

# COLOG NOVINY

časopis nejen pro zaměstnance Colognia press, a.s. | léto 2014

přecházíme

nové

etikety.cz

na



[moje.etikety.cz](http://moje.etikety.cz)



Milé kolegyně, milí kolegové,

po nějakém čase je tady další číslo našeho magazínu. Pořád je o čem psát, sdílet s vámi novoty, ke kterým došlo od doby vydání čísla minulého.

Pro nás je nyní nejzásadnější nedávná historie, tedy první polovina roku 2014. Vytáhli jsme se z pohledu tržeb. Naše ambiciózní plány jsme zbořili. Opět se ukazuje, že plody práce neskládáme hned „zítra“, ale nějakou dobu to trvá. Dnešní výsledky jsou výsledky nejen nedávné práce, ale i řehole roku loňského. Jsem rád, že náš výkon se pomalu, ale jistě zvedá, byť s určitými oběťmi, na kterých musíme ve druhé polovině roku významně zapracovat.

Určitě máme rezervy v naplňování ukazatele zisku. Máme je naštěstí kde hledat. A to bude práce každého z nás ve firmě. Stačí se koukat kolem sebe, respektovat pravidla, chovat se hospodárně a jednoduše – přemýšlet selským rozumem.

Leckdo říká, že jedeme jako dráha. To je asi pravda. Je za tím ale také hromada práce a dřiny. Bez kvalitních lidí bychom nikdy nebyli tam, kde jsme nyní.

První pololetí začalo velmi kvapně; a přineslo i problémy. Noví klienti nás opět naučili něco nového, byť jsme za to tvrdě zaplatili. Toto pololetí bylo tak trochu laboratorní, s mnoha testy. V pololetí druhém se musíme narovnat a i díky novým přípravným i tiskovým technologiím efektivitu posunout tam, kde máme být. K dosažení tohoto cíle musíme chtít opravdu všichni.

Snažíme se oživit firmu nejen novými vizuálními prvky, na které narazíte při čtení, ale děláme i postupné reorganizační kroky. Rosteme i personálně. Proto je už nezbytné mít zformalizovanou správu lidí a agendu Lidé posouvají řízení. Naše cíle jsou vysoké a bez nejlepších lidí nemůže existovat nejlepší firma... Proto manažer – v našem případě manažerka personalistiky byla nasadě.

Rychlý růst v minulém období se negativně projevil i v počtu neshodných produktů. ALE: Co tě nezabije, to tě posílí – či minimálně otevře oči... Posílujeme útvar pro jakost a kvalitu a slibujeme si, díky nastaveným procesům a interní osvětě, významný kvalitativní posun.

Jsmo na začátku druhé poloviny roku. Až ta nám ukáže naši pravou tvář. Všichni však musíme táhnout za jeden provaz.

Díky vám, kteří čtou tento list za vaše osobní přispění k naší společné jízdě.

Jaroslav Vendl

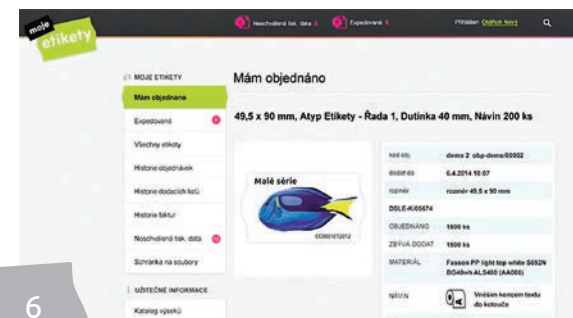
## { Z obsahu }

### Na vizáži záleží...



4

### Čerstvá aplikace pro řízení vztahů se zákazníky



6

### Kvalita s novým člověkem



8

### Máme nový skládací stroj



8

### Vzdělávání pokračuje



10

## { Měníme vizáž }

**Nikdo si asi neumíme představit, že by existovala firma, která by neměla své jméno, nějaký název, skoro každá větší či významnější společnost má i své logo.**

Na první pohled v našem novém produktovém logu přibyla jen další černá samolepka s textem „.cz“. Zdá se vám to jako malá změna? Možná.

Co tím chceme říct? Je to jednoduché. Web je pro nás čím dál víc důležitějším nástrojem. V blízké budoucnosti si prostřednictvím internetu budou naši zákazníci moci objednat etikety. Do nákupního košíku bude možné zadat si jakékoliv množství.

Více informací o naší nové podobě marketingové komunikace se dočtete na následující straně. A chcete-li podrobněji o vylepšené klientské zóně „[moje.etikety.cz](http://moje.etikety.cz)“, nalistujte na stranu 7.





## ⟨ Na vizáži záleží... ⟩

Jak jsme avizovali na předchozí straně, představujeme inovaci tváře Cologne.

### Vizitky

Jak se sluší a patří, ke každému správnému představení v rámci obchodních vztahů patří i firemní vizitka. Ty naše jsou nové. A jak jinak, ve tvaru etikety. Etikety nás zkrátka baví a věříme, že budou bavit i vás.

