

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

čtvrté
vydání
2005

AMBER
INTERIER



Další informace najdete na stranách 18 a 19.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Vtom, aj, opět začne se troubení: za kterýmž zvukem když jich mnoho běží, i já také, spatřím jakéhos, an krám rozkládaje, lidi k spatřování a kupování předivných tajemství nabízí, kteráž pry z pokladů nové filozofie vzata jsou a všechněm tajné moudrosti žádostivým zadosti učiní. I byla radost, že tu již svatě Růžové bratrstvo zjevně se a štědře poklady svými zděluje; přistupovali a kupovali mnozí. Všecko pak to, což se prodávalo, zavinité bylo v škatulích, kteréž malované byly a s všelijakými pěknými nápisy: Porta sapientiae; Fortalitium scientiae; Gymnasium universitatis; Bonum macro-micro-cosmicum; Harmonia utriusque cosmi; Christiano-ca-balisticum; Antrum naturae; Arx primaterialis; Divino-magicum; Tertrinum catholicum; Pyramis triumphalis; Hallelujah, etc.¹ Každému pak, kdo kupoval, zapovědělo se odvírati. Nebo tajné té moudrosti že taková jest moc, že pronikáním operuje: ale kdyby se odevřela, že by vypáchla. Nicméně všetečnější někteří nezdrželi se, aby odevřiti neměli: a nalezše škatule své naprosto prázdne, ukazovali jiným; kteříž když také své zodvírali, nenašel žádný nic. I křičeli: „Podvod, podvod,“ a zůřivě člověku tomu mluvili: ale on je pokojil, to nejtajnější tajemství býti pravě, že věci ty, kromě Filiis scientiae², nespatriředlné jsou, čehož jednomu z tisíce že se nedostává, on že tím vinen není.

Jan Amos Komenský,
Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1624

¹tituly, které jsou převzaty z tehdejší literatury roskrucianské, alchymistické, teosofické atd.: Brána moudrosti, Tvrz vědění, Učiliště všekerenstva, Dobro makrokosmu i mikrokosmu (velkého i malého světa), Souzvuk obojího světa, Úvod do křesťanské kabaly (tajné nauky, pův. židovské), Jeskyně přírody, Hrad prahmoty, Úvod do božské magie, Trojnásobná trojice obecná, Pyramida vítězoslavná, Aleluja atd. ²působí přes obal nebo pouzdra krabic ³synům vědy

I byla radost, že tu již svatě Růžové bratrstvo zjevně se a štědře poklady svými zděluje

Ústřední téma čtvrtého vydání Všudybylu 2005 je: „Před hlavní turistickou sezonou“. V této etapě se ale Česko nachází nejen na jaře roku 2005. Všechna možná bratrstva, co se jich u nás lepší ke korýtkům, víceméně úspěšně prodávají svá moudra žádostivým. Ale to je tak

všechno. Nerealizované stamiliardy korun inkasa z cestovního ruchu, zahraničního i domácího, se však v globalizovaném světě neztrácí. Pouze jsou inkasovány jinde, než v Česku. V konkurenčních destinacích. A mohlo by být hůř. To, že je Česko před svou hlavní turistickou sezonou, je rozhodně lepší zpráva, kdyby mělo po ní.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu



Jít iniciativám naproti 6



URBIS 2005 7



Solventní zákazníci přímo pod nos 8-9



Turista za obyčejné věci utratí mnohem víc 10-11



Club Hotel Praha 12-13

Úsměv pro Prahu 14-16



Kavárna Bon café 17



Praha, hlavní cenu v Lyonu 17



Novoměstský pivovar 17

Svoje „pelíšky“ si teprve budujeme 18-19



Zvěřinové hody Ligy pro cestovní ruch 20-21

Templářské sklepy 20-21



Lesy Hluboká 20-21

Pro Happyland je VIP klientem každý 22-23



Slavnostní večer 24-25

Exotická dovolená láká stále víc 24-25



DPH je nekonečný příběh 26

ISO 9001:2001 pro Canarii Travel 26



A přeče se točí! 26

Pod náporu cestování žiznicích 26



Helena Vondráčková Happylandu 26

Nejúspěšnější prodejci Čedoku 26



Večer Ivího klubu Praha Orel 27

Nick Page obdivoval pražské letiště 27



Zlatý pohár PIVEX - pivo 2005 28-29

Čas pro váš dům 30-31



Recepce na Wilhelmstrasse 44 32



Takový byl ITB 2005 33



Čína ocenila Slovensko 33

Destinační management v praxi 34



Pltníci na Dunajci 35

Ve znamení Kozoroha 6 36



všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází v nákladu 10 000 ks.

Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc
Chalabalova 1605/17, 155 00 Praha 13
mobil: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906
e-mail: kainc@chello.cz

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o.,
Dornych 47, 617 00 Brno

Tisk: Gaspro Zlín

Za obsah inzerátů, P.R. článků a autorská práva k nim zodpovídají jejich zadavatelé.

*Jestliže je Úterý,
pak musíme být v Plzeňském kraji...
parafráze na dané téma*



Jít iniciativám naproti, ne je vytvářet

Rozhovor s hejtnanem Plzeňského kraje MUDr. Petrem Zimmermannem jsem zahájil konstatováním, že Plzeňský kraj, jemuž jméno propůjčilo rodné město mého otce, je až neskutečně malebný. Od klostermannovských šumavských hvozdů přes folklórně živé Chodsko, Klatovy s pověstnou Černou věží a mumiemi, rybník Babylon po nejbližší okolí Plzně pro mne osobně spojené s prázdninovým koupáním na „Boleváku“ nebo nekoupáním pod hradem Buben, kde má Mže díky Hracholuské přehradě trvale ledovatou vodu, až po další malebná údolí a rokle od Plzně na západ směrem na Bezdruzice a Konstantinovy Lázně. Zkrátka, je tady nádherně.



MUDr. Petr Zimmermann

losti s cestovním ruchem se toho hodně namluvilo o dotačních programech. Nejdříve českých, teď evropských. Téměř se na tom vytvořil samostatný druh byznysu. Ovšem opravdové počiny v tomto odvětví, které se v kraji odehrály, byly (a jsem tomu rád) ryze soukromé. Vznikly na základě iniciativ jednotlivců, fyzických či právnických osob. Ti měli dobrý nápad a byli schopni jej realizovat bez ohledu na podpory resp. nepodpory ze strany státu

či veřejné sféry. Např. kongresový a golfový resort v Darové – Darovanský dvůr, který pan doktor Sinkule a jeho rodina vytvořili ze statku vráceného v restituci. Nedávno tam byl velmi citlivě dostavěn hotel, který je na špičkové úrovni. Pan doktor sice žádal o peníze z programu SAPARD, rovněž NUTSová komise našeho dvojkrají Plzeňského kraje a Jihočeského kraje jeho projekt doporučila, avšak v Praze byl projekt zamítnut. Pan doktor jej přesto zrealizoval a hotel funguje nad očekávání. Darovanský dvůr je místem, které nejen jako golfový a kongresový resort či agroturistická farma – orientovaná především na koně a hipoterapii – stojí za návštěvu. Dalším příkladem je hotel Modrava v Modravě, který mám rád. Nebo zrekonstruovaná Klostermannova chata na Modravě – někdejší chata Klubu českých turistů. Nějaký čas patřila Škodovce, pak přešla do vlastnictví pana Soudka a zůstala rodinně Soudkových. Ta ji citlivě opravila. Je z ní nádherný šumavský hotýlek, který rovněž stojí za návštěvu. Určitě bychom našli řadu dalších penzionů, jako např. v Zahradce u Nopomuku. U takovýchto projektů bych byl rád, kdyby veřejná správa, např. kraj, mohla pomoci, protože by to určitě nebyly vyhozené peníze.

Konstantinovy Lázně jsou jedinými lázněmi Plzeňského kraje a my si jich velmi považujeme. Byť jsou malé a skryté, začínají rozkvět. Souhlasím s vámi, že krajina kolem Konstantinek je krásná; Úterský potok, Hadovka, romantická zřícenina hradu Gutštejna. Nejsou to ale místa mého mládí. Ty jsem trávil kolem Nepomuku. A je to drsnější krajina. Možná proto, že byla československým pohraničím, kterým se posuňovaly dějiny a s nimi obyvatelé. Nicméně Plzeňský kraj jako celek ožívá, a to i v oblasti podnikatelských aktivit cestovního ruchu.

Jak vnímáte cestovní ruch?

Pojem „cestovní ruch“ vzbuzuje v České republice mnohá očekávání. Od vzniku Plzeňského kraje jsou do něj vkládány velké naděje. Jsem přesvědčen, že oprávněné. Zůstávám však realistou. Ukazuje se, že soukromá iniciativa je základem úspěchu všude, tedy i v cestovním ruchu. V souvis-



Cestovní ruch je odvětví se synergickým dopadem na životní úroveň všech obyvatel. Nicméně ale je podnikatelským odvětvím jako kterékoli jiné, které dokáže v desetimiliardových obrazech ročně (v euro) generovat zahraniční inkaso. Jaká je podle vás role politiků při vytváření prostředí, aby se tomuto odvětví dařilo?

Nepřekážet lidem v životě a podnikání. V jejich nápadech a v realizaci těchto nápadů. Pokud by se tohoto, pro někoho možná minimalistického hesla politici drželi, tak by se v České republice žilo lépe. Jsem přesvědčen, že ideální stav by byl, kdyby lidé politiky a politiku potřebovali co nejméně. Kdyby poměry byly natolik stabilizované, aby lidé věděli, s čím mohou počítat. Jaké platí zákony a normy pro chování a jednání atd. Bohužel dnešní záplava zákonů a podzákoných norem je taková, že nikdo v tomto státě nejen že je nezná, ale ani je všechny nečetl. A to vede k účelovému výkladu práva. Navíc se zdá, že každý nový zákon či vyhláška, které v posledních letech spatřily světlo světa, jsou horší než ty před tím. V praxi často nenaplnitelné. Nenaplnějí je ani státní instituce. Z hlediska velké politiky by to chtělo právní inventuru a zjednodušení právního prostředí.



To je první věc. Asi by to chtělo i určitou inventuru v soudnictví – zrychlení vymahatelnosti práva. Lidé nadávají na poměry, které svou činností sami vytvářejí. A to platí i o politice, podnikání a jiných věcech. Takže my v Plzeňském kraji se snažíme držet toho, že svou činnost nechceme vytvářet další právní předpisy. Nechceme se lidem plést do života a podnikání. Nemáme ambici, aby na každý nápad, který chtějí realizovat, potřebovali dobrozdání a razítko krajského úřadu. Na druhé straně máme zpracovány některé základní záměry, a to i v oblasti cestovního ruchu. To proto, abychom znali stav v kraji, mohli odhadovat trendy a jít těmto trendům a reálnému životu vstříci. Jít iniciativám naproti, ne je vytvářet. Veřejná správa by neměla suplovat podnikání, protože každá správa má tendenci k rozpínavosti. Obdobně jako plyn má tendenci vyplnit veškerý prostor, kam je vpuštěna.

>>> www.kr-plzensky.cz



URBIS 2005

města, obce a regiony zblízka



URBIS je projekt,

který se pravidelně představuje v rámci Stavebních veletrhů Brno. Tento veletržní komplex je mezinárodním setkáním vystavovatelů ze všech možných oblastí stavebního průmyslu a současně také nevyčerpatelným zdrojem informací, kontaktů a inspirace pro širokou veřejnost. Konkrétně URBIS přivádí na jedno místo nabídku aktuálních potřeb a možností municipální sféry a poptávku investorů. Představitelé měst a obcí mohou na veletrhu ve dnech 19. - 23. dubna prezentovat potenciální investiční příležitosti a spolu s investory hledat ideální řešení projektů.

Public Private Partnership

Veletrh letos mj. velice podrobně představí principy programu „Public Private Partnership“ (PPP), který je založen na partnerství veřejného a soukromého sektoru. Tato doprovodná akce, které je věnován jeden celodenní blok seminářů, je připravována v úzké spolupráci s Asociací PPP. Uskuteční se na prezentačním molu v pavilonu V, které bude ústředním bodem všech doprovodných aktivit veletrhu URBIS. Po celou dobu trvání veletrhů zde budou za účasti VIP hostů v rámci dalších akcí prezentovány cenné informace a zkušenosti z oblasti komunální politiky,

správy obecního majetku, inovací a technologií v regionálním rozvoji, financování a realizace projektů nebo související legislativy.

Katalog investičních příležitostí

K letošním novinkám veletrhu patří také unikátní publikace obsahující investiční příležitosti v krajích, městech a obcích České republiky. Katalog investičních příležitostí představí potenciálním investorům 11 krajů vč. hlavního města Prahy a 150 investičních zón z 87 měst a obcí. Katalog bude v prodeji výhradně pro návštěvníky veletrhu.

Demografické stárnutí populace

Současně s doprovodným programem veletrhu URBIS se v Brně uskuteční mezinárodní konference o připravenosti evropské společnosti na demografické stárnutí populace. Akci v Brně pořádá občanské sdružení EUROSTUDY. Úvodní slovo na konferenci přednese komisař Evropské unie pro sociální politiku a zaměstnanost PhDr. Vladimír Špidla, jehož tým v těchto dnech dokončuje přípravu tzv. Zelené



knihy zabývající se demografickým stárnutím.

Praha poprvé v historii

Poprvé v historii veletrhu URBIS je mezi vystavujícími městy Praha. Brněnské výstaviště by při této příležitosti měl navštívit také praž-

ský primátor Pavel Bém. Tradiční součástí veletrhu URBIS zůstává Kongres starostů a primátorů ČR, tématem desátého ročníku bude přímá volba starostů. Pro odbornou veřejnost i řadové návštěvníky jsou určeny ukázky protipovodňových opatření, které pořádá Česká protipovodňová asociace v bazénu mezi pavilony Z a G1.

Pravé místo, správné vize

Veletrh investičních příležitostí URBIS 2005 je zkrátka tím pravým místem, kde hledat ty správné vize a nápady, vhodné partnery a řešení, která fungují nejen ve světě, ale i u nás. **Pokud vás letošní alespoň částečně nastíněná nabídka zaujala, nezapomeňte navštívit brněnské výstaviště ve dnech 19. až 23. dubna.**

>> www.bvv.cz/urbis

Stavíte? Stavte se!

URBIS – Fórum investičních příležitostí Technologie a zařízení pro města a obce

Zaškrtněte si , co vás zajímá, abyste na něco nezapomněli.
Na brněnském výstavišti 2005 totiž najdete úplně všechno...

- investiční příležitosti měst a obcí
- technologie a zařízení pro města a obce
- development
- realitní kanceláře
- investoři
- finanční instituce
- Private Public Partnership
- svazy a komory
- koncepce bytové politiky ČR
- využití evropských strukturálních fondů



19.-23. 4. 2005

www.bvv.cz/urbis



Solventní zákazníci přímo pod nos

Rozhovor s předsedou představenstva Svazu českých a moravských výrobních družstev Janem Wiesnerem jsem začal úvahou nad názvem této instituce. Když jsem totiž v budově, kde svaz sídlí, pracoval jako samostatný odborný referent – specialista pro lidově uměleckou výrobu a umělecká řemesla, jmenovala se ta instituce Český svaz výrobních družstev a zřejmě nikdo nepochyboval, že je svazem



Jan Wiesner

výrobních družstev po celé České republice. Tedy nejen v české kotlině, ale i ve Slezsku a na Moravě. Stávající státní znak sice obsahuje dva české lvy (údajně proto, aby byl graficky vyvážen) a dvě orlice. Jednu však slezskou a druhou moravskou. Na Slezsko jste ale v názvu vašeho svazu jaksi pozapomněli...

