

průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

třetí
vydání
2003



Čedok

Canaria
travel®



Létáme se společností



oceňují své prodejce za rok 2002

Výsledky soutěže „Lepší produkt, vyšší provize“ najdete na stranách 20 a 21.

Zastavil sem se nejpilněji při soudu senátorském, kdež sem jména panů soudců tato spatřil: Atheus¹, Svárurád, Sluchosud, Stranobij, Osobolib, Zlatomíl, Darober, Nezkus, Malovéd, Nedbal, Kvapil, Ledabyl; všech pak president a nejvyšší sudí aneb přimas byl pan Takchcimíř. Z kterýchž jmen hned sem se, jací tu soudové bývají, dovtipovati začal: avšak příklad se v mé přítomnosti trefil.

Jan Amos Komenský, Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1623

¹Neznaboh

Příklad se v mé přítomnosti trefil



Tématem ankety třetího vydání Všudybylu roku 2003 jsou lidské zdroje. Byznys cestovního ruchu je zejména o cílech a lidských zdrojích, už proto, že je celosvětově největším zaměstnavatelem. Lidskou dimenzi má v podstatě všechno, co lidé ovlivňují, a tak mne i v souvislosti s námluvními tanečky kolem (ne)volby

českého prezidenta napadla stará totalitní anekdota o tom, jak strana a vláda buduje socialismus pro náš lid, ale že lidi jim na to kašlou. Ano, lidské zdroje jsou mocnou silou. Lidé se totiž, století nestoletí, režim nerezim, za obdobných okolností chovají obdobně. Takže nakolik je dnes neaktuální čtyři sta let stará Komenským výše vymalovaná alegorie?

Jaromír Kainc
nakladatel Všudybylu



S Jiřím Rusnokem o cestovním ruchu 6



George Bush s mikrofonom ProMoPro 7-9



Atmosféra luxusu a elegance 9



Jak lidský faktor ovlivňuje obor? 10



Thassos 10



Česko zemí vynálezce oční kontaktní čočky 11



Byl jsem zde šťastný 23



Penzion Věra Malá Úpa 11



Vstup do Evropské unie nezbytný 12-13

Královský pivovar Krušovice 13



Koktejl party v Le Palais 14-15

Správné rozhodnutí 16-17



Jednička v hotelové ostraze 17

Đábelské pokušení 18



Budvar šíří dobrou pověst Česka 18-19



Lepší produkt - vyšší provize 20-21



Správná cesta jak dosáhnout úspěchu 22-23

Pardubický zimní stadion 24-25



Novoměstský pivovar 25

Slavnostní večer EXIM tours 26-27



OR·FEA Toskánský palác 28

Spolupráce ČSA a Varigu 28-29



V desítku nejoblíbenějších firem 29

Nejllepší volba při cestách do Skandinávie 30



ONYX TRADE V jednom z evropských center 31



Hotel Koňnek v Jizerských horách 31



Tunisko 32-33

Specialista na Tunisko 33



Hornické muzeum Příbram 34-35

Rumunské magistrále 7 36



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: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906
e-mail: kainc@mbx.dkm.cz

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

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

Význam cestovního ruchu jako národohospodářského je značný odvětví

Cestovní ruch je průřezovým hospodářským odvětvím. I z tohoto

důvodu jsem požádal pana ministra průmyslu a obchodu České republiky Ing. Jiřího Rusnoka o rozhovor. Pane ministře, jak vnímáte postavení cestovního ruchu v České republice?

Nerad bych mluvil za svého kolegu pana ministra Němce. Tato doména je plně v gesci jeho resortu – Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Nicméně máte pravdu, cestovní ruch, obchod a průmysl mají silnou spojitost. Události minulého léta hovoří samy za sebe. Škody vzniklé v důsledku loňských katastrofálních záplav nejsou jen ztrátami na majetku státních i soukromých firem. Jde i o psychologický faktor s tvrdým ekonomickým důsledkem. Uvedu jen holá fakta. Podle hrubých odhadů ČNB dosáhly devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu za leden – září 2002 2,2 mld. USD, což je o 7,8 % méně než ve stejném období roku 2001. Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu představují ekvivalent 8,0 % exportu ČR a cca 4,4 % hrubého domácího produktu. I když jde o vyloženě mimořádnou situaci, minimálně to pro nás znamená, že přijelo podstatně méně potenciálních zákazníků. Tento trend se pravděpodobně ještě prohloubil v posledním čtvrtletí minulého roku. Především se to dotklo mnoha malých a středních podnikatelů. Snažíme se vybudovat soběstačnou, prosperující ekonomiku, na které stála pověst o příslovečných „zlatých českých rukách“. Živelná katastrofa nás opět vrátila o kus zpět. Odliv turistů tuto situaci – a uvědomme si kolik firem podniká ve službách závislých na cestovním ruchu – jen prohloubil.



Jistě, vrátíme se však k mé úvodní otázce.

Víte, já pocházím ze severovýchodního koutu naší země, z Těšínského Slezska. To je region známý stále ještě spíše svojí průmyslovou historií a přítomností než turistickými atrakcemi nadregionálního významu, snad s výjimkou některých lokalit v Beskydech. Přesto i zde lze již dnes navštívit řadu velmi zajímavých a turisticky atraktivních míst a pamětihodností. Navíc s odstupem času získávají na přitažlivosti i stará technická díla, jako vysoké pece či těžební věže. Čili shrnuto, je zřejmé, že význam cestovního ruchu jako národohospodářského odvětví je značný již dnes a dále poroste, a to i v regionech zdánlivě méně atraktivních z tohoto pohledu. Současně můžeme sledovat změnu struktury činností i v rámci odvětví cestovního ruchu.

To já se narodil v Táboře a do dvanácti let bydlel v Sezimově Ústí. Co se ale týče cestovního ruchu, byznys s ním spojený stojí a padá s vytvářením povědomí o regionu jako místu, kam se sluší jezdit, což je především o lidech. Bohužel, nedá se říci, že by mé rodné a nesporně rovněž malebné jižní Čechy byly díky cestovnímu ruchu samé peníze. Přitom cestovní ruch je jediné odvětví, které dokáže generovat spotřebitele nad rámec stávajících obyvatel – tj. zajistit přísun inkasa odjinud, vytvářet podnikatelské a pracovní příležitosti.

Hovořím-li o vyhaslých vysokých pecích, železárnách, zavíraných dolech, nezaměstnanosti na Těšínsku, je to realita. A i když ji chci změnit, nemíním ji proto zastírat. Mám několik lásek. Především je to moje rodina – manželka a mé děti. Snažím se jim všem

ve chvílích, kdy mám čas, nahradit svoji obvyklou nepřítomnost, a protože máme s manželkou rádi cestování a přírodu, vede nás to i k poznání krás naší země. S tím nepřímo souvisí i replika na váš dotaz. Oblast, krajina, ekonomická situace a hlavně uvažování lidí se nezmění mávnutím kouzelného proutku. Je to vždy otázka tvrdé práce, mnohdy momentálně nepříjemných nebo zdánlivě nepřiměřeně dlouhých řešení, jejichž příznivý dopad se nemusí projevit ihned. Chtěl bych v této souvislosti připomenout alespoň jednu z aktivit mého resortu. Jistě vy i čtenáři budete souhlasit, že preference špičkové urbanistiky zde přímo souvisí s podporou této sféry. Ministerstvo obchodu a průmyslu ČR vyhlásilo prestižní cenu „Stavba roku“ na nejlepší realizované objekty a jsem rád, že například obec Čeladná na Frýdeckomístecku získala loni tuto cenu – hned za dva objekty.

V prvním vydání Všudybylu tohoto roku (str. 27) jsem v souvislosti s informací o kontraktu na 320 obráběcích center pro Čínu, který podepsal generální ředitel české společnosti Tajmac ZPS Zlín Ing. František Lambert, uvedl, že resort, v jehož čele stojíte, je také o tom, jak úspěšně propagovat turistickou destinaci Česko v zahraničí. Pokud vím, vy sám jste v závěru loňského a začátkem tohoto roku uskutečnil několik zahraničních cest. Co České republice přinesly?

Ano, navštívil jsem Paříž, Brusel, byl jsem na obchodní misi v Kanadě. Cílem cest bylo posílit vzájemné hospodářské a obchodní vztahy a vytvořit podmínky pro přímou spolupráci podnikatelů, obchodníků a investorů. Začátkem února jsem navštívil v čele obchodní mise Indii. Ve druhé polovině minulého roku dostala právě česko-indická spolupráce daleko vyšší dynamiku. V polovině září jsem jednal s delegací indických podnikatelů vedenou prezidentem Konfederace indického průmyslu (CII) panem Arunem Bharatem Ramem. Tito lidé se v Praze účastnili investičního fóra uspořádaného ve spolupráci s naší agenturou CzechInvest a českými podnikatelskými subjekty. Týden poté jsem přijal oficiální delegaci Indické republiky vedenou ministrem těžkého průmyslu a veřejného podnikání



panem Balasahebou Vikhea Patilou. Víím, že se velmi detailně zaměřujete na kongresovou a veletržní turistiku. Jistě vás tedy bude zajímat, že jsem se při své návštěvě 4. února zúčastnil oficiálního zahájení 15. mezinárodního veletrhu IETF 2003, kde jsem samozřejmě navštívil i českou expozici.

>> www.mpo.cz

Úspěšná realizace největší kongresové akce roku 2002, summitu NATO, byla s to katapultovat Česko do nejvyšších sfér kongresového byznysu (což je pro zemi o miliardách dolarů ročně zahraničního inkasa nad stávající rámec). Výsledek? Úspěšná demonstrace síly a pro konkurenční kongresové destinace hrozivě mohutné mávnutí pomyslné páky obrovitého katapultu. Ale naprázdno. Nicméně, úspěšně zvládnuté technické zabezpečení summitu NATO (a nejen ono) přispělo k tomu, že společnost ProMoPro z České republiky letos začátkem roku převzala v kanadském Vancouveru prestižní cenu každoročně udělovanou nejlepší firmě světa v oblasti aplikací kongresové techniky.

George Bush s mikrofonom ProMoPro

Udělení ocenění mi bylo záminkou požádat o rozhovor jednatele společnosti ProMoPro paní Milenu Veselou a pana Jaroslava Veselého na téma prezírávého vztahu „našinců“ k dispozicím Prahy a Česka v oblasti kongresového byznysu a cestovního ruchu vůbec.

Bohužel. Co se týče české strany, za summitem NATO se „zavřela voda“. Jako kdyby nebyl. Všude ve světě, pokud se něco takového uskuteční, se to snaží co nejvíce zužitkovat, aby si všichni kolem uvědomili, kde je teď in pořádat kongresy. Nedávno jsme se vrátili z výročního zasedání celosvětové „Congress Rental Network“, jejímž iniciátorem byl Philips a jejíž organizaci převzala společnost Bosch, která od Philipsu koupila divizi tlumočnických zařízení. „Congress Rental Network“ sdružuje nejrenomovanější firmy z pětáctiřetecí států světa. Je tam zastoupena Afrika, Severní Amerika, Jižní Amerika, Austrálie, Asie a pocho-pitelně Evropa. Výroční zasedání se konají pokaždé jinde. Již se uskutečnila v Jihoafrické republice, v Portugalsku, v Rakousku a letos v lednu v Kanadě ve Vancouveru. Na zasedání se každoročně vyhlašuje prestižní ocenění „Agent roku“. Letos bylo uděleno firmě ProMoPro. Je to obrovské uznání. Výraznou měrou k němu přispělo právě úspěšné provedení summitu NATO, kde jsme zajišťovali veškeré technické a doprovodné práce, vyjma počítačových a datových sítí.

Zmínil jsem přístup Česka k šancím...

V oblasti kongresů se pohybujeme pětáctilet. Je trvale zarážející, že Český stát nemá zájem takového úspěchy ekonomicky zužitkovat.

Nejedná se pouze o promarněné mezinárodní ohlasy na kongres NATO. O Výročním zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky 2000 rovněž pochvalně hovořil celý svět a také to šlo do ztracena. A to nehovořím o řadě „menších“ prestižních kongresů pro tři až pět tisíc účastníků (rozumějte, tři až pět tisíc pozitivních referencí směřovaných lidí). Firmy, jež kongresy zadávají a financují, si pečlivě vybírají destinace, kde je realizovat. Směřují je tam, kde očekávají, že dopadnou dobře. A to i co se týče bezpečnosti, ohlasů účastníků na pořadatelskou zemi a reakcí

hostitelské země na kongres. Obhlížíjí místa a právě probíhající kongresy. Zjišťují si, jaké firmy je dělají, berou si reference. Vysoce pravděpodobně si nikdo (snad vyjma Česka) nedovolí ohlasy na kongresy takových dimenzí, jako byl summit NATO, nevyužít pro akceleraci realizace svých záměrů v oblasti zahraničního obchodu.

Ve Vancouveru musel mít můj manžel podrobnou zprávu o průběhu zasedání NATO. O tom, co jsme tam montovali, co jsme dělali. Po skončení projevu za ním chodili zástupci jednotlivých států a blahopřáli. Představa, že jsme dělali kongres, kde jsme od položení koberců, postavení kanceláří, televizního studia až po dodání techniky všechno zařizovali sami, pouze se zapůjčením částí zařízení a techniků zvenku, byla pro ně naprosto úžasná.



Jak vám vycházelo vstříc místo konání?

Kongresové centrum Praha? To se snaží dělat kšefty. Dostávali jsme se tak do situací, že třeba do prostor, kde se měl konat slavnostní oběd všech hlav států, jsme byli vpuštěni ani ne čtyřicet hodin před jeho započatím. Přitom se tam muselo zajistit postavení, odzkoušení techniky, kontrola bezpečnosti apod. Ještě 14 dní před zahájením summitu probíhala v Kongresovém centru jiná akce. Vzhledem k tomu, že se kongresu kongresů účastnilo pětadvacet hlav států, vše nesmírně komplikovala důkladná bezpečnostní opatření, neustálé kontroly. Kdybychom věděli předem, do jakých podmínek půjdeme, zřejmě bychom to odmítli. Šli jsem do toho s tím, že nás tam pustí měsíc či dva měsíce předem, aby se vše pečlivě připravilo a odzkoušelo. Místo toho jsme to museli stíhat v šibeničnických lhůtách. Dopadlo to ale dobře. Bez jediné chybičky či zádrhelu. To nebyla pouze otázka připravenosti a technického umu. V tomhle případě i toho, že se nás opravdu drželo štěstí.

Co vaše byznysy v Česku? Předpokládám, že jste Na Rubešce rozšířili svoji sbírkou robotických kamer, obřích projekčních stěn apod. o další mnohamilionovou investici...

Na summitu NATO byla světová premiéra nového tlumočnického zařízení. Jedná se o převratný dvaatřicetikanálový plně digitální systém. Na summitu byla použita jeho beta verze, kterou výrobce tři měsíce před tím testoval v Německu v Eindhoven, kde si pronajal halu, která na devadesát procent odpovídala kongresovému sálu v Praze. Tři měsíce tam zařízení trápili. Nicméně firma Bosch nám pro jistotu poslala ještě záložní zařízení. Organizátoři summitu NATO si ale objednali ještě další sál, kde takovéto zařízení potřebovali. Záložní zařízení jsme proto použili jako hlavní. Když to zástupci výrobce viděli, málem je ranila mrtvice.

Co dvaatřicetikanálový plně digitální tlumočnický systém umí?

