

průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu



všudybyl

deváté
vydání
2001



OREA 
HOTELS



Více informací najdete na stranách 20 a 21.

Časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

„Nemá-li kdo ocelivé hlavy, rozpuke se mu; nemá-li v ní tekutého mozku, nebude z něho mít zrcadla; nemá-li plechové kůže, nevytrpí formaci; nemá-li olověného sedadla, nevysedí nic, roztrousí všechno; a bez zlatého měšce, kde by nabral času, kde mistrů, živých i mrtvých? Či mniš, že tak veliké věci darmo³ přicházejí mohou?“ I porozuměl sem, kam se to směřuje, že se k tomu stavu zdraví, vtip, ustavičnost, trpnost a náklad přinášení musejí; a řekl sem: „Takť se tedy opravdu říci můž: Non cuius contingit adire Corinthum⁴. Ne každému se dřevu dostane býti fladrem⁵.“

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

1 přetváření výchovy, 2 tj. knih, 3 zadarmo, 4 Quintus Horatius Flaccus (65–8 př.n.l.): „Ne každému se podaří dostat do Korintu.“ – řeckého města proslulého v starověku bohatstvím, nádherou a uměním, 5 jadrným dřevem



Že se k tomu stavu zdraví, vtip, ustavičnost, trpnost a náklad přinášení musejí



„Hotelový průmysl je páteří průmyslu cestovního ruchu. Do zemí, kde není kde se bezpečně a důstojně ubytovat a stravovat, zpravidla jezdí pouze dobrodruzi nebo vojáci. Jezdí se tam, kde je solidní infrastruktura cestovního ruchu a kde mají zajímavé turistické cíle. V takových destinacích se zpravidla investuje do rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a do lidských zdrojů. V povídání s viceprezidentem pro personalistiku Českých aerolinií panem Ing.

Fratiškem Bisem v pátém vydání Všudybylu (str. 28), konstatujeme, že: „každý voják nosí v tornistře maršálskou hůl“. U stavu hoteliérského je tento napoleonský či baťovský princip (jsem v Česku) snad dvojnásob platný. V úspěších či neúspěších hotelového průmyslu se výrazně odráží mezinárodní situace, praxe, vzdělanostní a dovednostní úroveň. Společně se štěstím („nosem na byznys“) je jich třeba k tomu, aby se kdo udržel v maršálské hodnosti a vyhrával další a další „bitvy“. Ne všechno se dá naučit ve škole života a už vůbec ne pouze na akademické půdě, takže tak i tak, k tomu stavu zdraví, vtip, ustavičnost, trpnost a náklad přinášení musejí.

...a v Česku se vylepšují a staví nové hotely.

Jaromír Kainc
vydavatel Všudybylu

Kvíz *Romania* najdete na straně 35 o účast na poznávacím zájezdu do Rumunska pro 2 osoby

	Stát to za hoteliéry nevymyslí	6–9
	Anketa ke kategorizaci hotelů	10–11
	Nejbezpečnější v Krkonoších	12–13
	Úsměv můj je úsměvem tvým	14
	Spolupráce s federací se vyplácí	15
	Objevte svůj Horizont	16–17
	Někdo potřebuje almaru	18
	Bezkontaktní čipová karta	19
	Deset minut na rozmyšlenou	20–21
	Neúměrná benevolence	22–23
	Indonéský festival	23
	Možnost volby již na padesáti adresách	24
	Řízek za všechny prachy	25
	Trendy v elektronickém obchodování	26
	První v kiosek Česku	27
	Česká správa letišť bodovala	28
	Čestmír Sajda padesátníkem	28
	Fun & Fit Day	29
	UDV ČR nadělovala	30
	Jinoch se stává mužem	30
	Tourfilm 2001	31
	Malé pohoštění v řeckém stylu	32
	Dovolenka na Slovensku	32
	Do výšin Závoje vodopádu	33
	Rumunsko	34–35
	Křížovka	36

Dvě zpáteční letenky do Moskvy

AEROFLOT
Russian Airlines

losem připadly Miladě Radochové z Ostrožské Lhoty.

všudybyl

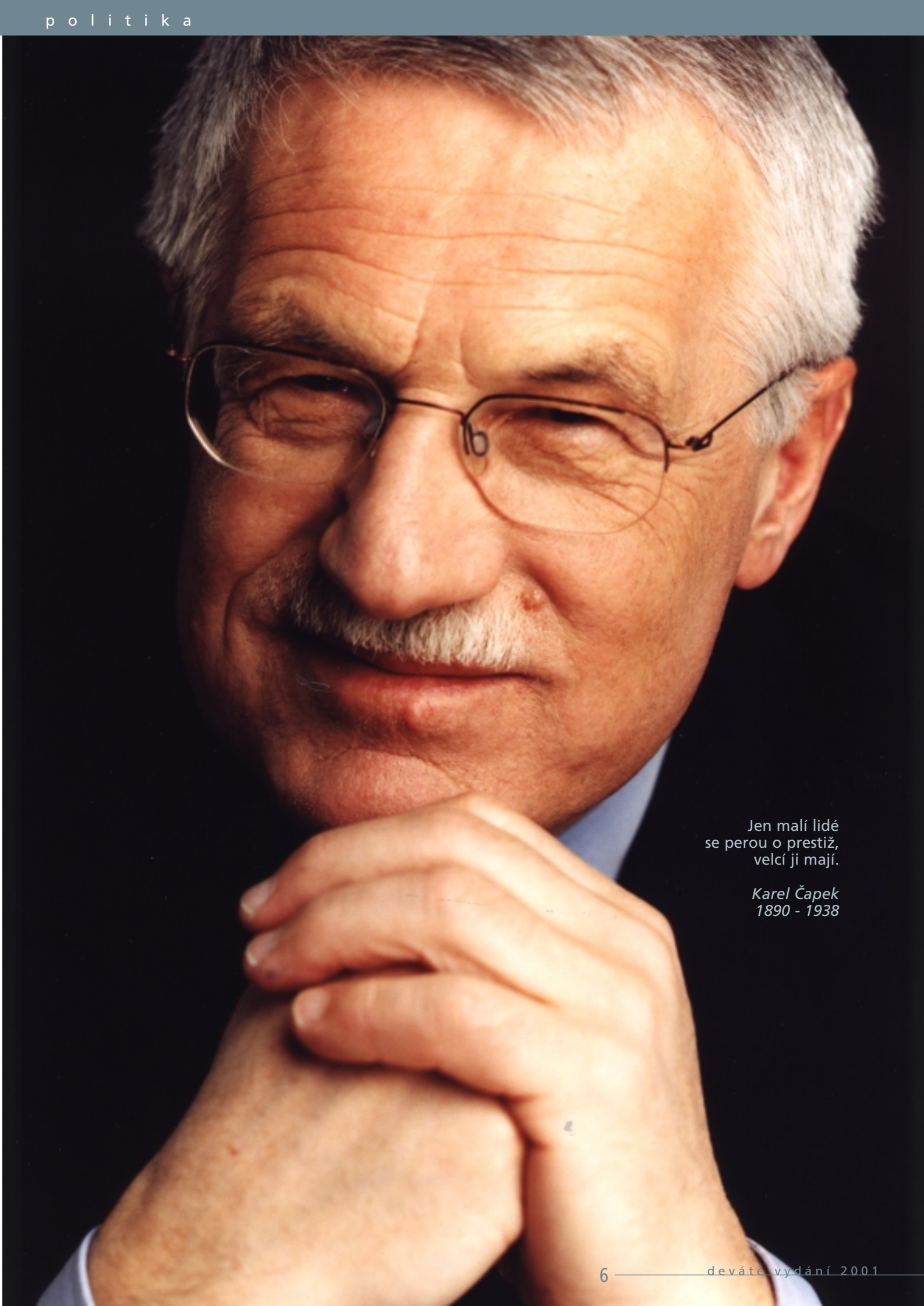
Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc
Chalabalova 1605, 155 00 Praha 13
mobil: 0603/177 536, fax: 02/652 29 06
e-mail: kainc@mbox.dkm.cz

Grafická úprava a sazba: im design
Tisk: Graspo Zlín s. r. o.

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

A close-up portrait of Karel Čapek, an elderly man with grey hair, a mustache, and glasses. He is resting his chin on his clasped hands, looking slightly down and to the side with a thoughtful expression. The background is dark.

Jen malí lidé
se perou o prestiž,
velcí ji mají.

Karel Čapek
1890 - 1938

Každé zboží potřebuje dobrý marketing, avšak v tom má Česko, jako turistická destinace, kterou je radno prosazovat ve světové konkurenci, jistě minus. Už proto, že si mnozí jeho nejvyšší pletou byznys s dovolenkovaním. Ale byznys je o vydělávání peněz a dovolená o jejich utrácení. Jistě nikdo nebude podezírat prezidenta Bushe z toho, že do USA zve celý sympatizující svět pouze proto, aby si jel do Ameriky odpočinout.

J.K.

Stát to za hoteliéry nevymyslí

aneb Věnovat se přeměně kvantity v kvalitu

- cestovní ruch umí enormně zvýšit koupěschopnost v tom kterém turisticky navštěvovaném místě světa
- cestovní ruch a jeho efekty začátkem devadesátých let pomohly překlenout prvotní transformační fázi české ekonomiky
- mám strach, že se povytřácela česká kuchyně
- pokud si kdo myslí, že na nás Evropská unie čeká, pak samozřejmě ano, ale renomé rovného s rovným si musíme vybojovat
- posunout cestovní ruch dále z Prahy, to je obrovský úkol, který stojí před námi přede všemi
- našimi největšími vyslanci po celém světě jsou lidé, kteří nás již navštívili
- nespokojit se s prvotním efektem, ale usilovat o dlouhodobou perspektivu

Pane předsedo, byl jste tak laskavý (je pátek 5. října odpoledne), že jste si našel čas na to, oslovit prostřednictvím VŠudybylu lidi, kteří své podnikatelské (resp. životní) osudy spojili s cestovním ruchem. Přesto, že se potkáváme na různých akcích, ať při křtech letadel, na konferencích hoteliérů, zahajování nových provozů na letišti apod., cestovní ruch nebyl v uplynulých letech zrovna vaší prioritou.

Já se ale řadím spíše k těm, pro něž je cestování povinností. Cestuji téměř nepřetržitě, ale není to dobrovolné cestování za výletem či dovolenou. Teď, když spolu hovoříme, si sbírám věci ze stolu, protože za chvíli bych již měl poprvé po 11. září letět do Spojených států. Cestuji pořád, přesto ale cestovní ruch ve smyslu byznysu není světem, ve kterém žiji.

Pane profesore, cestovní ruch téměř jako jediné české hospodářské odvětví neutrpěl transformační šok. Liberalizace a přechod do tržního prostředí vedly k jeho nevídanému rozvoji, který jste ocenil i ve svém projevu při slavnostním zahájení mezinárodního kongresu European Hotel Managers Association 15. února t. r. ve Smetanově síni Obecního domu v Praze (viz třetí vydání VŠudybylu str. 14–15). Vzhledem k charakteru průmyslu

cestovního ruchu, vytvářejícímu příležitosti především pro drobné a střední podnikatelské subjekty, u něj nedošlo k tak bolestnému odlivu kapitálu. Naopak od samého začátku transformace začal v oblasti cestovního ruchu do Česka nastupovat zahraniční, tak jako všude tam, kde má možnost se nejlépe zhodnocovat.

Ano, cestovní ruch začátkem devadesátých let pomohl překlenout prvotní transformační fázi české ekonomiky. Jeho efekty částečně eliminovaly obrovský výpadek jiných částí, zejména průmyslu. O tom není sporu. Bez přínosu cestovního ruchu bychom byli daleko níže. Jsem ale přesvědčen o tom, že právě v cestovním ruchu je značný nevyužitý prostor. Musíme pokročit obrovský kus za „prodávání Hradčan“. Musíme být schopni diverzifikovat nabídku. „Dotáhnout“ cizince do České republiky i za jiným účelem. Dokonce bych si troufnul říci, že nejen za středověkem a naší historií, ale i za leccakými projekty a produkty naší soudobé civilizace. To je asi jedna moje poznámka k této věci.

Druhá je, že musíme vytvářet tlak na kvalitu našich služeb. Já vím, že to leckdo nechce slyšet. Ale jak jsem vždycky spokojen, když vidím, že tamto

je opraveno, tohle se zlepšilo, tady vytvořili hotýlek, restauraci, vinárničku a mám z toho dobrý pocit, tak musím přiznat, že když přijedu tu do Rakouska, tu do Itálie, do Francie, kolikrát si říkám: „ježíšmarjá“, to jsem zase neměl vidět. Pořád jsou o kus před námi. Takže prostor v téhle věci je u nás obrovský. Zejména mám strach, že se povytřácela česká kuchyně. Neutrální mezinárodní jídla se u nás dělají velmi zpoštěle. Bez chuti či zápachu. Bez vtípu. Bez invence pana kuchaře. V tom spatřuji obrovský problém a takhle bych mohl pokračovat. Dodnes se setkávám v kvalitním hotelu v České republice (teď nevím, je-li výraz „kvalitní“ namístě), tedy spíše v drahém hotelu, že je ve skříni v hotelovém pokoji, stejně jako za komunismu, nedostatečný počet ramínek. A já se mohu zbálit, protože vím, kolik daný hotelový pokoj na tu jednu noc stojí, a jak ta ramínka v onom drahém pokoji drahého hotelu vypadají. Jako ve stavbařské ubytovně někdy v roce 1975. Prostor pro zlepšování vidím obrovský.

Trochu bych si dovolil oponovat, co se týče Rakouska, Itálie, Francie... Pokud necestujete individuálně a téměř inkognito, pravděpodobně navštěvujete místa, která si návštěvu předsedy Parlamentu ČR zaslouží. Tím vám, chraň bůh, nepřeji ona hotelová ramínka, ale mám na mysli to, co je vám v zahraničí ukazováno. Znáám spoustu hotelů po celé České republice, které drží

špičkovou kvalitu. Naopak jsou věhlasná města, k jejichž koloritu, zrovna tak jako pověstná mlha, patří vysoké ceny vybydlených pokojů ohvězdičkových hotelů.

To, co jsem řekl na adresu české infrastruktury cestovního ruchu, nemíním jako kritiku, ale jako potenciál. Jako prostor ke



zlepšování, k cestě kupředu. Každou chvíli navštívím nějaký český hotel a říkám si, to bych musel přestavit nábytek, než bych zde měl pocit, že to je ono.

Rád bych se vrátil k české kuchyni. Pro období let 2001 - 2005 Česká centrála cestovního ruchu připravila marketingová motta s řadou doprovodných akcí, které mají podporovat konkrétní aktivity jednotlivých ročních hesel. Rok 2002 bude ve znamení české kuchyně. Loňského roku se velmi zdařile pro Českou republiku uskutečnila gastronomická olympiáda v německém Erfurtu. Je pořádána jednou za čtyři roky a schází se na ní světová elita. Jeden z nejlepších kuchařů světa, šéfkuchař Francouzské a Plzeňské restaurace v Obecním domě v Praze, pan Jiří Král, který na olympiádě vybojoval stříbrnou medaili, k naší účasti ve druhém vydání letošního Všudybylu (str. 18) uvedl:

„Stále jsme vnímáni jako ‚taková postkomunistická země‘. Evidentní to bylo u juniorského národního týmu, kterému bezdůvodně srazili body. Podali jsme protest, ale ‚bylo nám vysvětleno‘, že se s tím nedá nic dělat.“

Pokud si někdo myslí, že na nás svět čeká, pak samozřejmě ano, ale renomé rovného s rovným si musíme vybojovat. Co se týkalo mé kritiky české kuchyně, nemluvil jsem o špičkových příkladech. Každou chvíli jsem v některé z restaurací, kde si určitě dají velmi záležet na tom, aby to, co mi dají, bylo opravdu pěkné. Hovořil jsem o průměru. A ten je jenom o tom, že je tam velký kus masa a strašně moc zeleniny. Ale tato fáze je za námi a musíme se věnovat přeměně kvantity v kvalitu.

Pane profesore, svou předchozí úvahu jste ukončil tvrzením, že se musíme věnovat přeměně kvantity v kvalitu. Již několik let zhruba čtyřmiliardové zahraniční inkaso cestovního ruchu (v dolarech) je ale záležitostí kvantity individuálních snah a ne



kvality státem vytvářených podmínek pro podnikatelské prostředí či dokonce státní propagace turistické destinace Česká republika.

Řekl jste čtyři miliardy zahraničního inkasa? Včera jsem zde měl na státní návštěvě předsedu slovenského parlamentu pana Migaše, který se ptal: „Je to pravda, že ze zahraničního cestovního ruchu inkasujete čtyři miliardy dolarů? To je neskutečné. To vůbec nemůže být pravda. Něčeho takového zdaleka nedosahujeme.“ To číslo teď slyším dvakrát za sebou v posledních čtyřadvaceti hodinách.

Nevím, je-li nadějně, že bychom ze sebe vytvořili takovou cestovně ruchovou zemi, jako je Rakousko. Máme sice více turistických atraktivit než oni, více hradů, zámků. Máme deset památek zapsaných do seznamu UNESCO, ale do Rakouska lidé nejedí za zámky a hrady. Ti tam jezdí za unikátním seskupením hor a za službami, které Rakousko

umělo pro turisty připravit. Pohybujete-li se po rakouských horách, tak vám navíc řeknou, že poměr efektu zima - léto je jedna ku deseti, někde osm ku dvěma. Efekt je primárně zimní. Kdyby měli jenom letní hory, tak Rakousko zahyne. Takže než se něco udělá s našimi zimními horami, než couvnou všichni strážci KRNPů, šumavských národních parků a Jesenických parků a než nám dovolí, abychom tam zřídili ještě další lyžařské terény, tak mám strach, že z cestovního ruchu nevyždímáme v žádném případě více. Efekt přírody je obrovský a zužitkování naší převahy v hradech, zámcích je bezesporu zapotřebí, ale masu turistů do sebehezčího hradu už jen z kapacitních důvodů (viz Hradčany, Karlštejn, Konopiště) asi nedostaneme. Posunout cestovní ruch dále z Prahy, to je obrovský úkol, který stojí před námi přede všemi.

Základem úspěchu jakéhokoliv posuzování, rozhodování či byznysu jsou správné vstupní informace. Hovořím nejenom o informacích, které se dostávají či nedostávají vám politikům, o marketingových pro podnikatelskou sféru, ale i o informacích přímo pro spotřebitele, tj. pro



Hodinové projíždky s výkladem

odjezdy denně v každou celou
hodinu 10 až 18 hodin
dětí 100 Kč / dospělí 200 Kč

e-mail: evd@mbox.vol.cz
www.evd.cz

Objednávky
fax: 02/ 2481 0003

Dvouhodinová projíždky Prahou

denně od 15 do 17 hodin
Čechův most, Vyšehrad a zpět
dětí 250 Kč / dospělí 350 Kč

Projíždky s obědem a hudbou

(švédský stůl, aperitiv, hudební
program s harmonikou
denně od 12 do 14 hodin
dětí 350 Kč / dospělí 590 Kč

Přístaviště lodí
u Čechova mostu

Objednávky
tel.: 02/ 2481 0030, 2481 0032

Projíždky s večeří a hudbou

(švédský stůl, aperitiv, živý
hudební program)
denně od 19 do 22 hodin
dětí 450 Kč / dospělí 690 Kč



Poznejte krásy Prahy z paluby našich lodí

SUMAVA, POSEIDON,
ODYSSEA, KOTVA a CALYPSO.

