

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů nebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164
e-mail: brix@iprosperita.cz

Datum vydání: 14. července 2026

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brix@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz
mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Bc. Kateřina Medová Šimková, redaktorka
a mediální konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem ■■■. Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzertem.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2026 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255, Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
pro jakost



**Komunikujme a hledejme
ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz



www.madambusiness.cz



www.freshtime.cz

**Změna údajů pro zaslání a odhlášení
ze zaslání časopisu Prosperita a příloh**

Došlo-li ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správné.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Ke spořádanosti a kultuře

Televizní a rozhlasové poplatky. Nedávno byly zvýšené, nyní se diskutuje, zda je zachovat či zrušit. Záležitost přerostla do politické a celospolečenské bitky. Někteří jsou spokojeni, jiní hartusí. Čí „budou“ veřejnoprávní média? Mají i dnes co nabídnout? Soudě podle všeobecných nálad patří stále k nezastupitelným informacím, vzdělávacím i zábavním kanálům. A nejen ona. Řeči o zániku časopisů, rádia a televizní obrazovky berme s rezervou stejně jako analýzy trendů. Ne vše je zlato, co se třpytí. Svět papíru zpomaluje úprk životem a televizní pořady pomáhají stárnout s noblesou. Rozhlasové vysílání bystří smysly a motivuje k radosti. Seriózní printová média vedou ke spořádanosti a kultuře okamžiku. Zůstávají a mají co nabídnout, když vám mobil spadne do záchodu. **Eva Brixí**

Zaujalo nás

UNIQA čelí nové vlně podvodů

Umělá inteligence mění i svět pojistných podvodů. Zatímco dříve byly pokusy o manipulaci fotografií nebo dokumentů snadno odhalitelné, dnes se pojišťovny setkávají s materiály, které na první pohled působí zcela věrohodně. Přestože celkový počet odhalených podvodů klesá, jejich sofistikovanost i finanční dopady rostou. Finanční dům UNIQA v letech 2025 a 2026 zaznamenal celkem 20 případů manipulovaných dokumentů. Podle expertů z UNIQA jde o nový rostoucí fenomén rozšíření generativní umělé inteligence do oblasti pojistných podvodů. „Dříve jsme odhalovali především jednoduché grafické úpravy. Dnes se setkáváme s fotografiemi a dokumenty, které jsou velmi přesvědčivé. Umělá inteligence výrazně zvyšuje kvalitu podvodných materiálů a klade nové nároky na naše detekční systémy i specialisty,“ řekl Karel Polák, ředitel úseku bezpečnosti a pojistného podvodu UNIQA. Mezi lety 2024 a 2025 klesl počet šetřených případů o 23 %. Průměrná uchráněná částka na jeden odhalený podvod vzrostla o 25 %. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2026

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2026
4. Klub manažerek
5. Konference Dny kvality 2026
6. Vzdělávací program Manažer kreativity a inovací
7. Konference pořádané Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
8. Insita Praha 2026
9. Druhý ročník mezinárodní Československé konference pracovníků z oblasti zdvihačích zařízení

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**
- **Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, členka Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy JaJa Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Mgr. Olga Stanley**, koordinátorka aktivit ESG ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksi, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Tomáš Hudera**, majitel firmy HUDERA A SYN s.r.o.

KZPS ČR a poplatky

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR podporuje sněmovní návrh č. 201/0, který rozšiřuje osvobození od povinnosti hradit rozhlasové a televizní poplatky na zaměstnavatele a firmy do 50 zaměstnanců. V současnosti se osvobození vztahuje pouze na subjekty do 25 zaměstnanců.

KZPS ČR dlouhodobě upozorňuje na to, že přenesení povinnosti hradit koncesionářské poplatky na firmy představuje další administrativní a finanční zatížení podniků, které není přímo spojeno s vlastnictvím ani využíváním televizního či rozhlasového přijímače. „Povinnost úhrady přitom není vázána na vlastnictví televizního či rozhlasového přijímače. Vychází pouze ze směšné domněnky, že zaměstnanci během pracovní doby sledují televizi či poslouchají rá-

dio, a to i v případech, kdy zaměstnavatel žádný televizní ani rozhlasový přijímač nevlastní,“ uvedl prezident KZPS ČR Jiří Horecký.

