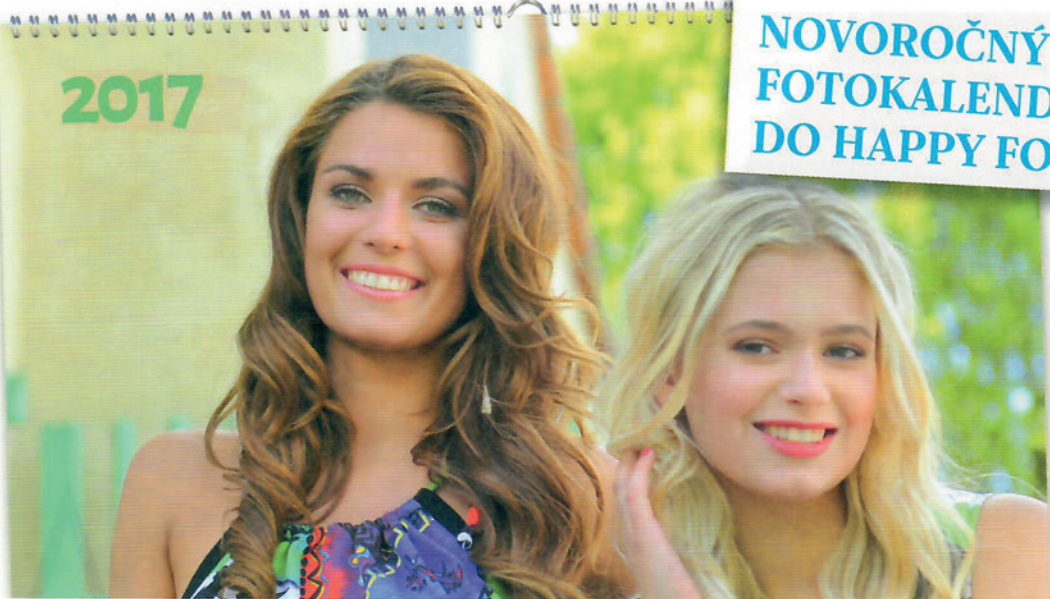


2017



BNVVF16000055

Novoročný kalendár s vlastnými fotografiami si môžete vytvoriť niekoľkými spôsobmi. Spoločnosť Happy Foto ponúka až tri – prostredníctvom programu HappyFoto-DESIGNER, online cez webový portál www.happyfoto.sk aj s novou aplikáciou HappyFoto-MOBILE. Kalendár môžete vyplniť fotografiami svojich blízkych, obrázkami z dovolenky, z rodinných osláv, rôznych spoločenských podujatí. Vizúaly dokážete spestriť výberom prednasta-

vených predlôch, pozadí, rôznymi efektmi aj komentármi. Na výber je niekoľko formátov. Pri nástenných kalendároch môže byť obraz rozložený na výšku alebo šírku vo veľkosti od formátu A5 až po Maxi - 50,0 x 35,4 cm. V ponuke sú aj stolové a plánovacie kalendáre. Kalendár sa vyrába digitálnou tlačou na kvalitný papier (250 g/qm). Doba spracovania sú 3 pracovné dni. Fotokalendár je vhodným osobným darčekom pre každú vekovú kategóriu.

Pracovať pre Heineken ma baví

K umeniu varenia piva a remeslu sládku ho priviedol otec. Holanďan Willem van Waesberghe pôsobí v spoločnosti HEINEKEN už viac ako 20 rokov. V súčasnosti je hlavným sládkom piva Heineken. Nedávno navštívil Bratislavu, aby ako predseda poroty spolumozdroval o víťazovi Národného Finále barmanskej súťaže Heineken Star Serve.

Ako by ste charakterizovali chuť piva Heineken?

Heineken má jemne horkú, vyváženú chuť s charakteristickou arómou s ovocnými tónmi, ale stále má aj originálne telo. Možno nie také hutné ako slovenské pívá, ale jeho chuťové vlastnosti sú vyvážené. Vďaka tomu je Heineken osviežujúcim pivom, ktoré sa ľahko pije.

Vychádza táto špecifická chuť z holandských tradícií?

Nemyslím si. Kvalita a chuť piva Heineken boli stále najdôležitejšie. Je populárne v 192 krajinách sveta a patrí medzi najkvalitnejšie produkty vo svojom segmente.

Gerarda Heinekenu označujete za priekopníka v pivovarníctve vďaka jeho vášni pre varenie piva. Pokladáte Heineken za najväčší

úspech v histórii piva?

Myslím, že má k tomu blízko. Keď Gerard Heineken začal s pivom, pripravil sotva 2 000 hektolitrov. O pár rokov vyhralo jeho pivo zlatú medailu na prestížnej súťaži v Paríži a od tej chvíle sa mu darí. V roku 1873 dal pivu svoje meno - Heineken Lager je stále vlajkovou loďou našej spoločnosti. Jej základom je kvalita a to, že je stále rovnako chutné.

V čom spočíva vaša práca hlavného sládku pivovaru?

Ako hlavný sládkok spoločnosti HEINEKEN, mám viacero zodpovedností. Dávam najmä pozor – aj z komerčného hľadiska – ,či sa zhodujeme v tom, čo hovoríme a čo vyrábame. Mám mnohých kolegov, ktorí mi s týmto pomáhajú, je to tímová práca.

Musí to byť náročné, cítiť takú zodpovednosť. Čo je pre vás najväčšou výzvou?

Udržať ľudí zapálených pre to, čo robíme v našej spoločnosti a uistiť sa, že sú pre svoju prácu zameraní. Každý deň, keď prídete do firmy, vidíte niečo, kvôli čomu ju máte radi. Pre mňa to je niečo, čo nazývam "zelená krá" alebo vašeň pre pivo a kvalitu.

Ako dosahujete to, aby bolo pivo rovnako chutné v každej krajine?

Tréningom

ľudí, ktorí ho pripravujú. Je dôležité mať dobrých ľudí. Potrebuje tiež istý druh zariadení, špeciálne pre Heineken sú to horizontálne tanky na fermentáciu. Musíte tiež kontrolovať, či sa pripravuje podľa receptu, ale vždy musíte skontrolovať výsledný produkt. Chuť piva ostáva stále tá istá. Každý hlavný sládkok v krajine kde sa vyrába pivo Heineken musí každý mesiac poslať do centrály vzorku piva na analýzu.

Pracujete pre HEINEKEN už viac ako 21 rokov. Prečo?

V jednej spoločnosti ostanete, ak vás to tam baví. Je to rodinná firma. Cítite v nej vašeň pre kvalitu. Mám pocit, že som súčasťou firmy majúcej isté hodnoty, ktoré rešpektujem. Má pekný produkt, pre ktorý som veľmi zapálený.



BNVVF16000055