

Colognoviny

časopis nejen pro zaměstnance Colognia press, a.s. | červen 2008



**Nová technologie CTP • Představení partnera 3M
Vyhodnocení roku 2007 • a mnoho dalšího...**

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,



jsem rád, že vás mohu přivítat u dalšího vydání našich Colognovin a tímto druhým číslem vlastně zakotvit tradici jejich vydávání. Popravdě řečeno, měl jsem trochu obavy, že nebudeme schopni v tak krátkém čase zaplnit stránky aktuálními a kvalitními příspěvky. Ale realita je úplně jiná. Za těch pár měsíců se v naší společnosti událo tolik nového, že rozsah časopisu ani nebyl schopen vše pojmout.

Jen namátkou: CTP zahájilo úspěšný provoz a my jsme schopni poskytovat zákazníkům novou kvalitu. Staré zařízení jsme odprodali stejně jako nevyhovující finalizační stroj OMEGA, který jsme nahradili novým, moderním a podstatně výkonnějším zařízením od stejného dodavatele. Novou investicí je i další tiskový stroj Gallus 280, který zvýší naši kapacitu výroby a tím i flexibilitu pro naše náročné zákazníky - a zlepší tak naši pozici vůči konkurenci. A to už běží výběrová řízení na další investice pro letošní rok; například kamera pro stoprocentní kontrolu kvality naší produkce a nový systém míchání barev.

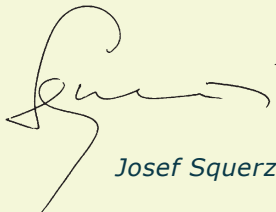
Neméně důležitou investicí je i postupné budování dobrých vztahů ve firmě. Vítám nové pracovníky ve výrobě a v Zákaznickém centru a přeji jim úspěšnou kariéru v Colognia press. Firma se rozvíjí a počet pracovníků logicky roste. Na druhé straně se snažíme snižovat náklady a chceme, aby naše práce byla co nejefektivnější. Věřím, že náš ambiciózní plán tržeb pro rok 2008 (210 mil. Kč) je s týmem lidí, kteří dnes tvoří Colognia press, dosažitelný.

Také systém slibovaných benefitů se úspěšně rozjíždí a třeba naše ženy už obdržely tisícikorunové šeky, za které budou čerpat služby ve Wellness studiu „A“ v Kolíně. Čekají je tam masáže, regenerační kůry, kosmetické a kadeřnické služby. Doufám, že i to přispěje k tomu, aby se v naší firmě cítily dobře. A další šeky pro druhé pololetí už připravujeme.

Naším přáním je, aby náš časopis přispěl k lepší komunikaci ve společnosti. Na počátku roku jsem na novoroční party hovořil o důležitosti komunikace pro úspěšný rozvoj firmy a o tom, jak se budeme snažit tuto komunikaci zlepšovat. Jsem přesvědčen, že budování dobrých vztahů ve firmě je základním pilířem pro motivaci lidí a jejich loajalitu. Je na vás posoudit, jak se nám to vše daří. Rádi přivítáme vaše názory a nové podněty.

Doufám, že informace a zajímavosti, které si v tomto čísle přečtete, vás přesvědčí o naší snaze, zlepšovat komunikaci jak dovnitř společnosti, tak i vůči našim klientům a dodavatelům.

Přeji příjemné počtení.


Josef Squerzi





4

Spolupráce s 3M



9

Benefity pro rok 2008



6

Kdo podporuje naše podnikání



10

Nejen práci živ je člověk



7

CTP - nová technologie



12

Novinka na našem webu

T-Mobile, náš nový klíčový zákazník



Naše firma se snaží ve svých podnikatelských aktivitách spolupracovat se špičkami na trhu. Segmentem, kde také úspěšně budujeme image naší značky, značky kvality a zákaznického přístupu, jsou telekomunikace.

T-Mobile...

Dosavadní realizace projektů s významným telekomunikačním operátorem, firmou T-Mobile, a kvalita spolupráce postupně přešly do hlubší kooperace obou společností.

Kvalita produktu, cena, ale hlavně servis poskytovaný zákazníkovi, to jsou největší devizy jak naší společnosti, tak společnosti T-Mobile.

Díky těmto společným jmenovatelům, spolu s dlouhodobým ověřováním našich schopností, nás T-Mobile zařadil do kategorie schválených dodavatelů. V první fázi naše spolupráce probíhala pouze prostřednictvím společnosti Assec, logistickým operátorem firmy T-Mobile.