V názvu možná. Nicméně děláme vše pro to, abychom myšlenku výrobního družstevnictví prosazovali na území celé České republiky. Tedy i v historicky a národopisně svébytném Slezsku. V Ostravě máme pobočku, abychom zde mohli intenzivně jednat s tamními institucemi. Tzn. úřady práce, s Hospodářskou komorou Moravskoslezského kraje a dalšími, a mj. tak podporovat vznik nových výrobních družstev. Tato právní forma totiž účinně napomáhá iniciativě lidí chápat se podnikatelských příležitostí a vytvářet nová zaměstnanecká místa, a to i pro sociálně a zdravotně handicapované spoluobčany. Nejúčinnější pomoc regionům tvrdě stíženým restrukturalizací průmyslu je totiž ta, kterou si tamní obyvatelé dokáží trvale poskytovat sami. Zkrátka: pomoz si sám a bude ti pomoheno, což je ve své podstatě i dvouseťletým filozofickým odkazem lidí, kteří začali vytvářet první družstevní firmy, aby mohli úspěšně konkurovat na trhu práce a podnikání. V tomto se vracíme ke kořenům stošedesátileté historie družstevnictví v našich zemích, Slezsko nevyjímaje.

Blahoslavení ale mají družstevnictví, obdobně jako např. Svátek práce, spojeno se Sovětským svazem. Nicméně kolébku obého jsou Spojené státy americké. A co se týče idey družstevnictví, jedná se zejména o tendenci účinně se postarat sám o sebe a zabezpečit rodinu.

Dovolil bych si s tebou nesouhlasit. Jsem přesvědčen, že spousta lidí ví, že družstevnictví není

výplodem komunistického režimu. Že vznikalo s nástupem kapitalismu, který se, a to i formou družstevního podnikání, vypořádával s předchozí érou a prosazoval v nově nastupujícím tržním prostředí. Nejen historie, ale i současnost na celém světě ilustruje, že družstevnictví je velmi rozšířenou a velmi životaschopnou formou podnikání nejen v USA, ale i v Itálii, ve Španělsku, Francii či Velké Británii. Má

perspektivu. Základem ekonomické a především sociální stability vyspělých států včetně USA je totiž rozložení hospodářských rizik na statisíce podnikajících subjektů. Stojí na iniciativách živnostníků, družstevníků, na obrovském množství středně velkých i malých rodinných podniků. Určitě ne na přesvědčování lidí, že se za ně o ně kdosi postará, na kolektivistické demagogii, ale na tom, že je jim dán prostor nezatěžovat (naopak svými daněmi podporovat) stát.

A jaké jsou důsledky jednostranné hospodářské orientace státu na velkovýrobu, na tzv. klíčový průmysl? To je svým způsobem koledováním si o problém, což ilustruje nejenom restrukturalizace těžkého průmyslu ve Slezsku, ale i ve spolkových zemích Německa, ve Francii, Velké Británii a v mnoha dalších vyspělých státech. Bohužel, současný český stát pokud lidem osobní iniciativu vyložené nebere, pak k ní nepřispívá. Stále jakoby sází na podporu gigantů. Navíc za peníze těch, kterým tu (zdá se) nikdo nikdy nejenže neposkytne daňové prázdniny, ale naopak čím dál více jim komplikuje podnikání. Restrukturalizace hospodářství totiž téměř neřešitelně ochromuje národní hospodářství všude tam, kde je lidem brána iniciativa. Kde vlády upřednostňují firmy s mnoha tisíci zaměstnanci na úkor mnoha tisíc podnikatelských subjektů. Takže i z tohoto

důvodu se Svaz českých a moravských výrobních družstev tolik angažuje v regionech s vysokou mírou nezaměstnanosti, a chceš-li to slyšet, tedy i ve Slezsku.

Jaké jsou podle tebe přednosti družstevní formy podnikání v České republice?

Určitě mezi ně bude patřit jednodušší zakládání družstevní firmy, protože je třeba, aby se sešlo pět členů nebo aby tam byl člen plus dvě právnické osoby. Přednosti jsou i v majetkoprávních vztazích a ve způsobu řízení. Členové družstva mají větší možnosti, větší pravomoci, a pakliže se ve vedení firmy sejde dobrá parta, je to vidět. To ostatně ilustruje drtivá většina podniků sdružených ve Svazu českých a moravských výrobních družstev (o řadě z nich jsi již ve Všudybylu psal, a to i v souvislosti s jejich oceňováním v rámci „Českých 100 nejlepších“ na Pražském hradě apod.). Jinak se domnívám, že se družstevní forma moc neliší od ostatních forem podnikání.

Jakou roli v českém výrobním družstevnictví hraje Svaz českých a moravských výrobních družstev?

Družstva jsou samostatnými subjekty a my jejich servisní organizací. Zajišťujeme pro ně školení, zejména co se týče zákonných norem a vyhlášek, a že těch je v české legislativě sakra dost. Poskytujeme jim právní servis, poradenství v oblasti marketingu, pomáháme s účastmi na veletrzích, s organizováním kontraktčních jednání aj. Samozřejmě, je-li nám členským subjektem delegována pravomoc, pak jej zastupujeme. Má-li která z členských firem problém např. se státní správou, s ministerstvy a dalšími úřady, tak za ni vyjednáваме. Ostatně už proto, že posláním výrobních družstev je vyrábět, a ne trávit čas po úřadech. Svaz českých a moravských výrobních družstev je zapojen v rámci Hospodářské komory České republiky, Svazu průmyslu ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů a dalších podnikatelských



struktur. I tam se snažíme tlačit na to, aby se podnikatelské prostředí v Česku podstatným způsobem zlepšilo. Čili jsme i v řadě vládních či vrcholových komisí včetně tripartity. Ale jde to velmi těžce...

No, a už jsi mi odpověděl, aniž jsem se tě ptal. Tak aspoň řečnickou otázkou: Proč?

Protože zde vždycky působila značná nestabilita umocňovaná častým střídáním na vrcholových resortních postech, na ministerstvech,



Jak vnímáš cestovní ruch?

Jako sféru trvale udržitelného hospodářského rozvoje výrazně přispívající k sociální stabilitě státu. Bohužel odvětví českého cestovního ruchu není rozvinuto tak, jak by mohlo a mělo být v roce 2005. Na našem území ubývá klasických výrob na úkor importů. Dálší výhled expanduje. Prostě to tak je a bude, protože asijské firmy dokáží srovnatelnou kvalitu produkovat při výrazně nižších nákladech. V zájmu obyvatel Česka i samotného státu je proto třeba využívat



certifikován a úroveň jeho řízení srovnatelná nebo lepší než u konkurence. V tomto se podařilo udělat řadu prospěšných kroků a mnohá členská družstva, která dnes exportují nebo vyrábějí komponenty pro firmy se zahraniční účastí, jsou na světové úrovni, což je zřejmě i z jejich hospodářských výsledků.

Svaz českých a moravských výrobních družstev dělá řadu kroků ve prospěch obtížně zaměstnatelných skupin lidí - invalidních spoluobčanů atd.

Ano, před dvěma lety jsme na toto téma organizovali konferenci. Jsme zapojeni do evropských struktur v rámci evropského sdružení CECOP se sídlem v Bruselu, které má přímé napojení na Evropskou komisi. CECOP se snaží dát dohromady zásady pro vytváření sociálních podniků v Evropě. První vznikly v Itálii a Francii a bylo doporučeno, aby členské země svoji legislativu upravily podle jejich příkladu. Pracujeme na tom zhruba pět let. Vytvořili jsme projekty, které by v průběhu dvou let měly vstoupit do života. Patnáct let jsme zapojeni jak v evropských, tak v celosvětových

strukturách. V Mezinárodním družstevním svazu. Česko v nich má poměrně silné postavení, poněvadž jsme v představenstvech obou organizací a ovlivňujeme směrování spolupráce.

ve vládě apod. Získat někoho pro nějakou myšlenku je otázkou času, aby mu bylo možné předložit argumenty, vysvětlit, co je potřeba udělat atd. Bohužel, velmi často, když už dospíváme k finále a z vyjednávání by mohl být přínos pro praxi, je daný člověk vystřídán nebo dojde ke změnám a celý sisyfovský proces je nutno absolvovat znovu. I když se dílčí kroky daří, tlačíme tak balvan opakovaně řešených problémů řadu a řadu let.



Jaký je celkový obrat členských subjektů Svazu českých a moravských výrobních družstev?

Kolem čtyřicet miliard korun, z čehož je jedna čtvrtina export. Logicky. Český trh je malý, firmy mají zájem exportovat, a my se jim v tom snažíme co nejúčinněji sekundovat. Už několik let před květnem 2004 jsme jim pomáhali připravovat se na vstup do Evropské unie, na nové podmínky, v nichž je obrovskou konkurenční výhodou, je-li podnik

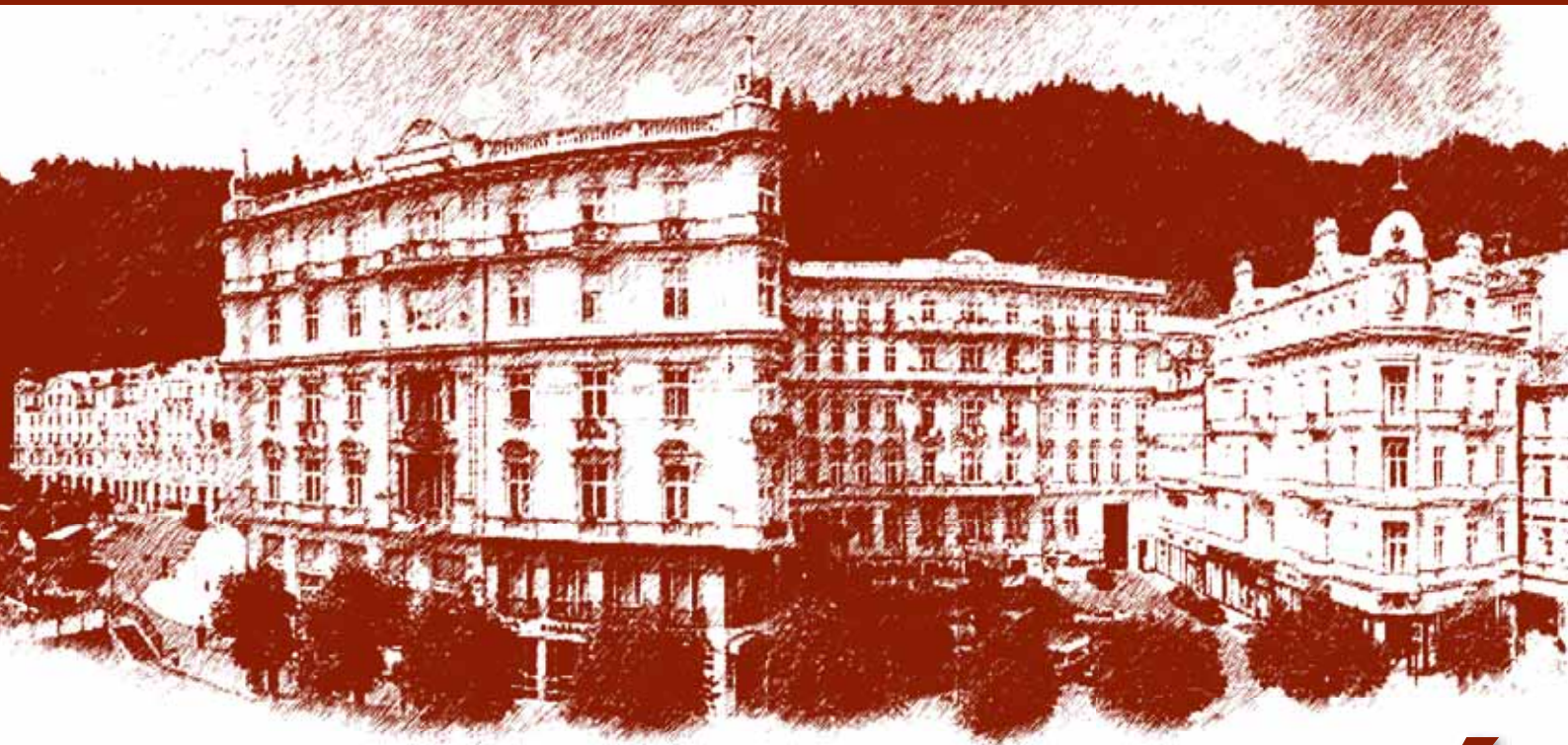


toho, že je naše země krásná. Že má spousty nádherných přírodních scenérií, architektonických a kulturních památek atd., a ubývání práce v klasických výrobních oborech kompenzovat v oblasti služeb.

No a cestovní ruch je sférou, která národním ekonomikám umí generovat výraznou vysoce solventní poptávku. Tady je v České republice velký prostor, a je třeba v tom skutečně cosi dělat. I my se snažíme a budeme snažit, aby byly více využívány možnosti spojené s rozvojem cestovního ruchu. Aby členské firmy Svazu českých a moravských výrobních družstev mohly svými výrobními a službovými činnostmi v daleko větší míře participovat na jeho hospodářských přínosech. Lidí je třeba smysluplně zaměstnat, a cestovní ruch je oblastí, která jim může „až přímo pod nos“ dodávat solventní zákazníky.

>> www.scmvd.cz





Turista za obyčejné věci **Utratí mnohem víc**



Roman Vacho

Karlovy Vary jsou jedním z hlavních center cestovního ruchu Česka. Grandhotel Pupp pak jedním z nejrenomovanějších hotelů. A tak jsem se vydal za jeho generálním ředitelem panem Romanem Vacho, abychom pohovořili na téma „Česká republika coby česká věc veřejná“ před hlavní turistickou sezonou. Ale nejenom před touto letní sezonou roku 2005, ale vůbec, protože snahy využívat přínosů průmyslu cestovního ruchu ve veřejném zájmu jsou zatím marginální.

Asi tak... Vlády, které se u nás po listopadu 1989 střídaly, pokud něco proklamovaly, pak pouze (a to ještě nesměle), že nějaký cestovní ruch existuje. Navíc především jako oblast vyvážející české občany a jejich peníze do zahraničí. Viz zákon č. 159/1999 Sb. Český cestovní ruch jako hospodářské odvětví, byť se do značné míry jedná o zahraniční obchod, si vždy musel pomáhat sám. Jsem proto přesvědčen, že to lidé pracující v českém cestovním ruchu dělají dobře. Nicméně cestovní ruch je v každé zemi věcí výsostně veřejnou – jaké mínění o dané zemi, taková obliba a návštěvnost domácích a zahraničních turistů. Rád bych věřil, že i u nás dochází k jistému posunu – zejména v myšlení lidí. Že přístupy příštích vlád přispějí k tomu, aby podnikatelské subjekty cestovního ruchu mohly své služby poskytovat daleko většímu počtu zákazníků, vytvářet daleko víc pracovních míst apod. Že nejširší vrstvy obyvatel budou v daleko větší míře těžit z ekonomických a sociálně prospěšných synergií cestovního ruchu. A to že až nastane, bude teprve opravdovým vstupem České republiky do hlavní turistické sezony.

To, co se prostřednictvím Všudybylu a dalších aktivit snažím dělat, je osvěta, že cestovní ruch je věcí veřejnou už proto, že český průmysl cestovního ruchu má obrovský a doposud nečerpaný potenciál výrazně zvýšit životní úroveň obyvatel Česka. Služby cestovního ruchu by totiž pro Česko mohly být nevyčerpatelným zdrojem bohatství a blahobytu, a to i blahobytu těch našich spoluobčanů, kteří, ač jim v tom objektivně nic nebrání, nikdy nikde pracovat nebudou, či dokonce i pro ty, kteří programově české ekonomice škodí. „Zakopaný pes“ je v absenci společenské poptávky každého jednoho obyvatele Česka, aby na něj nebo za něj český průmysl cestovního ruchu vydělával.