Doposud se dělala zařízení, která zvládala šestnáct jazyků. Vzhledem k rozšíření Evropské unie a k její interní směrnici, že každý zástupce státu má právo hovořit vlastním jazykem, bude nutno tlumočit do více než dvaceti jazyků. Proto jsme zařízení koupili. Nedávno jsme byli kontaktováni agenturou z Bruselu, která pro Evropskou unii pracuje. Zjišťovala, zda toto zařízení vlastníme a za jakých podmínek by si je od nás mohla půjčovat.

V rámci summitu NATO platila velmi přísná bezpečnostní opatření. Opakovala se situace z Výročním zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky 2000, kdy jste nemohli do velkého



pracovní oběd - mikrofony Concentus



přebírání ocenění
Agent roku



technický team
ProMoPro



montáž kabin v hlavním sálu



kongresového sálu? Kdy vaši nepřítomnost úspěšně kompenzovaly robotické kamery automaticky naváděné prostřednictvím jednoho z právě aktivovaných šedesáti diskusních mikrofonů zrovna hovořícím účastníkem kongresu, jehož obraz se tak promítal na obří projekční stěnu v sále a na další plochy mimo sál?

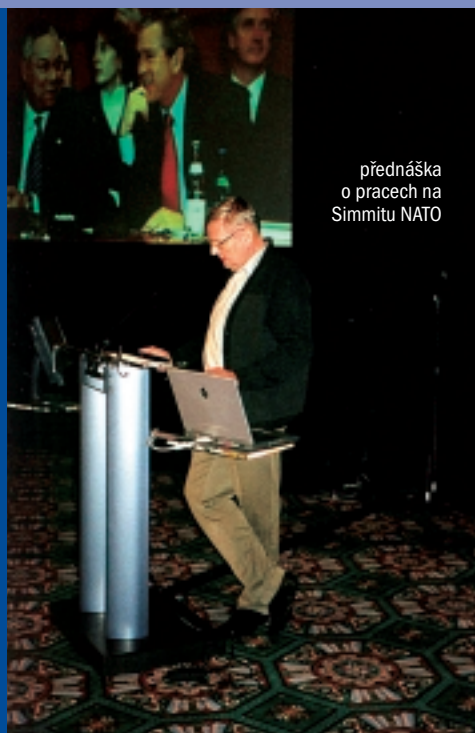


Kupodivu jedni z mála, kteří měli do velkého kongresového sálu přístup během jednání, byli lidé z ProMoPro. Tomu ale předcházely důkladné bezpečnostní prověrky. Naše firma (a současně i dvaadvacet jejích pracovníků a externistů) bylo prověřeno na stupeň tajný, což je druhý nejvyšší stupeň v České republice. Prověřování trvalo zhruba rok. Prověrky Národního bezpečnostního úřadu pohltily čtyřicet procent času, který jsme přípravě summitu věnovali. Naštěstí to nebyla jednorázová investice. Umožňuje nám to dostávat se k dalším zakázkám. Již dnes některé specializované firmy poptávají zajištění akcí nejen naší technikou, ale i prověřenými pracovníky.

Zdá se, že firmě ProMoPro by mohlo být „šumafuk“, že kormidelníci Česka rezignují na prosazování zájmů zahraničního obchodu Česka v konkurenčním prostředí ostatních kongresových destinací, už proto, že poptávka po vašich službách dalece přesahuje místní rámec. Nicméně, vůbec si nemyslím, že z toho můžete mít radost.

Bereme to střízlivě. Šedesát procent výkonů, které reprezentují čtyřicet našich procent tržeb, děláme pro české zákazníky. Čtyřicet procent výkonů, které reprezentují šedesát procent tržeb, pak pro zahraniční. V „Congress Rental Network“ i v rentalové síti Barco (v níž je ProMoPro zařazeno do kategorie „Golden Rental Partner“) dělíme zákazníky na dvě skupiny. Podle ceníku v němž vlevo jsou uvedeny typy, vpravo ceny. Jedna skupina se nejdříve dívá doleva a vybírá si typy a poté cenu. Druhá skupina se nejdříve dívá doprava na ceny a poté na typy. První skupinu označujeme „First Left After Right“ a druhou skupinu „First Right Down After Left“. Většina českých zákazníků se řadí do „First Right Down After Left“.

To jste mi připomněli, že jsem dosud také neřekl nic nepatřičného. I mé předešlé konstatování, že cestovní ruch v Česku nestojí za to, aby se jím kdokoliv zabýval, bylo v intencích současné všeobecné praxe. Takže, jakou částkou jste přispěli na kampaň podporující amerického prezidenta George Bushe mladšího, aby vám osobně dělal reklamu?



přednáška
o pracích na
Simmitu NATO

pozdě, takže řada věcí se stejně řeší napřímo. Trend vypouštění mezičlánků je celosvětový. Čtyřicet procent zakázek a šedesát procent tržeb máme od zahraničních partnerů. A ti nechtějí



režie tlumočnického zařízení 32ch


ProMoPro

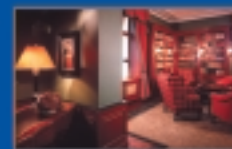


To je neplacená, nicméně o to účinnější reklama. U zahraničních zákazníků v poslední době dochází k odklonu od toho, aby technické zabezpečení kongresů zajišťovali skrze prostředníky. Co nejvíce věcí se snaží objednávat napřímo. Občas tak nastává problém. Zvláště pak, máme-li exkluzivní smlouvu, např. s hotelem, stanovující, že veškeré zakázky budeme dělat přes něj. Není to jen proto, aby pořadatel kongresu ušetřil. Než totiž prostřednictvím nějakého hotelového referenta firmě realizující technické zajištění vysvětlí, co chce, může být

prostředníky, ale reference. Pokud vidí fotografii prezidenta Bushe s mikrofonem ProMoPro, je to dané. Navíc nás hřeje to, že jsme na jednom ze zasedání summitu přišli o sluchátko z tlumočnického zařízení, protože si jej prezident George Bush, včetně schématu, jak nastavovat jazyky, seznamu tlumočnicků a praporek vzal a bude je mít umístěné ve vitríně v Bílém domě ve Washingtonu jako vzpomínku na pražský summit NATO

>> www.promopro.cz


LE PALAIS
HOTEL PRAGUE



*A unique experience
of Belle Epoque's
luxury and elegance*

★
Historická budova z konce
19. století ve stylu Belle Epoque

★
60 velkolepých pokojů
a 12 luxusních apartmánů

★
2 exkluzivní salóanky
a elegantní knihovna s krbem

★
restaurace Le Papillon
s venkovní terasou

★
prostorné relaxační centrum

Hotel Le Palais*****de luxe
U Zvonůvky 65/1, 120 00 Praha 2 – Vinohrady, CZ
Phone: +420 234 634 111, Fax: +420 222 563 350
E-mail: info@palaishotel.cz, www.palaishotel.cz

*The Leading Small Hotels
of the World*

VIENNA INTERNATIONAL
HOTEL GROUP



Člověk je jako bicykl. Nejedete-li na něm, spadne.
Otto von Bismarck (1815 – 1895)

Anketa

Jak lidský faktor ovlivňuje váš obor?



René Beauchamp – generální ředitel hotelu Four Seasons, Praha

V cestovním ruchu jde především o služby, takže vše v podstatě záleží na lidech a jejich schopnostech. V našem hotelu si zvláště zakládáme na kvalitách našeho personálu, protože lidé se správným přístupem, kteří jsou také dobře vyškoleni, odvádějí skvělou práci. To se pak pozitivně projevuje na kvalitách hotelu a jeho ekonomických výsledcích. Lidé, které vybíráme do týmu, procházejí na začátku třemi koly pohovorů. Tento postup je pro nás velmi důležitý, protože jestliže chceme našim hostům nabízet ty nejlepší služby, zcela jednoznačně také musíme mít ty nejlepší zaměstnance.



Josef Jalůvka – předseda Komise cestovního ruchu při Asociaci krajů České republiky a zástupce hejtmána Moravskoslezského kraje

V cestovním ruchu jsou lidé rozhodujícím faktorem. Nejen ti, kteří v něm přímo pracují, ale i ostatní občané, kteří si uvědomují nebo neuvědomují, že od výkonnosti průmyslu cestovního ruchu se do značné míry odvíjí i jejich životní úroveň. Bohužel, ne každý v Česku si připouští komplexní a zejména hospodářský význam cestovního ruchu pro místo, kde žije, natož pro sebe samého. Avšak kdo jiný než lidé by měl chtít, aby zahraniční i tuzemští návštěvníci svou přítomností a útratami podporovali vznik pracovních příležitostí, ekonomiku daného místa či regionu.

Vnější podmínky v Moravskoslezském kraji, v nichž se díky restrukturalizaci a problémům z minula nacházíme, povzbuzují aktivitu lidí. V cestovním ruchu tu působí mnoho podnikatelských subjektů, informačních center, cestovních agentur a kanceláří i zástupců veřejné správy, kteří již pochopili, že

musíme být partnery. Vyšší výkonnost českého cestovního ruchu totiž brzdí řada individuálních způsobem těžko řešitelných problémů. Dnes tak v šesti moravskoslezských mikroregionech fungují týmy, které prosazují aktivní marketing a připravují konkrétní produktové balíčky. V rámci Moravskoslezského kraje pak poradní sbor, kde je kolem šedesáti lidí, kteří jsou nositeli a zpracovateli marketingové strategie cestovního ruchu.

Čím více bude Česká republika vnímána jako země, kam se sluší jezdit, tím silnější u nás bude poptávka po lidských zdrojích, tím více bude podnikatelských příležitostí. Nejen přímo ve službách cestovního ruchu, ale i v ostatních oblastech, už mj. proto, že turisté jsou lidé, kteří jsou zpravidla ochotni za standardní potřeby nadstandardně utrácet.



Karel Rada – ředitel hotelu Horizont, Pec pod Sněžkou

Lidé ovlivňují ekonomickou situaci jakékoliv firmy. Náš obor, hotelnictví, je postaven především na lidských zdrojích. Proto je důležité spolupracovat se vzdělanými a kreativními lidmi, kteří mají svou práci rádi. Musí zvládat různé profese. Z pozice manažera se proto snažím dávat jim šanci na postup, na kariérní perspektivu. Co se týká vzdělání, jsou v této zemi v našem oboru velké rezervy. Úloha škol i získávání praxe a zahraničních zkušeností by se měly preferovat, protože schopní lidé jsou v České republice potřeba.



Ladislav Jirsa – ředitel hotelu Garnet, Strakonice

Ovlivňuje. Můžete mít tisíckrát perfektní vybavení a techniku, ale bez lidí to nejde. Získat kvalitní personál, to je problém. Naše

společnost proto vstoupila do spolupráce s hotelovou školou ve Strakonici. Přednášíme zde a pomáháme skloubit teorii s praxí, přičemž hotel Garnet funguje jako středisko praktické výuky. Vybrat personál se stávající nabídky, to je docela fuška. Kdybych řekl, že sháním marketingového šéfa, tak jej seženu. Kdybych řekl šéfa pro personalistiku, tak jej také seženu. Šéfa obchodu také... Ale já potřebuji, aby to byl jeden člověk, který dokáže všechno, a takového si musím vychovat.



Stefan Buchs – ředitel Radisson SAS Alcron Hotel Prague

V cestovním ruchu hodně záleží na službách a na způsobu, jakým jsou propagovány a nabízeny. Základem všeho je přístup lidí.

Pokud chceme, aby hosté náš hotel oceňovali, musíme si dávat trvale záležet na kvalitě a na tom, co jim nabízíme. Potvrzením, že se nám tak daří, jsou četní opakovaní hosté. Kvalitní personál je rozhodující. Profesionálně odvedenou prací, taktem, vstřícností ke klientům a úsměvem. Za velmi důležité rovněž považuji zmínit, že velmi záleží na obchodních partnerech, protože zejména na nich je závislá zahraniční propagace hotelu a země, v níž se nachází. V našem případě České republiky. Jsem však přesvědčen, že nejen v cestovním ruchu jsou lidé nejzákladnějším prvkem úspěchu či neúspěchu.



Alexandr Pavlov – jednatel cestovní kanceláře Alexandria

Lidský faktor je při oblasti podnikání v cestovním ruchu základní platformou. Já, jako majitel cestovní kanceláře, jsem si jist, že personál je limitujícím prvkem a že bez něj by tuto činnost nešlo vůbec vyvíjet. Práce v cestovní kanceláři je velmi rozmanitá. Je zapotřebí nejen osobních předpokladů, ale i značné praxe, aby ji člověk mohl úspěšně vykonávat. Naši klíčoví zaměstnanci absolvovali dvě vysoké školy. Nicméně důležitější, než dosažené vzdělání, je přístup ke klientům a obchodním partnerům a kreativita. Kvalitní personál je klíčovou věcí. Jsem přesvědčen, že naše cestovní kancelář je úspěšná právě díky lidem. Dobrá atmosféra a kolegiálnost totiž vždycky závisí na lidech.



MISA TOUR

64002 Limenaria, Thassos, Greece
tel./fax: 0030 2 5930 53162
e-mail: misa-tour@tha.forthnet.gr

CATTOUR

CAT TOUR CZ s.r.o.

Moskevská 55/26, 460 01 Liberec
tel./fax: 485 101 670, 485 113 132
rezervace@cattour.cz, www.cattour.cz

Thassos, smaragdový ostrov

Byl jsem zde šťastný

José Cura – tenor
21. století v Praze

Světově proslulý tenorista José Cura společně s generálním ředitelem hotelu Renaissance Prague panem Rupprechtem Queitschem slavnostně otevřel zdejší nové prezidentské apartmá a byl jeho prvním hostem. Do pamětní knihy napsal: „Byl jsem šťastný, protože jsem zde našel druhý domov.“



RENAISSANCE
PRAGUE HOTEL
PRAGUE, CZECH REPUBLIC

Argentinský rodák José Cura je považován za jednoho z nejlepších a nejvšestrannějších umělců na současné mezinárodní hudební scéně. Pověst vynikajícího tenoristy a dirigenta potvrdil i 31. ledna 2003 ve Smetanově síni

Obecního domu v Praze. Koncert, na němž jej doprovázeli Pražští symfonikové pod taktovkou Tulia Gagliarda, kritika nazvala „milníkem pražského koncertního života“.



Česko zemí vynálezce oční kontaktní čočky

Před deseti lety, v roce 1993, byla jedna z planetek naší sluneční soustavy pojmenována Wichterle.

Otto Wichterle se narodil 27. října 1913 v Prostějově. Po gymnáziu šel v roce 1931 na Vysokou školu chemicko-technologického inženýrství. Od roku 1940 pracoval v Baťově výzkumném ústavu ve Zlíně, kde se



zabýval výzkumem polyamidů. Jejich průmyslová výroba s označením Silon ale byla zahájena až po válce.

Od roku 1952 se na Vysoké škole chemicko-technologické začal zabývat syntézou síťovaných hydrofilních gelů, s cílem najít vhodný materiál pro oční implantáty. Podá-

řilo se mu připravit čirý polyhydroxyethylmethakrylátový (HEMA) gel, který pohlcovatel až čtyřicet procent vody a měl vhodné mechanické vlastnosti. Při politické čistce však byl, spolu s řadou dalších vynikajících učitelů, ze školy vyhozen. Výzkum nitroočních čoček byl na VŠCHT zlikvidován.