Od počátku letošního roku se rozvíjí naše komunikace i přímou cestou. Toto zajistí vysokou flexibilitu fungování ruku v ruce s optimalizací nákladů.

V současné době jsou klíčovým produktem samolepicí etikety (logistické a bezpečnostní etikety, samolepicí etikety pro reklamní účely apod.).

Columbia press tuto spolupráci považuje za velkou výzvu. A protože jsme výrobcem a dodavatelem i celé škály dalších samolepicích a nesamolepicích produktů a služeb s tím spojených, věříme, že i v této oblasti nalezneme společnou řeč a další možnosti při realizaci projektů.

Materiály z rodiny 3M

Před více než sto lety vznikla v americkém městě Two Harbors firma Minnesota Mining and Manufacturing Co. (3M).



Syntetický materiál, který byl použit na podrážky bot prvního kosmonauta na Měsíci Neila Armstronga, zvuková páska s písněmi Binga Crosbyho, různobarevné lepicí lístky Post-it, výplňové materiály Filtek pro zubní lékaře, nebo ochranná textilní vrstva Thinsulate - to vše je jen nepatrná část z portfolia společnosti 3M.

3M je nadnárodní společnost se zastoupením v 60 zemích světa, zaměstnává kolem 75 tisíc lidí, má 145 výrobních závodů a 169 obchodních zastoupení. Nabízí více než 50 000 produktů a výrobků v mnoha rozličných odvětvích.

3M v naší republice

Společnost 3M Česko byla založena v roce 1991 a na českém trhu nabízí zhruba tři tisíce druhů výrobků. Do jejího portfolia patří brusiva, lepidla a pásy pro průmysl, filtrační materiály, fólie pro komerční grafiku, zdravotnické a zubařské pomůcky, kancelářské potřeby, ochranné pomůcky,

speciální chemikálie, elektro a telekomunikační materiály. V průmyslu nabízí 3M velmi kvalitní jednostranně a oboustranně lepicí pásy a lepidla. V mnoha případech jsou tyto produkty postavené na špičkových technologiích vyvinutých v nejmodernějších laboratořích. A mezi tyto výrobky patří i materiály pro výrobu technických štítků.

výsledky přilnavosti. Proto se ve velké míře používají v automobilovém a elektronickém průmyslu a v široké škále dalších průmyslových aplikací.

Partnerství Colognia press a 3M

Právě 3M materiály pro výrobu samolepicích štítků a jejich použití u zákazníků v elektronickém a automobilním průmyslu byly hlavním důvodem pro začátek obchodní spolupráce mezi firmami Colognia press a 3M Česko.

Co možná o 3M nevíte

- Malířská maskovací páska Scotch se používá již od roku 1925
- Lepicí páska Scotch se zásobníkem byla vynalezena v roce 1930
- První izolační páska Scotch na bázi PVC měla premiéru v roce 1946
- Poznámkové bločky Post-it Notes dodává 3M již 28 let
- Materiál Thinsulate byl objeven v šedesátých letech 20. století
- Reflexní film Vikuiti je používán na monitorech, displejích mobilních telefonů, TV a na LCD displejích od 90. let 20. století
- První dětské plenky na principu suchého zipu byly představeny firmou 3M v roce 1985

Štítky 3M pro termotransferový tisk jsou konstruovány tak, aby snesly extrémní podmínky, například dlouhodobé výkyvy počasí, chemické znečištění či nános oleje. Mohou být rovněž použity na nerovném, zakřiveném (PVC) či hrubém povrchu nebo na povrchu s nízkou energií (plasty jako PE, PP nebo povrchy ošetřené práškovým nátěrem), a to se skvělými

K prvním jednáním došlo již koncem roku 2000. 3M v té době představila novou řadu kvalitních fólií a hledala partnera pro jejich potisk, vysekávání a převinutí do rolí pro finální dotisk jednotlivých štítků v termotransferové tiskárně u koncového zákazníka. Viditelný nárůst vzájemného obchodu nastal v roce 2004, kdy se společnými obchodními aktivitami



podařilo prosadit používání 3M štítků u několika klíčových nadnárodních zákazníků. A zlomový byl rok 2006 - podařilo se realizovaný obrat oproti předchozímu roku téměř ztrojnásobit. Rok 2007 dobře nastolené tempo růstu jen potvrdil.

