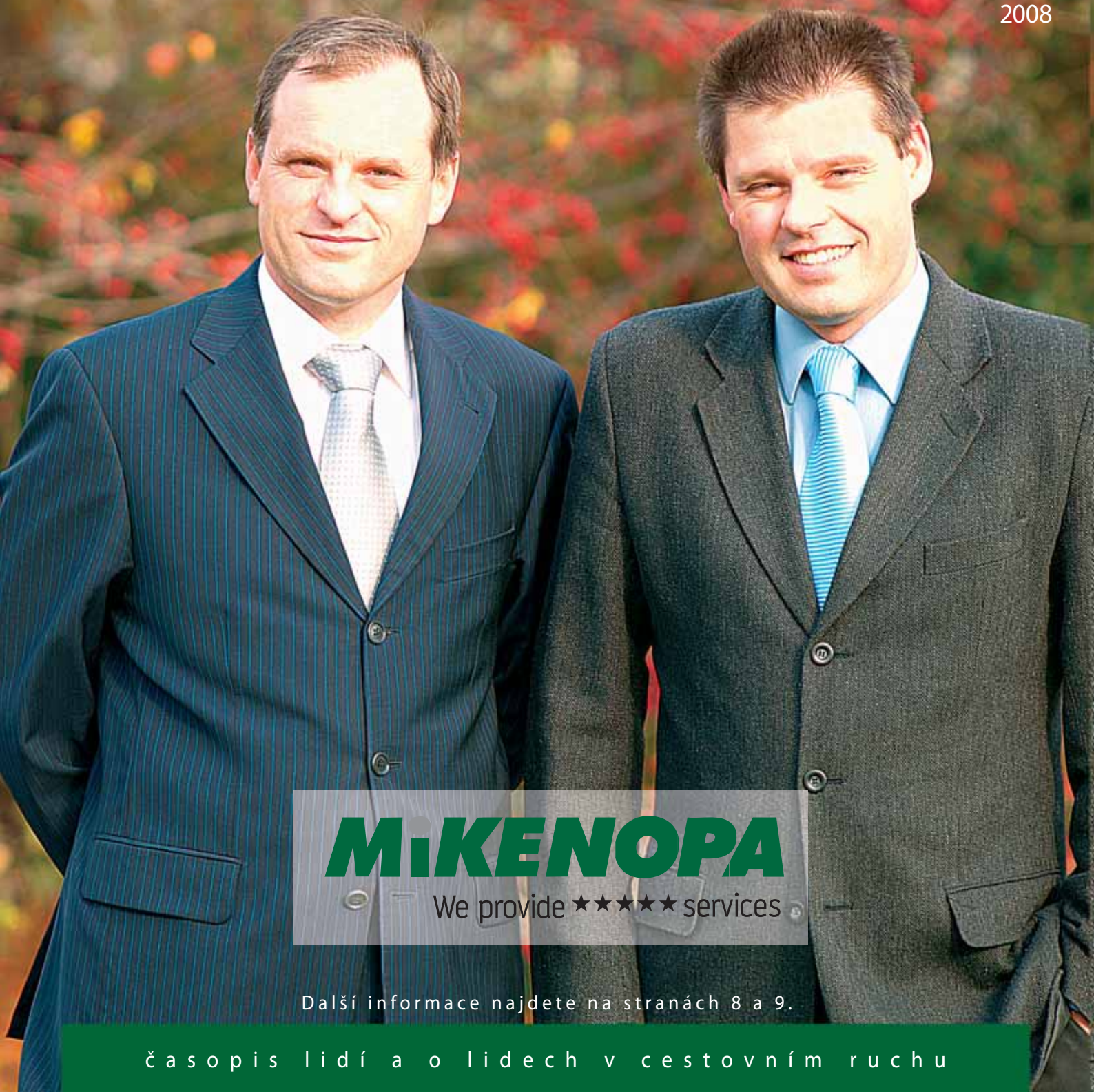


www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

deváté
vydání
2008



MIKENOPA

We provide ★★★★★ services

Další informace najdete na stranách 8 a 9.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu



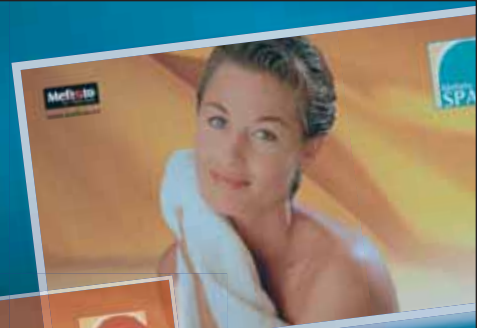
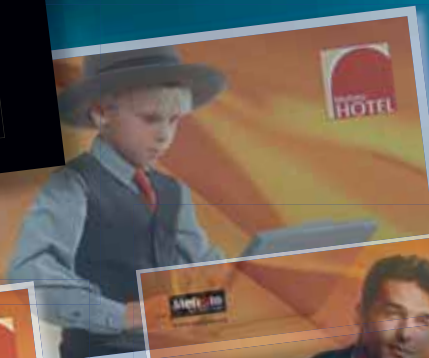
*hotelové odívání,
partner úspěšných*



**GARANTOVANÝ
DODAVATEL**

SONIA, spol. s r.o.

B. Němcové 371, 542 01 Žacléř, tel.: 499 876 177, fax: 499 876 047
e-mail: sonia@hotelove-odivani.cz, www.hotelove-odivani.cz



Co očekáváte od svého hotelového softwaru? Profesionální a funkční řešení:

- **R**ecepce a rezervace
- **O**n-line web rezervace
- **R**ezervace a správa konferencí
- **E**fektivní komunikace s klienty
- **R**ezervace parkování pro hosty
- **P**lné napojení kartových systémů
- **I**ntegrace hotelových periferií
- **R**ezervace a správa sportovišť
- **O**n-line aktualizace kurzů
- **S**měnárna
- **D**robný prodej v recepci
- **P**rodej v cizích měnách
- **P**okladní systém
- **S**kladové hospodářství

- **R**eceptury a rauty
- **C**entralizace pro síť hotelů
- **V**ěrnostní systém
- **D**ynamická cenotvorba
- **S**práva provizí pro CK
- **A**nalýza nákupu od dodavatelů
- **M**anažerské podklady
- **N**apojení na on-line distribuční kanály
- **V**zdálený přístup přes internet
- **U**závěrky bez omezení provozu
- **E**konomické vyhodnocení provozu
- **I**nteligentní správa uživatelských práv

☒ **zaškrtněte modul, který schází
Vašemu hotelovému softwaru**

**Po vyplnění a odeslání
dotazníku získáte slevu**

25 %

**při nákupu
produktů společnosti
MEFISTO Software, a.s.**

sleva na nákup softwaru Mefisto platí do
31. 3. 2009

MEFISTO SOFTWARE, a.s.
U Továren 770/1b
102 00 Praha 10

telefon: +420 284 811 213
fax: +420 284 811 214
E-mail: mefisto@mefisto.cz

formulář můžete vyplnit také na:

www.mefisto.cz



Zahajovací party 50. Mezinárodního strojírenského veletrhu



Za účasti prezidenta České republiky profesora Václava Klause byl na brněnském výstavišti 15. září zahájen jubilejní padesátý mezinárodní strojírenský veletrh a šestý mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů. Jedním ze sponzorů MSV noční party a jeho catererem byl Best Western Hotel International Brno, jehož generálního ředitele JUDr. Radima Bartoňka jsem požádal o vyjádření.

Je to velká akce pro zhruba osm set padesát lidí. Pro akciovou společnost Veletrhy Brno děláme v letošním roce již podruhé. Veletrhy Brno jsou jedním z našich největších obchodních partnerů. Z naší strany je to další z kroků směřující k dlouhodobému strategickému partnerství. Rád bych ještě zmínil, že jsme nesmírně rádi, že opět můžeme pohostit i pana prezidenta Václava Klause. Je to už potřetí, kdy cateringově zajišťujeme akci, jíž se účastní hlava našeho státu. Pevně doufám, že se rád vrátí do Brna a že na tom má svůj podíl i catering Best Western Hotelu International Brno ■

www.hotelinternational.cz

www.bvv.cz



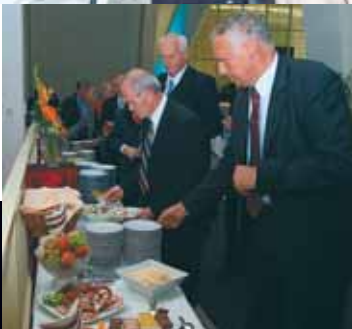
Hotel International Brno

A new Standard of Excellence

BVV



Veletrhy
Brno



Hledím tedy sobě na ně ostřeji a spatřím nejprv, že všech každý v houfu mezi jinými chodě, larvu¹ na tváři nosí, odejda pak, kde by sám neb mezi sobě rovnými byl, ji smyká²; a do houfu jíti máje, zase připíná. I zeptám se, co to znamená? Odpověděl mi: „To jest, synu milý, lidská opatrnost, aby se ne všechněm každý, co jest, zjevoval. Sám u sebe může člověk býti, jakýž jest, před lidmi pak lidsky se ukazovati a věcem svým tvárnost³ dávati sluší.“ Takž mi se chut udělá, abych pilněji, jací pak bez toho uličného přikrytí jsou, pohleděl.

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

¹ škabošku ² snímá ³ pěkně vzezření



To jest, synu milý, lidská opatrnost, aby se ne všechněm každý, co jest, zjevoval



Hotelnictví je sice páteří cestovního ruchu, ale, obdobně jako ostatní odvětví exportního charakteru, lámanou posilující českou korunu. A ačkoliv je u zavedených demokracií permanentní dosvětavytrubování státního zřízení faux pas, prosazování jména „Česká republika“ je předpokladem, aby na historických územích Slezského velkoknížectví, Moravského markrabství a Českého království bylo možné generovat co nejvíce spotřebitelů odjinud, tj. zahraničních politiků, byznysmenů, sportovců, investorů, turistů, účastníků kongresů atd. a jejich výdajů / našich příjmů – zahraničního inkasa. Pro prosperitu obyvatel Česka by však bylo určitě přínosnější, aby stát

přestal potápět svůj zahraniční obchod a exportéry, než jen neustále kdekomu avizoval, že jsme republikou. Byť z opatrnosti, aby někdo naše zřízení neviděl jinak.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

všudybyl

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Botanická 24, 602 00 Brno,
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Grasp CZ, a.s.

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

Registrace: MK ČR E 10797

Vychází v nákladu 10 000 ks.

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

4 Za účasti prezidenta



6 Středobodem veřejného života

Obecní dům

7 Czech Luxury Collection



7 Nejlepším hotelem roku 2008



8 Špičkou v hotelovém byznysu



10 CPI Hotels s hrdostí



11 Hotel Adria má Ekoznačku



11 Lavičky ve Františkánské zahradě



12 Hotely, které Sonia obléká



14 Spojením kongresů, hotelu a léčení



16 Na prvním až třetím místě na světě



18 Aby pro každého bylo prestiží



20 Exportní klub Ligy pro cestovní ruch



22 Imatrikulace v Betlémské kapli



24 Patnácté výročí



26 Ohlídat oběh peněz v hotelu



28 Špotáková a EuroAgentur zlatou



29 Půlstoletý Roman Vacho



30 Širokou mezinárodní veřejnost



32 Roadshow



32 Kempinski Hybernská Prague



32 Gottschling ředitelkou Moráně



32 Amber Interier do mlýna



33 Slavnostní imatrikulace



33 Cena časopisu Všudybyl



33 Novoměstský pivovar



34 V jedné z nejčistších oblastí



36 Zájezdy za sportem



35 Všechno má své hranice



OLYMPUS

Vale Představy. Nale Budoucnost

Všudybyl fotí
zrcadlovkou
OLYMPUS E-3

28. říjen 1918 aneb

Je signifikantní, že Obecní dům byl středobodem veřejného života

S předsedou představenstva akciové společnosti Obecní dům, a.s. Mgr. Bohumilem Černým se setkáváme v Obecním domě v Praze, v němž byla 28. října 1918 vyhlášena Republika československá a poté zde zasedal i její první parlament.



Mgr. Bohumil Černý

? Pane předsedo, kdo nemá povědomí o tom, odkud vzešel, málokdy ví, kam směřuje a jaké chyby by neměl opakovat.

! Obecní dům vždycky zasazuje do kontextu doby a místa. Např. jak působil, měl a má vliv na formování vkusu Pražanů.

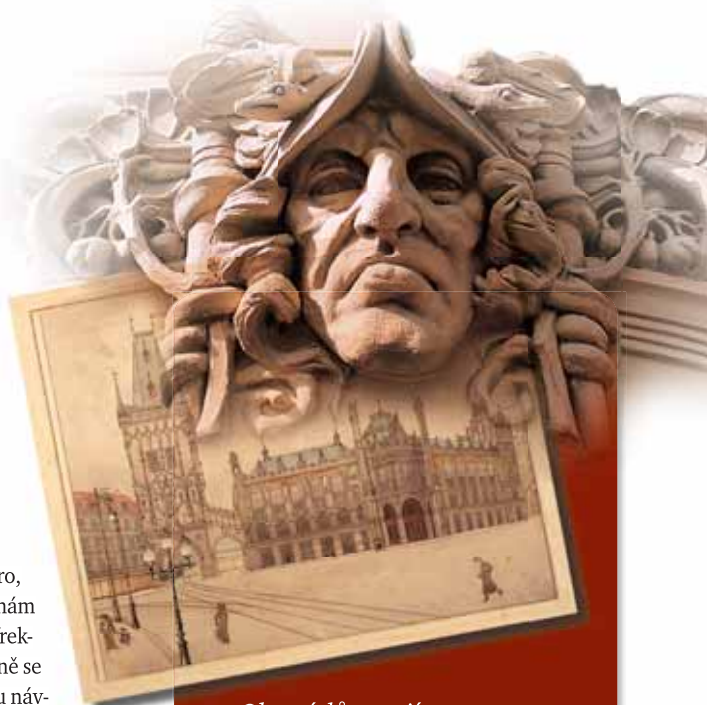
nů. Je historickou daností, že tak významný akt, jako bylo vyhlášení samostatnosti Československa, byl učiněn v místě sídla českých králů. Na protipólu Pražského hradu v Králově dvoře, byť už jej tu připomíná pouze název jedné z ulic. Byla-li to náhoda nebo působí-li zde nějaké síločáry, čemuž jako historik nemohu přikládat relevantní význam, ta shoda okolností se mi líbí. Je signifikantní, že zrovna v Obecním domě, který byl středobodem veřejného života pražské, potažmo české společnosti, se scházely hlavy tehdejšího hnutí, vyjadřující touhu po samostatnosti českého národa. Datum vyhlášení Republiky československé nebylo nijak dáno. Že by se tehdejší představitelé veřejného života s předstihem dohodli na 28. říjnu, to asi ne. Byla tou dobou v Obecním domě a snažili se nějak zformulovat vyhlášení samostatnosti. Pokud totiž na jejich konání pohlédneme v širších dějinných souvislostech, bylo velmi otevřenou otázkou, jak bude Rakousko-Uhersko reagovat na návrhy mocností Dohody a jak dopadne Wilsonův plán. A když se všechny tyto okolnosti začaly projasňovat a kodifikovat, oním přelomovým dnem se stal 28. říjen 1918.

? Ale i současnost Obecního domu je nabitá událostmi...