V roce 1958 byl jmenován ředitelem Ústavu makromolekulární chemie Československé akademie věd. Rozhodující pokusy s převedením hydrogelů do vhodného tvaru oční kontaktní čočky ale profesor Wichterle provedl doma. Na Vánoce 1961 si z dětské stavebnice Merkur sestavil první prototyp odstředivého odlévacího zařízení. Poháněl jej dynamem z jízdního kola, zapojeným na zvukový transformátor. Na něm odlil první čtyři pravidelné čočky, které nedráždily oko. Jeho vynález se záhy rozšířil do celého světa.

Penzion Věra, Malá Úpa

1000 m. Je ideálním místem pro odpočinek, turistiku a zimní sporty. V jeho dosahu je půjčovna horských kol a lyžařské vleky. Přimo z něj, obzvláště pak z letní terasy, je výhled na

10. února v noci jsem se ocitl v Horní Malé Úpě. Při té příležitosti jsem požádal o krátkou prezentaci svého hostitele, majitele penzionu Věra, pana Stanislava Zmítka.

Penzion nese jméno po mé matce. Objekt z roku 1900 jsem koupil v roce 1994. Přesto, že prošel rekonstrukcí, uchoval si původní ráz roubené stavby, což oceňují i původní majitelé, žijící dnes v Německu. Nachází se ve východní části Krkonoš v atraktivním horském prostředí v nadmořské výšce



Sněžku a Černou horu. Je vhodný pro rodinné rekreace, lyžařské kurzy, školy v přírodě, školení, semináře atp. Disponuje čtyřicet lůžky v devíti pokojích. Každý z pokojů má vlastní sociální zázemí, televizi. Jsou zde dvě jídelny. Penzion je proslulý svojí kuchyní. Hostům je k dispozici rodinná sauna a bezplatné využití skibusu k centrálnímu areálu v Malé Úpě.

<http://web.quick.cz/veramalaupa>

Vstup do Evropské unie je pro nás nezbytný.....

● ve vývoji jakéhokoliv zdravě se vyvíjejícího uskupení lidí vždy po určité době dochází ke generačnímu posunu ● celosvětová recese, kterou cestovní ruch pociťuje, začala v letech 1997 až 1998 ● žádná živelná pohroma nedokáže českému cestovnímu ruchu tak ublížit, jako on sám sobě ● kongresová Praha po summitu NATO opět promarnila šanci ● v základních věcech je třeba, aby všechny profesní organizace táhly za jeden provaz ● český hotelový a gastronomický průmysl má všechny předpoklady být právoplatným prosperujícím členem evropského trhu ● byznys kolem cestovního ruchu je o cílech, jimiž je Česko velkoryse obdařeno ●

Lidský faktor výrazně ovlivňuje i vznik a průběh všeho, co souvisí se světem lidí. Dominantní roli pak sehraává při utváření a chování zájmových skupin. K jakému směřování dochází u Národní federace hotelů a restaurací České republiky, jsem se zeptal jejího prezidenta pana Romana Vacho.

Lidská dimenze je pojem, který spadá spíše do sféry filozofických úvah. Národní federaci ovlivňuje ze dvou stran. Přístupem a jednáním těch, kterým členské firmy Národní federace prodávají služby – našich hostů, a z druhé strany, jakoby zevnitř, přístupem nás, členů federace. Pokud bych chtěl hovořit o vlivu lidského faktoru v rámci Národní federace hotelů a restaurací České republiky, je rozhodující už proto, že jsme profesní, lobbystickou platformou lidí, společně hájících zájmy povětšinou vzájemně si konkurujících firem.

Národní federace hotelů a restaurací České republiky se nachází v třináctém roce existence a vy jste doposud jejím nejmladším prezidentem.

Myslím, že hlavním z momentů, který rozhodl o směřování volby prezidenta, byl spíše mnohaletý tlak na přesun větší míry činnosti Národní federace mimo Prahu. Nicméně v existenci jakéhokoliv zdravě se vyvíjejícího uskupení lidí vždy po určité době dochází ke generačnímu posunu. I z toho důvodu jsem rád, že jsem přesvědčil své kolegy o tom, aby se prezidentství podruhé za dobu trvání Národní federace přesunulo mimo hlavní město. Shodou okolností rovněž do jednoho z významných lázeňských center České republiky a cestovního ruchu vůbec, tentokrát do Karlových Varů.

Drtivá většina firem a sdružení lidí je posuzována podle člověka stojícího v jejím čele. Jak vnímáte to, že prezidentství přebíráte po takových osobnostech jako jsou generální ředitel hotelu InterContinental Pavel Hlinka, předseda představenstva a generální ředitel akciové společnosti Lázně Luhačovice Josef Krůžela a váš bezprostřední předchůdce generální ředitel hotelu Holiday Inn Congress Prague Centre Jan Filip?

Jako obrovský závazek úspěšně na ně navázat a závazek sloužit společné věci Národní federace.

Proto byla federace založena, proto do ní její členové investují nejen formou členských příspěvků peníze, ale i svůj čas, proto si v ní volí své představitele. Snad jedním z našich nejdůležitějších zájmů v rámci České republiky pak je pomáhat posilovat pozitivní image federace v očích obyvatel Česka. Není totiž účinnějšího spojení nad veřejné mínění. I ze všech těchto důvodů jsem přesvědčen, že je dobře, že funkce prezidenta, který získá důvěru svých kolegů, je funkcí čestnou. Takže se budu po celé své volební období snažit pokračovat v pozitivním trendu, který nastartovali mí předchůdci.

Jaké hlavní cíle si Národní federace hotelů a restaurací České republiky stanovila pro příští dvouleté období?

Rozbory, které jsme předložili výroční konferenci, ilustrují, že celosvětová recese, kterou cestovní ruch pociťuje, začala již v letech 1997 a 1998. Není důsledkem (jak někteří zdůvodňují) jedenáctého září nebo povodní v Holandsku, Francii, Německu či Česku. Pokud se podíváme na hospodářské výsledky, je zřejmé, že dosud neskončila. Velmi intenzivně se proto v současné době zamýšlíme nad tím, jak prostřednictvím společného postupu členů Národní federace pomoci firmám překonávat její důsledky. Bohužel, žádná živelná pohroma nedokáže českému cestovnímu ruchu ublížit tak, jako on sám sobě. Jako příklad mohu uvést kampaň po srpnových povodních: „Nejezděte do Česka!“ nebo úspěšně realizovaný summit NATO, na nějž jedinou reakcí byla kritika tzv. předimenzovaných preventivních opatření. Pokud vezmeme Prahu coby kongresovou destinaci, opět jsme, jako v roce 2000 po skončení Výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky, promarnili obrovskou šanci.

Dotk jste se Česka coby kongresové destinace...

Jedním z terčů oprávněné kritiky, na nějž Národní federace zaměřuje svoji pozornost, je Kongresové centrum Praha, kde se trvale „honí vítr“. Tam (vyjma Výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky a summitu NATO) není jediný výrazný kongres.





Proč, když na udržení takového objektu přispívají občané ze svých daní? Jak se Praha jako kongresová destinace profiluje, když její největší kongresové zařízení neprodukuje to, co by mohlo a mělo? Je nutné najít společnou platformu pro komunikaci Národní federace s pražským magistrátem či Pražskou asociací kongresové turistiky, která léta zmírá na úbytě. V zájmu členských firem Národní federace cítíme potřebu ji oživit nebo nahradit něčím funkčnějším. Řada členských firem je součástí mezinárodních řetězců. Lidé z jejich ústředí se často podivují nad tím, jak je možné, že kdosi zahazuje tak obrovské šance využít neskutečný potenciál srdce Evropy. Podivují se nad tím, že v Praze není desetina-sobně více kongresů a díky nim stovky navazujících akcí expandujících do všech míst České republiky.

Promiňte, pane prezident, ale tohle je tisíckrát obehnaná písnička. Cestovní ruch v Česku téměř nikoho nezajímá. Málokdo je ochoten vnímat, že je pro Česko neskonalé lepším zaměstnavatelem než projekt „Česko – montážní hala světa“, o němž se v minulém VŠudybylu zmiňuje váš kolega Zdeněk Chládek, ředi-

tel hotelu Expo. Že je pro českou ekonomiku daleko výnosnější byznysem než vývoz oceli nebo automobilů. Lídři lídrů (při naší zastupitelské demokracii) to zdůvodňují tím, že není společenská poptávka. A jsme opět u lidské dimenze. Za postavení cestovního ruchu v Česku prý může nezájem lidí a nedostatečná schopnost (koho?) je přesvědčit o tom, že je v jejich osobním zájmu, aby pro ně cestovní ruch vytvářel pracovní a podnikatelské příležitosti, aby na ně vydělával.

Ono je to tak trochu dáno historicky. Území Česka vždy, v rámci systému, jehož bylo zrovna součástí, patřilo mezi průmyslově nejvyspělejší regiony. Ať za rakouské monarchie, či před druhou světovou válkou, kdy vzdor své velikosti patřilo do první desítky nejprůmyslovějších zemí světa. Totéž je možné konstatovat i o období do roku 1998, kdy je ale jeho postavení možné zlehčovat tvrzením: „mezi slepými jednooký králem“. Mnohé je opravdu o lidech. Nejen o veřejném mínění a tzv. společenské poptávce. Je to (jak už jste uvedl) i o lidech stojících v čele

institucí, jejichž posláním je podpora podnikatelských aktivit cestovního ruchu v České republice a propagace Česka jako turistické destinace. Velice příjemný pocit mám z posledních jednání s Českou centrálou cestovního ruchu, s jejím novým ředitelem panem Davidem Gladišem. Je zde znát velice svěží vítr, i když pochopitelně, je to na začátku. Je to otázka filozofie, finančních prostředků, jimiž Česká centrála cestovního ruchu disponuje. Mám pocit, že filozofie, kterou pan David Gladiš zvolil, je správná a má logiku.

Logika, to je zákonitost či dokonce axiom. Je logické, že nesvornost dává prostor chaosu v hodnotové hierarchii, díky němuž se vnímání hospodářských efektů z cestovního ruchu ocitlo v Česku na periferii. Nu což, doma prý nikdo není prorokem. Národní federace hotelů a restaurací České republiky je ale reprezentantem českých hoteliérů a restaurátorů i v zahraničí.

Ano, jsme členy HOTRECU, což je asociace národních hotelových asociací v rámci Evropské unie a přidružených členů. Ne, že by jiná sdružení nebyla schopna Česko dobře reprezentovat, ale každý stát v HOTRECU podle regulí může zastupovat pouze jediná organizace. Naším posláním proto také je učinit další výrazné kroky k potvrzení postavení Národní federace hotelů a restaurací České republiky jako silné profesní organizace, která je schopna reprezentovat zájmy oboru nejen v zahraničí, ale i v rámci struktur České republiky. Pokud si vezmeme, kolik procent hrubého domácího produktu je tvořeno službami cestovního ruchu, a že zhruba deset procent práce-schopného obyvatelstva pracuje v gastronomii a hotelovém průmyslu, je to obrovské množství lidí. V základních věcech je třeba, aby všechny profesní organizace: NFHR ČR, HORECA, SPOLHOST, UNIHOST táhly za jeden provaz, už proto, že máme společný cíl – vytvořit co nejlepší zázemí pro práci podnikatelských subjektů. Ne vždycky se nám to daří. Národní federace hotelů a restaurací České republiky se chce pokusit zahájit další kolo jednání o vytvoření silného uskupení, které bude hájit zájmy českého hotelového a restauračního průmyslu, podnikatelů a podnikatelských subjektů.

Má to cenu, když zanedlouho bude Česko součástí Evropské unie?

Bezesporu. Už proto, že teď je ještě prostor pro to, aby Česko v rámci Evropské unie patřilo co nejkratší dobu mezi ty tzv. méně vyspělé státy. Náš vstup do Evropské unie totiž nebudou provázet samá pozitivita. Velkým úkolem, který nás v letošním roce čeká, je proto otázka přípravy členů na vstup do Evropské unie. Jsme přesvědčeni, že se změní řada podmínek. Naším úkolem je přesvědčit členy Národní federace hotelů a restaurací České republiky, že vstup do Evropské unie je pro nás nezbytný a že musíme být připraveni této obrovské šance využít. Hotelový a gastronomický průmysl v České republice má totiž všechny předpoklady být právoplatným a prosperujícím členem obrovského evropského trhu, zejména proto, že cestovní ruch není pouze o infrastruktuře. Její vysoká úroveň je samozřejmostí. Byznys kolem cestovního ruchu je především o cílech, jimiž Česko neskutečně velkoryse oplývá.

>> www.nfhr.cz



Koktejl party

Ligy pro cestovní ruch

se tentokrát konala pod záštitou obchodního rady Obchodního oddělení Rakouského velvyslanectví Dr. Michaela Angerera a předsedy Hospodářské komory hl.m. Prahy Petra Kužela 29. ledna v hotelu Le Palais*****de luxe v Praze. Ještě než Limousine Service Benz Car pana Jaroslava Žižky rozvezl účastníky party domů, obdržel téměř každý ze zhruba půldruhé stovky účastníků měsíční permanentku na vstup do zdejšího fitness centra.



Protože se Le Palais právě v té době stal členem prestižního mezinárodního rezervačního systému Leading Hotels of the World, požádal jsem jeho ředitele Jiřího Gajdošíka o vyjádření, co tato událost pro hotel Le Palais znamená.

The Leading Hotels of the World sdružují na čtyři sta nejluxusnějších nezávislých hotelů po celém světě. Hotel Le Palais se stal jeho členem mj. i proto, že disponuje méně než stem pokojů. Již při vyslovení jmen – Adlon v Berlíně, The Oriental v Singapuru, Bel-air v Los Angeles – se znalci

zatají dech. Pro Le Palais je proto velkou ctí zařadit se mezi tyto špičky luxusního hotelnictví.

Jak se stát členem?

Každý hotel si musí zažádat u Head office LHW o test – tedy o klasického mystery hosta. Znamená to, že od prvního kontaktu s hotelem – tedy od telefonické rezervace až do check-outu netušíte, kdo je tím, kdo rozhodne, zda kvalita hotelu a zejména služeb odpovídá náročným požadavkům. Testování jsme byli překvapivě brzy. Rezervace

proběhla již v pre-openingu a náš mystery host bydlel pouhý měsíc po otevření!

Co následovalo?

Zhruba měsíc čekání a sebezpytování, co všechno při jeho pobytu proběhlo špatně. Po tomto pro mne nekonečném období jsme obdrželi report čítající sedmdesát stránek, v němž byl uveden každý detail pobytu. Nutno podotknout, že celosvětový průměr kvality The Leading Small Hotels of the World je 78,1 % a že Le Palais obdržel 80,8 %, na což jsme





liga
pro cestovní ruch



Templářské
SKLEPY ČIKOVICE

všudybyl

LE PALAIS
HOTEL PRAGUE
VICOM INTERNATIONAL
HOTELS & RESORTS
The Leading Small Hotels of the World



hrdí. Ještě před reportem nám ale bylo předáno oficiální stanovisko, že Le Palais splnil všechna očekávání a zařadil se mezi Leading Hotels of the World.

Čím se Le Palais liší od ostatních pražských hotelů? Proč právě vy? Nebo je běžné, že hotel tak krátce po otevření obdrží vstup do The Leading Hotels of the World? Zdaleka ne! Hotelům často trvá celé roky, než splní přísná kritéria. My však jsme svůj cíl znali od samého počátku a tomu přizpůsobili práci v pre-opening office - především formou cílených školení

personálu.