Každodenní projíždky nejmodernějšími, klimatizovanými loděmi s plným restauračním provozem a kulturním programem vám umožní spatřit během plavby od Čechova mostu historické jádro města - Karlův most, Národní divadlo, Malou Stranu a Hradčany - z těch nejneobvyklejších pohledů. Můžete obdivovat půvabné vltavské břehy s mnoha architektonickými skvosty, které doplňují nádherné zahrady.





domácí a zahraniční turisty. A ty téměř nejsou! Bezprostředně před vámi jsem dělal interview s generálním ředitelem hotelu Inter.Continental Praha, panem Ing. Pavlem Hlinkou, který zmiňoval, že američtí turisté, kteří jsou ubytováni v jeho hotelu (účastníci zájezdů a la „jestliže je úterý, musíme být v Belgii“, které začínají v Paříži a končí ve Vídni nebo v Budapešti), se až na místě dozvídají o Praze, kterou navštívili jenom proto, že byla součástí programu, a že velmi často říkají cosi ve smyslu: „Ježíš, takové krásné město, nikdy bych neočekával, že to bude tak fantastické.“

Já ale nevidím žádnou jednoduchou metodu. Proslulost České republiky jako turistické země se šíří nejrůznějšími cestami. Myslím, že našimi největšími vyslanci po celém světě jsou lidé, kteří tady již byli. Ti jsou vždy neskonale úspěšnější, než rozdávání nějakých brožurek, které budeme strkat každému do ruky. Strašně moc jde o to, aby zde turista nebyl jenom jednou a my neměli primární radost z toho, že zde jednou nechal nějaké peníze „a pak potopa“. Jsem přesvědčen, že si klientelu musíme budovat. Usilovat o to, aby přijela znovu, aby o nás co nejlépe mluvila. Nespokojit se s prvotním efektem, který je zřejmý, ale velmi usilovat o dlouhodobou perspektivu.



Navíc jsme naprostá ořezávátko v antipropagandě, vůči hláškám, které na adresu destinace Česká republika zaznívají z jiných zemí, majících až dojemnou péči o zahraniční turisty, kteří jezdí utrácet peníze k nám, a ne k nim. Např.

v podmínkách Itálie jsou kapsaři běžný folklor...

To je známá věc. Kdysi, když jsem tam studoval, mi policejní úředník na magistrátu, kde jsem si byl pro nějaké razítko, šetrně sdělil: „Mějte pořád zapnutou kapsu, protože vám jinak všechno okamžitě ukradnou.“ To je pravda. Ale opět si nemyslím, že máme nějakou bezprostřední metodu, jak tomu zcela zabránit.

Odvětví cestovního ruchu dává příležitost obrovskému množství malých a středně velkých podnikatelských subjektů. Také v tom je jeho slabina, protože i díky tomu nikdy nedokázalo a asi ani nedokáže vytvořit takový tlak jako jiná odvětví. Takže, venkoncem si za svoji míru vlivu může samo. Jeho lobby je, oproti jiným hospodářským odvětvím, chabé. Ono ani příliš jiné být nemůže. Cestovní ruch je natolik multioborové odvětví, že lidé, kteří si osobují hovořit jeho jménem, nejsou akceptováni většinou dalších součástí jeho spektra. Co profesionálům cestovního ruchu vzkážete závěrem?

Že s vámi hluboce nesouhlasím. Pokud se v oblasti cestovního ruchu co podařilo, a nebylo toho málo, není to díky úředníkům, či chcete-li státu, ale je to právě díky desetitisícům lidí, kteří v něm pracují a podnikají. Mám pocit, že spousta našich hotelů, dokonce penzionků, si už hledá svoji klientelu. Už má své propagační materiály. Už je všude na internetu. Už hledá svou šanci a musí v tom být agresivnější, aktivnější, nápaditější. Stát toho za hoteliéry asi moc nevymyslí. Cestovní ruch byl v České republice jedním z mála odvětví, které si skutečně dokázalo pomoci samo. A vsaďte se, že v této nelehké době, kdy do Evropy přestává jezdit zejména americká klientela a kdy globálně dochází k poklesu zájmu o ubytovací služby, to dokáže opět. Rád bych všem v souvislosti s hlavním tématem tohoto vydání Všudybylu, v neposlední řadě hoteliérům, vyjádřil své ocenění a svou podporu.

➤➤ www.klaus.cz

Nová dimenze bezpečí...



...jednička v hotelové ostraze



Jiráskova 371
295 01 Mnichovo Hradiště
tel./fax: 0329 771 986
mobil: 0602 430 920,
e-mail: miricle@iol.cz

Anketa

Jaký máte názor na jednotnou kategorizaci hotelů?



**Vladimír Šalanský –
nájemce hotelu „U tří
pštrosů“ Praha**

Že by měla plnit funkci základní informace pro zákazníka. Aby se mohl lépe orientovat, měl by vědět, jedná-li se o hotel dvou, tří či čtyřhvězdič-

kový. Potom ale již opravdu záleží na tom, kde je konkrétní hotel položený, v jakém se nachází prostředí. Kolikrát může mít hotel tzv. více hvězdiček, může být ve vyšší kategorii, ale podle dřívějších předpisů spoustu věcí nemá, viz náš hotel „U tří pštrosů“. Je čtyřhvězdičkovým hotelem, ale samozřejmě nemůže mít vybavení klasického čtyřhvězdičkového hotelu - od parkingu přes výtahy a další věci. V jeho případě jde o tradici, která sahá až do sedmnáctého století, jde o genius loci konkrétního místa. Právě z tohoto důvodu neměl nikdy problémy o zájem hostů a nemá je ani teď, kdy jsme navíc zkvalitnili restaurační část a před hotelem udělali restaurační zahrádku. Kvalita, tradice a intimita klidného, neopakovatelného prostředí přímo na Karlově mostě. Je možné to všechno zaškatalkovat do úřední vyhlášky?



**Ludmila Koutská –
generální ředitelka Top
Hotelu Praha**

Pokud klasifikaci, pak pouze doporučenou. Klasifikace Národní federace hotelů a restaurací České republiky, k níž se náš

hotel hlásí, však dává snad až příliš velké benevolence. Rozdíl mezi třemi či čtyřmi hvězdami není markantní. Kritéria je schopen splnit každý středně dobrý hotel. U čtyř a především u pěti hvězd se domnívám, že by měla být kritéria daleko tvrdší, přísnější. Druhá věc je otázka cen, která s tím souvisí. Cenová hladina českých hotelů je ve srovnání se světem vesměs velice nízká. Bohužel. Podbíjíme se, a cestovní ruch jako hospodářská disciplína je u nás nedoceňován. Ráda bych, aby se to změnilo, protože máme na to být lepší a chtít za to patřičně zaplatit.



**Vladimír Vyhnis – ředitel
hotelu Duo Praha**

Nějaká klasifikace by být měla a měla by zaručovat určitý standard. Vzhledem k tomu, že se v současné době na trhu hotelnictví objevila spousta přidruženějších

hotelů, je někdy inzerovaná klasifikace zavádějící. Tím, že neexistuje celostátně závazná směrnice, si majitelé hotelů sami stanovují počet hvězd, někdy bez ohledu na skutečný standard vybavení hotelu. Pak se stává, že inzerovaný počet hvězd je daleko za očekáváním. Navíc je možné se ve světě setkat s tím, že inzerovaná hvězdičková úroveň je vysoce nadhodnocena o hvězdu i o dvě, např. ve státech jižní Evropy, kde vám nabídnou čtyřhvězdičkový hotel a vy zjistíte, že je na úrovni tří nebo dokonce dvou. Faktem je, že jsou značné rozdíly i mezi hotelovými řetězci, kdy každý má trochu jiné standardy. Disproporce bývají zejména mezi velkými řetězci a malými. Příkladím se k tomu, že by měl být nějaký daný standard, aby zákazník měl garanci, v jakém hotelovém standardu uvažuje být ubytován a aby se mu dostalo očekávaných služeb vzhledem k deklarovanému počtu hvězd. Tuto oblast by měl zastřešovat orgán státní správy nejspíše z oblasti cestovního ruchu, který by měl vydat normu, která by garantovala závazné parametry jednotlivých kategorií hotelů.



**Otakar Kolínský – ředitel
hotelu Schwaiger Praha**

Hvězdičkování hotelů je dlouholetou záležitostí. Myslím, že si na něj všichni zvykli a mělo by se v něm pokračovat. Zákazník by měl již při prvním informativním

kontakt, když si hotel objedná, vědět, na jaké úrovni a co mu může poskytnout. Bohužel, v době internetu se lidé více než na hvězdičky koukají na peníze. Hledají, jak by mohli určitý typ hotelu v požadovaném místě sehnat co nejlevněji. Faktem je, že úroveň většiny českých hotelů se stále zvyšuje. Rovněž hotel Schwaiger**** po kompletní rekonstrukci zkrásněl. Nyní nabízí dvacet dva klimatizovaných stylově zařízených pokojů s novým

nábytkem. Dovolím si tvrdit, že v současné době je chloubou Prahy 6.

V době, kdy jsem začínal v hotelnictví, bylo běžné nabízet pokoje bez příslušenství, pouze se studenou vodou. Dnes je již základním standardem vlastní koupelna a sociální zázemí, takže kategorizování by nemuselo být do pěti tříd. Stačily by tři.



**Martin Švorc – ředitel
firmy ACC-Nifos**

Jakákoliv standardizace je dobrá věc, ale celosvětově neexistuje žádná jednotná klasifikace. Ať je to podle „slovní klasifikace“ standardů hotelů,

diamantů, AAA nebo hvězdiček. Pro konečného zákazníka by měl existovat určitý standard vyjadřující vybavenost hotelu a kvalitu poskytovaných služeb, aby bylo podle čeho se orientovat. Cena sama o sobě nikdy nevyjadřuje kvalitu, dostupnost, polohu, poskytované služby atd. ACC-Nifos je firmou, která je zprostředkovatelem on-line napojení hotelů na systémy přímých světových distribučních a rezervačních systémů GDS a internetu. Prodáváme kapacity českých hotelů na zahraničních trzích a informujeme tamní zákazníky o tom, v jaké kvalitě a standardech jsou nabízené hotely. V tomto je hvězdičkování jedním z významných hledisek. Ale jenom jedním.



**Roman Vacho – generální
ředitel Grandhotelu Pupp**

Každý z hostů by měl mít právo vědět, jak je hotel zařazen. Jaké služby v oblasti hotelového průmyslu je schopen nabídnout. V kontextu evropské integrace je to

velice složité. Národní federace hotelů a restaurací je členem IHA (Mezinárodní hotelové federace) i HOTRECU, což je její evropská obdoba. Najít správný kompromis, rovnováhu mezi pocitem hoteliérů, investorů do hotelového průmyslu a ochranou spotřebitele a vytvořit jednotnou evropskou klasifikaci, to je zatím nereálné. Každý národ, stát i subjekt má do jisté míry individuální

náhled na kvalitu svého produktu. Evropská asociace HOTREC se jednoznačně přiklání k názoru, že pro jednotnou klasifikaci dosud nenastaly podmínky. Už jen tento fakt napovídá, jak složité je dělat jednotnou klasifikaci v rámci České republiky. Hovořím-li o jednotné klasifikaci, nemám na mysli utvoření určitého rámce hodnocení hotelového nebo restauračního produktu. Myslím tím nedat příležitost státnímu úředníkovi, aby rozhodoval o tom, co je vztahem mezi subjektem zabezpečujícím služby v oblasti hotelnictví a hostem, který si službu vybírá. Jednotná klasifikace hotelových zařízení ano, ale bez státního úředníka.



Jan Bematík – ředitel hotelu Slovan Brno

Kategorizace ubytovacích zařízení je věcí, která se již v České republice omílá strašná léta. V podstatě není dána nějaká jednotná linie. Na ní se stále nedokáží

dohodnout dvě nejvýznamnější sdružení v našem oboru, a to Národní federace hotelů a restaurací ČR a Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu. Host ale stejně dobře ví, co zhruba jsou dvě, tři, čtyři hvězdičky. Dokáže si představit, jakou má mít třeba tříhvězdičkový hotel úroveň, že tam bude mít v rámci pokoje a jeho příslušenství televizi, koupelnu s toaletou, služby 24 hodin denně, hotelovou restauraci, snídani atd. Pokud tedy mám odpovědět, zda kategorizaci ano či ne, tak ano. Důvod je prostý - solidnost vůči klientovi, tzn. kategorií a třídou se mu představit, a pak také úroveň a vybavení garantovat. Hotel Slovan je od prvopočátku členem Národní federace hotelů a restaurací a ctí doporučenou klasifikaci NFHR ČR. Pro hosty je naše členství garancí, protože NFHR ČR ručí za avizovanou kvalitu, která je vyjádřena počtem hvězdiček. Náš hotel je tříhvězdičkový s jednou obrovskou devizou městského hotelu - moderním čtyřpodlažním parkovacím domem. Na víc si nehrajeme a hrát nechceme. Jakákoliv klasifikace, či spíše regulérnost hry, je o pravidlech. Jako u fotbalu. Buď je přijmete, nebo si můžete jít čekat jinde nějakou jinou hru nebo ligu, a to přesto, že by pro vás v mnoha situacích bylo výhodnější aplikovat např. pravidla ragby. Chci-li být součástí prestižní fotbalové ligy, musím přijmout její pravidla. Národní federace hotelů a restaurací ČR takovou ligu je.



Sylvio Spohr – prezident sdružení HO-RE-KA ČR

Sdružení HO-RE-KA Česká republika se zabývá klasifikací více než dva roky. Poskytuje hotelům a restauracím zařazení. Doposud jsme jich zařadili na tři sta. Jsem moc rád, že se

v současnosti připravuje jednotná klasifikace. Vždy jsme prosazovali názor, že poslouží samozřejmě nejenom turistům a hostům v jejich orientaci. Jednotná klasifikace poslouží i k orientaci majitelům hotelů a hoteliérům, aby našli své správné místo. Nemělo by to být hoteliéry vnímáno jako soutěž o počet hvězdiček, ale jako pomoc z nalezení správné polohy v podnikatelském prostředí. Jsem moc rád, že se Ministerstvo pro místní rozvoj ČR v tomto směru zaktivovalo. Že dalo zakázku soukromé agentuře, která vypracovává jednotné klasifikační materiály. Doufám, že vše proběhne hladce a že se náš dlouho proklamovaný cíl jednotné klasifikace zrealizuje.



Andrzej Budzanowski – ředitel Konferenčního centra Štítn

Česká republika nemá žádné závazné podmínky v oblasti kategorizace hotelů. Obecně platí ustanovení

živnostenského zákona o povinnosti zařadit ubytovací zařízení do příslušné kategorie a třídy. Ty však mají pouze charakter tzv. doporučujících standardů. Používaná klasifikace je určena spíše pro orientaci zákazníka, případně jako marketingový nástroj. Na základě označení hotelu (u nás v Česku hvězdičkami) host ví, co zhruba může od zařízení očekávat. A to je asi nejpodstatnější úloha jednotné kategorizace hotelů. Přesné parametry standardů však, ani v zemích, kde jsou do větší či menší míry závazné, většina klientů podrobně nezná. Z hlediska tarifikace našeho zámeckého hotelu, který je součástí Kongresového centra Štítn, je to navíc velmi složité. Nachází se v památkově chráněném objektu, kde některé věci nelze realizovat. Na druhou stranu tu jsou některé jedinečné, neopakovatelné dispozice, které jej zvýhodňují oproti klasickým hotelům se stejným počtem hvězdiček. Např. nadstandardní velikost pokojů, různorodé řešení koupelen, či hotelový zámecký park upravený jako devítijamkový

golfově hřiště. Značná část našich hostů nás totiž navštěvuje také kvůli golfu. Hrají jej ale nejenom v našem areálu. Zprostředkujeme jim hraní i na řadě dalších hřišť v okolí i po republice. Konferenční možnosti našeho centra (cca až 180 míst) kapacitně převyšují možnosti ubytovací (83 lůžek). Proto v oblasti ubytování spolupracujeme s dalšími hotely. A v tomto ohledu jsou pak hvězdičky nesmírně důležité. Musíme našim klientům deklarovat, že kooperujeme s hotely, které mají stejný nebo vyšší počet hvězdiček.



Antonín Izák – generální ředitel I.B.S. – restaurants hotels, spol. s r. o.

Jsem pro to, aby nějaký předpis či norma existovaly a nutily provozovatele hotelových zařízení v České republice plnit dané standardy. Jak

se budou jmenovat a co budou zahrnovat, to by ve finále mělo být na příslušném ministerstvu a na jeho schopnostech kontrolovat a případně i postihovat nedodržování norem. Nicméně, norma už měla být dávno na světě.

Můj postoj vychází z dvacetiletých zkušeností v oboru. Začínal jsem u Interhotelů Praha a prošel tam pěti nejlepšími podniky. Nyní již jedenáctý rok vlastním společnost, která mj. provozuje hotel Vladimír v Ústí nad Labem. Víím, že hotelnictví není snadnou branží, ale je nezbytně nutné, aby se část za hotelové služby inkasovaných prostředků efektivně vracela do modernizace hotelů, bezpečnosti hostů apod. Neefektivnější investice jsou samozřejmě do lidských zdrojů. Již jedenáctým rokem v hotelu Vladimír vychovávám na šedesát učňů.

Přesto, že fungují samočisticí zákonitosti trhu, zavedení norem nepochybně přispěje k rychlejšímu pozvednutí kreditu českého hotelového průmyslu v zahraničí už proto, že můžeme kolem sebe vidět, jakým způsobem někteří kolegové hotelová zařízení provozují. Jak se vzájemně podráždíme cenově, kvalitou i rozsahem služeb. Téměř každá země napojená na Evropskou unii má tyto standardy nějak zpracovány. I proto je nezbytné, aby se i naše republika a hotelová branže přizpůsobila.



Austrian Chauffeur Limousines

► jedna z nejpřednějších firem
v České republice v oblasti
V.I.P. business service



Renaissance Prague Hotel, V celnici 7, 110 00 Praha 1
tel.: 02/333 72 530, fax: 02/333 78 787,
e-mail: acl@acl.cz
www.acl.cz

Nejbezpečnější v Krkonoších

● Harmony Club Hotel Špindlerův Mlýn byl otevřen těsně před silvestrem roku 1992 ● desátý rok existence oslaví rekonstrukcí ● podzemní kryt vytváří stejný objemový prostor jako samotný hotel ● bazén, tenisové kurty, squash, kulečnick, sauny ● nejsem přesvědčena, že bychom měli vítat kategorizaci ve formě nalinkovaných norem ● mé místo mezi hoteliéry je stabilní ● letní bobová dráha přivádí spoustu klientů ● kongresový sál hotelu Harmony nemá, co do velikosti, v Krkonoších obdoby ● hosté chtějí relaxaci a odpočinek, který není pouze dřinou ●



Mezi turisticky nejvíce frekventovaná centra České republiky bezesporu patří Krkonoše, přestože, ač Jihočech, preferuji Králický masiv, kde pramení řeka Morava. To, co se mi doposud v životě nepodařilo z pověstné třídy, je postavit dům. Stromů, a obzvláště v okolí Králického Sněžníku, jsem již vysázel desetitisíce. Ale i kosodřevina je vlastně také takový strom. Těch jsem zase pár desítek vysadil ve vrcholových partiích Krkonoš. Deváté vydání VŠudybylu ale není o tom, kde pramení jaká významná evropská řeka či o sázení stromů. Je o cestovním ruchu a hotelnictví. Jednu z báječných zimních dovolených jsme kdysi s mým tehdy tříletým synem Martinem prožili v Harmony Club Hotelu ve

Špindlerově Mlýně, jehož ředitelku Ing. Šárku Hákovou jsem si dovolil požádat o rozhovor.