! Naše akciová společnost je nájemcem a správcem Obecního domu, vlastníkem je hlavní město Praha. Máme za povinnost, kromě jiného, jej dále dlouhodobě nebo krátkodobě pronajímat. Je vždy dluhu diskutovat, co se zde má odehrávat. Koncertní činnost Symfonického orchestru hlavního města

Prahy FOK nebo festival Pražské jaro, ty jsou jasné. Ty sem patří. Jestli k nám ale patří módní přehlídky a v jaké frekvenci? To je na diskuzi. Ale rozhodně se setkávají se zájmem a mívají velkou návštěvnost. Stejně zajímavá věc pro mě je, když srovnávám minulé desetiletí, kdy se v Obecním domě odehrávaly velké tematické výstavy, k nimž vycházely výpravné publikace, se současností. Jedna z posledních výstav předchozího období, jež nesla název „Dekadence“, nejenže se u nás v Praze setkala s velkým úspěchem, obdobně jako výstava „Secese v Chorvatsku“, ale bude v průběhu našeho předsednictví Evropské unii trvale instalována v Bruselu. Obecní dům Praha – kde byla vyhlášena naše republika a potom Brusel – kde byla vyhlášena naše unie (myslím samozřejmě Evropskou). Proč ne? Nakonec Brusel je kolébku secese, takže to má i další historické souvislosti. Teď přišla doba, kdy se dramaturgie Obecního domu změnila. Nejsou zde mohutné a nákladné výstavy, ale spíše akce komornější. A to i svými tématy a názvy. Zato velké návštěvnosti. Např. výstava „Josef Lada (1887–1957)“, která začala před rokem a trvala přes celé vánoční období až téměř do jara letošního roku. Přitáhla tolik návštěvníků jako žádná jiná. Rád jsem se na ni chočil kochat skladbou návštěvníků. Hojně to byly rodiny s dětmi, školní výpravy a dokonce i školky si rezervovaly časy, aby mohly přijít. Předškolní a školní děti se prostřednictvím výstavy Josefa Lada seznámily nejen s jeho dílem. Vedle jeho tvorby poznávaly i Obecní dům – pro české dějiny významný historický objekt. Některé z dětí si pak možná po letech v souvislosti s místem vyhlášení samostatnosti Československa řeknou: „Aha, tam jsem byl na Ladovi.“

Minulý týden jsme zahajovali výstavu „Bimba – příběh zapomenutého malíře Bohumila Konečného“. Tvořil za první republiky, za německé okupace i za socialismu. Měl všeobecně známý rukopis. Jen téměř nikdo si jeho obrázky a ilustrace nedokázal autorsky propojit. Tedy, že ilustrace Foglarovek, předválečné reklamy i socialistické budovatelé jsou z dílny jednoho tvůrce. Proto výstava Bohumila Konečného mnohým „otevřela oči“. Očekávám, že v Obecním domě bude obdobná skladba návštěvníků, jako když Bimbova výstava byla v Plzni, kde začínala. Tedy i dámy a pánové v letech – skauti a trenažéři, kteří Bimbu zažili. Dál by se u nás možná mohla objevit výstava Káji Saudka. Ale



Obecní dům stojí na trase tzv. Královské cesty, kterou procházely korunovační průvody českých králů. Na jeho místě totiž stávalo jejich sídlo, Králův dvůr, které tu v letech 1380–1383 nechal postavit Václav IV. Po něm v něm přebývali Zikmund Lucemburský, Albrecht II. Rakouský, Ladislav Pohrobek, Jiří z Poděbrad a Vladislav Jagellonský. Dnes tento královský palác připomínají jen název přilehlé ulice Královské a honosná výzdoba Prašné brány v Celetné ulici. Rovněž následník rezidence českých panovníků se dvakrát výrazně zapsal do historie naší státnosti. 28. října 1918 vyhlášením samostatnosti Československa a v listopadu 1989, kdy zde v Obecním domě proběhla první oficiální jednání tehdejší československé vlády s představiteli Občanského fóra.

nechci tvrdit, že zde budeme mít výhradně tento žánr. Je to jedna z možných linií. Co se týče dalších výstav, pravděpodobně půjdeme jinou cestou.

? V posledních letech se Obecní dům daleko víc otvírá veřejnosti.

! Ano, máme zde několik prostor, např. kulečnickové herny nebo některé salonky, jako např. „Pánský klub“ nebo „Český klub“, které sloužily jako depozitáře. Ty nyní zpřístupňujeme veřejnosti. Budou v nich stále výstavy, pravděpodobně včetně instalace repliky korunovačních klenotů a expozice mincí z drahých kovů. Ale nebude to odborně zaměřená numismatická záležitost ale, spíše expozice cílená na laickou veřejnost mapující historii státu promítanou do mincí. ■

www.obecni-dum.cz

Obecní dům

Czech Luxury Collection

Fakhraddin Mirzoev společnost Terma Travel založil v roce 1997. Dnes je jednou z dominantních českých incomingových touroperátorů. Její obrat v roce 2007 byl 1150 mil. Kč a bylo jej dosaženo více než 50% meziročním nárůstem proti roku 2006. V takto nastoupené cestě Terma Travel pokračuje i letos.



Fakhraddin Mirzoev

? Pane Mirzoeve, chystáte projekt zaměřený výhradně na luxusní cestování.

! Ano, už vzhledem k tomu, že naše orientace na luxusní turismus zatím zůstává poněkud ve stínu „kvantitativních“ úspěchů. A to vzdor tomu, že už nyní 17 % všech našich klientů (přes pět tisíc ročně), ubytováváme v pětihvězdičkových hotelích. Tento segment jsme se jako první v Česku rozhodli oslovit komplexně a nechali si od společnosti AXOS hotel & spa management vypracovat studii a následně i kompletní projekt nazvaný „Czech Luxury Collection“.

? Projekt Czech Luxury Collection je zaměřen výhradně na klientelu, kterou lze nazvat jako „Top VIP“.

! Primárně v něm šlo o vytvoření samostatného produktu, který bude od „A“ do „Z“ orientovaný výlučně na tuto klientelu, a po všech směrech luxusní služby. V rámci tohoto produktu budeme nabízet ubytování, hotelové a lázeňské služby ve vybraných pětihvězdičkových hotelích a mnoho dalších služeb na VIP úrovni. VIP klient bude mít jistotu, že každá služba, která bude součástí objednaného balíčku, bude skutečně top a přinese mu očekávaný požitek. Jen namátkou. V rámci Czech Luxury Collection budou letenky automaticky business class. Stejně jako VIP salonek na letišti. Individuální transfery limuzínou Mercedes S class. Individuální exkurze. Automatický early check-in a late check-out. Osobní uvítání generálním manažerem hotelu, luxusní dárek apod. Z logiky věci vyplývá, že v nabídce budou jen pokoje v nejlepších hotelích v Česku, splňující nejnáročnější kritéria. První rok tohoto projektu chceme začít se sedmi až deseti hotely.

? Jste si jist dostatečným zájmem klientů?

! Vozíme do Česka na čtyřicet tisíc klientů ročně, zejména z území Společenství nezávislých států, a máme velmi dobře zmapovaný trh. Jsme přesvědčeni, že právě takovýto projekt pomůže akcelarovat incoming v top luxusním segmentu, v oblasti skutečných VIP osobností. Ty budeme, společně s partnerskými hotely, projektem Czech Luxury Collection systematicky přesvědčovat, že pokud se rozhodnou přijet do České republiky, jsme schopni jim garantovat všechny služby spojené s cestovním ruchem na nejvyšší světové úrovni. ■

www.terma-travel.cz

www.axxos.cz



WORLDHOTELS je nejdéle existující celosvětová skupina pro nezávislé hotely a regionální hotelové značky se sídlem v Evropě. Silný důraz klade na objekty s osobitou atmosférou a proslulostí. Má téměř pět set přičleněných objektů ve více než třech stech destinacích v sedmdesáti zemích světa. Pod sloganem „Jedinečné hotely pro jedinečné lidi“ nabízí cestujícím obchodníkům i turistům široký výběr individuálních ubytovacích možností ve třech odlišných kolekcích: Deluxe, First Class a Comfort.



Grand Hotel Bohemia nejlepším hotelem roku 2008

WORLDHOTELS ve Stockholmu podruhé uděloval „Performing Excellence Awards“ (Cenu za dokonalost vystupování). Vedoucí skupina nezávislých hotelů vyznamenala své členy v regionech Evropa, Střední východ a Afrika (EMEA); Asie Pacifik; a Severní a Jižní Amerika a další špičkové hotely po celém světě. Ocenění pro celosvětového vítěze a jedničku v regionu Evropa, Střední východ a Afrika převzal generální ředitel pražského luxusního pětihvězdičkového Grand Hotelu Bohemia pan Petr Beránek. Druhý se umístil Hotel de France ve Vídni, Lindner Grand Hotel Beau Rivage ve švýcarském Interlaken byl třetí. Vítězem v regionu Asie Pacifik je Eaton Hotel Hong Kong. Druhá a třetí místa náleží čínským StarWorld Hotel & Casino v Macau a Metropark Causeway Bay Hong Kong. Na americkém kontinentu se dostalo společného ocenění nejlepším hotelům Westminster v Livingstonu v New Jersey a Hotelu Graves 601 v Minneapolis. Baltimorské hotely Tremont Park Hotel a Tremont Plaza Hotel se umístily na druhém a třetím místě. Vystupování členů WORLDHOTELS je měřeno každoročními testy vedenými IFH AG, konzultační společností, která se specializuje na nezávislá hodnocení a měřítka kvality vystupování v hotelích po celém světě. Anonymní inspektoři hodnotí každý hotel až v sedm-



GRAND HOTEL BOHEMIA

nácti stech různých kritériích. Důkladně testují každý detail. Zařízení pokojů, vybavení koupelen, lázní, kvalitu restaurace, úroveň služeb personálu a jeho osobní dovednosti. „Performing Excellence Program“ výrazně přispívá k soustavné optimalizaci standardů kvality ve všech rezidenčních objektech WORLDHOTELS. Letošní akce byla sponzorována luxusním klubem Ultimate Escapes. ■

www.worldhotels.com

Špičkou mezi systémovými integrátory informačních technologií v hotelovém byznysu

? S Milanem Hanušem, ředitelem pro business development, a Miroslavem Hanušem, generálním ředitelem společnosti Mikenopa, a.s., se setkávám v souvislosti s připravovaným hotelovým vydáním Všudybylu. Pánové, jak vznikla Mikenopa?

! Na začátku byl projekt dvou bratrů, k němuž záhy přibyli další tři partneři. Firma vznikla v létě 2001 jako dodavatel zařízení pro připojení na vysokorychlostní internet.

Hned od začátku jsme zkoušeli celou řadu samostatných projektů, které souvisely s internetem, jedním z nich byl například první operátor internetové telefonie Fayn. A dalším takovým projektem – systémem vysokorychlostního internetu pro hotelové hosty – jsme v roce 2002 vstoupili do světa hotelů. Záhy jsme zjistili, že svět hotelů klade na dodavatele zcela jiné požadavky, než jsme znali ze světa IT. Že klienta až tak nezajímají informační technologie, ale to, co je nad nimi, zajištění funkcí, kvůli kterým jsou zaváděny.

? O tom, že reprezentujete špičku mezi systémovými integrátory informačních technologií, svědčí vaše realizace v Clarion Congress Hotel Prague****, který je jedním z nejlépe technologicky vybavených kongresových hotelů u nás.

! Ano, je to tak. Vysočanský Clarion byl určitě prubířským kamenem pro všechny zúčastněné dodavatele, vždyť hotel podobné velikosti se v Praze neotevíral snad patnáct let! Nicméně nové technologie se nezadržitelně valí do Prahy obrovským tempem. Nyní se připravujeme na instalaci technologicky nejvyspělejšího

hotelu v Praze, kterým bude od listopadu pražský Budha Bar Hotel. Nepřeháníme – v tomto hotelu bude k vidění skutečně to nejlepší, co je na této planetě v hotelových technologiích k mání.

Mikenopa se stala pro developery hotelů partnerem, který je schopen pomoci od ideového návrhu hotelu přes konzultace při výběru nejrůznějších technologií, spolupráce na tvorbě projektové dokumentace až po vlastní insta-

Mikenopa a.s.

je systémovým integrátorem a specializovaným dodavatelem špičkových informačních technologií a služeb pro hotely, business centra a speciální rezidenční projekty. Je významným hráčem na trhu uzavřených areálů. Působí v řadě zemí světa. Kromě Česka a Slovenska má své pobočky v Ruské federaci, Rumunsku a Řecku. Jí realizované systémy a služby přinášejí provozovatelům další příjmy a výrazné provozní úspory.

Provozovatelům hotelů poskytuje tyto systémy:

Vysokorychlostní internet pro hosty
Již šest let polovina českých pěťhvězdičkových hotelů používá systém Fast@Friendly Internet Access® od Mikenopy. Jde o systém dávající hostovi možnost kombinovat připojení kabelem nebo bezdrátově (Wi-Fi) s možnostmi volby garantované rychlosti a případného zpoplatnění.

HotelPrint:

Jde o službu navazující na vysokorychlostní internet. Systém umožňuje bezpečný tisk v hotelové síti. Každý tiskový soubor je chráněn individuálním PINem hosta a vytiskne se teprve po aktivaci PINu.

Integrovaný systém „zábavy na pokoji“ (In-Room Entertainment)

Zábava na pokoji dnes už zdaleka není jen sledování televizních pořadů.

Moderní systém zábavy na pokoji umožní sledovat až několik stovek mezinárodních TV kanálů. Dále nabízí knihovnu digitálních filmů čítajících – dle volby hotelů – od 50 titulů až po jeden tisíc filmů formou Video On Demand.

Na to navazuje interaktivní sekce Hotel Services, kde si host může zmáčknutím tlačítka dálkového ovládání objednat například snídani na pokoj nebo třeba masáž.

A dále systém nabízí hry, informace o destinaci, internet na TV obrazovce. Novinkou jsou filmy v kvalitě vysokého rozlišení (High Definition) nebo možnost připojit k hotelové TV svoji vlastní digitální kameru, DVD přehrávač, notebook či iPod a prohlížet si na TV svůj vlastní obsah.

Digital Signage

V moderních hotelích získávají systémy digital signage značnou oblibu. Systém DigiPanels® od Mikenopy si hoteliéři oblíbili pro jeho variabilitu velikosti systému, úpravy na míru hotelu, řešení neobvyklých požadavků a kvalitní lokální support.



IP telefonie

Systém telefonie postavený na IP protokolu umožňuje – vedle klasického telefonování – celou řadu neklasických služeb – Group Messaging (informace jen pro vybrané skupiny), Group Wake Up (probouzení celé skupiny hostů v určitý čas), informace o odletech letadel, vlastní hlasovou schránku apod. Jazyk ovládání telefonu se automaticky nastavuje podle národnosti, kterou host uvede při ubytování tj. check-in.

Automatické minibary

Minibary, jakožto ledničky na pokoji, které umožní hostu i půlnoční osvěžení, prošly významnou technologickou inovací. V pojetí automatických minibarů jde o systém, kdy senzory uvnitř ledničky samy hlásí spotřebu hosta a poskytují rovněž řadu provozních výhod. Například, že obsluha nemusí obcházet všechny pokoje s plným sortimentem, ale navštěvuje jen ty pokoje, kde došlo ke spotřebě.

Audio a video pro meeting roomy

Mikenopa navrhuje a dodává kompletní zvukové aparatury a zobrazovací systémy pro jednací místnosti a konferenční centra, včetně hlavních integrovaných ovládacích panelů. Realizace jsou od malých jednacích místností až po sál pro 2 000 účastníků.

Developerům a provozovatelům hotelů nabízí:

Service & Maintenance systémů

Ke všem dodávaným systémům Mikenopa poskytuje služby servisu a údržby zahrnující (v závislosti na typu kontraktu): pravidelnou diagnostiku stavu systému, trvalý monitoring; pravidelnou údržbu, update a předcházení problémům; rychlou reakční dobu na vzniklý problém (dle typu smlouvy: od 6 hod. do 24 hod.); hot swap výměnu klíčových prvků systému za servisní produkt; pomoc a zásah na místě aj.

Hot-Line 24×7

Služba telefonické podpory funguje v režimu 24×7 česky, rusky, anglicky, a to nejen pro vybrané IT manažery hotelů, ale v některých případech i přímo pro hotelové hosty!

Outsourcingové služby

V řadě předních hotelů figurují pracovníci Mikenopy jako outsourcingová dodavatelé konkrétních služeb pro hotelové hosty. Mezi hlavními klienty těchto služeb jsou oba pražské Hiltony, všechny české hotelové skupiny Marriott International, Clarion Congress Hotel Prague, InterContinental Athens, Hilton Athens a další.