Nové investice do moderních tiskových strojů ve firmě Colonia press v minulém

a letošním roce a vzrůstající nároky na kvalitu a rychlost tisku otevřely firmě 3M Česko také cestu v oblasti dodávek flexografických montážních pásek. 3M se této nabídky ujala a po několikaměsíčním testování si tiskaři z Cologne vybrali dvě tvrdosti kompresibilních pásek, které pokrývají valnou většinu požadavků při výrobě kombinovaných tiskových

zakázek. Kromě toho se zde už řadu let používají pásy na podlahu na značení jednotlivých zón a také „odchlupovací“ válečky na čištění již nalepených štočků těsně před tiskem.

Aktivita obou stran má progresivní trend. Proto obě firmy věří, že dobře nastolená spolupráce bude přinášet své ovoce i v budoucnu.

Jen jedna norma nestačí

Problematika ochrany životního prostředí je problémem celosvětovým a zároveň by měla být starostí každého jednotlivce. Bez přispění všech je dosažení rovnováhy s přírodou nemožné.



Vyspělé státy a velké společnosti se touto otázkou začaly zabývat před více než padesáti lety. Postupně vznikaly zákony a podnikové směrnice, jež se vyvinuly až do dnešních systémů norem tzv. environmentálního managementu. Tyto normy mají především poskytnout návod organizacím, které mají zájem na zlepšení svého přístupu vůči ekologii. Firma má většinou ze zavedení tohoto systému také ekonomický prospěch, dojde ke zvýšení prestiže společnosti a zlepšení vztahů s veřejností i s odběrateli. To jsou hlavní důvody rozšiřování environmentálních systémů řízení do

stále většího množství firem. Protože si management společnosti Colonia press uvědomuje odpovědnost za své chování a chce minimalizovat negativní dopad své činnosti na životní prostředí, vydala se tímto směrem také. Moderní společnost, jakou ta naše beze sporu je, šla ale ještě dále. Společně se systémem environmentálního managementu ISO 14001 zavedla na začátku roku 2007 také systém bezpečnosti a ochrany zdraví při práci OHSAS 18001. O tom ale až v dalším čísle našeho časopisu.

Normy týkající se péče o životní prostředí lze k nahlédnutí získat u vedení firmy.

Náš partner v podnikání

Žádná společnost v obchodním světě se neobejde bez kvalitního řízení financí a využívání optimálních zdrojů financování. Colonia press si po letech zkušeností vybrala jako partnera v podnikání Deutsche Leasing ČR, spol. s r.o., (dále DLČR) především díky flexibilitě a individuálnímu přístupu k zákazníkovi.

Deutsche Leasing
Česká republika

DLČR byla založena v září roku 1994 a je zaměřena na leasing strojů, technologií a manipulační techniky. „Pomáháme našim klientům financovat větší výrobní celky, zajišťujeme vstup na trh novým firmám, zabýváme se podporou podnikání a poskytujeme poradenství v oblasti dotačních programů“, říká Jaroslav Ryšavý, obchodní manažer společnosti.

Úspěšně se profilují i ostatní dceřiné společnosti Deutsche Leasing AG ve Francii, Itálii, Maďarsku, Rusku, Polsku, Slovensku, Rakousku, Španělsku, Velké

Británii a nově i v Irsku, Švédsku, Číně, Bulharsku a USA.

Objem nově uzavřených obchodů se za třináct let působení DLČR v České republice zvýšil téměř osmnáctkrát.

Jaké produkty nabízí

DLČR poskytují nejen financování formou klasického finančního a operativního leasingu, ale umožňují další služby: například financování, zprostředkování výhodného pojištění, investiční poradenství, nabídku konstrukce financování ve vazbě na individuální potřeby klienta a také spolufinancování projektů dotovaných ze strukturálních fondů.

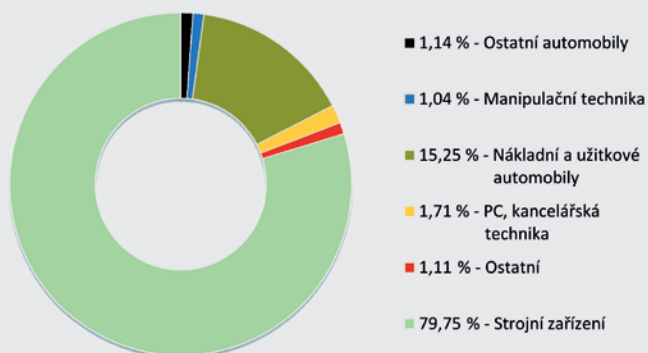
Součástí nabídky DLČR jsou ještě další dva produkty:

Financování skladů - služba krátkodobého úvěrového financování, kdy mají dodavatelé otevřenou cestu ke snazšímu získání prostředků na financování jimi propagovaných strojů, což umožní zvýšit flexibilitu těchto subjektů, rozšířit jejich nabídku a kvalitu služeb pro koncové zákazníky.