Tady je opravdu obrovský prostor vysvětlovat, že cestovní ruch není jenom o cestování, dovolené u moře či na horách. Že cestovní ruch není pouze věcí hoteliérů, restaurátérů, dopravců, kongresových a incomingových agentur apod. Pokud se nad tím kdo seriózně zamyslí, musí přijít na to, že už teď v současném Česku je na resortu cestovního ruchu existenčně nabaleno obrovské množství pracovních míst lidí, kteří se pravděpodobně ani necítí být jeho součástí. Diskusi na toto téma jsme nedávno vedli v rámci jednání podnikatelů u nás v Karlových Va-

rech, kde mj. bylo kýmisi řečeno: „Vždyť cestovní ruch zaměstnává pouze X lidí.“ A my argumentovali tím: „Uvědomme si, že pro cestovní ruch tady v Karlových Varech pracují prádelny, čistírny, umělecká řemesla, porcelánky, stavební firmy, pekaři, uzenáři, řezníci, řidiči autobusů, letecké společnosti, že díky karlovarskému cestovnímu ruchu mají práci i další obory. Prodavači v obchodech, uvaděčky v divadle atd. Cestovní ruch není jenom hotel, hospoda a cestovní agentura. Je to obrovské množství lidí, kteří svými službami a zbožím na cestovním ruchu participují.“

Zmínil jsi aspekt zaměstnanosti. Já bych dodal, že už sama přítomnost solventních spotřebitelů je výrazným generátorem podnikatelských příležitostí. Každá podnikatelská činnost potřebuje zákazníka. Díky charakteru cestovního ruchu turista, lázeňský či kongresový host či osoba na služební cestě přijíždí nakupovat obdobně obyčejné služby jako lidé v daném místě trvale usazení. Ale za neobyčejné ceny! Deseti až stonásobně vyšší! Když kdysi do Salcburku tamní radní zakázali vjezd turistických autobusů, a díky tomu došlo k rapidnímu útlumu návštěvnosti, zjistili nejen to, že jim pokleslo inkaso z cestovního ruchu, ale že např. mlékárny nemají pro koho vyskládkovat jogurt atd.

To jsou věci, nad kterými naši ekonomičtí stratégové asi doposud moc neuvažovali. Aby mohl být cestovní ruch viděn v tomto světle, měl by se opírat o věrohodné statistické údaje. A ty nejsou. Navíc, pokud v Česku hovoříme o turistech, zpravidla tím míníme zahraniční. Ale ekonomicky výraznou kapitolou jsou i domácí turisté – obyvatelé Česka. V dnešním globálním světě

GRANDHOTEL
PUPP

už nesejde na tom, zda jsou peníze generovány z domácích zdrojů nebo zahraničních. Peníze jsou jedny. A i zde dochází pro Česko k blahodárnému posunu, co se týče místa trávení dovolených a odpočinku. Také domácí turista za obvyčejné věci (např. i na výletě) utratí mnohem víc peněz než neturista.

Hovoříme spolu v ředitelské kanceláři Gradhotelu Pupp. Ze zarámovaných fotografií se na mne dívá řada celebrit, pro něž byl Gradhotel Pupp po nějaký čas domovem. V této souvislosti mne napadá, jaká byla jeho 303. a jaká bude 304. sezona?



Porovnávat sezony Gradhotelu Pupp je složité, protože tři sta let je strašně dlouhá doba. I za mnohem kratší časové úseky je třeba průběžně investovat, rekonstruovat, renovovat... Gradhotel Pupp momentálně prochází rekonstrukcí. Loňskou a letošní zimní sezonu jsme využili k uzavření Parkohotelu. Tím je výrazně ovlivněno porovnávání loňské 303. sezony Gradhotelu Pupp s 302. předloňskou sezonou. V obsazenosti jsme o trochu nižší, i když výnosy v roce 2004 dosáhly stejné úrovně jako v roce 2003. Nevím sice, jestli se mnou bude majitel souhlasit, ale vzhledem k tomu, že jsme

pane správce. Ještě to s vámi zkusíme...“

„Ano, s naším státem si zkusíme ještě hodně...“ Ale teď vážně. Stát už prostřednictvím České centrály cestovního ruchu dělá výraznější kroky v tom, aby byla stanovena koncepce. Cestovní ruch není zemědělství. Nepotřebujeme přímé dotace na činnost, abychom se užívali. Je třeba, aby svět věděl a uznával, že Česká republika má X pilířů cestovního ruchu, ať už je to lázeňství, kongresová turistika, hipoturistika, cykloturistika, obrovský kulturní a historický odkaz atd. Od státu potřebujeme „pouze“ to, aby propagoval sebe sama. Protože když Česká republika (jak ty říkáš česká



měli půl roku zavřeno podstatnou část hotelu, vnímám to jako dobrý výsledek. V nákladech je to o to zajímavější, že celou nákladnou rekonstrukci dvaapadesáti pokojů provádíme z vlastních zdrojů, bez koruny úvěru.

S čím ale nejsme v Karlových Varech spokojeni, je výrazný pokles individuální německé klientely. Ekonomická situace v Německu není nejružovější a jistě má dopad i na rozhodování tamních občanů, jestli zůstanou doma nebo si vyrazí do světa. Jsme zvědaví, zdali rok 2005 přinese Německu ekonomické oživení a tradiční klientela se nám začne vracet.



šéfkuchaře. Díky tomuto filmu budou Karlovy Vary i Grandhotel Pupp brzy propagovány po celém světě.

Až koncem roku 2005. Takovéto natáčení je jednou z možných forem účinné propagace. Navíc se nám po dlouhých jednáních s producenty z Paramount Pictures (kteří jsou natáčení v Karlových Varech rovněž přítomni) podařilo prosadit, že ve filmu se hotel bude jmenovat tak, jak se jmenuje. Tedy že se celé dění bude odehrávat v Grandhotelu Pupp a v Karlových Varech. Chápeme to jako veliký marketingový úspěch. Pochopitelně, v propagaci města Karlovy Vary a našeho hotelu nám svým uměním výrazně pomůže i pan Gérard Depardieu, který má po dobu dvou měsíců natáčení v Grandhotelu Pupp angažmá coby šéfkuchař.

A umí vařit?

Na toto téma jsme se spolu u skleničky vína bavili několikrát. Pan Depardieu je majitelem dvou pařížských restaurací. A když pry k němu do podniku zajdou dobří kamarádi, jde do kuchyně a jídlo jim připravuje osobně.

>> www.pupp.cz

Zajímavý okruh činností mezi zajímavými lidmi

Club Hotel Praha mám rád už proto, že jsem celý život sportoval a pro zajímavý okruh činností mezi zajímavými lidmi. Potkávám tu spousty známých sportovců, vrstevníků i mladších. Dělá mi radost i personálem. Jakýkoliv hotel, kdyby byl i ze zlata, pokud nemá proklientsky laděný lidský potenciál, je bezduchou budovou. Povedlo se zde stabilizovat tým kreativních lidí. Není pochyb o tom, že sem chodí do práce. Ale nejdou s tím: „Co zas tam na mne čeká nepřijemného...“ A nemám na mysli pracovně, protože každá práce obsahuje prvky příjemna i nepříjemna. Chci říci, že se v Club Hotelu Praha dali dohromady lidé, kteří (dovolím si tvrdit) nemají nepříjemné pocity, když se vzájemně potkají. To je po vztahové stránce to nejdůležitější, co může v zaměstnání být.

Karel Pech – majitel hotelu

Club Hotel Praha pro mne není jen pracovním místem, ale osobní srdeční záležitostí. Úspěšné ekonomické výsledky jsou předpokladem fungování firmy. Tady vyznámám výhradně týmovou práci s přímou účastí odpovědných pracovníků na výsledcích firmy. Pokud se lidé těší do práce a vědí, že je adekvátním způsobem ohodnocena, je jejich zaměstnavatelská firma zdravá a dává jim perspektivu. V našem oboru – hotelnictví, kongresové turistice a sportovní relaxačních aktivitách by se směrem ke klientům nemělo jednat pouze o čistě obchodní vztah. Pan Svatopluk Rejthar, manažer sportcentra, který je tady již patnáct let, si ke stálým klientům vytvořil osobní přátelský vztah a oni k němu též. A my, kteří jsme tady kratší dobu, se snažíme o totéž. Komunikace totiž výrazně ovlivňuje úroveň vazeb mezi hotelem a klienty. Velkou radostí pro nás je, že si hosté všímají pozitivních změn. Nemám tím na mysli samozřejmosti, jako výměny koberců, záclon, závěsů,

opravy interiéru apod., ale např. úpravy a rozšíření restaurantu Česká chalupa, kde s Plzeňským Prazdrojem připravujeme mobilní zastřešené terasy. Sezona sportovních aktivit v kryté hale končí létem a začíná s podzimem. V červenci a srpnu zde provedeme rekonstrukci. Uživatelé sportovišť zde na podzim najdou podstatně kvalitnější zázemí včetně nových šaten a sprch. Uvažujeme o dvou whirlpoolech (ale možná, pro nedostatek místa, bude jen jeden). Ke stávajícím saunám a bazénu přidáme páru a další doplňky. Při společenskospportovních akcích jsme s to uspořádat soutěže ve čtrnácti druzích sportů včetně zapojení golfového odpaliště, střelby z kuše, lukostřelby. Instruktoři při nich bývají bývalí reprezentanti.

Jan Dušek, ředitel hotelu



Člověk, když dělá nějakou školu, zpravidla ještě nemá zcela jasno, čím chce být. Teprve až něco vyzkouší, zjistí, kde je jako ryba ve vodě. Skloubení činností, které mi skýtá tato práce, to je přesně ono



– sportovní, organizační, ekonomická. V Club Hotelu Praha jsem patnáctou sezónu – od prvních chvil, kdy jsme jako jednotliví zaměstnanci při dostavbě přebírali provoz. Zprvu jsme se domnívali, že se areál bude odvíjet především od tenisu a bowlingu.



V Club Hotelu Praha se dá uplatnit kreativita. Tento hotelový areál klubového typu je ideální pro vytváření komplexních firemních a konferenčních programů. Zpravidla to není samotné školení a ubytování, ale i další služby z oblasti sportu a relaxace. V těsném sousedství hotelu je i dendrologická zahrada, kde se rovněž (za jistých podmínek) dají realizovat různé akce či doprovodné programy včetně lehkých sportovních aktivit.

*Simona Kordová
– Sales & Marketing Manager*



Čtyřhvězdičkový Club Hotel Praha

s bezbariérovým systémem všech středisek, celkovou ubytovací kapacitou 100 pokojů (200 lůžek) a kongresovou kapacitou až 1800 míst, se nachází na okraji Prahy blízko Průhonice. Ty jsou známé zejména díky zámku s krásným parkem chráněným UNESCO (dendrologická zahrada sousedí přímo s hotelem). Do hotelu je příjezd z dálnice D1 ve směru od Brna a z Prahy (Exit 6 – Průhonice). Centrum Prahy je vzdáleno 15 minut jízdy autem nebo 20 minut hotelovým autobusem v kombinaci s metrem. Hotel má vlastní parkoviště s kapacitou až 270 osobních vozů, 6 samostatných garáží a jsou zde stání i pro autobusy.

Možnosti sportovního vyžití

Sportovní areál s krytou plochou 5000 m² standardně poskytuje: 6 vnitřních tenisových kurtů (další 4 jsou venkovní), 2 squashová hřiště, 2 bowlingové dráhy. Alternativně je možné zřídit: 4 badmintonové kurty, 4 volejbalová hřiště, 3 hřiště na sálovou kopanou, 1 basketbalové hřiště a 3 sektory pro stolní tenis. V relaxačním centru jsou 2 sauny, 3 solária, relaxační bazén, posilovna, sport bar s billiardem (1 karambol, 1 pool) a šipkami a sportshop.

Gastronomická střediska

Hotelová restaurace (120 míst) – podávají se zde snídaně a stravují skupiny. Celodenně je k dispozici i individuálním hostům. Jídelníček je tvořen výběrem mezinárodní kuchyně.

Česká chalupa (60 míst uvnitř, 70 na letní terase) – je restaurací zasazenou do klidné přírody s výhledem na venkovní tenisové kurty. Nabízí klasickou českou kuchyni včetně pražské šunky od kosti, domácí bramborové polévky s houbami či kachny; slovenskou, např. brynzové halušky; a kuchyni mezinárodní.

Lobby bar (30 míst) – skýtá příjemné posezení při šálku kávy u obchodního jednání. Je zde široký sortiment nápojů i drobné občerstvení.

Gourmet Club (25 míst) – má příjemnou rodnou atmosféru včetně plápolajícího krbu. Je ideální pro menší společenské akce, rodinné oslavy apod. Hosté zde mohou ochutnat speciality japonské, malajské, čínské, australské kuchyně a dalších exotických kuchyní.

Sport bar (40 míst) – nabízí možnost občerstvení v průběhu sportovního výkonu i po něm.



K tomu posléze přibyl squash, velké relaxační centrum s bazénem, dvěma saunami, solárium, masážemi, fitness apod. Velkou předností areálu je pět tisíc čtverečních metrů kryté plochy. Jeho využití bych rozdělil do tří oblastí: první je sportovní vyžití celoročních hostů; druhou sportovně společenských akcí; třetí kongresové a kulturní akce. To proto, že prostor umíme přestavět i pro další účely, např. kongresy, výstavy, workshopy, koncerty



hostů, a to zejména i díky týmu vedeného naším šéfkuchařem panem Ladislavem Samkem, se nám to daří.

David Šimeček – Food & Beverage Manager

Do Club Hotelu Praha jsem přišel za lidmi, kteří mne oslovili. A pak z jakési nostalgje. Předtím jsem byl šéfkuchařem v Hotelu Palace Praha, a to v době, kdy pod něj Club Hotel Praha



atd. Velkou předností Club Hotelu Praha je nadčasová propojenost areálu nejenom ve vnitřní struktuře, ale i mezi jednotlivými úseky. Tzn. mezi ubytovacím, stravovacím a sportovně relaxačním. Všechny se doplňují, a jsme tak schopni bez jakékoliv vnější pomoci organizovat akce až pro půldruhého tisíce lidí.

Svatopluk Rejthar – Sportcenter Manager

Hotel Praha je zařízení, které znám důvěrně a kde je mi příjemně. Jsem sportovně založený člověk. Narodil jsem se v Trutnově a mládí strávil v Peci pod Sněžkou, kde jsem aktivně sportoval. Po absolvování Střední hotelové školy v Poděbradech jsem nastoupil do hotelu Inter.Continental Praha, kde jsem prošel veškerá střediska, i prestižní restaurant Zlatá Praha. Na postu vedoucího restaurace jsem pracoval v Hotelu Palace Praha a následně jako F&B manager, tedy na obdobné pozici jako zde v Club Hotelu Praha. Naším cílem na úseku F&B je uplatňovat ve zdejších špičkově vybavených střediscích výroby a odbytu progresivní trendy v gastronomii. Soudě podle odezvy

patřil a kdy oba hotely spolu úzce spolupracovaly. Věděl jsem, do čeho jdu. Hotel je častým cílem skupinové klientely, a to zejména pro své možnosti (vybavenost i kapacitu) sportovní, kongresové a v neposlední řadě i stravovací. Právě účastníci firemních a společenských akcí (a vzhledem ke strategické poloze hotelu vedle dálnice) i turistické skupiny jeho gastronomických služeb využívají nejvíce. Zajistit akce pro tisíc a více účastníků pro nás není problémem. Jak obsazením kvalitním personálem, tak dostatečným a špičkově vybaveným zázemím. Catering jsme schopni zajišťovat i mimo hotel. Na opačném pólu pak jsou projekty komorního charakteru jako např. Gourmet Restaurant, který se bude orientovat na východní exotickou kuchyni. Uvažujeme i o tom, že bychom tu např. jeden den věnovali vyložené sushi, jiný australským specialitám apod. Věřím, že i tady budeme úspěšní. V Club Hotelu Praha je totiž téměř pravidlem, že z našich stávajících gastronomických středisek hosté odcházejí správně nasyceni a ve správné náladě.

