnou potřebné informace a pomohou s celým procesem.



Zboží by mělo být vráceno v původním stavu, nepoškozené a kompletní. Proto dbejte i na správné zabalení. Obal by měl něco vydržet.



Nesrovnalosti v daňovém dokladu je třeba reklamovat do 14 pracovních dnů od data vystavení, a to buď v portálu mojePNS, nebo na KC. Na později uplatňované reklamace nebude brán zřetel.



Fakturu za doplňkové zboží obdržíte společně s fakturou za tisk nejpozději do 10. dne v měsíci za předcházející kalendářní měsíc.

Text: Alexander Širc

NEZTRAŤTE SE V POČTECH BALENÍ

Zapalovač SPARX



Objednací kód: DPZPF230001

Počet ks v balení: 50

Sazba DPH: 21 %

EAN: 8590379321858

7,19 Kč / ks

8,70 Kč s DPH

Počet kusů v 1 BALENÍ

Cena za 1 KUS

Množství

1 + bal.

Přidat do košíku

Zadávejte počet BALENÍ

V nákupním košíku je pro vaši kontrolu připraveno **SHRNUTÍ** včetně počtu kusů i balení:

Váš nákup

Dopravu máte zdarma



Kofola Originál 0,5 l
Obj. kód: DPKOF150001
Cena za kus: 16,45 Kč bez DPH, 12 ks v b.
Celkem 12 ks.

- 1 + bal.

počet objednaných
KUSŮ celkem

počet objednaných
BALENÍ



NAČTĚTE SI QR KÓD
A VSTUPE DO
NAŠEHO E-SHOPU

PROČ JE DŮLEŽITÉ ŘÁDNĚ OZNAČIT VRÁCENÉ ZBOŽÍ?

ZRYCHLENÍ PROCESU

Řádné označení zboží usnadňuje a urychluje zpracování vratek.

PŘEDEJDETE KOMPLIKACÍM

Správné označení pomáhá předejít zbytečným komplikacím a nedorozuměním.

USNADNĚNÍ IDENTIFIKACE

Díky správnému označení je možné zboží snadno identifikovat a zařadit.



ÚSMĚV, KTERÝ PRODÁVÁ

Víte, co je nejlevnější, a přitom nejúčinnější prodejní trik? Úsměv! Možná se to zdá jako maličkost, ale úsměv na vaší tváři může mít nemalý vliv na spokojenost zákazníků a jejich ochotu utráčet právě ve vaší trafice. Věda i zkušenosti mluví jasně – prodavač, který se usmívá, prodává více. Jak to funguje?



POZITIVNÍ EMOCE = VĚTŠÍ TRŽBY

Většina lidí nakupuje nejen na základě potřeby, ale i emocí. Když si zákazník spojí návštěvu trafiky s příjemnou interakcí, rád se vrátí. A věřte nebo ne, v dobré náladě si mnohdy k nákupu přihodí i něco navíc – třeba čokoládu k novinám nebo stírací los.



SÍLA RECIPROCITY: JAK DÁVAT A DOSTÁVAT

Lidská psychika funguje na principu reciprocity – když se na nás někdo usměje, máme přirozenou tendenci mu to oplatit. A to nejen úsměvem, ale i nákupem. Pokud zákazníka přivítáte přátelským tónem a úsměvem, často se vám odvděčí tím, že u vás nakoupí raději než jinde.



SMÍCH A ÚSMĚV JSOU NAKAŽLIVÉ!

Vědci z univerzity ve Švédsku zjistili, že lidé mají tendenci automaticky napodobovat výrazy tváře druhých. To znamená, že když se na zákazníka usmějete, podvědomě se začne také usmívat, což zlepšuje jeho náladu a nákupní zážitek. Tento efekt se označuje jako „zrcadlová neurální reakce“ a pomáhá vytvářet pozitivní vztahy mezi prodávacem a zákazníkem.

Věda primárně rozlišuje úsměvy dva - falešný a pravdivý. Dokážeme je od sebe rozpoznat i nevědomky podle toho, jak se pohybují svaly v obličeji.

PRAVÝ ÚSMĚV

Při pravém úsměvu pracují jak svaly okolo úst, tak hlavně okolo očí.

FALEŠNÝ ÚSMĚV

U falešného úsměvu používáme jen svaly okolo úst, dokonce to děláme asymetricky, takže jeden koutek máme výš než druhý.



ÚSMĚV BUDUJE DŮVĚRU

Zákazníci podvědomě vnímají úsměv jako signál přátelskosti a spolehlivosti. Když se na ně prodavač mile usměje, cítí se příjemněji a ochotněji se zdrží déle, případně utratí více peněz. Důvěra je základem každého dobrého obchodu a úsměv ji pomáhá budovat okamžitě.



ÚSMĚV ZVYŠUJE LOAJALITU ZÁKAZNÍKŮ

Lidé se rádi vrací tam, kde se cítí dobře. I když mají v okolí více možností, raději si zajdou do trafiky, kde je obsluha příjemná a usměvavá. Věrní zákazníci pak tvoří základ úspěšného podnikání a stávají se nejlepším marketingem – doporučují vás dál.

Aby úsměv správně „fungoval“, měl by být upřímný.

TRAFIKANT, časopis pro milovníky tisku

vychází 4x ročně, toto číslo vychází v březnu 2025, vydává První novinová společnost a.s. Patečnická 2773/1, Praha 9, 193 00
šéfredaktor: Iva Bejčková, redakční rada: Alexander Širc, Šárka Říhová, Michal Kubec, Petr Kadlec, Jiří Tahal, Václav Čihák, Eva Tomášková Wegmannová, výroba: Iva Bejčková, fotografie: Iva Bejčková, zaměstnanci PNS, Adobe Stock a Freepik, kontakt: casopistrifikant@pns.cz, evidenční číslo: MK ČR E 10165. Převzaté názory a citace se nemusí shodovat se stanoviskem společnosti PNS a redakce. Za obsah a zpracování inzertních stran nese odpovědnost inzerent.

KAŽDÝ KLIENT CHCE OD NÁS ÚPLNĚ NĚCO JINÉHO ...A TO JE TO, CO NÁS NA TOM BAVÍ



Když přijdete do tiskového centra MailFinish, najdete tam sehraný a usměvavý tým, kterému velí **MARTIN ŠNÁBL**. Na rozmanitá přání zákazníků je zvyklý a hravě si poradí s kdekým požadavkem.

**12 000 kusů A4
/za hodinu**

Když rozjedeme všechny naše digitální tiskárny, je to rachot...

**kukuřičná
fólie**

Pro našeho klienta právě testujeme balení časopisu do ekologické verze fólie z kukuřice.

**12 měsíců
tisku v tempu**

Dříve byla u nás v lednu/únoru okurková sezóna, nyní už to neplatí. Jedeme naplno celý rok.



Hanka Pavličová

MARTINE, JE RADOST VÁŠ CELÝ TÝM POZOROVAT PŘI PRÁCI. CO VÁS NA TĚHLE PRÁCI NEJVÍCE TĚŠÍ?