Úvěrové financování - možnost spolufinancování při čerpání dotací ze strukturálních fondů vznikla po vstupu do Evropské unie, aby podnikatelé mohli splnit podmínku čerpání dotace tím, že mají k předmětu koupě vlastnický vztah.

Struktura portfolia

Zhlediska podílu jednotlivých produktů představuje největší podíl **leasing technologických celků a strojního vybavení (79,8 %)**, kde rozhodující jsou kovoobráběcí stroje, polygrafické technologie, vstřikovací lisy, zařízení pro potravinářský průmysl, zemědělství a stroje pro finální povrchovou úpravu. Nezanedbatelným je i **leasing nákladních a užitkových vozidel a leasing manipulační techniky (15,3 %)**. Nově byly uzavřeny i leasingy letadel a železničních vagónů.



Spolupráce se společností Colonia press, jak bylo řečeno v úvodu, započala historicky poměrně nedávno, ale díky produktům šitým na míru se tato spolupráce postupně prohlubuje

a obě firmy hledají další možnosti jejího rozvoje. Jen v období 2005 - 2007 činil objem spolupráce mezi partnery bezmála 50 mil. Kč, a to jak v produktech úvěrových, tak i leasingových. S příchodem

letošního roku se dotkla produktů leasingové společnosti nová daňová reforma, ale vztahy Deutsche Leasing ČR s jejími partnery, včetně Colonia press, se určitě budou vyvíjet příznivě jako dosud.



Poslední přírůstek do naší stáje

Posledním přírůstkem do našeho portfolia tiskových strojů je tiskový stroj Gallus EM 280 v konfiguraci UV flexo.



Výběr stroje proběhl na základě pečlivého průzkumu analýzy našich produktů, kdy byly analyzovány počty barev, velikosti etiket, použité tiskové technologie a další aspekty.

Výsledky jasně ukázaly, že vzhledem k firemním zakázkám a vybavenosti naší společnosti (dva osmibarevné stroje a jeden pětibarevný) je třeba škálu rozšířit o stroj určený na kratší méněbarevné zakázky.

Proto nebyl stroj vybaven ani laminací, horkou ražbou, obrobacím zařízením atd. Místo všech těchto technologií, které jsou většinou limitující pro rychlost tisku stroje, byly vybrány technologie

umožňující využívat v plné míře výkonového vybavení. Například komorové rakle zabezpečující kvalitnější a rovnoměrnější přenos barvy na rastrový válec i při nejvyšších rychlostech, nebo pumpa, kterou si je možno barvu dávkovat a odpadá tudíž dolévání barvy.

Stroj již několik týdnů bez problémů pracuje a je možno říci, že naděje, které jsme do něho vkládali, se stoprocentně naplnily.



Opět o krok dále

Kvalita je synonymem našich produktů a je pro nás samozřejmostí. Nedávno jsme investovali právě do kvality a posunuli se výš o dvě třídy.



Nově instalovaná digitální technologie CTP pomohla kvalitativně podpořit naše procesy a produkty. Kromě toho splňuje nejvyšší kritéria environmentálních hledisek. Mezi největší výhody CTP zařízení patří rychlost a flexibilita výroby tiskového štočku oproti klasickému analogovému postupu. Eliminuje na minimum riziko vzniku nežádoucích efektů v tisku a možné chyby vznikající při kopírování obrazu z filmu na desku. Jde o markantní zvýšení kvality zpracování.

Při analogovém postupu mají tiskové body neostře hrany. To má negativní dopad na výslednou

kvalitu tisku a menší životnost tiskové formy. Digitální technologie působí zcela opačně: jednotlivé tiskové body mají ostré hrany, velmi strmě klesají a dochází k menšímu nárůstu tiskového bodu. To se promítá do výsledné kvality tisku.