Ladislav Samek – šéfkuchař

>> www.club-hotel-praha.cz

Úsměv pro Prahu

Pan Eric Staub je generálním ředitelem hotelu Barceló Praha. Povídám si s ním nejen o hotelu, ale i o tom, že vlastník hotelového řetězce, společnost Barceló, hodlá s podporou Prahy expandovat do střední Evropy.



Eric Staub

Ano, Praha byla zvolena jako regionální centrum podpory řetězce společnosti Barceló. Již dnes je tak hotel Barceló Praha místem, kde se soustřeďují informace, jež jsou základem rozvojových studií ve smyslu otevírání dalších hotelů ve střední Evropě. Společnost

Barceló se ve střední Evropě dominantně zaměřuje na městské hotely, i když se někde může jednat o mix městských a turistických. Obzvláště u tak atraktivních míst, jako je hlavní město České republiky. V jednom z hotelů řetězce – Barceló Marbella Golf, se nedávno uskutečnila porada ředitelů evropských hotelů Barceló. Projednávali jsme strategický plán do roku 2010. Již dnes jsou ve finální fázi tři projekty. Otevření městského hotelu v Sofii v červnu tohoto roku a v první polovině roku 2006 ve Varšavě a Berlíně. Také tyto hotely se budou orientovat především na klientelu, jež vyhledává čtyřhvězdičkovou a vyšší úroveň mezinárodních hotelů. Nedávno jsem se byl podívat na jeden z možných projektů Barceló v Amsterdamu, a i u něj musím konstatovat, že vždy záleží na správném odhadu poptávky v dané destinaci a na konkrétním místě. Pokud bychom

uvažovali o dalším hotelu Barceló v Praze, pak jako optimální vidím, že by měl být střední velikosti, do osmdesáti pokojů kategorie Premium. V rámci řetězce Barceló rozlišujeme dvě kategorie městských hotelů – Barceló a Premium. U turistických, resp. prázdninových hotelů tři: Comfort, Barceló a Premium. Tak, jak jsem je jmenoval, odpovídají třem, čtyřem a pěti hvězdičkám. Pokud bychom v Praze realizovali další z našich hotelů, měl by být spíše luxusnější. V Berlíně se bude jednat o hotel s větší ubytovací kapacitou orientovaný na kongresovou turistiku.

Pane Staube, jaká byla vaše cesta na místo generálního ředitele hotelu Barceló Praha?

Dlouhá, ale podle mého názoru zajímavá a poučná. Ačkoliv jsem rodilý Francouz, srdcem jsem Španěl. Děťství jsem prožil v Madridu. Vysokoškolské vzdělání jsem však získal v Paříži. Po studiích hotelového managementu v Paříži jsem se pokusil vyjet do Spojených států amerických, ale v té době tam bylo nesmírně obtížné získat pracovní vízum, a tak jsem se vrátil do města nad



místo jsem odsud odcházel již z ředitelského postu. Dostal jsem nabídku pracovat na Palma de Mallorca, a protože mám rád výzvy, přijal jsem další z nich, a to přebudovat stávající objekt na hlavní promenádě na čtyřhvězdičkový hotel, což se mi, doufám, podařilo. Následně jsem přijal nabídku na pozici provozního ředitele u německého touroperátora Frosch Turistik. Po dva roky jsem řídil jeho osmadvacet hotelů, které měl po celém světě. Poté, co Frosch Turistik koupil jiný významný touroperátor, britská společnost Air Tours, jsem tam ukončil působení. V té době jsem totiž dostal nabídku na vytvoření hotelového řetězce ve spolupráci s italským touroperátorem a španělskou firmou sídlící na Mallorce. Tím jsem se zabýval po tři roky, ale protože došlo k neshodě těchto partnerských subjektů, zvážil jsem své další působení v této společnosti a vydal se vstříc dalším výzvám. Několik měsíců jsem pak působil u řetězce Jale, což je významný španělský řetězec, kde jsem řídil jeden z jeho luxusních pětihvězdičkových hotelů na jihu Iberského poloostrova, hotel Monasterio San Miguel. No, a to byla

Seinou. V Paříži jsem začal kariéru jako pokladník hotelu, ale pouze první dva měsíce. Pak jsem povýšil na F&B manažera a F&B kontrolora a vzápětí jsem dostal nabídku, která se neodmítá, na řízení jednoho z hotelů známého řetězce v blízkosti letiště Orly. Později jsem přešel k jinému řetězci, ovšem ve stejném typu hotelů. Poté, co jsem v Paříži strávil deset let (a přiznávám, že jsem jí už byl trochu unavený), jsem se vrátil do slunného Španělska do Pamplony na místo ředitele jednoho významného španělského hotelu – Tres Reyes. Na další



má poslední štace, než jsem nastoupil na místo generálního ředitele hotelu Barceló Praha s tím, že odsud budu poskytovat potřebnou podporu pro expanzi řetězce Barceló do střední Evropy.

Prostořece prohlašují, že odchod do Prahy jste



dopad. Ve francouzském hlavním městě se jmenoval „Úsměv pro Paříž“. Projekt byl podporován státními institucemi a veřejnými organizacemi. Iničiaci k jeho spuštění bylo to, že mnoho návštěvníků vnímalo Francouze jako málo přívětivé a neusměvavé. Tuším, že realizace podobného projektu by Česku ekonomicky, ale i jinak velmi prospěla. Nevím, budu-li vyslyšen, ale zato vím, že na tento problém poukazuje spousta lidí. Navíc, takovéto projekty by se měly realizovat



mohl mít za největší dobrodružství a výzvu, kterou jste kdy ve své profesní kariéře přijal. Jak jste vnímal Česko před svým příchodem a jak jej vidíte nyní, po pár týdnech, co jste zde?

Praha určitě nepatří mezi má největší dobrodružství, ale mezi ta podstatnější. Doposud jsem nikdy za celou svoji profesní kariéru neměl tu čest řídit hotely ve střední Evropě. To, co jsem o České republice před svým příchodem věděl a jak jí mám nyní možnost poznávat, je, že jste zemí velkých příležitostí. Nejenom v oblasti hotelnictví, ale i v dalších oborech. Co se týče



v době, kdy je turismus na vzestupu, nikoliv až v okamžiku, kdy je v útlumu či dokonce v krizi.

Jaké jsou přednosti a plány hotelu Barceló Praha?

Hotel Barceló Praha je součástí dynamicky se rozvíjejícího hotelového řetězce Barceló, jež sází na týmovou práci profesně zdatných mladých i zkušenějších pracovníků, kteří mají výrazně pozitivní náboj – drive. Vytíženost našeho hotelu je slušná. Velkou zásluhu na tom má personál. Všichni se tu snažíme o co nejpřívětivější vstřícný přístup k hostům. Co se týče plánů, máme rozpracován projekt



místa mého působení v České republice, Praha je nesmírně atraktivním místem. Pokud by mi nabízelí obdobnou pozici v jiném městě, např. v Paříži, zřejmě bych řekl ne. Praha má velké kouzlo. Nicméně velké perspektivy české destinace včetně Prahy vyplývají i z rezerv ve sféře zdánlivě obtížně uchopitelné. V obecné rovině ve vnímání cestovního ruchu a od ní se odvíjejícího přístupu k zahraničním, ale zřejmě i domácím turistům. Jsem přesvědčen, že obdobný projekt, který byl realizován ve Francii, a zejména v Paříži v době, kdy jsem tam působil, by měl na zdejší hospodářství neméně blahodárný



na rozšíření konferenčních prostor o dalších 400 m². Zároveň budeme masivně investovat do gastronomických středisek, do obou restaurací a baru tak, abychom mohli daleko vstřícněji reagovat na potřeby a požadavky podniků sídlících v okolí a rostoucí poptávku z řad firemní a turistické klienty.

>>> www.barcelo.com

Barcelo.com

A smile for Prague

Mr Eric Staub is the General Manager of the hotel Barceló in Prague. In the course of this interview I shall be speaking to him not only about the hotel but also about the plans of the owner of the hotel chain - Barceló Company - to expand into Central Europe with Prague as his launch pad.

Yes, it's true. Prague was chosen as a regional support centre for the Barceló Company. Already today, hotel Barceló Prague serves as a centre for the convergence of information - providing the basis for developmental studies in terms of opening up further hotels in Central Europe. In Central Europe the Barceló Company primarily targets hotels in big cities, although on occasion, we deal with a mélange of tourist and city hotels. We are particularly keen to develop in attractive cities such as the capital of the Czech Republic. Recently a session of Directors of European Barceló Hotels was held in one of our Premium hotels - Barceló Marbella Golf. We discussed a strategic plan up until the year 2010. Three projects are already in the final stages. The opening of the city hotel in Sofia planned for June of this year as well as new hotels in Berlin and Warsaw, which are set for opening in the first half of 2006. Above all, these hotels appeal to a clientele, looking for four-star hotels and the higher level of international hotels. I recently paid a visit to one of the prospective Barceló projects in Amsterdam, and I have to point out here that the level of success very much depends on how accurately we estimate the demand in a given destination and in a specific place. If we were to consider setting up another Barceló hotel in Prague, then I believe the best choice would be a hotel of average size with up to eighty rooms in the Premium category. Within the Barceló chain, we divide our city hotels into two categories - Barceló and Premium. As regards tourist hotels or holiday hotels there are three to choose between: Comfort, Barceló and Premium. The hotels correspond to three, four and five star quality nominated by myself. If we were to introduce a further hotel to Prague, it would belong to the more luxurious category. The Berlin project will involve creating a hotel with a greater accommodation capacity, geared towards congress tourism.

Mr Staub, tell me, how did you get to become General Director of Barceló Praha?

It was a long, but in my view interesting and instructive journey. Although I am a native Frenchman, at heart I feel more Spanish. I spent my childhood years in Madrid, however completed my university education in Paris. Upon completing my studies in hotel management in Paris, I endeavoured to go to the United States, but at that time, getting a working visa was incredibly difficult so I returned to the city on the Seine. I began my career in Paris as a hotel cashier but stayed in that position just for the first



two months. I was subsequently promoted to F&B Manager, F&B Controller and was finally offered a managerial position at one hotel which was part of a well-known chain nearby Orly airport. Later on, I transferred to another chain of the same hotel type. After having spent ten years in Paris, I have to admit I felt a little tired, so I decided to return to sunny Spain to Pamplona where a position as hotel manager was waiting for me at one of the well-known Spanish hotels - Tres Reyes. When moving to my new post I was already leaving a director's position behind. I got an offer to work in Palma de Mallorca and since I revel in a challenge, I took on the job to rebuild the existing building on the main promenade as a four star hotel, which, I hope, proved to be a success. I subsequently took on the position as operations manager with the German tour operator Frosch Turistik. After two years I was put in charge of his twenty-eight hotels dotted around the globe. I stopped working for Frosch Turistik when they were bought out by another well-known British tour operator Air Tours. In fact, right at that time, as it turned out I was offered to cooperate in setting up a hotel chain in conjunction with an Italian Tour Operator and a Spanish company with Head Offices in Mallorca. I was involved in this project for three years, however there was some discord between partners so I made up my mind to leave this behind and seek out new challenges. After this I worked for a hotel chain, called Jale for a few months. I was responsible for managing one of their luxury five-star hotels, the hotel Monasterio San Miguel located in the south of the Iberian Peninsula. And that was posting before being appointed General Director of the hotel Barceló Praha where I will be providing the necessary support required for expansion of the Barceló chain into Central Europe.

Flippant remarks have been circulated claiming that your move to Prague could quite possibly have presented you with the greatest adventure and challenge in your professional life to date. What kind of perception did you have of the Czech Republic prior to your arrival compared to now, already a few weeks into your stay?

Prague does not rank among one of my greatest adventures, however it has certainly been one of the most important. Up until this point in my professional career, I hadn't had the honour of managing a hotel in Central Europe. As regards my knowledge about the Czech Republic prior to my arrival and the opportunities which have since allowed me to know it better, I can say that you are a country of big opportunities. Such opportunities are not restricted to the hotel industry but stretch across other areas too. As regards the location in the Czech Republic, it cannot be de-

ned that Prague is an incredibly attractive spot. Had I been offered a similar position in a different city, let's say Paris, I would clearly have turned it down. Prague seems magic. However the huge potential of Czech destinations, and I include Prague in this, flows from reserves in a sphere, which on the face of it, is difficult to take hold of. This applies to the general plateau of understanding the tourism industry as far as the approach to foreign as well as domestic tourists goes. I am convinced that the similar project implemented in France, especially Paris at the time when I was working there should have an equal beneficial impact on the economy here. In the French capital it was given the name "a smile for Paris". The project received backing from state institutes and public organisations. The reason for launching this stemmed from the perception that many visitors had of the French as unfriendly and miserable. I imagine that launching a similar project over here would reap huge, albeit different benefits to the Czech economy. I cannot be sure if this will be heard out, but all the same I know that this problem points to many people. Moreover this project should be completed at a time when the tourism industry is on the ascent, and in no way heading towards recession or crisis point.

What are the priorities and plans of the Barceló Praha hotel?

Barceló Praha hotel forms an integral part of the dynamic and evolving hotel chain Barceló, relying on the teamwork of professionally competent young and experienced workers, equipped with that all important element - drive. Our hotel has respectable occupation results. The staff must take great credit for this. Here, we are all dedicated to providing the most friendly approach to guests. As far as plans go, we have put together a project to extend our conference space by a further 400 m². At the same time we plan to pump huge investments into the gastronomic resources of both our restaurants and the bar so that we are able to react to the needs and requirements of businesses located in the vicinity and the growing demand of both company and tourist clients.

>>> www.barcelo.com



Kavárna Bon café

V únoru tohoto roku byla v objektu HVB Bank na náměstí Republiky 3 v Praze 1 otevřena nová kavárna. Po designové stránce odráží rukopis známé české architektky Barbory Škorpilové, která je známa používáním nejmodernějších materiálů. Její majitel pan Viliam Sivek jr. k tomu řekl: „Kavárna je pojata velice moderním způsobem. Byli jsme si vědomi, že dnešní moderní doba, trendy kavárenství a stále rostoucí konkurence si to žádají. Vybrat si zde můžete z nespočetného množství káv různých příchutí a dezertů, které připravuje náš ochotný personál. V nabídce je toho samozřejmě mnohem více, co by stálo za povšimnutí. Nabízíme čerstvé ovocné šťávy, míchané nápoje, kvalitní tuzemská i zahraniční vína, různé druhy koktejlů a zmrzliny. Ačkoliv „Bon café“ nepatří mezi velké kavárny, disponuje 30 místy uvnitř a v letních měsících se může pochlubit i zahrádkou s kapacitou 45 míst. Zahledět se u nás můžete do plazmových obrazovek, na kterých se prolíná svět zábavy a finančnictví. Takže jestli jste ještě neměli možnost poznat naši novou kavárnu, nezbývá mi než popřát – bonjour...bon appetit...bon café!“

» www.euroagentur.cz



bon CAFE



Praha, hlavní cenu v Lyonu

Krátce po zahájení letošního ročníku veletrhu cestovního ruchu Holiday World byl v levém křídle Průmyslového paláce představen odborné veřejnosti nový veletržní stánek hlavního města Prahy. Je pozvánkou do Prahy mozartovské.



