

Sodexo

# kontakt

pro lepší den

**Nový koncept**  
pro business centra

**Outsourcing**  
služeb  
v oblasti FM

**Moderní trendy** ve školním stravování

## OBSAH

2 Editorial

3 My a Sodexo Alliance

4-5 Spolu u jednoho stolu  
Rozhovor s André Rodionoffem

6-7 Aktuální téma  
Nový trend ve stravování  
Komunikace

8-11 Letem Sodexo světem  
Vzpomínky na léto  
Setkání křesťanské mládeže  
Raut v ČSOB  
Namaluj si oběd  
Raut v Bosch Diesel  
Den otevřených dveří ve  
Schneider Electric

12 Produkty a služby  
Outsourcing služeb  
v Komerční bance v oblasti FM

13 Naši partneři  
Základní školy Ostrava  
JTEKT Automotive  
Asseco

14-15 Na slovíčko  
Školní stravování

**SODEXHO KONTAKT**  
firemní časopis Sodexo ČR

**ELEKTRONICKÁ VERZE:**  
www.sodexo.cz

Sodexo  
společné stravování a služby s. r. o.  
Zelený pruh 95, 140 00 Praha 4  
Tel.: +420 227 027 474  
Fax: +420 227 027 423  
e-mail: sodexo@sodexo-cat.cz  
www.sodexo.cz

**NEPRODEJNÉ!**

Design, pre-press:  
Dagmar Adamová

# EDITORIAL



## *Vážení klienti, milí čtenáři,*

letos už potřetí vás vítám na stránkách Kontaktu. Létu se rozloučilo a odneslo s sebou prázdninovou atmosféru, kterou vystřídal každodenní pracovní nasazení, nové úkoly a nové cíle. Pro společnost Sodexo je návrat z prázdnin a vstup do prvního podzimního měsíce tradičně spojen se zahájením nového finančního roku.

A aby toho nového nebylo málo, znamenalo letošní 1. září pro Sodexo také vstup do nového školního roku. Po intenzivní prázdninové přípravě zahájila naše společnost provoz v několika základních a mateřských školách v Ostravě. Díky inovaci v řízení objednávek mohou zdejší žáci popř. jejich

rodiče prostřednictvím internetu zadávat simultánně své požadavky, které jsou zpracovány v centrální kuchyni. Rozrostla se tak rodina nejmenších zákazníků, kteří v celosvětovém měřítku představují v Sodexo v porovnání s konkurencí skupinu nejpočetnější. Dětský zákazník je v každém případě velmi vítaný a má-li někde opravdu dojít posláním Sodexo „Zlepšujeme kvalitu každodenního života“ naplnění, pak u nejmladší generace to platí dvojnásob.

Mezi nové klienty Sodexo rovněž vítám společnost Asseco Czech Republic, a. s., jejíž restaurant byl otevřen v Praze.

Ve výčtu toho nového, co nás čeká, nesmějí chybět projekty z oblasti provozního marketingu. Počínaje novým designem, který postupně mění tvář a nabídku našich provozů, a konče novými uniformami zaměstnanců a manažerů, jež svou barevností přináší lehkost a svěžest, která ke stravovací službě patří. Tyto změny jsou výsledkem naší soustavné snahy vycházet vstříc přáním a očekáváním zákazníků, kteří svým dílem přispívají k rozvoji naší profese. Stravování v tom nejlepším slova smyslu je věc veřejná, a proto je pro nás tak důležitý dialog, nápady a inspirace. V tomto duchu se ostatně nesou tréninková setkání s provozními zaměstnanci, jejichž nový cyklus nazvaný „Zákazník v Sodexo jako doma“ jsme právě zahájili.

Výjimečnost měsíce září v životě společnosti Sodexo je rovněž dána konáním výroční konference, kde se pravidelně setkávají všichni manažeři Sodexo. Letos se konala v Praze a jejím motivem bylo patnáctileté výročí působení Sodexo na českém trhu.

*S přáním hezkých podzimních dnů se s vámi těším na shledanou osobně nebo znovu prostřednictvím Kontaktu.*

**Daria Lamžová**  
Generální ředitelka

# SODEXHO POLSKO DVAKRÁT ZABODOVALO!

Společnost Sodexho Polsko se stala podle obchodní společenské ročenky Kniha seznamů 2007 („Book of Lists 2007“) jedničkou v oblasti facilities managementu a cateringu. Poprvé od začátku své činnosti se tak naše společnost v Polsku umístila na prvním místě hned ve dvou kategoriích: Property & Facilities Management a Catering.



## Služby pro ty nejprestižnější

Společnost Sodexho zahájila svou činnost v roce 1993 provozem zaměstnaneckých restaurací. O tři roky později navázala na rostoucí tendence trhu k outsourcingu a investicím do sektoru nemovitostí a svou obchodní činnost rozšířila na oblasti podpůrných služeb pro nemovitosti a podniky zaměřené na infrastrukturu nemovitostí a obchodní efektivitu. Jednou z hlavních necateringových služeb se stala technická údržba. Dnes provozují týmy inženýrů a techniků společnosti Sodexho ty nejprestižnější nemovitosti ve Varšavě, jakými jsou např. Złote Tarasy, Metropolitan, Orco Tower, Telekomunikacja Polsko Tower a sídlo nejvyššího soudu.

## Kniha seznamů

Kniha seznamů vychází jednou za rok a obsahuje hodnocení největších polských společností. Sestavuje ji tým Warsaw Business Journal ve spolupráci s týmem PriceWaterHouseCoopers. V ročence Kniha seznamů 2007 („Book of Lists 2007“) je hodnotícím kritériem pro kategorii „Catering“ obrát, u „Facilities Managementu“ se zase hodnotilo podle velikosti obsluhované plochy.