Další předností digitálního zobrazení je schopnost vytvořit menší bod, což zajišťuje možnost dosažení jemnějších motivů a konzistentnějšího nárůstu tiskových bodů. Zvýšení kvality tisku, projevující se především v oblasti reprodukce barvotiskových předloh, napomáhá i možnost použít podstatně vyšší liniatury. Tím je v některých případech

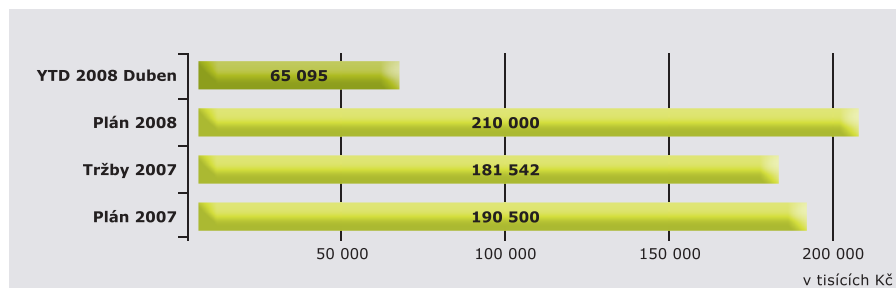
flexotisk schopen konkurovat nejen hlubotisku, který postupně vytlačuje, ale také tisku ofsetovému. Podstatnou výhodou je i to, že u této technologie jsou samostatné body níže než celé plochy. V tiskovém tlaku tak nedochází k jejich deformaci jako u analogové cesty.

Pokud jde o životní prostředí, tímto novým zařízením jsme se zbavili nežádoucích odpadů generovaných analogovou cestou. Tento pozitivní trend potvrdilo i jednoznačné hodnocení environmentálního auditu a naplnění podmínek OHSAS, které jsme úspěšně v lednu 2008 obhájili.



Čísla jsou neúprosná

Každá úspěšná společnost si musí klást vysoké, ale reálné cíle. My si je klademe.



plánu pro letošní rok jsme přesvědčeni o tom, že tento schodek bude ve druhé půlce roku zlikvidován a na konci roku budeme společně oslavovat.

Tři čísla, která pro hodnocení stávající situace říkají vše:

■ Výsledek roku 2007

splněno na 96 %

■ Plán 2008

2007 + 14 %

■ Dosavadní výkon

96 % (tzn. křivka výkonu roste pomaleji, než jsme předpokládali)

Rok 2008 pro nás je a bude velmi náročný nejen z hlediska investic, ale i proto, že dodavatelé klíčových komponentů v důsledku trvale rostoucí ceny ropy na světových trzích hlásí zvyšování cen. Cenový boj na trhu

etiket se ubírá opačným směrem... Proto se snažíme hledat místo na trhu tam, kde můžeme dát našim produktům vyšší přidanou hodnotu.

I přes stávající mírnou ztrátu proti

Letošní startovací party se vydařila

Hned čtvrtý den letošního kalendářního roku patřil novoročnímu setkání celé naší firmy.



Záměrem, aby se celá akce konala v kolínském areálu Vodní svět, byla myšlenka, která měla napomoci dalšímu

prolamování ledů v komunikaci napříč celou společností. Tři hodiny v bazénu a k dispozici kompletní servis areálu pro omezený počet lidí, to není úplně běžné a nepotkali jsme nikoho, kdo by si celou akci nepochvaloval.

Již v průběhu „vodních akcí“ se projevila soutěživost nejen všech zaměstnanců, ale i rodinných příslušníků, kteří se zapojili do zápolení na trojsklu-

zavce stejně jako do potápění s kompletní potápěčskou výstrojí. Po sportovních výkonech akce pokračovala v přilehlé restauraci Vodní svět, kde někteří skutečně jako by chtěli získat i medaili v rychlostním tancování. K němu hrála téměř „firemní kapela“ pod vedením kapelníka Franty Kampe (rozvor s ním na str. 10).

Celá party se oproti původnímu plánu protáhla do téměř ranních hodin a spokojení zaměstnanci se odebírali někdy šouravou chůzí ke svým domovům... Řekne-li se 4. leden, vzpomínáme na příjemně strávené odpoledne i večer.

Plníme svá předsevzetí

Benefity zaměstnanců Colonia press připravované v loňském roce již nejsou jen na papíře...

Zaměstnanci mají už dnes možnost využívat celou škálu benefitů. Plány roku 2007 byly přetransformovány do reálné podoby a všichni se mohli přesvědčit o tom, že vedení firmy beze zbytku své sliby plní. Ano, máme v plánu i další zaměstnanecké výhody. Ty budou představeny opět na sklonku kalendářního roku.

Jsme přesvědčeni, že úsilí a prostředky investované do každého zaměstnance jsou tou nejlepší investicí, kterou zaměstnavatel může pracovníkům poskytnout.