Hlavním tématem turistické sezóny 2006 bude ve střední Evropě 250. výročí narození tohoto hudebního génia a velkou devizou Prahy je skutečnost, že zde Mozart žil, komponoval a prožil zde asi nejkrásnější chvíle svého života. Svůj vztah k našemu městu ostatně vyjádřil Mozart známou větou „Moji Pražané mi rozumějí.“ Tato věta, spolu s tématem opery Don Giovanni, interiéry i exteriéry Stavovského divadla jsou hlavními motivy této ojedinelé veletržní expozice, která za použití tzv. lentikulárních fólií vytváří dojem pohybu a vícerozměrného prostoru. Na stánku samozřejmě nechybí projekce ani široké spektrum informací o možnostech turis-

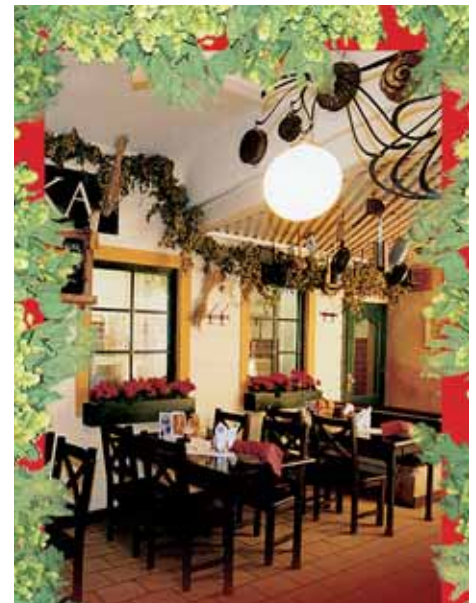


tického pobytu v Praze. Dosavadní veletržní expozice hlavního města Prahy, která byla koncipována jako virtuální procházka Staroměstským náměstím (a která v současné době prezentuje Prahu na paralelně probíhajícím veletrhu BIT Miláno), vzbuzovala mimořádný ohlas, jehož vyjádřením byla řada cen za nejlepší veletržní prezentaci. Z nich snad nejvýznamnější je cena z veletrhu WTM Londýn 2003 a 2004, který je prakticky nejrozsáhlejší veletržní akcí v Evropě a účastní se jí okolo pěti tisíc vystavovatelů. Je reálný předpoklad, že nová expozice na tuto tradici naváže ještě výraznějšími úspěchy na veletržích (v letošním roce např. Barcelona, Londýn, Kolín nad Rýnem aj.) a že ambiciózní cíl Prahy dosáhnout 10 miliónů přenocování v roce 2006 bude dosažen. Ostatně nová mozartovská expozice hl.m. Prahy už byla letos začátkem března v Lyonu, obdobně jako v roce 2003 ta předchozí, oceněna prestižní cenou GUIGNOLS D'OR 2005.

» www.praha-mesto.cz

» www.pis.cz

-VV-



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar je ojedinelou gastronomickou raritou v centru Prahy

Celková kapacita je 340 míst v atraktivních rozsáhlých prostorách

Vlastní výroba 11° piva – kvasnicové nefiltrované světlé a tmavé ležák

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající typicky česká a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka menu pro turistické skupiny



Otevřeno denně

Po – Pá 10.00 – 23.30, So 11.30 – 23.30

Ne 12.00 – 22.00

Novoměstský pivovar s.r.o.

Vodičkova 20, 110 00 Praha 1
tel./fax: 222 232 448, 222 231 662,
602 459 216

e-mail: sales@npivovar.cz

www.npivovar.cz



Svoje „pelíšky“ si teprve budujeme

Design centrum a prodejna AMBER INTERIER se nachází v Praze, v Jungmannově ulici číslo 20. Rozhovor s ředitelkou firmy paní Andreou Dufkovou jsem začal konstatováním, že na mne tyto prostory působí velmi příjemným dojmem. Zejména pak díky originálnímu nábytku z filipínských ostrovů.

Naše nová prodejna byla otevřena v lednu tohoto roku a vznikla rekonstrukcí sklepních prostor a jejich propojením s nadzemní částí. Přestavba byla pro nás výzvou a možností uplatnit barvy v netradičním interiéru. Výsledkem je propojení dvou stylů – moderního italského a koloniálního filipínského. Filipínský nábytek do našeho převážně zimního

a chladného prostředí pomáhá vnést slunce. Hřejivé přírodní materiály proteplí naše interiéry. V Evropě a na americkém kontinentu je tento styl velmi žádaný a ceněný. V Česku si již také nachází své obdivovatele.

To, že je váš podnik in, není „pouze“ o kvalitě zboží, materiálu, řemeslném zpracování a prodejním místě. Je o referencích. O vztahu klientů k vám a vaší firmě. Zřejmě musíte být i dobrou psycholožkou, abyste dokázala odhadnout, jaký nábytek se hodí k charakteru toho kterého zákazníka.

Na začátku každého projektu je nutná znalost zákazníka a prostředí, do kterého bude nábytek a další zařízení dodáváno. V některých případech má již klient vybraného svého architekta a ten pak spolupracuje přímo s naší firmou. Pokud si zákazník vybírá sám, rádi mu poradíme a diskutujeme s ním vhodnost volby stylu a jednotlivých modelů.

Jaké jsou trendy v interiérovém designu?

Na tuto otázku není jednoduchá odpověď, protože trendy se v současné době překrývají a některé z minulých let stále přetrvávají. Tak je to například



Andrea Dufková

u minimalismu. V současnosti v evropském stylu je stále hodně „in“ použití přírodních materiálů a také možnost recyklace použitých materiálů. Hodně módní jsou asijské styly – tropické dřevo, proutěný nábytek, dřevěné doplňky, v textilu len. U barev na textilu převládají přírodní odstíny, v dřevěném nábytku je to tmavý (wenge) a světlý dub, u venkovního nábytku pak teakové dřevo. Tento styl je u našich zákaz-

níků stále více oblíbený, na začátku jej objednávali cizinci pracující u nás nebo smíšené páry (Čech – cizinec). Některé objednávky jsme realizovali také do západních evropských zemí, kdy je u nás klienti vybrali během své dovolené v Praze.

Dále je stále v kurzu styl 60. let, a to jak tvarově, tak na textilu. Na rozdíl od přírodního stylu však 60. léta nejsou příliš žádaná. Objednávají je u nás především cizinci žijící v Čechách.

Kapitolou samou o sobě jsou interiérové doplňky. V jejich moci je schopnost výrazně umocnit celkový dojem z interiéru.

Interiérové doplňky nejsou zatím bohužel v Čechách příliš „v kurzu“. Příčin bude více, kromě



Desáté výročí firmy AMBER INTERIER

Mezi prodejci nábytku se na nejvyšších příčkách pomyslného žebříčku už dlouho drží společnost AMBER INTERIER. Založena byla v roce 1995 s cílem vybavovat komerční prostory nábytkem, svítidly a podlahovými krytinami. Od roku 1996 její nabídka zahrnuje i exkluzivní zařízení bytů. V posledních letech se uplatňuje v hotelových a restauračních interiérech. Vedení společnosti AMBER INTERIER vsadilo na středomošský vkus a kvalitu. Italští designéři mají světovou pověst. Jejich nábytek je soudobě funkcionalistický, ale nepůsobí odměřeně nebo studeně. Příjemného výsledného dojmu je docíleno především materiálem, jímž je převážně dřevo. Kdo má zájem zařídit si byt v čistých liniích a přitom útulně, najde vše potřebné v pražské prodejně AMBER INTERIER v Jungmannově ulici 20. Ta nabízí široký sortiment dokonale designérsky i dílensky zpracovaného interiérového zařízení a zároveň se specializuje na nejnovější design a doplňky. Zákazníci u řady nábytkových kusů oceňují možnost okamžité dodávky, kvalitní montáž, záruční a pozáruční servis. Kuchyňské linky, které nejsou okamžitě na skladě, AMBER INTERIER dodává do 4 týdnů, ostatní nábytek do 8-10 týdnů. Filipínský sortiment je převážně skladem a při objednávce je třeba počítat se čtyřmi měsíci. Prodejní sortiment je pravidelně obměňován a doplňován, aby měli zákazníci možnost co největšího výběru.

Už tři roky se firma AMBER INTERIER věnuje také velkoobchodní činnosti. Dodává nábytek a bytové doplňky odběratelům z celé České republiky a účastní se prestižních výběrových řízení. V tomto ohledu jí úspěch přineslo vítězství v konkurzu na vybavení sídla předsedy vlády v Kramářově vile s následnou realizací. Kromě bytových projektů vybavuje komerční projekty, v posledních letech se zaměřuje na interiéry hotelů, penzionů a restaurací (např. hotel Ventana, hotel Jalta, hotel Roma – všechny na Praze 1). Mezi její hlavní dodavatele patří italská firma Doimo International Group (látkové a kožené sedací soupravy, čalouněné postele, ložnice, šatny a šatní skříně, nábytek do dětských a obývacích pokojů, jídelny a předsíňové a koupelnové vybavení). Další firma, Calligaris, dodává židle a stoly, ložnice, obývací pokoje a drobný nábytek, jako např. věšáky, poličky, přístavné stolky. Kuchyně pocházejí z dílny firem Zecchinon, Arrital a Doimo Cucine, svítidla od firmy Panzeri Carlo a SCE a doplňky z nerez a dřeva od firem Jumbo, Viceversa, Laminart a Legnoart. Novinkou jsou španělské ručně tkané koberce Nanimarquina a Paniker a umělé květiny a doplňky firmy EDG. Od září 2003 mají zákazníci možnost koupit asijské nábytkové solitéry a orientální dekorativní doplňky dovážené z Filipín.



malých bytů nemáme tolik schopností a někdy také finančních možností si byt doplnit dotvořit. Chybí nám kontinuita. Éra první republiky byla přerušena válkou a poté komunistickou diktaturou, která v nás dostatečně udusila radost a chuť dělat si kolem sebe krásné a útulné prostředí. Nyní jsme znovu na začátku a svoje „pelíšky“ si teprve budujeme. Těším se, že v příštích letech se budeme z tvorby svých bytů a domů radovat stejně jako Italové, Francouzi a jiné národy.

Které ze zakázek si nejvíce považujete?

Vážím si všech zakázek, které se nám podaří získat. Prvním významným projektem bylo vybavení sídla společnosti Consilium, které bylo velmi tvůrčí. Mezi prestižní pak patřilo vybavení bytu premiéra v Kramářově vile v roce 1998. Hodně mě těší každá nová zakázka na hotelový interiér, kde máme opravdu co nabídnout.



AMBER INTERIER

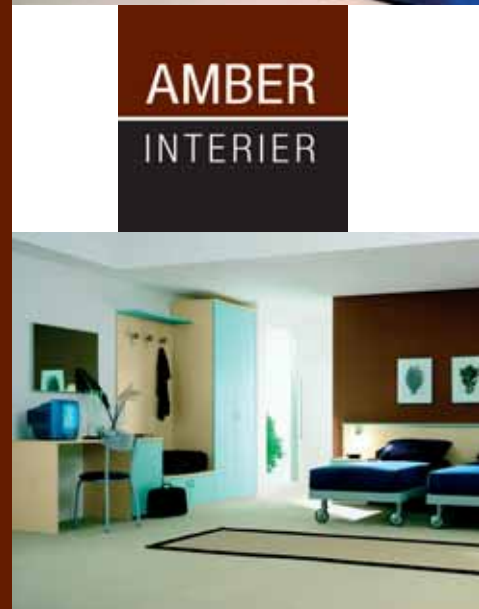
Jungmannova 20, 110 00 Praha 1
tel.: 221 969 791(5), fax: 221 969 798
e-mail: jungmannova@amber.cz

>>> www.amber.cz

otevřeno: Po – Pá 10.00 – 19.00
So 10.00 – 16.00



AMBER
INTERIER





Opravdu by se Česku nehodilo dalších 30 mld. € inkasa ročně?

Lesy Hluboká nad Vltavou, Liga pro cestovní ruch, Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy a hotel Neruda zvaly 17. března do hotelu Neruda na zvěřinové hody. Liga pro cestovní ruch je občanským sdružením s posláním šířit osvětu o tom, že cestovní ruch je o podnikatelských příležitostech, o vytváření pracovních míst a o prosperitě míst a zemí, kde je rozvíjen. Danosti Česka těžít z cestovního ruchu daleko převyšují, a to s nevyčerpatelným po-

tenčním, možnosti všech ostatních hospodářských odvětví. Co však brání jeho využití, je nevědomost a nepochopení podstaty cestovního ruchu. Český cestovní ruch je nyní zhruba na 10 % možného výkonu. To proto, že je jako oblast zahraničního a domácího obchodu na okraji (nebo za ním) společenské poptávky, pozornosti politiků a hospodářských strategií. Opravdu by se Česku nehodilo dalších 30 mld. € inkasa ročně?





Vino
s templářskou tradicí

• tel.: 518 362 628 • info@templarske-sklepy.cz •



www.templarske-sklepy.cz

Pro Happyland je VIP klientem každý

Začátkem března jsem navštívil Bratislavu, abych se předsedy představenstva akciové společnosti Hydrotour a generálního ředitele této cestovní kanceláře Ing. Mikuláše Milka zeptal, bude-li letošní letní sezona přát outgoingu k teplým mořím.



Ing. Mikuláš Milka

Prognózy jsou optimistické. Už díky posilování slovenské a české koruny vůči dolaru a euru. Takže Egypt, který je dolarovou oblastí, bude dál hitem, protože tamní kvalitní služby budou našim klientům nabízeny za vysoce konkurenční ceny. Pokud si vývoj eura udrží dosavadní

směr, je předpoklad, že i středomořské destinace budou cenově atraktivnější než loni. Dalším trendem je, že si lidé na Slovensku i v Česku zvykají na značky a značkové zboží. Když některé z cestovních kanceláří dají důvěru, pak jí zpravidla důvěřují dlouhodobě bez ohledu na destinaci popř. období, kdy vyjíždějí na dovolenou. Pokud půjde vývoj tímto směrem, přirozeným způsobem vykrystalizují vazby zákazník – cestovní kancelář i vzájemné vztahy mezi konkurenčními cestovními kancelářemi.

V Česku sílí trend cestovat k moři letecky. Zároveň výrazně přibývá podílů all inclusive pobytů. Hydrotour je mateřskou společností české cestovní kanceláře Happyland Bohemia, jež se profiluje právě v této oblasti.

All inclusive je tématem pro samostatnou studii. Existují příznivci i odpůrci této formy čerpání služeb. Není to ani tak otázkou ceny, jako kultury. Ti, kdo dovolenou absolvovali ve velkých komplexech, možná spolu s pozitivními zažili i negativní aspekty all inclusive. Jsou jisté skupiny hostů (zejména ze západní Evropy), které si podnik all inclusive zaměňují se zařízením čtvrté cenové skupiny a svým chováním obtěžují ostatní. U rodinných pobytů má all inclusive výrazné opodstatnění zejména tehdy, vychází-li vstříc dětem. Jsou-li jim snadno dostupné nápoje, ovoce, nějaká lehká jídla apod. a zahrnuje-li i další služby včetně animací a celodenních programů pro děti. A to i v případě, že rodiče dětí pro sebe volí „pouze“ polopenzi. Dochází tak ke konsensu, protože se jejich ratolesti, co se týče her a sportovních aktivit včetně zabezpečení pití a jídla, v době mezi snídaní a večeří stávají součástí skupin sobě

bují posilování jejich oblíbenosti a zvýšeně opakovanou navštěvovanost. Důsledkem spokojenosti dětí je tak spokojenost zejména rodičů, a v konečném důsledku i organizátora pobytových zájezdů – cestovní kanceláře.

Co mají společného televize Markíza, Hydrotour, Happyland?

Jsme dobrými partnery. To je to podstatné, na čem je postaven zdravý cestovní ruch – seriózní vztahy na bázi důvěry. Pokud se mezi cestovní kanceláře, hotelové společnosti a letecké dopravce – zkrátka poskytovatele služeb cestovního ruchu – zařadí významný mediální partner, získává spolupráce další rozměr. Určitě nás to posouvá kupředu. Mediální kampaň (v našem případě slušnou neagresivní formou) je ve spolupráci s takovýmto subjektem o hodně účinnější.

Nedlouho po sobě jsem se zúčastnil dvou slavnostních večerů. První v bratislavském hotelu Holiday Inn pořádala cestovní kancelář Hydrotour a druhý v Obecním domě v Praze cestovní kancelář Happyland Bohemia. To, co měly oba společně, bylo vystoupení Heleny Vondráčkové v roli zpěvačky a kmotry vašich katalogů a účast představitelů stejných hotelových řetězců.