Společnost Sodexho Polsko je lídrem trhu v oblasti stravovacích služeb. V loňském roce navíc rozšířila svou obchodní činnost i na oblast necateringových služeb; v současnosti tak poskytuje své služby 80 prestižním budovám o celkové ploše 2 000 000 m<sup>2</sup>.

## Mistr šéfkuchař

# Jerzy Pasikowski

ze společnosti Sodexho ve slavném pořadu polské televize „Kávu nebo čaj?“



## Sodexho Polsko vyhrálo cenu Business Gazelle Prize 2006

Hospodářské noviny „Puls Biznesu“ a obchodní informační agentura Coface Intercredit oznámily, že společnost Sodexho Polsko byla počtvrté nominována na cenu Business Gazelle Prize. Cena se uděluje skupině společností, jež se dynamicky rozvíjejí, mají dobré finanční výsledky a jsou spolehlivými obchodními partnery.



Každé úterní ráno od dubna do června 2007 předváděl Jerzy Pasikowski - projektový manažer pro catering společnosti Sodexho Polsko - své kulinářské nápady a dovednosti v jednom z nejpůvodnějších polských televizních pořadů s názvem „Kávu nebo čaj?“.

V každém pořadu mu asistoval jeden ze šéfkuchařů společnosti Sodexho. Jerzy Pasikowski je známý polský kulinářský odborník. Než nastoupil do společnosti Sodexho, pracoval pro prestižní hotely Mercure - Fryderyk Chopin, Polonia Palace Hotel, předsedal porotám a byl organizátorem nejdůležitějších polských kulinářských soutěží a událostí.

# Chceme být firmou **nejlepších odborníků**



Sodexo Česká republika je od roku 2006 součástí regionu severní, střední a východní Evropy. K rozhovoru jsme pozvali pana André Rodionoffa zodpovědného za řízení tohoto regionu, který dokáže nejlépe posoudit specifika českého trhu a zhodnotit vývoj, jímž naše společnost za 15 let v České republice prošla.

**Pane Rodionoffe, mohl byste v úvodu našim čtenářům představit svoji profesní zkušenost ve společnosti Sodexo? Za které země regionu severní, střední a východní Evropy zodpovídáte?**

V roce 1991 jsem začal pracovat jako Chief Financial Officer (CFO) pro všechny služby Sodexo International, tedy stravování, poukázky a vzdálené lokality. Poté jsem se stal CFO pro Sodexo Francie a k tomu přibral některé provozní povinnosti; následně jsem se přemístil do Švédska jako CFO pro Sodexo Scandinavia a rok co rok jsem postupně přebíral odpovědnost za další země. V současné době mám tedy v portfoliu svého regionu dvanáct zemí: Dánsko, Norsko, Švédsko, Finsko, Německo, Rakousko, Švýcarsko, Maďarsko, Českou republiku, Slovensko, Polsko a Rusko.

**Protože zodpovídáte za tolik zemí, je pro vás nesporně velmi důležitá opora jednotlivých managementů. Jak hodnotíte management České republiky a výsledky jeho práce?**

Udržet si klienty je součástí kultury společnosti Sodexo, je to její filozofie. Ztráta klienta je vždy neúspěch, ať už je důvod jakýkoli. Pracujeme v branži, kde většina našich klientů nechce měnit poskytovatele služeb, dokud služby mají tu správnou úroveň.

Zavedli jsme nástroj *S klienty napořád*, který nám umožňuje zaměřit se detailně na každého našeho klienta. Pokud uplatníme všechny zásady tohoto nástroje a budeme je dodržovat, měli bychom být schopni naše klienty jednak uspokojit, jednak si je i udržet. Jsem potěšen pokrokem, kterého jsme v České republice dosáhli. Nic není dokonalé, vždy se najde něco, co je potřeba zlepšit, a já věřím manažerskému týmu a vedení Darii Lamžové.

**Vaším úkolem je nepochybně také mapovat trh jednotlivých zemí, které řídíte. Jak vnímáte pozici Sodexo na českém trhu ve srovnání s mezinárodní či lokální konkurencí?**

Celkem vzato Sodexo v České republice poskytuje dobré profesionální služby. Samozřejmě musíme pokračovat ve vylepšování našeho profesionalizmu atraktivními a pokrokovými nabídkami a koncepty. Mám rád konkurenci; nutí nás být nejlepší. Úroveň naší konkurence-

schopnosti je přímo úměrná motivaci našich zaměstnanců. Vím, že v České republice jsou zaměstnanci vysoce motivováni a že uděláme vše nezbytné, abychom tento stupeň motivace udrželi. Proto věřím, že jsme a že zůstaneme silnou konkurencí.

**Co považujete za konkurenční výhodu Sodexo?**

Máme mnoho výhod, které zvyšují naši konkurenceschopnost. Jednou z nich je stabilita našich akcionářů (rodinná společnost) a síla našeho finančního modelu. Právě ta umožňuje společnosti Sodexo být společností orientovanou dlouhodobě, nikoli pouze krátkodobě jako mnoho jiných současných firem. Proto se můžeme soustředit na spokojenost našich klientů a na vyhlídky našich zaměstnanců do budoucna.

**Prozradíte našim čtenářům, jaké jsou další strategické kroky Sodexo Alliance?**

Strategie společnosti Sodexo není žádným tajemstvím. Jednou z našich hodnot je transparentnost firemní strategie: Chceme být našimi klienty považováni za nejlepší odborníky na outsourcing poskytování služeb pro kvalitní život, proto chceme posílit celosvětové vedení společnosti Sodexo v oblasti stravovacích služeb a také urychlit náš vývoj ve službách Facility Managementu. Naší ambicí je přilákat, přijmout a udržet si nejlepší odborníky v oblasti stravování a Facility Managementu.