Tak na úvod musím, pane vydavateli, vyjádřit hrubý nesouhlas, co se týče toho vašeho Sněžníku. Pro mne, jako pro ředitelku hotelu Harmony, v němž už pracuji skoro deset let, i jako pro člověka, který se tu narodil a prožil celý život, jsou Krkonoše naprostou jedničkou. Nejenom proto, že jsou nejvyššími horami České republiky. Že jsou podle mého názoru nejkrásnější. Že se postupně vyprofilovaly v docela zajímavé místo koncentrace incomingového cestovního ruchu. V neposlední řadě také proto, že se místa, kde byl Harmony Club Hotel Špindlerův Mlýn postaven (zřejmě náhodně),

týká prastará Sibiylina věštba. Hovoří o tom, že až se svět bude zřítat v podivné spleti různých provazců a bude spět ke svému konci, tak tou jakoby Noemovou archou - kde se spasí nepatrná hrstka lidí - bude místo na pravém břehu řeky Labe nedaleko jeho pramene. Pevně věřím, že je to tady, kde nyní stojí hotel Harmony, a nejen proto, že zde byl více než před deseti lety vybudován protiatomový kryt, který v podzemí vytváří stejný velký objemový prostor jako nadzemní část hotelu. V této době, která velmi frekventovaně užívá pojem „boj proti terorismu na celosvětové frontě“, a která vyvolává určité obavy až strach, se tady s obrovským bunkrem cítíme bezpečně. Věřím, že



i naši klienti, protože (minimálně) v Krkonoších jsme nejbezpečnějším hotelem.

Anketním tématem devátého vydání letošního VŠudybylu je jednotná klasifikace hotelů. Nejen pro nádherné okolí, bezpečí, příznivé sněhové podmínky na sjezdové lyžování apod. si váš hotel zaslouží své čtyři hvězdy.

Co se týká kategorizace, Harmony je hotelem, který nese čtyři hvězdy od svého otevření. Kromě dílčích rekonstrukcí, provedených v roce 1996 na jednom patře pokojů, a kromě vstupních investic, které byly provedeny v roce 1992 až 1993, kdy se budoval celý systém wellness a dalších středisek mimo ubytování a stravování - bazén, tenisové kurty, squash, kulečnický, sauny apod., jsme žádnou větší modernizaci nerealizovali. Logicky tedy po deseti letech provozu zjišťujeme, že je třeba tak činit. V této době již nemáme z našich čtyř hvězd nejlepší pocit. Z hlediska technologií a zvýšení úrovně ubytování to chce masivnější finanční investici. Rozhodli jsme se desátý rok existence hotelu oslavit mj. tím, že na jaře příštího roku provedeme velkou rekonstrukci zejména ubytovací části. Všechny pokoje bychom chtěli uvést do standardu odpovídajícímu moderním čtyřem hvězdičkám. Hotel bude uzavřen zhruba po dobu dvou měsíců. Těšíme se, že až na sklonku jara roku 2002 hotel znovu otevřeme, naši hosté ocení kvalitativní rozdíl v úrovni. Nejsem však přesvědčena, že bychom my hoteliéři měli vítat kategorizaci ve formě nalinkovaných norem, které by nám určovaly, co to je jedna až pět hvězd. Věřím, že v procesu vytváření norem, které se týkají hotelnictví, bude významnou roli hrát stanovisko Národní federace hotelů a restaurací České republiky. Vzhledem ke složení současného vedení federace jsem přesvědčena, že zájmy nás, jednotlivých hotelů, zastoupí tak, že nedojde k něčemu, co by šlo příkře proti nám.

Být mladá a úspěšná, to se prý neopouští. Jak vás bere vaše okolí, kolegové hoteliéři?

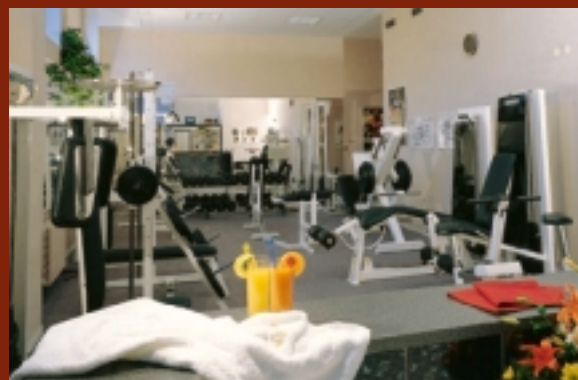
Děkuji za kompliment. Moc mne potěšil. Ale teď mám spíš radost z toho, že jsem novopečenou maminkou, což mi vyplňuje celý mimopracovní život. Ve funkci ředitelky tohoto hotelu působím již několik roků. S kolegy v Krkonoších se velmi často scházíme, abychom se radili. Zejména s řediteli hotelů, které jsou v tomto regionu velikostí

srovnatelné. Po celé jedno funkční období jsem také pracovala v předsednictvu Národní federace hotelů a restaurací. S lidmi, jako jsou její současný prezident pan Filip, generální sekretář pan Štětina apod., mám dobré osobní vztahy. Myslím si, že mé místo mezi hoteliéry je stabilní a těší mne, že jsme spolu schopni velmi otevřeně hovořit.

Kvalitní kuchyně a solidní ubytování jsou ve čtyřhvězdičkovém hotelu samozřejmostí. Příznivé sněhové podmínky Krkonoš pro zimní sporty, oproti jiným daleko vyšším evropským horám, to je štěstí. Ale jsou jedinečnosti, které přispívají k rozhodování klientů, budou-li u vás či někde jinde realizovat svůj kongres, či stráví-li kde dovolenou. A nemusí to být zrovna protiatomový bunkr. Vašimi hotelovými pozemky prochází letní bobová dráha.

Jsem velmi rádi, že „bobovka“, jak se jí tady ve Špindlu říká, existuje. Jsme vděční přátelům ze Špindlerova Mlýna, kteří projekt realizovali. Víte, pro nás je to otázka dvou aspektů. První je již vámi zmíněný fakt, že její část vede přes naše pozemky. Druhým aspektem je, že se spousta návštěvníků letní bobové dráhy domnívá, že patří k hotelu Harmony. Ale není tomu tak. Provozuje ji jiná společnost vlastněná jinými lidmi. Máme však radost, že přivádí spoustu klientů, kteří se v našem hotelu zastaví na kávu, případně, aby si

velikosti, v Krkonoších období. Při stolovém uspořádání se do něj vejde cca 200 lidí, při divadelním uspořádání je jeho kapacita 350 míst. V další velké prostoru, v hotelovém kinosále, kde je 212 míst, se např. každoročně koná kongres České společnosti pro aterosklerózu, která kromě jiného využívá tenisovou halu jako výstavní plochu pro stánky farmaceutických firem. Obě tenisové haly jdou využít tímto způsobem a jsme tak schopni zajistit celkem 1200 m² výstavních ploch. Kongresová kapacita sice dalece překračuje počet hotelových pokojů, ale ve spolupráci s okolními hotely jsme zatím vždy dokázali ubytovat všechny účastníky u nás pořádaných velkých kongresů. Za přemnohé bych zmínila mezinárodní sympozium



českých psychiatrů. Právě kongresová orientace hotelu nás v posledních letech donutila zvětšit počet a kapacitu salonků. Dnes jich máme pět. Jsou to investice, které se nám bohatě vracejí.

Jaká jsou přání ředitelky Harmony Club Hotelu ve Špindlerově Mlýně?

Již jsem se zmínila, že v roce 2002 přistoupíme k zásadní modernizaci ubytovací části hotelu. Mým přáním je navázat na ni změnou celkové koncepce odpočinkových aktivit. Sleduji trend vývoje požadavků hotelových hostů, který již dnes není pouze o tom, věnovat se dynamickým sportům jako jsou tenis nebo squash. Čím dál tím více požadují wellness. Chtějí relaxaci a odpočinek, který je zároveň zábavou, který není pouze dřinou. V tomto směru v této době zatím filozoficky zvažujeme, jakým způsobem do budoucna postupně měnit koncepci toho, co hotel poskytuje kromě ubytování. Mám na mysli postupnou přestavbu wellness centra z hlediska podvodních masáží a dalších moderních zařízení, která umožňují odpočinek s léčebným akcentem.



zasportovali či aby relaxovali v hotelových střediscích.

V poslední době, a je to možné vyčíst i v pasážích věnovaných hotelnictví v předchozích vydáních VŠudybylu, je hoteliéry akcelerován aspekt kongresové turistiky. Hotel Harmony má kongresové zázemí od samého otevření.

Dispozice našeho hotelu k této formě turismu jsou klíčové. Jak zde ve Špindlu říkáme, není umění naplnit hotel v období vrcholné sezóny, ale v mimosezónách. Kongresové kapacity jsou k nezaplacení. náš kongresový sál nemá, co do



- **Harmony Club Hotel**
- Bedřichov 106, 543 51 Špindlerův mlýn
- tel.: +420/438/469 111, fax.: +420/438/493 267
- e-mail: harmonysm@harmonyclub.cz
- >>> www.hotel.cz/harmony-smlyn



Úsměv můj je úsměvem tvým

● lidé, kteří dělají svoji práci dobře, by měli být dobře ohodnoceni ● nejen americká klientela jezdí poněkud méně ● pokud jsem kdy navštívil místa, kde byla celková kultura někde zcela jinde, hotel byl vždy oázou bezpečí ● věřím, že lidé budou mít potřebu se i nadále navštěvovat a osobně komunikovat ● vysvětlovat cokoliv někomu, kdo chce poslouchat jen sám sebe, je zbytečným mrháním energií ● z dvanácti tisíc postelí v Praze v roce 1988 je jich dnes už kolem padesáti tisíc ● hotelnictví je něco tak fascinujícího, že toho, kdo je jím doslova dotčen, obohacuje po celý život ● již přítomnost policisty či městského strážníka je významným bezpečnostním prvkem ● pouliční kapsáři jsou chronickým problémem ● hotel nahrazuje domov ● v českém hotelnictví se zabýváme technikou, aby byla na co nejvyšší úrovni ● významnou roli mimo jiné hraje, jak hosta přivítám, jak mu dám najevo, že si jej vážím, že o něj pečuji ve všech detailech ●



Ve třetím vydání letošního Všudybylu jsme s prezidentem Národní federace hotelů a restaurací České republiky JUDr. Janem Filipem hovořili o tom, že Národní federace není VIP klubem pouze pro velké hotely. A protože hotelnictví je hlavním tématem tohoto vydání Všudybylu, dovolil jsem si jej opět požádat o rozhovor.

Pane prezidente, právě teď, když spolu hovoříme v hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre, probíhá vedle v Kongresovém centru Praha protikorupční kongres, přičemž jeho závěry prý nejsou pro Českou republiku příliš lichotivé.

Česká republika zaujímá nechvalné 7. místo v této problematice, která nám přisuzuje charakteristiku neprofesionality a neserióznosti. Nicméně v této zemi byla, je a vždy bude řada kvalitních odborníků, kteří však nejsou adekvátně ohodnoceni, což je ve vyspělém světě minimálně

slušným pravidlem. Lidé, kteří vykonávají svoji práci profesionálně, by tedy měli být obdobně ohodnoceni i u nás. To na adresu zejména těch, kteří mají pečovat o potírání korupce. Ve výsledcích šetření se ale odráží i postoj dotazovaných respondentů, despekt k zemi, jejíž jsou součástí, což zrovna není radostný obraz dnešního stavu společnosti.

Současná doba cestovnímu ruchu a zejména hotelovému průmyslu příliš nenahrává. Jezdí se, pokud je bezpečno, a bydlí tam, kde je bezpečno.

To je pravda. Nejen americká klientela, na niž se renomované evropské hotely poslední dobou výrazně orientovaly, poněkud méně cestuje. Současná doba nám klade otázku, jak jsou pro nás tyto podmínky limitující a negativně ovlivňující. Ale vyvratíme si tuto nemotivující skepsi. Pokud jsem kdy navštívil místa, kde byla kultura pro Evropana v jiných měřících, byl právě hotel vždy oázou bezpečí a jistoty. Člověk tam našel vše, co standardy mezinárodních hotelových společností poskytují svým klientům.

Samozřejmě, že i hotelová branže v České republice, ve středu Evropy, je ovlivněna důsledky útoku na Světové obchodní centrum v USA. Věřím, že vývoj ukáže, že se jednalo o nesmírně tragickou, ale časově omezenou epizodu a že se opět dostaví to, co hýbe světem. Že se lidé vzájemně velmi rádi navštěvují, setkávají a v neposlední řadě poznávají. Že se při obchodních jednáních chtějí vidět. Moderní komunikační trendy, jako např. videokonference, jsou pouze jednou z komunikačních možností, která lidstvu nenahrazuje vzájemný fyzický kontakt při konání konferencí a jiných společenských událostí. Z těchto faktů vyplývá, že posláni hotelů bude přetrvávat. Hotelové společnosti i samostatné hotely však budou nuceny poskytovat své služby na kvalitativní úrovni, kopírující vysoký standard. Pokud se ohlídneme zpět, tak z dvanácti tisíc lůžek v Praze v roce 1988 je dnes tento počet na zhruba padesáti tisících. Musíme se proto zaměřit především na kvalitu poskytovaných služeb v celé jejich šíři.

Horem dolem se skloňuje bezpečnost, bezpečí. Bohužel bezpečnostní složky se dnes orientují jinam než na ty, kteří dennodenně terorizují v kapsářských tlupách cestující v tramvajích, metru či neopatrné turisty na chodnicích. Bohužel, stále

není řádkým jevem uměle vytvořená skrumáž, v níž lidé okrádají lidi.

Již sama přítomnost policisty či městského strážníka je významným bezpečnostním prvkem. Pouliční zloději jsou chronickým problémem. Stále jsou, nikdo je nevidí a snad ani nechce vidět. Bezpečnost v hotelnictví sehrávala odjakživa důležitou roli, protože hotel nahrazuje domov. Světové nadnárodní společnosti i individuální klienti upřednostňují hotely, které bezpečnosti věnují maximální pozornost. Technika dnes dokáže velmi mnoho v tom, aby se klient cítil bezpečný a aby skutečně on a jeho majetek byl naší péčí chráněn, a i to je naše morální a profesionální povinnost.

Technika je mocná čarodějka. Ostatně vy sám řídíte špičkově zabezpečený hotel, o němž se píše v článku „Právo hostů na bezpečí“ v šestém vydání Všudybylu (str. 16 - 17). Aplikujete zde unikátní monitoring prostřednictvím chipových bezpečnostních karet v době, kdy většina evropských hotelů „jede“ ještě na magnetické. Ale jsou hotelová zařízení, kde i sebedůmyslnější bezpečnostní technika u hostů nedokáže přehlušit pocity, které u nich může vyvolávat nepříjemné se tvářící nevstřícný personál.

Faktem je, že se v českém hotelnictví snažíme využívat techniku nejvyšší úrovně, což je správné, neméně důležité je však věnovat pozornost tréninku zaměstnanců a nepodceňovat lidský faktor. Opravdu významnou roli mimo jiné hraje, jak hosta přivítám, jak mu dám najevo, že si jej vážím, že o něj pečuji ve všech detailech. Ne každý pracovník je ochoten tuto filozofii chápat. Prvorepubliková tradice společenského chování, jednání, pochopení významu slova služba, zejména v gastronomii a hotelnictví v minulých desetiletích utrpěla vážná pokřívení. Proto je na nás, abychom všem, kdo jsou v kontaktu s hosty popř. návštěvníky daného města či země, vysvětlovali, aby se nebáli pozitivního jednání, chování. Pokud zde dojde k jakémukoliv bytí jen malému dílčímu posunu, bude to mít i znatelný příznivý ekonomický efekt. Zafixovat si: úsměv můj je úsměvem tvým. Není to o ničem jiném, než o vzájemném pozitivním vztahu, ale i o pozitivním vztahu k sobě samému. Hotelnictví je něco tak fascinujícího, že toho, kdo je jím osloven, drží po celý život...



- Národní federace hotelů a restaurací České republiky
- Senovážné náměstí 23, 110 00 Praha 1
- tel.: 02 - 24 14 26 84, fax: 02 - 241 426 81
- e-mail: nfhr@iol.cz
- >> www.nfhr.cz

- Vín Mikulov, a.s. v roce 2000 prodala více než jedenáct milionů litrů vína a ostatních alkoholických nápojů ● uskupení Bohemia Sekt dlouholetým partnerem Národní federace hotelů a restaurací ČR
- vína umíme dodávat i s etiketami příslušného hotelu a nebo pod značkou toho kterého hotelu ● ve špičkových hotelích pracuje okruh lidí, kteří umějí víno nabídnout ●



Spolupráce s Národní federací se vyplácí

Společnost Vín Mikulov je členem uskupení Bohemia Sekt. Vyrábí více než 100 různých kvalitních vín, mezi něž patří nezapomenutelná jakostní vína s přívlastkem, vína ročníková i archivní, stejně jako vína šumivá a vína aromatizovaná. Kvalita vín je vysoce hodnocena na mezinárodních soutěžích. V roce 2000 Vín Mikulov prodalo více než jedenáct milionů litrů vína a ostatních alkoholických nápojů a jeho podíl na trhu vín v České republice přesáhl 8 %. Jeho výrobky mají výrazné postavení ve všech typech prodejních jednotek obchodních řetězců i speciálních prodejnách vína. Rozhovor s členem představenstva a ředitelem akciové společnosti Vín Mikulov Ing. Jaroslavem Hlaváčem jsem začal konstatováním: Uskupení Bohemia Sekt a tedy i Vín Mikulov je dlouholetým partnerem Národní federace hotelů a restaurací České republiky.

Spolupráce s Národní federací je již téměř historická. Prezentace v členských hotelích je pro nás velmi důležitá. Nezřídka to bývá první kontakt zahraničních hostů s produkty uskupení Bohemia Sekt. Hosté pak často to, co jim v hotelu předloží, hledají v restauracích a obchodech. Samozřejmě, že o kvalitě našich vín a sektů podávají osobní svědectví v okruhu svých známých. Občas se nám na to konto podaří obchodně navázat, když přijdou s tím: „Pili jsme vaše víno (např.) v hotelu InterContinental. Měli bychom zájem o pravidelnou dodávku k nám do domů“ (do zahraničí). Úzká spolupráce s hotely se nám rozhodně vyplácí nejen prvoplánově, že od nás odebírají, ale i v tomto druhém plánu. Hotelům dodáváme sortiment se standardními etiketami, ať už základní řadu nebo speciální pro sommeliery nebo vína přívlastková či archivní. Vína ale dodáváme i s etiketami příslušného hotelu anebo pod značkou toho kterého hotelu. Např. Ambassador Sekt, Duo Sekt nebo Chateau Mikulov, které děláme speciálně pro hotel



InterContinental apod.

Jak vnímáte hotelnictví?

Co se týče špičkových hotelů v Česku, je jejich srovnání se světem bezproblémové. Pro nás je navíc výhodou, že v těchto hotelích pracuje okruh lidí, kteří umějí víno nabídnout. Sám občas přednáším ve vinařské akademii, kde se školí sommeliery. Bývám v porotách, které

Zleva: předseda představenstva Josef Vozdecký, předseda představenstva akciové společnosti Vín Mikulov, člen představenstva a ředitel společnosti Vín Mikulov Jaroslav Hlaváč a ministr zemědělství Jan Fencel.

je testují. Pověstinou vyhrávají zástupci špičkových hotelů.

Před lety byl problém prodat archivní víno, kde byl trochu vysrážen vinný kámen. Dnes, když sommelier umí nabídnout hostu víno z toho či onoho ročníku a poukázat na to, že vysrážený kámen potvrzuje kvalitu ročníku. Dokáže víno dekantovat. Červené přelije - okyslíčí. Takové víno pak zákazníkovi chutná podstatně lépe, než když někdo přijde a postaví mu láhev na stůl a na dotaz:

„Jaké máte víno a odkud,“ mu řekne: „Ze skladu.“ To se ve špičkovém hotelu nestává. Nicméně, některé excesy jsou i úsměvné jako ten, který se stal ředitelem jednoho z našich podniků na dovolené v jižních Čechách. Když dopil láhev a nechal si přinést další a říká: „To je Frankovka. Před tím to byl Vavřinec“ a obsluha mu opáčí: „To je s motýlem. To je všechno dobré.“ Takže takovouhle pozici si např. vydobyli naši motýli. Nedávno jsme na trh (zejména do supermarketů) uvedli jejich redesign. Společně s nimi vína pro vinotéky, pro milovníky vín, kteří už vědí a jdou po kvalitě. Pro gastronomii máme vína řady Sommelier Club, což jsou vybrané partie aktuálního ročníku. Pak to byla řada, od které budeme opouštět, protože způsob technologie, metodu řízeného kvašení, budeme používat u základních motýlů. Pak to jsou vína s přívlastkem a vína ročníková neboli archivní. To je pět našich základních řad, které můžete potkat.