To pro to, co jsem vzpomenu před chvílí, když jsem konstatoval, jak je výhodné, je-li cestovní ruch založen na dobrých vztazích. Podařilo se nám navázat vynikající spolupráci s nejvýznamnějšími hotelovými řetězci v zemích, kam vozíme klienty. V Řecku je to Aldemar, který je spolu se společností



rovných. A zatímco jsou děti pod dohledem zkušených animátorů a delegátů, jejich rodiče mohou v pohodě absolvovat výlety nebo se věnovat programům, na něž nemají v průběhu roku čas. Takovýto charakter all inclusive umožňuje klientům vychutnávat to, proč se na dovolenou vydali. V případě našich pobytových programů je to s hotely dohodnuto tak, že služby dětem do 12 let a v některých případech do 15 let all inclusive poskytují bezplatně. Rodiče dětí hradí pouze dopravu (formou zvýhodněných letenek). Ze strany hotelů je to zdařilý marketingový tah. Způso-





Grecotel řazen k absolutní špičce. Je to značka, po níž je velká poptávka. V Egyptě jsou to Sofitel, Marriott, Holiday Inn, Sheraton, Crown Plaza, Hyatt apod. – značky známé a populární celosvětově. Ve Španělsku společnost Insootel, jež má hotelové



Slovensko se čím dál víc prosazuje u obyvatel Česka.

Z hlediska aktivního cestovního ruchu má Slovensko velkou budoucnost. V posledních letech se udělala řada pozitivních věcí. Slovenská republika v současném období učinila rozhodující kroky, aby incoming definovala jako oblast svého výrazného zájmu. Nabídka turisticky nejzajímavějších a nejatraktivnějších míst Slovenska je rovněž jednou z cest, kterou se bude chtít Happyland Bohemia na českém trhu profilovat.

komplexy na všech Baleárských ostrovech. Rovněž i ona je pojmem a zárukou kvality. Čím kvalitnější partner, tím větší jistota pro cestovní kancelář, že se jí z destinací a nakontrahovaných hotelů vrátí spokojení klienti. Zmínil jste paní Helenu Vondráčkovou. Tato dáma je zářným příkladem, jak se v tak náročné oblasti, jako je vrcholový showbiznis, dá trvale prosazovat špičkovou kvalitou. Kdyby byl každý takovým profesionálem na svém místě jako ona, naše země vzkvétají! Proto nás těší, že pokud kdy s námi byla na dovolené (zpravidla i se svými známými a blízkými), že byla spokojená. A to prý i v porovnání s jinými zahraničními cestovními kancelářemi. Právě spojování se s osobnostmi, jako je paní Helena Vondráčková, nebo médii, jako je televize Markíza, nás zavazuje neslevovat z kvality a být jistotou nejen VIP klientům, ale všem, protože pro nás je VIP klientem každý zákazník.



Jak vnímáte outgonigový cestovní ruch u nás v Česku?

Outgoing je všude ve vyspělých ekonomikách předmětem silné konkurence a český trh je (a to i v rámci evropských poměrů) silný a velmi perspektivní. Letní dovolené u moře jsou v první desítku priorit českých rodin. Česko je atraktivní i pro zahraniční subjekty ze západní Evropy či zpoza oceánu, které sem vstupují či se chystají vstoupit. Na český trh jsme přišli se stejnou filozofií, jakou razíme na Slovensku. Poskytovat výhradně kvalitní služby (a aby mi bylo správně rozuměno, dodávám: než poskytovat špatné, to raději žádné). Klient se zpravidla dá oklamat pouze jednou, i když to v našich severních šířkách tak docela neplatí. Vzdor tomu, že se lidé z dovolených vrací rozčarování, v mnoha případech u nich příští rok zase rozhoduje cena zájezdu, a ne to, co kupují, tedy kvalita. Kdo rozumí cestovnímu ruchu, ví, že prosadit se kvalitou je běh na dlouhou trať. Na druhou stranu je vynikající dlouhodobou investicí stát se pro daný trh synonymem kvality. A to je směr, kterým se ubíráme i v Česku s cílem, aby tu značka Happyland Bohemia byla vnímána jako záruka kvality.

» www.happyland.cz

» www.hydrotour.sk



Slavnostní večer

EXIM tours a. s. a Českých aerolinií, a. s.



18. února v Paláci Žofín

na Slovanském ostrově v Praze pořádaly České aerolinie a cestovní kancelář EXIM tours slavnostní večer. Sešla se zde řada celebrit. V programu moderovaném Evou Holubovou, který natáčela TV Prima, vystoupili Lucie Bílá, Petr Hapka, Karel Šíp, Aneta Langerová, skupina Support Lesbiens aj. V jeho úvodu předseda představenstva EXIM tours a.s. Ing. Ferid Nasr konstatoval, že cestovní kancelář EXIM tours je v současné době jednoznačným lídrem na českém trhu leteckých zájezdů v České republice. Že loni prodala na 154 tisíc leteckých zájezdů a dosáhla obrátu ve výši zhruba dvou miliard korun a že s žádnou jinou cestovní kanceláří loni neodletělo více klientů. Do nabídky cestovní kanceláře EXIM tours patří nejoblíbenější cíle evropských turistů, jako jsou Egypt, Tunisko, Řecko, Turecko, Španělsko, Bulharsko, Kypr a Jordánsko. Od zimní sezony EXIM tours využívá služeb charterové dopravy ČSA. Díky jejich letadlům Airbus A310 pro dálkové lety mohl jako první v Česku nabídnout přímé lety do Latinské Ameriky a Karibiku – do Brazílie, Venezuely, na Isla Margaritu a na Kubu. Exotická dovolená láká stále více a více českých občanů. Nyní, díky spolupráci ČSA a EXIM tours, je pro ně mnohem dostupnější. I proto se cestovní kancelář EXIM tours podařilo obsadit zhruba šedesát procent trhu zimních exotických dovolených v Česku.



Největší společností skupiny

cestovních kancelářů řízených panem předsedou Ing. Feridem Nasrem ve střední a východní Evropě je EXIM tours Česká republika. Do této skupiny dále patří EXIM tours Polsko, KARTAGO tours Slovensko, KARTAGO tours Maďarsko a KARTAGO tours Rumunsko. Celkový obrát skupiny loni přesáhl čtyři a půl miliardy korun. Všechny společnosti jsou ziskové. Společný nákup hotelových kapacit pro celou skupinu umožňuje EXIM tours dosahovat vysoce příznivých cen, směle konkurujících ostatním předním evropským cestovním kancelářím. Více než měsíc před vypršením loňské smlouvy o zákonném pojištění proti úpadku EXIM tours a pojišťovna Uniqa podepsaly (16. února 2005) smlouvu na rok další. Ta má platnost do 31. 3. 2006.

>>> www.eximtours.cz

>>> www.csa.cz





DPH je nekonečný příběh

„Doškolování novinek z DPH“

se stalo evergreenem klubových dnů Asociace cestovních kanceláří České republiky, který spolehlivě přitahuje silnou účast členských firem. Jak by ne. Komerční semináře nejsou zrovna levnou záležitostí, a tak neškodí si problematiku osahat v rámci členství a ještě si při tom a o tom popovídat s kolegy. Nejinak tomu bylo v únoru, kdy byl klubový den ACK na téma „DPH po novele“ začleněn do doprovodného programu veletrhu cestovního ruchu Travel Expo, a to hned na jeho úvod. Byl to zjevně oboustranně výhodný počín. Nejmladší z trojlistku Sportprague – Sportec – Travel Expo si tak prohlédli i ti manažeři cestovních kanceláří a agentur, kteří by jej jinak z časových důvodů třeba do svého kalendáře nezařadili. A měli možnost zjistit, že návštěvnost areálu výstaviště v Letňanech je na vysoké úrovni. Nečekané, prakticky ve stejnou dobu, se dostavil i prezident republiky.

Dobrou úroveň prokázali i organizátoři

z Terinvestu, kteří se s touto skutečností dokázali vyrovnat, aniž by tím utrpělo zahájení akce ACK. Pouze tradiční akademická čtvrt hodinka se neodehrála v sále, ale v předsálí, a vystoupení manažerů veletrhu bylo zestručněno. To však program klubového dne nijak nepoškodilo. Stejně byli všichni v očekávání, co uslyší od Ing. Čapkové z útvaru nepřímých daní ministerstva financí. Ta nejprve stručně uvedla, jaké změny přinesla novela zákona od 1.1.2005, a pak už jen odpovídala na dotazy. Vesměs s přehledem svědčícím o tom, že ovládá nejen problematiku DPH, což se předpokládá samo sebou, ale že si za poslední rok osvojila i problematiku cestovního ruchu. Dokázala tak nejen zodpovídat, ale i upřesňovat některé ne vždy precizně formulované dotazy. A na formulacích a přesnosti u DPH záleží moc a moc. Stejně jako na znalosti dalších právních vztahů a zákonů. Tak například něco jiného platí, jste-li zprostředkující osoba podle smlouvy mandátní, a něco jiného pro smlouvu o zprostředkování podle obchodního zákoníku, atd., atp. Podnikatel aby se z těch všech předpisů a jejich nesčetných novel zbláznil: má podnikat – nebo studovat zákony?

Kdož vzhlíželi k Evropské unii

jako ke spásě pro zavedení pevných, přehledných a logických legislativních norem, prokázali jistou dávku neznanosti některých směrnic bruselské a jiné administrativy, nebo nadměrný optimismus. Jestli podstatné nedostatky zákona o DPH ušitého horkou jehlou na poslední chvíli před vstupem do EU padají převážnou měrou na českou vládní politiku nepřipustit diskusi s výmluvou na vlastnoručně zaviněnou časovou tíseň, pak z diskuse na klubovém dni nad novelou napravující některé nonsensy zákona vyplývá, že jsou obory, kde domovské území Kocourkova leží kupodivu ještě více na západ. Nápad EU rozpočítávat pro uplatnění DPH u přírůžky cestovní služby dopravu do místa určení podle území, na kterém bez dalších čerpaných služeb probíhá, je dost divoký i u pozemní dopravy – administrativa potřebná k oddělení osvobozeného území třetích zemí a zdaněného území EU stojí určitě víc, než činí vybraná DPH třeba u zájezdů do Chorvatska. Aplikovat totéž i na leteckou dopravu je už učiněný Absurdistán. Když se do toho ještě dostala otázka, jak se daní provize z prodeje zájezdů, které si takto dovolují překračovat výšostné území EU (což je z hlediska českého outgoingu množství dost podstatné), bylo toho už prostě moc. A tak moderátor programu JUDr. Dolejš, který vhodně doplňoval některé dotazy a reakce tazatelů poukazy na pasáže příslušného zákona, aby dopřál Ing. Čapkové vydechnout, diskusi po dvou hodinách oficiálně ukončil. Neoficiálně se tazatelé kolem paní Čapkové rojili i nadále a ona se jim obětavě věnovala, přestože v pozadí sálu čekal přípitek a pohoštění z kuchyně Villy Voyta, které si rozhodně pozornosti zasloužilo. Mnozí účastníci tak kombinovali třeba i vášnivě debaty o DPH s příjemnějšími kulinářskými zážitky.

Ing. Eva Mráčková

>>> www.ackcr.cz



ISO 9001:2001 pro Canarii Travel



Souběžně ve stejný den a čas o několik metrů dál v tomtéž levém křídle Průmyslového paláce proběhla „tradiční číše vína“, kterou společně organizovali cestovní kancelář Čedok, letecká společnost Travel Servis a cestovní kancelář Canaria Travel. Generální ředitel Čedoku Ing. Miroslav Res zhodnotil sezonu 2004 a přivítal vstup Čedoku do své již 85. sezony. Ing. Jaromír Beránek předal generální ředitelce cestovní kanceláře Canaria Travel paní Lence Kivové certifikát ISO 9001:2001, načež mu na oplátku ředitel letecké společnosti Travel Servis Ing. Roman Vik pokřtil ročenku cestovního ruchu.



EXIM Tours: „A přece se točí!“

O stánek cestovní kanceláře EXIM Tours byl trvale velký zájem. Z mnoha důvodů. Rozdalo se zde nejen několik desítek tisíc katalogů EXIM Tours, ale také pár tisíc výtisků časopisu Všudybyl! Díky perfektním výkonům tanečnic zde každou chvíli docházelo k „ucpávkám v dopravě“. K atraktivitám lákajícím návštěvníky patřila i včleněná expozice pelhřimovského pivovaru „Poutník“, jejíž osádka se měla pod náporu cestovní zájmu, a la „cestovatelé sobě“, co otáčet.



PIVOVAR
POLITNIK
PELHRIMOV



Nejúspěšnější Čedoku



18. února zde pak cestovní kancelář Čedok vyhlášovala své nejúspěšnější provizní prodejce. Slavnostní vyhlášení a vlastní předání cen provizním prodejcům se uskutečnilo na tradičním slavnostním večírku v hotelu Ambassador začátkem dubna 2005.



Helena Vondráčková Happylandu

17. února na Výstavišti v Praze na stánku Happyland Bohemia křtila paní Helena Vondráčková katalog „Léto 2005“ této cestovní kanceláře. Slavnost zahájila generální ředitelka cestovní kanceláře Happyland Bohemia paní Eva Matolínová společně s generálním ředitelem cestovní kanceláře Hydrotour Ing. Mikulášem Milkem.





Večer Lvího klubu Praha Orel

2. března 2005 se konala pravidelná schůzka členů klubu LC Praha Orel, kterou navštívil guvernér Lvího distriktu 122 Česká a Slovenská republika Ing. Ladislav Bouček, aby klub pozdravil k 15. výročí jeho založení a informoval o nastávající návštěvě světového prezidenta Lions International pana Clementa Kusiaka v Praze. Členové lionského klubu Praha Orel se stejně jako ostatní lionské kluby v Česku pravidelně schází za účelem organizace akcí na pomoc potřebným občanům. Mezi jeho aktuální aktivity se řadí finanční příspěvek ve výši 15 tisíc korun obětem záplav v východní Asii. Klub dlouhodobě spolupracuje s Institutem pro zrakově postižené ve Francouzské třídě na Vinohradech a má nad ním patronát. Schůzky klubu nemají politický charakter, členové klubu ctí zásady celosvětového lionského hnutí a záležitosti politické, obchodní či náboženské zde nemají žádný prostor. Lionské hnutí je největším celosvětovým dobrovolnickým



a humanitárním sdružením, zaměřujícím se na pomoc potřebným lidem. Prioritou činnosti je podpora nevidomých a slabozrakých. V České republice působí celkem 25 lionských klubů. V oblasti pomoci nevidomým a slabozrakým můžeme jmenovat spolupráci pražských klubů s Gymnáziem a Obchodní akademií v Praze 5 pro zrakově postižené, s Deylovou konzervatoří a školou Jaroslava Ježka, z mimopražských např. spolupráci rokcanského klubu se Svazem nevidomých a slabozrakých, rychnovského se Společnou organizací nevidomých a slabozrakých, pardubického s místním Sdružením slabozrakých a nevidomých. Plzeňské kluby spolupracují s Oční klinikou Fakultní nemocnice v Plzni, Školou pro zrakově postižené, organizací Tyfloservis, brněnský klub se Školou pro nevidomé a slabozraké a místním Tyfloservisem a táborští lioni s očním oddělením táborské nemocnice.