Komplexní dodávka

Hoteloví developři oceňují možnost spolupracovat s Mikenopou od okamžiku ideového návrhu přes návrh technologií, zpracování příslušného projektu až po vlastní realizaci.

laci a projektový management instalace a konfigurace všech dodávaných systémů. Po realizaci společnost zajišťuje specializované servisy všech systémů. Víte, tak, jak technologie postupují, jsme svědky trendu, kdy se dílčí samostatné hotelové systémy integrují do několika málo logických celků, které nabízejí vyšší stupeň komfortu hosta. Proto trvale sledujeme technologické trendy, které definují nejagilnější světové řetězce zejména na americkém trhu; zde jmenujeme především Marriott International, Hilton International, Mandarin Oriental. Dává nám to určitý nadhled, protože víme, kam vývoj směřuje v Evropě a s jistým zpožděním i na trzích v Česku, na Slovensku, v Řecku, Rumunsku a Rusku. To nejprogresivnější, co se v naší branži děje v Česku i na Slovensku, je z devadesáti procent následování trendů přicházejících ze Spojených států amerických. Ale musíme dodat, že toto zpoždění v zavádění nejnovějších trendů se zkracuje na jednotky měsíců, v některých případech – Budha Bar Praha – dokonce týdnů.

? Když jsem koncem minulého tisíciletí v interview „Prostředník, který nebude přidávat hodnotu – zmizí“ hovořil s Janem Mühlfeitem, dnes viceprezidentem pro Evropu společnosti Microsoft Corporation, mj. řekl: „Informační technologie vytváří hřiště a předepisují pravidla byznysu pro příští tisíciletí.“

! A už jsme v něm. Ani ne deset let od vašeho rozhovoru informační technologie bezesporu pravidla byznysu předepisují a od izolovaných systémů směřují do integrovaných celků, což je přesně to, čím, se Mikenopa zabývá. Ano, jsme integrátorem funkčně spojených systémů, a v tomto ohledu se díváme dopředu a hledáme, jak ještě lépe dosáhnout funkčních synergií z propojení jednotlivých systémů. Např. v Clarionu jsme umožnili, aby host sledoval průběh své konference z pohodlí hotelového pokoje na obrazovce hotelové televize.

? Jedna věc jsou trendy a technologie a druhá zohlednění místních zvyklostí. Podnikáte nejen na Slovensku a v Česku...

! Ano, to je jeden s aspektů, na kte-

rý bereme velký zřetel. V každé zemi je hotelový trh jinak utvářen, je v jiné fázi vývoje a samozřejmě se do hotelnictví v dané zemi nesmírným způsobem promítá lokální kultura, tradice a dokonce i nedávná historie.

Proto v místě, kde chceme dlouhodobě působit, zakládáme lokální pobočku s místními lidmi, ať už v řeckých Athénách, v Rumunsku v Bukurešti a v Ruské federaci v Moskvě. U služeb lidem by bylo zásadní chybou opomíjet vliv tradic a kultury. Není to tedy „jen“ o dodávkách integrovaných systémů a jejich odborném servisu, ale také o uživatelském komfortu vycházejícím z místní kultury, ale respektující i mezinárodní standardy daného hotelu. Ve vybraných hotelích fungujeme kupříkladu jako outsourcovaný partner na obsluhu konferencí. Typicky v pražských Hiltonech a Marriottu, kde takto působíme již pět let. V athénské Hiltonu a InterContinentalu jsme již druhým rokem. Lidé, kteří vám všude tam se sítěmi a Internetem pomohou, jsou lidé z Mikenopy.

Nyní se snažíme oslovit nadnárodní hotelové řetězce a mezinárodní developery, kterým může přijít vhod naše nadnárodní působení. Např. významnou slovenskou finanční skupinu J&T, která ze Slovenska expanduje nejen do Česka, ale i do Ruska. Tedy, pokud se nám dobře spolupracovalo na Slovensku, proč bychom nepokračovali na jejich projektech v Česku nebo třeba v Ruské federaci? V našem byznysu proto hledáme nejen ukotvení na daném lokálním trhu, ale i nadnárodní partnery, a v rámci Evropy je jednoznačně vidíme.

? Co segmenty mimo hotelnictví?

! Z hlediska toho, co nabízíme, jsou v České republice aktuální např. business centra. Jestliže jsme schopni dělat to, co realizujeme v hotelích, můžeme naprosto sebevědomě přijít a navrhnout business centrum. V západní Evropě do segmentu Hospitality zahrnují i nemocnice, lázeňské domy, sanatoria, domovy důchodců atd. To je další oblast, která v Česku a na Slovensku půjde nahoru. Očekáváme rostoucí požadavky na kvalitu poskytovaných služeb, a bude to také pro nás velká příležitost. ■

www.mikenopa.com

MIKENOPA

We provide ★★★★★ services



CPI Hotels s hrdostí



Jan Kratina

? S předsedou představenstva a generálním ředitelem CPI Hotels, a.s. Janem Kratinou jsem dělal poslední interview při pří-

ležitosti slavnostního otevření Clarion Congress Hotel Prague**** v Praze – Vysočanech 12. března 2008. Od té doby se hotelový řetězec CPI Hotels opět rozrostl a pokračuje ve strategii expandovat do krajských měst České republiky.

! Ano, v nedávné době nám přibýly další hotely: Černigov v Hradci Králové a v Českých Budějovicích hotel Gomel. Jsou to hotelová zařízení, která v daných krajských metropolích dominují nejen velikostí, ale také portfoliem služeb, u nichž se snoubí konferenční zázemí s velkou ubytovací kapacitou a gastronomickými středisky. Vždy jde o stejnou kategorii hotelů, a v komplexním pojetí o jedničku daného města. To, že jsme tyto hotely vzali pod svá křídla, samozřejmě není poslední krok, který CPI Hotels učinila. Na základě strategie přivést značku Clarion, čtyřhvězdičkový standard hotelů do krajských měst, budeme v akvizicích pokračovat. První krok - začlenění zmíněných hotelů pod správu CPI Hotels, a.s., už jsme uskutečnili. V tuto chvíli jsou v daných hotelích implementovány standardy CPI Hotels a připravujeme projekty na

jejich renovaci pro standard čtyř hvězd Clarion. Úzce přitom spolupracujeme s mezinárodní sítí CHOICE HOTELS International, franchisorem značky Clarion

? Rentabilita podnikání v hotelnictví v hlavním městě Praze si sice oproti většině evropských metropolí udržuje nadstandardní úroveň, avšak tím, že její vývoj směřuje (klesá) k západoevropskému standardu, tedy že se blíží k úrovni Paříže, Říma či Londýna, dělá mnohým hoteliérům starosti. Opačný trend naopak zaznamenává hotelnictví v krajských metropolích České republiky. Mimopražské hotely vám tedy jistě dělají radost.

! Jsme spokojeni i s fungováním pražských hotelů. Je však pravda, že situace v krajích je v tuto chvíli daleko stabilnější. Důvodem je jak nedostatek kvalitního ubytování v regionech a nižší ceny oproti hlavnímu městu, tak samozřejmě i fakt, že se v krajských městech daleko lépe obchoduje v českých korunách. Navíc díky know-how CPI Hotels se nám podařilo velmi dobře proniknout do segmentu internetových rezervací. To vše našim aktivitám v regionech samozřejmě nahrává.

? Takže, jak je na tom české hotelnictví celkově?

! Snad pro všechny firmy, které generují zahraniční inkaso, je čím dál větším problémem sílící česká koruna. V zájmu všech českých soukromých exportérů je co nejdříve přejít na jednotnou evropskou měnu, aby-

chom nemuseli řešit problémy vyplývající ze zpeřívání koruny, ze stále se zvětšujícího kurzového rozdílu příjmů v eurech a výdajů, které jsou výhradně v českých korunách. V loňském i letošním roce v Česku opět přibýlo mnoho hotelů. Sílící konkurence zvyšuje kvalitu služeb. Jak se zvětšuje hotelová kapacita, je daleko větší potřeba dalších a dalších kvalitních lidských

CPI Hotels, a. s.

se na poli cestovního ruchu a pohostinství pohybuje 15 let. Významný posun ve své činnosti zaznamenala v posledních letech, kdy své aktivity soustředila především do budování luxusních hotelů, čímž výrazně posílila své postavení na domácím trhu. Expanzí do českých regionů prostřednictvím investic do stávajících hotelů i výstavbou zcela nových čtyřhvězdičkové kategorie vytváří síť kvalitního ubytování pod jednotnou mezinárodní značkou Clarion. Řadí se k největším českým hotelovým operátorům. V Česku reprezentuje sítě: Fortuna Hotels, Choice Hotels a Buddha-Bar Hotels. Do jejího portfolia spadá třináct hotelů s kapacitou přesahující 6500 lůžek. Působí jako výhradní zástupce nadnárodního řetězce Choice Hotels International, kdy na základě franšizingové smlouvy provozuje hotely značky Quality***, Comfort*** a Clarion****. Jejím zatím posledním hotelem, otevřeným v březnu 2008, je kongresový Clarion Congress Hotel Prague ve Vysočanech – největší hotel značky Clarion na světě.

zdrojů. V CPI Hotels proto dlouhodobě systematicky pracujeme s lidským potenciálem. Využíváme k tomu moderní nástroje tak, aby se naši lidé mohli efektivně vzdělávat a profesně růst, a v důsledku toho dosahovali vysoké efektivity práce.

? Náš rozhovor jsme zahájili připomenutím březnového otevření Clarion Congress Hotel Prague. Jak hodnotíte jeho dnešní situaci?

! S nemalou hrdostí konstatujeme, že služby, které nabízíme, jsou nejen odborníky, ale zejména klientelou vnímány jako vysoce kvalitní. V těchto posledních měsících, v září a říjnu 2008, byly jeho kongresové prostory plně vytíženy. Všechny akce v kongresovém komplexu hotelu včetně velkých, kterých se už během letošního roku uskutečnilo mnoho, proběhly úspěšně. Do Clarion Congress Hotel Prague se tak už několik měsíců od jeho otevření řada klientů opakovaně vrací a objednává prostory i na léta dopředu. V nedávném hodnocení největšího mezinárodního internetového portálu o cestování TripAdvisor® Media Network se hotel umístil na 67. příčce z 580 vybraných pražských hotelů. Sedm měsíců po otevření je to skvělý výkon. ■

www.cpihotels.cz





Hotel Adria Praha obdržel Ekoznačku EU

Hotel Adria se již řadu let snaží být šetrný ke svému okolí. Nyní těmto snahám dal společného jmenovatele a stal se prvním čtyřhvězdičkovým hotelem v Praze, který obdržel Ekoznačku EU – tzv. „Květinu“. Co se za logem květiny skrývá? Na tuto otázku odpověděla Adéla Petrová ze společnosti CENIA, české informační agentury životního prostředí: „Jde o odpovědný přístup nejen k ochraně životního prostředí, ale i k zaměstnancům a především k hostům. Opatření, která musí hotel přijmout, se týkají celého provozu a přispívají k úsporám vody, energií i materiálů. Zároveň je na pří-

podat žádost o udělení ekoznačky,“ odpovídá ředitel hotelu Karel Doubek: „Rozhodnutí ucházet se o udělení ekoznačky jsme vnímali jako příležitost zastřešit společným symbolem mnohé aktivity směřující k ochraně přírody v naší bezprostřední blízkosti i životního prostředí obecně. Dosáhnout splnění všech kritérií pro udělení ekoznačky nebylo upřímně řečeno zas tak obtížné. Ne že by kritéria nebyla náročná, ale zjistili jsme, že jsme díky dlouhodobé filozofii našeho hotelu dřívou většinu z nich již dávno zahrnuli do svých standardů a jsou přirozenou součástí naší každodenní činnosti. Nyní se k nim díky ekoznačce přidala touha, aby i naši hosté mohli při svém pobytu v hotelu Adria přispívat k ochraně životního prostředí. My se jim to budeme snažit umožnit. Samozřejmě nikoho nebudeme nutit, aby se k našim aktivitám přidal, ale naši hosté mají nyní možnost volby. Chápeme tuto svobodnou volbu jako další ze služeb zákazníkovi, které hotel Adria svým hostům již téměř sto let nabízí.“ ■



kladu hotelu Adria Praha vidět, že takový přístup může jít i ruku v ruce se službami na vysoké úrovni. Hotel Adria Praha si toto ocenění rozhodně zaslouží, což ukázal už vstupní audit – většina požadavků byla pro hotel již samozřejmostí a „Květina“ to jen potvrdila.“ Na otázku: „Co vedlo hotel Adria k rozhodnutí



Lavičky ve Františkánské zahradě v novém hávu



Hotel Adria Praha adoptoval lavičky ve Františkánské zahradě. Jeho zaměstnanci vyrazili v úterý 2. září do přilehlého parku s barvami, štětci a bruskami, aby pomohli natřít co možná nejvíce laviček a vrátit jim tak jejich krásu. Lidé se vrhli do práce s leckdy začátečnickým nadšením. Brzy však utvořili sebranou skupinu a natírání jim šlo od ruky. Happening vyvrcholil spontánním závodem, kdo natře nejvíce laviček. Když došli všechny barvy, tým natěračů se usadil na zrovna zaschlé lavičky a pokračoval v příjemné zábavě. Sami pracovníci hodnotí akci jako povedenou. Příjemná atmosféra a radost z dobře odvedené práce slibují, že pokračování na sebe nenechá dlouho čekat. Jak tento nápad vznikl, vysvětlil ředitel hotelu Karel Doubek: „Hotel Adria má to štěstí, že sousedí s Františkánskou zahradou – v centru Prahy unikátní zónou klidu, kterou hojně využíváme my i naši hosté. Usoudili jsme, že by nebylo od věci, abychom se pokusili zahradě vrátit alespoň trochu z toho, co od ní získáváme – tedy třeba přiložit ruku k dílu v péči o ni.“ ■

www.adria.cz



Hotely a restaurace, které Sonia obléká, hosté navštěvují rádi

? Generálního ředitele žacléřské firmy SONIA Bohumila Mědíka jsem oslovil s tím, že v době předpodnikatelské, kdy se u nás nic moc nedalo koupit, zato času jsme měli habaděj, jsem vymýšlel a šil oblečení a věci, hlavně na výkonnostní turistiku a lezení, a to i pro kamarády, a moc mne to bavilo. Jedna z mých recesistických pyžamových kreací se dokonce dostala na titulní stranu časopisu Květy. V době podnikatelské ale můj šicí stroj a krejčovské vybavení zahálí a já se upodnikávám v oblasti networkingu. U vás, pane řediteli, mělo krejčovství opačný vývoj. Vaše firma SONIA představuje špičku v hotelovém odívání.



Bohumil Mědílek

! Ke krejčovině jsme se dostali díky Závodu míru a cyklistice. Záhy po revoluci jsme začali vyrábět omotávky na berany jízdních kol, tzv. cyklopásky. Při tom jsem se v roce 1992 seznámil s naším vynikajícím cyklistou Pavlem Doleželem, budou-

cím ředitelem Závodu míru, kterého jsem pak vozil jako osobní šofér dvanáct let až do roku 2004. Jeho žena, paní Pavlíková, dělala náměstkyni ředitele v luxusním pražském hotelu Praha. Na základě její nespokojenosti s dodávkami hotelového oblečení jsme se rozhodli rozšířit oblast našeho podnikání tímto směrem. Tak jsme s bratrem a manželkami založili v roce 1993 druhou společnost s ručením omezeným a začali šít oděvy pro hotely. Naším prvním klientem byl pětihvězdičkový hotel Praha, se kterým spolupracujeme dodnes. Dalším byl v roce 1994 někdejší hotel Forum Praha. Dnes působíme po celé republice. Jen v Praze oblékáme cca pětadvacet hotelů. Naším velkým partnerem je např. hotelový řetězec Orea Hotels a.s., patnáct hotelů v Mariánských Lázních, pět v Karlových Varech, čty-



Firma SONIA, spol. s r.o.

se od roku 1993 zabývá výrobou lehké konfekce, všech pracovních uniforem pro hotelový a restaurační personál. Používá kvalitní materiály dovezené z Itálie, Francie, Španělska, Portugalska, Slovenska a Německa. Každý materiál je nejprve podroben testu odolnosti (padesátkrát prochází procesem čištění). Díky vysoké kvalitě, příznivým cenám a především kvalitním následným službám je stabilním dodavatelem více než sto dvaceti hotelů včetně těch nejluxusnějších. Její služby jsou totiž založeny na individuálním přístupu a akceptaci specifických požadavků klientů.