Aktuální benefity

Příspěvky na stravování

Motivační mzdový systém

Výuka angličtiny
(zdarma v pracovní době pro vybrané profese)

Mobilní telefon a notebook (pro vybrané pozice)

Firemní zdravotní preventivní péče

Volné dny navíc (pro každého zaměstnance)

Volno navíc (pro maminky dětí do 10 let věku)

Den volna pro rodiče prvňáka v první školní den

Program podpory zdraví (Active Wellness pro ženy)

Večeře pro dva (pro nejlepšího pracovníka měsíce)

Benefity pro věrné (dovedeme vás až do důchodu)

Penzijní připojištění

Kapitálové životní pojištění

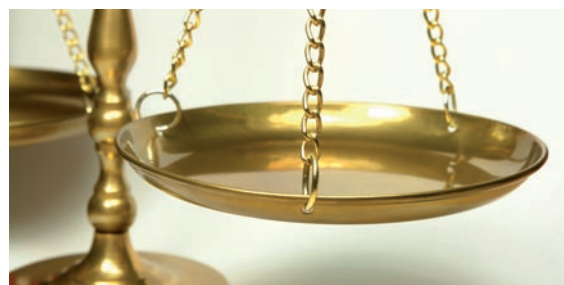


Kdo se snaží, získává

S nástupem nového roku došlo k zásadní změně v odměňování pracovníků Zákaznického centra.

Veškeré motivační složky mzdy se nyní odvíjejí z dosaženého hrubého zisku. Obchodníci tuto letošní změnu systému odměňování zpočátku tak úplně neoslavovali. Tato nová struktura však plně vyjadřuje potřebu firmy zaměřit se jednoznačně na ziskovost jednotlivých zakázek a na efektivitu - a zároveň by měla přinášet velkou motivaci obchodníků získávat zakázky s vyšší přidanou hodnotou.

Je pravdou, že změna přinesla přechodné snížení motivační mzdy ve srovnání se mzdou odvozenou přímo z dosažených tržeb. Na druhé straně dává možnost odměnit i ostatní pracovníky Zákaznického centra, kteří na úspěšném plnění plánu mají také nezpochybnitelný podíl (asistentky, technologové). Vedení



firmy věří, že nový motivační systém bude pro všechny velkou pozitivní výzvou.

Malé osobní výročí

Zažili počáteční obtíže u zrodu společnosti a zároveň jsou svědky všech našich úspěchů...

V první polovině roku projevil svou loajalitu k naší firmě deseti roky zaměstnání bez přerušení pan **Milan Kasal**. Vedení firmy děkuje za odvedenou práci spolu s milou pozorností.



Nejen prací živ je člověk

Mnozí z nás ho už poznali nejen jako kolegu, ale také jako výborného společníka a především muzikanta.

Řeč je o Františku Kampe.



Jak ses k muzice dostal?

Muzika mě vlastně provázela ještě než jsem se narodil. Rodiče mě brali s sebou na zábavy a odpolední čaje. Máma zpívala a táta střídal v té době tenorsaxofon, housle a bicí. Když jsem přišel na svět, povalovaly se u nás doma různé nástroje a aparatury a těch jsem si nemohl nevšimnout. Ze začátku mě nejvíce uchvátily bicí, což velmi nelibě neslo okolí. A když se mi k tomu narodil také hudebně nadaný bratříček, byl to slušný nářez.

Když mi bylo devět začal jsem se učit v LŠU na pozoun neboli trombon čili zouvák. Potom přišlo účinkování v různých kapelách - Mládežnická dechovka LŠU, Kmocháci, Lázeňský orchestr Poděbrady, dokonce i Kolínská filharmonie. Až jsem zakotvil v Universalu Jiřího Hrušky. Časem mě oslovily další hudební nástroje a pokoušel jsem se také zpívat. Momentálně hrajeme v takovém

malém uskupení s názvem Brtník.

Uvažoval jsi někdy o profesionální dráze?

Na rozjezd profesionální dráhy jsou potřeba nemalé finance a hlavně kontakty. Jenom talent prostě nestačí, o tom by mohli vyprávět slavní zapadlí profesionálové. A vlastně ani nevím, jestli by mě to jako profíka tolik bavilo. Myslím si, že takto máme více svobody v projevu i hraní, nemusíme být nikomu vděční ani poplatní.

O muzikantech je známé, že jejich práce je časově náročná. Co na to říká tvoje rodina?