**V letošním roce oslavilo Sodexo 15 let svého působení v České republice. Co byste popřál naší společnosti do budoucna?**

Chtěl bych poblahopřát a poděkovat zaměstnancům a jejich managementu za těchto posledních 15 let a přál bych si, aby se během dalších 15 let Sodexo Česká Republika stalo leadrem v outsourcingu, který bude ještě silnější a atraktivnější, s dlouhodobě udržitelným a ziskovým růstem, nabízející svým zaměstnancům možnost dobrého a úspěšného života.

*Děkuji za rozhovor.  
(KV)*

**Mr. Rodionoff, first of all could you introduce our readers your professional experience in Sodexho and what regions of Northern, Central & Eastern Europe you are accountable for?**

I started in 1991 as Chief Financial Officer (CFO) for Sodexho International for all of the Services: Food, Vouchers and Remote Sites. Then I became CFO for Sodexho France and additionally, I took some operational responsibilities.

I then moved as CFO for Sodexho Scandinavia in Sweden and, year-after-year, I gradually took the responsibility for additional countries.

Today my zone represents 12 countries: Denmark, Norway, Sweden, Finland, Germany, Austria, Switzerland, Hungary, Czech Republic, Slovakia, Poland and Russia.

**Since you are accountable for several countries, the support of particular managements must be very important to you. How do you rate the management of the Czech Republic the results of their work?**

Client Retention is a part of the Sodexho culture. It is a Sodexho philosophy. To lose a client is always a failure whatever the reason is. We are in a business where most of our clients do not want to change their service providers as long as we offer them the right level of services.

We have introduced a special focus on our clients with the tool "Clients for Life". If we apply and respect the principles of this policy, we should be able to satisfy and keep all of our clients.

I am pleased with the progress which has been made in the Czech Republic. Nothing is perfect, there is always room for improvement and I am confident in the management team and Daria Lamzova's leadership.

**One of your tasks is probably also evaluate the market of particular countries that you are accountable for. How do you perceive the position of Sodexho in the Czech marketplace as compared with an international or local competition?**

Sodexho in the Czech Republic provide, in general, good professional services. We need of course to continue to improve our professionalism with attractive and innovative offers and concepts. I like the competition; it forces us to be the best. Our level of competitiveness is directly in relation to our employee's motivation.

I know that our employees in the Czech Republic are highly motivated and that we will do what is necessary to keep this level of motivation.

So, I believe that we are and we will stay a strong competitor.

**What do you consider to be a competitive advantage of Sodexho?**

We have many competitive advantages, but one of them is the stability of our shareholders (family-controlled company) and our financial model's strength which allows Sodexho to be a long-term oriented company, and not just short-term, as too many companies are today.

So, we can focus on our clients' satisfaction and our employees' expectations to prepare the future.

**Would you reveal to our readers what are the next strategic moves of Sodexho Alliance?**

There is no secret about Sodexho's Strategy. One of our values is the transparency of our Strategy. We want to be considered by our clients and prospects as the best out-sourcing expert by providing Quality of Life Services.

So, we want to reinforce Sodexho's global leadership in food services and we want to accelerate our development in Facilities Management Services.

Our ambition is to attract, recruit and retain the best experts in Food and Facilities Management.

**This year, Sodexho has celebrated the 15th anniversary of its activity in the Czech Republic. What would you wish to our company into the future?**

I would just like to congratulate the employees and their management for these past 15 years, and I wish that in the next 15 years, Sodexho Czech Republic will become the leading out-sourcing expert, ever stronger and more attractive, with a sustainable and profitable growth and offering to its employees the opportunities to have a great and successful life.

*Thank you for the interview.  
(KV)*

Sodexho Czech Republic has been part of the Northern, Central & Eastern Europe region since 2006. We have invited Mr. André Rodionoff, the Managing Director of this region, for an interview.



# NOVÝ TREND ve stravování



**Jedním z nejdůležitějších předpokladů pro správné navázání partnerských vztahů s klienty a zákazníky je komunikace a flexibilní reakce na jejich požadavky a přání. Důkazem toho je zcela nový stravovací koncept ve firemní restauraci pražského BB Centra v budově B, kde sídlí společnost GE Money Bank.**

K jednání o úpravě konceptu jsme přistoupili na základě požadavků ze strany klienta, které se týkaly změny logistiky, nabídky, ale i cenové politiky. Proto jsme začali hledat optimální logistické řešení, abychom zabránili dlouhým řadám při čekání na jídlo a rovněž sloučili některá výdejní místa, která zbytečně zabírala prostor. Zároveň jsme v rámci konceptu přinesli několik inovací.

## Změny pro zdravější život

*Explorer* jídla mezinárodních kuchyní připravovaná přímo před zákazníkem na indukčním zařízení, velmi oblíbená jsou bezesporu asijská jídla. S požadavkem na lehkou zdravou stravu jsme výrazně rozšířili *salátový bar*, kde si z nabídky několika druhů čerstvé zeleniny může zákazník připravit svůj vlastní salát, který si i vlastnoručně dochuťí různými ingrediencemi, jako jsou dressinky, oleje, různá semínka, sýry, krutony apod.

Další velkou inovací je *Food Market* - samoobslužný stánek, který nabízí celodenní teplé stra-

vování od snídaní, přes obědy až po odpolední občerstvení. Na rozdíl od původního samoobslužného stánku *Let's make your lunch* najde zákazník ve *Food Marketu* již hotové, lehce stravitelné jídlo typu lasagne, zapečené brambory s rybou, francouzské brambory apod.

Změnu jsme provedli i v sortimentu doplňkového prodeje, který jsme nejen sjednotili do jednoho místa *Grab and Run*, ale zároveň jsme i omezili počet prodávaných cukrovinek. Docílili jsme tak toho, že nejprodávanější a nejoblíbenější cukrovinky jsou k dispozici neustále.

## Trendy firemního stravování

Pro celý koncept byl vyvinut i nový design, laděný do modra. Modrá je nejen korporátní barvou *Sodexo*, ale rovněž *GE Money Bank*. Nová firemní restaurace v *BB Centru* je další ukázkovou restaurací *Sodexo*, odrážející současné trendy firemního stravování.