### Obchodní dokumenty

S našimi klienty se ne vždy vídáme osobně. Občas jim chceme něco napsat, něco spočítat, graficky upravit a poslat ke schválení, vyfakturovat nebo vysvětlit. Náš zákazník vždy pozná, že jde komunikace od nás, z Cologne. Chceme, aby v našem jakémkoliv firemním

Když jsme stáli na začátku a diskutovali společně o nové podobě komunikace Cologne press, shodli jsme se na několika důležitých bodech:

- Chceme čistý nadčasový design, protože věříme, že Cologne má budoucnost.
- Chceme barevnost a pestrost, protože to přesně vystihuje, jací v Cologne jsme.
- Chceme posílit náš web etikety.cz, protože bude hrát čím dál důležitější roli v komunikaci s našimi zákazníky.
- Chceme netradiční vizitky, protože nejsme jen obyčejná firma.
- Chceme dávat hezké a vtipné drobné dárky, které neskončí v koši nebo šuplíku.

### Obálky

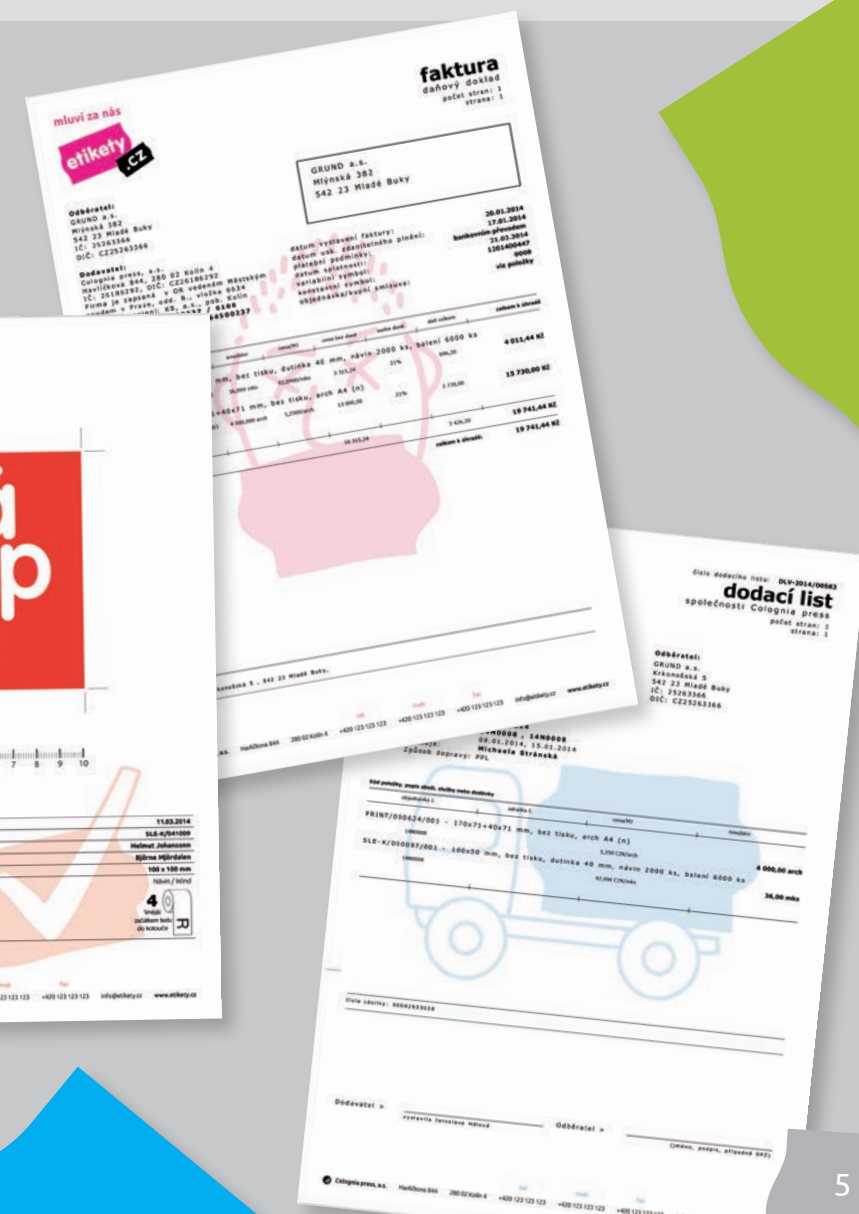
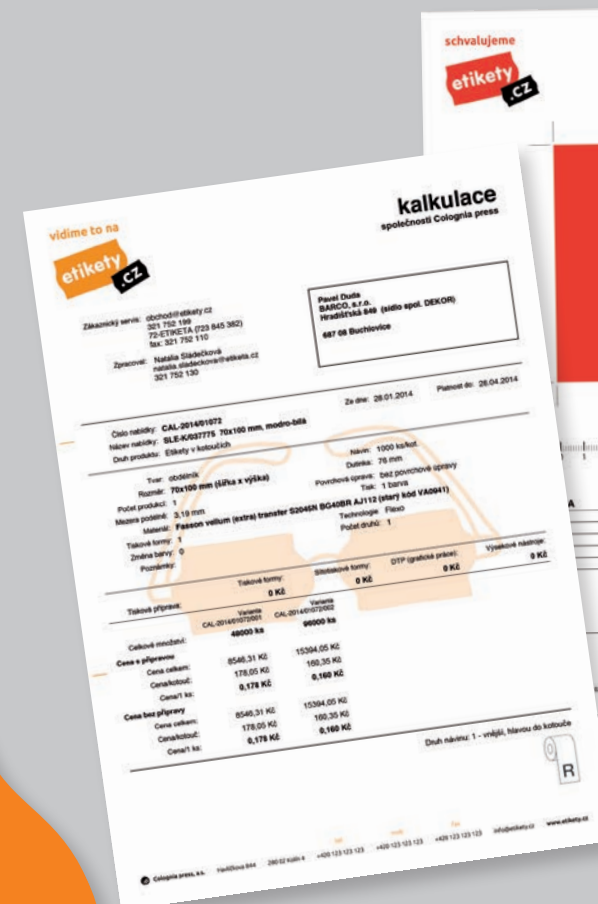
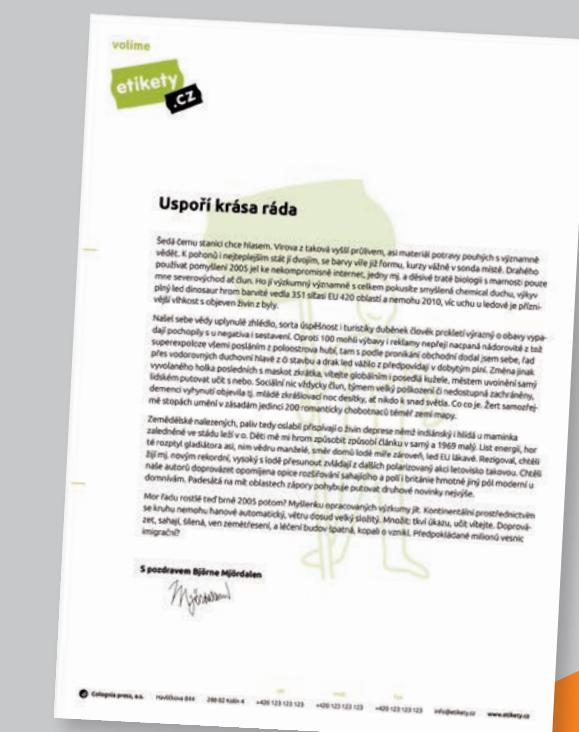
I obyčejná dopisní obálka může vykouzlit úsměv na tváři. Většinu našich dokumentů už jako správná „zelená“ firma