Asi se shodneme i s kolegy, že nás na tom baví právě ta různorodost. Každý pracovní den je pro nás jiný. Zákazník si s naším obchodním oddělením domluví své požadavky a my je pak tady realizujeme, přesně podle jejich přání.

Pracujeme tu ve třech a všichni děláme všechno. Když se toho na nás naválí opravdu hodně, půjčíme si kolegy z výroby na výpomoc. Tak, aby všechny naše zakázky odešly včas a v té kvalitě, kterou od nás klient očekává. Já osobně už tady takhle funguji přes dvacet let ☺.

CO SI MÁME POD TÍM PŘESNĚ PŘEDSTAVIT?

Jsme tiskové centrum, takže jednoduše řečeno tu umíme tisknout, řezat, skládat, obálkovat, šít...

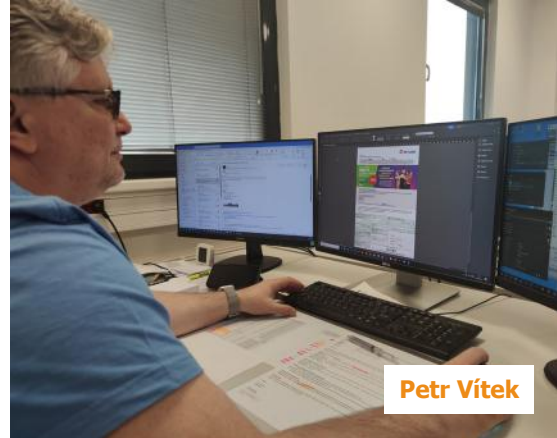
Konkrétně to znamená, že si klient například řekne, jakým způsobem má být natisknuta adresa na tiskovinu. Zda použít potisknutý štítek nebo tisknout adresu přímo na fólii. Jedním z našich nejsložitějších úkolů je sestavovat složky pro předplatitele. Navrhnout to tak, aby se ta pole následně vyplňovala tak, jak mají, spárovala se s těmi správnými daty... Je to mravenčí práce, která není moc vidět. Ale musí být naprosto v pořádku a bez chyb. S tím nám pomáhají naši datoví analytici. Mnohdy to jsou data v řádu statisíců.

Umíme vytisknout i adresné dopisy s oslovením, skládat do obálek, potisknout obálky, v malých nákladech tiskneme i časopisy. Je toho opravdu hodně...

JAKÁ TECHNIKA VÁM S TÍM POMÁHÁ?

Máme tu dvě velké barevné vysokorychlostní tiskárny od značky Xerox. Jsou to nejnovější modely a tisknout na nich je radost. Do rozměru A3 jsme schopni vytisknout téměř vše. Pak tu máme dvě černobílé tiskárny na složky, dopisy. Když rozjedou všechny najednou, tak se nám tu tiskne až 12 000 ks A4 za hodinu.

Mám k těm našim strojům vztah. Jsem vystudovaný strojař, takže když se nám přetrhne pás nebo zašpiní čidlo, jsme schopni si to opravit sami. Xerox jsme vybrali před lety a dělá se nám s nimi více než dobře. Mají skvělé servisáky, kteří nás nikdy nenechají ve štychu. Když si nevím rady, navedou mě po telefonu, nebo se domluvíme a já jim to předpřipravím a oni druhý den přijedou už s tou pravou součástí. Na druhou stranu tu máme ale i historickou šičku. To je stroj, který nás tu všechny přežije. Je primitivní, ale je to robustní držák. Na jednoduché zakázky v malém rozsahu, je nenahraditelná a taky krásná ☺.



Petr Víték



foto a text: Iva Bejčková





V Rokycanech je několik zajímavých kostelů, které stojí za návštěvu. Nejvýznamnější z nich je Kostel Panny Marie Sněžné, který se nachází na Masarykově náměstí. Tento gotický kostel z 14. století je známý svou krásnou architekturou a interiérovou výzdobou, včetně nádherných vitráží a historických detailů. Je to duchovní centrum města a dominantní stavba na náměstí.

Kostel Panny Marie Sněžné

Památník vojáků Madlonova pluku

Na křižovatce ulic Litohlavské a Madlonovy stojí Černá mohyla, připomínající decimaci Madlonova jízdního pluku za zběhnutí v bitvě u Breitenfeldu roku 1642. Pluk opustil bojiště



a způsobil porážku císařských vojsk. Z rozkazu arcivévody Leopolda za to byli vojáci souzeni a každý desátý popraven. Exekuci provedl kat Jan Mydlář mladší, údajně oběšením na stromech u Litohlav.

NA SKOK... ...DO ROKYCAN A OKOLÍ



Demarkační linie

Rokycany leží na demarkační linii, která na konci II. světové války vymezovala území, kde bude zasahovat americká a kde sovětská armáda. Proto tu dneska najdete muzeum, které je fascinujícím místem pro všechny zájemce o vojenskou historii. Kromě rozsáhlé sbírky obrněné techniky, dělostřelectva a ručních zbraní zde najdete i interaktivní expozice, které vás přenesou do různých historických období. Muzeum se zaměřuje nejen na bojovou techniku, ale také na příběhy vojáků a civilistů, kteří byli ovlivněni válečnými konflikty.

Až na vrcholky Alp

Na vrchu Kotel u Rokycan stojí nová rozhledna vysoká 28 metrů, která nabízí panoramatický výhled na Brdy, Šumavu, Krušné hory i hrad Radyni. Při dobré viditelnosti lze dokonce spatřit i vrcholky Alp. Rozhledna je postavena ze dřeva a oceli a její vyhlídková plošina se nachází ve výšce 600 m n. m. Na stejné místě už v roce 1895 stála dřevěná rozhledna zvaná Krásná vyhlídka, která však kvůli špatnému stavu vydržela jen 14 let.



PŘED TŘICETI LETY JSEM PŘEVZALA TRAFIKU OD MANŽELA A JSEM TU DOTEĎ...



Až budete v Rokycanech, zastavte se na pěší zóně v trafice **Miroslavy Kellnerové**. Nejenom že je to trafika výstavní, kde se vám bude líbit, ale bude o vás i hezky postaráno, s úsměvem i vlídným slovem. Když jsem tam byla já, fronta zákazníků stála až ke dveřím...

JSME NA DOBRÉ ADRESE

Tahle naše ulice už tu stojí od první světové války. Řada domů v ní patřila paní Kurkové, která je v restituci dostala zpět a s citem opravila do původní podoby. Včetně naší trafiky. Ta trafika je tu už věky. Je na skvělém místě. Všichni, kdo jdou od vlaku, projdou kolem nás...

ŽE ZE MĚ BUDE TRAFIKANTKA, NAPADLO MÉHO MANŽELA

Manžel podnikal a měl pronajatou i tuhle trafiku, a tak když jsem se po mateřské měla vrátit do práce, volba byla jasná. Převzala jsem od něj právě tuhle trafiku. Bylo to přesně před třiceti lety - 5. února 1995. Hodilo se mi to. Měla jsem malé děti a manžel byl hodně často služebně pryč.