>> www.bohemiasekt.cz

HOTEL SLOVAN BRNO
GARAGE PARKING

P
173
\$

DISCO

Služby s tradicí od roku 1928

V roce 1931 bydlel v hotelu Passage (dnešní Slovan) soubor Osvobozeného divadla, včetně pánů Wericha, Voskovce, Ježka. V tomto období se jel na Masarykově okruhu 2. ročník automobilových závodů – Velké ceny Československa, kterého se parta herců zúčastnila. A právě zde, v prostorách tohoto hotelu, inspirovan bravurní Chironovou jízdou na Bugatce, zkomponoval bezprostředně po závodě Jaroslav Ježek svůj Bugatti step. Po rekonstrukci, v roce 1996, byla restaurace pojmenována Bugatti právě na počest této slavné Ježkovy skladby.

www.hotelslovan.cz

Kdo bude chtít uspět, musí poskytovat lepší služby,
být korektní v jednání a příjemný ve vystupování.
Tedy musí mít lepší předpoklady pro to,
aby klientela chtěla služby právě jeho hotelu.
Pavel Hlinka

Objevte svůj Horizont

- Horizont je sportovně zaměřeným hotelem pro domácí a zahraniční rodinnou klientelu ● nabídka a možnosti hotelu jsou takové, že je možné užít si příjemné dovolené i v případě nepříznivého počasí ● snažíme se být dobré tři hvězdy ● česká gastronomie a hotelnictví udělaly za deset let ohromný kus práce ● hvězdičkování je věcí obchodu ● jednotná klasifikace hotelů v rámci Evropy je nesmysl, oficiálně nařízená v rámci Česka, rovněž ● zásadní chybou by bylo, delegovat moc na úředníka ●



S předsedou představenstva akciové společnosti REGATA ČECHY panem Iljou Šedivým jsme strávili jedno příjemné velmi pozdní odpoledne. Společně jsme totiž absolvovali návštěvu Tourfilmu v Karlových

Varech. Vzhledem ke skutečnosti, že je REGATA ČECHY a.s. majitelem hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou a že si tento hotel vede nadmíru dobře, parafrázoval jsem jedno staré české přísloví: „Komu není Rady, tomu není pomoci.“ Velké „R“ ve slově „Rady“ je namístě. Ostatně, právě ono setkání na Tourfilmu mne inspirovalo k tomu, abych v souvislosti s hlavním tématem - hotelnictvím - požádal o rozhovor general manažera úspěšného hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou pana Ing. Karla Radu. Pane řediteli, o některých hotelích se říká, že si nezaslouží své tři či

dokonce čtyři hvězdy, protože na ně nemají. Domnívám se ale, že ani hotel Horizont v Peci pod Sněžkou si své tři hvězdičky nezaslouží, protože by mu více slušely čtyři. Proč jste se rozhodli držet se takhle při zemi?

Při zemi? Myslím, že ne. Tři hvězdy jsou odpovídající. Čtyři hvězdy by měly splňovat ještě něco navíc. My se snažíme být dobré tři hvězdy, abychom se za ně nemuseli stydět. Jsme tam, kde jsme. Až dokončíme další část rekonstrukce, potom budeme splňovat i čtyři hvězdy a můžeme jít do nich. To je ale věcí obchodu.

Jaký je váš názor na jednotnou klasifikaci hotelů?

V rámci Evropy to není dobře. Oficiálně nařízená jednotná klasifikace hotelů i z hlediska České republiky rovněž. Jiná věc je klasifikace doporučená, kterou udělují oborové asociace. To je



model, který funguje. Jednotná klasifikace neřeší to, jestli je hotel dobrý nebo špatný. Její zásadní slabinou by bylo, že by delegovala moc na úředníka. A ten by mohl říci: „Nesplňujete půl metru čtverečního,“ nebo „na snídaňovém lístku nemáte čaj“ a nepřidělí hvězdičku. O tom to ale není. Cestovní kanceláře stejně přidělují hvězdičky hotelům podle svého uvážení. Pochopitelně někdo, ač bude všechna nalinkovaná kritéria splňovat, si hvězdičky stejně nezaslouží.

Jaký je váš pohled na úroveň hotelnictví v České republice?

Co se týče české gastronomie a hotelnictví, za deset let se udělal ohromný kus práce. Hodně



cestuji, snažím se navštěvovat konkurenční podniky, ať hotelové či gastronomické. Nemůžeme si myslet, když tady před tím bylo hotelnictví a gastronomie na okraji zájmu společnosti, že to najednou zlomíme. Můžeme však pozitivně kvitovat to, že naše dnešní renomé už je podstatně lepší a stále narůstá.

Řídíte jeden z velmi atraktivních hotelů v oblasti Krkonoš. Na co k vám pozvete své přístí hosty?

To máme ve svém sloganu: „Každý by měl objevit svůj Horizont,“ proto i čtenářům Všudybylu vzkazuji: objevte náš Horizont. Jsme sportovně zaměřeným hotelem pro domácí a zahraniční rodinnou klientelu. Snažíme se svoji práci dělat tak, aby se



zde člověk cítil příjemně, aby si u nás hosté, zejména pak rodiče s dětmi, mohli užít, čeho se jim zamane. V oblasti služeb je velmi málo položek, které neumíme nabídnout. Hotel Horizont má baby sitting, kadeřnictví, kosmetiku, solária, bazén, masáže, squash, tenis, restaurace, noční klub a také pořádáme semináře, kongresy, firemní večírky... V naší bezprostřední blízkosti začíná značení horských túr a trasy výletů. Nabídka a možnosti hotelu jsou takové, že k nám lze přijet a užít si příjemné dovolené i v případě nepřízně počasí.



- **HOTEL*** HORIZONT**
- Malá pláň 141, 542 21 Pec pod Sněžkou
- tel.: 0439/ 861 524, 861 111
- fax: 0439/ 861 444
- e-mail: hotel@hotelhorizont.cz
- >> www.hotelhorizont.cz



Někdo potřebuje almaru jako hrom

Nevím, co je na tom pravdy (rád bych věřil, že ani zbla), ale prý jsou snahy dostat cestovní ruch pod životní prostředí a vyhlásit boj všem hotelovým řetězcům, jakožto projevu globalizace. Pokud to skutečně kdosi řekl, nevím zřejmě chudák (ač „blahoslavení chudí duchem“), o čem mluví. Hotelové řetězce opravdu mohou být, a některé bývají, v majetku nadnárodních korporací. Řada z nich však je pouze v rámci jedné země a mnohé volně sdružují charakterem obdobná zařízení, která využívají synergie zájmu určitého typu klientů.

Rád bych vyjádřil podiv na tím, že odvětví, které České republice vydělává tolik peněz, je každou chvíli řízeno někým jiným. Nechápu, proč se zrovna cestovní ruch předává jako horký brambor. Nic o tom nevím, ale jako účastníka hospodářské soutěže by mne mrzelo, kdybychom měnili firmu.

Co se týče životního prostředí, jsem přesvědčen, že pokud mu někdo věnuje péči, jsou to právě hotelové řetězce. Mohu-li hovořit za mezinárodní hotely, především pak za Inter-Continental, všichni máme v této oblasti perfektně zpracované standardy. Nejméně jednou ročně jsme podrobování kompletní kontrole. Dostaví se revize, která prověří a vyplní dotazník s více než tisícem položek. Na konci je vyneseno ortel, jestli dotyčný pan ředitel věnuje ochraně životního prostředí dostatečnou pozornost a zůstane-li nadále ředitelem, nebo ne. Obdobný režim platí i u dalších mezinárodních řetězců. Mají tu výhodu, že disponují světovým know-how, kdy je dopodrobna rozpracováno, co a jak mají hotely v oblasti životního prostředí dělat. Na ochranu životního prostředí a ekologickou prevenci mají vyčleněny velké finanční prostředky. Standardy, které musí náš hotel Inter-Continental splňovat, jsou mnohem tvrdší, než ty, které jsou zakotveny v legislativě České republiky.

V rozhovoru „Právo hostů na bezpečí“ (Všudybyl 6/2001 str. 16–17) s top managery SBA Expert Security Agency pány Najmanem a Nohýnkem, kteří mj. přispěli k tomu, že Holiday Inn Prague Congress Centre disponuje nejmodernějšími prvky a systémem hotelové ostrahy, říkáme, že status hosta byl ctěn civilizacemi všech epoch.



• při kategorizaci hotelů není možné stanovit kompletně unifikovaná kritéria • rád bych vyjádřil podiv na tím, že odvětví, které České republice vydělává tolik peněz, je každou chvíli řízeno někým jiným • pokud někdo věnuje péči životnímu prostředí, jsou to hotelové řetězce • investice do bezpečnosti je investicí do perspektivnosti jakéhokoliv hotelu • pokud něco lidi odradí od cestování, je to nejistota •

Konstatujeme, že mnohé bezpečnostní agentury mají problémy s rozkrádáním střeženého majetku a se spolupachatelstvím. Každý hotel má svá specifika – koncepce jeho účinné ostrahy rovněž. Stěžejním předpokladem odvádění kvalitní bezpečnostní práce je ale udržení profesionálního odstupu od hotelového personálu.

Investice do bezpečnosti je investicí do perspektivnosti jakéhokoliv hotelu. V současné době se již nejedná pouze o to, že někdo přijde a okrádá hosta v kavárně nebo vnikne do hotelového pokoje. Je to i otázka tréninků v oblasti evakuace hotelu apod. Investice do bezpečnosti budou rozhodně posilovat i po stránce pracovních sil. Ochranu a ostrahu hotelu částečně zajišťujeme vlastním personálem, ale hlavně formou spolupráce. S firmou, kterou najímáme, jsme spokojeni. Vážíme si toho, že po dohodě, nejpозději jednou za půl roku, kompletně vymění svůj celý personál tak, že se nám nestává, že by vznikaly jakékoliv „kamarádkské vztahy“ mezi hotelovým personálem a těmi, kteří mají střežit majetek hotelu a hotelových hostů.

Hovoříme spolu krátce po manhattanské tragédii. V době, kdy bude deváté vydání letošního Všudybylu na světě, může být už všechno jinak. Přesto si vám dovoluji položit otázku, jaké je vaše přání do budoucna?

Aby to všechno skončilo. Není až tak důležité, zdali za měsíc nebo za půl roku, ale aby bylo zřejmé, kdy. „Válka v zálivu“ byla v podstatě krátkou epizodou, která ovlivnila i tento hotel tak, že mu trvalo dva roky, než začal opět dosahovat těch čísel, jichž dosahoval předtím. Nechci být špatným prorokem, a nevím, mám-li tuto myšlenku vůbec vyslovit, ale obávám se, že toto bude podstatně delší proces. Pokud něco lidi odradí od cestování, tak je to právě nejistota, že není vidět na konec. Že nikdo neví, s čím může počítat a že to, co se nedávno stalo v USA, se může stát komukoliv. Řada lidí si bude hodně rozmyšlet někam vycestovat. Ne proto, že by si mysleli, že by se jim tam mohlo něco stát, ale proto, že by se jim mohlo stát, že se budou velmi obtížně dostávat zpátky domů.

Anketním tématem devátého vydání Všudybylu je jednotná kategorizace hotelů. Jsou české hotely, jako je např. váš, které splňují kdysi platné závazné standardy vybavenosti, plochu pokojů atd. Jsou ale i luxusní hotýlky zejména v historických památkově chráněných objektech, které nemohou např. mít bazén, podzemní parkoviště či velikost h některých hotelových prostor dle někdejších závazných standardů. Přesto si zaslouží mít punc nejvyšší hotelové kvality.

Je jedna věc, na kterou je stále zapomínáno, a to, že vůbec nehraje roli, kolik kdo těch hvězdiček má na dveřích. Rozhodující je, kolik je host ochoten zaplatit za služby, které dotyčný hotel poskytuje. Podle mého názoru by měla existovat nějaká klasifikace a měla by být jednotná. Ale vůbec si nemyslím, že by jakékoliv ministerstvo mělo být tou instancí, která by měla tuto záležitost řídit či kontrolovat. To není jen můj osobní názor, ale i mezinárodní hotelové asociace i HOTRECU, že není možné stanovit kompletně unifikovaná kritéria. Jiné čtvereční metry potřebuje hotel v městské zástavbě. Úplně jiné horský hotel. Jiné ten, který je u vody, což souvisí i s vybavením, kterým mají disponovat. Hotelový pokoj městského hotelu nemusí být tak prostorný, protože hosté v něm bydlí zpravidla krátkodobě, zatímco někde u vody či na horách, potřebuje mít jen na odkládání věcí almaru jako hrom, jenom proto, aby se mu tam všechny vešly.

Rád bych nepatříčně podotkl, že nejen almaru, ale třeba někdo potřebuje i pořádnou trafikou...

Paušalizování by mohlo někoho velmi poškodit, protože zrovna v jeho podmínkách a v jeho regionu vše, co si kdo do jednotných zásad vymyslí, nemusí být nutné. Proto by ony zásady měly být pouze doporučující. Měly by informovat hoteliery či majitele hotelů, co by ve svých hotelích měli mít. Konečné rozhodnutí, protože oni to platí, musí být na nich a ne na někom jiném už proto, že státní orgány cestovnímu ruchu zatím moc nedaly. Nicméně, jednotná doporučující klasifikace by být měla, aby např. investor, který staví nový hotel, věděl, jaké by měl mít jeho hotel parametry a vybavení. Ale on by si měl rozhodovat, co potřebuje a co nikoliv.

>>> www.interconti.com



Bezkontaktní čipová karta s definovanými přístupovými právy host, servis, úklid, manager

Hlavní vlastnosti zámkového přístupového systému ECEMATIC PS 200X

Inteligentní bezpečnostní a zámkové systémy

Společnost HSC s.r.o. vyvíjí inteligentní bezpečnostní a zámkové systémy pro laboratoře, hotely, rekreační objekty, léčebny apod. V oblasti hotelnictví vychází z podrobné znalosti managementu mezinárodních hotelových řetězců a potřeb hostů na zvyšování osobní bezpečnosti a ochrany majetku. Využívá skloubení různých zabezpečovacích a bezpečnostních systémů (EPS, EZS, kontrola vstupu, CCTV) v optimalizovaný celek s jednoduchým ovládáním a vysokou mírou bezpečnosti. Spolupracuje se špičkovými specialisty, výrobci techniky a bezpečnostními službami (včetně již ve Všudybylu zmiňované SBA Expert) v České republice i v zahraničí.

WINDOWS. Každá událost (vstup do pokoje, změna stavu v pokoji) je odeslána nadřazenému systému a schematicky zobrazena na monitoru. Při neoprávněném vstupu do prostoru dochází k okamžitému akustickému i vizuálnímu zobrazení poplachu na monitoru spolu s přesnými údaji o čase a místě narušení. Systém vyžaduje zásah obsluhy, která se okamžitě vydává na signalizované místo. O výsledcích zjištění je učiněn zápis do archivu událostí. Systém informuje o momentálním stavu obsazenosti pokojů bez jakéhokoliv narušení soukromí hosta formou grafických schémat na monitoru PC a prostřednictvím přehledných tabulek.

Spolupráce s výtahovým systémem

Po přiložení karty typu Host ve výtahu se automaticky nastaví předvolba výtahu na poschodí,



ve kterém je host ubytován, přičemž zůstává možnost manuální volby dalších poschodí stlačením tlačítka.

Záložní karty

V zámkovém systému jsou trvale přítomny záložní karty pro každou místnost zvlášť, kdyby nastal výpadek centrálního pracoviště pro přiřazování identifikačních karet.

Archivace událostí

Všechny důležité události (vstupy do místností, poplachu, přidělování karet jednotlivým osobám, ukončení platnosti karet) jsou zaznamenány a uloženy do archivu. Archivace probíhá na zvoleném médiu ve formě dbf souborů.

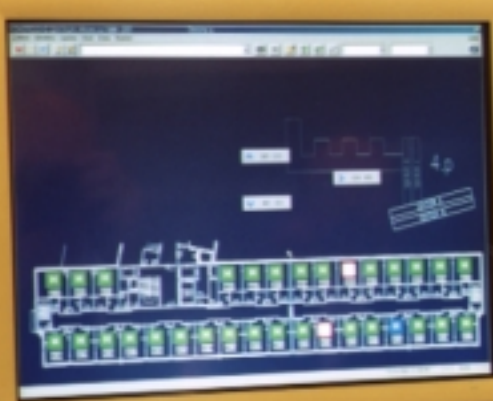


Hotel Security Cards s.r.o.

- Sadová 171, 252 45 Ohrobec, Praha-západ
- tel./fax.: +420 2 996 20 59
- mobil: 0606/ 723 716, 0602/ 393 399
- e-mail: hotelsec@volny.cz

Systém umožňuje

- Nejméně osmiúrovňová přístupová práva
- Rozpoznávání stavu násilného otevření dveří
- Rozpoznávání stavu opomenutí zavření dveří
- Identifikace typu / čísla pokoje a poschodí
- Dálkové otevření místnosti
- Decentralizovaný tříúrovňový systém
- Utažený přenos všech informací
- Monitorování doby otevření dveří
- Integrace ostatních dveří do systému
- Monitorování stavu dálkově programovatelných trezorů
- Zálohování napájení počítačů centrálního pracoviště přes UPS
- Funkci přesného řízení vytápění a klimatizace v místnosti v závislosti na přítomnosti hosta
- Snímání stavu termostatu
- Ovládání regulačních ventilů vytápění
- Volbu tepelného režimu místnosti
- Tepelnou pohodu řízenou dálkově z centrálního pracoviště
- Automatický přechod do tří definovaných tepelných režimů
- Velmi úsporný režim neobsazené (check-out) místnosti
- Úsporný režim obsazené (check-in) místnosti
- Dálkové ovládání klimatizace v místnosti z centrálního pracoviště
- Implementaci funkce šetřiče elektrické energie



Řízení přístupu osob do definovaných pokojů či zón hotelu

Přístup je zabezpečen prostřednictvím inteligentní řídicí jednotky vstupu na základě přístupových kódů. Jejich nositelem je bezkontaktní čipová karta s definovanými přístupovými právy. Pro potřeby hotelnictví se zpravidla používají čtyři základní typy karet: **host, servis, úklid, manager**. Systém umožňuje individuální volbu intervalu časové platnosti karty a její místní platnost.

Monitorování pohybu

Vzájemně propojené řídicí jednotky vstupu jsou připojeny na nadřazený vizualizační systém pod



Důvtipný muž musí být tak chytrý,
aby rozestavil na vhodná místa lidi,
kteří jsou mnohem chytřejší než on.
John Fitzgerald Kennedy 1917 - 1963

Deset minut na rozmyšlenou

aneb Pokud hotelový manažer dělá svoji práci rád

- OREA spol. s r.o. se v roce 2000 umístila v „Czech TOP 100“ na čtyřicátém devátém místě ● obrát OREA HOTELS v roce 2000 šel o pětadesát procent nahoru a náklady o třicet procent dolů oproti roku 1999 ● OREA aplikuje bezpečnostní normy Evropské unie ● osobní motivace lidí je nejlepší způsob, jak zvýšit výkonnost hotelů ● vlastní informační a rezervační on-line systém umožňuje v reálném čase nahlédnout do kterékoliv části administrativy kteréhokoliv z hotelů ● velký zájem o frančizovou spolupráci s OREA HOTELS ● veškerá naše činnost směřuje k tomu, aby si každý z nás byl vědom toho, že pověst OREA HOTELS je v jeho rukou ●



Nedávno jsem byl přítomen rozhovoru dvou hoteliérů, kteří se bavili o tom, že přý jsou snahy převést cestovní ruch z Ministerstva pro místní rozvoj ČR pod kompetence

Ministerstva životního prostředí České republiky, přičemž údajně hlavní prioritou v oblasti hotelnictví tamních pro podporu v zaměstnanosti docházejících militantních zelených je vyhlásit svatou válku všem hotelovým řetězcům. Ihned mne napadlo, že ještě není tak zle, aby nemohlo být hůř.