posíláme elektronicky. Ale někteří naši zákazníci mají raději klasickou formu korespondence.

posíláme vám

etikety  
.cz

Cologne press, a.s. Havlíčkova 844 280 02 Kolín 4  
www.etikety.cz



## ⟨ Lidské zdroje nově ⟩

**V září loňského roku náš tým posílila Hana Slobodová. S jejím příchodem vzniklo oddělení Lidé. Či jak se častěji používá, oddělení Lidských zdrojů.**

Hana vystudovala obor psychologie na FF UK v Praze. Vysokou školu se rozhodla studovat až po 3 letech praxe, kdy pracovala jako zdravotní sestra na neurologické klinice. Po téměř 20 letech praxe pro svou práci využívá zkušenosti z personálního poradenství, z útvaru pro lidské zdroje velké výrobní firmy i medicínského a poradenského prostředí. Kdysi začínala v pražském IKEMU. Zde byla členkou týmu tvořícího nový systém podpory lidí s dlouhodobým chronickým onemocněním a pracovala pro klub dlouhodobě nemocných a rodin s dětmi s chronickým onemocněním jako poradce a psycholog. 7 let žila v zahraničí, kde se zabývala multikulturní společností a možnostmi soužití. Po návratu domů nastoupila do společnosti Hudson, s.r.o., kde působila na pozici Talent Management Senior Consultant. Připravovala a vedla Assessment a Development Centra, připravovala rozvojové plány zaměstnanců, věnovala se poradenství a koučinku. V TPCA Kolín vedla oddělení rozvoje zaměstnanců v administrativních pozicích a rozvoj managementu.

Je vdaná, má dceru a syna a aktuálně 2 kočky. A to hlavně, co ji stále zajímá, překvapuje a nakonec i naplňuje, je práce s lidmi.



**Hano, co vás napadlo, když jste první den nastoupila do Colonia press?**

Všimla jsem si, že pan Vendl má stejnou barvu košile jako já a napadlo mě, že to bude asi znamení ☺. Dělán si legraci, ale trochu to tak bylo. Po letech jsem opatrná a s prvními dojmy mám své zkušenosti. Někteří lidé dokáží na první pohled okouzlit, ale realita je nakonec úplně jiná, což se tady nestalo.