A čím se lišíme? Jsem přesvědčen, že po architektonické stránce je Le Palais nejkrásnějším hotelem v Praze – ať pokoji, restaurací Le Papillon, fitnesssem, executive meeting roomem atd., ale to všechno by bylo málo. O své hosty se skutečně staráme. S tím je samozřejmě spojena obrovská časová náročnost, ale můj tým svou práci dělá s láskou, což je cítit na každém kroku, za což mu i tímto děkuji!

>> www.palaishotel.cz
>> www.lhw.com



Vše se jeví, že to bylo **správné** rozhodnutí

Společnost Orea spol. s r.o. za poměrně krátkou dobu vysoce dynamicky pozvedla všechny hotely svého řetězce na deklarovanou úroveň odpovídající jejich mezinárodnímu označení. Na její činnosti je zřejmá tendence dávat hotely do pořádku, dobře je udržovat, investovat do vybavení, lidských zdrojů, organizace marketingu a prodeje, což je z dlouhodobého hlediska nepochybně rozumná investice už vzhledem k blížícímu se vstupu Česka do Evropské unie. Nevylášenou vlajkovou lodí společnosti OREA HOTELS je Hotel PYRAMIDA Praha.



Rozhovor s ředitelem hotelu Pyramida Ing. Vojtěchem Přídalem jsem zahájil konstatováním, že jejich hotelu přibyla čtvrtá hvězda.

Stalo se tak k prvnímu lednu loňského roku. Předcházelo tomu jeho dovybavení v souladu s oborovou normou Národní federace hotelů a restaurací České republiky, která pro čtyři hvězdy stanoví m.j. stálou etážovou službu, fén v koupelnách a minibar ve všech hotelových pokojích. Z větší části jsme již pokoje takto vybaveny měli v rámci změn, které tu již čtyři roky probíhají. Během nich postupně za provozu dochází k celkové modernizaci hotelu, k jeho podstatnému zviditelnění a především ke zvýšení

úrovně všech poskytovaných služeb. Bylo kompletně zmodernizováno všech jeho 344 pokojů včetně dvanácti apartmá. Došlo k modernizaci hotelové haly, kongresového sálu, hlavního vchodu do hotelu i vchodu pro hosty z parkingu. V těchto dnech dokončujeme modernizaci lobby baru a v konečné fázi příprav je projekt na komplexní obměnu interiéru a samozřejmě i gastronomické nabídky restaurace pro individuální hosty. To vše v intencích námětu „Praha magická“, evokující dobu Rudolfa II.

Co se týče mých návštěv hotelu, znám jej především jako účastník obchodních jednání, kongresů a prezentací.

Jedním z prvních zásadních rozhodnutí v roce 1998 byla změna orientace hotelu Pyramida z hotelu

Největší český hotelový řetězec tvoří šestadvacet hotelů ve dvanácti lokalitách České republiky. Jmenuje se OREA HOTELS a provozuje jej OREA spol. s r.o. Tato společnost získala v letech 2000, 2001, 2002 ocenění „Českých 100 nejlepších“. Její hotely jsou členy Národní federace hotelů a restaurací České republiky. OREA HOTELS disponuje kapacitou více než šesti tisíců lůžek, přičemž dosahuje výsledků srovnatelných s ostatními renomovanými evropskými hotelovými řetězci. Díky zázemí a možnostem je s to nabídnout ucelený produkt pro široké spektrum zájemců, jako jsou např. lázeňské pobyty; příprava a realizace kongresů, konferencí, školení, prezentací nebo slavnostních večerů; pobyty pro rodiny i s domácími miláčky; lyžařské pobyty na horách, cykloturistika aj.

Hotely OREA HOTELS

jsou rozděleny do tří kategorií podle standardu služeb:

- ✓ **OREA HOTELS Exclusive** – kategorie **** – Anglický dvůr, Bohemia, Excelsior, Monty, Pyramida, Voroněž I, Zvon;
- ✓ **OREA HOTELS Classic** – kategorie *** – Arnika, Bílý hořec, Devět skal, Fontána I a II, Horal, Horizont I a II, Iris, Praha, Santon, Sklář, Voroněž II;
- ✓ **OREA HOTELS Tourist** – kategorie ** a nižší – Central, Colorado Grand, Lázně Sedmihorky, Polonia, St. Michael, Zámek Hrubá Skála.

Bezplatná informační linka 800 120 012

OREA HOTELS disponuje vlastním on-line rezervačním systémem a call centrem s bezplatnou informační linkou 800 120 012. Spojuje všechny hotely řetězce a umožňuje tak provádět v jakoukoliv denní dobu rezervaci několika možnými způsoby:

- ✓ osobně na recepci každého hotelu řetězce
- ✓ telefonicky na čísle informační a rezervační linky 800 120 012 pro všechny hotely řetězce
- ✓ na webových stránkách www.orea.cz a www.orex.cz

Franšízový produkt

Od roku 2001 poskytuje OREA spol. s r.o. franšízový produkt, u nějž využívá dlouholeté zkušenosti s provozováním hotelů v podmínkách střední Evropy; zkušenosti z úspěšné transformace bývalých odborářských zařízení různého typu na klasické komerční hotely, znalost trhu cestovního ruchu v Česku i zahraničí, marketingové a obchodně-provozní výhody velkého hotelového řetězce.



s převážně skupinovou klientelou s občasnými akcemi společenského, sportovního a spíše schůzovního charakteru na klasický hotel pro kongresovou a incentivní turistiku, firemní akce všeho druhu a postupně i pro obchodní klientelu. Akce společenského a sportovního charakteru pochopitelně zajišťujeme i nadále, ale dovolím si tvrdit, že dnes již na poněkud jiné, samozřejmě vyšší úrovni. U kongresů a firemních akcí realizujeme dnes tyto akce do sedm set padesáti účastníků, přesto, že kapacita našeho kongresového sálu je pouze čtyři sta padesát míst. Máme k dispozici ještě multifunkční sál s tři sta sedmdesáti místy. Poslední takový byl letos v lednu – čtyři sta padesát účastníků sedělo v kongresovém, tři sta v multifunkčním, a na velké plátno se přenášel obraz dění z kongresového sálu. U takto dimenzovaných kongresů zpravidla bývá potřeba společného sezení všech účastníků většinou při zahájení či při ukončení. V průběhu kongresu se obvykle jedná po sekcích, kdy je hostům k dispozici šest dalších našich salonků.

Nedávno v Praze skončil kongres kongresů – summit NATO.

Praha jak summitem, tak Výročním zasedáním Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v roce 2000 ukázala, že je ve všech směrech schopna zajistit i velkokapacitní akce pro pět až patnáct tisíc účastníků. Je škoda, že úspěšná realizace obou kongresů nebyla razantněji využita v marketingu a propagaci Prahy jako kongresové destinace. Ale budme realističtí. Od summitu NATO uplynula ještě velmi krátká doba a podobné akce se připravují několik let dopředu. Nelze než doufat, že kolegové všech cestovních kanceláří, které jsou úzce zaměřeny na pořádání kongresů,



toho plně využijí. V roce 2001 jsme v našem hotelu realizovali 18 větších kongresů, loni v r. 2002 jich bylo již 21.

Co říkáte na lamentace, že se na bezpečnostní prevenci kolem summitu NATO plýtvalo penězi a lidskými zdroji?

To je naprostý nesmysl. S těmito pro mne zcela scestnými názory nemohu souhlasit. Vysoce hodnotím to, že byla učiněna taková opatření, aby se nic nestalo. Kvalita a vysoká účinnost jakéhokoliv preventivního opatření není samozřejmě nikdy zadarmo. Ale jak je už u nás tradicí, po bitvě je každý generálem. Jestliže Ministerstvo vnitra České re-

publiky údajně opatření nadsadilo, mohu jako občan i jako hoteliér být jen rád, že tak učinilo, protože právě díky tomu se nic nestalo. I kdyby byl zmařen jediný lidský život nebo došlo k závažnějším zraněním, nemohlo by to vyvážit hodnotu „ušetřených“ peněz a pošramocenou mezinárodní pověst České republiky. Navíc, většina nakoupeného vybavení a vycvičených lidí je přece dlouhodobou velmi užitečnou a potřebnou investicí. Díky tomu dnes máme dobře vybavenou a věřím, že i oproti minulosti proti všem formám kriminality lépe připravenou policii. Zajištění bezpečnosti všech našich občanů a samozřejmě i všech návštěvníků naší krásné země má pro cestovní ruch v dnešní, žel značně neklidné době, přímo obrovský význam. Je jen třeba této vysoce pozitivní skutečnosti podstatně více marketingově využívat a neustále zdůrazňovat, že jsme dnes nejen krásnou a atraktivní, ale především i bezpečnou destinací. Přiznávám, že při jednání s organizátory kongresů zdůrazňuji vždy skutečnost, že hotel Pyramida se nachází v bezprostřední blízkosti Pražského hradu, a díky tomu v důsledně střežené bezpečnostní zóně.

Bezpečnost hotelových hostů se stává téměř alfou a omegou každého slušného hotelu. Máme samozřejmě, jako dnes již většina větších hotelů vlastní bezpečnostní službu, kterou chceme vždy po dvou až třech letech obměňovat. Přirozeně, že vždy za lepší, kvalitnější. Bezpečnostní prevence není levná záležitost, ale je to investice, která se rozhodně vyplácí. V současné době uvažujeme o tom, že v rámci hotelu vytvoříme zóny, kam bude moci vstoupit pouze hotelový host. Inspirovaly mne k tomu m.j. i poznatky z jednoho velmi hezkého hotelu z loňské dovolené na Kanárských ostrovech. Velmi příjemně tam na mne působilo, že vstup do ubytovací části a celého areálu všech středisek a služeb hotelu včetně bazénů a několika restaurací, byl pouze na přístupovou kartu, tedy jen pro hotelové nebo recepční oprávněné hosty.

Jaký očekáváte vývoj v roce 2003?

Loňský rok byl pro nás všechny v cestovním ruchu a tedy i pro hotel Pyramida tvrdým oříškem. Nevyhnuly se nám samozřejmě vlivy 11. září v USA, prudkého poklesu hodnoty EURA, probíhající ekonomické recese v Německu a přirozeně ani následné vlivy srpnových povodní, i když jsme hotel vlastně spíše tak trochu „na kopečku“. Jsem rád, že se nám podařilo při všech těchto potížích realizovat tržby o něco vyšší, než v roce 2001. Z pohledu zisku jsme byli žel samozřejmě pod úrovní roku 2001. Neustálý růst nových ubytovacích kapacit v Praze a shora uvedené vlivy posledních dvou let způsobily stav, který je možno nazvat dnes již cenovou válkou mezi pražskými hotely. A to je něco, co se velmi, velmi těžko překonává. Dělá nám to samozřejmě vrásky, a ať se nám to líbí nebo nelíbí, musíme počítat s tím, že do budoucna jich bude ještě víc. A co očekávám od roku 2003? Svoji životní filozofii i celkovou orientaci jsem vždy byl a zůstávám i nadále optimistou. Věřím, že pokud nedojde k válečnému vyhlášení současné nedobré situace v Iráku, nastane v cestovním ruchu postupné zlepšení.

>> www.orea.cz

Nová dimenze bezpečí...



...jednička v hotelové ostraze



Jiráskova 371
295 01 Mnichovo Hradiště
tel./fax: 326771986
mobil: 0602 430 920,
e-mail: info@sbaexpert.cz
www.sbaexpert.cz

ĎÁBELSKÉ POKUŠENÍ

7 700,- Kč
nezdánitelného příjmu

Chèque Déjeuner Vám nabízí finančně zajímavý produkt, který Vám umožní zredukovat náklady na mzdy a zároveň zajistit důstojné stravování Vašich zaměstnanců. Chcete-li se dozvědět více, kontaktujte nás.

infolinka: 261 210 370



www.jidelnikupony.cz



Budvar šíří dobrou pověst Česka

Budějovický Budvar je jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících českých podniků. Vysoký podíl vývozu (již v roce 1999 to bylo 491 tisíc hl) učinil Budějovický Budvar nejexportovanější českou pivní značkou. V tomto roce už podnik ovládl sedm procent tuzemského trhu, na kterém prodal 768 tisíc hl piva. Zakladatelem Budějovického Budvaru, národní podnik, je Ministerstvo zemědělství České republiky. V této formě byl podnik založen v roce 1967 jako pokračovatel Českého akciového pivovaru. Ten vznikl 15. dubna 1895. Přestože historie Budějovického Budvaru je vesměs charakterizována průběžným růstem produkce, jeho opravdu dynamický rozvoj nastal až po listopadu 1989 a změně ekonomických a politických podmínek v Československu. Ty pivovaru umožnily výrazněji vstoupit na západoevropské trhy. Díky této expanzi a posílení pozic doma se Budějovický Budvar od roku 2000 zařadil na třetí místo v Česku podle výstavu. Dnes v něm pracuje přes 651 zaměstnanců.



V tomto vydání VŠU-
dybylu spolu s mini-
strem obchodu a prů-
myslu Jiřím Rusnokem mj.

hovoříme o tom, že řada firem dělá Česku dobrou reklamu v zahraničí. Mezi úspěšné propagátory naší země bezesporu patří i národní podnik Budějovický Budvar, s jehož generálním ředitelem Ing. Jiřím Bočkem si povídáme při příležitosti slavnostního znovutevření pivnice Original Budvarka v hotelu Malý pivovar v Českých Budějovicích.

Budějovické pivo tuto službu dělá už hodně dlouho. Dá se říci, že po staletí. První dochované písemné zmínky o českobudějovickém pivu pocházejí ze třináctého století. Naši předchůdci byli vynikající pivovarníci a dali budějovickému pivu takový vzhled, že se stalo vzorem řadě plagiátorů.

Značka Budweiser Budvar šíří velmi dobrou pověst Česka v zahraničí a věřím, že tomu tak bude i nadále.

Pane inženýre, jaká byla vaše cesta na post generálního ředitele?

Pocházím z pivovarské rodiny, což podstatně ovlivnilo moji volbu. Po skončení základní školy jsem se dobrovolně rozhodl jít do učení. Vyučil jsem se v oboru sladovník. Potom jsem šel na střední průmyslovou školu potravinářské technologie a pokračoval na Vysoké škole chemicko-technologické v Praze. Poté, co jsem školu dokončil, mi bylo naprosto jasné, že se chci vrátit do Budějic a pracovat v Budvaru, což se podařilo. Nastoupil jsem jako technolog. Pak jsem pracoval jako podsládek. Shodou okolností jsem se v roce 1991 dostal na funkci ředitele Budějovického Budvaru, národního podniku, a setrvávám v ní dodnes. Hnací silou, kterou trvale cítím, a to i teď, v pozici ředitele, je láska k pivu a značce Budweiser

Budvar. Jsem přesvědčen, že naše pivo za to stojí, aby člověk jeho prosazování v tvrdém konkurenčním prostředí věnoval veškeré úsilí a čas.