Tak jako ve všech oborech cestovního ruchu, v hotelnictví obzvláště, se pozitivní synergií zúročuje kooperace samostatně podnikajících subjektů i umění správně nasměrovat a motivovat lidi tak, aby jim práce s lidmi působila radost. Pro příklad jsem nemusel chodit daleko. Že to platí i v rámci jediné (naší) země dokládá skutečnost, že se OREA spol. s r.o. v roce 2000 umístila na 49. místě soutěže „Czech TOP 100“ (Českých 100 nejlepších). Tyto dva aspekty plus hlavní téma devátého vydání Všudybylu - „hotelnictví“ mi byly záminkou požádat generálního ředitele největšího českého hotelového řetězce pana Zdeňka Šafaříka o rozhovor.

Umístění v první padesátce nejúspěšnějších českých firem je pro nás jakousi dílčí pomyslnou metou na cestě, po níž se společnost OREA před dvěma lety rozhodla vydat. Každá

restrukturalizace vyžaduje ekonomickou analýzu jak v oblasti nákladové, tak výkonové. Výsledek roku 2000 rozhodně nebyl náhodný. Obě oblasti se nám podařilo výrazně posunout potřebným směrem. Ve výkonové oblasti se nám obrát zvýšil o 55 procent. V oblasti nákladů se striktním hlídáním všech položek podařilo dosáhnout snížení na 70 procent stavu roku 1999. Nedojde-li k nějakému kalamitnímu vývoji, bude hospodářský výsledek roku 2001 ještě lepší.

Pane Šafaříku, přesto, že v současné době zastáváte univerzální funkci top manažera, původní profesí i duší jste hoteliér. Je veliký rozdíl mezi řízením hotelu Voroněž a řízením společnosti, která vlastní a zastřešuje největší český hotelový řetězec?

Je, a dost podstatný. V hotelu Voroněž jsem pracoval dlouhá léta - naposledy osm let jako ředitel. 27. června 1999 mi zavolał generální ředitel koncernu, který drží majoritu ve společnostech OREA, pan Ing. Pinl a zeptal se, jestli nevím o někom, kdo by mohl dělat generálního ředitele společnosti OREA. Samozřejmě jsem mu přislíbil, že se vážně zamyslím. Ale ani mne nenechal domluvit a řekl: „Já vím, kdo by to měl být...“ a byl jsem to já. Na rozmyšlenou jsem měl deset minut. Byla to výzva. Za dva dny jsem již seděl na této židli. Rozmyšlení a stěhování z Brna do Prahy pro mne zřejmě natrvalo zůstane snovou záležitostí. Vše se událo velmi rychle. 30. června jsem byl představen na setkání všech ředitelů společnosti OREA v hotelu Devět Skal.

Ptal jste se mne ale na rozdíl mezi vedením hotelu a řízením společnosti OREA. Není to jen rozdíl mezi pracovní náplní



manažera v čele společnosti provozující sedmnáct hotelů a ředitele jednoho hotelu. Hotel Voroněž je výjimečný i v rámci hotelového řetězce OREA. Je městským kongresovým hotelem s dominantním zaměřením na servis klientům akciové společnosti BVV a návštěvníkům brněnských veletrhů a výstav. Je hotelem s obrovskou kapacitou, kde drasticky strmě stoupá i klesá amplituda poptávky. Z toho plynou specifické nároky na management i zaměstnance. Celoroční zakázkové krytí (jistota) je zhruba dvacet až třicet procent. Ostatní se musí někde vydolovat. Najít hosty a přivést je do hotelu „za ruku“.

V nové roli jsem se musel podrobně seznámit s problematikou ostatních hotelů. Jsou sice mezi nimi i další městské, ale jejich chod není determinován veletržním děním. Z větší části to jsou hotely poskytující lázeňské služby, popřípadě horské hotely.

Nicméně právě zkušenosti, kterých jsem nabyl v hotelu Voroněž, s nároky na vysokou kvalitu služeb, potřebou eliminovat negativní dopady až drasticky pulsující poptávky, společně se zkušenostmi a schopnostmi dalších lidí v top managementu společnosti OREA, nás nejen přiměly, ale i naučily přísně hlídat všechny

OREA
HOTELS

Společnost OREA je provozovatelem 17 vlastních a 6 franšizových hotelů. Všechny dohromady tvoří největší hotelový řetězec v České republice s více než 6 tisíci lůžky a 5800 místy u stolů, který poskytuje pracovní příležitost téměř 1500 zaměstnancům. Roční tržby řetězce přesahují 1 miliardu korun. Zisk v roce 1999 byl 5 milionů korun, v roce 2000 již 285 milionů korun. Průměrná obsazenost všech hotelů je více než 50 %, přičemž 60 % hostů je ze zahraničí.

Hotely jsou rozděleny podle úrovně vybavení a určení dle segmentů poptávky do tří kategorií:

- **OREA HOTELS EXCLUSIVE:** Voroněž I s restaurací Moravská chalupa v Brně; Pyramida v Praze; Excelsior, Monty, Bohemia a Zvon v Mariánských Lázních; restaurace Poštovní dvůr v Karlových Varech.
- **OREA HOTELS CLASSIC:** Voroněž II a Santon v Brně; Arnika a Horal ve Špindlerově Mlýně; Sklář v Harrachově; Horizont I a II v Železném Rudě; Devět Skal na Českomoravské vysočině; Fontána I a II v Luhačovicích.
- **OREA HOTELS TOURIST:** Zámek Hrubá Skála a Lázně Sedmihorky v Českém Ráji; Centrál ve Špindlerově Mlýně; Kossuth, Polonia a Evropa v Mariánských Lázních; Saint Michael v Karlových Varech.

jeho zdraví a majetku. Naše hotely splňují veškeré normy, které nám ukládá česká legislativa. Více než polovina hotelů řetězce OREA prošla auditem kvality německé asociace hotelů a restaurací DEHOGA. Pokud investujeme do rekonstrukcí a oprav, aplikujeme bezpečnostní normy Evropské unie, byť je to nákladnější. Provozujeme ale i památkově chráněné objekty, kde vyhovět požadavkům památkářů a skloubit je s evropskými bezpečnostními standardy je finančně výrazně náročnější. To je např. záležitost zámku Hrubá Skála, kde bychom velmi rádi zainvestovali do pohodlí hostů a do jejich bezpečnosti. Náklady zde nám vycházejí jednou tak vysoké, než v jiných objektech. Přesto jsme rozhodnutí rekonstrukci realizovat. Jsme si vědomi, že se to vyplatí zrovna tak, jako se lidem v České republice vyplatí, aby se co nejdříve stali občany Evropské unie.

Hlavním tématem devátého vydání letošního VŠudybylu je hotelnictví. Přestože v současné době přímo nevykonáváte práci hoteliéra, již jsem zmínil, že srdcem jste jím zůstal. Proč máte tuto profesi rád?

Upřímně řečeno, občas ji rád nemám. Avšak za chvíli mi otrne a prosím hotelového pána boha, aby

a funkční řetězec. Prvním úkolem je standardizovaná úroveň. Troufám si říci, že z drtivé části je tento cíl naplněn. Letos v lednu na GO v Brně jsme odstartovali on-line provoz vlastního informačního a rezervačního systému s možností propojení na cestovní kanceláře. Systém umožňuje z kteréhokoliv místa zjistit volnou kapacitu, šíři nabídky, realizovat prodej, zúčtovat, potvrdit ubytování apod. Po stejných linkách „běhají“ i interní ekonomické, personální a marketingové informace. Máme tak v reálném čase možnost nahlédnout do kterékoliv části administrativy každého z našich hotelů.

Dalším produktem, který rozvíjíme, jsou franšizy. Zkusili jsme jej nenásilnou reklamou dostat do povědomí odborné veřejnosti. Zájemců je poměrně hodně. Nechceme se ale unáhlivat. Zatím jsme uzavřeli dvě nové franšizové smlouvy a jednáme o třetí, možná čtvrté. Víc zatím nechceme, abychom byli schopni našim klientům zajistit vše, co jsme slíbili, a na vysoké úrovni.

Prezidentu USA Johnu Fitzgeraldu Kennedymu je přisuzován výrok: „Důvtipný muž musí být tak chytrý, aby rozestavil na vhodná místa lidi, kteří jsou mnohem chytřejší než on.“ Ostatně, kdo měl



nákladové položky, motivovat personál a realizovat ofenzivní marketing.

Generální ředitel Zúrich Pojišťovny pan Jaroslav Boček sice ve čtvrtém vydání letošního VŠudybylu (str. 14) konstatoval, že hotelová rizika nejsou ta, která pojišťovny nejraději pojišťují, ale vzápětí dodal:

„V České republice jsou však i hotely na velmi vysoké úrovni zabezpečení. Patří mezi ně např. hotel InterContinental či Four Seasons, který byl nedávno otevřen, aj. Podle našich interních kritérií získaly tyto objekty nejvyšší ohodnocení bezpečnosti. Jejich bezpečnost je stoprocentně srovnatelná se světovými standardy, které jsou dány strukturou vlastníků nebo klientely, která je navštěvuje. Jsou zde i české řetězce, které se velmi pečlivě starají o bezpečnost svých hostů. Pochvalně se mohou zmínit o skupině Cimex Koncem, která má vysoce profesionálního bezpečnostního pracovníka - Ing. Kováře, jemuž se každým rokem daří proinvestovat několik milionů korun na zvýšení bezpečnosti hotelů Orea.“

Naší prvořadou povinností je hosta ochránit. Nejenom z hlediska jisté diskretnosti, ale zejména

mi odpustil mé rouhání. Hotelnictví je zajímavým oborem pro setkávání se s různými lidmi, rozšiřování obzoru, usměrňování světového názoru... Práce je to velmi rozmanitá. Sedět pouze za stolem a odtud řešit problémy, to je pro mne utrpení. Stále se cítím být více hoteliérem, než úředníkem z generálního ředitelství. Hotelnictví je práce, která mne nenechá ani na okamžik v klidu. Čtyřicet hodin denně je v hotelu co dělat. Je to sice trochu hrůzné pro rodinné příslušníky, ale pokud hotelový manažer dělá svoji práci rád a s plným nasazením, pak deset hodin denně nestačí. Pokud v práci není, mívá pocit, že by tam měl být. Je to uzavřený kolotoč výčitek a zadostiučinění.

Smyslem podnikání, a to i dle Obchodního zákoníku, je vytváření zisku. V květnovém vydání VŠudybylu (str. 26) v článku „Všude dobře, doma OREA“ konstatuji, že hospodářské výsledky hotelového řetězce OREA HOTELS znamenaly zvrát ve vývoji, neboť se vám podařilo překonat magickou hranici jedné miliardy korun celkových tržeb o téměř 24 milionů korun. Jaké jsou v tomto směru vaše plány do budoucna?

Předsevzali jsme si, že vytvoříme plnohodnotný

možnost nahlédnout do některé z knížek amerického pedagoga Dale Carnegieho, mohl se dočíst, že k volebním úspěchům některých mužů, z nichž se stali i američtí prezidenti, nemalou měrou přispěla jejich schopnost zapamatovat si po dlouhou dobu desetitisíce jmen a drobných událostí ze života obyčejných lidí.

Určitě nemám ambice být hlavou státu, ale je-li to možné, snažím se i já být v co nejužším kontaktu s každým z našich zaměstnanců. Společnost OREA totiž klade trvalý důraz na práci s lidskými zdroji. Na motivaci lidí, školení, tréninky, na zvyšování odborné úrovně, a to i na nejnižších článcích. Jak mi to čas dovolí, jezdím po našich hotelích. Osobní motivace lidí je nejlepší způsob, jak zvýšit výkonnost hotelů po všech stránkách. Z toho důvodu jsme začali vydávat vlastní firemní měsíčník, který se dostane do rukou každého zaměstnance, kde populární formou my manažeři i řadoví zaměstnanci hovoříme v podstatně míře také o hotelnictví. Veškerá naše činnost směřuje k tomu, aby si každý z nás byl vědom toho, že pověst OREA HOTELS je v jeho rukou.



Rádi bychom Vám představili nový Restaurant Café Creperie. Nachází se u vyústění Karlova mostu bezprostředně u staroměstské mostecké věže v prostorách bývalého kláštera vedle kostela Sv. Františka.

Specialitou Creperie jsou francouzské slané i sladké palačinky podle starých receptur.

V romantickém prostředí na Vás dozajista dýchne atmosféra staré Prahy.

Po příjemném obědě, svačině či večeri máte možnost navštívit Galerii Rytířského řádu Křižovníků, kde jsou mimo jiné pozůstatky v Čechách nejstaršího kamenného Juditina mostu z 12. století.

Restaurant Café Creperie je otevřen každý den od 10 do 22,30 hodin.

Díky svým dispozicím je vhodný i pro pořádání menších až středně velkých obchodních akcí, prezentací, tiskových konferencí, rautů apod.

Restaurant Café Creperie

Křižovnické náměstí 3
110 00 Praha 1
tel./fax: 02/2110 8240



Neúměrná benevolence, nepřijatelné klamání klienta...

Možná ano, možná ne

Snad každý z nás již zažil onen radostný záchvěv hřejivého pocitu „Zase jsem doma!“. To když například přijedeme do hotelu, označeného nablýskanými čtyřmi hvězdami jenom proto, abychom zjistili, že dnes večer nejen nic neutratíme, protože zařízení nemá žádné noční středisko, ale že se i zdravě projdeme na čerstvém vzduchu se zavazadly z nejbližšího veřejného parkoviště, protože „náš čtyřhvězďák“ nemá parking ani portýra. A tak jediné, co má v tomto případě úroveň čtyř hvězd, je požadovaná cena za ubytování. Že přeháním? Možná ano, možná ne...

Největší boom v turistickém ruchu

Zhruba před deseti lety započal v naší republice historicky největší boom v oblasti turistického ruchu. Reakcí na tento vnější podnět byl prudký nárůst investiční činnosti v dané komoditě, který se v krátké době projevil m.j. i značným přírůstkem ubytovacích a stravovacích kapacit nejrůznějšího zaměření a kvality. Bohužel ne vždy byla tato zařízení budována a vybavována s patřičnou znalostí problematiky, s odbornou péčí a na příslušné úrovni. Mnohdy bylo mottem nikoli poskytování kvalitních profesionálních služeb zákazníkovi, ale velmi vágní a pravděpodobně v drtivé většině i mylné očekávání snadného a velmi rychlého návratu investic a jejich kapitalizace.

Mnohdy překotné investiční akce

První léta sledovaného období tedy přinesla m.j. i realizaci mnohdy překotných investičních akcí a zároveň i rychlé a masivní změny vlastnických a nájemních vztahů. K těmto jevům docházelo za současného rušení příslušných oborových norem, které byly mnohdy vnímány jako nepřírozená umělá překážka volného podnikání, a jejichž význam byl, jak se později ukázalo, v mnoha případech nepřiměřeně bagatelizován a podceňován.

Pokřivení obrazu českého hotelnictví

Kombinací těchto skutečností, tedy nárůstu investiční činnosti, změn vlastnických práv v zařízeních přechodného ubytování a společného stravování (dále jen „hotelnictví“) a neexistence resp. přehlížení nutnosti jednotných korekcí, které se navenek projevují formou srovnatelné a spolehlivé informace o objemové a kvalitativní úrovni poskytované služby zájemci, došlo k pokřivení obrazu úrovně služeb českého hotelnictví jako celku, a to bohužel i v mezinárodním měřítku.

Několik opěrných bodů českého trhu

Výjimkou pochopitelně zůstalo několik opěrných bodů daného trhu, jako je např. hotel Inter.Continental, Grandhotel Pupp a další obdobná světově proslulá zařízení.

Absence soudnosti některých majitelů

Obrovský chaos v kategorizaci však vznikl zejména v hotelech tzv. střední třídy, kam ve většině případů směřovalo zaměření investiční činnosti drobných soukromých subjektů. Nedostatek či lépe řečeno absence soudnosti některých majitelů resp. provozovatelů hotelových zařízení při reakci na vytvoření značně benevolentního prostoru v označování resp. jakéhosi „samozařazování“ těchto zařízení do jednotlivých kvalitativních úrovní nepřispěla a ani nemohla přispět k vytváření pozitivního obrazu českého pohostinství v očích zejména z počátku nic netušící zahraniční klientely.

Vydávání vlastních kategorizačních norem

Dlužno říci, že česká odborná veřejnost soustředěná v profesních sdruženích si tuto situaci velmi dobře a včas uvědomovala a snažila se iniciativně reagovat vydáváním vlastních kategorizačních norem a řádů. Tato snaha ovšem mohla přinášet a přináší plody pouze v rozsahu omezeném teritoriím působnosti toho kterého profesního sdružení (za všechny např. Národní

federace hotelů a restaurací nebo Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu). Členství v těchto sdruženích je samozřejmě dobrovolnou záležitostí, a tudíž zde přijatá rozhodnutí jsou závazná pouze pro členy toho kterého profesního společenství. Navíc zmíněná rozhodnutí spolu nemusí napříč profesními svazy v detailech korespondovat.

Chaos obchodní činnosti neprospívá

Turistický ruch všeobecně, a hotelnictví zvláště, přináší do státní kasy každoročně prostředky nikolivěk zanedbatelné. Obecně platí, že ve většině standardních případů chaos obchodní činnosti neprospívá. O tak konzervativním odvětví, jakým hotelnictví bezesporu je, platí toto pravidlo dvojnásob.

Očekávání zásahu státu se jeví jako naivní

Logickým by tudíž bylo, kdyby stát prostřednictvím svých orgánů pečlivě střežil, včas rozpoznal a účinně eliminoval nebezpečí zmenšení přílivu financí do svého rozpočtu. Ovšem očekávání zásahu příslušného státního orgánu, který by do kategorizace v hotelnictví vnesl jednotný řád a zároveň tuto problematiku synchronizoval se zásadami obvyklými v členských státech EU, se dosud jeví jako velmi naivní.

Dobře míněná snaha postrádá širší koordinační zázemí

Na druhé straně však není namístě křivdit přehnanou paušalizací. Jak jsem zjistil, někteří státní úředníci na úrovni okresních úřadů si uvědomují slabou profesní úroveň některých ubytovacích a stravovacích zařízení v rámci jimi spravovaného teritoria a snaží se tuto situaci řešit dle vlastního uvážení. Tato dobře míněná snaha bohužel postrádá širší koordinační zázemí, což do značné míry snižuje její výslednou hodnotu.

Neseženeš-li si štempl od cechmistra

Dochází mnohdy až ke kuriózním situacím, kdy podnikatel vlastní koncesi resp. živnostenský list (v regionech vydává jak známo okresní úřad), nemůže na základě tohoto dokladu vykonávat v daném oboru činnost odpovědného zástupce organizace na území druhého okresu, a musí opětovně dokládat stejné kvalifikační předpoklady, jako byly ty potřebné pro vydání živnostenského listu - co na tom, že jej již jednou vlastní. Jinde si začínající podnikatel musí zajistit pozeňhání šéfa místního profesního cechu. Co na tom, že ti dva lidé o sobě nikdy před tím ani nemuseli slyšet. Neseženeš-li si štempl od cechmistra, můžeš se s provozováním živnosti rozehnat. Takovéto, byť dobře míněné, iniciativy pochopitelně nemohou vnést řád do úrovně a kvality poskytovaných služeb, a navíc

zanechávají v postižených podnikatelích velmi smíšené pocity ohledně užitečnosti umístění finančních prostředků z jimi placených daní.