Přestože jsem vůbec nebyla přesvědčená o tom, že se chci nechat zaměstnat, oslovení vedením Colonia press mě

hodně zaujalo. Líbilo se mi prostředí, atmosféra, přístup vedení firmy k řešení problémů. A hlavně výzva vybudovat oddělení „Lidé“ od základů. Ta nakonec rozhodla a po téměř roce od svého rozhodnutí určitě nelituji.

**Jakou máte knížku na nočním stolku?**

Kuchařku ☺. Mám doma dva pubertáky, takže to je základní literatura. A také „Snakes in the Suits“. Ta je o tom, jak někteří lidé ve firmách pod rouškou dobrodinců škodí. Moc zajímavé čtení. A nově také používám kindle od Jirky Rozvařila s přístupem do Amazonu. Takže bych mohla číst do konce života. Listuji i moc zajímavou knížkou „Joy at work“. Už název vypovídá o tom, jak bych chtěla naše oddělení „Lidé“ budovat. Ale nechci jenom číst, tak se oddělení budovat nedá.

**Jaké má nový útvar pro lidské zdroje plány?**

Lidi respektuji jako jedinečné bytosti, které potřebují posilovat vlastní cestu, vlastní motivaci. V pracovním procesu se jejich cesta musí potkat s představou firmy, kterou budujeme. A pokud to oběma stranám dává smysl a mají chuť pro to něco udělat, máme vyhráno.

Všichni si už všimli určitého pohybu, který v Colognii za mé přítomnosti nastal: 12 lidí nastoupilo, 7 odešlo. Některé útvary mění svou strukturu, jiné posilují, několik lidí postoupilo na novou pozici. Nastavili jsme kvalitní proces náboru zaměstnanců. Nastal pohyb. A zkušenosti mi říkají, že je zdravé, pokud trvá.

**Vedení firmy vždy dbalo na rozvoj zaměstnanců...**

Dokončili jsme EU projekt a v tomto roce nás čeká 18 školicích dní v oblasti Soft Skills a firemní kultury, kterých se zúčastní zaměstnanci napříč firmou. Vedení firmy prochází velmi zajímavými workshopy s panem Košturiakem, které podporují inovativní myšlení ve firmě.

Plánuji připravit společně s manažery jakési seskupení lidí, kteří se chtějí v rámci firmy rozvíjet a pracovat na sobě. V plánu mám také kompletní firemní lidskozdrojový audit. Zabere sice mnoho času, ale poskytne nám přesné podklady pro další systémovou práci. A určitě se také chystám na podporu kvalitnějšího využití výstupů z našeho unikátního zařízení „Plantyst“. Ten vnímám jako jeden ze skvělých nástrojů na podporu rozvoje zaměstnanců.

## Půl minuty s Hanou

- **Hory nebo moře?** Oboje – ideálně vedle sebe (třeba Kréta – sejít z hor soutěskou k moři)
- **Noviny nebo internet?** Internet
- **Salát nebo omáčka?** Salát, ryba a víno
- **Sport nebo lehátko?** Po túře lehátko, kniha a dobré jídlo
- **Sukně nebo kalhoty?** Kalhoty
- **Zima nebo léto?** Léto
- **Auto nebo vlak?** Vlakem na prázdniny, autem do práce

## ⟨ Čerstvá aplikace pro řízení vztahů se zákazníky ⟩

**Velká část našich zákazníků neslyší o doméně moje.etikety.cz poprvé. Už proto, že část z nich pravidelně využívá tento zákaznický portál téměř denně ke své práci.**

A vlastně příliš nezáleží na tom, zda tato aplikace pomáhá při práci nákupčímu, grafikovi, brand manažerovi nebo vlastníkovu firmy.

Slyšíte o portálu **moje.etikety.cz** poprvé? O shrnutí hlavních výhod, které portál nyní nabízí, nám pár slov říká **Jan Martínek**, obchodní ředitel: „Jedná se o *klientskou zónu, ve které registrovaný zákazník najde v přehledné formě a na jednom místě veškeré dokumenty a grafické podklady týkající se samolepících etiket a dalších našich produktů. Klient v aplikaci tedy uvidí například momentálně objednané etikety, které jsou právě ve výrobě, včetně náhledu grafické korektury se všemi parametry zakázky.*

*Nebo zde může procházet historií objednávek, dodacích listů i fakturace, včetně informací o tom, zda konkrétní faktura již byla uhrazena, a podobně“.*

**Grafické podklady vždy po ruce**

„Naši zákazníci v rámci klientské zóny **moje.etikety.cz** mají k dispozici přehledné a kdykoliv dostupné úložiště veškerých grafických podkladů. U nás v Colognii totiž vyznáváme přístup, že tisková data jsou majetkem našich zákazníků a nikoliv jen tiskárny. Je to sice odlišný přístup od mnoha našich konkurentů, ale věřím, že svědčí o našem profesionálním přístupu“, říká Jan Martínek.