Uvádí se, že Česko má jednu z největších spotřeb piva na obyvatele. Domnívám se ale, že nejsme až tak výjimečnými pijáky piva, jako je Česko výjimečně úspěšnou pivní turistickou destinací. Ano, turisté k nám velmi rádi jezdí na pivo. To je v pořádku, protože Česká republika je proslulá nejenom výrobou, ale i konzumací piva. Pivo je v Česku národním nápojem, obdobně jako ve Francii nebo Itálii víno. Turisté jsou zvědaví a vyhledávají národní speciality. Důvodem vysoké poptávky turistů není jenom relativně laciné pivo. To, že je pivo poměrně laciný nápoj, je důsledkem toho, že v dobách socialismu platilo, že potravinový včetný piva musí být laciné, takže do roku 1989



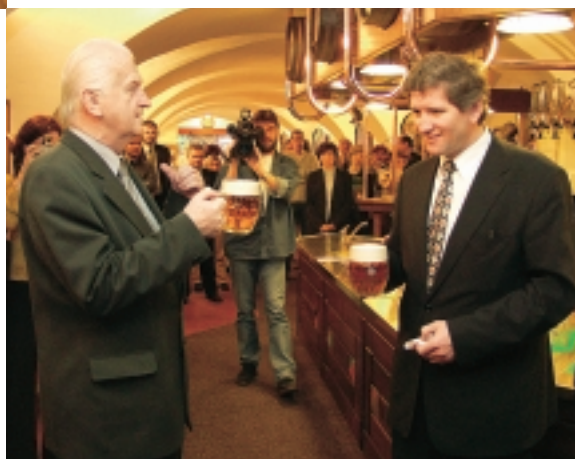
První oficiální půllitr natočený výrobně-technickým manažerem Budějovického Budvaru Ing. Josefem Tolarem.

žádná dramatická změna. Jsem přesvědčen, že deklarovaná průměrná spotřeba piva není o turistech, ale o nás. Na konzumaci piva nevidím nic špatného. Pivo nepovažuji za ryze alkoholický nápoj. Jako alkoholický nápoj vnímám pití, jehož rozhodující složkou je alkohol. To pivo není. Obsah alkoholu je tam v nízké úrovni. Pivo obsahuje řadu velice užitečných látek, které člověku prospívají a chrání jej před spoustou civilizačních chorob. Stále tvrdím, že pivo je zdravý nápoj. Pouze se musí konzumovat umírněně, rozumně.

Co českému pivovarnictví a nám pivařům přinese vstup do Evropské unie?



Primátor Českých Budějovic Doc. RNDr. Miroslav Tetter, CSc. (napravo) a ředitel Budějovického Budvaru Ing. Jiří Božek (nalevo) při ceremonii znovuočvení Restaurace Budvarka.



náklady pivovarů nekořespondovaly s jeho cenou. Proto dnes ceny piva rostou, a pokud se budeme bavit o prodeji lahvového piva, není již až tak propastný rozdíl mezi cenou piva v Německu a Česku. Přesto k nám turisté rádi jezdí na pivo. Proč? Protože je vynikající.

A domníváte se, že naše prvenství ve spotřebě piva je díky nám tuzemcům, nebo statistici vezmou absolutní spotřebu piva na území Česka a vydělí ji počtem obyvatel?

Pokud se podívám na konzumaci piva v osmdesátých a devadesátých letech, deklarovaná průměrná spotřeba piva se až tak moc nezměnila. Budu-li vycházet z toho, že v osmdesátých letech, v období tuhého socialismu k nám nikdo až tak moc nejezdil a v devadesátých letech zde byl naopak obrovský příliv turistů. Nějaký mírný nárůst zde mohl být. Ale



Neočekávám žádné dramatické změny. Pivo je liberální komoditou. Ilustruje to i fakt, že v rámci vyjednávání mezi Evropskou unií a Českem, když se dojednávaly kvóty na potravinářské produkty, pivo nefigurovalo. Na pivním trhu zůstává otevřené konkurenční prostředí. České pivo i v rámci Evropské unie své místo jednoznačně má už proto, že je charakterově svěbytné. Nemám strach, že by vstup Česka do Evropské unie mohl české pivo poškodit. Do určité míry tu může docházet k vyrovnávání cen mezi Českem a ostatními státy. Ovšem nebude to žádný dramatický proces ze dne na den. Cena na českém trhu se nebude řídit podle toho, že Česko vstoupilo do Evropské unie, ale bude se řídit podle zákona nabídky a poptávky.

>> www.budvar.cz

RUČNÍ MYTÍ A ÚDRŽBA VOZŮ



- kompletní optické ošetření interiéru vozu
- kompletní optické ošetření interiéru vozu včetně renovace autolaku
- ruční mytí motoru a konzervace
- převzetí a přistavení vozu na místo určení

Cleancar
by s.r.o. - Ekopart

ul. Jankovcova, Praha - Holešovice, tel.: 603 517 947



Lepší produkt, vyšší provize 2003 právě startuje

Druhý ročník soutěže vyhlašované cestovními kancelářemi Čedok, ESO travel a Canaria Travel „Lepší produkt – vyšší provize 2003“ o ceny v hodnotě milionu korun právě startuje. Podmínky soutěže budou vyhlášeny na slavnostním večeru 7. března v hotelu Inter.Continental Praha při příležitosti předávání cen výhercům soutěže „Lepší produkt – vyšší provize 2002“ a na zvláštních letácích.

Jak informovalo desáté vydání VŠudybylu 2001 (str. 27 a 39), uspořádaly cestovní kanceláře Čedok, Canaria Travel a ESO travel společné turné za svými provizními prodejci pod názvem „Lepší produkt – vyšší provize 2002“. Turné po krajských městech mělo celkem sedm zastavení. Čedok, Canaria Travel a ESO travel na něm seznamovaly obchodní partnery s produktem a prodejními podmínkami pro nastávající sezonu. Zároveň představily první ročník stejnojmenné soutěže o ceny v hodnotě jednoho milionu korun. Do soutěže se mohl zapojit každý obchodní zástupce prodávající zájezdy výše zmíněných cestovních kanceláří, který v roce 2002 svými prodeji splnil kvóty stanovené těmito touroperátory. Všem, kteří splnili tuto podmínku, byly zaslány anketní listky s otázkami a pravidly vyhodnocení. V pátek



31. 1. 2003 hodnotící komise po ověření správnosti údajů stanovila pořadí vítězů. Nejlepších deset soutěžících bylo pozváno na slavnostní vyhlášení výsledků soutěže, které proběhlo v pátek 14. 2. 2003 ve 14 hodin v Praze 7 v Průmyslovém paláci v rámci veletrhu Holiday World na společném

stánku cestovních kanceláří Čedok, Canaria Travel a Travel Service. Generální ředitelé Canaria Travelu, Čedoku a ESO travelu zde vítězům předali certifikáty opravňující výherce převzít ceny v celkové hodnotě 1 milionu korun, včetně vozu Škoda Fabia Combi. Vlastní převzetí cen proběhlo na slavnostním večeru

7. března 2003 v hotelu Inter.Continental, kam byli pozváni i ostatní obchodní zástupci.

>> www.cedok.cz
>> www.esotravel.cz
>> www.canariatravel.cz



Top 10 soutěže Lepší produkt, vyšší provize 2002

1. místo – Škoda Fabia Combi
CA Centrum Zájezdů – Praha
2. místo – cesta kolem světa
CA Pohoda – Valašské Meziříčí
3. místo – sestava značkové elektroniky SONY
CA Šipka – Brandýs nad Labem
4. místo – sestava značkové elektroniky SONY
CA Real Moravia – Uherské Hradiště
5. místo – značková elektronika SONY
CK E.M.A. – Třinec
6. místo – značková elektronika SONY
CK AXIA – Mělník
7. místo – značková elektronika SONY
CA Černý – Tachov
8. místo – značková elektronika SONY
CA NONA – Ledec nad Sázavou
9. místo – značková elektronika SONY
CA M+M – Rychnov nad Kněžnou
10. místo – značková elektronika SONY
CA Jarošík – Klatovy



Létáme se společností



Není to o tom starat se pouze o svůj hotel

Čtyřhvězdičkový hotel Novotel Praha City se nachází blízko centra Prahy, nedaleko magistrály a stanice metra I. P. Pavlova. Disponuje stem garážových stání, restaurací Cote Jardin (72), piano barem (25), salonkem (40) a sálem (120). Jeho celková ubytovací kapacita je 145 jedno a dvoulůžkových pokojů. Je vhodný pro rodiny s dětmi. Je zde dětský koutek, ale i fitness centrum s velkým bazénem a dvěma saunami.

Nedávno jsem navštívila ředitele Novotelu Praha City, kterým je pan Martin Ykema. Už první dojem, ještě než jsem vstoupila do tohoto čtyřhvězdičkového hotelu, byl příznivý. Hotel se nachází nedaleko pražské hlavní dopravní tepny, a tak pro mne bylo jakoby s podivem, že sotva jsem zašla za blok domů, do Kateřinské ulice, rázem jsem se ocitla mimo ruch velkoměsta. Tak, pane řediteli, jaká byla vaše cesta až sem k nám do Česka?

Pro společnost Novotel pracuji od roku 1993. Jako manažer jsem pracoval např. v Holandsku

Nejen na příkladu vašeho hotelu je zřejmé, že Accor expanduje.

V současné době provozujeme zhruba ve stovce zemí po celém světě kolem čtyř tisíc hotelů. Síť zahrnuje hotely různých kategorií. Accor je také majitelem Ticket Restaurantu, jehož služby jsou oblíbené i v České republice. V minulém roce Accor zaznamenal další úspěch. Koupil většinový podíl Dorintu. Tento rok Accor bude disponovat více než dvanácti sty pokoji v centru Prahy.

Jak se vám u nás líbí?

Praha je nádherným městem přitahujícím spoustu lidí. I když, pravda, Česká republika by na tom mohla být hospodářsky poněkud lépe. V oblasti cestovního ruchu je to teď částečně ovlivněno i loňskými povodněmi.

Vzdor tomu ale česká ekonomika trvale roste.

Nicméně jak 11. 9., tak loňská nepříjemně vytrvalá mediální kampaň kolem povodní, ani samy záplavy cestovnímu ruchu a ostatnímu byznysu na úspěšnosti nepřidaly. Jsem přesvědčen, že systémová chyba nastala už začátkem devadesátých let. O Praze se mělo dát vědět daleko razantněji a daleko dříve. Praha je nádherným městem v nádherné zemi. Problém ale je v tom, že úžasné přednosti vaší země neumíte tzv. prodat.

Řekla bych, že to je dáno vnímáním fenoménu cestovní ruch v naší republice, apatíí. Bohužel, míra zhodnocování peněz není pro většinu našich



a USA v New Yorku, odkud jsem přišel do Prahy, abych tu otevřel nový čtyřhvězdičkový hotel Novotel Praha City společnosti Accor.

Pokud vím, Novotel Praha City byl prvním čtyřhvězdičkovým Accor hotelem v Česku.

Ano, a s jeho chodem jsme velmi spokojeni. Rovněž tak s hotely Hotel Ibis Praha City a Hotel Mercure Prague Centre, které jsme otevřeli zhruba ve stejné době. Do budoucna Accor plánuje otevřít další.



politiků důvodem zasadit se o to, aby byly investovány do oborů, které tak činí nejvýrazněji, tedy i do cestovního ruchu. Přitom to není o ochuzování ostatních resortů a v případě Prahy dalších míst České republiky. Generuje-li dnes hl.m. Praha z cestovního ruchu ročně zhruba dvě miliardy amerických dolarů zahraničního inkasa, jsou její odvody do státní kasy daleko menší, než kdyby byla část z těchto peněz investována zpátky do rozvoje cestovního ruchu a Praha díky tomu inkasovala čtyři a více miliard dolarů.

Nejen nepochopení základní pravdy, že peníze dělají peníze a že v tržně orientovaném hospodářství se investují především tam, kde se nejvíce zhodnocují. Lidé by si měli uvědomit i to, jak moc je Praha závislá na mezinárodních trzích. Mnoho našich hostů, osmdesát dva procent, je ze zahraničí. A právě proto je nutné trvale dávat do zahraničí vědět, že existuje Praha a Česká republika. Navíc Evropu teď trápí problém – cenový paradox letenek. Např. letenky z Amsterdamu či Paříže jsou stále levnější do New Yorku, než do Prahy. Rovněž přechody hranic znesnadňují naši situaci. I tyto záležitosti bude nutno jednou vyřešit. Takže, není to o tom mít svůj hotel a starat se pouze o něj. Je nutné spolupracovat. S



Jak jste řekli, není to o tom mít svůj hotel a starat se pouze o něj. Česko je třeba dostávat do širších souvislostí a povědomí.

V tomto mají naše hotely výhodu, protože Accor disponuje rozsáhlou sítí hotelů po celém světě. Ostatně jeden samotný hotel se o sebe jen těžko postará. Všechny významné nadnárodní společnosti jako např. Shell, Price Waterhouse, IBM mj. i z tohoto důvodu spolupracují s naším hotelovým řetězcem. Nicméně Praha jako kongresová země stále není příliš známá. To je nevýhoda pro všechny. Pokud porovnáme, kolik peněz utratí turista a kolik účastník kongresu, rozdíl je opravdu velký. Byznysmen utratí asi o polovinu více peněz v hotelu než turista. Cestovní ruch přináší peníze do země jako takové, takže tento problém by měl zajímat i vládu. Praha je velmi krásné město, ale i ostatní města a místa České republiky jsou krásná. Takže je to nejen o tom, jak dostat turisty do Prahy, ale jak je nalákat, aby se vydali do ostatních částí naší krásné země. Mj. už proto, že to tam všude přispěje ke zlepšení ekonomické situace a k eliminaci nezaměstnanosti. Vzhledem k tomu, že se blíží čas vstupu do Evropské unie, mělo by se s tím začít něco dělat.

cestovními kancelářemi, aerolinkami a pochopitelně také se samosprávnými a správními orgány. Z čeho mám dobrý pocit, je to, že cítím, že se tyto změny začínají dít a lidé spolu začínají více spolupracovat. Jak už jsem zmínil, Prahu jako město je potřeba objevit, a to nejen kvůli turistům, ale zejména jako prvořadou kongresovou destinaci. Bohužel, když zde byl summit NATO, nějak se zapomnělo využít propagačně faktu, že tu bylo pětáctičet prezidentů.



Jaký očekáváte vývoj v letošním roce?

Mám smíšené pocity. Myslím si, že pro Novotel bude letošní rok úspěšný, protože nejsme závislí pouze na jednom trhu, např. na izraelském nebo americkém. Novotel je známý po celém světě, od Šanghaje po New York a od Norska po jižní Afriku. Všichni znají značku Novotel, a to nám moc pomáhá. Přesto je jasné, že pokud se ekonomická situace ve světě zhorší, ovlivní to turistický ruch, a tím pádem i náš hotel. Ani hrozba války neskýtá dobrý výhled do budoucna. Pokud se lidé cítí ohroženi, zůstávají doma. Stav v cestovním ruchu by se měl zlepšovat. Záleží hlavně na lidech, na situaci ve světě a u vás, jak budete nakládat s Českou republikou. Vzájemná spolupráce je namístě. Já například v hotelích Marriot či Diplomat nevidím soupeře, naopak. Spolupracujeme. Pro všechny je dobré, pokud ekonomika roste, a ta bude růst, pokud budeme spolupracovat a dělat dobrou rozhodnutí. To je podle mě správná cesta, jak dosáhnout úspěchu nejen svého, ale celého Česka.

Připravila Kateřina Kamasová.

>> www.novotel.com



Podnikatelské klima je
o schopnosti jednotlivých podnikatelů
orientovat se v daném tržním prostředí.
L.V.