**Markéta Schindlerová,  
marketingová manažerka**

# Komunikace s těmi nejmenšími je pro nás důležitá

O tom, že komunikace s našimi klienty a zákazníky je pro nás důležitá, svědčí i komunikační kanály a prostředky, které jsme za dobu naší existence vytvořili a úspěšně etablojeme. Vedle internetové komunikace, osobní komunikace během setkání s klienty v rámci projektu *S klienty napořád*, průzkumů spokojenosti, externích a interních časopisů komunikujeme s našimi klienty a zákazníky i prostřednictvím marketingových akcí.

Marketingové akce se staly nedílnou součástí služeb, které poskytujeme. Cílem těchto akcí je vnášet do firemních restaurací prvky něčeho nového, netradičního a zábavného, tedy zpříjemnit našim zákazníkům jejich každodenní život. Zveme naše zákazníky z pohodlí restaurace např. na cestu kolem světa, do českých luhů a hájů a nebo na soukromou narozeninovou párty přímo v prostorách restaurace. Zákazníci si již zvykají na to, že pro ně čtyřikrát do roka chystáme velkou celoplošnou marketingovou akci a dalších šest akcí menších, které jsou šité na míru konkrétních zákazníků, a ke konci finančního roku se již vyptávají, co pro ně připravujeme v roce dalším.

Vzhledem k tomu, že se řada našich klientů rozšířila o několik dalších základních škol, tentokrát v Ostravě, rozhodli jsme se, že zpestříme nějakou nadstandardní službou dobu oběda i našim dětským zákazníkům. Již v druhé polovině školního roku 2006-2007 jsme se pokusili doplnit individuální marketingové akce pro školy a připravili jsme pro všechny děti celoplošnou akci „Namaluj si oběd“. Akce byla pozitivně ohodnocena jak dětmi, tak učitelským sborem a tudíž jsme se rozhodli, že nezůstane jen u ní. Byl vytvořen celoroční plán marketingových akcí zohledňující dětské potřeby, zájmy a vnímání. Naší snahou bylo vybudovat pevnou vazbu mezi dětskými strážníky a naším personálem a zároveň tak přispět ke zlepšení komunikace. Rovněž jsme se pokusili o dosažení lehce výchovného charakteru akcí při zachování jejich zábavného konceptu. Marketingové akce budou probíhat na stejném principu, jako akce pro dospělé klientelu - část bude organizována celoplošně, část individuálně dle charakteru jednotlivých škol. O jaké konkrétní akce jde? Děti mají rády překvapení, tak se nechme i my překvapit!

První akce proběhla, jak jinak, než při příležitosti prvního školního dne. První zářijový týden jsme přivítali kolem 400 nových malých strážníků ve školních jídelnách, kde provozujeme naše služby. Našimi zákazníky se stali prvňáčci z několika pražských a ostravských základních škol a také z Dobrušky.

Pro čerstvé školáky byl připraven uvítací dopis, který dával novým prvňáčkům a prvňáčkám pár rad, jak být stále fit a zdravý a tudíž zameškat ve škole co nejméně hodin. Nenásilnou formou

jste se takto pokusili přispět ke tvorbě správných stravovacích návyků dětí, jimiž jsou pravidelná strava, dodržování pitného režimu a správná péče o zuby. Také od nás děti dostaly barevný rozvrh hodin, který zdobily veselé „zeleninky“. Právě „veselé zeleninky“ se staly motivem pro nové infoznačení vytvořené speciálně pro školy.

Naší snahou je, aby se děti u nás cítily tak příjemně jako doma. Nové infoznačení má oslovit právě dětského strážníka. Barevné pruhy nahradily veselé zeleninky a další vtipné motivy, jako je např. pan Kýta či pan Špagetka. Prvořadým cílem bylo prostory školní jídelny oživit, vytvořit pomyslný pohádkový svět a zároveň dětem usnadnit komunikaci a orientaci. I ty nejmenší děti nyní budou vědět, že cedule s brokolicí označuje zeleninové jídlo, cedule s panem Špagetkou jídlo těstovinové a pan Kýta označuje jídlo masité.

Dalším krokem, který bychom v budoucnosti rádi učinili v segmentu školství, bude „převlečení“ personálu do nových uniforem v živých barvách.

Ke zlepšení komunikace mezi školou, dětmi, rodiči a naší společností bezesporu přispěje i novinka, která byla představena na začátku nového školního roku v Ostravě. Pro ostravské základní a mateřské školy, kde jsme provozovatelem školního stravování, byly vytvořeny speciální, interaktivní [www stránky](#).

Nejmarkantnějším přínosem je propojení objednávkového terminálu s internetem, které umožní objednávat a zaplatit obědy z pohodlí domova. Rodiče již nemusí dávat peníze do rukou svým potomkům, ale mohou provést platbu přímo ze svého účtu a obědy předplatit. Zároveň získají kontrolu nad stravovacími návyky svých dětí.

Přínosem v oblasti komunikace je možnost přímé emailové komunikace jak dět tak rodičů s manažerem jídelny. Emailovou adresu můžou využít pro zaslání názorů, námětů a připomínek.

WWW stránky rovněž slouží pro informování o různých novinkách, změnách a akcích. Pro děti je připraveno ke stažení pár zajímavostí, jako je rozvrh hodin či recepty na jednoduchá jídla, která si mohou připravit bez pomoci rodičů.

Věříme, že tyto novinky se setkají s pozitivními ohlasy a přispějí ke zkvalitnění našich služeb.

Školákům přejeme hodně radosti ve škole a ať jim u nás vždy chutná!