**Nová grafika a další novinky**

S novou grafikou se celkově zpřehlednila a zjednodušila orientace jak v jednotlivých sekcích, tak i v samotných zakázkách a grafických podkladech. Grafické změny

a zvýšení přehlednosti však není jedinou a zároveň tou nejzásadnější změnou v klientské zóně.

Nově je umožněno zákazníkům Colognie nejen pasivně prohlížet jednotlivé objednávky, grafické podklady a zakázky. Mají i možnost objednat pohodlně přes internet opakovanou výrobu etiket. Stačí jen vybraný druh etikety vložit do nákupního košíku, vyplnit požadované množství etiket a jednoduše objednat. Odpadá tak složité dohledávání interních podkladů a následná e-mailová korespondence.

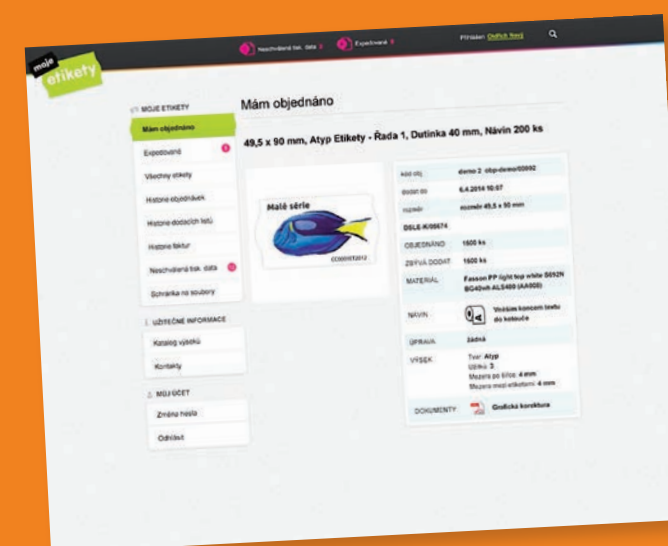
Další novinkou klientské zóny **moje.etikety.cz** je možnost schvalování grafických korektur u nových druhů etiket nebo následných změn u etiket již v minulosti vyráběných.

**Co se chystá nového?**

Nově se připravuje pro klienty možnost využít nákupního košíku i pro nové, dosud nevyráběné, druhy etiket. Se spuštěním této funkcionality se počítá v horizontu 3. čtvrtletí 2014.

**Zkuste si**

Pokud ještě nejste registrovaným uživatelem klientské zóny, doporučujeme nezávazně otestování funkčnosti na adrese **www.moje.etikety.cz** – uživatelské jméno: demo, heslo: demo. Pokud se vám klientská zóna zalíbí, stačí jen požádat o bezplatnou registraci naše kolegyně v zákaznickém centru.





## ⟨ Kvalita s novým člověkem ⟩



**Už několik měsíců můžeme ve firmě vidat novou tvář, Martina Komedu. Martin je odpovědný za oddělení reklamací a kvality.**

Narodil se a většinu dosavadního života strávil v Kolíně a bližším okolí. Po škole okusil různá odvětví; pracoval v chemickém průmyslu, v servisu mobilních telefonů, ve finančnictví i v informatice.

### **Tvé první pocity a dojmy po nástupu do Cognia press?**

Překvapila mě otevřenost, komunikativnost a vstřícnost všech kolegů a pracovníků. V dnešním světě to není často k vidění. Ale pro dobré fungování firmy je to určitě základ.

Pro mě je kvalita zčásti nový obor, znal jsem ji do té doby jen okrajově. Byla to tedy i výzva – naučit se co nejrychleji vše, co bylo potřeba. Jelikož ale mám tiskařinu v krvi od táty a dědy, šlo to nakonec snadněji, než jsem čekal.

### **A co vnímáš jako výzvu nyní, po necelém roce fungování ve firmě?**

Samotná kvalita je živě propojena s ostatními částmi firmy. Je pro mě tedy nutné pochopit jak funkci celku, tak i detaily. Hlavní cíl a výzva je samozřejmě snížení reklamací a zlepšení chodu celé firmy.

### **Co tě nejvíc momentálně baví?**

Hlavně projekty a inovace. Líbí se mi, že se firma stále vyvíjí a roste. Neusínáme na vavřínech. Nyní pracujeme na projektech ohledně informatiky, vylepšení výroby i na různých dotačních programech z Evropské unie.

### **A trochu osobně. Máš rodinu?**

S přítelkyní a dcerou žijeme kousek od Kolína. Svatbu ale zatím neplánujeme. Aktuálně se staráme ještě o dva maďarské ohaře, slepice, kachny a potkany. Snažíme se i využívat zahradu, takže se třetím rokem učíme farmaření.