Začátky byly docela krušné, ale naštěstí mám tolerantní manželku, která si mě jako muzikanta brala a tak trochu věděla, do čeho jde. Nebylo to vždy bez problémů, ale během let jsme došli k jakémusi názorovému srůstu

a k vyhovujícímu kompromisu. Vážně, patří jí dík za toleranci a podporu, bez toho by to nešlo.

Jak jde skloubit náročná práce s náročným koníčkem?

Skloubit se dá všechno, jen se musí chtít. Někdy to trochu bolí, hlavně se spaním je problém. Vždy se musí posoudit priority a zvolit tu vyšší. Jak se říká, nedá se sedět jedním zadkem na dvou posvíceních.

Dá se využít v práci zkušenost z muziky nebo naopak?

Řekl bych, že vzájemných zkušeností využívám spíše podvědomě.



A na závěr oblíbená otázka pro umělce. Máš nějakou veselou historku?

Historek a zážitků je za ty roky na rozdávání. Bohužel ty nejzajímavější jsou nepublikovatelné a ty ostatní nestojí za napsání. Možná bych mohl sdělit některé šumařské zásady: Kdo ladí, podráždí kamarády; Texty se učí jen zbabělci; Kdo cvičí, nástroj si ničí; Pokud uslyšíte zpěv, nejedná se o zpěv.



Důvěra až na prvním místě...

Důvěra je a vždy určitě bude důležitým prvkem nejen v partnerském, ale i profesním životě.

Management společnosti Colonia press se uvnitř firmy snaží budovat prostředí důvěry a je přesvědčen, že důvěra vedení v zaměstnance a naopak je velmi významným prvkem firemní kultury.

Důvěra panující (nejen) ve firmě pomáhá řešit problémy rychleji, efektivněji a společná cesta za

úspěchem společnosti je pak méně strastiplná. Úspěch společnosti je hlavně úspěchem lidí, zaměstnanců, kteří se na rozvoji firmy bezprostředně podílejí. Je dokázáno, že důvěra nejen zrychluje interní komunikaci a vývoj ve vztazích, ale zároveň i optimalizuje a „zlevňuje“ procesy v komunikaci externí a v rozvoji obchodních aktivit.

Tématu „důvěra“ je věnována spousta prostoru v médiích a velmi zjednodušeným závěrem může být, že důvěra se musí vytvářet a hlavně budovat neustále. Věřme sami v sebe, věřme sobě navzájem, budujme takové vztahy. Uvidíte, že se to vyplatí.

A věřte, že tato slova nejsou jenom fráze...

Křížovka

Tajenka naší křížovky souvisí právě s tímto tématem. Tajenkou je citát ze zajímavé knihy autora Stephena M.R. Covey „Důvěra“, kterou doporučujeme všem k přečtení.

Důvěra, jediná věc, která(tajenka).

Vyluštěnou tajenku pošlete do 16. 6. 2008 na e-mailovou adresu colognoviny@etiketa.cz nebo vhodte do schránky u výroby. Tři vylosovaní luštitelé obdrží věcnou cenu.

Prosíme, nezapomeňte uvést kromě tajenky vaše jméno a příjmení.