**Jana Pechová,**  
marketingový specialista junior





*Dobrý den,  
přes léto párrát šel na dovolenou, kterou jsem  
strávil v hotelu Zlatá Píseň hotel Bonza.  
Všichni byli šťastní a hotelu spíše naše občasná  
na které budeme rádi vzpomínat. Uspořádání bylo  
střízlivé a nádherným výhledem na moře. Počasí nám  
hodně přišlo, takže jsme si dovolili užít. Moře bylo  
hodně čisté, ale za to teplo a nádherné  
ve společnosti lidí se moře (užije, žije...)  
Přátel, kde jsme trávili každý den bylo 20 u hotelu,  
někdy přišel.*

*S pozdravem  
Markéta Hrnčářková s manželem*



# Vzpomínky na léto

Na zákazníky čekala trochu netradiční marketingová akce, která se svou mechanikou lišila od těch předcházejících tím, že tentokrát soutěž probíhala přes internet! Hrál se o piknikové koše, které evokovaly letní posezení v trávě s něčím chutným k zakousnutí. Více se o této marketingové akci dočtete v dalším čísle Kontaktů.

Vzpomínky na léto - tak zní název celoplošné marketingové akce, která proběhla v měsíci září. Příjemné vzpomínky na léto měli určitě i výherci akce *Kam letos na dovolenou*, jež se konala koncem června. Každý, kdo si v soutěžním týdnu koupil jedno teplé menu a jakýkoli nápoj značky Coca-Cola a odpověděl správně na soutěžní otázku „Kolikáté výročí slaví letos naše společnost?“, byl zařazen do slosování o atraktivní ceny. Za přítomnosti notáře byli vylosováni tři šťastlivci, na něž čekala záviděníhodná výhra. Pan **Petr Svička** z Hradce Králové mohl díky své účasti v soutěži strávit dovolenou na Kanárských ostrovech, pan **Jaroslav Šíma** z Českých Budějovic se podíval na Mallorcu a paní **Markéta Hrnčářková** dostala možnost prozkoumat krásy Bulharska.

Jsme potěšeni, že jsme mohli tímto způsobem zpříjemnit našim zákazníkům i čas strávený mimo jejich firemní restauraci a potvrdit tak, že našim posláním je zlepšovat kvalitu každodenního života lidí kolem nás.

**Jana Pechová,**  
marketingový specialista junior



Petr Svička



Jaroslav Šíma



Markéta Hrnčářková

## KŘESŤANSKÉ MLÁDEŽE v TÁBOŘE 2007

O letošních prázdninách jsme již po několikáté zajišťovali v Táboře stravování při setkání mladých věřících, jehož smyslem je upevnění vztahu mladých lidí s Bohem. Program setkání je zaměřen na rozvoj osobnosti a na různé vzdělávací aktivity. Naše společnost zajišťovala denně teplé obědy a večere pro cca 5 000 účastníků setkání; v průběhu akce se uvařilo a vydalo několik desítek tisíc porcí chlazené stravy, na její přípravě se podílely týmy Sodexho ze severní Moravy a jižních Čech. Děkujeme všem našim zaměstnancům, kteří se tohoto projektu zúčastnili.

*Vlastimil Brož, distrikt manažer*





# Raut v ČSOB



V jedné z našich letos otevřených provozoven, v NHQ ČSOB Radlická, byla 26. června uspořádána uvítací párty s názvem *Vítáme léto*. Přivítáno bylo nejen toto roční období, ale zejména kompletní osazenstvo v březnu dostavěné budovy!

Moderní, architektonicky nadčasová stavba si žádala velkolepou oslavu. Rautu pro více než 2 200 osob se zúčastnilo i představenstvo banky, v čele s dozorčí radou KBC, což představovalo pro tým Sodexho velkou výzvu.

Raut byl koncipován v duchu latinskoamerické „fiesty“, zazněly kubánské rytmy v podání pravé kubánské kapely, ke zhlédnutí byla i přehlídka latinskoamerických tanců a světelnými efekty podpořená barmanská show. Personál Sodexho byl speciálně pro tento večer oblečen do květovaných košil v živých moderních barvách symbolizujících léto.

## Namaluj si oběd - téměř 50 výherců!

Děti usedly znovu do lavic, školní rok již začal. Přesto nám dovolte ohlédnout se o pár týdnů zpět, na samotný konec školního roku. Jak jsme se již zmiňovali v minulém čísle našeho časopisu, téměř na všech školách, kde jsme poskytovatelem služeb školního stravování, proběhla marketingová akce *Namaluj si oběd*.

Vzhledem k velkému tvůrčímu nasazení všech dětí a jejich zájmu o účast v soutěži jsme se rozhodli, že se na stránkách *Kontaktu* k akci na chvíli vrátíme.

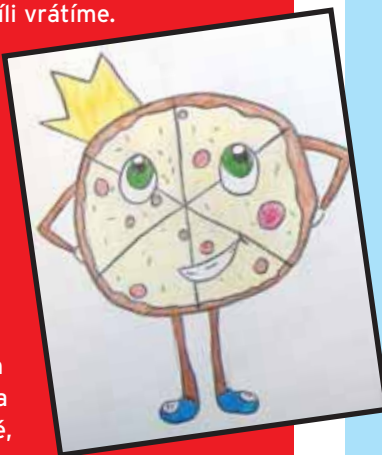
Děti nám poslaly takřka 300 obrázků a pro nás bylo opravdu velmi těžké vybrat ty s co nejvíce NEJ... (nejhezčí, nejtípnější, nejoriginálnější...). Proto se není proč divit, že výherců bylo nakonec téměř padesát!

Není důležité vyhrát, ale zúčastnit se! Proto od nás každý, kdo do soutěže přinesl obrázek, obdržel nějakou maličkost: Někdo si mohl pochutnat na velkém lízátku, někdo na čokoládě a pro ty nejmenší byl připraven Sodexho míček na památku.

Tvůrcům těch NEJ... obrázků byl udělen titul Mistr pastelka a mohli se radovat také z velkého množství cen. K hlavním cenám patřily nejrůznější sladkosti, omalovánky, barvy na textil či na sklo. O tom, že ceny to byly opravdu zasloužené, se můžete přesvědčit s námi.