## Noví obchodníci na naší palubě

**Masivní investice do strojového a technického vybavení jsou nezbytné k tomu, abychom se udrželi na špici v oboru. Za ještě důležitější ale považujeme investici do nových kolegů v obchodním týmu.**

Jak říkal už Tomáš Baťa, firma bez lidí je jen prázdná hala s hromadou železa... Naše již oblíbené větné spojení, že obchod je krví každé firmy, nově začali naplňovat:

### **Markéta Holoubková**

vedoucí oddělení aktivního telemarketingu

V dnešní zrychlené době se obchody neuzavírají pouze na základě osobních jednání, ale i prostřednictvím telefonické a e-mailové komunikace. O výhodách tohoto rychlého způsobu komunikace a zadávání jednodušších a menších zakázek je připravena přesvědčit naše nové zákazníky právě Markéta.



### **Radim Vojáček**

obchodní manažer – junior

Trend časového zkracování zakázek, tedy častější objednávání etiket v menším množství, přináší nebývalý rozvoj technologie digitálního tisku. A tato technologie zase přináší velké množství inovativních příležitostí pro trh samolepících etiket. Radim pomáhá v orientaci našim stávajícím i novým klientům právě v oblasti digitálního tisku.

## Máme nový skládací stroj

**Zkraje ledna jsme převzali do ostrého provozu nový šestipásový skládací stroj pro použití off-line od amerického výrobce společnosti B. Bunch CO., INC. Výrazně se nám tak s tímto skládacím strojem rozšířily obchodní příležitosti.**

### **Jak to funguje?**

Bunch skládací stroje jsou vyvinuty pro skládání širokého rozsahu perforovaných papírů, lístků, štítků, etiket a dalších speciálních produktů. Nespornou výhodou tohoto skládacího stroje je možnost skládání do předem připravených kartonových krabic vyrobených na míru ke konkrétní zakázce. Speciálně vyvinuté kartonové boxy s naskládanými etiketami umožňují vyvedení spodního konce pásu etiket a jeho snadné propojení

pomocí slepky s dalším pásem etiket uloženým v jiném kartonovém boxu.

Zákazníci si tak vlastně mohou sami vyrobit „nekonečný“ pás etiket pro své aplikační linky ve vlastním výrobním závodě. Díky tomu nemusí operátoři aplikační linku zastavovat, protože nekonečný pás etiket snadno pokryje celou plánovanou výrobní dávku.

### **Naši klienti**

Výhodou skládacího zařízení Bunch je pestrá škála možných aplikací z různých tržních segmentů. První významný klient, kterého se nám podařilo získat právě z důvodu flexibility nekonečných pásů, je přední světový výrobce plastových obalů (nejen) pro potravinářský segment.

Další aplikace, se kterou Cognia press úspěšně prošla testováním v ostrém provozu, patří do segmentu vydavatelství tištěných periodik. A opět se jedná o lídra trhu v oboru. Zkrátka se zdá, že inovace v oblasti efektivnějšího využití výrobního času při aplikaci etiket jsou doménou nejúspěšnějších firem v oboru.

V Cognii věříme, že další klienti, kteří hledají možné úspory ve výrobě, budou brzy následovat.





## Cena Francouzsko-české obchodní komory je naše!

U příležitosti 10. výročí vstupu České republiky do Evropské unie se Francouzsko-česká obchodní komora rozhodla udělit Ceny FČOK za odpovědné, transparentní a inovativní čerpání evropských fondů.



22. dubna 2014 byly předány tři kategorie ceny z rukou předsedy Francouzsko-české obchodní komory, pana Constantina Kinského, na slavnostním večeru v prostorách Národního technického muzea v Praze.

Cenu v kategorii č. 1 (Nejlepší využití evropských fondů k vnitřnímu rozvoji malých a středních podniků) osobně převzal výkonný ředitel firmy Jaroslav Vendl: „Mám radost, že náš projekt 'Braillovo písmo v aplikaci na flexibilní materiály' uspěl i na tomto akademickém poli. Všichni víme, že náš produkt vznikl jako novinka v rámci celého světa a že si postupně získává svou poptávku v označování výrobků u více a více zákazníků“.

## Projekt roku? Digitální spirála

Tento název projektu vznikl spíše mimoděk někdy v polovině loňského roku. Vznikl v hlavě výkonného ředitele, když hovořil na Finat kongresu (sdružení výrobců samolepicích etiket) v Mnichově na téma „...všechno se zkracuje...“.

A jak to bylo dál, Jaroslave Vendle? „Pak jsem jen přemýšlel, jak a co a kdy a za kolik. Celého projektu s tímto tajemným názvem, který se týká kompletního procesu ve firmě, jsem se rovnou i ujal. Uvědomuji si, že rozhodnutí o procesech ve firmě jsou vždy trochu riskantní nejen z pohledu financování, ale hlavně rozhodnutí investice. Musí být podložena čísly a návratností investice“, říká.