Podle KZPS ČR dopadá současné nastavení nepřiměřeně zejména na malé a střední podniky, které televizní ani rozhlasová zařízení na pracovištích často vůbec nevyužívají, přesto jim vzniká další administrativní i finanční povinnost. KZPS ČR proti této povinnosti vystupovala již v rámci odborné debaty o návrhu změn zákona o rozhlasových a televizních poplatcích a vítá, že nyní skupina poslanců navrhuje rozšíření tohoto vynětí i pro malé zaměstnavatele. „Pokud stát spojuje povinnost platit poplatky pouze s existencí firmy a počtem zaměstnanců, nejde už o úhradu za využívání veřejnoprávního vysílání, ale o další plošné zatížení podnikatelů,“ doplnil prezident KZPS ČR Jiří Horecký. **(tz)**

Festivalová ekonomika mění vinařství

Festivaly, koncerty, food festivaly nebo městské slavnosti dnes nejsou jen kulturní událostí, ale také složitou logistickou operací. Pořadatelé řeší bezpečnost návštěvníků, rychlost obsluhy, počet pracovníků za barem, množství odpadu i komfort lidí v areálu. Právě tyto požadavky začínají stále více ovlivňovat také podobu nápojového trhu. Vedle piva, limonád nebo ready-to-drink koktejlů se proto objevují produkty, které umožňují jednodušší manipulaci, rychlejší výdej a méně náročný servis. Tento trend postupně zasahuje i vinařství.

Při pohledu na nové produkty na trhu se často mluví o měnících se preferencích spotřebitelů. Neméně důležitou roli ale hrají samotní pořadatelé akcí. Zatímco návštěvník vidí koncert, festival nebo městskou slavnost jako několik hodin zábavy, organizátoři řeší stovky provozních detailů. Každá minuta strávená obsluhou jednoho zákazníka znamená delší fronty. „Každá složitější logistika zvyšuje náklady. Právě proto se pořadatelé stále více zajímají o formáty, které umožňují rychlý výdej a minimální nároky na obsluhu. Zatímco dříve bylo běžné otvírat lahve vína a přelévát jejich obsah do plastových kelímků, dnešní provozovatelé akcí stále častěji hledají jednodušší řešení. Důvodem není pouze rychlost, ale také efektivita celého provozu,“ řekl Miroslav Majer ze ZWG.Wine.

Podobný vývoj je dobře vidět napříč celým nápojovým trhem. Velký růst zaznamenaly v posledních letech ready-to-drink koktejly, gin toniky, rumy a koly v plechovkách nebo různé varianty spritzů. Jejich úspěch nestojí pouze na chuti nebo marketingu. „Rozhodli jsme se na tento trend reagovat a nedávno uvedli naše první víno v plechovce o objemu 0,25 litru,“ uvedl Karel Matula ze Znovín Znojmo. „Pořadatelé potřebují obsloužit tisíce lidí během krátkých časových úseků, například mezi jednotlivými vystoupeními. To vytváří tlak na zjednodušování celého provozu. Výsledkem je rostoucí význam produktů určených pro okamžitou spotřebu, označovaných jako grab and go. Všude se zvyšuje důraz na rychlost, praktičnost a mobilitu,“ sdělil Miroslav Majer. **(tz)**

Český institut pro akreditaci, o.p.s., má nového ředitele

Český institut pro akreditaci, o.p.s., národní akreditační orgán České republiky, oznámil změnu ve vedení organizace. S účinností od 1. července 2026 se funkce ředitele ČIA ujímá Ing. Pavel Nosek. Pavel Nosek přišel do čela organizace s dlouholetými zkušenostmi v akreditaci, řízení organizací a systému posuzování shody. Ve své nové funkci se zaměří zejména na další rozvoj akreditačního systému v České republice, podporu odborné úrovně akreditovaných subjektů a posilování mezinárodní spolupráce v rámci evropských a světových akreditačních struktur.

Správní rada ČIA současně poděkovala dosavadnímu řediteli Ing. Jiřímu Růžičkovi, MBA, Ph.D., za jeho práci při vedení ČIA a přínos k rozvoji českého akreditačního systému.

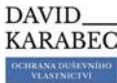
Český institut pro akreditaci, o.p.s., je národním akreditačním orgánem České republiky. Poskytuje služby v oblasti akreditace laboratorí, certifikačních, inspekčních, validačních a ověřovacích orgánů a dalších subjektů posuzování shody. Prostřednictvím akreditace přispívá k důvěře v odbornou způsobilost organizací a ke zvyšování kvality a bezpečnosti výrobků a služeb. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

partneři plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 28 let!