Skládá z volené materiály a kdykoliv je schopna dodat i pouze jeden kus oblečení na míru. Jednotlivé kusy dodává do čtrnácti dnů a dle potřeby i dříve. Větší zakázky realizuje do dvou měsíců. Dodává i veškeré doplňky: košile, kravaty, motýlky, šle, pasy, rukavice, čepice, klobouky, opasky, obuv atd. Mezi její zákazníky mj. patří tyto pražské podniky: InterContinental, Corinthia Towers, Corinthia Panorama, Esplanade, Obecní dům – Francouzská restaurace, restaurace letiště Praha-Ruzyně, Marriott; Vysoká škola hotelová, řetězec Orea Hotels a.s., Danubius Hotels Group, CPI Hotels a.s. aj..





ři v Brně. Postupně jsme rozšířili svou působnost na více než sto hotelů.

? Nosným programem Sonie je výroba firemních uniforem. Každý, kdo rozumí oděvní výrobě, ví, že nejsložitějším produktem v oděvnictví je pánské sako. Ono je dokonce nejsložitějším a nejnáročnějším i v investiční oblasti, technologicky a personálně. Ne každý, kdo má špičkovou techniku, umí ušít sako, pokud k tomu nemá odborně způsobilý personál.

! Samozřejmě. Ale my jsme měli obrovské štěstí hned z počátku. V roce 1994 jsem poznal vynikajícího mistra krejčího pana Witolda Krasického, který pro nás pracuje dodnes. Čtrnáct let. Spolupracuje s kolektivem švadlen pod vedením paní Dany Vaňkové. V pánských oblecích jsme zcela soběstační. Šijeme v podstatě kompletní sortiment pracovního oblečení. Hotel musíme obléci od managementu až po úklid a údržbu. Troufám si tvrdit, že v hotelovém odívání není textilní výrobek, který bychom nedokázali dodat.

? Uniformy se ale nenosí pouze v hotelnictví. Mají je pracovníci cestovních kanceláří, leteckých společností a dalších dopravců. Dnes už je má i řada prestižních škol.

! Bezesporu. My např. šijeme pro Vysokou

školu cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství a zakázky dostáváme i z dalších oblastí. Nedávno se na nás např. obrátila firma Kimberly-Clark.

? Co konkurence z Dálného východu?

! Myslím, že složitější situaci bychom museli řešit, kdybychom vyráběli ložná a stolní prádlo. Naši branži asijská produkce zatím neohrožuje.

? Ale to, co vyrábíte, ačkoliv to vypadá elegantně, jsou pracovní oděvy, které musí vydržet



dennodenní nošení. Nicméně možná i ve vaší branži se setkáváte s případy, kdy vás zákazník vynechá, protože si u nabídky konkurence řekne: „No, nekup to, když je to tak levný!“

! Cena pochopitelně hraje významnou roli. Největší poptávka je po uniformách z lehkých a snadno udržovatelných nemačkových materiálů, které dlouho vydrží. Stalo se nám, že se hotel po změně managementu obrátil na jiného, levnějšího dodavatele. A skutečně se ukázalo, že levnější nebyla jen cena, ale i dokonalost střihů, šití, jakost a trvanlivost látek. Po této zkušenosti se tento zákazník opět vrátil k našim službám, což nás samozřejmě potěšilo.

? SONIA je garantovaným dodavatelem Asociace hotelů a restaurací České republiky.

! Tuto certifikaci jsme získali díky zákazníkům, kteří nás znají a využívají našich služeb. Asociace hotelů a restaurací České republiky je velmi užitečnou institucí. Ať už tím, jaké subjekty sdružuje, tak činností, kterou vyvíjí její sekretari-



át, jenž pro své členy připravuje mnoho zajímavých akcí, zejména v oblasti profesního vzdělávání. Obdobně jako řada dalších oborů se i hotelnictví a restaurátérství vyvíjí hodně dynamicky. Pořídít si hotel nebo restauraci na návštěvnícky exponovaném místě zdaleka ještě neznamená, že tam dotyčný podnikatelský subjekt uspěje. Takže ruku v ruce s investicemi do infrastruktury a provozu jsou strategickou záležitostí obou oborů i investice do profesního růstu personálu. Je to o tom, zdali personál hosta svým nevhodným vystupováním, neupraveností a neprofesionální odradí, nebo zda na něj bude působit pozitivně, což je jeden ze stěžních aspektů, proč se hosté opakovaně ubytovávají v tom kterém hotelu či se rádi vrací do konkrétní restaurace.

Na závěr si trochu neskromně troufám říci, že firma Sonia svými výrobky k dobrému jménu a oblíbenosti hotelů a restaurací také významně přispívá. ■

www.hotelove-odivani.cz



Spojením kongresů, hotelu a léčení je Thermal ojedinělým v rámci celého Česka

Podstatnou část festivalu Karlovarský týden jsem strávil v Karlových Varech pracovními návštěvami spojenými s přípravou hotelového devátého vydání VŠUDYBYLU. Jedna z nich vedla za obchodním ředitelem Spa Hotelu Thermal panem Jiřím Marešem – kolegou z katedry kulturologie Univerzity Karlovy v Praze, kterou jsem na rozdíl od něho absolvoval už před čtvrt stoletím. A protože v Thermalu došlo ke změně na postu nejvyšším, požádal jsem ho, aby mne představil jeho řediteli panu Jiřímu Kubešovi.



Jiří Kubeš

? Pane řediteli, jaké máte s Thermallem záměry a jaký je váš vztah k němu?

! Velmi osobní. Už proto, že jsem v době, kdy byl Thermal uveden do provozu, dosáhl plnoletosti a vnímám jej jako součást Karlo-

vých Varů. Naším záměrem je pokračovat v linii zahájené před dvěma roky, díky níž se Thermal posunul na úroveň čtyřhvězdičkových hotelů v Karlových Varech a stal se konkurenceschopným. V portfoliu našich služeb není pouze klasická hotelová činnost a tzv. medicínské lázeňství – léčení, ale z velké části činnost kongresová, pro niž byl Thermal stvořen. Zájem o služ-

by s tím spojené potvrzují správnost směřování. Tak rozsáhlé kongresové prostory, jimiž náš hotel disponuje, totiž jinde v Čechách na západ od Prahy nejsou. A ve spojení hotel – léčení – kongresová turistika je Thermal ojedinělým jevem v rámci celého Česka. Neznám u nás žádný jiný tak velký hotel, ve kterém se potkávají dva tak diametrálně odlišné prvky, jako je lázeňství a kongresová turistika.

? Když jsem dělal ředitele Domu kultury Chemických závodů v Litvínově, jehož velký sál nebyl ani zdaleka tak velký jako váš, pracoval v něm elitní promítač pan Zdeněk Bartoníček, který každým rokem jezdil promítat do vašeho Velkého sálu na Mezinárodní filmový festival. Vždycky se na to moc těšil. Od těch dávných dob prestiž karlovarského festivalu výrazně posílila a spolu s ním i pozice místa, které je centrem jeho nejdůležitějších dějství.

! Tato událost Spa Hotel Thermal bezesporu výrazně pozvedává v mezinárodní konkurenci. Vždyt jen letošní účast hvězd – Christophera Lee, Roberta De Niro nebo Morgana Freemanna to naznačuje. Robert De Niro se festivalu zúčastnil i s manželkou a dětmi. Paní De Niro si velice pochvalovala termální vodu našeho bazénu a to, jak je koncipován pod širým nebem a propojen s ostatními hotelovými prostory. Robert De Niro, který se zúčastnil i zahájení festivalu, se předtím podrobněji seznámil s naším

Spa hotel Thermal, Karlovy Vary (1977 – 2008)

je již přes třicet let jednou z ikon českého lázeňství a místem přirozeného setkávání lidí v souvislosti s konáním mezinárodních kongresů, festivalů a odborných konferencí. Ročně přijme víc než čtrnáct tisíc lázeňských hostů z celého světa. Největší domácí i mezinárodní úspěchy v oblasti lázeňských léčebných pobytů slaví především s léčením a rekonvalescencemi trávícího ústrojí, diabetu a metabolických obtíží, převážně obezity. Kromě tradičních lázeňských pobytů nabízí široké spektrum wellness, beauty a relaxačních pobytů určené pro hosty všech věkových kategorií.

- 486 lůžek First Class kategorie
- největší kongresové centrum na západ od Prahy
 - unikátní kombinace spa&congress pod jednou střechou
- ideální poloha v centru Karlových Varů
- vysoká úroveň nabízených služeb za příznivou cenu



kongresovým centrem. Velkým přínosem pro zkvalitnění našich služeb ve sféře kongresové turistiky totiž byla rekonstrukce Velkého sálu, kinosálu a obměna veškeré technologie. Kompletně jsme vyměnili i koberce. Po třiceti letech byly demontovány dosloužilé sedačky a vyměněny za modernější variabilní, ergonomicky řešené. Díky nim už např. vozíčkáři nejsou nuceni odněkud zpoza koutu nedůstojně sledovat dění v sále, ale sedí spolu s ostatním publikem v hledišti.

? Utíká světový hotelový průmysl karlovarskému?

! Nedomnívám se. Naopak v řadě parametrů jej mnohé z karlovarských hotelů předbíhají. Úroveň celého českého hotelnictví se výrazně



který snáší jeho permanentně přetěžovaný pohybový aparát a klouby. Absolvuje sérii speciálních procedur, tedy bez toho, aby byl nucen k nějak velkým fyzickým výkonům. Výsledkem je postupné snižování nadváhy. Absolvuje kúry na přístrojích, které zajišťují minimální zátěž pohybového aparátu a maximální odbourávání škodlivých látek, tuků, regeneraci pokožky a svalstva. Naši hosté to vnímají velmi pozitivně, nejen proto, že od nás odjíždějí s podstatně nižší hmotností, ale také, že se jedná o vesměs příjemné procedury. Takže díky jejich doporučením získáváme další novou klientelu z arabsky hovořících zemí.

? A co firemní klientela?

! Pro ni děláme škálu rozmanitých akcí. Od zajištění jednání přes společenská setká-



! Ano. Proto jsme zejména pro ni ve spolupráci s agenturou Rafael vytvořili program „Form Body“, kdy host, který ani není disponován k nějaké větší fyzické zátěži a jehož hmotnost často přesahuje váhu sto padesát kilogramů, je mírnou, nenásilnou formou veden k dodržování dietního stravování a mírnému pohybu,



zvedla. Řetězce, které v Česku zřizují své hotely, si je budují proto, že věří v perspektivnost tohoto odvětví právě na našem území. To, v čem také nemusíme dohánět svět, zejména tady v Karlových Varech a v Praze, ale svět bohužel dohání nás, je ziskovost tohoto podnikání. Hlavně proto, že trvale zpevňující česká koruna na té samé trati tlačí české hotelnictví do protisměru.



? Takže podobně, jako když jsme si kdysi vyrobili transparent „Čelem k masám“ a hodlali s ním jít anti-Prčice – proti všem. Nakonec jsme nešli. Zato česká koruna ano. A proti všem exportérům.

! Co se týče vlivu eura na hospodářské výsledky českých hotelů orientovaných na zahraniční klientelu, asi na tom něco bude. Ale i s tím se dá vcelku úspěšně něco dělat. V tuto chvíli podnikáme kroky směřující k eliminaci kurzových rozdílů a rizik s nimi spojených, protože i náš obchod, který děláme, je spjat s příjmy ze zahraničí.

? Spa Hotel Thermal ráda využívá bohatá klientela z arabsky mluvících zemí, u níž je nejčtenější indikací redukce nadváhy.



ní, oslavy firemních výročí, konference, kongresy až po incentivní a teambuildingové akce. Pro naše klienty zajišťujeme realizace nejen v našem lázeňském kongresovém komplexu, ale i v Karlových Varech a jejich okolí. Včetně pikniků v přírodě, balonového létání, tandemových seskoků, vyhlídkových letů atd. Životní tempo je u obchodní a firemní klientely velmi vysoké, avšak na permanentní přetěžování není lidský organismus stavěn. Byznys a firemní klientela zpravidla nepatří k nižším příjmovým skupinám, a tak zejména lidé z jejich řad tvoří základ naší české klientely. Ta si zvykla využívat širokou škálu relaxačních a léčebných pobytů našeho spa hotelu pod hlavičkou Wellness – Relax. ■

www.thermal.cz





Produkcí firem, které jsou na prvním až třetím místě na světě nebo v Evropě



Miloš Horáček

? Akciová společnost ROYCE BOHEMIA je garantovaným dodavatelem Asociace hotelů a restaurací

ČR. Rozhovor s jejím obchodním ředitelem a spoludávatelem panem Milošem Horáčkem jsem zahájil otázkou: „Miloši, proč jste se rozhodli stát se dodavatelskou firmou, a zrovna ve sféře hotelnictví?“

! Podnikat jsme s manželkou začali zkratkou devadesátých let, a to nejen v hotelnictví, ale i v široké sféře retailu. Stali jsme se dovozci porcelánu, skla, příborů a postupem času, ve druhé polovině devadesátých let, jsme segment gastronomie uznali za natolik perspektivní, že se dnes specializujeme hlavně na něj. Naším cílem je mít trvale širokou nabídku. Zajišťovat maximálně ucelené dodávky a poskytovat špič-

kový servis. Tj. dodat hotelu, restauraci či cateringové firmě nejen část vybavení, ale kompletní kuchyňský a restaurační inventář. Jednou z nedávných realizací, na niž jsme obzvláště hrdí, bylo vybavení restaurace MAZE pro známého britského šéfkuchaře Gordona Ramsaye v hotelu Hilton Old City Prague.

? Klient dnes nechce pouze dodat zboží, ale mívá zájem o kompletní koncept.

! Ano, je to skutečně o komplexnosti. Je třeba, aby koncept stolního nádobí, hotelového porcelánu, nápojového skla, příborů, různých bufetových doplňků apod. ladil s designem hotelu a středisek. Na českém a slovenském trhu se ROYCE BOHEMIA zaměřuje na středně vyšší a vyšší segment. Klientovi garantujeme kvalitu a úroveň odpovídající kategorii jeho podniku. V nabídkovém portfoliu máme produkci firem, které jsou na prvním až třetím mís-

ROYCE BOHEMIA a.s.

je jednou z nejvýznamnějších obchodních společností na českém trhu zaměřených na dodávky profesionálních výrobků pro oblast gastronomie. Jejím cílem je být plně kvalifikovaným, efektivním a spolehlivým partnerem zákazníků s orientací na dlouhodobou spolupráci. Proto se soustřeďuje na takový výběr sortimentů, jejichž výrobci zaujímají přední pozice na světových trzích, garantují komplexnost, kvalitu, vývoj a dlouhodobý servis.

V současnosti na českém trhu zastupuje řadu světových značek: ARCOROC, CHEF&SOMMELIER, RONA Hotel & Restaurant, KAHLA Porzellan, STEELITE INTERNATIONAL, HEPP, STAUB, ETERNUM, CARLISLE, ICEL, DE BUYER, PIAZZA. Zároveň je smluvním partnerem a autorizovaným distributorem společností jako např. G.Benedikt Karlovy Vary, ECOLAB Hygiene, SCA Hygiene Products (Tork).

Nabízí sortimenty v různých cenových i kvalitativních kategoriích:

- stolní nádobí
- nápojové sklo
- příbory a servírovací náčiní
- bufetový a banketový program
- barový sortiment
- program pro room servis
- plastové nádobí a „sklo“ k bazénům
- termoporty a kontejnery na přepravu pokrmů
- kuchařské potřeby a náčiní, gastronádoby
- vozíky
- hygienický a úklidový program

Nabídka komplexního řešení – výrobky, servis a znalosti, jejichž aplikací může splnit konkrétní potřeby zákazníků, je důležitou součástí činnosti ROYCE BOHEMIA. Preferuje individuální péči o zákazníky, která umožňuje najít optimální variantu pro řešení jejich požadavků. Neustále sleduje vývojové trendy v gastronomii a seznamuje s nimi český trh tak, aby vždy našla nejlepší řešení s kvalitními výrobky a rychlým servisem.



tě na světě nebo v Evropě. Tj. těch, které tvoří světovou špičku, mají jasnou výrobní a obchodní strategii, díky níž drží tuto významnou tržní pozici. Výrazným efektem námi dodávaného zboží světových výrobců jsou úspory energií, nižší amortizace inventáře a u lidských zdrojů vyšší výkonnost. Zkrátka zlepšení ekonomiky firem. A to díky materiálům, ergonomice a celkové funkčnosti, jež šetří náklady spojené s přípravou a podáváním pokrmů. Dodavatelé ROYCE BOHEMIA mají vlastní vývojová pracoviště a jsou originální. Konzultují s prestižními šéfkuchaři a dalšími odborníky, co vyvinout pro určitý pokrm. Jakou sklenici pro určitý druh nápoje. Nekopírují tvary, které vymyslel někdo před nimi. Tvary výrobků vyhovují z hlediska porcí,



objemů i světových trendů. Proto jsme vsadili na jejich produkci. Dneska padly všechny uzance z hlediska dělení talířů na mělké, hluboké, dezertní apod. Všechno záleží na invenci šéfkuchaře, eventuálně lidí, kteří vytvářejí pokrmy na různé druhy a tvary talířů. Obrovský prostor se dává kreativitě, jež s sebou nese ekonomické přínosy pro hoteliery či restaurátory.