-JB-



Nick Page

obdivoval pražské letiště

V den, kdy největší

nebankovní obchodník s devizami na světě, společnost Travelex, oznámila změny v majetkové struktuře, navštívil Prahu jeden z jejích spolujednatelů pan Nicholas Page, který je zároveň Chief Operating Officer, což v podstatě znamená, že řídí všechny provozní aspekty Travelexu na celém světě. Vedle jednání s významnými bankéři a obchodníky byl přijat i generálním ředitelem České správy letišť, s.p. a Letiště Praha-Ruzyně Ing. Martinem Kačurem. Informoval ho, že novým majoritním vlastníkem Travelexu se stala významná investiční společnost Apax Partners. Hodnota Travelexu pro účely této transakce byla vyčíslena na 1,055 miliardy britských liber. Nick Page obdivoval pražské letiště a vyjádřil přesvědčení, že Travelex se bude podílet na dalším rozvoji obchodních aktivit tohoto stále významnějšího dopravního uzlu. Jiří Krejča, předseda představenstva a generální ředitel Travelex Czech Republic a.s., předložil Nicku Pageovi ambiciózní plán na agresivní růst obchodních aktivit Travelexu v České republice a sousedních zemích.

Apax Partners

patří mezi nejvýznamnější světové investiční skupiny. Podniká v Evropě a v USA. Apax Partners mají více než třicetileté zkušenosti s přímými investicemi, jimiž pomáhají budovat a posilovat pozice významných světových firem, mezi něž patří zejména pojišťovny či penzijní fondy. Doposud společnost Apax Partners investovala do více než pěti set firem přes dvanáct miliard dolarů. Apax Partners velmi zaujal výrazný růst Travelexu v uplynulých deseti letech, jeho plány do budoucna a kvalita lidí.

Travelex

díky Apax Partners získal daleko větší finanční sílu a zároveň závazek urychlit organický růst i geografickou expanzi, rozvoj nových produktů a služeb. Toto vše se pozitivně projevilo také u zákazníků Travelexu a jeho obchodních partnerů. Po dokončení transakce, což potrvá několik měsíců, budou mít fondy spravované Apax Partners majoritní podíl v Travelexu. Pan Lloyd Dorfman bude držet 30 % podíl a investiční skupina „3i“ 7%. Ve vedení společnosti a manažerských strukturách nedojde k žádné změně, což platí i o společnosti Travelex Czech Republic a.s. Vysoká kvalita služeb zákazníkům, profesionalita a inovace budou i nadále hlavním cílem Travelexu.

>>> www.travelex.com



Zlatý pohár PIVEX pivo 2005

PIVEX je pivovarskými odborníky uznáván

za jedno z nejprestižnějších a nejvýznamnějších degustačních hodnocení piva v Česku. Jeho 13. ročník jako součást doprovodného programu Mezinárodního veletrhu gastronomie, hotelových služeb a veřejného stravování G+H 2005 spolupřátaly Veletrhy Brno, a.s. a SNIP & CO, reklamní společnost, s.r.o. Odborným garantem byl Výzkumný ústav pivovarský a sladařský v Praze. Přihlásilo se 23 pivovarů se 40 značkami piv. 18 značek kategorie světlé výčepní pivo a 22 značek světlý ležák.

Soutěž probíhala dvoukolově

V listopadu 2004 a únoru 2005 byly degustovány vzorky piva dodané pivovary. Hodnocení prováděli odborní degustátoři ze soutěžících pivovarů, Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského v Praze a z dalších odborných institucí. Veškeré

degustace byly anonymní pod dohledem notáře, zástupců odborného garantu a organizátora soutěže. Degustátoři hodnotili chuť piva, plnost, vůni, říz, hořkost i další chuťové vlastnosti či jiné příznaky, např. barevnost, jasnost apod. V každém kole byly u všech vzorků piv prováděny laboratorní rozbory a hodnocení VÚPS Praha. Výsledky obou kol se sečetly a zveřejnilo se pořadí na prvních třech místech. V letošním ročníku byly uděleny i „Certifikáty kvality“ pro piva, která v obou částech soutěže dosáhla mimořádných výsledků a neumístila se na prvních třech místech. Výsledky byly vyhlášeny 1. března v Interhotelu Voroněž v Brně na Galavečeři pivovarníků a sladovnicků. Jeho součástí bylo i vyhlášení výsledků odborné soutěže „Král výčepních České republiky – PIVEX 2005“.

- >> www.bvv.cz
- >> www.zlatypohar.cz
- >> www.snip-brno.cz/kral



Kategorie světlý ležák (11–12 % EPM)

1. místo **Starobrno MEDIUM světlý ležák**
STAROBRNO, a.s.
2. místo **Staropramen ležák**
Pivovary Staropramen, a.s.
3. místo **Radegast Premium**
Plzeňský Prazdroj, a.s.
– pivovar Radegast

Kategorie světlé výčepní pivo (do 10 % EPM)

1. místo **Braník světlé výčepní**
Pivovary Staropramen, a.s.
2. místo **Velkopopovický Kozel**
světlé výčepní
Plzeňský Prazdroj, a.s.
– pivovar Velké Popovice
3. místo **Ostravar originál světlé výčepní**
Pivovary Staropramen, a.s.

Certifikáty za vyrovnanou kvalitu

- Březňák světlý ležák**
Drinks Union, a.s. – pivovar Velké Březno
- Džbán 11% světlá**
Pivovar Vyškov, a.s.
- Primátor Premium**
Pivovar Náchod, a.s.
- Velkopopovický Kozel Premium**
Plzeňský Prazdroj, a.s.
– pivovar Velké Popovice
- Radegast světlé výčepní**
Plzeňský Prazdroj, a.s. – pivovar Radegast
- Starobrno tradiční**
STAROBRNO, a.s.
- Krušovice muškětýr světlé výčepní**
Královský pivovar Krušovice, a.s.

Král výčepních České republiky – PIVEX 2005

1. místo **Richard Kučera**
ISŠ Jirkov – Rakovník
2. místo **Vladimíra Czopíková**
Restaurace Panorama – Ostrava
3. místo **Zdeněk Nešpůrek**
Restaurace U Gottwaldů
Dolní Kounice

BVV



SNID & CO
REKLAMNÍ SPOLEČNOST

Veletrhy
Brno

hotel
Voronež brno
Congress Centre



SOHM
Sklenice pro značkové nápoje

THERMO
TECHNIKA
– SOUŠŤA
VÝČEPNÍ A CHLADICÍ
ZARÍZENÍ



STOMIX®

aneb

Čas pro váš dům



Vzhled měst a obcí včetně krajinných historických objektů tvoří celkový dojem o dané zemi a chcete-li, turistické destinaci. S ředitelem a jednatelem obchodní společnosti STOMIX Praha s. r. o., panem Marošem Novákem, se setkáváme nedlouho před Fórem investičních příležitostí, tentokrát pod názvem „Technologie a zařízení pro města a obce“, které se již tradičně za-



Maroš Novák

čátkem jara uskutečňuje v rámci veletrhu URBIS 2005 v Brně. Pane řediteli, více než estetická stránka je prioritou doby úspora energií. Společnost STOMIX®, držitel certifikátů ISO 14001:1997 a ISO 9001:2001, se jako přední český výrobce vnějších tepelně izolačních kontaktních systémů (ETICS) touto oblastí intenzivně zabývá již od roku 1993, kdy byl v Jeseníkách v obci Žulová založen. Ať už co se týká oblasti výzkumu a předávání jeho výsledků odborné veřejnosti, nebo všeobecné propagace nových přístupů Evropské unie a připravovaných norem, jež zpřísňují prodej těchto materiálů na českém trhu. To samé, bohužel, nelze říci o řadě vašich konkurentů ze zemí původní evropské dvanáctky, pro jejichž (u nich

doma) technologicky a legislativně překonanou část produkce je území Česka stále vděčným odbytištěm.

Ano, ještě dnes se naše zahraniční konkurence na českém trhu profiluje především tím, že zde realizuje to, pro co podle legislativy Evropské unie už není v „zemích dvanáctky“ prostor. Vzdor paradoxu, že tito výrobci ze „zemí dvanáctky“ pocházejí. STOMIX® hned od prvopočátku volil cestu kvality, ačkoliv dodnes u nás

není v platnosti norma, která by přikazovala prodávat na českém trhu alespoň to, co je standardem v zakladatelských zemích Evropské unie. Vítr proto připravované zpřísnění podmínek prodeje vnějšího tepelně izolačního kontaktního systému (ETICS) v České republice, neboť se rozhodně nechceme přeorientovávat na sice levnější, ale o hodně méně kvalitní produkty. Na kvalitě ve finále vydělají investoři, protože za stejné peníze (bude-li se chtít udržet) bude také konkurence smět prodávat v Česku pouze to, co jí normy dovolují v domovských zemích.

Jedna věc je příznivý poměr ceny a kvality, druhá servis včetně odborného poradenství, termínů dodávek atd.

Co se týče operativnosti a služeb ve prospěch zákazníka, zajišťujeme např. prostřednictvím našeho servisního technika odborný dohled při realizování zakázky. Kontrolujeme dodržování technologických postupů, které jsou důležité pro správnou funkčnost našich materiálů. Tato služba je zcela zdarma. Díky působení obchodních společností STOMIX® po celé České republice zaručujeme operativnost a rychlost dodávek materiálu. Jsme schopni barvit veškeré námi dodávané materiály. Pokud se investoři nedostává být menší množství některého z našich materiálů, můžeme mu je ve velice krátkém čase dodat v požadovaném provedení.

K tomu, aby takto mohl STOMIX® fungovat, potřebujete šikovně dislokované zázemí obchodních zastoupení.

Co se týče tohoto zázemí, rád bych se soustředil především na to, jež patří pod STOMIX Praha. Společnost STOMIX Praha s.r.o. vznikla v roce 1998. Od té doby rozšiřuje okruh svých zákazníků a ruku v ruce tím posiluje výrobní kapacity. Spolupracujeme s řa-





zkouškou naše fasádní omítky prošly v souvislosti s povodněmi v roce 2002. V Praze 8 – Karlíně jsme jimi ošetřili jeden z historických objektů, který v následné době postihly povodně. Fasáda byla řadu dní nepřetržitě pod vodou. Poté, co voda opadla, se obvodový plášť domu umyl a fasáda je dodnes funkční. Stále kvalitní. Nevykazuje biotické napadení ani jiné vady. Vlhkost z objektu odezněla sama od sebe, aniž by došlo k narušení pevnosti obvodových stěn,

rámci formování českého podnikatelského prostředí – regionální hospodářské komory, svaz podnikatelů. Byli jsme účastníky řady jednání s představiteli státu a politické scény. V oblasti kultury a sportu podporujeme celou řadu sportovců a umělců, kteří si tuto pomoc díky svému talentu jistě zaslouží. Tím ovšem naše pomoc veřejnosti nekončí. Podílíme se také na charitativních akcích a podpoře dětí a mládeže. V rámci společenských setkání s významnými představiteli naší vlády se snažíme pomoci prosazovat zájmy podnikatelů a jejich vliv na veřejné prostředí.

dou renomovaných stavebních a aplikačních firem, projekčních kanceláří a dalších subjektů. Abychom se ještě více přiblížili koncovým zákazníkům, rozhodli jsme pro otevření čtyř servisně poradenských center. Najdete je v Mladé Boleslavi, Kolíně, Příbrami a na Kladně. V centrech pracují technicky zdatní obchodní lidé, kteří jsou schopni vyhodnotit situaci a doporučit nevhodnější materiály, které zaručují dlouhodobou životnost realizované zakázky.

Pane řediteli, tohle není první prezentace STOMIXu ve Všudybylu, avšak nejen díky tomu vím, že vaše materiály splňují špičkové technické parametry. Do výrobního portfolia STOMIXu patří omítky s dlouhodobou odolností proti UV záření, u nichž je zaručena stálobarevnost. I takové, které obdobně jako např. textilní materiál goretex, jsou schopny propouštět molekuly vodních par, avšak nepropouštějí molekuly vody.

Mezi naše produkty opravdu patří i takovéto omítkové směsi, fasádní a interiérové barvy, tapety (sklovláknité), lepicí a stěrkové hmoty, penetrační nátěry, systém pro sanaci a ochranu betonu aj. Všechny vyhovují nejnovějším evropským požadavkům a mají předpoklad dlouhodobé životnosti. Zmínil bych např. naši flexibilní akrylátovou barvu GamaDEKOR® FLEX, která je svou elasticitou schopna bez porušení překlenout deformace na aktivních trhlinách podkladu do tloušťky 1 mm (např. nově díky otřesům způsobených průjezdy těžkých vozidel vznikající trhlinky).

Obliba a využití těchto nátěrů je v rámci koncepce dlouhodobé ochrany památek na vzestupu nejen v západní Evropě, ale i u nás v Česku, které je, co se historického odkazu týče, vnímáno jako její součást.

Není se co divit. Takto ošetřené obvodové zdivo vykazuje dlouhodobou životnost, stálou funkčnost a barevnou stálost. Nejnemilosrdnější zatěžkávací



plesnivění apod. Materiál objekt neuzavřel, takže stále mohl a dosud může dýchat.

To většina tamních objektů dopadla podstatně hůře...

Za pozitivní zmínku stojí i to, že nejen památkáři a drobní investoři využívají kooperaci se STOMIXem. Z velkých realizovaných akcí jsme se např. podíleli na dostavbě Kongresového centra Praha, kam byly dodávány naše materiály. Minulý rok STOMIX® dostal ocenění „Zajímavý design fasády“ za obchodní centrum „Olympie“ v Plzni. Naše směřování se týká i revitalizace panelové výstavby, kde jsou našimi klienty stavební bytová družstva a bytová družstva vlastníků a družstevníků. Jsou to velmi nákladné záležitosti. Od speciálních hmot na sanaci betonových podkladů a armatur až po

Nejen proto, že čtvrté vydání Všudybylu osloví účastníky Fóra investičních příležitostí v rámci veletrhu URBIS 2005 v Brně, ale také proto, že mnozí z těch, kteří Všudybyl čtou, působí ve státním i samosprávním sektoru, co je možné za STOMIX® vzkázat právě jim?

Jsem přesvědčen, že mnozí z nich už o nás dávno vědí. Samosprávní i státní sektor se zabývá tím (a je to dáno zákonnou normou), aby objekty, které jsou ve vlastnictví státu, samosprávných či komunálních celků, byly energeticky ošetřeny. Tzn., váže se na



ně povinnost energetických auditů. Jedná se především o radnice, zdravotní střediska, školy, domy pečovatelské služby apod. Po energetických auditech pak zpravidla následuje rekonstrukce objektu, která zahrnuje mj. i ETICS. Všem těmto organizacím nabízíme kompletní servis. Od posouzení vhodných materiálových skladeb včetně kvalitních stavebních a aplikačních firem, které jsou proškolené na práci s našimi materiály, po servisní dohled při realizaci zakázky.

www.stomix.cz



povrchové úpravy včetně vnějšího tepelného izolačního kontaktního systému ETICS. Podíleli jsme se např. i na komplexní rekonstrukci sídliště v Praze 21, Újezd nad Lesy, kde byl použit systém ETICS. Klasická „paneláková šed“ tak díky barevnému řešení, samozřejmě za použití našich hmot, získala docela jinou tvář. Sídliště teď působí jako nově postavené.

STOMIX® se angažuje i v oblasti charity, kultury a sportu.

Tyto aktivity zpravidla realizujeme v rámci našeho regionálního působení. Zároveň se angažujeme v





Český den na Wilhelmstrasse 44

14. března 2005 se na české ambasádě v Berlíně již potřetí konal „Český den v Berlíně“. Záštitu nad ním převzal velvyslanec České republiky ve Spolkové republice Německo Jeho excellence pan Boris Lazar. Spolu s řadou významných hostů z řady zemí, včetně silně zastoupeného Česka, zde byl přítomen i ředitel České centrály cestovního ruchu – Czech-Tourism pana Rostislav Vondruška, který v Berlíně ten den mj. jednal s vrcholnou delegací ASTA. Cateringový servis na špičkové úrovni opět zajišťoval TOP HOTEL Praha.“ Akci zahájili velvyslanec Dr. Lazar a generální ředitelka TOP HOTELU Praha & Congress Centre a slečna Marta Šnoblová.