Pardubický zimní stadion, místo setkávání se lidí



**Úspěchy pardubického
hokeje a pardubický nově
zrekonstruovaný zimní stadion, s nímž se počítá
jako s možným dějištěm Mistrovství světa v ledním
hokeji 2004, na jehož modernizaci se společně
s firmou Metrostav a.s. jako generální dodavatel
stavby podílela firma PiiS s.r.o., mi byly zámlinkou
požádat jednoho z jejích jednatelů, Ing. Libora
Vlasáka, o rozhovor.**

Firma PiiS s.r.o. byla založena v roce 1992. Provádí realizaci staveb vlastními kapacitami nebo formou inženýrské činnosti. Realizuje zakázky v Česku

O pardubickém zimním stadionu se díky jeho parametrům a kvalitám hovoří ve všech významných sdělovacích prostředcích jako o reálném místě konání MS 2004 v ledním hokeji. Patřit mezi nejlepší ale není „pouze“ o tom, disponovat předpoklady. To je jedna věc. Snaha a schopnosti jich využívat (jak např. v Česku bohužel ilustruje přístup státu k cestovnímu ruchu) je věc druhá. Současné hokejové mužstvo Pardubic s velkým náskokem vede extraligu. Je možné říci, že v jeho v případě je to mj. díky spojení kvalitního zázemí, lidí a jejich vůle uspět... a pochopitelně štěstí, protože štěstí přeje připraveným. Bezesporu, v Pardubicích jsou připraveni již dnes.

i v zahraničí. Většina našich řídicích pracovníků je schopna komunikovat v anglickém nebo německém jazyce. Spolupracujeme s osvědčenými subdodavatelskými firmami. Zajišťujeme kompletní dodávky staveb tzv. „na klíč“ v profesích: hlavní stavební výroba, přidružená stavební výroba a technická zařízení budov a technologických celků. Firma PiiS je certifikována dle BS EN ISO 9001:2000 a pracuje na Ověření bezpečnosti spolehlivosti organizace. Kromě inženýringu se zabýváme developerskými projekty. V této oblasti bychom rádi rozšířili spolupráci s investory v hotelovém průmyslu jak v Pardubickém kraji, tak i mimo něj.

Jakou roli ve vašem byznysu sehrává schopnost vyjednávat?

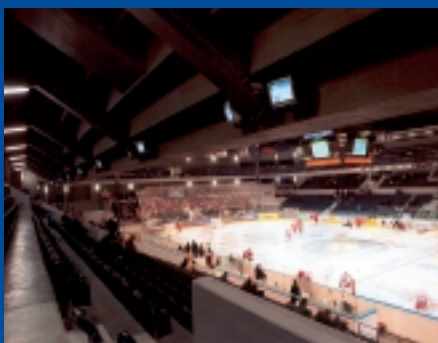
Rozhodující. A to již při získávání zakázek, kdy se potencionálním zákazníkům snažíme pomáhat konzultací a poradenskou činností. Už v této fázi je možné najít optimální technické řešení. Snahou našich pracovníků je najít co nejlepší odpověď na konkrétní zadání. Nabídnout kompletní služby od poradenství přes zpracování projektové dokumentace až po realizaci staveb. Před vlastní realizací stavby jsme navštívili sedm zimních stadionů v USA a Kanadě, kde jsme načerpali zkušenosti a inspiraci. Protože společnost PiiS realizuje stavby od cca sta do pěti set milionů, u takto velké zakázky jsme se spojili s firmou Metrostav a.s., divizí 9. Vytvořili jsme silný tým, kterému se podařilo výběrové řízení na realizaci stavby vyhrát. V květnu 2001 jsme pak společně zahájili rekonstrukci. Z původního stadionu však zůstal „pouze“ betonový skelet, do nějž se implementovala nová technologie a kompletní zázemí. K tomu jsme přistavěli nové budovy, které



pardubický stadion posunuly mezi jeden z nejmodernějších a nejlepších stadionů Evropy. Tato perla Pardubic byla rekonstruována v rekordním termínu šesti měsíců, kdy v prosinci už hostila mistrovství světa dvacetiletých hokejistů.

Liší se koncepce severoamerických stadionů od našich?

Liší. Hlavně tím, že je tam všechno, včetně



Z hlediska volného času pak jako sféru odpočinku, poznávání a inspirace, a to i pro moji práci. Cestovní ruch je po celém světě zónou pro všechny. Přítomnost turistů (povětšinou exkluzivních spotřebitelů odjinud) a od nich inkasované peníze vytvářejí tlak na zkvalitňování infrastruktury cestovního ruchu, dopravní infrastruktury, občanské vybavenosti, možností trávení volného času atd. Pokud se nemýlím, Česká republika má

zázemí, podřízeno komerci. Severoamerické stadiony jsou vybaveny spoustou gastronomických středisek, sálů pro sledování televizních přenosů, prodejen se suvenýry, fitness zón, sportovním vybavením atp. Jsou koncipovány jako areály zábavy a odpočinku, jako místa setkávání se lidí a rodin.

Jak vnímáte cestovní ruch?

Z hlediska našeho byznysu jako oblast vytvářející potřebu investiční výstavby, a to nejen ve sféře vnímané jako infrastruktura cestovního ruchu. Sem ostatně lze (pochopitelně do jisté míry) zařadit i pardubický zimní stadion. Nejen proto, že jeho existence a výkony hokejistů jsou pro řadu hostů (i turistů) důvodem k návštěvě Česka a Pardubic, ale také proto, že čas od času hostí účastníky hokejových kempů z Evropy i ze zámoří, o nichž jste hovořili v osmém vydání loňského Všudybylu (str. 26–27) s jednatelem firmy Challenger Hockey panem Miroslavem Vojtíškem.



ideální dispozice prosperovat z cestovního ruchu, už proto, že kromě moře a velehor tady máme všechno.

Co ale podnikatelské klima?

Podnikatelské klima je o schopnosti jednotlivých podnikatelů orientovat se v daném tržním prostředí.

>> www.piis.cz



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Otevřený v minulém století
na Novém Městě Pražském

Novoměstský (kvasnicový)
ležák světlý i tmavý 11°



Speciality české kuchyně
včetně vyhlášeného pečeného kolena

Alešova galerie:
originální panoptikum pražského
Podskalí a Perlový ulice

Exkurze pivovarem
s odborným výkladem
v bezprostřední blízkosti
Václavského náměstí



Novoměstský pivovar s.r.o.
Vodičkova 20, 110 00 Praha 1
tel./fax: 222 232 448
222 231 662
e-mail: sales@npivovar.cz
www.npivovar.cz



Slavnostní večer EXIM tours

Pod bedlivým okem kamer TV Prima se 14. února večer ve Společenském sále Kongresového centra Praha uskutečnil slavnostní večer pořádaný cestovní kancelář EXIM tours a.s. Slavnostního předávání cen nejúspěšnějším partnerům EXIM toursu a výherkyni televizní soutěže, se na straně předávajících zúčastnili za hostitele předseda představenstva EXIM toursu Ing. Ferid Nasr, za hosty ministr pro místní rozvoj Mgr. Pavel Němec, viceprezident Českých aerolinií JUDr. Václav Král, ředitel letecké společnosti Travel Servis Ing. Roman Vík a náměstek ministra pro místní rozvoj pro evropskou integraci a cestovní ruch JUDr. Čestmír Sajda, MBA. Večerem účastníky i televizní diváky provedly Bára Štěpánová a Zdeněk Mahdal. V programu vystoupili Helena Vondráčková, Daniel Hůlka, Jiří Korn, Kamil Střihavka, Daniel Nekonečný, Marian Vojtko, Vanda Konečná, Josefův Náhlavský a Mladý, Mojmír Maděříč, Petr Jablonský a další umělci. Večer zakončil raut s výhledem na noční Prahu ve foyeru.

>> www.eximtours.cz





Toskánský palác

- Slavnostní recepce až pro 1000 osob
- Bankety až pro 160 osob
- Firemní školení, prezentace a semináře
- Tiskové konference
- Módní přehlídky
- Prezentace nových výrobků
- Vánoční, mikulášské, firemní oslavy a setkání
- Silvestrovské párty
- Svatební hostiny
- Obchodní obědy a večeře
- Kontraktační výstavy
- Aukce
- Koncerty vážné hudby

Koncem loňského roku mne společnost or-fea, programové centrum, společně s mnoha dalšími svými obchodními partnery pozvala na prohlídku Toskánského paláce, jehož prostor využívá k realizaci svých akcí incentivního a kongresového charakteru.

Od ledna 2003 je or-fea pověřena managementem provozu restaurace, vinárny a komerčních prostor Toskánského paláce, který byl postaven v letech 1660-1661 na Hradčanském náměstí Jeanem

Baptistou Matheyem jako raně barokní stavba římského slohu s dvěma věžemi a dvěma balkony v průčelí. Už koncem 14. století se zde nacházely gotické domy. Jejich fragmenty se nalézají ve sklepeních dnešního paláce. Nárožní dům koupil roku 1481 Jan Mařapařa a nechal ho přestavět. Po požáru v roce 1541 jej získal Hanuš Vobročník, který jej spojil s vedlejším domem. Na konci 16. století vlastnil dům Oldřich Felix z Lobkovic, který k němu přikoupil další dva sousední domy. Roku 1718 byl dům prodán za dvacet tisíc zlatých Anně Marii Františce, velkokněžně Medicejské, manželce posledního toskánského vévody z rodu Medici. Od roku 1848, do své abdikace, vlastnil palác císař František Josef I. Od roku 1918 je majetkem Československé, nyní České republiky, spravovaným Ministerstvem zahraničních věcí ČR. Více na www.toscia.cz.

- Rezervace paláce:
- or-fea, programové centrum s.r.o.
- Dlouhá 10, Praha 1 110 00
- tel: 222 321 949, 222 325 765, fax: 222 327 862
- e-mail: orfea@orfea.cz
- >> www.orfea.cz



OR-FEA

12. února v hotelu Diplomat v Praze proběhl Breakfast Seminar – prezentace Jižní Ameriky. Na straně přednášejících se představili za letecké společnosti: Senior Sales Manager ČSA Pavel Točík a Commercial General Manager Europe and Africa VARIGU Marcelo William Bottini. Za jihoamerické touristboardy: Jean-Jacques Valloton z Turismo Balsa z Bolívie, Leandro Walter Galetti ze Superexpressu z Argentiny, Carlos Jeldres z Chile All Ways Tours, Miguel Valesco z Colturu z Peru, Abraham Jaime Peczenik z Tours Brasil a za brazilský Tropical Hotels jeho General Manager Bruno D. Ferraz.

Nejrozsáhlejší pokrytí Česka a Slovenska s ohledem na možný bod počátku cesty 6 nástupních bodů: Praha/PRG, Brno/BRQ, Ostrava/OSR, Bratislava/BTS, Košice/KSC, Poprad/TAT.

Největší počet možných transferových bodů v Evropě 6 přestupních bodů: Frankfurt/FRA, Paříž/PAR, Miláno/MIL, Londýn/LON, Amsterdam/AMS, Madrid/MAD.

Největší kapacitu přepravy a počet nabízených spojení 55 spojení každý týden, více než 7 frekvencí denně: via FRA – 15 letů týdně, via PAR – 10 letů

týdně, via MIL – 9 letů týdně, via LON – 7 letů týdně, via AMS – 7 letů týdně, via MAD – 7 letů týdně.

Nejrozsáhlejší letecké pokrytí Jižní Ameriky 70 destinací v šesti zemích: Argentině, Bolívii, Chile, Paraguayi, Peru, Uruguayi.

Brazil Airpass

pro cesty v rámci celé Brazílie až 4 úseky za 399 USD, pro cesty v rámci severovýchodní Brazílie až 4 úseky za 299 USD.

Mercosur Airpass

pro cesty v oblasti Mercosuru (Brazílie, Argentina, Chile, Paraguay, Uruguay) až 8 úseků. Cena dle vzdálenosti od 299 USD.

Spolupráce ČSA a VARIGU přináší:



S viceprezidentem Českých aerolinií pro personální Mgr. Michalem Krausem hovořím v roce osmdesátého výročí ČSA. I v letošním roce jsou z pohledu uchazečů o zaměstnání České aerolinie v první desítce nejoblíbenějších firem. Co podle vás nejvíce přispělo k tomuto dlouhodobému renomé?

Právě vámi zmíněných osmdesát let vesměs úspěšné existence ČSA – dnes druhých až třetích nejstarších aerolinek světa. A to i v současné době, kdy čeští občané mohou pracovat kdekoliv na světě v klíčových pozicích, jak ilustruje např. váš rozhovor s viceprezidentem Microsoftu Janem Můhlfeitem v loňském devátém vydání VŠudybylu (str. 30). Dá se říci, že ČSA byly a dodnes jsou osobní záležitostí zaměstnanců a jejich úspěchy historicky věcí jisté národní hrdosti. Především lidé, firemní patriotismus, schopnosti top managementu, techniků, palubního i pozemního personálu velkou měrou mohou za to, že se ČSA letos v říjnu v plném zdraví dožívají osmdesátého výročí. ČSA v uplynulých letech prokázaly, že jsou s to překonávat i velmi složitá období. Vždy se jim totiž podařilo aktivovat vnitřní sílu a zvládat obtíže toho kterého období. Tato tradice a vědomí zaměstnanců, že pracují pro firmu, která je schopna chovat se racionálně v kritických situacích, je bezesporu jedním z důležitých motivátorů.

Řekl bych, že každá mince má dvě strany. Něco za něco. Každý firemní patriotismus má své hranice.

Určitě. Ne všechno se dá ale ohodnotit či motivovat mzdou. Pohlédneme-li do historie, je možné konstatovat, že u ČSA vždy převládala progresivní sociální politika. Nejen motivace prostřednictvím



zaměstnaneckých výhod, především bezplatných či zlevněných letenek. Péče o zaměstnance je u Českých aerolinií na srovnatelné úrovni jako u řady dalších renomovaných leteckých společností ve světě. Vzhledem k tomu, že jsme nepřetržitým provozem, snažíme se zaměstnancům vycházet vstříc i v oblasti služeb. Funguje tu řada programů, včetně zázemí jako je kadeřník, čistírna oděvů apod.

Jak vidno na hospodářské dynamice ČSA (ve srovnání s trendy u ostatních leteckých společností světa), investice do lidských zdrojů se Českým aeroliniím a Česku coby státu vyplácejí. České aerolinie jsou velmi často prvním vyslancem Česka v zahraničí. To, čím úspěšně budují v tvrdém konkurenčním boji, je především ochotný a pozitivně působící palubní personál a catering. Špičkovou leteckou

Za to, že se ČSA dožívají osmdesátky v plném zdraví, mohou především lidé.....

technikou totiž disponují téměř všichni. Kvalitními lidmi pouze ti, kteří si je dokáží získat, vychovat a udržet.

Dokladem toho je i loňské prestižní ocenění, které z rukou Edwarda Plaisteda, generálního ředitele londýnské Skytrax Research, převzal prezident ČSA Ing. Miroslav Kůla. Je to dáno i kvalitním zázemím. ČSA totiž disponují výcvikovým střediskem, které vytvořily v areálu starého ruzyňského letiště. Jsou tak konkurenceschopné s tím nejlepším ve světě. Naši palubní průvodčí a výkonní letci zde průběžně trénují řešení kritických situací, které mohou na palubách letadel nastat.

Co Českým aeroliniím popřejete do dalších let?

Kromě obchodních úspěchů a báječného personálu dostatek nezbytného podnikatelského štěstí, protože bez něj se neobejdeme. 11. září i loňské povodně ukázaly, že ne na všechno stačí rozum a profesionální um, že jsou chvíle, kdy štěstí je velmi potřebné.

>> www.csa.cz



Palubní servis na nejvyšší úrovni
ve třech přepravních třídách F, C, Y.

Pohodlí nejmodernějších letadel
B-777 – nejmodernější letadlo současnosti, MD-11 – největší rozteč sedaček v Y třídě, B-767 – druhé generace, B-737 – druhé generace a další.