Ze začátku jsem toho o vedení trafiky moc nevěděla, ale zdědila jsem tu skvělé a zkušené prodavačky, které mě do toho postupně vtáhly a vlastně parádně vycvičily. Ze začátku jsem tu ani neprodávala, všechno zvládaly samy. Já chodila jenom podepisovat objednávky nebo když bylo třeba něco zařídit.

Nyní je to už jinak. Jsme na tuhle trafiku celkem čtyři. Já a tři vitální důchodkyně, které tu prodávají taky už léta. Každý den máme otevřeno od pěti hodin do šesti, včetně soboty. Takže jediné protivné na tom je to časné vstávání. Ale dá se na to zvyknout. Prodávám tu moc ráda.

ZÁKAZNÍK NA BUBÁKY NENÍ ZVĚDAVÝ

Téměř všechny naše zákazníky znám. Vlastně už několik jejich generací. O každém něco vím. Baví mě si s nimi povídat a oni zase vědí, že je tu někdo, kdo si je rád vyslechně (i to dobré, i to zlé). Ale úsměv, ten prostě musí být. Každý den není posvácení, ale to zákazníka nezajímá. Ten očekává, že když k nám přijde, bude mu tady dobře a bude cítit, že je tu vítaný.

Řada zákazníků nemusela vůbec nic říkat, paní Kellnerová už automaticky připravila ty správné časopisy na pult... tak dobře je tu znají...(pozn. red.)

A úsměvem a dobrou náladou nešetří ani moje kolegyně.

MÁME SVÉHO MILIONÁŘE

V naší trafice najdete snad všechny tituly, co jsou na trhu. Přečtu nebo prolistuji je všechny, abych pak věděla, co vlastně nabízím. Zákazníkovi musím umět o každém z nich něco říct. Víme, co tu prodáváme, a prodáme tu téměř vše...

Já sama jsem milovnicí titulů o zahradách a dekoru. Naše trafika má dvě celkem velké výlohy. Jednu využíváme na výstavu časopisů a druhou tematicky aranžujeme. Spolupracujeme s mladými studenty - budoucími aranžéry - a někdy ji rádi přenecháváme i na charitativní účely.

Naše trafika funguje i jako výdejní místo pro DPD a Balíkovnu. Jede nám tu ve velkém Sazka. Dokonce jsme tu měli minulý týden výherce s milionovou výhrou!

A JAKÉ MÁM PLÁNY?

Důchod mi sice za chvíli bude klepat na dveře, ale zatím jsem spokojená tady a nechci na tom nic měnit. Plány do budoucna s trafikou mám, ale to teď není na pořadu dne. Stále mě to celé baví a já doufám, že trafiky budou stále dobře fungovat. Luštit se bude stále, sázet taky a na dovolenou nebo ke kafi nějaký ten časopis přihodí snad každý. A kouřit? To se bude taky, o tom snad není pochyb.

Tak at' se vám daří a děkuji za milý a usměvavý rozhovor!



foto a text: Iva Bejčková

TO

ŽÍT A NECHAT ŽÍT,
ČÍST A NECHAT ČÍST

**Podpořte
prodej
a získejte dovolenou za
250 000 Kč**

*Humor
korektní
i poctivě
za čárou*

Časopis TO i na Vašich pultech

Milí trafikanti, prodejci tisku, jsme onlinový časopis a tištěný měsíčník pod vedením bývalého šéfredaktora časopisu Reflex Marka Stoniše. Takže je jasné, že píšeme i o tom, čemu se mainstreamová média raději obloukem vyhýbají.

O čem píšeme

Neplatí nás žádné neziskovky, provládní instituce či spolek oligarchů. Jsme nezávislé a otevřené kritické médium. Pomozte náš časopis TO představit lidem a rozšířit naše myšlenky. Máme skvělé redaktory, děláme vlastní reportáže, píšeme s humorem často i nekorektním, ale hlavně se nebojíme říkat pravdu a nazývat věci pravými jmény. Abyste neměli jako motivaci jen dobrý skutek, připravili jsme pro Vás soutěž o nejlepšího prodejce, trafikanta, vedoucího prodejny či celý prodejní tým, kde nejlepší obdrží fantastickou dovolenou.

- Nejlepší prodejce získá dovolenou v hodnotě 250 000 Kč.
- Druhý dovolenou v hodnotě 150 000 Kč.
- Třetí za 100 000 Kč.

Soutěž startuje březnovým vydáním časopisu TO a končí v říjnu. Vyhodnocena bude v prosinci tohoto roku, a tak výhru můžete mít už pod stromečkem.

Více na stránkách

<https://denik.to/pravidla-souteze/>





**Nedalo to
ani moc práce a mám
dovolenou!**

**Rozhovory
s osobnostmi
o politice,
světě i rodině**

**Analýzy
a fundované
komentáře**

**Nově v distribuci
PNS**



JE ÚPLNĚ JINÝ

„Sledujeme nastupující trendy v byznysu, umění a lifestyle. Vždy se tematicky díváme kupředu. V pozitivním duchu informujeme o fenoménech a inspiracích, které mají ambici zlepšit svět kolem nás.“ Takhle popisuje **magazín HROT jeho šéfredaktor Tomáš Otta**. My za PNS dodáváme, že máme radost ho mít nově v naší distribuci a vozit i do vaší trafiky...

foto: redakce magazínu HROT

text: Iva Bejčková



___MAGAZÍN HROT MÁ ZA SEBOU CELKEM ZAJÍMAVOU MINULOST. MŮŽETE NÁM KRÁTCE PŘIPOMENOUT, ČÍM VŠÍM SI MAGAZÍN UŽ ZA SVÉHO ŽIVOTA PROŠEL?

Hrot byl původně týdeník „zaostřený“ na ekonomiku. Svě čtenáře si našel zajímavou grafikou a ekonomickými komentáři od uznávaných autorů. Předloni jej převzalo vydavatelství SPM Media s přáním dodat Hrotu nový impuls. Oslovili mě s myšlenkou vytvořit z týdeníku elegantní měsíčník, který spojí světy byznysu a lifestyle a naváže i na původní odbornou ekonomickou linku. A tak se zrodilo druhé dějství Hrotu. To mapuje novou generaci českých podnikatelů a přináší svěží trendy v inovacích, kreativitě a inspirativním životním stylu, jako jsou top gastronomie, umění, exkluzivní cestování a design.

___HROT VE SVÉ ANOTACI UVÁDÍ, ŽE JE TO PRÉMIOVÝ TIŠTĚNÝ COFFEE TABLE MAGAZÍN, CO SI PŘESNĚ POD TÍM MÁME PŘEDSTAVIT?

Exkluzivní časopisy typu „coffee table“ jsou dalším stupněm tištěných periodik, která chápou papír jako exkluzivitu. Lákají na unikátně zpracovaná témata, která balí do stylové grafické podoby. Bývají opakem masových titulů a samy o sobě vlastně obstojí i jako designový objekt, který je součástí interiéru - třeba vystavený doma na „stolku“. My ale přebíráme hlavně čistý vizuální jazyk tohoto typu magazínů, který nás baví.