Aby potenciální klient zcela věděl

Podle mého názoru je kategorizace v hotelnictví velmi důležitou a nezastupitelnou záležitostí. Je naprosto nezbytné, aby potenciální klient zcela přesně věděl, jaký objem a kvalitu služeb může očekávat v zařízení, které se pyšní dejme tomu třemi hvězdičkami. Musí si být jist, že vybraný hotel, ležící například v obci Zlámaná Grešle, poskytuje obdobný standard jako tříhvězdková zařízení v Bonnu, Passau nebo Londýně.

Neúměrná benevolence, nepřijatelné klamání klienta

Jak jsem naznačil v předchozím textu, vidím v tomto případě zřetelnou absenci nezastupitelné úlohy státu, který by měl v úzké spolupráci se zástupci profesních sdružení a další odborné veřejnosti nastavit jednotná kritéria relevantní příslušným standardům, které jsou platné v zemích EU, a nekompromisně prosadit jejich aplikaci. Je třeba si uvědomit, že dosavadní neúměrná benevolence má v mnoha případech za následek zcela nepřijatelné klamání klienta - zájemce o konzumaci hotelových služeb. Jde o stejný podvod, jako když zákazník v restauraci příjemně naladěn vidinou 300gramového chlapáckého bifteku obdrží místo toho 50gramovou chudinku, jejíž cena ovšem odpovídá původně objednané váze. Kuriózní je, že v tomto případě mají kontrolní orgány (např. ČOI) po ruce celou řadu velmi zajímavých represivních opatření.

Chaos není pobídkou ke zvýšení zájmu klientely

Stávající chaos v kategorizaci hotelnictví rozhodně není pobídkou ke zvýšení zájmu klientely o hotelové služby v ČR. Boom devadesátých let je již definitivně za námi. Hotelnictví jako jedno z nejvíce citlivých podnikatelských oborů trpí obrovskou mírou reflexe na nejrůznější vlivy - např. klimatické výkyvy a změny politické situace. V současném rozvaděném světě náš obor v dohledné době nečekají zlatá léta. O to víc je nezbytné, aby náš trh vykazoval a dodržoval jednotné standardy objemu a kvality poskytovaných služeb uvnitř jasně stanovených a deklarovaných kategorií. Jenom tak můžeme očekávat získání odpovídajícího podílu na celkovém disponibilním množství klientely v rámci evropské nabídky ubytovacích a stravovacích kapacit.

Ivan Dědovský

ředitel vnějších vztahů Panství Bechyně

- Hotel Panská
- náměstí T.G. Masaryka 54, 391 65 Bechyně
- tel.: 0361/ 812 550, 812 559, fax: 0361/ 812 502
- e-mail: hotel-panska@iol.cz
- >>> www.zamek-bechyne.cz

Indonéský festival v hotelu Hilton Prague



Zleva: generální ředitel hotelu Hilton Prague pan Anver On, Jeho Excellence velvyslanec Indonéské republiky pan Soeharto Soedarno, šéfkuchař hotelu Hilton Prague pan Arim Munandarem.

(21. – 30. září 2001) měl ve svém mottu: „Objevte s námi nádherné kulinařské tradice jihovýchodní Asie. Kořeněné, lehké a především výtečné speciality připravené naším indonéským šéfkuchařem Arim Munandarem.“ Účastníci akce mohli ochutnat Gado-Gado, Kacang Goreng, Nasi Goreng a mnoho dalších specialit. Zhlédnout i typické národní tance v podání profesionálních umělců z Indonésie. Zahájení akce, pořádané pod záštitou indonéského velvyslanectví, se v osobním doprovodu generálního ředitele hotelu Hilton Prague pana Anvera On osobně účastnila Jeho Excellence velvyslanec Indonéské republiky pan Soeharto Soedarno.





možnost volby
jako služba
zákazníkům

„Možnost volby“ již na padesáti adresách

Hotel Sklář padesátým

Zapojení hotelu Sklář v Harrachově do programu **Možnost volby jako služba zákazníkům** dalo podnět k malé oslavě. Tímto hotelem se totiž završila padesátka ubytovacích a stravovacích zařízení zapojených do tohoto programu. Hotel Sklář je navíc již osmý hotel řetězce OREA HOTELS, který se rozhodl problematiku nekuřáků a kuřáků řešit právě pomocí know-how programu **Možnost volby** (Courtesy of Choice).

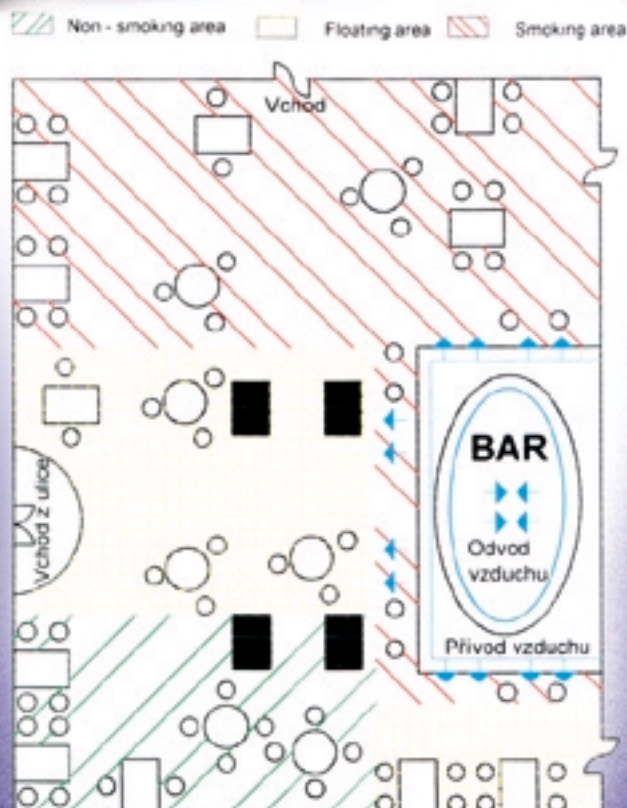
Deset nových zařízení

Do programu vstoupilo v posledních třech měsících deset nových zařízení: pražské hotely Mövenpick a Holiday Inn Prague Congress Centre, hotely Eliška a Imperial v Karlových Varech, pražský Restaurant Koňská opera a Restaurant-Café Svatého Václava, hotel Start ve Špindlerově Mlýně, Hotel Sklář v Harrachově a hotely Expo a Esprit v Praze. Ve dvou dalších byl program obnoven (hotely Renaissance a Praha).

Program Možnost volby

Pro ty, kteří program **Možnost volby** neznají, stručně vysvětlíme jeho princip: program přináší řešení problému soužití nekuřáků a kuřáků zaváděním nekuřáckých a kuřáckých zón na základě přirozeného proudění vzduchu. V České republice jej podporují profesní organizace: Národní federace hotelů a restaurací ČR a HO.RE.KA ČR - Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu. Program zavádí agentura Smart communications, která zajišťuje kompletní know-how od potřebného odborného ventilačního měření dané provozovny přes proškolení personálu až po kartičky na označení jednotlivých zón. Program pochopitelně reaguje na požadavky denního provozu, v poslední době například přibýly požadavky ze strany zapojených zařízení o zopakování proškolení provozního personálu (někdy dokonce i kompletního managementu). Většinou zavedených zařízení byly v průběhu roku dodány propagační brožurky pro hosty v požadovaných jazykových variantách. Další zajímavostí je i to, že se zvýšil zájem o výrobu nadstandardního označení programu v hotelu či v restauraci mosaznými cedulkami. Agentura proto rozšířila svou nabídku v rámci programu i na tyto služby.

- Bližší informace k programu „Možnost volby“:
- **Smart communications**
- tel.: 02/ 21 87 52 50
- e-mail: vladimira.pavlickova@smartcom.cz



Pivo za korunu šedesát, řízek za všechny prachy

Naši měli hospodu U kapličky

Do učení jsem šel s tím, že už jsem věděl, co to obnáší. Děťství jsem prožil kolem hostů a gastronomie. Naši měli hospodu U kapličky v Praze 7. Nebylo to tedy ještě vlastní hotelnictví - práce, která mne dnes baví ze všeho nejvíce. K němu jsem „přičichl“ až jako učeň v Parkhotelu



Praha. V naší hospodě nedaleko pražského Výstaviště se scházeli tehdejší basketbalové, fotbalové a hokejové hvězdy. Štamgasti byli naučení, že tam mají své stoly. Po hokeji nebo basketu jich pak vždy dost skončilo u táty v hospůdce. V té idylické době, kdy pivo stálo korunu šedesát, se to moc nehlídalo. Zkrátka se po zápase stavili na tři pivka. Pokecat s normálními lidmi. Nechat si od chlapů vynadat: „Tys to dneska hrál blbě...“ nebo pochválit: „Tys to dneska válel...“. Táta toho využíval. Věděl, že mu v tu dobu vždycky přijdu rád pomoci. Takže coby škvrcák, který sotva unesl jedno pivo, jsem se motal po place. Věděl jsem, že některému z nich jej donesu. Dělal mi to moc dobře.

Ohýbač na rohlíky

A co se týče let učednických a různých kanadských žertíků? Ty se mi spíše vyhýbaly. Snad jen jednou. To mne jako bažanta trapně poslali pro ohýbač na rohlíky. Mně to v té galanterii naštesti došlo. Vrátil jsem se a nechal si podrobně od mistra popsát, co to je ohýbač na rohlíky. S nemensím zaujetím jsem vyslechl přednášku, k čemu a kdy se ohýbač na rohlíky používá, až mu došlo, že se role obrátily. Pravdou je, že jsem to samé použil dál ve starším ročníku. Páni kolegové z obchodů si tehdy chudáka učednického podávali mezi sebou. Vrátil se za tři hodiny. Úplně zničený. A že ohýbač na rohlíky nikde nesehnal. Že zběhal celou Letnou. Že byl až u pana ředitele Prioru (původně Brouk a Babka), který mu tvrdil, že prý žádný ohýbák na rohlíky není.

Udělejte mi pro mě řízek

Pochopitelně jako každý učedník jsem i já měl

zkoušky ohněm.

Procházeli jsme všemi možnými křty (pomíchaná koření a jiné fóry). Sám jsem jich také spoustu vymyslel. Jeden se mi málem vymstil. Ve třetáku v Parkhotelu byl nějaký pan Kolář - výborný číšník. Ale skoupý a na nás tvrdý až nepřijemný. Zneužíval svého postavení. Občas si řekl: „Udělejte mi pro mě řízek“ (jako personálku), a pak jej prodal hostovi. To ale bylo normální. V tu chvíli, když si zase řekl: „Udělejte mi pro mě řízek“, nám to ale nedošlo. Urval jsem podrážku, vydrbal ji kartáčem, ořezal špičku, aby to nebylo poznat, obalil a osmažil. Vtom vidím, že to dává na stříbro a nese na plac. Zděšení! Všichni jsme stáli v řadě mezi dveřmi a sledovali, jak bude host reagovat. Byl to „hoch štamgast“. Rychle pochopil, že se něco děje. Mezi dveřmi pět kuchařů a na place pouze tři hosté. Když nemohl „řízek“ ukrojit, zavěšil. Pozval si pana Koláře a pomohl nám si jej vychutnat: „Víte, pane vrchní, toho citronu jste mi přinesl málo, přineste mi ještě jeden...“ a „přineste mi ještě jednu přílohu...“ Když mu pan Kolář vše přinesl, povídá: „Mně samotnému nechutná, přisedněte a dejte si se mnou...“ Nabídl panu Kolářovi půlku řízku a ten řezal a řezal... Jak tam byl chudák bez vlasů (měl takového hodně nakrátko ježoura), zřítověl, zezelenal, zmodral a vystřelil od stolu. Slušně se hostovi omluvil a šel nás honit po kuchyni.

Vyprávěl Láďa Jirsa

Klidné rodinné
prostředí luxusního
****hotelu
disponuje:

22 komfortními
klimatizovanými pokoji

hotelovou restauraci
Classic Restaurant
(35 míst)

zahradní restauraci
Daisy Garden (50 míst)

klubovou vinárnou
Boss Bar (30 míst)

saunou

HOTEL SCHWAIGER



Hotel Schwaiger

Schwaigerova 3/59, Praha

tel.: 02/3332 0271

fax: 02/3332 0272

e-mail: schwaiger@volny.cz

e-mail: hotel@schwaigerhotel.cz

www.schwaigerhotel.cz

www.hotelschwaiger.cz

Hotelová reprezentační společnost ACC-NIFOS hotels

Jaké jsou novinky a trendy v oblasti elektronického obchodování a rezervací v rámci globálních distribučních systémů /GDS/ a centrálních rezervačních systémů - /CRS/ jsem vyzpovídal majitele společností ACC-NIFOS hotels network pana Ing. Martina Švorce.

Naše společnost je na trhu přes sedm let a za tu dobu se výrazně změnila rezervační činnost a způsob elektronického obchodování. Začínali jsme s telefonem a faxem a dnes se bez výkonné výpočetní techniky, sítí, speciálního softwaru a bankovních systémů neobejdeme. Operujeme v systémech AMADEUS / SYSTEM ONE / GALILEO / APOLLO / SABRE a FANTASIA. Letos jsme také zakoupili nejnovější technologii „SEAMLESS“, které nám umožňují pracovat v rámci centrálních rezervačních systémů bez zásahu lidské ruky v reálném čase a tak jakákoliv rezervace je automaticky potvrzována do 4 sekund. Zároveň jsme těmito technologiemi vstoupili i do velkých internetových centrálních rezervačních systémů - travel portálů jako je Travelocity.com, Getthere.com, Travel.now, atd. Výčet je veliký. Mohu potvrdit, že letošní rok byl opravdu zlomový. Přejít na nové technologie bez zastavení prodeje se povedl a chtěl bych poděkovat zvláště těm hotelům, které nám vyšly vstříc, pokud nám někde v tu dobu něco uteklo. Smluv se totiž letos podepsalo opravdu dost. Další novinkou je nový clearingový systém agenturních provizí. Potřebovali jsme kromě

sjednocení technologií také oboustranný efekt zpětné kontroly. Ze strany hotelu a ze strany agentury o vyplacené provizi. Společnost WPS pro nás zajišťuje exkluzivně clearing a veškeré záznamy jsou dostupné po bezpečnostních protokolech na internetu. Dnes se může jakákoliv agentura přesvědčit o tom, kdy a jak jí byla

● trendy v elektronickém obchodování a rezervacích v rámci globálních distribučních a centrálních rezervačních systémů ● technologie „SEAMLESS“ umožňují pracovat v rámci centrálních rezervačních systémů bez zásahu lidské ruky v reálném čase ● centrální rezervační systém hlídá možné překnihování hotelu ● ACC-NIFOS hotels network dnes reprezentuje přes 54 hotelů v Praze, Ostravě, Brně a Bratislavě ●

vyplacena provize. Kromě toho nabízí WPS pro agentury i možnost plateb šekem a bankovním převodem. Dále je výhodou i odklad plateb až od určité výše, aby bankovní poplatky za převody nepřevyšovaly rozumnou mez.

Jak vypadá rezervační procedura v nových technologiích?

Kdokoliv si může hotelovou rezervaci udělat, pokud splňuje předem stanovené obchodní podmínky. A je jedno jestli přes cestovní kancelář, anebo přes WEB. Pokud je hotelový pokoj volný, je rezervace ihned potvrzena - a to do 4 sekund. A to je velký efekt hlavně pro zámožské cestovní kanceláře. To samozřejmě platí pouze u těch hotelů, které dají k dispozici allotment. Stačí malý. Třeba dva pokoje. Výhodou jednoho centrálního rezervačního systému s napojením na globální distribuční je v tom, že jeden a tentýž pokoj se nabízí ve všech sítích a výrazně roste pravděpodobnost jeho prodeje. Zároveň jeden centrální rezervační systém hlídá možné překnihování hotelu. Jestliže se prodá určitý počet pokojů na konkrétní termín a allotment se vyčerpá, systém automaticky zastaví ON-LINE prodej na tento den a ponechá ho v režimu REQUEST. Záleží pak na hotelu, zda si takový termín uzavře, anebo nechá volně k prodeji. V praxi jsme se naučili s hotely spolupracovat tak, že na jejich straně tyto změny nepocítily. Potvrzená hotelová rezervace putuje do hotelu. A to platí v případě změn i stornu. Při stornu se tentýž pokoj opět generuje do prodeje v sítích.

Tyto technologie se týkají pouze Vámi reprezentovaných hotelů?

V zásadě ano. Pouze atestované hotelové společnosti mohou využívat globální distribuční systémy přímo s využitím těchto technologií. Naše společnost nyní pracuje na interface tak, aby si jednotlivé hotely mohly aktualizovat svojí volnou nabídku pokojů přímo přes internet. ACC-NIFOS hotels network dnes reprezentuje přes 54 hotelů v Praze, Ostravě, Brně a Bratislavě.

Můžete prozradit, jaká je struktura Vaší klientely?

Lidé přes tyto systémy cestují ze všech koutů planety. Samozřejmě se nejvíce odráží četnost rezervací od našich přímých sousedů a postupně klesá se vzdáleností od nás. Ale za zmínku určitě stojí letošní nárůsty klientely z amerického kontinentu. Bohužel kromě Kanady. Od doby zavedení víz pro tuto zemi se počet cestujících snížil. Zato narostl z Mexika. Zajímavostí jsou vždy rezervace z exotických zemí.

Chystáte další novinky?

Ano. Na několika věcech se nyní pracuje. Chtěli bychom plně automatizovat rezervační proces až do hotelu bez zásahu lidské ruky. Zároveň pracujeme na zpřístupnění dalších lokalit do rezervačních systémů. Protože má naše společnost celosvětově přidělen chain kód IF, rozhodli jsme se tomu přizpůsobit i naše nové logo. Také připravujeme některé nové věci v obchodní politice, ale to si necháme až na příští rok.

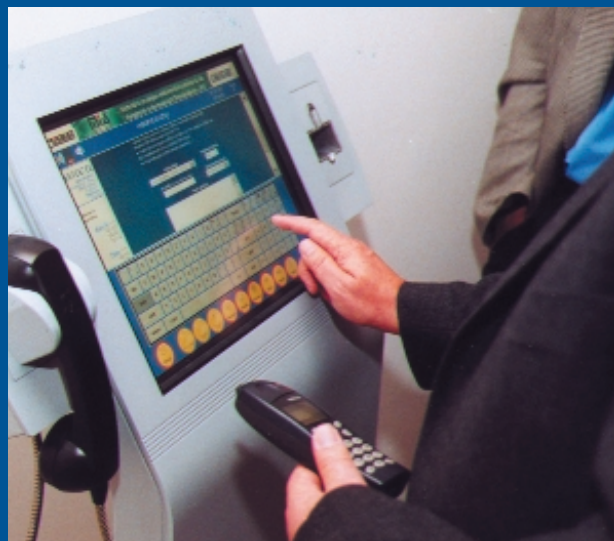


- ACC-NIFOS hotels network
- Na okraji 335/42, 162 00 Praha 6
- tel.: 02/20401 246, 3536 1140, 3536 6329
- fax: 02/3536 1370, 3536 0323, 2040 1249
- e-mail: info@nifos.cz
- >> www.nifos.cz



Pražský hrad je místem s obrovskou návštěvností. Kromě zahraničních návštěvníků, jejichž potřeby se soustřeďují především na základní poznání Pražského hradu jako architektonického klenotu a památky, vítáme také množství českých návštěvníků, kteří mají hlubší zájem o historii Pražského hradu a jeho vývoj svázaný s dějinami českých panovníků. Informační terminál pro nás představuje moderní komunikační nástroj, který návštěvníkům umožní zdarma přístup k žádaným informacím a je tedy další cestou, jak zlepšovat naše služby.