Konkurenceschopné ceny s řadou benefitů

- > Stejně ceny pro počátek cest v PRG, BRQ, OSR, BTS, KSC, TAT.
- > Pro všechny cílové destinace možnost stopoveru v RIO nebo SAO zdarma.
- > Možnost odbavení zavazadel z Česka a Slovenska jako PC.
- > Možnost libovolné kombinace OPEN JAW v rámci Jižní Ameriky.
- > Možnost zakoupení BAP a MAP k těmto letenkám.
- > Provizi 9 % pro 10 a více cestujících zároveň.
- > Letenku zdarma pro 20 a více cestujících zároveň.
- > Možnost využití libovolné kombinace letů operovaných OK – ČSA, RG – VARIG, JH – NORDESTE (dceřiná společnost VARIGu) a SL – RIO SUL (dceřiná společnost VARIGu).

Využití spolupráce s partnery ČSA

Tours Brasil (Brazílie), Tropical Hotels (Brazílie),



Superepress (Argentina), Turismo Balsa (Bolívie), Chile All Ways Tours (Chile), Coltur (Peru).



SAS nejlepší volba při cestách do Skandinávie

Scandinavian Light – nová nabídka SAS

Letecká společnost SAS (Scandinavian Airlines System) je již téměř šest desetiletí tradičním dopravcem při cestách mezi Skandinávií a ostatní Evropou. Dlouholetá tradice, image serióznosti a kvality, nekoliduje s dalším typickým rysem společnosti SAS – vysokým tempem inovační aktivity a progresivity. Díky tomu v minulosti zaznamenala mnohá prvenství. SAS ani počátkem nového tisíciletí nezůstává této pověsti nic dlužen. Jako první z tradičních leteckých společností přichází na český trh s alternativou zaměřenou na nejlevnější ceny letenek. Od počátku dubna letošního roku tak bude vedle klasických letů provozovat zcela novou linku Praha-Stockholm, a to moderním letounem Boeing 737-800 pro 189 cestujících, vždy v úterý, čtvrtek a neděli. Je to ideální spojení, zejména pro zákazníky, kteří chtějí navštívit Skandinávii jako turisté, ať už jen na prodloužený víkend, nebo na delší zájezd, jehož výchozím i konečným bodem bude švédská metropole Stockholm.

Až 70 % pod cenou individuálních letenek

SAS na této lince nabídne českým zákazníkům výrazně zlevněné tarify. Ty se budou pohybovat až 70 % pod úrovní dosavadních nejlevnějších individuálních letenek na klasických linkách mezi Prahou a Stockholmem. Bude se jednat o zcela nový typ nabídky, podstatně užší z pohledu pozemního i palubního servisu na straně jedné, a výrazně restriktivnější z pohledu prodejních podmínek na straně druhé. Co to v praxi znamená? Například to, že letenky na této lince nebude možné kombinovat s jinými na klasických linkách SAS.

Pokud bude chtít cestující pokračovat ze Stockholmu do jiné destinace, bude si muset koupit separátní letenku za běžné ceny, vyzvednout si svoje zavazadla po příletu do Stockholmu a odnést si je k dalšímu odbavení na příští let. Například také to, že na palubě bude jen jedna, výhradně ekonomická třída a cestující si bude občerstvení hradit sám. V neposlední řadě také to, že letenky nebude možné vrátit, refundovat ani měnit. Všechna tato omezení jsou ale u tzv. nízkonákladových dopravců, kteří se v posledních několika měsících v Evropě tolik zvýraznili svým agresivním marketingem založeným na nízké ceně, zcela běžná.

Atraktivní cena se zárukou

SAS však svým zákazníkům nabízí něco navíc – dlouholetou tradici a kvalitu své značky. Záruku, která bude spolu s atraktivní cenou lákat potenciální zákazníky, kteří by za normálních okolností vůbec o cestě letadlem neuvažovali, anebo plánovali navštívit Skandinávii po vlastní ose, autobusem či vlakem. Tito lidé jsou hlavní cílovou skupinou nové nabídky SAS. Cílem je umožnit co největšímu počtu cestujících navštívit Skandinávii za velmi nízké ceny, ale se zárukou serióznosti, bezpečnosti a spolehlivosti, bez

linky Praha-Oslo-Praha bude nabízet dvě cestovní třídy, širokou škálu cen s různým stupněm flexibility, plný servis včetně obchodních salonků, přednostního odbavení a občerstvení na palubě zdarma. Klasická nabídka umožňuje cestujícímu libovolně kombinovat linky SAS i jeho partnerů, odbavit si svoje zavazadla do cílové destinace kdekoli po světě, využívat všech výhod bonusového programu EuroBonus – prostě plně využívat všech výhod a možností, které poskytuje síť linek SAS ve Skandinávii, ale i v ostatních částech severní Evropy, v Asii i v USA. To vše má díky členství SAS v největší světové alianci leteckých společností, STAR Alliance, globální charakter.

Na počátku nového tisíciletí s nejširší nabídkou

Letecká společnost SAS tak na počátku nového tisíciletí oslovuje svojí nabídkou nejširší okruh



možných zákazníků. Reaguje tak jako jedna z prvních na výrazné změny v požadavcích klientů, které se odehrály zejména v posledních dvou letech. Dnes je totiž již jasné, že začala nová éra letecké dopravy. Éra otevírající obrovské možnosti všem, kteří chtějí či musejí cestovat, neboť letecky to je a bude i v novém tisíciletí nejrychlejší a nejbezpečnější.

nutnosti trmácet se dlouhé hodiny a dny na cestě.

Klasická nabídka SAS v Česku se také rozšiřuje: třikrát týdně Praha-Oslo

Na druhé straně také klasická nabídka SAS, zaměřená na náročnější, zejména obchodní klientelu, se na českém trhu od letošního léta dále rozšiřuje. SAS na svých linkách mezi Prahou a Kodaní (2× denně) a nově také třikrát týdně na



A STAR ALLIANCE MEMBER



- **SAS Praha**
- P.O.Box 112, 160 08 Praha 6
- tel.: 220 115 001/3, fax: 220 115 306
- e-mail: sasprg@sas.dk
- >> www.scandinavian.net



Podnikáme v jednom z evropských center cestovního ruchu



Ředitele lednické společnosti ONYX Trade podnikající v zahradní architektuře, nábytku, pohostinství a hotelnictví, sklu a porcelánu pana Jaroslava Škorpu jsem oslovil s tím, že společnost ONYX Trade dotvrzuje, proč se říká, že rodina je nejmenší civilizací.

Naše bezesporu. Mám čtyři vnoučata, dvě děti. Všechny aktivity související s podnikáním, které jsem nastartoval začátkem devadesátých let, byly v zájmu rodiny. Každý z jejích dospělých členů je dnes ředitelem divize. Manželka má na starosti penzióny, dcera, která vystudovala hotelovou školu, restaurace, zeť ekonomiku, já vedení a uzavírání smluv a syn zahradní architekturu, projekci a realizaci.

V roce 1996 byl Lednicko-valtický areál zapsán do seznamu UNESCO, čímž byl oficiálně uznán světově prvotně atraktivitou cestovního ruchu.

Ano, podnikáme přímo v jednom z evropských

že turismus půjde nahoru, což se během deseti let potvrdilo, každým rokem u nás přibývá hostů, začali jsme se cestovnímu ruchu věnovat a podnikat v něm. Veškeré podnikání je o tom, pomoz si sám a bude ti pomoheno...

Bohužel, na příkladu přístupu Česka k cestovnímu ruchu a ekonomické výtečnosti z něj je spíše evidentní jiné, a sice: „Komu není rady, tomu není pomoci.“

Stát opravdu málo investuje do zhodnocování svých předností, které je možné prostřednictvím cestovního ruchu zobchodovat. Cestovní ruch je velice zajímavý. Jsou to ekologicky čisté peníze. Český průmysl cestovního ruchu je pod polovinou svých možností.

Co se týká Liechtensteinského areálu, během posledních pěti let zde značně vzrostla ubytovací kapacita, ale v regionu chybí infrastruktura zábavy a sportu, jež by zde turisty udržela po celý týden. Dnes přijedou do Lednice, přespí zde jednu dvě noci, podívají se okolo a jedou dál, protože postrádají nabídku dalších možností. V Lednici jsme proto nakoupili větší množství pozemků a máme v úmyslu společně s obcí vystavět kulturně sportovní areál včetně koupaliště.

>> www.onyx.made.cz

ONYX TRADE s.r.o.

center cestovního ruchu. Knížata z Liechtensteinu proměnila svá panství mezi 17. a 20. stoletím v jeden velký park, kde se barokní a novogotická architektura zámků setkává s drobnými stavbami v romantickém duchu a s krajinou upravenou podle principů anglického krajinářství. Liechtensteinský Lednicko-valtický areál je tak dnes podle statistik na prvním místě návštěvnosti, co se týče zámeckých komplexů. Naše firma sídlí přímo ve středu dění. Máme zde ústředí, restaurant i penzion. Protože se dalo očekávat,



PRODEJ

**hotelu
Kořínek*****
a hotelového areálu
v Jizerských horách



**vlastník
hotelového areálu**

v Příchovicích u Kořenova
v Jizerských horách, situovaného
mimo souvislou zástavbu
v dosahu hlavní silnice č. 10
Tanvald - Harrachov
nabízí jeho prodej



Areál je tvořen zejména:

- ➔ čtyřpodlažní hlavní hotelovou budovou s kuchyní, restaurací, saunou;
- ➔ 2 až 4 lůžkovými pokoji s kapacitou cca 110 osob
- ➔ čtyřpodlažní budovou vinárny a diskotéky včetně 2 ubytovacích jednotek
- ➔ dvoupodlažní budovou depandance pro ubytování personálu
- ➔ přízemní budovu hotelu a garáže
- ➔ venkovním bazénem



Pouze písemné nabídky na adresu:
**Svaz českých a moravských
výrobních družstev**
odbor rozpočtu a správy majetku
Václavské nám. 21, 113 60 Praha 1

Tunisko



Tunisko je nejvstřícnější a nejlépe dosažitelnou zemí ze všech afrických států. Nabízí kilometry písčných pláží se stejným stylem života jako u evropského břehu Středozemního moře a zároveň tradiční severoafrickou kulturu se Saharou na jihu a horskými vesničkami na severu. Převládá zde arabská kultura, přestože dědictvím země jsou výrazné vlivy Féníčanů, Římanů, Turků a Francouzů. Díky nim je Tunisko zemí bohatou na zkušenosti i památky od velkolepých mešit po antické zříceniny.

Obyvatelstvo

je etnickou kombinací arabské a berberské národnosti, přičemž sami Tunisané se považují za Araby. Jejich počet je kolem devíti milionů. Současné Tunisko, přes svoji nespornou exotičnost, je Evropany vnímáno jako stabilní, oblíbená středomořská destinace.

Oficiálním jazykem

je arabština, ale téměř každý zde mluví francouzsky. Ve městech se bez problémů domluvíte anglicky a německy.

Tunisko je nezávislý stát

s islámskou bohoslužbou, jak se praví v 1. článku zdejší ústavy, která rozlišuje mezi občanským a náboženským životem. Tento moderní náhled udává tón společenského života. Ponechává na jednotlivci, aby praktikoval náboženství podle své víry.

Tuniská kuchyně

je založena na grilovaném či pečeném jehněčím mase nebo rybách a samozřejmě na národním jídle kuskus, připravovaném z napařované hrubě mleté pšeničné mouky. Mezi vynikající tuniské předkrmy patří brik, fritovaný trojúhelník z listového těsta plněný vajíčkem, tuňákem a kapary a salát mechouia, jenž je pikantní směsicí pečené zeleniny. Tunisko oplývá širokým výběrem sladkých moučníků, mezi nejoblíbenější patří baklava

(listové těsto plněné oříšky a medovým sirupem) a makroudh (těsto z mouky plněné datlovou pastou). Nejlepší místní značky vína jsou Gris de Hammamet a Velle Magon. Jediným místním pivem je dobrý světlý ležák Celtia.

Flóra

Typickým stromem pro Tunisko je datlová palma. Mezi další běžné se vyskytující stromy a keře patří akácie, oleandr, korkový dub a eukalyptus. Na jaře bývají pobřeží a vyšší oblasti pokryty četnými druhy květů – orchidejemi, narcisy, kaktusy, agáve a šafrány. Hlavní pěstované plodiny jsou olivy a datle, následované citrusovými plody, fíky, vinnou révou, kukuřicí a pšenicí. Severní část země oplývá lesy s borovicemi aleppo a korkovými duby.

Fauna

Mezi v Tunisku dosud volně žijící živočichy patří fenek, divoký kanec, rys, jelen, pouštní myš, gazela,



antilopa, dikobraz a pouštní liška. Běžnými živočichy zde jsou i ještěrky, hadi, varani, kobylky a škorpióni. Tunisko je domovem mnoha druhů stěhovavých ptáků. Nejběžnějšími zástupci mořské fauny jsou mořští okouni, pilousi, cejni, tuňáci, morény, sardinky, langusty a garnáti. Mezi domácí zvířata patří velbloudi, ovce, osli a koně.

Tabarka

se nachází v severozápadní části Tuniska. Je zasazena do malebné hornaté krajiny spadající k moři s písčnými plážemi, korálovými útesy, skalami a zalesněným vnitrozemím. Leží v pohorí Kroumerie s nádhernými lesy s korkovými duby a eukalypty. Je rájem pro potápění, rybaření, plachtění i pěší turistiku. V západní části zdejšího rybářského přístavu se nachází nejfotografovanější



Exotická dovolená, zábava, od



skrývá za zdi mediny z 15. století. Z pevnosti „kasba“, která sloužila jako kasárna cizinecké legie, je nádherný pohled na medinu s mešitou a celý hammametský záliv, lemovaný na obzoru vrcholky Atlasu. Nejvýznamnějšími památkami v medině je Velká mešita a mešita Sidi Abdel Khader. V sousedství starého města směrem k pobřeží leží arabský hřbitov. Na konci mediny začíná písčinná, mírně se svažující pláž, podél které se do dálky táhne řada hotelů, obklopených krásnými zahradami s ibišky, jasmíny, růžemi, ale i kaktusy nebo pomerančovými. Hlavní třída procházející městem je plná obchodů, kaváren, čajoven, restaurací a teras. Je zde možné provozovat různé druhy sportů, golf i jízdu na koních.

Nabeul

leží 28 km západně od Hammamet. Byl založen ve 4. století př.n.l. Féničany a dříve se nazýval Neapolis. Je vyhlášeným střediskem výroby keramiky a hrnčířských předmětů. Kachle se složitými vzorci vrobí okna i vchody domů a často i celá průčelí. K řemeslné tradici patří i výroba rohoží z rákosy, krajčářství a voňavkářství. Ukázkou domácí keramiky a rohoží je mešita Habiba Bourguiby z roku 1967. Před mešitou probíhají pestré a živé trhy s nabídkou keramiky, předmětů z kůže a z mědi. Blízko vlakového nádraží je malé muzeum s pozoruhodnou sbírkou punských a římských předmětů. V jižní části města se rozkládá archeologické naleziště Neapolis. V Nabeulu se každý pátek konají slavné trhy velbloudů. Ke koupi tu jsou i další domácí zvířata, koberce, suvenýry a potřeby pro domácnost.