? Avšak odpovídá vaše orientace požadavkům českého trhu, na němž je pořizovací cena nezřídka nad jakost?

! Co se týče kvality nabídky jídel a nápojů, situace v Česku se během posledních pěti let výrazně zlepšila. Bohužel, až v dalším sledu ale u mnohých je, v čem jsou jídla a nápoje



podávány. Stolní inventář totiž ne vždy odpovídá jakosti pokrmů. Obsah i forma by však měly být v souladu. To je to, kde jsou ještě doposud rezervy v boji o zákazníka. Pořekadlo, že první se jí očima, je tu zcela namístě. Máte-li si dát jídlo, minimálně padesát procent podnětů k vytvoření si názoru je vizuálních. Proto servírování na krásném porcelánu, pití vína z kvalitních skleniček, má tak velký význam. A jestliže to takhle funguje v okolních zemích, v Rakous-



ku, v Německu, Francii, Itálii, bude to fungovat i u nás. Na českém gastronomickém trhu si to uvědomuje čím dál víc subjektů. Problémem je, že dodnes u některých hoteliérů a restaurátérů bývá tenhle aspekt opravdu až na druhém místě.



? Jistě sledujete trendy ve světě.

! Ano, a nejen v Evropě, ale i na americkém kontinentu. Z hlediska tvarů, materiálů, účelů použití, tak abychom byli schopni je odprezentovat i pro český trh. Rozmanitost je obrovská. Ale ne všechno při koncipování pokrmů splní účel. Proto se soustředujeme na to, co už je od začátku vyvinuto pro profesionální použití, a v tom se nezřídka odlišujeme od mnoha ostatních dodavatelů. Dobrý hotel dělá dobrá kuchyně. Pokud má dobrého šéfkuchaře, musí jeho práci odprezentovat na dobrém porcelánu. Nabízím-li kvalitní vína, musím je podávat ve skle, které mu odpovídá parametry. Které má patřičný tvar a kvalitu. Musí být brilant-



ní, transparentní, vydržet mytí v myčkách. Musí být pevné. A to jsou věci, které jsou ne všude samozřejmostí.

? V únoru tohoto roku se v Česku konalo zasedání prezidentů evropských asociací kuchařů pod záštitou Asociace kuchařů a cukrářů ČR v čele s panem prezidentem Miroslavem Kubcem a ROYCE BOHEMIA se podílela na jeho přípravě a realizaci.

! Jedna z večerí byla prezentována na krásném, námi dodaném stolním nádobí a nápojovém skle značky Chef & Sommelier. Patří mezi vysoce kvalitní, designově zajímavé a přitom velmi odolné výrobky. Prezentace jednotlivých chodů menu byla úspěšná. Kromě platform Asociace kuchařů a cukrářů ČR a Asociace hotelů a restaurací ČR se prezentujeme i na oborově zaměřených veletrzích. Spolupracujeme s hotelovými a středními odbornými školami a učiteli. Přednášíme na Vysoké škole hotelové. Třeba jak při projektování restaurace sestavit inventář. V tomto trendu budeme pokračovat. S mladými lidmi je to sice běh na dlouhou trať, ale má obrovský smysl. Nejsou zkažení starými návyky. Cestují po světě, absolvují zahraniční praxe a podstatně víc akceptují světové trendy. Rádi se seznamují s novými věcmi, a pokud budou mít možnost, tak si takové věci koupí a budou s nimi pracovat. ■

www.royce-bohemia.cz



**ROYCE
BOHEMIA**

Člověk je jako bicykl. Nejedete-li na něm, spadne.

Otto von Bismarck (1815 – 1895)

Můj dědeček i bráška maminky fáráli v Příbrami na Březových Horách. V hornické Příbrami profesní kariéru začínal i prezident Asociace hotelů a restaurací České republiky a nový generální ředitel OREA HOTELS Ing. Pavel Hlinka. Inspirován tím, že kdysi jezdil přes Dubno u Příbrami, kde se moje maminka narodila, na kole, dovolil jsem si naše interview dozdobit citátem německého kancléře Otto von Bismarcka: „Člověk je jako bicykl. Nejedete-li na něm, spadne.“ I tak nějak se totiž dá charakterizovat práce vrcholového manažera.



Ing. Pavel Hlinka

? Pane generální, jsou šance, které se neodmítají, a být ředitelem renomovaného řetězce OREA HOTELS, je jistě jednou z této kategorie.

! Ano, jsou životní výzvy, ke kterým je třeba se postavit čelem. Když už jsem

tuto nabídku dostal, byl bych se (vzhledem ke své dlouholeté profesní kariéře) hodně zpronevěřil svému vnitřnímu já, pokud bych odmítl.

? Nejen já, ale řada lidí, kteří s vámi kdy přišli do kontaktu, nepochybuji o vašich schopnostech, a vzhledem k tomu, že základem a největším zázrakem vesmíru je řád a organizace (ostatně dnes a denně se můžeme přesvědčovat, co dělá „cochárna“, tj. chaos s ekonomikami zemí včetně té naší), je ve vesmíru podle Platóna stěžejní role „Velkého hybače“ a u sociálních procesů, zejména u organizace práce, schopného manažera, který dokáže procesy zorganizovat tak, aby nebyly v kolizi.

! Ano, a už jen proto musím složit poklonu svému předchůdci ve funkci generálního ředitele OREA HOTELS panu Zdeňku Šafaříkovi. To, jak dokázal dát dohromady původně rozdrobeně fungující hotely a konsolidovat je do kompaktního hotelového řetězce, ten pozvednout na špičkovou úroveň a úspěšně řídit. Tj. provést všemi možnými úskalími. Takže v tomto pan Šafařík roli „Velkého hybače“ určitě sehrál na výbornou a musím před ním smeknout. O to je to pro mne momentálně na jednu stranu lehčí, že nenastupuji do nějaké „cochárny“ (jak jste před chvílíko alegorizoval), kde si každý dělá co chce, a na druhou těžší. Udělat s tím něco navíc. Faktem je, že jsem do OREA HOTELS



Aby pro každého hosta bylo prestíží, že bydlí právě u nás

přišel v době, kdy hotelnictví zrovna nezažívá boom. A kdy dosahovat lepších hospodářských výsledků než v uplynulých sezonách bude neskonalé obtížnější. Obchod všeobecně klesá. Ceny padají. Náklady stoupají. Tedy naprosto obrácené podmínky než ty, které by měly přispívat, aby ziskovost našeho odvětví měla stoupající trend. Řetězec OREA HOTELS je velmi dobře zaveden. Teď se budeme muset zabývat víc detaily podrobnostmi. Hledat skulinky, kde naleznout ještě něco, co by bylo možné zlepšit, aby naši akcionáři mohli být spokojeni.

? Nemocí řady investorů v hotelovém byznysu jsou jejich tzv. „velké oči“. V případě Prahy zejména. V době jejího hotelového boomu jim zřejmě někdo poradil investovat právě tady. Nějakou dobu ale trvá zpracování expertízy, další projednání v boardech, vytipování a pořízení pozemku nebo nemovitostí, vyřízení stavebního povolení, výstavba či adaptace objektu. Od jejich záměru do otevření hotelu (a že těch nově otevřených v poslední době je!) tedy uplynula řada let, během níž se příjezdy do Prahy i zisky v hotelnictví dostaly na obvyklou západoevropskou úroveň. Proto jsem toho názoru, že je třeba mít reálné ambice a neočekávat, že Praha bude na věky věků hoteliérským eldorádem. Že na tom bude jako dnes např. Moskva.

! Zůstaňme v západní Evropě a podívejme se na ekonomický vývoj v posledních čtyřech letech. Už rok 2006 našim hoteliérům trochu signalizoval horší výsledky. Rok 2007 byl už ne

úplně nejlepší. Letošní vypadá ještě hůř. Přesto musím podotknout, že se majitelům hotelů nemůžeme divit, protože do hotelů neinvestovali proto, aby na nich prodělávali. Proto jejich nároky jsou stále takové, jaké jsou. A protože i my děláme spousty chyb, je to prostor, který se dá využít, aby nám bylo zdůvodněno, proč jsme mohli udělat něco víc, co jsme neudělali. Současná situace tedy bude klást daleko větší požadavky na middle managementy a ředitele hotelů, aby s tím něco dělali. Nárůsty v nákladech a propady v cenách, zejména v eurových? Ty nejsou o dvě tři procenta. Ale o deset dvacet procent! A to jsou z hlediska celkové ekonomiky našich zařízení částky jdoucí do desítek a stovek milionů korun. Proto si nemyslím, že pracovat na pozici generálního ředitele, být takto renomovaného řetězce, bude procházka růžovou zahradou. Nebude nám nic jiného než optimalizovat náklady a dívat se na to, že mám-li menší obchod, musím mít méně zaměstnanců, menší spotřebu energií a dalších vstupů. Zkrátka dosahovat vyšších úspor. V nejbližší době všichni, kdo řídíme chod hotelových zařízení, s tím určitě budeme mít co dělat.

? Za socialismu ceny určoval stát, v tržním hospodářství hospodářská soutěž. Leč u nás je to v souvislosti s exportními aktivitami, jež zahrnují i tu část zahraničního obchodu, jež se zove incoming, ještě takové víc (kulantně řečeno) české. Obdobně jako ve stařícké anekdotě s dotazem na Rádio Jerevan, zdali budou za komunismu peníze.

OREA HOTELS a.s. je členem koncernu CIMEX. Provozuje český hotelový řetězec disponující více než šesti tisíci lůžky. Tvoří jej pětadvacet hotelů v deseti českých lokalitách a jeden hotel na Slovensku. Její hotely operují pod značkou OREA HOTELS EXCLUSIVE a OREA HOTELS CLASSIC. Má zaveden certifikovaný systém managementu kvality dle ISO 9001:2000. Její hotely jsou členy Asociace hotelů a restaurací ČR a díky unikátním možnostem nabízí ucelený produkt pro všechny segmenty trhu: lázeňské a wellness pobyty; přípravu a realizaci kongresů, konferencí, školení, prezentací nebo třeba slavnostního večera; pobyty pro rodiny s dětmi, ale i s domácím zvířetem; cykloturistické a lyžařské pobyty na horách aj.

Odpověď Rádia Jerevan zněla: „Jak u koho.“ A tak se Česko díky tomu, že stát hned tak nehodlá přejít na euro, a naopak přispívá ke zpevnování české koruny, stává se odbytištěm pro zahraniční výrobce a jinde produkováné služby. Exportně orientované firmy mají velké problémy, takže už propouštějí zaměstnance nebo už krachují. A peníze? Ty generují jiní, protože ceny v českém hotelnictví určuje trh. Takže pokud v Praze „lidojem“ renomovaného celosvětového řetězce a další čtyř a pětihvězdičkové hotely prodávají své služby tzv. „za hubičku“, je nutné „tuto hru“ přijmout.

OREA HOTELS má oproti ostatním řetězcům trochu výhodu. V Praze máme pouze jeden hotel, a to Pyramidu. Všechny ostatní jsou v mimo-pražských regionech, kde až na západočeské lázně či krkonošská horská střediska není tak velká část inkasa v eurech. Takže naše hotely nejsou silicí českou korunou tolik diskvalifikovány. Nejen řetězec OREA Hotels, ale vůbec české hotelnictví se v současné době snaží vládní představiteli přimět, aby co nejdříve řekli, kdy se Česká republika stane součástí eurozóny, a tím se zamezilo spekulacím na peněžních trzích, k nimž v současné době dochází.

Pane generální, zmínil jste západočeské lázně. OREA Hotels, a.s. je jedním z dominantních podnikatelských subjektů v Mariánských Lázních. Velmi mne potěšilo, že se do těchto lázní, do nichž se jezdím léčit, a kam se jezdila léčit nepřeborná škála svě-

tově proslulých osobností včetně Američanů Marka Twaina a Thomase Alvy Edisona, začíná vracet ruská klientela a střední a vyšší příjmové skupiny klientely české. Záhy po revoluci sem totiž byla zavedena takřka výhradně levná německá.

Obchodní politika, soustředit se pouze na jeden segment trhu, když si Mariánské Lázně myslely, že se obejdou bez klientely z Ruské federace, nebyla prozřetelná. Jsem rád, že se mění názor a spolu s námi i ostatní podnikatelské subjekty začínají aktivně vystupovat vůči dalším zdrojovým trhům. A navíc, řadě z nich dochází, že ruský turista dokáže utratit daleko více peněz než někdo, kdo přijede z německé příhraniční oblasti, absolvuje léčebné procedury a neutratí nic navíc. A o solventní českou a firemní klientelu? O tu se pere každý. Tvoří ji dobří hosté, protože utrací poměrně dost peněz i mimo ubytování. Avšak na to, jak každoročně roste počet pokojů na trhu, tak rychle této klientely nepřibývá. Jen Praha meziročně zvyšuje ubytovací kapacitu o osm až deset procent. Tedy o cca tři tisíce pokojů plus ty, které jsou provozovány načerno. A navíc je třeba si uvědomit, že vzhledem, k recesi, která nastává, budou šetřit i firmy a budou zkracovat firemní akce a pobyty svých lidí. Budou vyhledávat levnější a levnější zařízení. To všechno ovlivní hotelový trh a bude vytvářet tlak na cenotvorbu. Proto i hotely, které se pyšní pěti hvězdičkami, své služ-



by prodávají za ceny dvě a půl – tři hvězdy. To je i z hlediska reputace Prahy trestuhodné. I v době krizí, např. před třemi čtyřmi roky v Londýně tamní hotely akceptovaly snížení obsazenosti, ale žádný nešel s cenami dolů. Snížili cenu je to nejjednodušší, co lze udělat. Dostat se na původní, kterou si dotyčný hotel vlastním špatným rozhodnutím zkazil, ale není krátkodobý proces. Je to tvrdá práce na tři čtyři roky.

OREA HOTELS podniká v řadě objektů, kterým před jejím vstupem hrozila devastace. Zaslouhou vašich akcionářů je, že do nich masivně zainvestovali a umožnili zachovat a vytvořit primárně i sekundárně obrovské množství pracovních míst a podnikatelských příležitostí.

V souvislosti s vaším konstatováním, pane doktore, se cítím povinen konstatovat, že při zevrubném seznamování se s hotely OREA HOTELS jsem byl velmi mile překvapen, jak je valná většina z nich vedena, udržována a provozována. Jsem rozhodnut v tom pokračovat, popularizovat náš řetězec na trhu a pečo-

vat o to, aby pro každého hosta bylo prestiží, že bydlí právě u nás.

V úvodu jsem naznačil, že jste považován za guru českého hotelnictví, a tak se vás ptám, jaké má perspektivy.