*Zdeněk Synáček,
ředitel Správy Pražského hradu*



První v Česku

V informačním centru Pražského hradu byl 10. října 2001 zprovozněn

první veřejný informační terminál v České republice. Jedná se o první zařízení svého druhu ve střední Evropě. Návštěvníci tak budou mít možnost bezplatně zhlédnout informační stránky Pražského hradu - např. expozice a prohlídky, výstavy, koncerty, aktuální nabídku publikací, apod.

Internet, elektronická pošta i telefonní automat

Kromě bezplatné nabídky mohou uživatelé prostřednictvím virtuální klávesnice na dotykovém displeji využívat služeb Internetu, elektronické pošty nebo integrovaného telefonního automatu. Zpoplatněné služby je možné hradit běžně dostupnou telefonní kartou Českého Telecomu. Jan Ander, ředitel pro prodej a marketing z útvaru Telefonních automatů Českého Telecomu, a. s., k tomu na tiskové konferenci uvedl:

„Jsem velmi rád, že se na prahu nového tisíciletí podílíme na spojení nejmodernější technologie s národní kulturní památkou a sídlem prezidenta České republiky - Pražským hradem. Věřím, že se

tento terminál, instalovaný jako první ve střední Evropě, stane oblíbeným veřejným informačním prostředkem a obohatí tak způsoby prezentace Pražského hradu svým návštěvníkům o jeho bohatou historii i současné dění.“

Síť třiceti veřejných informačních terminálů

V rámci pilotního projektu spustí Český Telecom ještě do konce roku 2001 síť prvních celkem 30 veřejných informačních terminálů po celém území České republiky. Jedná se o deset samostatně stojících terminálů Plynth a dvacet nástěnných přístrojů typu M200. Jejich dodavatelem je kanadská společnost King Products, která je součástí skupiny Ascom Group.

Veřejný přístup k internetu

Všechny terminály umožní veřejný přístup k internetu, k elektronické poště, k zasílání krátkých textových zpráv (SMS) a k hlasové službě pomocí integrovaného telefonního automatu. Text budou uživatelé psát prostřednictvím virtuální klávesnice na

dotykovém displeji, u některých terminálů také pomocí metalické klávesnice. Vybrané přístroje budou vybaveny i přípojkou na tiskárnu a digitální kamerou, umožňující okamžité zaslání právě pořízené fotografie či vlastního video spotu e -mailem. Jednou z největších výhod projektu veřejných informačních terminálů je využívání telefonních karet Českého Telecomu jako platebního nástroje. Do budoucna se počítá také s využíváním bankovních karet. Síť veřejných informačních terminálů bude řídit moderní dohledové centrum. Terminály budou standardně připojeny k telefonní síti pomocí linek euroISDN, které umožňují telefonování při současném pobytu na příslušné webové stránce.

>> www.hrad.cz
>> www.telecom.cz



The First Design Hotel in Prague

Holiday Inn®

PRAGUE CONGRESS CENTRE

No. Pankrác 15/1684 • 140 00 Praha 4
Tel: +420 2 6117 5000 • Fax: +420 2 6117 5010
www.holidayinn.cz • main@holidayinn.cz
www.holiday-inn.com/praguecongr





Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy
 Praha má strategický význam pro rozvoj cestovního ruchu v rámci České republiky i v širším geografickém kontextu. Je důležitým místem pro provozování většiny podnikatelských oborů a disciplín cestovního ruchu. Je řazena mezi stěžejní místa světového průmyslu cestovního ruchu jako atraktivní turistická destinace, což se projevuje tím, že je v oblasti příjezdové turistiky frekventovaným evropským turistickým cílem. V souvislosti s hlavním tématem devátého vydání VŠudybylu bych rád dodal, že je zde značný zájem investovat do hotelového průmyslu. Praha, coby jeden z regionů České republiky, sehrává dominantní roli i co se týče poptávky po výjezdech do zahraničí. Tutéž pozici drží i v rámci domácího cestovního ruchu. Cílem Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy ale není zdůrazňování významu Prahy. Zájem sekce je starat se o příznivé podnikatelské klima v odvětví cestovního ruchu (ve svém) v jednom z krajů České republiky. Pokud jsou členy předsednictva Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy směrodatné osobnosti v českém i mezinárodním kontextu, rozhodně to neznamená, že by si osobovala suplovat oborové, odborové, stavovské či jiné asociace cestovního ruchu. Přes vstřícnost pro případnou spolupráci s jinými regiony či asociacemi Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy rozhodně nemá zájem vstupovat do jejich kompetencí, a to ani v rámci Prahy.

Česká správa letišť úspěšně bodovala

Ríjnové setkání Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy

bylo organizováno ve spolupráci s Českou správou letišť. Uskutečnilo se 2. října v areálu mezinárodního letiště Praha-Ruzyně. Mezi hosty setkání byli předseda Stálé pracovní skupiny pro letectví při Hospodářském výboru Parlamentu ČR a místopředseda Hospodářského výboru Parlamentu ČR pan poslanec Zdeněk Švrček, za na poslední chvíli se omluvivšího ministra pro místní rozvoj Petra Lachnita ředitel odboru mezinárodní spolupráce v cestovním ruchu Pavel Franěk a předseda představenstva Hospodářské komory hl.m. Prahy Petr Kužel. Všechny účastníky pak přivítali místopředseda sekce Jaromír Kainc spolu s generálním ředitelem České správy letišť Milošem Štátným.

Výstava Terminálu Sever 2

Hlavním tématem zajímavé přednášky generálního ředitele ČSL a jeho spolupracovníků byla výstava Terminálu Sever 2, o níž se již VŠudybyl ve svém sedmém vydání letošního roku na str. 12 a 13 zmiňoval. Ostatně podrobné informace jsou každému dostupné na internetové síti a adrese www.csl.cz. Poté se pozvaní účastníci v rámci okružní jízdy měli možnost podívat na „odgumování“ přístávací dráhy, na chovnou stanicí dravců, letištní techniku včetně části techniky hasičského

sboru, který splňuje nejvyšší evropská kritéria, do míst, která se běžně neukazují.

Možnosti VIP salonků příjemně překvapily

Mnohé z účastníků velmi zaujala nabídka a servis luxusních reprezentačních salonků s kompletním odbavením klientů na odletu i přiletu a příjemně překvapila cenová dostupnost těchto služeb. Zvláště v této pohnuté době, kdy „běžné“ odbavení může trvat i více hodin, je individuální odbavení velmi vítané. Jednotlivé místnosti VIP prostorů je navíc možné použít pro obchodní jednání, pořádání recepcí, prezentaci firem apod. Pronájem salonků je včetně parkování automobilů a mikrobuseů na vyhrazeném parkovišti před VIP prostorem.

Příznivě na adresu České správy letišť

Členy sekce jsou nejen významní hoteliéři, generální ředitelé renomovaných cestovních kanceláří, dopravních firem, kongresových objektů, dopravců a dalších významných subjektů z široké plejády multioborového odvětví, kterým bezesporu cestovní ruch je. Velmi příznivá odezva na adresu České správy letišť zazněla i z řad top managerů velkých leteckých společností, kteří přesto, že jsou na letišti doma, mnohé, tak jako my ostatní, viděli poprvé.



Čestmír Sajda 50níkem

Prátelé Čestmíra Sajdy - náměstka ministra pro místní rozvoj pro cestovní ruch a evropskou integraci - slavili v Kongresovém centru Praha 11. října jeho padesátileté jubileum. K přání štěstí a zdraví do dalších padesátí let se připojuje i VŠudybyl.



Který rodič by se neradoval, když jeho dítě s rozzářenými očima prožívá Fun & Fit Day.
Jiří Krejča

O slunné podzimní neděli 21. října se v Club Hotelu Praha v Průhonicích uskutečnil tradiční Travelex/Thomas Cook Fun & Fit Day. A co se týče malých i dospělých dětí? Tak ty už se těší na příští Fun & Fit Day v roce 2002.

Fun & Fit day



**CLUB
HOTEL
PRAHA**

TQ³
TRAVEL
SOLUTIONS

points

LEGO

CSOB



Travelex

worldwide
money

**Thomas
Cook**

Financial Services

Firma UDV ČR nadělovala



České aerolinie společně s firmou UDV Česká republika uspořádaly motivační soutěž pro palubní průvodčí. Bylo oceněno pět nejúspěšnějších stewardů, kteří prodali největší množství whisky Johnnie Walker.

Alkohol na zemi, vůně ve vzduchu

Rozhovor s ředitelem útvaru Duty Free Českých aerolinií JUDr. Václavem Slavíčkem, zveřejněný v sedmém vydání VŠudybylu (str. 15), se měl původně jmenovat „Alkohol na zemi, vůně ve vzduchu.“ K nakonec použitému „Jít si udělat radost“ mě přiměla úvaha, že by původně uvažovaný název mohl u mnohých čtenářů vyvolávat až příliš úsměvné asociace. Nicméně faktem zůstává, že alkohol se v duty free prodává nejvíce na zemi, vůně, resp. parfémy, nejvíce ve vzduchu, v rámci palubního prodeje.

Záleží na každém kilogramu

Prodej duty free, včetně palubního, významně přispívá k celkovým ekonomickým výsledkům



Ceny nejúspěšnějším - dárkové balíčky z portfolia UDV ČR za ČSA předávala paní Vanda Čumpelíková (nalevo) a za UDV ČR paní Alena Volfová.

Českých aerolinií. I proto si České aerolinie pečlivě vybírají dodavatele atraktivních značkových výrobků. Jelikož při palubním prodeji záleží na každém naloženém kilogramu zboží, je jeho maximální snahou, aby v průběhu letu nabylo co nejvíce nových majitelů. Tady velmi záleží na schopnostech palubního personálu. Motivační akce proto mají za cíl nejen podpořit úsilí palubních průvodčích při dosahování lepších prodejních výsledků, ale i poděkovat jim za jejich nelehkou a obětavou práci ve prospěch letecké společnosti.

UDV ČR jedním z největších

V minulém VŠudybylu (str. 26-27) v rozhovoru s top manažery cateringového úseku ČSA - panem ředitelem Ing. Stanislavem Březinou, vedoucí výroby paní Alenou Petrželovou a zástupcem ředitele panem Antonínem Koudelkou konstatujeme, že být dodavatelem nápojů pro palubní catering ČSA je vysoce prestižní záležitostí. Totéž platí i pro palubní prodej duty free. UDV je největším prodejcem značkového alkoholu na světě a UDV ČR jedním z největších na českém trhu. Kromě whisky Johnnie Walker jsou v jejím portfoliu i další známé značky jako je Baileys, Smirnoff, Malibu, Gordon's London Dry Gin, Hennessy aj. Whisky Johnnie Walker dodává UDV ČR jak do cateringu, tak na paluby letadel ČSA a do pozemních prodejen duty free v Praze a Karlových Varech, kam ale směřuje širší sortiment. Fakt, že Johnnie Walker je jedna z nejsilnějších značek v portfoliu společnosti UDV ČR, přispěl k rozhodnutí zpestřit jeho palubní prodej motivační soutěží pro stewardy.

>> www.csa.cz

- UDV Česká republika s. r. o.
- Klimentská 46, 110 02 Praha 1
- tel.: 02/21851500, fax: 02/24813264
- >> www.diageo.com

Jinoch se stává mužem, když obejde kaluž,
místo aby do ní vstoupil.
Platón z Athén 428 - 347 př. n. l.



*Barevný
a sluncem
prozářený
podzim přeji
řediteli České
centrály
cestovního ruchu
Ing. Karlu Nejdlovi,
CSc. jeho přátelé
k šedesátinám.*



★ prvotřídní surovina z Aljašky
★ unikátní česká receptura
★ světová kvalita

Kaviár z Aljašky

Objednávky:
Lesy Hluboká nad Vltavou, a. s.
Lesní 691, 373 41 Hluboká nad Vltavou
tel.: 038/796 52 01-3, fax: 038/796 52 20
e-mail: info@caviar.cz, www.caviar.cz

Ostrava ukončila bílého žraloka TOURFILM 2001

Pod záštitou ČCCR

25.-26. září se uskutečnil 34. ročník nejstaršího festivalu turistických filmů světa Tourfilm 2001. Hlavními pořadateli byli Česká centrála cestovního ruchu a město Karlovy Vary ve spolupráci s agenturou Avant Promotion. Hlavními partnery byly American Express, Arbo Media, Grandhotel

Večer Ostravy

Doprovodný a společenský program byl velice bohatý. V Karlovarském divadle proběhla světová předpremiéra adrenalinového filmu "Carcharias - velký bílý žralok" a beseda s jeho režisérem českého původu Stevem Lichtágem. Jeho povídání o natáčení drsných scén bez jakéhokoliv jistění tak



Pupp a České aerolinie. 34. ročník zaznamenal rekordní účast 102 zemí s 365 snímků a multimédií.

Ministr Lachnit předal cenu Grand Prix

Slavnostního vyhlášení vítězů jednotlivých kategorií v Karlovarském divadle se zúčastnil i ministr pro místní rozvoj Petr Lachnit, který předal ve filmové soutěži cenu Grand Prix za třicetivteřinový thajský snímek „Life is beautiful“. Vítězství v kategorii multimédií si odnesly oficiální stránky Portugalska www.portugalinsite.com. Záštitu nad touto kategorií převzala firma Microsoft.

Cenu TV poroty získal Fero Fenič

Významnou součástí festivalu se stala kategorie televizních snímků, nad kterou převzala záštitu Česká televize. Ta v průběhu festivalu natáčela dokument. Cenu TV poroty získal Fero Fenič za projekt „Cestománie“, který je jedním z nejsledovanějších pořadů ČT (11,51 %).

zaujalo, že bylo nutné je rychle ukončit, protože ve Slavnostním sále Grandhotelu Pupp už začínal večer města Ostravy.

Přednáška Nory Dolanské

V programu Tourfora bylo mimo jiné možno vyslechnout přednášku PhDr. Nory Dolanské o hlavním marketingovém záměru České centrály cestovního ruchu pro rok 2002 nebo informaci Bedřicha Šeteny z firmy Bedy, která je provozovatelem Národního informačního systému České republiky www.czechtourservice.cz.

Čtyři desetiletí úspěšných reklam

Přednáška „Čtyři desetiletí úspěšných reklam v cestovním ruchu aneb jak do budoucna plánovat reklamu“ pana Davida Wintera (BHO. FCB) a paní Terry Coates (CECTA) z Velké Británie byla zážitkem. Umožnila zhlédnout reklamy natočené pro British Airways od šedesátých let do současnosti. Byla to i názorná lekce, jak dělat reklamu „s lidskou tvář“ a zajímavou myšlenkou.

Igelitáky v řece

Doprovodnými akcemi festivalu byl i tradiční tenisový a golfový turnaj. S festivalem se však setkávali i běžní návštěvníci Karlových Varů při veřejných projekcích. Přímo v řece Teplá pak byly vystaveny velké plastové objekty Miro Dopity „Amazonas - Jungle River“.

300 let Grandhotelu Pupp

Galavečer pořádaly město Karlovy Vary a Grandhotel Pupp, který slaví tři sta let nepřetržitého provozu. Večer to byl příjemný. Bylo možné si uvědomit, jakou roli i v tomto oboru hraje tradice a kvalita.

35. ročník Tourfilmu

Příští ročník opět v Karlových Varech ve dnech 19. - 20. 9. 2002. Co festivalu popřát? Větší zájem médií a vyšší účast hostů.

Text a foto: Petr Tiefenböck

>> www.ccr-info.cz

Průvodcovské služby v češtině, ruštině a angličtině, doma i v zahraničí

- zkoušky Pražské informační služby
- pivovarnictví, historie, zahraniční obchod, petrochemie
- Praha, Moskva, New York

Ing. Josef Provazník, mobil: 0723/ 741 998, e-mail: josef.provaznik@email.cz



Letní sezóna 2002 zahájena

aneb Malé pohoštění v řeckém stylu

18. října zahájila česká cestovní kancelář Venus Trade & Tours prodej zájezdů ze svého katalogu na letní sezónu 2002 za účasti kyperského velvyslance a řady dalších hostů. Jídla i vína bylo vskutku dosti a vzhledem k řecké pohostinnosti se mi chce téměř konstatovat, že jestli neumřeli, tak tam v prostorách VTT hodují dodnes, čemuž se souhrmně říká: „Malé pohoštění v řeckém stylu“. Běže se přesvědčit! Katalogy se opravdu povedly.

>> www.vtt.cz



Dovolenka na Slovensku – hotely a penzióny – zima 2001/2002



Cestovní kancelář Satur Travel si upevňuje postavení největší slovenské cestovní kanceláře se sítí 47 vlastních poboček na Slovensku a čtyřmi zahraničními majetkovými účastmi v Karlových Varech s pobočkou v Praze, ve Vídni, Berlíně a Budapešti. Vznikla 1. listopadu 1993. Nabízí kompletní služby pro domácí i zahraniční klientelu. Na své tiskové konferenci 10. října prezentovala nabídku pobytů pro období 15. prosince až 27. dubna 2002. Jedná se převážně o osmidenní pobyty vhodné pro rodiny i jednotlivce – náročné či méně náročné lyžaře a sánkaře. Součástí nabídky jsou pobyty v chatách a chalupách.

Ceník ke katalogu je pro české občany vypracován v českých korunách.

>> www.satur.sk



Překoná marketing strach?

„Nic nebude takové, jako před 11. zářím,“

ozývá se ze všech stran. A je to i znát ze všech stran, podívejme se v souvislostech cestovního ruchu: první knock out dostaly letecké společnosti, následují cestovní kanceláře, hotely i kongresová turistika. Odborníci, kolegové i konkurenti hlásí vskutku odstrašující čísla: tu pokles o 30 %, jinde jsou v meziročním srovnání na polovině a výhled si nikdo netroufá předpovědět. Jiný už raději všechna čísla tají a vymyslí, jak zachránit situaci. „What is the future?“ ptá se dnes nad rozvahou obchodník i marketingový manažer a často si odpovídají „Now is the present time only“. Těžko k uvěření, ale je to autentická citace nejmenovaného mezinárodního manažera, mapujícího situaci na trhu v jednotlivých zemích Evropy, přestože svoji poznámku vyslovil s dávkou nadsázky.

Překoná marketing strach?

Marketing, a nejenom v cestovním ruchu, má nyní co do činění s novým faktorem, a to je strach. Budou k něčemu tradiční podpůrné a záchranné marketingové triky? Sníží se rapidně ceny letenek, zájezdů, hotelových pokojů? Je nějaký produkt, který překoná strach atraktivitou? Zaručí se pořadatel kongresu za bezpečnost jeho účastníků? A co ještě pojistí pojišťovna? Zastavíme pád reklamou? A není právě teď reklama vlastně „kontraproduktivní“? To se nyní honí hlavou marketingovým pracovníkům po celém světě.



Poptávka po tuzemských pobytech

Jistě, například snížení cen je vždy jaksi první na řadě, ale věc to nemůže vyřešit. Naopak se do kalkulací začínají promítat zvýšené náklady na nově vyměřené pojistky a bezpečnostní opatření. Nikdo, ani zákazník, cestující či host neví, co se ještě může stát, a média na klidu nepřidají. Strach bohužel - ale samozřejmě - vítězí, a všechny to stojí a bude stát spoustu peněz. Jenže na druhé straně, ostatně jako vždycky, je třeba zvážit, kde se může současný stav projevit naopak dobře: tuzemec možná raději zůstane doma a dovolenou prožije tady, nebo bude chtít zájezd jenom k sousedům. Může se zvýšit návštěvnost z okolních nebo evropských států, via autobus, vlak nebo auto. Bylo by logické, kdyby u nás stoupla poptávka právě po tuzemských pobytech.