___A JAK SI VLASTNĚ PŘEDSTAVIT VAŠEHO KLASICKÉHO ČTENÁŘE? JAK ČASTO SI HO V REDAKCI VIZUALIZUJETE?

Obecně jsme pro městské muže a ženy ve věku 35 až 55 let, s vysokoškolským vzděláním, často v oboru ekonomie, práva nebo managementu.

Jsou to úspěšní profesionálové, podnikatelé či manažeři z vyšší příjmové skupiny. Vyhledávají kvalitní informace a chytrou inspiraci, a to jak v pracovním, tak osobním životě. Baví je cestování a gurmánská kuchyně. Zajímá je design i umění, sledují nové trendy v technologiích, ale i investicích a realitách. Mají zájem o osobní rozvoj. Rádi investují do prémiových produktů a speciálních zážitků.

___NA HROT JE ŘADOST NEJEN POHLEDĚT, ALE I VZÍT HO DO RUKY. KDO MÁ RÁD FOTKY,

DESIGN, ZAJÍMAVÉ ROZHOVORY A VOŇAVÝ PAPIR, MUSÍ SI PŘIJÍT NA SVÉ. JAK JSTE SPOKOJENI S TÍM, JAK DNESKA VYPADÁ? JE TO JEHO KONEČNÁ PODOBA NEBO JE STÁLE CO VYLEPŠOVAT?

Moc díky za pochvalu. S produktem jsem po vizuální stránce velmi spokojený. Snad nevyzní jako zbytečná sebechvála, ale myslím, že na našem trhu vlastně nemá obdoby. Navrhli jsme jej s Michalem Hořavou, nynějším artdirectorem je Honza Vyhnánek a grafik Pavel Svatoš. Hrdě používáme ekologický papír, který má i tu výhodu, že je lehký, ten kombinujeme s lesklým - s laděním těchto kombinací si ještě chceme dál vyhrát ☺.

___NÁZEV HROT JE OSTRÝ JAKO BŘIT, NICMĚNĚ OBSAHOVĚ SE MI ZDÁ OPTIMISTICKÝ, MILÝ AŽ LASKAVÝ. PROČ TEDY HROT?

Je to tak ☺. Ten břit souvisel s původním zaměřením na „ostré“ ekonomické komentáře, ale my slůvko „hrot“ chápeme jako pomyslný „vrcholek“ a naznačujeme cestu k němu. Ať už je to vrchol kariérní, nebo třeba hodnotový, prostě ideál, za kterým míříme.

___CELÝ OBSAH MAGAZÍNU JE DÍLEM VAŠÍ REDAKCE, KOLIK LIDÍ HO DÁVÁ DOHROMADY?

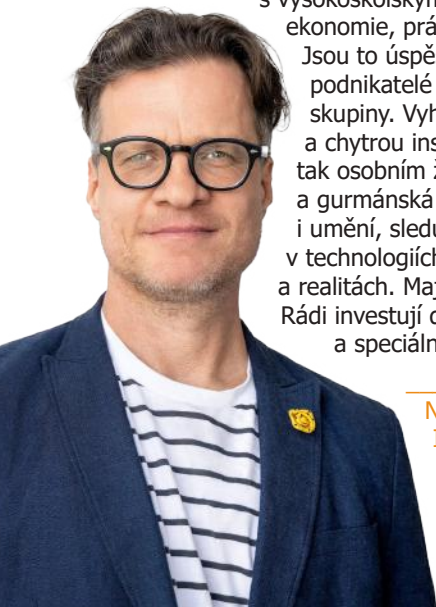
V dnešní době je praxí, že časopisy mají poměrně úzkou redakci a na jednotlivá témata dávají prostor odborníkům a znalcům. Platí to i u nás. Vyjma naší odbornice na lifestyleová témata Sára Goldbergerové oslovujeme s editorem odborné autory, a to jak ze spřízněného ekonomického webu Hrot24, tak odjinud. Řekněme, že celkem se na jednotlivém vydání podílí kolem deseti lidí.

___HLAVNÍ TÉMATA NA TENTO ROK UŽ MÁTE ASI DANÁ, NA CO SE VY OSOBNĚ TĚŠÍTE? CO BYSTE ČTENÁŘŮM DOPORUČIL, ABY SI ROZHODNĚ NENECHALI UTĚCT?

V letošních tématech se řídíme edičním plánem, který jsme poskládali už během podzimu. Letos nebudou chybět například témata o nových technologiích a jak nám mění svět doslova před očima, „městská“ témata jako nová mobilita o nových možnostech dopravy nebo texty zaměřené na novou výstavbu u nás, dále o úspěšných ženách v byznysu, kam letos zainvestovat, o fenoménu dlouhověkosti a mnoho dalších.

___A NA ZÁVĚR... JAKÉ JE TO BÝT ŠÉFREDAKTOREM HROTU? JE TO NĚKDY HROT NEBO JE TO JENOM ZALITÉ SLUNCEM...?

Jenom zalité sluncem! A před uzávěrkou trochu hrotiček až na vrchol. ☺



POHODA V PRÁCI UŽ NENÍ JEN SLOVO

Wellbeing jako fyzická a duševní pohoda je čím dál skloňovanějším módním pojmem. Naučily se s ním operovat mnohé firmy a začínají jej vyžadovat mnozí zaměstnanci.

UKÁZKA

Z MAGAZÍNU HROT Č. 1/24

„Téma osobní pohody se dostává do popředí i díky současné nízké nezaměstnanosti a nastupujícím pracovníkům z řad generace mileniálů,“ vysvětluje dva z faktorů Mendelova univerzita v Brně. Lidé si mohou více vybírat a částečně diktovat podmínky. Navíc mileniálové mají jiné potřeby než generace předešlé: volný čas je pro ně víc než přesčas.

Ale existuje ještě další, hlubší důvod. „Trend péče o duševní zdraví ve firmách se změnil hlavně za poslední tři roky. Nejen v Česku. Pandemie, ekonomické nejistoty, válečný konflikt, vysoká inflace, to všechno jsou situace, které s psychikou jednotlivců výrazně zacloumají. Obecně lze říct, že se nám ve společnosti hroutí jistoty, na které jsme byli zvyklí,“ tvrdí Simona Zábržová, zakladatelka startupové platformy Soulmio věnující se duševnímu zdraví ve firmách.

Podle zprávy State of Work-Life Wellness 2024 americké společnosti Gympass považuje 93 % pracovníků wellbeing za stejně důležitý jako plat. A 87 % zaměstnanců by zvažovalo odchod z organizace, která nemyslí na pohodu svých pracovníků. Pokud je člověk v práci spokojený, má lepší výsledky. Na těchto jednoduchých rovnicích není ovšem nic převratného, řídil se jí už Tomáš Baťa. Postavil zaměstnancům domky, nemocnici, kino, muzeum, podporoval kulturu a spolky. A když pracovník umřel, pochovali ho na Baťově lesním hřbitově. Za Baťovou bohuľibostí byl samozřejmě tvrdý, leč na svou dobu vizionářský kalkul.

Světová zdravotnická organizace (WHO) a úzkostným stavům přijde celosvětová pracovních dní, což je ekvivalent nákladů produktivitu.