Nejdřív bych velmi obecně předeslal, že perspektiva je vždycky dobrá, akorát si ji můžeme zkazit. Je nutné, aby všichni, kteří z cestovního ruchu profitují, včetně státního rozpočtu, pro něj také něco dělali. Aby se nestalo to, že návštěvníku Česka na pražském letišti někdo prodá pivo za sto osmdesát korun a kafe za dvě stě dvacet. Že cizince v Praze na Staroměstském náměstí téměř v každé restauraci okradou. Aby host, který Česko navštíví, neměl dojem, že přišel do země, kde z něj akorát chce každý svléknout i poslední košili. Obchod mezi námi a turistou, to je obchod. To nesmí být lupičství, kdy hosta očešeme jako borůvky. Ale že mu za jeho peníze dáme odpovídající služby. A ne, že se na něj v krámě budeme tvářit jako na někoho, kdo obtěžuje, vzdor tomu, že tam při nákupu nezřídka utratí víc peněz než v hotelu. Že ho policie nebude kasírovat jen proto, že má zahraniční SPZ, ale bude se mu snažit pomoci. To jsou věci, které budou rozhodovat, jestli v Česku turisté budou nebo nebudou. Jestli vytvoříme takové klima, aby turista měl důvod za vlastní přijet k nám ještě jednou, a ne že si za tři dny prohlédne historické památky a nikdo už mu nic dalšího nenabídne. Úspěšná města, která se zabývají turismem, si chrání svoje turistické atraktivitu proto, aby hosta nalákala poprvé. Ale když už je tady, musí mu nabídnout takovou škálu služeb, aby věděl, že všechno neviděl, nezažil, a že k nám prostě musí přijet znovu. V tomto např. státní agentura CzechTourism udělala a dělá obrovský kus přínosné práce. Ale, bohužel, je jediná. Pokud se podíváme na hl.m.



Prahu, na kongresovou turistiku, na české sportovní svazy, tak spí. V Česku je minimum mezinárodních akcí a mistrovství v jakýchkoliv sportech. Málo kongresů. Málo dalších důvodů, proč by měl zahraniční host přijet. ■

www.orea.cz

OREA
HOTELS



Hotel Adria, první čtyřhvězdičkový hotel v Praze, který obdržel Ekoznačku EU, 29. září 2008 vítal účastníky Koktejl party Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch. Cílem těchto prestižních setkání je posilovat povědomí o cestovním ruchu jako sféře strategických hospodářských zájmů širokých vrstev obyvatelstva České republiky. Organizátorem byl prezident Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch a nakladatel Všudybyl Jaro- mír Kaňec spolu s partnery, ředitelkou Turkish Airlines pro Česko a Slovensko Fatmou Yücel- ler, ředitelem Dostihového spolku Jiřím Kuná- tem, pelhřimovským Pivovarem Poutník, brněnským Snailexem Plus, Vínařstvím Petr Skoupil z Velkých Bílovic a českým zastoupe- ním kávy Dallmayr. ■

Hotel Adria s Ekoznačkou EU



EXPORTNÍ KLUB
ligy
pro cestovní ruch


DOSTIHOVÉ ZÁVODIŠTĚ PARDUBICE
Domas Velké pardubické steppelchase
Od roku 1874

TURKISH AIRLINES
TÜRK HAVA YOLLARI

všudybyl







Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií v Betlémské kapli

Slavnostní imatrikulaci studentů a složením akademického slibu do rukou rektora doc. Ing. Otakara Němce, CSc. v Betlémské kapli byl dne 26. září 2008 zahájen první rok studia na Vysoké škole cestovního ruchu a teritoriálních studií spol. s r.o., (VŠCRTS).

Na slavnostní imatrikulaci

přijali pozvání i vzácní hosté, za které pronesla projev ke studentům a přítomným pedagogům vážená paní Vlasta Štěpová, první porevoluční ministryně obchodu, která je právem trvale považována za zakladatelku moderního cestovního ruchu v České republice. Ve svém projevu zdůraznila, že právě toto odvětví národní ekonomiky je správně označováno jako průmysl cestovního ruchu, který zasahuje do všech dalších tradičních rezortů národního hospodářství a svým podílem na HDP tvoří jeho nedílnou a významnou součást.

Posláním VŠCRTS

je výchova specialistů a odborníků v cestovním ruchu na střední a vyšší úrovni, kteří budou během studia, mimo standardní předměty v uvedené oblasti, čerpat své znalosti i z aktuálních materiálů zpracovávaných státní správou, státní agenturou pro cestovní ruch, tj. Českou centrálou cestovního ruchu CzechTourism, Českými centry Ministerstva zahraničních věcí ČR a dalšími včetně Českého statistického úřadu, protože právě ověřené a potvrzené informace dávají předpoklad ke zpracování objektivních prognóz, o které se lze opřít.

Vysoká úroveň výuky

VŠCRTS je zaručena mimořádně kvalitním pedagogickým sborem, dobře vybavenými učebnami moderní audio a video technikou, internetem, který je trvale k dispozici. Mimořádná pozornost je věnována výuce jazyků rodilými mluvčími. V nabídce VŠCRTS je mimo tradiční evropské jazyky řada jazyků asijských, arabských a dalších, konkrétně 39 alternativ.

Bakalářské práce

budou vedeny a posuzovány odborníky v cestovním ruchu, jak ze státní správy, tak i renomovaného soukromého sektoru. Předepsaná praxe bude praktikována v celém rezortu cestovního ruchu, tj. v hotelových komplexech, lázeňských zařízeních, které tvoří páteř českého příjezdového ruchu, ale i v cestovních kancelářích doma i v zahraničí. ■




VŠCRTS

Vysoká škola cestovního ruchu
a teritoriálních studií v Praze, spol. s r.o.
Ortenovo nám.34, 170 00 Praha 7

VŠCRTS

Ortenovo náměstí 34, 170 00 Praha 7
tel.: 222 782 007, mobil: 777 061 207
e-mail: vscrts@volny.cz

www.vscrts.cz




Vector International slaví patnácté výročí

? VECTOR INTERNATIONAL s.r.o. letos slaví patnácté výročí své existence. Je garantovaným dodavatelem hotelového vybavení Asociace hotelů a restaurací ČR. Jeho klienti se počítají na stovky. V souvislosti s hlavním tématem vydání Všudybylu jsem o rozhovor požádal jednatele této firmy Ing. Attilu Balogha. Pane řediteli, při vstupu do vašeho showroomu jsem si uvědomil, že jsem se se zde předváděnými předměty setkal v nejluxusnějších hotelích včetně karlovarských Grandhotel Pupp a Carlsbad Plaza, pražských Le Palais, Imperial; Carlo IV. Boscolo, Four Seasons; InterContinental atd. atd.



Ing. Attila Balogh

nácti lety jsme začínali pouze se sejfy a minibary. Dnes obchodujeme s více než stovkou komodit a více než třemi tisícovkami položek

zboží. Kolekci svého zboží sestavujeme tak, aby u nás pokud možno každý hoteliér našel, co právě potřebuje.

? Referenční přehled odběratelů Vectoru uvedený na vašich webových stránkách www.minibar.cz je úctyhodně dlouhý. Jak své potenciální zákazníky získáváte?

! Účinným nástrojem jsou naše internetové stránky. Jsme v internetových vyhledávacích. Využíváme řadu časopisů a účastníme se prezentačních akcí. Velmi užitečnou platformou a garanční záštitou nám je Asociace hotelů a restaurací České republiky. Zpočátku jsme byli členy sdružení HoReCa a předloni, v rámci jejího sloučení s Národní federací hotelů a restaurací České republiky, jsme se automaticky stali členy nově vzniklé nástupnické asociace. Máme tak daleko lepší přístup k potenciální klientele a rádi využíváme možnost účastnit se jí organizovaných road show a dalších akcí pro širokou členskou platformu.

? Jaké jsou trendy v hotelovém vybavení?

! Ačkoliv už je tomu patnáct let, co v této branži podnikáme, nejpoblárnější stále zůstávají minibary a sejfy. V poslední době roste poptávka po kartových zámkových systémech, jež hoteloví hosté preferují oproti klasickým klíčům. Dalším trendem je zvyšování

**VECTOR
INTERNATIONAL s.r.o.**

od roku 1993 podniká a obchoduje s hotelovým vybavením. Je garantovaným dodavatelem Asociace hotelů a restaurací České republiky a výhradním zástupcem špičkových světových firem i tuzemských výrobců.

Vybavení pokojů

Minibary, hotelové sejfy, zámkové systémy, hotelové televizory, Pay TV systémy, dekorace; hotelové desky; pokojové koše; ramínka; rychlovarné sady; svítidla; TV držáky a stojany; žehličky; soupravy, hotelové postele a matrace.

Koupelny a toalety

Vysoušeče vlasů, kosmetická zrcátka, koupelnové doplňky a koše, osoušeče rukou, kompenzační pomůcky; nástěnné popelníky; koupelnové lampy; osobní váhy; spotřební materiál; sprchový program; zásobníky, dávkovače; zrcadla.

Hotelová kosmetika

Čtyři kompletní sady hotelové kosmetiky – řada Aqua; řada Beaufort; řada Natural Beauty;

řada Relax Refresh Revive;
zápalky, čokoládky.

Textil

Ložní prádlo; pantofle;
polštáře a přikrývky; přehozy;
ručníky a osušky; ubrusoviny;
závěsy; župany.

Nábytek

Kufrboxy; lehátka; lůžka;
matrace; pokojový nábytek;
restaurační nábytek; stoly;
věšáky; židle.



showroomu je např. flambovací vozík. Vozíky nabízíme nejen flambovací, ale i na steaky na barbecue, na ryby či sýry v různém designu ve vysoké kvalitě a za rozumnou cenu.

? Své pobočky sice máte i v dalších zemích, ale já se vás zeptám na hotelový průmysl v Česku. Bude vaši firmu živit i nadále?

! Určitě. Máme dlouhodobé plány, které se i odráží v úmyslu zakoupit vlastní nemovitost, do níž přeneseme své sídlo a sklady, protože stávající prostory jsou nám již malé. Mohu ale poznamenat, že jsme v letošním roce neza-



vat uživatelský komfort hostů vybavováním pokojů varnými sety, a už i u nižších kategorií ubytovacích zařízení vysoušeči vlasů apod.

? Zmínil jste zámkové systémy. Co je preferovanější? Magnetické karty nebo chipové?

! Hoteliéři upřednostňují magnetické. Kvůli ceně. Už proto, že si je hosté při opuštění hotelu často odnáší s sebou. Chipové, které jsou dražší, toho umí podstatně víc. Proto nabízíme i zámkové systémy s dvojitou čtečkou, kdy hostům jsou určeny magnetické kar-

úklidové nářadí; úklidové vozíky; vozíky na prádlo; vozíky na zásobování minibarů; vozíky pro pokojový servis; vozíky pro pokojské; vysavače a čisticí stroje.

Lobby

Bagážové vozíky; čističe obuvi; držáky na noviny; jmenovky; klíčenky; koše; popelníky; lanové zábradlí; pultové zvonky; stojany na deštníky; vlajky.

Konference a catering

Banketní stoly; banketní židle; rautové sukně; řečnické pulty; taneční parkety a pódia; vozíky na banketní vybavení.

Restaurace a kuchyně

Bufetové pulty; jídelní lístky; menu stojany; přepravky na jídlo.

Orientační systémy

Dveřní štítky; stojanové tabule, klíčenky.



ty a hotelovému personálu chipové karty s lepšími možnostmi nastavení definovaných přístupů.

? Zatím jsme hovořili spíše o hotelových provozech, ale co restaurační a cateringové? Mezi vystavenými exponáty vašeho



znamenalí až takovou dynamiku byznysu jako loni. České hotely si stěžují na torpédování svých podnikatelských snah dlouhodobě zpevňující českou korunou, ale přesto je podle mě podnikání v hotelnictví právě v Česku velmi perspektivní. Uplynulých deset let totiž bylo v porovnání se západní Evropou extrémně dobrých. ■

www.minibar.cz



Ohlídat oběh peněz v hotelu



Ing. Pavel Kotek

? V souvislosti s hlavním tématem tohoto vydání jsem o interview požádal ředitele a zároveň obchodního ředitele

společnosti MEFISTO SOFTWARE a.s. Ing. Pavla Kotka, protože informační technologie dokáží zracionalizovat řadu činností nezbytných pro chod hotelů.

! Mefisto Software své softwary tvoří tak, aby postihovaly maximum toho, co se v hotelových a restauračních provozech dá řešit počítači. Kupř. systémy pro hotely jsou koncipovány tak, aby procházely celým hotelem. Většina softwarů, které obvykle v hotelech jsou, se skládá z několika částí od různých dodavatelů. Od jednoho software, který se stará o ubytování, od jiného výrobce program na skladové hospodářství, od dalšího program, který se týká pokladního systému atd. Propojení těchto systémů může způsobovat komplikace a zpravidla neposkytuje takový uživatelský komfort jako jeden komplexní systém, který není slepencem několika řešení.

? Fungujete v Česku a na Slovensku.

! Ano a škála našich aplikací sahá od hotelů, které mají dvanáct pokojů, až po ubytovací zařízení čítající čtrnáct tisíc lůžek. Neznamená to ale, že obě zmiňovaná zařízení mají stejný software. Nicméně základ systému je obdobný. Není tedy problém, aby hotel, který má dvanáct pokojů, těžil z výhod softwaru, který využívá velký mezinárodní hotel.

? Pane řediteli, k hotelovému provozu máte pravděpodobně blíž než k programování a psaní softwarů.

! Bezesporu. Poté, co jsem ukončil hotelovou školu, jsem vystudoval vysokou školu se zaměřením cestovní ruch a už při studiích a i po jejich absolvování jsem pracoval v hotelnictví. Ať už v USA v Marriottu nebo pak tady v Česku, kdy jsem měl v pracovní náplni nabízet a prodávat českým a slovenským cestovním kancelářím kapacity všech Marriottů po celém světě.

Působil jsem rovněž v hotelovém řetězci Fortuna Hotels (dnes CPI Hotels) a v pražském hotelu Mövenpick. No a pak jsem byl postaven před velkou výzvou, přispět svými zkušenostmi a znalostmi k vývoji hotelových a restauračních softwarů a pokusit se dokázat, aby komplexně řešily veškerou problematiku jejich provozu.

? A ta je velmi široká, protože dobře fungující hotel je vesmírem ve vesmíru – univerzálním zázemím hostů.

! Software Mefisto řeší vše od skladového hospodářství, receptur, pokladních systémů, rezervací, ubytování hostů až po správu pokojů, konferenčních akcí a sportovišť. Napojením na různé periferie pak např. telefonní ústředny, zámkové systémy, vytápění pokojů, internet pro hotelové hosty, výčepní systémy v restauracích, kde bez toho, aniž byste namarkoval, nevytočíte ani jedno pivo, atd. Téměř vše, co v hotelu najdete za aktivity a procesy, tam všude jsou naše softwary užitečné. Těch činností je skutečně hodně. Dnešním trendem jsou on-line rezervace, kde si host udělá rezervaci bez toho, aniž by do toho zasáhl kdokoli z hotelu. Tzn., hotel ušetří pracovní sílu a host si velmi rychle udělá rezervaci, okamžitě dostane potvrzení a hotel dostane číslo jeho kreditní karty, takže rezervující už nepůjde ke konkurenci jako v případě, že nějaký zaměstnanec rezervačního oddělení hotelu bude na kafi a odpoví mu až za dvě hodiny.

? Výtah vašich realizací uvedený v samostatné grafické ploše na této dvojstraně napovídá, že nejste žádná ořezávátko. Nicméně při získávání klientů se pravděpodobně setkáváte s argumentací: „Proč bychom měli zavádět nový software, když nám ten stávající deset patnáct let funguje a jsme na něj zvyklí?“

! Informační technologie, včetně těch aplikovaných v hotelnictví a v restauračních provozech, prožívají nesmírně dynamický vývoj. Nicméně přesvědčit klienta v situaci, kdy je v jeho hotelu byt už dávno překonaný software, že výhody toho nového bohatě odmění jeho úsilí spjaté s aplikací daleko progresivněj-

MEFISTO SOFTWARE, a.s.

patří mezi nejvýznamnější dodavatele hotelového a restauračního softwaru vlastní produkce. Produkty společnosti MEFISTO SOFTWARE, a.s. vznikaly dlouhodobým vývojem softwaru, který začal roku 1992 v součinnosti s karlovarským Grandhotelem Pupp a Grandhotelem Zvon v Českých Budějovicích. Základní vývoj produktů Mefisto byl ukončen v roce 1998 a v roce 2000 se rozběhl prodej široké produktové řady, pokrývající požadavky restauračních a hotelových provozů. Mefisto Software nabízí komplexní technologická řešení a široké spektrum služeb: Dodávky software, systémové a poradenské služby a analýzy. V případě zájmu zákazníka zajistí příslušný hardware v optimální konfiguraci a odpovídající cenové hladině, a to jak pro hotely, tak i pro restaurace a další provozy. Poskytuje ověřenou technologii řízení hotelových a restauračních provozů. Jeden software s garancí bezchybného fungování všech funkcí. Silné kapitálové zázemí společnosti Mefisto Software spolu s dlouholetými zkušenostmi dalo vzniknout řadě unikátních aplikací, komplexních informačních systémů, jež tvoří jádro jeho nabídky: Mefisto GRAND, Mefisto HOTEL+, Mefisto SPA, Mefisto HOTEL, Mefisto GOURMET+, Mefisto GOURMET, aplikace Mefisto ACADEMY pro hotelové školy a nejnověji Mefisto CAMPUS pro vysokoškolské koleje, ubytovny a jim podobná zařízení.