Jsme rádi, že jsme i my mohli dětem zpříjemnit konec školního roku a věříme, že děti uvítají i v budoucnu podobné akce s radostí.

*Jana Pechová,  
marketingový specialista junior*



A jaké jídlo a pití tým Sodexho pro tuto příležitost připravil? Roastbeef, uzeného lososa s koprovou smetanou, coctail s rozinkami a ořechy, čokoládovou fontánku...

Protože se žádná latinskoamerická párty neobejde bez koktejlů, byli přítomni i profesionální barmani, kteří před očima zákazníků připravovali oblíbené nápoje, jako je mojito, cuba libre a další.

*Martin Kudlík,  
ředitel stravovacích služeb*



# Raut v Bosch Diesel Pávov

Druhou sobotu v září se provoz Bosch závod III Pávov proměnil v místo setkání národních kuchyní. Při příležitosti celorepublikové náborové kampaně společnosti Bosch zde byl pro nové zaměstnance a členy HR týmu uspořádán raut se zaměřením na národní jídla zemí, kde společnost Bosch působí, tj. Česká republika, Čína, USA, Německo, Itálie a Turecko.

K obědu se podávalo šest druhů jídel reprezentujících jednotlivé země: Česká svíčková s houskovým knedlíkem a brusinkami, německé spätzle s bílou klobáskou, italské lasagne, čínské kung pao s rýží, americký steak s hranolky a turecký kebab.



Jako sladká tečka za malou gastronomickou cestou kolem světa bylo připraveno několik dortů v podobě loga společnosti Bosch a spousta dalších lahůdek.

*Emil Chejn,  
regionální ředitel pro Moravu*

## DEN OTEVŘENÝCH DVEŘÍ

## VE SCHNEIDER ELECTRIC



V sobotu 8. září proběhl ve společnosti Schneider Electric, a. s. den otevřených dveří. Tým Sodexho Schneider byl pověřen zajištěním stánku s občerstvením po celý tento den. Vzhledem k tomu, že Schneider Electric, a. s. je francouzská společnost, bylo naší snahou stánek co nejvíce připodobnit francouzskému stylu, a to nejen designově, ale i gastronomicky. Nabízeny byly francouzské bagetky, sýry a paštiky, croissanty, palačinky a další specialitky. K degustaci byla připravena samozřejmě i kvalitní francouzská vína. Akce se setkala s velkým ohlasem a jen v dopoledních hodinách ji navštívilo okolo tisíce lidí. Přítomen byl sám ředitel společnosti Schneider Electric, a. s., pan Didier Le Bour, který se zhostil i průvodcovské role.

*Dagmar Dušková,  
distrikt manažerka*

# Konference

## Zvyšování konkurenceschopnosti

Ve dnech 4.-6. září 2007 proběhla u příležitosti oslav 30 let založení Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské - Technické univerzity Ostrava mezinárodní vědecká konference „Zvyšování konkurenceschopnosti“ aneb „Nové výzvy pro rozvoj regionů, států a mezinárodních trhů“.

Na konferenci se přihlásilo zhruba 700 účastníků z 15 zemí celého světa. Mezi významnými hosty byl také doposud jediný držitel titulu Doctor honoris causa uděleného na návrh Ekonomické fakulty, prezident České republiky prof. Ing. Václav Klaus, CSc., Dr.h.c.



Konference naplnila svůj hlavní cíl, neboť se stala příležitostí osobního setkání zástupců vysokých škol, ekonomické sféry, regionálních i vládních orgánů celé ČR a zahraničí. Účastníci konference si tak mohli předat své zkušenosti, vzájemně vyměnit poznatky z teorie a praxe.

Tým společnosti Sodexho z ArcelorMittal Ostrava a. s. zajišťoval v prostorách Ekonomické fakulty v den zahájení konference slavnostní raut pro všechny účastníky. Velmi nás potěšilo, že právě v tento den byl na konferenci přítomen pan Václav Klaus.

*Pavλίna Gálíková,  
ředitelka stravovacího provozu*



## Výroční konference Sodexho

V roce 2007 jsme oslavili 15 let působení Sodexho v České republice. V tomto duchu se také nesla výroční konference manažerů společnosti Sodexho a Altys. U příležitosti této oslavy probíhala konference v hlavním městě České republiky v Divadle Bez zábradlí. Slavnostní atmosféru jsme zpřijemnilí divadelním představením a oslavou v prostředí kavárny s hudbou a narozeninovým rautem.

Význam těchto firemních setkání nespočívá jen v ohlédnutí se za uplynulým finančním rokem a vytýčení nových cílů pro rok nastávající, ale zejména ve společenském setkání zaměstnanců ze všech koutů republiky. Konference je skvělá příležitost pro osobní seznámení a předání si zkušeností.

Jako každoročně volíme ty nejlepší z nás. Manažerem roku 2007 se stala paní Dana Čápková, Sodexho ZŠ Dobruška, Nováčkem roku 2007 byl jmenován pan Jiří Jaroš, Sodexho Mafra Smíchov, úspěšným Lovcem roku 2007 se stala paní Patricie Solanská ze Sodexho OKD Ostrava a Skokanem roku 2007 je pan Lubomír Porubský ze společnosti Altys, a. s.

V letošním roce se poprvé předávala cena generální ředitelky Záchranář roku 2007, jejímž držitelem se stal Petr Hurtík ze Sodexho ArcelorMittal Ostrava.