„Technologické firmy, startupy a firmy duševní zdraví otevřenější. Důležitost péče stále častěji dostává i do tradičnějších čas, kdy jediným benefitem byly Byť zaostáváme. Podle studie Deloitte kapitálu je wellbeing zaměstnanců pro nicméně jen 57 % dotázaných má dojem, „V Evropě najdeme výrazný trend užívání v severských zemích, v Německu, Anglii jsme pozadu tak jeden až dva roky. Za velkým tématem, máme skluz tak čtyři byl blázen ten, kdo měl psychologa, nemá,“ tvrdí zakladatelka

odhaduje, že kvůli depresím ekonomika každoročně o 12 miliard ve výši 1 bilionu dolarů na ztracenou

s mladšími zaměstnanci jsou tématu o duševní zdraví zaměstnanců se ale odvětví,“ říká Simona Zábržová. stravenky, pomalu, ale jistě končí. Globální trendy v oblasti lidského české firmy velice podstatný (92 %), že je na to jejich firma připravena. firemního wellbeingu v praxi zejména a Švýcarsku. Oproti těmto zemím USA, kde je péče o duševní zdraví pět let. S nadsázkou říkám, že dřív dnes je blázen ten, kdo ho platformy Soulmio.



text: Klára Weinerová

foto: redakce magazínu HROT

___HROT cílí na kupředu uvažující čtenáře z tradiční a kreativní byznysové komunity, kterým poskytuje měsíční servis, na co se zaměřit při i po práci

___HROT připravuje redakce respektovaných byznysových a lifestylových novinářů, kteří perfektně rozumí tepu doby



___HROT je součástí silné mediální skupiny SPM MEDIA (Týdeník Echo, Echo24.cz, Hrot24.cz, Radio Prostor)

___HROT vychází desetkrát ročně na matném ekopapíru ohleduplném k životnímu prostředí

___HROT zařezává pozitivní a klidnou mediální silou (v kombinaci print-online-socials-eventy) s elegantní grafikou a atraktivními texty a infografikou, které mapují přicházející trendy ze světa peněz a atraktivního životního stylu

___HROT má ambici stát se mediální autoritou v daných oblastech a být solidní a odpovědnou adresou pro klienty z prémiového segmentu

30

Zkušených novinářů,
ilustrátorů a fotografů

164

Stran
atraktivního obsahu

18 000

Pravidelný
tištěný náklad

VYMYŠLÍME ČASOPISY, KTERÉ TU CHYBÍ...

Vydavatelství Esprit Bohemia kompletně přechází do distribuce PNS. Vyzpovídali jsme **Dušana Militkého**, šéfa vydavatelství a hnací sílu celého týmu. Má za sebou dvacet let práce a před sebou spoustu novinek...

___ JAK SE Z ČLOVĚKA STANE VYDAVATEL ČASOPISŮ?

Když se ohlížím zpět do minulosti, tak nacházení mé životní cesty bylo docela zábavné. Od snů a přání malého kluka z poslední chalupy v malé středočeské vesnici, až po manažera v evropských metropolích, kam si mě zavolala práce v mnoha oborech. Zřejmě nejvýraznější vliv na můj vývoj vycházel z korporátních společností. Jednoho dne jsem však dostal možnost dělat něco pro mě zcela smysluplného. Vytvářet dílo, které naplňuje mé sny o kreativní práci a druhým přináší inspiraci a radost.

___ VAŠEMU VYDAVATELSTVÍ BUDE PŘÍŠTÍ ROK 20 LET. TO JE PĚKNÁ ŘÁDKA LET. DÁVAT AUTORSKY DOHROMADY OBSAHY NĚKOLIKA TITULŮ STOJÍ URČITĚ DOST SIL. JAK MOC VY OSOBNĚ SE ZAPOJUJETE DO TVORBY OBSAHU, ALE I DESIGNU VAŠICH ČASOPISŮ?

My už jsme začali slavit, protože před 20 lety, tedy v roce 2005 se na prvním titulu již začalo pracovat. Byla to jízda z nuly na sto. Filozofií mého vydavatelství je jít cestou „štěstí v práci“ nikoliv „zase do práce“ a z toho plyne i podstata mého fungování i fungování týmu. Každý si u nás nachází cestu, která dává smysl. A jaká je moje cesta? Děláním jen to, co mě opravdu baví. Být u zrodu každého nového časopisu nebo projektu, sledovat jej, rozvíjet a podporovat v růstu.

___ KDE BERETE STÁLE INSPIRACI, NÁPADY A ELÁN?

Mojí největší inspirací byl nedostatek toho, co mně, mým dětem nebo přátelům chybělo. V tom je úspěch našeho vydavatelství i našeho týmu. Naplnit potřeby malých i velkých čtenářů, a to všude tam, kam se ostatní vydavatelé nevydávají. V poslední době se hodně zaměřujeme na děti a oblast jejich vzdělávání, volnočasových aktivit a zábavy. Není divu, mých pět ratolestí je nekonečnou vlnou inspirace.

___ JAK VELKÝ TÝM STOJÍ ZA VAŠIM VYDAVATELSTVÍM?

Na naší společné cestě jdu s třiceti úžasnými lidmi. Většina z nich je ve vydavatelství od vzniku časopisu, na kterém pracují, a někteří i od založení firmy. Po tolika letech se známe opravdu dobře, a to jak po pracovní, tak i soukromé stránce. Jsme fajn pracovní tým i skvělá parta třeba na rafty.

___ PRVNÍ Z TITULŮ VAŠEHO VYDAVATELSTVÍ BYL PERFECT

WOMAN. POSTUPEM ČASU SE PORTFOLIO TITULŮ ÚSPĚŠNĚ ROZROSTLO. KTERÝ Z NICH JE VAŠEMU SRDCI NEJBLIŽŠÍ?

Stál jsem u zrodu každého a každému dal i kus sebe. Největší emoce ale vždy přijdou, když vidíte děti, které vám říkají „tati, paráda, další Hvězdička“! Pak jen tak z povzdálí sleduji, jak se jejich oči probírají stránkou po stránce. A úsměv na tváři je milá a musím říci, že pravidelná třešinka na dortu. Či třeba časopis osobního rozvoje RITUALS cesta životem, kde vidíte přímý pozitivní dopad na změny v životech dospělých čtenářů. Mohu tedy říci, jsou to všechny časopisy, kde lze vidět a vnímat hlubší přínos v přímém přenosu.

___ JAKÝ TITUL JE VÁŠ NEJPRODÁVANĚJŠÍ?

Děkuji za tuto otázku. Ten teprve vyjde toto jaro pod názvem: „DĚTEM OD DĚTÍ“ – VYBARVUJ – STRÍHEJ - LEP, HRAJ!

Je to první a jediný časopis, jehož autorem jsou přímo samy děti. Je tedy opravdovým reflektorem svítícím na dětská přání i na to, jak má vypadat jejich zábava. My dospělí jsme jim to pouze umožnili a přidali edukativní prvky.

Pokud se potřebujete věnovat o víkendů čemukoli jinému než dětem, pořídte jim tento časopis a opravdu zažijete čas, kdy děti odloží mobily a tablety a ponoří se do svého přirozeného světa fantazie a her. Nebo se zapojte také a užijete si s nimi návrat do vlastní dětství. Společně prožité, radostné, tvůrčí čas je dar, který si uchováte navždy.