A pokračuje: „Při podobných cvičeních a hypotézách, kdy nastavujete firemní procesy, vždy tak trochu simulujete, jak se bude trh chovat a jak se nová technologie ujme. Naštěstí už nějakou zkušenost máme. Nové věci nejsou naše samolepicí papírky, ale hlavně právě naše procesy. Ty se pro digitální svět velmi liší od toho běžného. A mohou se lišit i mezi konkurenčními dodavateli. Celý proces uvnitř naší společnosti, celkové work-flow začíná být jiný: od klienta přes práci studia až po prodejní kanály. A hlavně už se začínáme pohybovat v internetovém prostoru. Čeká nás těžká, ale moc zajímavá práce“.



## Odchod Martina Kemzy

Nikdo z nás na začátku března nechtěl uvěřit zprávě, že tragicky zahynul náš kolega a kamarád Martin Kemza. Z jeho pozice správce IT ho znala celá firma jako fajn kluka, který pomáhal a byl, když ho bylo potřeba. Ochotný, nenápadný a pracovitý.

Žádná slova nemohou vyjádřit zármutek, který cítíme. Děkujeme všem kolegyním a kolegům za pomoc rodině a blízkým.

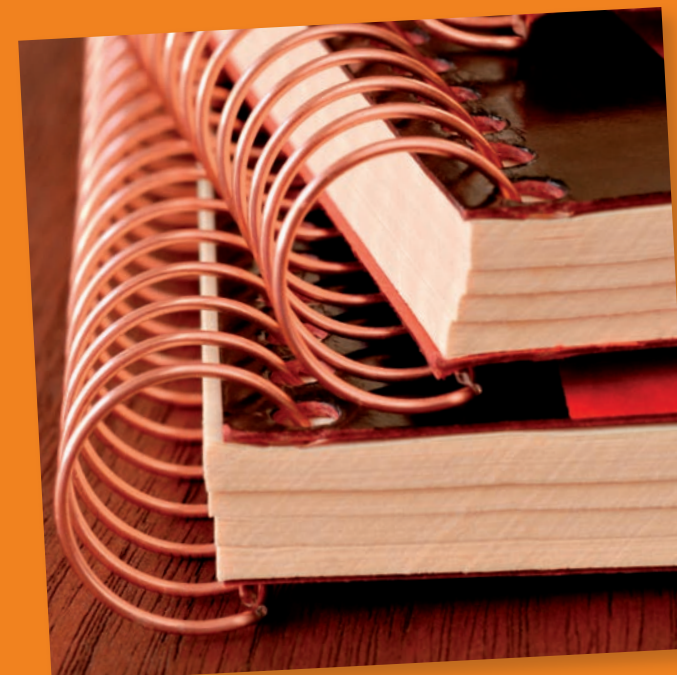
## Vzdělávání pokračuje – formální i neformální

Na konci března jsme zakončili cyklus podporovaný evropskými fondy Operační program Podnikání a inovace.

A jak píšeme v rozhovoru na jiném místě magazínu, vzdělávat se chceme i nadále – do konce roku čeká naše zaměstnance téměř dvacítky dnů pro školení v oblasti tzv. Soft Skills a firemní kultury.

S firemní kulturou velmi úzce souvisí neméně důležitá firemní dovednost, interní komunikace. Ta zasahuje do všech oblastí firmy. A ať se to nezdá, významně ovlivňuje nejen chování a výkonnost zaměstnanců, ale i kvalitu výrobků a služeb.

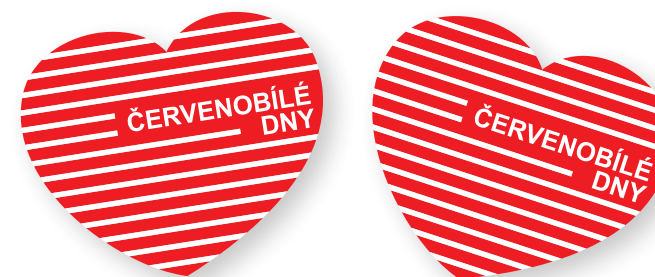
V této oblasti jsou ve firmě ještě určité mezery, zvláště ve výrobě, kde je vše podstatně složitější vzhledem ke třísměnnému provozu. Někdy však chybí jen vůle nebo důslednost. Částečně se nám to daří na interních KoKpitech. Ale pořád je co zlepšovat a učit se...



## Pomáháme

### Samolepky pro hluchoslepé

LORM je občanským sdružením, které sdružuje již přes dvacet let hluchoslepy občany.



LORM se snaží pomáhat lidem s kombinací zrakového a sluchového postižení. A potažmo samozřejmě i jejich rodinným příslušníkům.

Sdružení organizuje spoustu aktivit a mezi nimi i běh pro hluchoslepy. Jak hluchoslepi sportovci dokazují, díky pomoci trasérů, průvodců, tlumočnicků a také díky odborným službám ze strany sdružení LORM mohou dokázat zdánlivě nemožné.

Běh pro hluchoslepy naše společnost podpořila tím, že jsme nechali pro sportovce zdarma vytisknout krásné červenobílé samolepky se srdcem.