Hammamet,

původně rybářské městečko, vznikl ve 13. století na místě římského dvojměsta Pupput a Siagu. Je vyhledávaným letoviskem. V 19. století jeho malebná poloha lákala umělce jako byli Ali Ben Salem, Gustave Flaubert, Andre Gide či Oscar Wilde. Aristokraté si zde stavěli vily s nádvořími a arabskými interiéry. Nejznámější je rezidence milionáře Sebastiena, která se stala součástí Kulturního centra. Stará část města se stále



počinek i poznání!

Tunisko

AzurReisen specialista na

nabízí ubytování v Mahdii, Monastiru, Sousse, Port El Kantaoui, Hammametu, Nabeulu, Gammarthu a na Tabarce s přímými lety na Tabarku a do Monastiru z Prahy, Brna a Ostravy.

TABARKA

Hotel***+Golf Beach

leží na vyvýšeném místě s překrásným výhledem na hory, golfové hřiště a moře 50 m od písčité pláže a 3 km od centra Tabarky. Pokoje jsou klimatizované s vlastním sociálním zařízením. Stravování: polopenze formou švédských stolů. Cena od 11.500 Kč



GOLF BEACH



Klubový hotel ***

+Abou Nawas

Montazah leží přímo na pláži v srdci turistické zóny zelené Tabarky. Nabízí široké spektrum sportovních a kulturních aktivit. Má klimatizované pokoje s vlastním sociálním zařízením. Stravování: polopenze formou švédských stolů. Cena od 12.000 Kč

ABN NAWAS MONTAZAH

NABEUL

Hotel***+Nabeul Beach

leží v zahradě o rozloze 4 ha u písčité pláže. Je vhodný pro rodiny s dětmi, které vyhledávají dobré ubytování a stravování formou all inclusive. Cena od 10.500 Kč



NABEUL BEACH

HAMMAMET

Hotel**** + Riu Park

El Kebir luxusní hotel leží přímo u písčité pláže pouhé 2 km od centra Hammamet. Nabízí množství sportovních a kulturních aktivit. Je ideální pro trávení nezapomenutelné dovolené. Stravování: polopenze formou švédských stolů. Cena od 14.300 Kč



RIU PARK EL KEBIR

Stravování: polopenze formou švédských stolů. Cena od 14.300 Kč



Azur Reisen

Revoluční 17
110 00 Praha 1
tel.: 224 828 800
fax: 224 828 866
e-mail: info@azurreizen.cz
www.azurreizen.cz



Můj děda František fáral v Příbrami na Březových Horách. Také bráška maminky Václav pracoval u Rudných dolů Příbram. Nedávno se mi ozval ředitel Hornického muzea Příbram pan doktor Josef Velfl, abych napsal o muzeu. A tak jsem se opět ocitl v někdejším strejdově bytě, v němž je nyní kancelář ředitele muzea, abych jej požádal o kratičké úvodní slovo.

Rakousko-Uhersko byla prakticky střední Evropa, a tak lze říci, že téměř sto procent produkce stříbra a olova střední Evropy pocházelo koncem 19. století z tohoto relativně malého teritoria. S tím je přímo spjata existence našich nádherných technických památek. Dokonalé stavby z hlediska estetického, ale i funkčního nám závidí kolegové ze všech zahraničních hornických muzeí. O technické dokonalosti svědčí fakt, že tyto budovy a strojní zařízení zde fungovaly od 19. století do sedmdesátých let století dvacátého, přičemž nádherný parní stroj na dole Vojtěch z provenience Breiřfeld-Daněk je tou nejlepší vizitkou práce českých inženýrů, techniků a dělníků, kteří stroj vyrobili, a který pak bez poruchy pracoval od roku 1889 do roku 1978.

Tradiční řemesla a průmysl na Příbramsku

je expozice instalovaná v objektu bývalé třídníry spolu s výstavou **Hornické a hutnické stavby Příbramska na historických fotografiích**. Seznamuje s hospodářsko-společenským a kulturním vývojem od středověku do 20. století, ovlivněným dominantní hornicko-hutnickou činností, tradičními řemesly (voskařstvím, řezbářstvím, betlémářstvím, rozárnictvím, prstýnkářstvím atd.) i drobným průmyslem (výrobou poutního zboží), které přímo souvisely s existencí nedalekého chrámu na Svaté Hoře. Tento architektonický klenot českého baroka patří mezi přední poutní místa v Evropě a je zasvěcen mariánskému kultu, což ilustruje řada exponátů ve vstupní expozici muzea.

Z dějin příbramského hornictví

je název expozice umístěné v tzv. hornické cáchovně z roku 1880. Zachycuje zdejší báňskou a hutnickou činnost od pravěku až do ukončení těžebních prací. Dokumentuje exploataci historického stříbrorudného revíru i dobývání uranového ložiska po roce 1948. Mezi nejceněnější exponáty patří pravěké doklady o počátcích montánní činnosti, bronzové předměty z keltské doby, nejstarší dochovaná listina potvrzující existenci Příbrami z r. 1216, první písemný dokument o zdejší huti a dolech z r. 1311, doplněné ukázkami středověkých i novodobých hornických pracovních nástrojů, báňských uniforem apod. Nechybí ani informace o slavném montánním učilišti z roku 1849, později báňské akademii a Vysoké škole báňské. Pozoruhodné jsou materiály k největší

Hornické muzeum Příbram

je největším hornickým muzeem Česka. Je situováno v areálu ševčinské šachty, zaražené roku 1813 na místě středověkého dolu ze 16. století, v původních báňských budovách dolu Vojtěch, založeného roku 1779, a dolu Anna, který vznikl v roce 1789. Svými expozicemi vybudovanými v originálních hornických provozních a správních objektech přibližuje bohatou montánní minulost regionu.

důlní katastrofě do té doby ve světě v roce 1892 na šachtě Marii. Stranou nezůstala ani fakta týkající se úspěchů Rudných dolů Příbram a Uranových dolů Příbram. Návštěvníci zde vidí exponáty z oblasti dobývací, měřičské a záchranářské techniky i vzorky stříbrné, olovené a uranové rudy. Muzeum zde také připomíná část historie uranového hornictví, spojenou s protiprávním nasazením politických vězňů po převratu v roce 1948.

Vývoj svislé důlní dopravy na Příbramsku

je tématem další z výstav, na niž tematicky navazují **Vrtací technika příbramských dolů a Panorama březohorského rudního revíru**, instalované v atraktivním autentickém prostředí ševčinského dolu. Návštěvník zde uvidí i ústí jámy s těžní klecí. Šachetní věž z roku 1879 (Malakov) byla navržena do seznamu technických památek UNESCO. Z ochozu ševčinské věže (37 metrů) se nabízí jedinečný pohled do okolí. Do vedlejší strojovny byl umístěn vzácný důlní kompresor tuzemské výroby z roku 1928.

Unikátní mineralogicko-geologické vzorky

V někdejším správním objektu ševčinské šachty z roku 1885 jsou tematicky členěné expoziční celky s unikátními mineralogicko-geologickými vzorky z březohorského stříbrorudného revíru, uranového ložiska i z podbrdské železářské oblasti, kterým dominuje kolekce stříbrných minerálů. Jsou doplněny ukázkou starých hornických pracovních nástrojů, lojových a olejových kahanů, parádních hornických holí zvaných švancary a podomácku vyráběnými modely šachet, tzv. štuřnverky. Vše doplňuje výstava o paleontologii Příbramska.

Světové prvenství v dosažení 1000 m svislé hloubky

Na odvalu ševčinské šachty, na více než 180 m koleji, byla instalována důlní technika používaná ve druhé polovině 20. století. Je zde ale i historický žentour. Je možné odtud navštívit do původní hornické chalupy, přibližující život havířské rodiny na

přelomu 19. a 20. století a na výstavu lidového hračkářství a loutkářství, malovaného nábytku a historických pracovních nástrojů. K nejvýznamnějším exponátům se řadí parní těžní stroj z roku 1914 ve strojovně dolu Anna zaraženého v roce 1789 a šachetní budova dolu Vojtěch z roku 1870 na místě jámy hloubené od roku 1779. Prohlídka objektu je doplněna stálou výstavou věnovanou světovému prvenství v dosažení 1000 m svislé hloubky v březohorské jámě Vojtěch roku 1875. V nedaleké strojovně se nachází další unikátní parní těžní stroj z roku 1889. Z dolu Anna na důl Vojtěch mohou návštěvníci dojít 330 m dlouhou podzemní chodbou z 18. století.

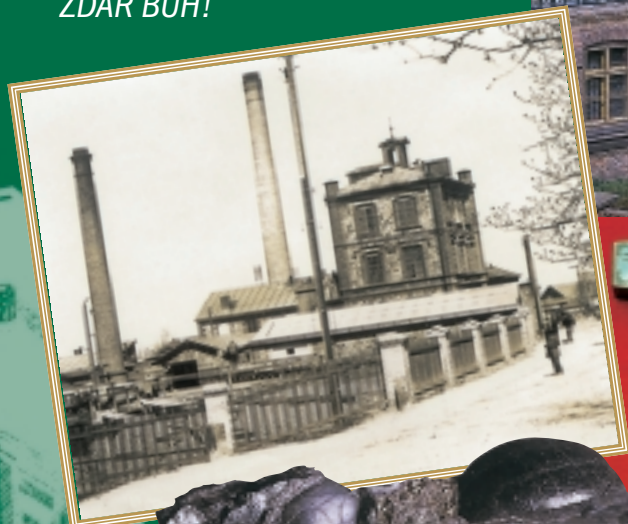
Projet se důlním vláčkem

Z cáchovny nebo z nádvoří dolu Anna lze vstoupit do podzemí a projít nebo projet důlním vláčkem 260 m dlouhou



Prokopskou štolou, která směřuje k ústí jámy Prokop z roku 1832 (1600m), jedné z nehlubších ve střední Evropě. Prohlídka končí nedaleko původní hornické hospůdky „Na Vršíčku“. Ta nabízí v příjemném stylovém prostředí restaurační služby. Návštěvníci Hornického muzea na Březových Horách mají možnost zakoupit si upomínkové předměty, minerály, šperky z drahých i ozdobných kamenů, pohlednice a publikace s hornickou a regionální tematikou apod. Pro geology (amatéry i profesionály) pořádá muzeum na odvalu Ševčinské šachty za úplatu sběr mineralogicko-geologických vzorků z části deponovaného historického odvalu dolu Lill z roku 1857.

ZDAŘ BŮH!



- **Hornické muzeum Příbram**
- náměstí Hynka Kličky 293, 261 02 Příbram VI
- tel.: 318626307, fax: 318622566
- e-mail: muzeum_pribram@volny.cz
- >> www.pb.cz/muzeum.htm

- **Otevírací doba:**
- (duben až říjen) úterý až neděle 9-17
- (listopad až březen) úterý až neděle 9-16

O hůlčičkách hnáty křivé

21.7. V devět hodin stále v mračích. Před čtyřmi roky mne obdobné počasí po tři dny drželo tady nahoře. Kolem desáté vařím obligátní porridge. O půl jedenácté se rozhoduji sbalit mokrý stan a sejít mezi normálními lidmi. V jedenáct třicet na vrcholu La Om (2239 m) zjišťuji, že mi výškoměr v hodinkách ukazuje správně – 2240 metrů nad mořem.

Prvních dvě stě výškových metrů mi mokrým svahem dolů směr refugiu Grind trvá tři čtvrtě hodiny. O hůlčičkách (hnáty křivé) se belhám po šutrácích, suti, hlíně a trávě a nejsem s to určit, co klouže méně. Kolenní klouby už zase bolí jako blázen.

Do krasového kaňonu

Na refugiu Grind (1620) ve 13.10 obědvám poslední kousek loveckého salámu s česnekem.



Cestou fotím skupinky lezců, pro něž vzdorovat gravitaci je výzvou, kolmé i lehce převísle stěny sportovním náčiním i společenskou zábavou.

Ovidiu marně

V Zarnešti tipuji hospodu, do níž si pak zajdu. Nakukuji do obchodáčku a marně se po obchůdkách poptávám po Ovidiu. Přemýšlím, za co utratím svůj milión tři sta tisíc peněz. Klukům asi koupím autíčka a sobě brandy. A bude. Na nádraží opisují, v kolik mi jedou vlaky do Brašova. Pak mne přepadla chuť na pivo. Žádná

dva chlapi s klučinou. Poklekají a křížují se u kamenného kříže. Vnučuji jim poslední Marlboroky a svíčky, které jsem s sebou celou dobu zbytečně vláčel. Na otázku v jejich očích: „Proč?“ naznačuji, že letos s Rumunskem končím. Za chvíli již blaženě kouří mé dvojnásob drahé české kutnohorské ameriky.

Nebylo by mi lépe ve smršti blesků?

V Zarnešti zacházím do penzionu Moserel, kde trávím poslední noc před odjezdem. Je blízko nádraží. Má slušnou úroveň. Nábytek v masivu, tlusté koberce, mramorové schodiště. V luxusně zařízené koupelně několikrát sobě páchám očistu horkou vodou. Pak čuším z verandy na nedaleké pohoří Bucegi a vychutnávám vynikající brandy Alexandros, zatímco mi schne stan, větrá spacák a péřová vesta. Poté se vydávám na nákupy.

23.7. Ráno po snídani nasedám do osobáčku do Brašova a zpátky do tenat civilizace. No, nebylo by mi přeci jenom lépe ve smršti blesků a v orkánu vzdorující gemiche?

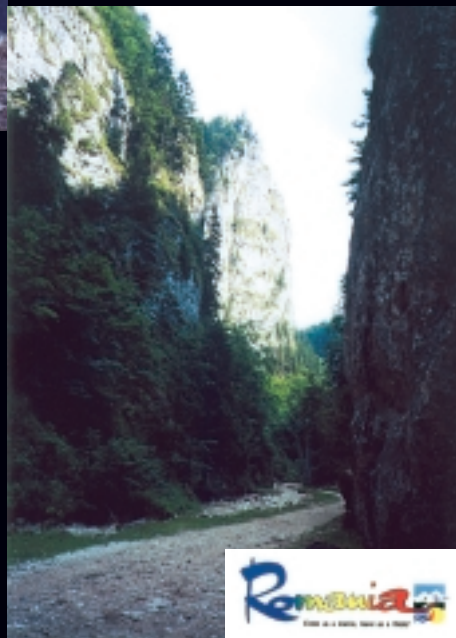
Mračna, mračna, mračna. Piatra Craiului je od nějakých 1960 metrů výš stále v mračích. Na pěšině ze Zarnešti značené červeným křížem potkávám čtyři Čechy. Chtějí přejít La Om a pokračovat na Fagaraš. Konzultuji se mnou taktiku. Přes pastviny pokračují dolů. Postupují kolem stády rozbahněných cest. Sbírám houby. Dostávám se na silnici a po ní do obrovského krasového komplexu.



z hospod (a že jich mívám) mi není dost dobrá. Že na tomhle konci Zarnešti už žádnou nenajdu, jsem si uvědomil až za městem na silnici směr Plaiul Foi. Uvažuji, že si ještě naposled vyběhnu nahoru na Piatra Craiului s tím, že bych mohl bydlet v sedle, z něhož jsem před čtyřmi roky mířil na refugiu Ascul. Stan ale stavím dole u bystřiny na rozcestí modré a žluté značky. Vařím houbovou polévku a houbami vylepšené rizoto.

Poslední dvojnásob drahé kutnohorské

22.7. Probouzím se kolem šesté. Prší. Kolem osmé poprchává. V devět mezi poprcháváním a pršením vařím svůj poslední rumunský porridge. Čekám na sluníčko. Kolem jedenácté jdu kolem



Rumunské magistrále

7