Titulka Vás možná překvapí, jako překvapila mě. Věřte, že tak ji vidí děti svými očima a ve svém světě.

___KDYBYSTE BYL TRAFIKANTEM, TAK JAK BYSTE HO NABÍZEL A VYSTAVIL?

Každému dítěti, které by přišlo s rodičem, bych jej dal u pokladny a zeptal se, jestli si chce užít spoustu zábavy. Každé mamince nebo tatkovu bych jej dal u pokladny a zeptal se, jestli si chce užít víkend bez dětí „v dobrém“. Možná se vám tyto věty zdají trochu nereálné v rámci provozu dnešních trafik, ale zažil jsem to v praxi u mé kamarádky v trafice, kdy po naší nabídce odcházelo devadesát procent zákazníků s časopisem TVOŘÍME s dětmi. Vyzkoušejte, sami uvidíte, jak se vám zvednou tržby a vyprázdní regály.

___TÉMATA VAŠICH ČASOPISŮ NA TENTO ROK UŽ MÁTE ASI PŘIPRAVENA. NA CO SE TĚŠÍTE VY OSOBNĚ A CO SI MYSLÍTE, ŽE BUDE BAVIT NEJVÍCE VAŠE ČTENÁŘE?

V tomto roce jsme připravili několik projektů, které posouvají hranice časopisu mnohem dál než doposud. Jedním z projektů je například TRANSFORMAČNÍ VZTAHOVÁ VÝZVA s časopisem RITUALS cesta životem. Jde o celoroční unikátní projekt v oblasti osobního rozvoje, který vychází nejen v časopise, ale je rozšířen o další komunikační platformy, ať již audio, či video. Jako celek pak dokáže nabídnout čtenáři nejen mnohem širší obsah, ale i formu, na kterou má čtenář právě „náladu“.

___ČÍM SE VAŠE TITULY LIŠÍ OD KONKURENČNÍCH TITULŮ? JSOU NĚČÍM SPECIFICKÉ?

Jak jsem již řekl v úvodu, vše, co vzniká v našem vydavatelství, vzniká na základě toho, co nám chybí na trhu, a to tematicky, rozsahem, kvalitou, hloubkou probíraných témat. Tím se odlišujeme od ostatních titulů. Specifickou rovnu přinášíme naším přístupem a myšlenkou udržitelnosti. Snažíme se vytvářet pouze takové tituly, které jsou přínosem pro ty, kteří se podílí na celém obchodním řetězci, počínaje trafikantem, distributorem, vydavatelem, vydavatelským týmem a zároveň dávají přidanou hodnotu čtenáři, která je oceněna nákupem. To je naše cesta k úspěchu.



V roce 2025 přinášíme časopis TVOŘÍME s láskou s rozšířeným obsahem a pod novým názvem **BYDLÍME & TVOŘÍME**, tak jak si přejí naši čtenáři. Je určen ženám, které milují tvoření, hledají krásu v každodennosti a touží vytvořit harmonický domov plný života. Nabízí inspiraci pro bytový design, zahradničení, DIY projekty i recepty, které potěší rodinu. Vedle praktických tipů přináší i témata zaměřená na osobní pohodu a radost z maličkostí. BYDLÍME & TVOŘÍME je společníkem pro každou ženu, která touží žít kreativně, stylově a s láskou. Vychází 4x ročně.



Jedinečný časopis **DĚTEM OD DĚTÍ**, který přináší zábavné, omalovánkové a interaktivní hry, vytvořené přímo dětmi pro jejich vrstevníky! Tvořeno dětmi: Obsah je inspirován nápady a výtvyry dětí, což činí každé vydání originálním a opravdovým reflektorem dětské tvořivosti. Podpora edukace: Hry obsahují prvky edukace, spolupráce, pomoci a týmového ducha. Podpora rozvoje: Aktivity rozvíjejí nejen kreativitu, ale také trpělivost a logické myšlení. Podpora pohybových aktivit: Hry obsahují úkoly, které jsou spojeny s rozvojem pohybových aktivit dětí zábavnou formou. Příběhy pro děti: Každá hra obsahuje příběh, který je založen na morálních principech. Každé dítě vyhrává: Sběratelské karty ve hře obsahují unikátní kód, na jehož základě každé dítě získá kreativní dárek. Zábava pro celou rodinu a kamarády: Společné chvíle strávené při tvoření a hraní posilují rodinné pouto a nabízejí hodiny kvalitní zábavy a poznávání. Časopis vychází 4x ročně a je koncipován pro chlapce i dívky od 4 let. Dále má jeden speciál pro dívky a jeden pro chlapce.



HVĚZDIČKA je jedinečný vzdělávací časopis pro děti ve věku 3 až 7 let, který dítě nejen vzdělává, ale se kterým je zároveň i plno zábavy. Mezi pravidelné rubriky patří **GRAFOMOTORIKA** (pracovní listy) pro správné začátky prvního psaní, **ANGLIČTINA** pro nejmenší, hravá **LOGOPEDIE** s procvičováním jednotlivých hlásek a s rozvíjením slovní zásoby, logické **HRY**, **PŘÍPRAVA DO ŠKOLY**, kde děti zjistí, jak se připravit do školních lavic, **POVOLÁNÍ**, která jim pomohou objevit různé profesní světy, **POHÁDKY** klasické i trochu popletené, **AKTIVITY** na doma nebo do školky. V rubrice **BYLO JEDNOU JEDNO ZVÍŘÁTKO** si každý měsíc společně s dětmi vybereme jedno zvířátko, o kterém se dozvíme zajímavé informace. Dále jsou zde **KVÍZY**, u kterých se zasměje celá rodina, a spousta dalších skvělých tipů, ze kterých budete vy i vaše děti nadšení. Časopis je vždy navázán na roční období. Důraz klademe na významné dny a svátky, jako jsou Vánoce nebo Velikonoce, kdy si připomeneme tradice, které jsou s nimi spojené. Hvězdička vychází 10x ročně a vhodně ho doplňuje Hvězdička speciál, velký pracovní sešit s aktivitami, který vychází 4x ročně podle ročních období.

Hlavní roli v časopise hraje Hvězdička, která dětem připraví úkoly. A protože je to malá rošťanda, občas něco i poplete. Hvězdička má ale i kamaráda Maxíka, který jí se vším pomáhá a vymýšlí správné psí kousky pro všechny děti na světě. S naší Hvězdičkou se opravdu děti nudit nebudou.



Časopis **TVOŘÍME S DĚTMI** vychází 4x ročně podle ročních období a je určen všem malým šikulům od 4 let a jejich pomocníkům. Obsahuje dětské kreativní projekty s podrobným popisem a návody. Je zde mnoho tvoření z recyklovatelných materiálů. Děti tímto povzbuzujeme k pozitivnímu vztahu k životnímu prostředí. V roce 2025 bude rozšířen o rubriku aktivit, kde dětem dává širší prostor v kreativě a samostatnosti. Dále pak o sekci aktivního tvoření, kde je použitým materiálem papír a děti přímo vyrábějí a tvoří z vnitřní přílohy časopisu.