Dnes jsou hotelové a restaurační informační systémy Mefisto používané ve více než sto dvaceti provozech v Česku a zahraničí. Např. v Česku a na Slovensku software Mefisto GRAND: CPI Hotels; Esplanade – Praha; IMPERIAL – Karlovy Vary; Hotel Jana – Přerov; Resort Svatá Kateřina; Hotel Fit Fun

– Harrachov; Hotel Primavera Park – Plzeň; Hotel CENTRO – Hustopeče; Parkhotel – Plzeň; Palace Hotel Polom – Žilina.
Software Mefisto HOTEL +:
 Grand Hotel Zvon – České Budějovice; Best Western Hotel VLADIMIR – Ústí nad Labem; Smrek – Liptovský Hrádok; Lyžařská bouda – Pec pod Sněžkou; Hotel Magistr – Vsetín; Sporthotel Břízky – Jablonec nad Nisou; Hotel Troja – Praha.
Software Mefisto HOTEL:
 Holiday Village Tatrlandia – Liptovský Mikuláš; AVE Hotels – Praha; CK VESTA – Praha; Jerome Hotels – Praha; Hotel Čertovka – Praha; Golden City – Praha; Maximus resort – Brno; Hotel Meran – Praha.
Mefisto GOURMET +: Pivovar a restaurace U Fleků – Praha; Restaurant Palffy Palác – Praha; Music Club DUPLEX – Praha; Restaurace U Malířů; NORDSEE – Praha a Brno; restaurace Cartouche – Praha.
ACADEMY: Střední škola DAKOL – Petrovice u Karviné; Euroškola Strakonice; Integrovaná střední škola cestovního ruchu a VOŠ – České Budějovice; VOŠ a Hotelová škola – Opava; OA a HŠ – Turnov; Hotelová škola – Teplice.

šího, a u některých činností kompletně změnit jeho uvažování a naučit jej používat nový softwarový nástroj, je někdy opravdu velmi složité. Poměrně často se setkávám se situací, kdy klient, se kterým jsme jednali o nákupu softwaru a on si vybral jiného dodavatele, přijde po půldruhém roce a řekne: „Měl jste pravdu“ a po draze zaplacené zkušenosti si koupí naše řešení. Snažíme se vycházet vstříc potřebám našich klientů i naším programem splátkového prodeje. V jedné z variant se například spolupodílíme na podnikatelském riziku. Tato metoda financování totiž znamená splátku systému ve formě pevné částky za každý obsazený pokoj, tedy z peněz, které přinesou hotelu jeho hosté.

? Ale u nově vyvinutého software můžete argumentovat vyšším uživatelským komfortem a ekonomickou rentabilitou.

! Softwary Mefisto byly od svého prvopočátku koncipovány jako manažerský nástroj, jehož cílem je ohlídat oběh peněz v hotelu. Jednak podchytit na straně příjmů veškeré tržby tak, aby se nemohly ztrácet, a na druhé straně veškeré náklady tak, aby byly použity pro potřeby hotelu. Z praxe klientů vyplývá, že oblasti úspor jsou zhruba trojího charakteru. U některých činností je to snížení počtu pracovních sil. U tržeb nárůst těch, které jsou systémem sledovány. A u nákladů dochází k jejich optimalizaci tak, aby např. peníze nebyly vázány ve skladových zásobách. V oblasti nákupů pak, aby se nakupovalo efektivně, a to, co se nakoupí, bylo použito pro hotel.

? Budoucností jakýchkoliv branží, včetně těch průmyslu cestovního ruchu, jsou lidé. Proto si vážím možnosti oslovovat studenty škol cestovního ruchu nejen Internetovým časopisem lidí a o lidech v cestovním ruchu www.e-vsudybyl.cz, ale i díky možnosti posílat školám část nákladu tištěných Všeudybylů.

V rámci analýzy produktového portfolia Mefisto Software jsem došel k závěru, že sdílíte obdobnou filozofii.

! Odborným školám, hotelovým školám i pro vysoké školy se zaměřením na cestovní ruch je určen Mefisto ACADEMY. Jedná se o plnohodnotnou verzi softwaru Mefisto GRAND. Jeho licenci pro potřeby výuky poskytujeme zdarma. Výdaje má škola pouze s jeho nainstalováním do svého počítačového systému a s proškolením vyučujících.

? Kam se z hlediska hotelových softwarů bude vyvíjet hotelnictví?

! Trendy směřují k on-line distribučním kanálům. Dalším jsou on-line rezervační systémy typu Expedia apod. A další sférou je oblast marketingu a práce s klienty. Na trhu začíná přituhovat a boj o zákazníka bude čím dál tím tvrdší, takže i Mefisto Software ve svém vývojovém oddělení pracuje na modulech, které pomohou obchodu lépe identifikovat příležitosti, které jsou na trhu, a cílové skupiny a efektivněji s nimi komunikovat. Výhodou našeho systému je, že vzniká a vzniká v českých a ve slovenských podmínkách za spolupráce odborníků z hotelových provozů. Dodnes se tým lidí u nás v Mefisto Software skládá a doplňuje o lidi, kteří mají zažitý hotelový provoz. To nám umožňuje pružně reagovat na trendy světového hotelnictví i na jeho česká a slovenská specifika. Díky tomu se držíme ve špičce co do oblastí, které v hotelovém provozu může software řešit. ■

www.mefisto.cz

Mefisto
SOFTWARE

Bára Špotáková, Kateřina Emmons, David Kostelecký a EuroAgentur mají zlatou z Pekingu

? Hlavní téma mne opět zavedlo za předsedou představenstva a generálním ředitelem EuroAgentur Hotels & Travel a někdejšími dávnými kolegy Viliamem Sivekem.

! Vildo, znám se s majiteli několika rodinných hotelových řetězců. Ne všechny ale mají (pokud vůbec mají) takovou perspektivu rodinné kontinuity. V tomto směru lze konstatovat, že budování vaší rodinné podnikatelské tradice značně posílil i tvůj syn Michal, který do firmy vstoupil na víc než plný pracovní úvazek.

Jsem rád, že se k Vildovi už přidal i můj druhý syn Michal. Synům jsem v mládí věnoval moc času, a oba se svou vůlí, dovednostmi a znalostmi vypracovali na špičkové sportovce. Co se Michala týče, byl nucen ze zdravotních důvodů skončit s profesionálním hokejem. A kam jinde by měl jít než k tátovi do firmy? O to víc, když peníze, které vydělal v zámoří, investoval právě do ní. Už před ukončením své sportovní kariéry byl totiž mým společníkem. Nyní pro nás oba nastává těžké období. Já už jsem se odnaučil učit, ale vím, že musím. A pro Michala to bude rovněž složité, poslouchat v sedmadvaceti letech.

? A co dalšího nového u EuroAgentur Hotels & Travel?

! Dnes už s vysokou mírou jistoty mohu prohlásit: přežili jsme letošní rok. Rok 2008 je hodně krutý. Jak díky daňovému zatížení, tak zejména v souvislosti s vývojem kurzu české koruny, výrazně nepříznivým všem exportním aktivitám. A v neposlední řadě také díky bezbřehému voluntarismu a nekoordinovanosti při výstavbě hotelů. Projedte v Praze Legeřovou ulicí a zjistíte, že je tam jeden hotel vedle druhého, ale že se před nimi nedá parkovat a nemají autobusová stání. To všechno se odráží v příjezdové turistice. Takové špatné zkušenosti brzdí dynamiku příjezdů.

? Ale Praha si oproti většině evropských metropolí stále drží nadstandardní nárůst

příjezdů a v oblasti hotelnictví ziskovost. Pozitivní vývoj lze vysledovat i u ostatních regionů České republiky, byť ve většině z nich stále není dosahováno takové míry zhodnocování investic jako v Praze.

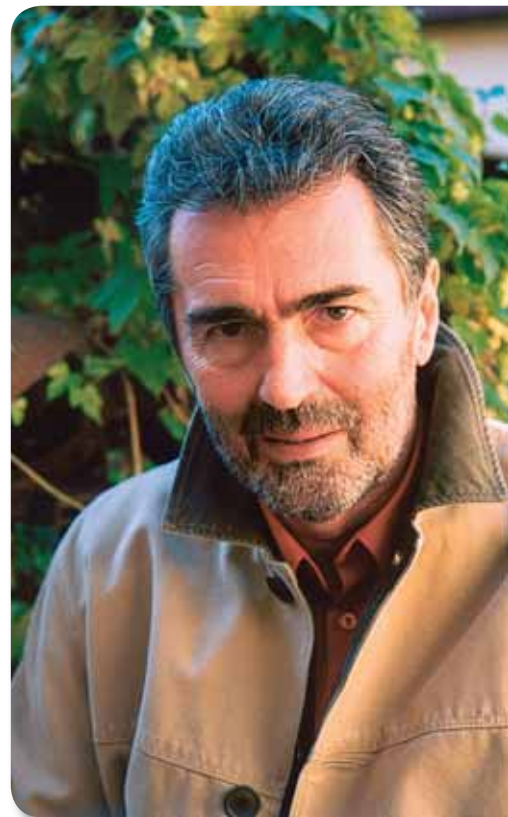
! Svoji hotelovou síť se snažíme rozvíjet už osmnáct let, a to i do mimopražských regionů. V současné době v nich stavíme tři hotely. Velmi krásný „Tereziánský dvůr“ vzniká v Hradci Králové. Bude špičkou našeho řetězce. Jdeme tak daleko, že jeho velké pokoje vybavujeme samostatnými wellness. Tereziánský dvůr by měl být otevřen v závěru příštího roku. Další architektonicky krásný stavíme v Otrokovicích. Víme, že tenhle kraj nemá pořádný hotel. Ani v krajské metropoli ve Zlíně, odkud pochází spousta vysoce úspěšných podnikatelů a manažerů, nemají kvalitní velký hotel. Pokud jedeme do Zlína hrát se Spartou a potřebujeme tam spát, máme problémy sehnat pro „mančaft“ kvalitní ubytování. Aby měli soukromí. Aby to tam bylo čisté, podávali kvalitní jídlo atd.

? No jo, Sparta – láska tvá. Jak si v předchozích ročních hokejové extraligy předvedl, řízení akciové společnosti EuroAgentur Hotels & Travel i hokejového klubu je hodně hodně moc záležitostí manažerských schopností.

! Jaromíre, ono Sparta – láska má, EuroAgentour – láska má. To jsou dvě velké lásky - a doma mám ještě větší. Čili, ono se to trochu tluče. A vždycky někdo musí vyhrát. Navíc jsem letos nebyl docela fit, a někde se to projevilo. Co se týče hokejové Sparty, její tým manažerů, vedený Petrem Břízou, to zvládl skvěle. Jsem strašně rád, že se mi do vedení Sparty, do funkce generálního manažera, podařilo prosadit právě takový typ člověka. Protože je to o čistotě a jasných cílech. V řídicích funkcích jsem pětatřicet let a Petr Bříza teprve dva roky, takže někde mohou být rozdíly. Ale Petr je super! Systematicky budujeme hokejový tým a vše

EuroAgentur Hotels&Travel, a.s.

– největší česká hotelová společnost – provozuje 46 hotelů a 13 gastronomických zařízení. Své podniky má v Praze, Karlových Varech, Mariánských Lázních, Lánech, Hradci Králové, Jihlavě, Frýdku-Místku, na Božím Daru, Lipně, v Jeseníkách, Krkonoších a na Šumavě a v Bratislavě.



Incomingová agentura EuroAgentur Hotels & Travel jen loni do Česka přivezla přes tři sta padesát tisíc turistů.

Kongresové oddělení EuroAgentur Hotels & Travel se zabývá zabezpečením kompletních služeb pro kongresy, konference a incentivní akce. Mezi jeho nejvýznamnější realizace patří organizace kongresu EASL s třemi a půl tisíci účastníky, tradiční organizace Evropského týdne

jakosti, zajištění ubytování pro Mistrovství světa v ledním hokeji, Mistrovství světa v basketbalu 2009 apod.

EuroAgentur Culinary Team má bohaté zkušenosti se zajišťováním prestižních akcí jak ve vlastních gastronomických zařízeních, tak i v dalších atraktivních prostorách, jako je např. Španělský sál Pražského hradu. Jeho nejvýznamnější realizací roku 2008 bylo zabezpečení gastronomického provozu Českého domu na Letních olympijských hrách 2008 v Pekingu.

EuroAgentur Hotels & Travel je nositelem značky Czech Made za jakost a kvalitu služeb poskytovaných v cestovním ruchu a je držitelem certifikátu ISO 9001:2001. Předseda představenstva a generální ředitel EuroAgentur Hotels & Travel pan Viliam Sivek byl mj. několikrát vyhlášen Hoteliérem roku v kategorii hotelových řetězců, Podnikatelem roku, Osobností cestovního ruchu a finalistou soutěže Manažer roku České republiky.

Mezi stálé klienty EuroAgentur Hotels & Travel patří renomované nadnárodní cestovní kanceláře: TUI, Neckermann, Thomas Cook, Wolff, Best Western International aj., významné české a zahraniční firmy a instituce: T-Mobile, Siemens, Unilever, Pfizer, Česká spořitelna, ČSOB, Komerční banka, Český olympijský výbor, Český svaz ledního hokeje aj.

EA
EuroAgentur **Hotels & Travel**

nasvědčuje tomu, že splníme, co jsme slíbili, že Sparta na přelomu tohoto desetiletí bude hrát hlavní roli v českém i v evropském hokeji. A co se týče EuroAgentur? Sice stále vstávám brzy a jedu do práce, avšak z práce jezdím podstatně dříve než před dvěma třemi lety a večery trávím doma s rodinou.

? Kam se podle tebe bude český hotelový průmysl a incoming vyvíjet?

! Hodně do mimopražských regionů. Pakliže se v nich podaří zkvalitnit infrastrukturu, která v mnohých z nich stále chybí. Pokud budou kvalitní pozemní komunikace, bazény, plochy pro in-line bruslení, cyklostezky, tedy to, co je samozřejmostí často jen o pár kilometrů dál, např. na druhé straně hranic, tak dnes opomíjené regiony díky incomingu zažijí hospodářský rozkvět. Česká republika je přeci nádherná! Pokud projíždíš někde nějakou placnou-zemí, tak si to uvědomíš, jak je u nás krásně. Ať je to jaro, léto, podzim nebo zima.

Myslím, že v Praze asi dojde k úbytku hotelů. Už proto, že tak, jak to je teď, hotelový byznys existovat nemůže. Kdy se dvoulůžkový pokoj ve čtyřhvězdičkovém hotelu prodává za padesát euro na den. To zkrátka dlouhodobě nejde. Ačkoliv i já, který to před necelým rokem na konferenci veřejně odsuzoval, díky technice, kterou naše epocha disponuje (že lze v jeden okamžik změnit ceny v celém hotelovém řetězci), musím jít na konkurenční ceny. Naši hosté by totiž odešli do Hiltonu nebo jinam. A ptáš-li se mě, jak bude, tak odpovídám: bude ještě hůř. Krize kupní síly ze zahraničí dolehne i na nás. Měli bychom se na tuto situaci rychle připravit a udělat společně s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR i Magistrátem hl.m. Prahy maximum pro to, abychom tu příchozí krizi ustáli.

? Vildo, v osmém vydání Všudybylu 2008 je fotografie EuroAgentur Culinary Teamu ze „spanilé jízdy“ z Čech až na konec světa po Transsibiřské magistrále. A do Číny to možná měl ještě dál...