Pád vystřídá cesta vzhůru

Mohou marketingové nástroje tedy pomoci překonat strach? Jen těžko, to si přiznejme. V tomto případě bude muset zapracovat čas a tvrdá práce. Pomyslná křivka obratu cestovního ruchu teď nejspíše prudce klesá všude. Mechanismus trhu je ale vždycky stejný a pád vystřídá cesta vzhůru. Alespoň pokud pro to bude příležitost, protože věřím, že poněkud pragmatické pořekadlo „co nás nezabije, to nás posílí“ zde bude platit dvojnásob.

Václav Dančo
danco@roybilling.cz

Do výšin Závojevého vodopádu II. díl

Blbec nebezpečný ze všech stran

Odpoledne a noc jsme strávili v lese ve stanu. Další den jsme sešli do rokle Tomášovskej Belej a na konci Sokolí doliny lezli do jakoby nekonečných výšin po žebřicích a lávkách podél Závojevého vodopádu. Matouš je lezec. Výšky jej lákají. To, co je pro dospělého člověka snadnou záležitostí, je ale pro takové „mrňadlo“ lezecký výkon. Při překonávání jednoho cca



sedmdesáticentimetrového zdvihu na železný rošt, když byl ve vzporu na obou rukou, mu jeden spěchavý „turista“ zvedl nohy. Matoušek si bolestivě narazil hrudní koš. Dotyčný se hájil tím, že prý mu chtěl pomoci. Mísily se ve mně vztek s bezmocí. V takové situaci by si musel natlouct kokos i sebelepší gymnasta. Kdybych tak mohl dotyčnému „dobrákovi“ jeho „pomoc“ adekvátně vrátit! Zkrátka, kozel je nebezpečný zepředu, kůň zezadu a blbec ze všech stran.

Velká poľana

Došli jsme na Velkou poľanu, kde jsem Matouškovi ukázal posed, v němž jsme tehdy s bráchou strávili druhou noc a zamýšleli bydlet přes louku do pastevecké boudy, umístěné na okraji lesa ve zhruba šestimetrové výšce mezi čtyřmi stromy. Byla v dobrém stavu. A tak jsme tu s Matouškem, zrovna tak jako před třemi roky s jeho velkým bráchou, (dvakrát) komfortně nocovali.

Uvědomil si, že je vlastně pětileté mrně

Další den jsme po červené značce sešli do ústí Velkého Sokola - nejmohutnější tiesňavy Slovenského ráje s až třístametrovými skalními srázy. Tam jsem „musel“ Matouškovi vyřezat z kůry lodičku, aby si ji mohl pouštět na stejném místě jako druhdy jeho „velký brácha“. Pak jsme se vydali vzhůru částečně po suchu, částečně vodou a dílem po slizkých kulatinách dřevěných lávek, protože střídavě mrholilo a přšelo. Na nich jsem Matouška držel raději za ruku. Velký Sokol je nejen největší, ale pravděpodobně také nejdelší. Matouš statečně šlapal. Jeho kondici a výdrž by mu mohl leckdo tzv. dravý a dospělý závidět. Asi kilometr od domečku na něj padla krize. Zrovna v těch místech jako před třemi lety na jeho bráchu. Starší Martin je ale trochu jiná povaha, nefňuká a jde úplně na doraz. Tenkrát na něm bylo vidět, že už toho má „plné kecky“, ale strojově šel dál. Kdežto Matoušek, to je komediant. Najednou, jako by si uvědomil, že je vlastně pětileté mrně, se začal jako pětileté mrně stylizovat. Jal se plakat, trucovat a volat maminku. Vzal jsem mu batoh a jako „mrňátkovátka“ jsem jej konejšil. Pokračovali jsme v cestě. Kousek od visutého domečku, kde už to poznával, z něj (naprosto opodstatněné) vyčerpání jakoby spadlo, a než jsem uvařil večeři, pobíhal po lese a hrál si. To jeho „velký brácha“ tenkrát došel, zalehl, a než jsem stačil uvařit večeři, usnul a spal až do rána.

Taxi za peníze je rozhodně dražší



Cesta Velkým Sokolem vede často vodou přímo po dně potoka. Večer jsem zjistil, že jak moje, tak Matoušovy goretexové boty tečou. Počasí rovněž nevěstilo nic moc. To minulou noc na obloze nádherně zářily hvězdy. Ráno jsme se tedy sbalili a vyrazili po červené značce dolů do kempu v ústí Suhej Belej. Cestou jsme potkali partu Pražáků, kteří se nás ptali, kudy že se dostanou do tiesňav. Bohužel, bylo to zrovna v místech rozvodí, kde rokliny začínají (ale končí jimi vedené turistické trasy, neboť se zpravidla chodí jedním směrem proti vodě). Kromě toho, že jsem jim řekl, že se mají vrátit (cca 2 hodiny chůze) odkud přišli, jsem jim poradil, aby si raději koupili mapu, že se jim ve Slovenském ráji vyplatí. Dole u Spišské koliby, kde jsme s Matouškem poobědvali, jsme byli o půl hodiny dříve než oni. Část jich odešla na túru do tiesňavy a dva z nich - dvěma s klukem - seděli před kioskem. Tentokrát jsem se raději Matouška neptal, kolik si dá piv. Poté, co jsem Matouškovi koupil bonbóny a limonádu a sobě lahváče, jsme si k těm dvěma přisedli a dali řeč. Desetikilometrová cesta s bágly pěšky po silnici na vlak do Vydrníku a v pohorách, pro dospělého nic moc, natož pro pětileté dítě. Slovo dalo slovo a my vyměnili mapu za odvoz na nádraží. Takže: do Slovenského ráje se vydávejte zásadně s mapou. Taxi za peníze je rozhodně dražší.

- Slovenská agentura pre cestovný ruch,
- Purkyňova 4, 110 00 Praha 1
- tel.: 02/2494 6082, fax: 2494 6082
- e-mail: sacr@sacr.sk
- >>> www.sacr.sk



Rumunsko

Rumunsko: Romănia, republika
 Rozloha: 237 500 km²
 Počet obyvatel: 22 760 000
 Hlavní město: Bukurešť (2 351 000 obyv.)
 Měnová jednotka: lei (ROL) = 100 bani
 Úřední řeč: rumunština
 (domluvíte se němčinou, která je vlastně vedena jako úřední jazyk)
 MPZ: RO

Cestovní dokumenty

Cestovní pas s platností minimálně jeden měsíc po vstupu do země. Platí bezvízový styk pro pobyt do třiceti dnů. Občan České republiky musí prokázat účel cesty a dostatečnou finanční vybavenost (především přijíždíte-li starším automobilem). Není blíže specifikováno, jak velká vybavenost je nezbytná, uznává se 30 DEM na osobu a den. Neprovádí se povinná výměna peněz.

Doklady pro řidiče a motorové vozidlo

Řidičský průkaz, osvědčení o technickém průkazu vozidla a mezinárodní poznávací značka CZ. Je nezbytné prokázat se na vyžádání dokladem o zaplacení pojištění zákonné odpovědnosti, tzv. zelenou kartou. Kontroly jsou přísné. Rumunský autoklub doporučuje zakoupení mezinárodního řidičského průkazu. Pokud si na cestování zapůjčíte vozidlo, je třeba si opatřit notářsky ověřený souhlas

majitele vozidla s tím, že vám dal vozidlo k dispozici- platí i pro vozidla na leasing.

Celní předpisy

Je povolen bezcelní dovoz předmětů osobní potřeby a spotřeby, odpovídající délce pobytu a ročnímu období. Na osobu sem patří 4 litry vína nebo piva, 2 litry lihovin, 200 cigaret nebo 250 g tabáku, 200 g kaka a 200 g kávy, rozumné množství parfému, osobní šperky, osobní oblečení, odpovídající množství potravin a léků. Věci osobní potřeby by neměly překročit hodnotu 100 USD. Všechny hodnotné předměty musí být deklarovány. Zboží, které neslouží pro osobní potřebu nebo se převážejí jeho větší množství a přesáhne hodnotu 550 000 ROL, je třeba doložit celním prohlášením či podléhá dani ve výši 20 % z celní hodnoty zboží.

Je možno dovézt lovecké pušky a munici, je však nutné mít souhlas vydaný organizací, která pořádá lovecké výpravy v Rumunsku. Podrobnější informace lze získat na adrese Asociatia Generale a Vinatorilor si Pescarilor Sportivi diu Romania, Calea Mosilor 128, Bukurešť.

Kočky, psi a další domácí zvířata

mohou být dovezena, pokud mají veterinární potvrzení, vyznačující, že jsou v dobrém zdravotním stavu (toto potvrzení nesmí být vystaveno déle než 10 dnů před odjezdem) a že jsou očkovaná proti vzteklině (potvrzení musí být vystaveno nejméně

1 a nejdéle 12 měsíců před odjezdem pro psy, nejméně 1 a nejdéle 6 měsíců před odjezdem pro kočky).

Vyvézt

je možno předměty obdržené jako dárky do hodnoty 1200 EUR. Není dovoleno vyvážet koberce, látky, nábytek a potraviny. Do země je možno dovézt maximálně 10 l benzínu v náhradním kanystru. Za benzín a naftu vyváženou ze země se platí následující poplatky:

- 200 % hodnoty paliva v nádrži
- 400 % hodnoty paliva mimo nádrž (v kanystru apod.)

(jestliže palivo v nádrži a palivo v kanystru nepřevyšuje objem nádrže, aplikuje se 200 % poplatek).

Dovoz a vývoz tuzemské měny je limitován. Dovoz cizí měny je limitován částkou 10 000 USD a větší množství se musí deklarovat. Vyvážet lze 500 000 ROL a max. 10 000 USD či částku deklarovanou při příjezdu.

Rychlostní limity

Maximální rychlost (km/hod):

*podle obsahu válců

	obec	mimo obec	dálnice
motocykl	50	50	100
osobní auto	60	70 - 90*	120
autokary, autobusy	40	70	70
nákladní vozy	40	50	50

Nejvyšší dovolená rychlost pro vozidla s přívěsem je vždy o 10 km/hod. nižší, než je limit u tažného vozidla.

Nehody

Policii musí být hlášena každá dopravní nehoda. Jestliže dojde k poškození nebo zničení vozidla, je nutné získat od policie zprávu, která musí být předložena na celnici při výjezdu ze země.

Povinné vybavení

V Rumunsku je používání bezpečnostních pásů povinné jak v obci, tak mimo ni. Děti do 12 let nesmí během jízdy sedět na předním sedadle. Každé vozidlo musí být vybaveno varovným trojúhelníkem a v případě nehody, poruchy apod. musí být trojúhelník použit. Minimální hloubka drážky pneumatiky je 1,5 mm. Pro používání mobilního telefonu v automobilu je nezbytné využití soupravy hands-free.





Důležitá dopravní pravidla

Jedoucí tramvaj lze předjet zleva na jednosměrné silnici nebo tam, kde není dost místa k předjetí zprava. Pokud to není jinak upraveno silničními značkami, musí být dána v uzavřených obcích a na kruhových objezdech přednost vozidlům přijíždějícím zprava. Mimo obce musí být dána přednost vozidlům na hlavních silnicích. Ty jsou obvykle vyznačeny dopravními značkami. Na úzkých horských silnicích musí být dána přednost vozidlům jedoucím nahoru. Používat klakson ve městech je od 22.00 do 6.00 zakázáno. K varování musí být v noci použita světla. V Bukurešti a v některých dalších městech je používání klaksonu zakázáno značkami vůbec. Během jízdy nesmí řidič kouřit.

Tísňové volání

Policie: 955

První pomoc: 961

Hasiči: 981

Silniční služby

Zavolat pomoc lze na tel.: 927,

v Bukurešti (40) 1- 619 34 55,

fax: (40) 1- 312 84 62.

V zemi je povolen soukromý odtah.

Pohonné hmoty

Na turistických trasách jsou hlavní čerpací stanice otevřené nonstop. Bezolovnatý benzín není dostupný u všech čerpacích stanic.

Ceny PHM v ROL:

Ubytování

Kategorie hotelů jsou podle úrovně a vybavení podle hvězdiček. Plno luxusních hotelů je v Bukurešti, Brašově, Konstantě a ve většině velkých měst. Personál NTO (Národní turistická kancelář) podává turistům informace o možnostech ubytování (v němčině, ve francouzštině). Ceny hotelů s *** za pokoj pro 2 osoby činí 80 - 110 USD. Při placení v ROL je nutno prokázat jejich oficiální výměnu v bance.

Rezervace

v Česku např. prostřednictvím cestovní kanceláře

LUM-ORIS, Kladenská 19-21, 160 00 Praha 6,

tel./fax: 02/ 3536 5046, mobil: 0723/ 826 268,

e-mail: lumoris@volny.cz,

v Rumunsku v úřadech ACR (autoklubu) a NTO ACR, Str

Cichoschi 1, Bucharest 1, tel.: 00401-611 04 08 nebo
611 43 65, ACR, Str Take Ionescu 27,
70154 Bucharest 22, tel.: 00401-650 25 33.

Otevírací doby

Banky	pondělí – pátek	9.00 – 12.00 13.00 – 15.00
Pošty	pondělí – pátek sobota	8.00 – 18.00 8.00 – 14.00
Obchody s potravinami	pondělí – pátek sobota	8.00 – 19.00 8.00 – 14.00
Úřady	pondělí – pátek	8.00 – 16.00
Muzea	úterý – neděle	8.00 – 18.00

Svátky a dny pracovního klidu

1. 1., 2. 1. Nový rok, 6. 1., Velikonoční pondělí, 1. 5., 1.
12. státní svátek, 25. a 26. 12. Vánoce.

Lékařské služby

Mezi Českou republikou a Rumunskem neexistuje aktuální smlouva o poskytování kompletní zdravotní péče. Turisté jsou nuceni platit v hotovosti veškeré zdravotnické služby a léky, které jsou v průběhu léčení poskytnuty. Z tohoto důvodu je účelné zajistit si před cestou pojištění.

Důležité adresy

Velvyslanectví ČR v Rumunsku

Ambasada Republicii Cehe, Strada Ion Ghica 11,
Sektor 3, Bucuresti, Romania

tel.: 00401-3159142 až 3, 3125190

fax: 00401-3122539, mail: bucurest@ines.ro

(toto velvyslanectví má akreditaci také pro Moldávii)

Rumunský zastupitelský úřad

Nerudova 5, 118 01 Praha 1, tel.: 02/57320494,

fax: 02/52931209

Automobil Clubul Roman (ACR)

Str. Tache Ionescu 27, sektor 1, 70154 Bukurešť 22,

tel.: 00401-615 5510, 659 3910, 659 7610,

659 7084, fax.: 00401-312 8462, 312 0434

Rumunské centrum pro turistiky

Mikulandská 2/123, 110 00 Praha 1

tel./fax: 02/ 2491 1160, mobil: 0723/ 112 671

e-mail: romaniatourism@volny.cz

- Informace poskytuje
- ABA PRESS Servis, s.r.o.**
- Střelnická 1680/8
- 182 00 Praha 8

tel.: 02/ 6619 3232, fax: 02/ 6619 3233

mobil: 0604/ 967 376, e-mail: press@aba.cz



Kvíz o účast na poznávacím zájezdu do Rumunska pro 2 osoby



- Jaká je pražská adresa Rumunského centra pro turistiky?
- Jak se jmenuje nejvyšší rumunské pohoří?
- Dunajská delta, jedna z nejkomplexnějších na světě, vznikla kolem tří ramen Dunaje, vtékajících do Černého moře. Jsou to Chilia, Sulina a Sfântu Gheorghe. Velkou atrakcí dunajské delty je nesmírně bohatá fauna. Snad největší atrakcí jsou rozsáhlé kolonie velkých vodních ptáků s typickým lalokovitým zobenem. Jaký je jejich český název?
- Rumunsko je zaslíbenou zemí turistů. Ze Symerie (na železniční trati Praha – Brašov – Bukurešť) můžete lanovkou vyjet do dvoutisícových vrcholových partií k pěším túrám bizarním pohořím s nejvyšší položenou „cabanou“ (turistickou ubytovnou – 2500 m n.m.) v Rumunsku. Jak se ono pohoří jmenuje?
- V Rumunsku se nachází zřejmě nejpozoruhodnější evropská krasová oblast, v níž jsou četné soutěsky, ponory, vyvěračky, propasti, krasová pole, vodopády a proslulé „Ponorné hrady“. Jak se tato oblast jmenuje?
- Napište alespoň tři rumunská černomořská letoviska.
- Kolik korun zhruba stojí zpáteční rychlíková jízdenka z Prahy do Brašova – možného nástupního místa pro pohoří Pitra Craiului, Bucegi, Fagaraș, Ciucaș, Gribova?
- Vyjmenujte alespoň jednu cestovní kancelář, která v Česku nabízí zájezdy do Rumunska.

Na otázky kvízu odpovídejte prostřednictvím Internetového časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu „www.e-vsudybyl.cz“, v němž se nachází odpovědní formulář do 15. prosince 2001. Jméno vylosovaného výherce – autora správných odpovědí přineseme v devátém vydání Všudybylu 2001 a internetovém www.e-vsudybyl.cz začátkem ledna 2002.



	Šaty	1. díl tajenky	Polé- kový knedlí- ček	Ozna- čení našich letadel		Domácky Svatava	Lihový nápoj	Souhlas	Přemo- žitel Golliáše		Splétat	Opice	Hrdina	Lihovina z rýže	2. díl tajenky	Kozáčtí náčel- níci
Otvor ve zdi					Pivovar. surovina Opasek (zast.)					Část České republiky						
Slitina k výrobě broků										Vypracov. úkol Druh pepře						
Tekutina k naklá- dání				Balit Osobní zájmeno							Africká antilopa Básnický zápor					
Název hlásky „S“			Jihoamer. čaj Horník v porubu					Mužské jméno					Kraj. vlast. muzeum Tvárný materiál			
Kyrys- nik								Třetí pád						Chemic. zn. radia Ohrazení kluziště		
	Chem. zn. ruthenia Zabru- šovat											Arabský stát				
Válco- vitý okraj sita												Núbijská bohyně				
Japon- ská lovkyňe perel												Citosl. hlasu čejky				Tkaním zhotovit
Násilný vojen- ský převrat													Tenhle Zatvrze- lý odpor			
Osobní zájmeno			Plísnit									Rodinný dům				
Vysoko- školský sportov- ní klub												Vědět				
Sloven. „jaká“												Český architekt				
Dehet												Domácky Oldřich Otázka 1. pádu				
	Dětský pozdrav Kmitání (řídce)			Inspekč- ní pro- hlídka (zkratka)	Tako- vým způ- sobem	Obyva- télé starověk. Elamu	Hlavní město Peru		Společ- stva lidí stejn. jazyka	Domácky Eduard	Chemic. značka chromu Zajisté			Otec (řídce) Sportovec ze záliby		
Kdo křtí								Či Sesou- vání					Teprve Mezera (obecně)			Dvou- kolový vozík
Moji			Hradeb- ní kůl Otírání									Citosl. říznutí Zkr. Se- ver. rady				
Čadské jezero				Filmov. přístroj Osobní zájmeno							Ráda spící Mužské jméno					
Tohle					Základní potravina Název hlásky „N“					Řečník Značka ampér- závitu						
Ozbro- jenec							Oznámit úřadům					Záchra- na (zast.)				
Utlačo- vatelé							Ryba příbuzná jeseteru					Papou- šek				Pomůcka: kama, Sati, Denk, Iro.



10. výročí založení společnosti Shell v České republice

čtvrtek: 4. října 2001
místo: Airport Logistic Park
heslo: „Někdo to rád horké“
zvláštní záliba: škeble



>> www.shell.com