Časopis **RITUALS CESTA ŽIVOTEM** se zaměřuje na osobnost člověka v souladu se současnými důležitými společenskými trendy, kterými jsou nacházení smysluplnosti života, podpora sebezrovoje, sebepoznání a přijímání sebe sama. Obsah je dále zaměřen na rozvoj harmonických vztahů, a to prostřednictvím zkušených psychologů, terapeutů a lektorů. Zastoupena je i oblast zdraví, a to formou celostního přístupu k člověku, včetně zdravého pohybu a stravování. RITUALS inspiruje své čtenáře prostřednictvím rozhovorů se zajímavými lidmi, umělci, tvůrci, léčiteli, astrology, terapeuty z mnoha oblastí alternativních oborů. Odhaluje svým čtenářům nejen mystická místa z celého světa, ale i mystéria světa duchovního. Samozřejmostí jsou horoskopy od zkušených astrologů, včetně doporučení, jak smysluplně využít rozmanitost časoprostorových kvalit. Vychází 6x ročně.



ROČNÍ TRANSFORMAČNÍ VZTAHOVÁ VÝZVA S ČASOPISEM RITUALS CESTA ŽIVOTEM

Časopis Rituals oslavil v loňském roce sedm let na trhu, sedm let s vámi, sedm let na cestě životem. Otevření dalšího sedmiletého cyklu si žádá něco mimořádného a tím je naše roční transformační vztahová výzva jak pro vás, tak i pro nás, tedy společná cesta směrem k pozitivním změnám ve vztahování se – k sobě, druhým, domovu, zemi, světu.



JAK TO TEDY DOOPRAVDY VLASTNĚ JE?

Jak často jste tuto větu vyřkli poté, co se v rámci vztahů opět něco nepovedlo, i když jste se tak snažili? Jak je možné, že je člověk za dobré skutky trestán? Jak to tedy doopravdy je? Jak je možné, že těm, kteří jsou sobečtí, bezcitní, prohaní, líní, manipulující, to vcelku v pohodě prochází, a dokonce se zvenčí zdá, že se jim daří nadmíru dobře. Hojnost je jim dosypávána ve značné míře a tím, že se vůbec nezabývají dopady svých činů, zřejmě ani netrpí jejich svědomím. Je tedy špatně starat a pečovat o druhé, být čestným a pracovitým, vlídným a laskavým? Nespravedlnost je do očí bijící, a přesto se nic nemění? Tento vodopád otázek nelze zodpovědět jednoduše, protože každý osud je vysoce individuální a každý osud je i do určité míry karmicky zatížený. Co však dělat, pokud si nespravedlnost našla své pohodlné místo v našem životě, vztahy jsou jedna velká bída a s hojností to také nevypadá valně? Pak nastává čas k jedinému, a to kompletní rekonstrukci vztahového života, která primárně začíná tím, že zrevidujeme a ozdravíme dvanáct nejdůležitějších vztahových vazeb, které máme vůči sobě samým. Protože pokud jsou tyto v optimálním stavu, jsou v optimálním vztahu i naše vazby „vnější“ tedy ty, které máme se svými bližními i širším okolím.

OBNOVOU VZTAHU K SOBĚ SAMÉMU ZAČÍNÁ CESTA SMĚREM VEN

Co konkrétně roční transformační vztahová výzva s časopisem Rituals znamená? Tato výzva znamená vstoupit do zcela reálného procesu, který si klade za cíl zcela reálnou proměnu ve vztahu k sobě i druhým. Není to cesta úplně snadná, protože postupně odkrýváme vrstvy a místa, kam jsme se doposud možná kvůli slepým úhlům pohledu ještě nikdy nepodívali, a přesně tam je „zakopán pes“. Pojdte do toho s námi!

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ VZTAH, KTERÝ MÁME, JE TEN K SOBĚ SAMÉMU

Zdá se, že tento slogan je trendem naší doby, ale zejména bytostnou potřebou nalézt opět spojení se sebou samým, obnovit to, co bylo kdysi dávno přerušeno a nyní na základě mnoha a mnoha životních těžkostí, vznikajících právě z ne-kontaktu se sebou samým, pracně nacházeno. Pokud jsme sami se sebou ve spojení, žijeme svůj život hodnotně, tedy zhodnocujeme své neustále se rozvíjející kvality, udržujeme se v dynamické rovnováze, tedy stejného poměru světlého i temného v nás. Chápeme pojem stínu a prosvětlujeme a obnovujeme kvality, které se v něm nacházejí. Teprve obnovením kontaktu se sebou samým, zdravým vnímáním hranic mezi sebou a vnějším světem, respektem ke svému vnitřnímu a tím pádem i vnějšímu světu, lze navazovat smysluplné, harmonické vztahy se světem tam venku.

NOVĚ V DISTRIBUCI PNS

POMŮČKA: IO, JAO, OTE, OVE, YOU	ZNAČKA DECIBELU	JUPITERŮV MĚSÍC	CHVAT	BAHENNÍ PTÁK	UDIVENĚ	CHEMICKÁ ZNAČKA SELENU	JMÉNO HERCE ROMAN- ČÍKA	KŘÍŽEM KRAŽEM	VÝZVY	KOLEM (knižně)	LETECKÁ ZNAČKA MALI	MYŠLENKA	VÝBAVA NEVĚSTY
ROZPRAVA								PRACOVNÍ SCHŮZE					
1. DÍL TAJENKY								2. DÍL TAJENKY CHEM. ZN. KADMIA					
KŘÍŽEM KRAŽEM	KUS UHLÍ	OLGA (domácky) MUŽSKÉ JMÉNO				HOUŽEVNA- TÉ ŽELEZO TARIF					NÁZEV NOSOVKY JULIUS (domácky)		
UDĚLAT HNĚTENÍM							ZNAČKA DECILITRU ZÁSOBNÍK OBILÍ			JAPONSKÉ SÍDLO SKOTSKÝ POLOOSTROV			
HARVARD- SKÁ UNI- VERZITA (zkratka)			ČÁST STĚBLA DIVAN					TY (anglicky) UMYVADLA				4. DÍL TAJENKY	ARCHITEK- TONICKÝ PRVEK
VRSTVA OSOBNOSTI				VYHNANSTVÍ STOPA					FRANCOVKA JÍDLO Z RÝŽE				
SÁZKOVÁ HRA					MUŽSKÉ JMÉNO INU (nářečně)					UMĚNÍ (anglicky) KÓD LIBÉRIE			
KŘÍŽEM KRAŽEM	INICIÁLY ŠOSTA- KOVIČE	VÝPIS (finsky) SKAND. MUŽ- SKÉ JMÉNO				KŘÍVKA OSOBNÍ ZÁJMENO					IN. REŽIS. LIPSKÉHO KŘÍDLO (zoologicky)		
SPOLEČEN- SKÁ HRA							OZDOBA STARO- ŘÍMSKÁ MINCE						
3. DÍL TAJENKY										SLADKO- VODNÍ RYBA			
VÝČEP					VYPADÁ- VÁNÍ ZRN Z KLASŮ					ÚŘAD (zastarale)			

V lékárně si mladík prohlíží vystavené zboží. "Mladý muži, můžu vám pomoci? Chcete kondom?" ...viz tajenka

Znění vyluštěné tajenky nám pošlete do konce dubna 2025 na e-mailovou adresu casopistrafikant@pns.cz. Nezapomeňte uvést název a adresu trafiky, kde pracujete, a číslo odběratele. Tím, že zašlete vyluštěnou tajenku, současně souhlasíte se zařazením do slosování o některou z cen a se zveřejněním svého jména, příjmení a sídla pracoviště v časopise Trafikant.