>> www.tophotel.cz



Takový byl ITB Berlin 2005



Čína ocenila Slovensko

14. března v kongresovém centru berlínského výstaviště v rámci slavnostního vyhlášení převzala Slovenská agentura pro cestovní ruch „Zlatou cenu za inovaci produktu pro čínský trh“. O jejím udělení rozhodli zástupci čínských organizací cestovního ruchu. Ředitelce slovenského touristboardu paní Beaté Lukáčové ji předávali: pan Xu Jing – Regional Representative for Asia on the Pacific World Tourism Organization; paní Meng Zhou – Managing Director časopisu Travel & Trade in Europe; pan Wu Jinguan – Managing Director časopisu Travel & Trade in Europe a Prof. Wolfgang Arit – China Outbound Project Manage.

>> www.slovaktourism.sk



Destinační management v praxi



Ing. Petr Kratochvíl

Laik žasne a ptá se

Termín destinační management se stává hantýrkou, za kterou se skrývá profesionalizace, organizace a řízení cestovního ruchu dané destinace. Teoretici hovoří spíše o managementu destinace. Laik žasne a ptá se, jak si sáhnout na management destinace? Je to živý organizmus? Odpověď je ano! Je to systém řízení realizovaný konkrétním subjektem pro rozvoj cestovního ruchu na daném území. A je velmi pružný a neměl by, díky své aktivitě, na sebe nechat sáhnout. Jaká je praxe? V každé části naší země jiná. Někde se jedná o systémové opatření, jinde o živelnost. Je třeba vítat v celém možném spektru obě formy, protože obě mohou přispět k dynamickému rozvoji cestovního ruchu dané oblasti. A jaká je současná situace?

Cestu tzv. „shora“

zvolily turistické regiony Severní Morava a Slezsko a Jižní Čechy. V případě regionu Severní Morava a Slezsko byla v rámci jeho strategie rozvoje cestovního ruchu jednoznačně stanovena prioritou systémově řešit řízení cestovního ruchu. Moravskoslezský kraj hledal formou výběrového řízení subjekt, který by nejen erudovaně zvládl úkoly ze strategie, ale měl i podporu dalších subjektů v regionu, kterou by musel doložit jejich písemnými vyjádřeními. To se podařilo, a firma Enterprise, plc již dva roky velmi dobře plní své poslání. Vytvořila katalogy kongresového cestovního ruchu, světlo světa spatřila řada

turistických produktů. V Beskydech jezdí skibusy a cyklobusy. Nyní se připravují i v Jeseníkách. Připravili řadu famtripů a presstripů. Intenzivně spolupracují s podnikateli. Organizují pravidelně konferenci cestovního ruchu. Průběžně komunikují s podnikateli. Poskytují servis různým sdružením při přípravě projektů. Pro vyšší čitelnost vznikla o.p.s. Destinační management Moravsko-Slezský a kraj jí každoročně na činnost finančně přispívá. Region Severní Morava a Slezsko hraje v tomto směru vůdčí roli v Česku a je příkladem ostatním.

Jižní Čechy zvolily cestu sdružení, které tvoří Jihočeský kraj, Jihočeská hospodářská komora a Svaz měst a obcí jižních Čech. V tomto regionu navázali na dlouholetou zkušenost Jihočeské centrály cestovního ruchu, kterou původně založilo dvanáct jihočeských měst. Došlo i k dělbě činnosti mezi Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a Jihočeským krajem. Jihočeská centrála cestovního ruchu se stará o výstavy na území Česka, Jihočeský kraj v zahraničí. Jihočeská centrála cestovního ruchu připravuje turistické produkty, např. výlovy rybníků, připravila velmi zdařilou webovou prezentaci jižních Čech, která také v jedné sekci slouží odborné veřejnosti. Pravidelně komunikuje i s turistickými informačními centry. Stará se o přípravu lidských zdrojů a zajišťuje regionu prezentaci v médiích.

Způsobem tzv. „zdola“

vznikl destinační management např. na Sokolovsku. Nyní se již jeho aktivita rozšiřuje na celou oblast západočeského lázeňského trojúhelníku. Tato forma je o to

Kontakty na destinační managementy:

Jihočeská centrála cestovního ruchu

Jitka Fatková – ředitelka,
tel.: 386 358 727, e-mail: fatkova@jccr.cz

Destinační management Moravsko-Slezský

o.p.s., Ing. Michal Sládek – výkonný ředitel,
tel.: 595 228 192, e-mail: michal.sladek@tourisms.cz

Region Slovákco

Mgr. Josef Hapák – tajemník,
tel.: 572 540 303, e-mail: info@slovacko.cz

Sdružení Český ráj

Aleš Hozdecký – manažer sdružení,
tel.: 481 366 255, mail: a.hozdecky@info.turnov.cz

Destinace Sokolovsko, o.p.s.

RNDr. Miroslav Vidlák – ředitel,
tel.: 352 605 600, e-mail: destinace-reditel@sokolovsko.cz

pravdivější a věrohodnější, že vzniká z iniciativy podnikatelského subjektu. Za poslední rok se Sokolovsko výrazně zapsalo do povědomí našich turistů i odborné veřejnosti v cestovním ruchu. A že to u Sokolovska není lehké, jistě není třeba zdůrazňovat. Jednoznačně je třeba uvést i jméno ředitele společnosti, pana RNDr. Miroslava Vidláka, který nezapomíná ani na příhraniční spolupráci. Výrazným úspěchem je spolupráce destinační agentury s dalšími podnikatelskými subjekty, např. G. Benedikt Karlovy Vary – výrobcem hotelového porcelánu nebo Dopravním podnikem města Karlovy Vary. Úzká spolupráce byla navázána s památkovými objekty – zámky a hrady Locket, Kynžvart, Mostov a Bečov. Velmi výraznou pozitivní roli hraje součinnost s městem Sokolov.



Formu tzv. „přirozené autority“

Ize považovat za třetí způsob ustavení destinačního managementu. Tím ale není třeba vyvolat asociaci se slovem nesystémová. Jedná se o případy, kdy je v dané oblasti či regionu akční jedno sdružení měst a obcí či jiná forma sdružení s prioritním zapojením subjektů veřejné správy. Příkladem jsou Sdružení Region Slovákco a Sdružení Český ráj. Ani jedno nečekalo, až mu někdo jiný připraví podmínky pro činnost, a konalo, resp. koná. I v tomto případě existuje rozdílný přístup řešení. Sdružení Český ráj směřuje výkon organizační činnosti na „úředníky“, v tomto případě měst Turnova a Jičína. Region Slovákco již tuto bariéru překonal a roli destinačního managementu tvoří management Regionu Slovákco a destinační agentura Avedon jako výkonný subjekt. Ten připravuje denní praktickou stránku propagace a prezentace regionu. Obě sdružení dosahují výrazných úspěchů na trhu cestovního ruchu a přilákala na svá území mnoho turistů.

I další regiony a oblasti začínají

řešit problematiku destinačního managementu. A to např. regiony Východní Čechy a Krkonoše či oblast střední Čechy – jihovýchod, Lednicko-Valtický areál a Moravský kras a okolí. I města Český Krumlov a Třebíč mají své destinační agentury. Lze předpokládat, že asi do dvou let bude odstraněna i tato překážka dynamického rozvoje v regionech – nedostatečné profesionální řízení a organizace cestovního ruchu.

Ing. Petr Kratochvíl, CzechTourism

>> www.czechtourism.cz



Chata Pieniny

sa nachádza pod obcou Lesnica v Pieninskom národnom parku neďaleko od výstupišťa plti a hraničného priechodu do Poľska - Szczawnica. V Lesnici sa nachádza rímskokatolícky kostol zo 17. storočia vybudovaný na gotických základoch, domy v radovej zástavbe s postrannými vstupnými bránami a drevenice z hrubých brvien. Zachovalo sa tu veľa povestí viažucích sa k Pieninám. V obci sa ešte čiastočne nosí menej zdobený goralský kroj. Chata je vhodným východiskom na pešie túry do poľských a slovenských Pienín, cyklotúry a splav Dunajca. V zime tu je možnosť zjazdového a bežeckého lyžovania (lyžiarsky vlek dĺžky 1000 m). Celková ubytovacia kapacita 51 lôžok v jedno až šesťpostelových izbách. Je tu viná-



reň (45 miest), reštaurácia (52 miest), salónik (12 miest), letná terasa (150 miest) a prístrešok (150 miest). Podnik zabezpečuje splav na pltiach, jazdu kočom, v zime na saniach, vlastnú dopravu (autobus 45 miest, mikrobús 9 miest) a sprievodcovské služby

Pltníci na Dunajci

kamaldulským kláštrom. Kamalduli podobne ako kartuziáni žili pustovníckym spôsobom života. Venovali sa hospodáreniu, včelárstvu, liečeniu chorých a zbieraniu liečivých rastlín. Od roku 1754 tu bola založená lekáreň, ktorá sa preslávila aj za hranicami Spiša, hlavne za jej správcovstva frátrom Cypriánom v rokoch 1756 až 1775.

Lesnícky potok

je dlhý necelých 6 km. Má veľa vody a veľký spád

45 m/km. Na ceste do Dunajca si vo vápencovom bradle prerezal romantický prielom, vytvárajúc tak efektnú stenu Vylízanej po pravej a Osobitú skalu po ľavej strane ústia. Prielom Lesníckeho potoka je na ploche 30 ha chráneným prírodným výtvorom.

Dunajec

Jeho pramenné zdrojnice Biely a Čierny Dunajec a Biela voda a pravostranný prítok Javorinka odvádzajú vody z Pienín do Baltského mora. Od Nového



a pikniky v prírode s goralskou muzikou po splave Dunajca na pltiach (pečený baran, pečené prasa, údené pstruhy, kotlíkový guláš, živánska...)

Červený kláštor

Národná kultúrna pamiatka Červený kláštor pri obci Červený Kláštor bol obývaný mníchmi kartuziánskeho a kamaldulského rádu. Kartuziánske kláštory boli vybudované na odľahlých miestach, lebo kartuziáni patrili k najprísnejším reholiam s asketickým spôsobom života. V rokoch 1711 až 1782 bol Červený kláštor



Targu má rieka pozdĺžny tok na východ, zo slovenského územia prijíma ešte pravostranné prítoky Osturniansky (Kacvínsky) potok, Rieku a Lipník. Na svojom ďalšom toku Dunajec vyhlbil cez vápencové bradlá romantickú tiesňavu, známy Prielom Dunajca. V bradlovom pásme sa skrúca na severozápad, ešte raz sa prediera cez pásmo Gorcov do Nowosackej kotliny, kde prijíma svoj najväčší prítok rieku Poprad. Prielom Dunajca je v rozsahu 360 hektárov chránenou prírodnou rezerváciou. Je to floristicky a krajinársko-esteticky významné územie. Prielomom Dunajca vedie turistický chodník, na ktorom je inštalovaných 10 náučných zastávok. Turistickou atrakciou je splav Dunajca na pltiach.

Chata Pieniny

Ján Gondek, 065 33 Lesnica

tel.: 00421-524397530

fax: 00421-524397530

mobil: 00421-905963316

e-mail: chatapieniny@itourshop.sk

>> www.pieniny.sk/pieniny.html

>> www.chatapieniny.itourshop.sk

Ve znamení Kozorooha 6



Bory šumí po skalinách

Za slunečného počasí docházím k chatě s upraveným okolím. Je tu tekoucí voda a dřevo. Vystavil jsem slunci mokré goretxy a jal se vařit. Nad chatou přelétla helikoptéra. Podruhé docela blízoučko. Už mně mají! Po večeri v 18.20 odcházím. Kolem 20. hodiny jsem došel tam, kde značkařům došla barva. Stanuji v borovém lese ve svahu poblíž vodopádu. Bory šumí po skalinách... Ve 20.30 zaléhám.

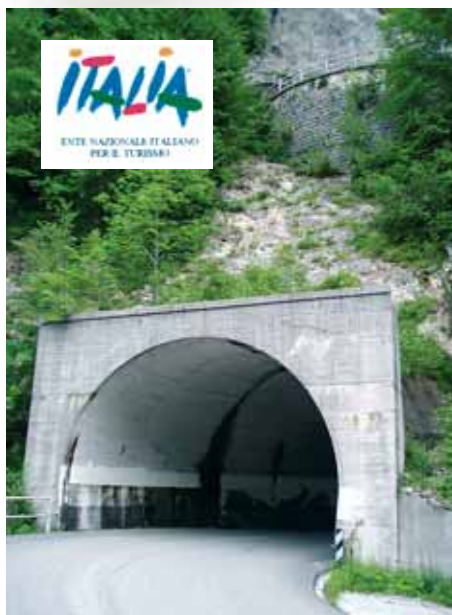
Akorát troubit ne

Středa 14. 7. Kolem stanu světlušky. Probudil jsem se před sedmou. Sbalil věci a přemístil se vařit k vodopádu. O půl desáté jsem došel do Chiout Calli a odtud po silnici přes Saletto do Sella Nevea. Poslední úsek překonával zhruba půl kilometru strmý zlom a je ukázkou italského silničního stavitelství s protisměrnými tunely a galeriemi. Cesta pěšky po silnici patří k výrazným zážitkům tohoto čundru. V tunelech jsem blikal anodovou čelovkou. Akorát troubit před (neustále) nepřehlednými úseky, to ne.

Cestou sbírám chroští

Na lavičce v Sella Nevea obědvám ve 12.15. Jako obvykle včetně sundaných bot a ponožek. Ale není

tu před kým dělat ostudu. Ve 13 hodin odcházím směr sedlo, kde jsem zinně tábořil. Cestou sbírám chroští a zastrkávám si je do kletru. Ještě než jsem se pustil průrvou dolů, uklidil jsem odpadky, které tu po mně zůstaly tehdy hluboko pod sněhem. Poprvé jsem průchod průrvou vzdal, protože jsem neviděl pod sebe. Teď, protože jsem



viděl. Mokrá lámavá skála a sněhový splaz. Vše v ostrém sklonu. Vyškrábal jsem se zpátky. Ze sedla pak nescházela bába, ale dědek s roštím. Kolem šesté v lavinovém žlebu nacházím muldu a stavím stan. Smrdím už i ohněm. Kyblíky na vaření jsou samý dehet.

Předposlední poridige

Čtvrtek 15. 7. Probouzím se v 8.15. Ještě chvíli lenoším ve spacáku, ale hlad je mocnější. Ani ne za čtvrt hodiny se rozhoduji: půjdu uklohnit předposlední poridige svých „italských prázdnin“. Je pod mrakem. V 9.15 jsem po snídani. V 9.25 začíná krápat, což je důvodem k užívání si drsné

přírody. Zaléhám do spacáku. V 10.30 nade mnou přelétá vrtulník. Rychle jsem sbalil a vypadl. Traverz na refugiu Brenner mi připadá náročnější než prvně opačným směrem. V jednom z posledních zářezů mokvá pramének. Vylezl jsem na galerii nad cestou, kde vytvářel mělkou loužinku a šlaufkem naplnil lahve. Na refugiu jsem usušil stan a uvařil na venkovním sporáku na dřevu, které jsem nasbíral cestou.



Ač (Mirek)

V 9.00 mne probouzí dva přichozí německy hovořící chlapi. Zatápím ve sporáku a dělám snídani. Odcházím v 10.15. V bystřině (na tom samém místě, co poprvé) páchám celkovou hygienu. Pak po silnici do Tarvisia, kde jsem kolem 15.00. Česky mne oslovuje blondák, že prý jsem určitě Čech a že se to pozná. Dal mi pixlu piva. Představil se jako Mirek Ač. Pozval jsem ho do hospody. Mj. mi řekl, byl v době zemětřesení ve Slovinsku, kde napáchalo škody a zabilo nějaké lidi. Zbytek dne bivakuji zašit mezi auty na krytém parkovišti před nádražím.

Sobota 17. 7. V 00.46 i se mnou dojíždí vlak do Vídně. Trvalo mi dlouho, než jsem za svých 50,80 eur za pět hodin jízdy v lůžkovém voze na chvíli usnul.

>> www.italiantourism.com