*Markéta Schindlerová, marketingová manažerka*

**Záchranář roku 2007**  
Petr Hurtík

**Lovec roku 2007**  
Patricie Solanská

**Skokan roku 2007**  
Lubomír Porubský

**Manažer roku 2007**  
Dana Čápková

**Nováček roku 2007**  
Jiří Jaroš



# O U T S O U R C I N G

## služeb v Komerční bance v oblasti FM

S PROSBOU O ROZHOVOR NA TÉMA OUTSOURCINGU SLUŽEB V KOMERČNÍ BANCE JSME SE OBRÁTILI NA PANA PAVLA KOTVU, KTERÝ JE ZODPOVĚDNÝ ZA ŘÍZENÍ KONTRAKTU KOMERČNÍ BANKY.



### Komerční banka je vaším největším klientem, jaké činnosti pro ni zajišťujete?

Komerční banka (KB) nám jako externímu dodavateli předala několik činností, aniž by došlo k porušení zásad bankovního tajemství. Pro banku zajišťujeme pět základních a vymezených druhů činností, jako třeba komplexní správu budov - např. technickou správu budovy (obsahuje údržbu, kontrolu, revizi a drobné opravy), odpadové hospodářství, energetiku, zajištění oprav a úprav technického zařízení budov, havarijní službu, technickou správu nájemních smluv, službu domovníka jako komplexní řešení mimořádných smluv apod.

### A co významného se v průběhu vaší tříleté spolupráce událo?

Na konci roku 2005 se KB rozhodla v rámci facility managementu (FM) vytvořit konkurenční prostředí a eliminovat tak rizika jednoho provozovatele služeb FM. V současné době zajišťujeme podle nové smlouvy služby v regionech severních, západních a jižních Čech. KB předala veškerou odpovědnost za výše jmenované činnosti poskytovateli FM, což bylo dříve prováděno pouze částečně. Tím byla banka schopna uvolnit další část svých pracovníků a přenést odpovědnost na FM poskytovatele. Praxe i zvýšené nároky KB vedly k vývoji nových služeb, např. služby domovníka či doprovod a jiných.



### Jakým způsobem kontroluje klient kvalitu vaší práce?

Na kontrolu kvality je vypracován sofistikovaný systém reportingu, který obsahuje řadu kritérií, která musí být splněna a jsou smluvně ošetřena.

### Jakým způsobem probíhá komunikace mezi společností Altys a Komerční bankou?

Komunikace mezi pracovníky společností Altys a Komerční banky má pevně stanovená pravidla, která vymezují úroveň jednání. Běžná pracovní komunikace je zajišťována prostřednictvím helpdesku a ostatní komunikace je vedena na osobní úrovni s pracovníky banky.



Děkujeme za rozhovor.  
Markéta Schindlerová, marketingová manažerka

# Sodexho rozvíjí školní stravování

Naše společnost Sodexho přinesla do obvodu Moravská Ostrava Přívoz v Moravskoslezském kraji technologický rozvoj ve školním stravování. Dne 3. září jsme zahájili provoz školní jídelny v ZŠ Generála Píky v Ostravě, která je centrální kuchyní, kde se připravuje jídlo pro celkem sedm základních a dvě mateřské školy.



Tato jídelna je na severu Moravy pilotním projektem pro zkvalitnění školního stravování, který budou následovat i další školní zařízení.

## Nový objednávkový systém

Nejvýznamnější inovací v moderně vybavené jídelně, jejíž provoz plně zajišťuje společnost SODEXHO - školní jídelny, s. r. o., je nejen nový vzhled a vybavení interiéru, ale zejména zavedení nového objednávkového systému, který lze používat jak přes pevný terminál v jídelně, tak přes internet.



Systém značně rozšiřuje možnosti způsobu objednávání jídel žákům i jejich rodičům. Navíc lze v jeho online verzi nalézt informace o jídelníčku, zjistit stav účtu, zobrazit uskutečněné objednávky, nebo získat přehled o čerpání stravy. To vše poskytuje rodičům možnost zpětné kontroly chování svých dětí při stravování ve školním zařízení. Vše navíc zabalené do krásného hávu interaktivních webových stránek, které budou sloužit zejména pro komunikaci mezi Sodexho, žáky a rodiči.

## Zdravý způsob školního stravování



V krátké době budou v systému dostupné také informace o energetických hodnotách pokrmů včetně obsahu tuků, cukrů a bílkovin, a také jejich srovnání s doporučenými hodnotami. Služby moderní jídelny budou moci využívat nejen žáci a zaměstnanci škol, ale také externí strávníci.

Společnost SODEXHO - školní jídelny, s. r. o., která pro zájemce zajišťuje provoz školních stravovacích zařízení a přebírá na sebe zodpovědnost a starosti škol s takovýmto provozem, zohledňuje trend a poptávku společnosti po zdravém a vyváženém způsobu stravování. Tomu přizpůsobuje i nabídku pokrmů v jídelnách.

*Patricie Solanská,  
ředitelka stravovacího provozu*

# Asseco Czech Republic, a. s.



Řady našich klientů rozšířila v září tohoto roku společnost Asseco Czech Republic, a. s., která patří mezi nejvýznamnější poskytovatele komplexních služeb v oblasti informačních a komunikačních technologií v České republice. Slavnostního zahájení provozu se zúčastnili zástupci top managementu obou společností, jež symbolickým přípitkem odstartovali vzájemnou spolupráci. Ve společnosti Asseco Czech Republic, a. s. náš personál nabízí každý den k výběru tři teplá menu, zeleninový talíř a minutku. Vedle poskytování stravovacích služeb v době oběda jsme se stali rovněž provozovatelem baru přidruženého k jídelně. Zde se zákazníkům až do odpoledních hodin nabízí doplňkový prodej v podobě teplých a studených nápojů, baget a sendvičů, tabákových výrobků, sladkostí a dalších.

*Vlastimil Brož,  
distrikt manažer*

## JTEKT rozšířil naše služby na Borech

Od 1. června poskytujeme naše služby také ve společnosti JTEKT Automotive Czech Plzeň s. r. o., čímž jsme rozšířili naše zastoupení v průmyslové zóně na Borských polích v Plzni. Společnost JTEKT Automotive Czech Plzeň s. r. o. se zabývá výrobou řídicích systémů pro osobní automobily a vznikla v únoru loňského roku jako nástupnický subjekt společnosti Koyo Steering Systems Czech s. r. o.