POMŮCKY: EDITACE, IDO, KAA, TATI, UN	DOMÁCKÝ ONDŘEJ	MALÝ KOPYT- NATEC	VYSOKÉ NAPĚTÍ	ČESKÁ VLÁDNÍ STRANA	UVNITŘ PRAŽDNÁ		NEOBLE- CENOST	ZNAČKA AMERICA	CHEMICKÝ PRVEK	JINAK		ZHROUCENÍ	JIŽ	LÉPE	NASYCENÝ UHLOVODÍK		PÉROVAT	KORYŠ	ČÁST VOZU
ODEVZDÁNÍ						NAČ					KARETNÍ BARVA					PŘED- LOŽKA			
DRUH PSTROSA				1		KONEC MODLTBY PRACÍ PŘIPRAVEK					OBŽIVNOUT PRKENNÝ STROP (NÁREC.)		5			POHODNÝ HRDINA			
DECIMETR			HROMADA SLÁMY STAVEBNÍ MATERIÁL					PSÍ RASA STĚŽÍ					VLÁSENKA NĚKAM						
NEVOLNÍK (ZASTAR.)				MUŽSKÉ JMENO TLOUCI		8		SKLÁDACÍ CYLINDR KÓD POLSKA					SPOJKA ČERVENÝ (NĚM.)	10				TAŽNÉ ŽELEZNÍČNÍ VOZIDLO	TROPICKÉ SILENSTVÍ
SPOJKA					TOPIVO POUZE					NEMOC RTU POVAHA					KILOGRAMY PŘEZÚVKY				
	VOJENSKÁ JEDNOTKA	SEKNOUT JITRO				KORÁLOVÝ OSTROV ZOLUV ROMÁN					SMĚS KOU- RE A MLHY KROKOVÁ DCERA					DOMÁCKÝ TOMÁŠ LATINSKÝ POZDRAV			
ČÁST ATOMU						LYŽAŘSKÝ VYTAH STÁTNÍ ARBITRÁŽ				6		SITUACE TAHLE					PORÁŽKA V BOXU ITAL. GRA- MAT. ČLEN		2
VELKÉ POLE		4		VRHACÍ SMYČKY OČIMA VNÍMAT				FRANCOUZ- SKÝ KOMIK SVYC. SPR. JEDNOTKA						POD- BRADEK MYTINA					
SPOJENÉ NÁRODY (ANGL. ZKR.)			PROVINĚNÍ OMEZENÍ	13				DOM. ZVÍŘE HAD Z KNIH DŽUNGLE			7		ZLOMENÝ STROM TMAVÁ ČÁST DNE						TURECKÝ ČETNÍK
BOLESTIVÝ ZÁCHVAT	3					INDICKÉ KORENÍ DRUH TKANINY						PATŘÍCI NÁM ZNAČKA PIVA			14		INICIÁLY HERCE KAISERA ZN. LYŽÍ		
	PŮDA	UMĚLÝ JAZYK DOMÁCKÝ EDUARD				DOSHA OTÁZKA PŘI SÁZCE					MLÁDĚ KOSA DOMÁCI HLÍDAČ					ZNAČKA VYSAVAČU KLOUBNÍ NEMOC			
NAŠE PLANETA				9	PLUHEM KYPŘIT ZNAČKA AKTIVNA				12	HUTĚ NÁZEV HLÁSKY					ŘÍMSKÝCH 554 ST. VZTAŽ. ZÁJMENO			11	
ÚPRAVA PROGRAMU								NĚMECKÁ ZNAČKA AUT			15		ŘÍDKÁ TKANINA PRO VÝŠIVKU						
KONEC SÁCHOVÉ PARTIE				PLETENEC VLASŮ				PŘENÁŠET					TROPICKÉ OVOCE						

My a sponzoring

Columbia press neochabuje ve svých aktivitách podporujících děti.



Další aktivitou, kde s radostí naše firma pomáhá, je nový projekt **BEJBYPANK** z autorské dílny společnosti Commercial Underground (www.bejbypank.cz/obsah/partneri). Nejen CD „Kašpárek v rohlíku“, které mělo křest

22. února 2008 v Paláci Akropolis na pražském Žižkově, ale celé turné, je akcí celorepublikového formátu. Na skladby, které tento projekt provází, si mohli „sáhnout“ i někteří zaměstnanci na naší lednové firemní party.

Projekt „Kašpárek v rohlíku“, včetně turné, budeme i nadále podporovat - a tím přispívat na dobrou věc, která pobaví jak děti, tak i dospělé. Turné Kašpárka pokračuje a my budeme při tom...

Co nového na našem webu?

Internetovou adresu našich firemních stránek asi většina zaměstnanců i našich zákazníků zná.

Co je však na našich adresách www.etiketa.cz nebo www.cologniapress.com novinkou? Od března 2008 zde naši zákazníci nalézají etikety, které jsou v „AKCI“.

Tato nová služba určitě zatraktivňuje firemní nabídku Columbia press nejen našim stávajícím, ale také budoucím zákazníkům.



Fotografická soutěž

Vyhlašujeme soutěž pro zaměstnance společnosti Columbia Press o nejzajímavější nebo nejvtipnější fotografii z prázdnin, z vaší dovolené.

Do 30. září 2008 pošlete ty nejzajímavější a nejpořadnější fotografie - na neomezené téma. Fotografie, která zvítězí (po anonymním vyhodnocení nezávislou porotou), bude

otištěna v příštím čísle našeho firemního magazínu a výherce obdrží i drobnou cenu.

Každý zaměstnanec může soutěžit pouze s jednou

fotografií.

Fotky pošlete v elektronické podobě na e-mail:

colognoviny@etiketa.cz
a do předmětu napište **FOTOSOUTĚŽ**.