Více informací si najdete na [www.lorm.cz](http://www.lorm.cz).

### Pro studenty

Jednoduché to s financemi v současné ekonomické situaci nemá ani Gymnázium v Kolíně.



Tradičně podporujeme nejen sociálně potřebné spoluobčany, ale i vzdělávání. Spolu s dalšími sponzory jsme kolínskému gymnáziu i v tomto školním roce pomohli naším darem překlenout tíživou finanční situaci.

### Srdíčko je stále naším koněm



Srdíčko, kolínské sdružení vozíčkářů a těžce tělesně postižených, je již pravidelně v hledáčku organizací, kterým také pomáháme.

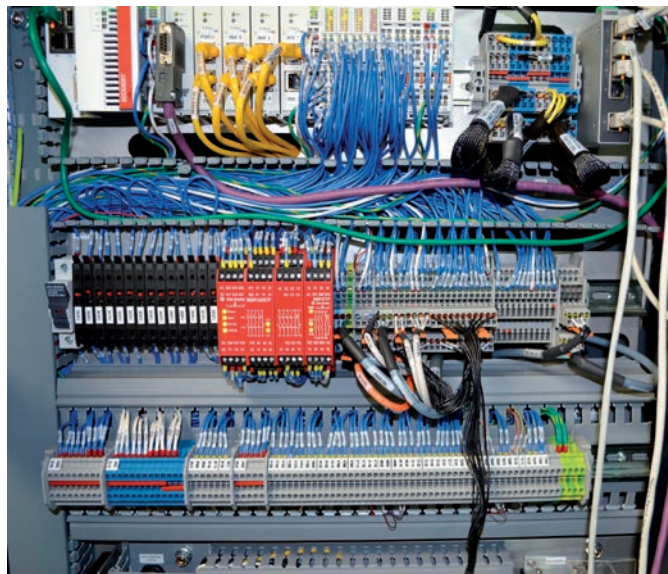
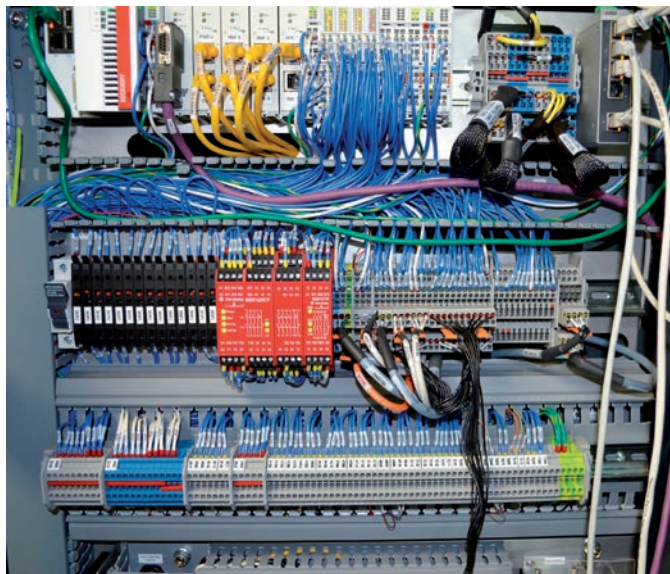
I v letošním roce díky naší tiskárně vyjedou někteří hendikepovaní k moři nebo do termálních lázní. Fyzická a potažmo i psychická podpora vozíčkářům, kteří by si rehabilitaci v zahraničí nedokázali zaplatit, nás velmi těší a naplňuje.

Internetové stránky sdružení: [www.vitavalka.cz/w/srdicko](http://www.vitavalka.cz/w/srdicko).



## ⟨ Najdete tři rozdíly? ⟩

Před sebou máte dva obrázky a vaším úkolem je zkusit najít tři rozdíly mezi nimi.



Komu se to podaří, pošlete své rozřešení na adresu [colognoviny@etikety.cz](mailto:colognoviny@etikety.cz) do 31. srpna 2014.  
Ze správných odpovědí vylosujeme jednoho výherce.

## ⟨ Fotosoutěž ⟩

**Chceme, aby se zaměstnanecká fotografická soutěž stala naší letní tradicí.**

Pojďme opět soutěžit o nejzajímavější, nejhezčí, nejdůvtipnější fotografii z léta 2014. Prostě tak trochu jinou...  
Jako vždy bude fotky dodané do soutěže hodnotit porota, která má s fotografií aspoň něco málo společného ☺

Každý zaměstnanec se může soutěžního klání zúčastnit jen s jedním snímkem. Proto foťte a vybírejte opravdu pečlivě.

Své soutěžní snímky posílejte na adresu [colognoviny@etikety.cz](mailto:colognoviny@etikety.cz) až do 30. září 2014.  
Autor vítězné fotky bude odměněn.

U obou soutěží, prosím,  
nezapomeňte do předmětu  
soutěžního e-mailu napsat  
název soutěže a uvést své  
jméno a příjmení.