Celodenní stravování zde probíhá v režimu objednávkového systému šest dní v týdnu, provoz kantýny je zajištěn denně.

Speciálním požadavkem klienta bylo zahrnout do nabídky i japonskou kuchyni, v nabídce šesti menu je tedy vždy jedno jídlo japonské. A právě tato netradiční japonská kuchyně se zde těší během prvních týdnů poskytování služeb velké oblibě. Pozitivní ohlasy lidí jsou pro nás velkou motivací k neustálému zlepšování našich dovedností na poli mezinárodní kuchyně.



*Radek Vápeník,  
distrikt manažer*



# Školní stravování

Když se většiny lidí zeptáte, co si představí pod pojmem „školní jídelna“, asi se všem vybaví okénko s paní kuchařkou, papírové lístky, nebo nepopulární jídla, která na nás zbyla právě jako trest za naši zapomnětlivost. Dnes je už ale skutečnost jiná a změny se postupem času dotkly i stravování dětí a mládeže. Jako profesionální poskytovatel služeb se na tento trh zvolna dostáváme i my, protože nabízíme řešení pro všechny - rodiče, děti i školu.



Správné stravování dětí se dostává do aktivního povědomí rodičů čím dál víc, protože si všichni začínáme uvědomovat hodnotu vlastního zdraví. V populaci prudce stoupá podíl obézních dětí a s ním spojený výskyt civilizačních chorob ve stále mladších věkových skupinách. Bohužel na vině jsou i získané návyky z dětství, které se stanou přirozenou součástí našeho životního stylu.

## Škola je pro dítě velká změna

Vstup dětí do školy znamená velké životní změny, které s sebou přinášejí i novou organizaci dne. Pro dobrou koncentraci a podávání výkonu je nezbytné dodávat vhodným způsobem energii a tekutiny, a proto jsou tak důležité svačiny a polední oběd.

A právě zde nastupují známá lákadla baget, sladkostí a slazených nápojů, která se zdravým stravováním mají málo společného. Pro eliminaci těchto návyků je dobré

zajistit komplexní stravování v průběhu celého dne, které zahrnuje i pitný režim. Rodičům tak odpadá pravidelné ranní dilema, co připravit k svačině a přesnídávatce.

## Společná snídane ve třídě



Velmi dobrou myšlenku realizovali kolegové ze Sodexo v USA, kteří ve spojení s vedením škol zavedli společné snídane dětí přímo ve třídách. Přiložme si ruku na srdce: Kolik z nás právě snídani opomíná i přesto, že je všeobecně známé, že právě ta by měla být dobrým startem do nového dne?



## Volba mezi prioritami

Školní jídelničky jsou sestavovány vždy podle zásad spotřebního koše pro jednotlivé věkové kategorie. Musíme se zaměřovat na správný výběr surovin. Všeobecně jsou nepopulární luštěniny, ale právě ty do výživy dětí jako zdroj bílkovin rozhodně patří. Na nás je pak zvolit zdravý kompromis a připravit třeba cizrnové placičky místo palačinek z bílé mouky. Chutnají stejně a mají mnohem vyšší efekt.

Výhodou samozřejmě je, když si děti mohou vybírat. Ale je potřeba, aby výběr byl z vyvážených jídel: V nabídce nesmí chybět ovoce a zelenina, a pokud dá dítě přednost zeleninovému salátu před teplým jídlem, je to stále lepší varianta, než kdyby neobědvalo vůbec.

## Jídlo hrou



Poměrně časté je důsledné odmítání některých druhů jídla. Důvodem je to, že se tato jídla v rodině nevaří, nebo je některý z rodičů nejí. Je proto důležité se zaměřit na hravou prezentaci jídel, ať už jde o názvy a podobně. A proč nevyužít stravování i jako učební pomůcku? Použitím tradiční nebo mezinárodní receptury lze hezky dokreslit třeba tematický týden školy, nebo tak udělat přípravu na školní výlet.

## Stravování vyžaduje kontrolu

Rodiče chtějí být samozřejmě informováni nejen o dění ve škole, ale i v jídelně. To je možné pomocí internetu, kde lze nahlédnout do účtu žáka, aby se rodič přesvědčil, zda dítě na oběd chodí a co vlastně jí. U menších žáků lze takto objednávat jídlo dopředu, u žáků starších tento nástroj může fungovat jako jeden z preventivních kroků kontroly stravování při poruchách příjmu potravy.

Jak vyplývá z lékařských studií, už v dětském věku začínají první experimenty s dietami, a tento problém se rozhodně netýká jen dívek. Změn v chování si často mohou všimnout pracovníci jídelny jako první, neboť tradice společného jídla v rodině se uprostřed týdne plného povinností nějak vytratila.

## Odlište svou školu

Posledním, ale jistě ne bezvýznamným důvodem, proč dbát na společné stravování dětí, je i sociálně výchovný prvek. Jídelna se stává symbolem pospolitosti školy, kde se všichni neformálně schází a tráví volný čas mezi povinnostmi. Nenásilnou formou se tak děti učí i správnému stolování a společenskému chování.

A jídelna může být i místem pro mimoškolní aktivity. Např. v ZŠ Dobruška je jídelna zkušebnou pro školní kapelu. Fantazii se obecně meze nekladou a pokud vládne mezi provozovatelem a školou otevřená komunikace, lze vytvořit kompletní koncept, který bude právě vaši školu odlišovat od ostatních v okolí. A to může být i jeden z důvodů, který přiláká do školy nové žáky.

Šárka Motlíková, ředitelka pro hygienu a kvalitu





Možná když budeš pít víc vody,  
bude ti to lépe myslet.

**Bon Voyage**

**bonaqua®**