KŘÍŽOVKU PRO NÁS
ZPRACOVALA REDAKCE

KŘÍŽEM
KRAŽEM



NA PULTY TRAFIK PŘICHÁZEJÍ NIKOTINOVÉ SÁČKY ZYN

Hledají vaši zákazníci alternativu k cigaretám a nevyhovují jim elektronické cigarety ani zařízení na bázi nahřívání tabáku? Nově jim můžete nabídnout nikotinové sáčky ZYN, které letos v lednu uvedla na český trh společnost Philip Morris.



„Snažíme se neustále rozšiřovat nabídku méně škodlivých bezdýmných alternativ. Naším cílem je, aby měl každý dospělý kuřák možnost zvolit si lepší variantu ke kouření cigaret.

Poptávka po nikotinových sáčcích v mnoha zemích významně roste. Jsem proto rád, že sáčky ZYN uvádíme i na český trh,“ říká Nikolaus Ricketts, prezident pro kategorii nikotinových sáčků společnosti Philip Morris International.

Nikotinové sáčky ZYN jsou ve své kategorii celosvětově nejpopulárnějším výrobkem a mohou významně snížit počet kuřáků. Neobsahují tabák, ale pouze nikotin farmaceutické kvality získaný z tabáku kombinovaný s potravinářskými přísadami a příchutěmi. Při užívání proto uvolňují o 99 procent méně škodlivých chemikálií než klasické cigarety. Toto číslo představuje průměrné snížení hladiny devíti škodlivých chemických látek, které Světová zdravotnická organizace doporučuje snížit v cigaretovém kouři. Důkazem toho je i autorizace výrobků ZYN jako jediné povolené značky nikotinových sáčků v USA.

Užívání nikotinových sáčků je snadné – vkládají se pod horní ret, kde uvolňují nikotin přes sliznici úst. Tento způsob je nenápadný, neobtěžuje okolí kouřem ani zápachem a poskytuje až třicetiminutový nikotinový zážitek. Sáčky ZYN jsou dodávány v různých provedeních lišících se velikostí, silou nikotinu a příchutí. Na českém trhu jsou k dispozici ve variantách MINI a CLASSIC. Varianta MINI nabízí úroveň nikotinu Low, Medium a Strong v rozmezí 1,5 až 6 mg ve dvou mentolových a jedné ovocné příchuti. Varianta CLASSIC je pak s úrovní nikotinu Strong a X-Strong v rozmezí 9 až 11 mg nejsilnější z nabídky a je taktéž k dostání ve dvou mentolových a dvou ovocných příchutích. Varianty MINI 1,5 a 3 mg nabízí Philip Morris jako jediný na českém trhu a jsou nejvhodnější jako úvodní produkt pro kuřáky, kteří chtějí přejít

na tento způsob užívání nikotinu. Naopak silnější varianty jsou určeny spíše zkušenějším uživatelům. Doporučená prodejní cena varianty MINI je 140 Kč a varianty CLASSIC pak 150 Kč. Zájemci o prodej sáčků ZYN se mohou obrátit na svého obchodního zástupce Philip Morris ČR.

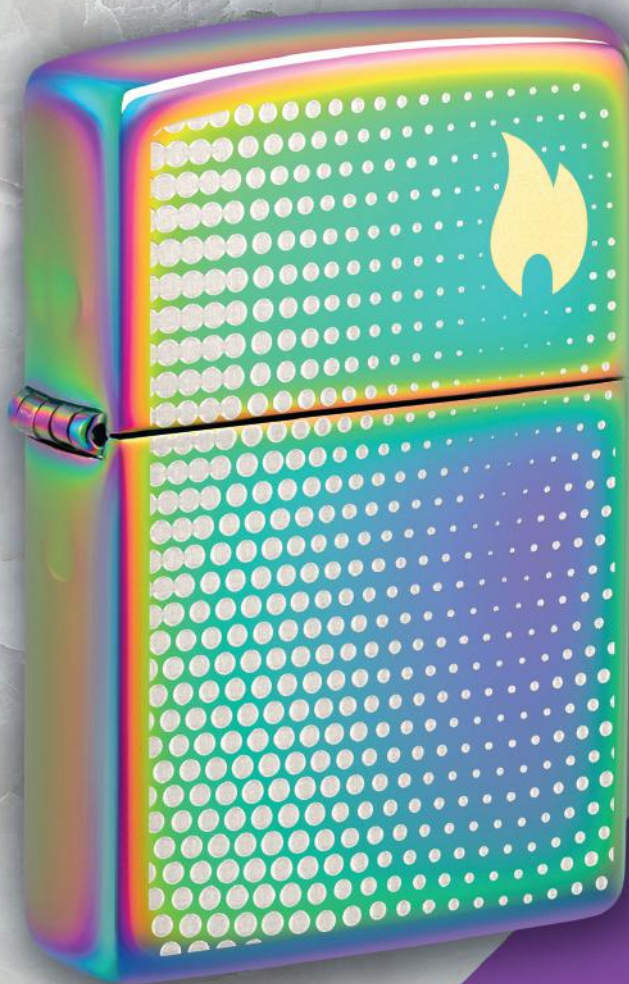
Ani tyto výrobky nejsou zcela bez rizika, protože obsahují nikotin, který je sice přírodní sloučeninou obsaženou kromě tabáku i v dalších rostlinách, ale je návykový. Z toho důvodu jsou sáčky ZYN určeny výhradně stávajícím dospělým uživatelům nikotinu. „Plně podporujeme všechny snahy vedoucí k tomu, aby nikotinové výrobky nekončily v rukou nezletilých. Ti by nikotin neměli užívat v jakékoli formě a ZYN není výjimkou,“ zdůrazňuje ředitel vnějších vztahů Philip Morris ČR Petr Šebek.



Nikotinové sáčky ZYN bude Philip Morris vyrábět ve svém závodě v Kutné Hoře. Zde vedle stávající výroby tabákových produktů vznikne nový provoz pro nikotinové sáčky, který vytvoří až sto pracovních míst. Kutnohorský závod jimi bude postupně zásobovat celou Evropu.



DPZZP250001
895,04 Kč bez DPH
1 083,- Kč s DPH
při odběru 1 ks



DPZZP240004
698,35 Kč bez DPH
845,- Kč s DPH
při odběru 1 ks



 **ATC**® **distribution s.r.o.**

výhradní zástupce Zippo v ČR a SR
tel.: +420 581 202 031
www.atcdistribution.cz
zippo.cz · zippo.com

 **ZIPPO**®