! Ano, vařili jsme několik tisíc kilometrů po trase legendární Transsibiřské magistrály z Moskvy do Vladivostoku. Na velké vlakové roadshow, která představila Českou republiku významným touroperátorům tamních gubernií. Vzhledem ke strategickému významu ruských turistů pro český zahraniční obchod a naši ekonomiku vůbec s námi část roadshow absolvoval i ministr pro místní rozvoj Ing. Jiří Čunek. A co se týče Země Středu? V Číně EuroAgentur Culinary Team vařil českým olympionikům včetně fenomenálních olympijských vítězů Báry Špotákové, Kateřiny Emmons a Davida Kosteckého a VIP hostům v Českém domě v Gloria Plaza Hotelu v Pekingu. A také zde EuroAgentur Culinary Team dostal zlatou medaili. ■

www.euroagentur.cz

Dokonalosti dosahujeme maličkostmi, ale dokonalost není maličkost.

*Michelangelo
Buonarrotti
(1475–1564)*



Půlstoletý Roman Vacho

12. září spolu s námi slavil své 50. narozeniny výkonný ředitel vysočanského Clarion Congress Hotel Prague**** Roman Vacho. Pan Vacho je držitelem mnoha oborových ocenění. K několika titulům Hoteliér roku získal cenu Manažer České republiky za rok 2005 v odvětví hotelových a gastronomických služeb. V minulých letech mj. zastával funkci prezidenta Národní federace hotelů a restaurací ČR, působil v Radě Asociace hotelů a restaurací České republiky a byl členem poradního sboru ministra pro místní rozvoj ČR a European Hotel Managers Association. ■



Oslovujeme širokou mezinárodní veřejnost včetně segmentu mladých

? S ředitelem CzechTourism Ing. Rostislavem Vondruškou se setkáváme na Tourfilmu pořádaném v rámci Karlovarského týdne. Jeho součástí byla i konference Svazu léčebných lázní ČR, golfový turnaj a další události. A tak jsem se tu mohl pozdravit nejen s hejtmanem karlovarského kraje JUDr. Josefem Pavlem, náměstkem ministra pro místní rozvoj ČR Ing. Jiřím Vačkářem, primátorkou Karlových Varů JUDr. Veronikou Vlkovou a dalšími politiky. Na základě akcí, které jsem stihl absolvovat, a velkého množství zajímavých lidí nejen z rezortu cestovního ruchu, s nimiž jsem se na nich seznámil nebo opět potkal, rád konstatuji, že Karlovarský týden má stoupající tendenci.

! Karlovarský týden se profiluje jako multitematický event. Tedy ne jako úzce specializovaná akce pro profesionály cestovního ruchu. V rámci svých tří stěžejních akcí oslovuje širokou mezinárodní veřejnost včetně segmentu nejmladších. Ten je pro budoucnost festivalu velmi důležitý. Proto jsme do něj zařadili některé nové věci. Např. interaktivní Studentskou akademii, v jejímž rámci odborníci na marketing hovoří se studenty. Nebo amatérskou filmařskou soutěž v natáčení spotů. Soutěžící pracovali pod velkým časovým tlakem s vypůjčenou profesionální technikou. Ale výsledky, které přinesla, byly kvalitativně ohromující. Další věcí, která Karlovarský týden posunula hodně do středu zájmu veřejnosti a výrazně jej zatraktivnila, byla gastronomie. Nejen česká, ale i zahraniční, kterou zde prezentovali rodilí cizinci. Konfrontovali své umění s českými kolegy kuchaři v čele s prezidentem Asociace kuchařů a cukrářů ČR panem Miroslavem Kubcem. Právě jeho lehce recesisticky laděné závěrečné vystoupení vyúsťilo i v to, aby některá klíše byla uvedena na správnou míru.

? Rovněž CzechTourism v posledních několika letech udělal obrovský kvalitativní posun. Ostatně minulý Všudybyl přinesl informaci, že se ministr pro místní rozvoj Ing. Jiří Čunek zúčastnil několika etap propagačních kampaní na jednom z nejdůležitějších dosud nesaturovaných trhů. Ta



proběhla v rámci oslav desátého výročí působení zastoupení CzechTourism v Ruské federaci. O Česku je i díky aktivitám CzechTourism, ať návštěvám zahraničních touroperátorů orientovaných na Česko u nás nebo zahraničním propagačním akcím a kampaním, jako byla cesta po Transibiřské magistrále, čím dál víc slyšet. To by ale bylo málo. Díky tomu, že se o naši zemi v srdci Evropy dozvídají další a další potenciální hosté, má incoming do Česka stále růstovou tendenci.

! Už jen z logiky komunikačních procesů vyplývá, že se zúročuje strategie, kterou jsme v rámci oslovování zdrojových trhů před lety nastoupili. V souvislosti s účastmi pana ministra Čunka, když už jste jednu z nich připomněl, bych rád podotkl, že pokud se osobně zúčastní



místopředseda vlády, je dopad našich propagačních akcí daleko výraznější. Našimi zahraničními partnery je to vnímáno jako vážný zájem. To, vedle rozpočtu, který Ministerstvo pro místní rozvoj ČR vyčlenilo na činnost CzechTourism, je nejlepší pomocí naší práci. Takováto oficiální podpora je na každém z trhů přijímána velmi pozitivně a je pro zahraniční partnery CzechTourism i země, v nichž propagační kampaně uskutečňujeme, citlivě vnímanou otázkou vysoké prestiže.



? Řekl bych, že výraznou roli na úspěších dosahovaných CzechTourism má personální politika. Lidské zdroje – jazykově i odborně způsobilí lidé, z nichž by se většina díky svým dovednostem mohla uplatnit i v dalších oborech a oblastech zahraničního obchodu. Čím si je CzechTourism drží?

! To je otázka velmi na tělo. Musím přiznat, že ne vždy se nám daří je držet. Tito lidé přicházejí buď přímo ze škol nebo po krátké praxi. A je velmi typické, že po dvou třech letech, když v nejlepším kvalitě a ve velmi krátké době získají ostruhy, odcházejí. Soukromý sektor je totiž schopen nabídnout jim lepší finanční podmínky. Mladí lidé k nám nastupují už velmi dobře teoreticky připraveni a s velkým rozhledem. Zpravidla to totiž jsou vysokoškoláci a částečně středoškoláci. A jak jste zmínil, velmi rychle se z nich stávají špičkoví odborníci, už proto, že výzvy, které před ně stavíme v podobě pracovních zadání, vyžadují vel-



ké nasazení a kreativitu. O to více si vážím zaměstnanců, kteří v CzechTourism zůstávají delší dobu než jen tři roky a jsou přínosem pro agenturu. A dělám všechno možné, abych práci pro ně udržel opravdu atraktivní.

? CzechTourism se i letos angažuje v rámci Veletrhu cestovního ruchu Plzeňského kraje ITEP 2008. Bohužel, v Plzni jsem se stihl pouze mihnout 9. října na zahajovací party Angelo Hotelu Pilsen a pozdravit se s jeho ředitelem Petrem Nešpůrkem. Víc mi nepřetržitý sled akcí Karlovarského týdne nedovolil.

! Ano, CzechTourism je partnerem veletrhu ITEP. Považujeme jej za dobrý regionální veletrh se zahraniční účastí. Je zdařilým příkladem jak koncentrovat komplexní nabídku kraje do jednoho místa a času. Všichni, kdo mají zájem na této platformě propagovat, nabízet a prodávat, určitě mají důvod využít právě ITEPu. CzechTourism samozřejmě není v pozici, kdy by do svého portfolia velkých veletrhů mohl přidávat další. Ale systémově to není nutné. Regionální veletrhy jsou záležitostí regionů, a my jsme rádi jejich partnerem. ■

www.czechtourism.cz





Roadshow Asociace hotelů a restaurací ČR

? S generálním tajemníkem Asociace hotelů a restaurací České republiky panem Ing. Václavem Stárkem (první zleva) se potkáváme už na několikáté roadshow.

! Mám radost, jak přibývá členů AHR ČR. Katastrofické scénáře, když se Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu – HO.RE.KA ČR spojovalo s Národní federací hotelů a restaurací ČR, se pro dvou letech fungování Asociace hotelů a restaurací ČR ukázaly liché. Naše asociace reprezentuje na třicet devět tisíc pokojů, což je víc než třetina celkové české lůžkové kapacity v hotelích a penzionech. Další metou AHR ČR je, aby to byla polovina. A proč roadshow děláme? Nejsou pouze o tom, aby prezentovaly v krajích nabídky dodavatelů, i když bez dodavatelských firem naše obory nelze provozovat. Jsou hlavně o tom, že

lidem z oboru (ať jsou nebo nejsou členy AHR ČR) poskytujeme platformu, kde mohou říci, co je trápí a co pro ně můžeme udělat a dozvědět se, co pro ně chystáme. Zároveň se seznamují s trendy, které nastupují nebo vládnu v restaurátérství a hotelnictví. Už proto, aby získali náměty jak např. ušetřit provozní náklady. Na letošních roadshow jsme hodně hovořili o úsporách energií a možnostech jejich společného nákuupu. Rád bych při této příležitosti poděkoval všem předsedům a představitelům krajských sekcí AHR ČR a poblahopřál řediteli libereckého hotelu Babylon Ing. Janu Roháčovi k jeho zvolení předsedou krajské sekce Libereckého kraje. ■

www.ahrcr.cz

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



Martina Gottschling ředitelkou Moráně

Od 1. října je novou ředitelkou pražského Best Western City Hotelu Morán paní Martina Gottschling. Je absolventkou Hotelové školy v Poděbradech. Po revoluci šla pracovat do Rakouska, kde vystudovala Tourismus Management Hotel School v Salcburku. Před svým nynějším angažmá pracovala jako ředitelka Falkensteiner Hotelu Maria Prag. ■



www.hotelmoran.cz



KEMPINSKI Hybernská Prague

15. října 2008 zahájil provoz první hotel nejstarší hotelové sítě světa v Česku, pětihvězdičkový KEMPINSKI Hybernská Prague. Disponuje 75 pokoji a zahradou o ploše 1800 m². „Chtěli jsme propojit historickou architekturu, moderní styl a příjemně strávený čas přímo uprostřed Prahy. Díky charakteru objektu a tradicím se nám podařilo vytvořit klenot mezi světovými hotely sítě KEMPINSKI,“ řekl generální ředitel hotelu Sedat Nemli. Portfolio KEMPINSKI obsahuje 59 prestižních luxusních hotelů v Evropě, na Středním východě, v Asii a Africe. Dalších 52 hotelů se připravuje. ■

www.kempinski-prague.com

AMBER INTERIER do mlýna



Mezi prodejci nábytku a interiérovými designéry se na nejvyšších příčkách pomyslného žebříčku už dlouho drží společnost AMBER INTERIER. Její majitelka Ing. Andrea Dufková vsadila na středomořský vkus a kvalitu. Italští designéři mají světovou pověst. Jejich nábytek je soudobě funkcionalistický, ale nepůsobí odměřeně nebo studeně. Nový showroom AMBER INTERIER najdete ve stylovém objektu někdejšího mlýna v Putimské ulici 5/6 v Praze 4 - Písnici. ■

www.amber.cz

AMBER
INTERIER

Slavnostní imatrikulace

prvního ročníku Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství se konala 26. září 2008 v sále Boccaccio Grand Hotelu Bohemia v Praze. V rámci slavnostního aktu byly předány i diplomy absolventům, kteří úspěšně vykonali státní závěrečné zkoušky ■

www.vscrhl.cz



Cena časopisu Všudybyl & Cena AHR ČR



23. srpna 2008 se na Dostihovém závodišti v Pardubicích konal další z hojně navštěvovaných dostihových dnů, tentokrát za účasti nakladatele Všudybylu a reprezentace Asociace hotelů a restaurací České republiky. Cena časopisu Všudybyl – proutěné překážky – III. kategorie na 3200 m pro tříleté koně byla dotována částkou 60 tisíc Kč a stejná finanční odměna čekala na vítěze Ceny Asociace hotelů a restaurací České republiky – steeplechase cross country – III. kategorie na 3400 m pro čtyřleté koně. ■

www.pardubice-racecourse.cz



DOSTIHOVÉ ZÁVODIŠTĚ PARDUBICE
Domas Vělké pardubické steeplechase
Od roku 1874

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



CZECH ASSOCIATION
OF THE HOTELS
AND RESTAURANTS

všudybyl

PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar
je ojedinělou gastronomickou
raritou v centru Prahy

Celková kapacita je 340 míst v atraktivních
rozsáhlých prostorách

Vlastní výroba 11° piva – kvasnicový
nefiltrovaný světlý a tmavý ležák

Prohlídka pivovaru
s odborným výkladem

Vynikající typicky česká
a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka menu
pro turistické skupiny



Otevřeno denně
Po – Pá 10.00 – 23.30
So 11.30 – 23.30
Ne 12.00 – 22.00

Novoměstský pivovar s.r.o.
Vodičkova 20, 110 00 Praha 1
tel./fax: 222 232 448, 602 459 216
e-mail: sales@npivovar.cz
www.npivovar.cz

LÁZNĚ VAŠEHO SRDCE

Léčebné lázně Konstantinovy lázně a.s. leží v Plzeňském kraji v jedné z ekologicky nejčistších oblastí České republiky. Najdeme je nedaleko západočeského lázeňského trojúhelníku. Lázně, jejichž historie sahá do 16. století, jsou zaměřeny především na rehabilitaci stavů po infarktech myokardu, po operacích kardiovaskulárního systému, na léčbu a prevenci kardiovaskulárních onemocnění, ale i další zdravotní problémy, jako jsou choroby pohybového ústrojí, výměny látkové, dýchacího ústrojí a civilizační choroby. Účinná léčba vedená zkušenými lékaři je postavena především na využívání přírodních zdrojů. Tím nejvyužívanějším je zdejší pramen, nazývaný Prusíkův. Je unikátní velkým obsahem oxidu uhličitého. Ten je nejvyšší v celé České republice (3638,0 mg/l). Využíván je dvojím způsobem – k uhličitým koupelím a k aplikaci podkožních plynových injekcí. Lázně celoročně nabízejí regenerační a relaxační programy i bohatou nabídku dovolených, a ani po skončení hlavní lázeňské sezony nezavrou své dveře hostům. Během listopadových pobytů budou moci ochutnat např. svatomartinskou husu nebo si poslechnout zdejší pověsti. Na prosinec je připravena vycházka s myslivcem či zvěřinové hody a na úplný závěr roku silvestrovský program.



Odpocinek s tenisem

Týdenní pobyt zaměřený na tenisovou hru a odpočinek v solné jeskyni. Volné rozložení hodin hry tenisu dle vlastního uvážení, zadání hodin v den nástupu s možností vypůjčení tenisové rakety.

Týdenní lázeňská kúra

Týdenní lázeňský pobyt pro dospělé všech kategorií. Program je zaměřen na obnovu fyzických a psychických sil.

Relaxační pobyt s cykloturistikou

Týdenní pobyt v panenské přírodě s velkým výběrem cyklostezek. Čistý vzduch a síla v nohách. Program je vhodný pro dospělé osoby i pro rodiny s dětmi. Kolo zde zapůjčené v ceně. Cykloturistika podle mapy okolí Konstantinových Lázní.

Odpocinek s jízdním kolem a tenisem

Týdenní sportovní pobyt v překrásné krajině Konstantinových Lázní. Program je vhodný pro dospělé osoby i pro rodiny s dětmi.

Pobyty pro seniory

Program je určen pro dámy a pány nad 55 let. Je speciálně sestavený pro druhý a třetí věk s cílem prohloubit kvalitu života. Účastníci pobytu jsou seznámeni s možnostmi aktivního stáří. Podrobně se obeznámí se svým zdravotním stavem a zvýší svoji fyzickou i psychickou kondici.

Týden s nordic walkingem

Léčebný lázeňský týdenní pobyt s výukou základní techniky nordic walking, severské chůze, se speciálně navrženými holemi. Nordic walking je léčebná procedura, cíleně zaměřená na podporu tělesné zdatnosti. Přispívá ke snížení tělesné váhy, psychického

napětí a kompenzuje negativní vlivy způsobené pracovním vypětím.

Relaxační týden v lázních

Týdenní lázeňský pobyt pro dospělé všech věkových kategorií s léčebnými procedurami. Lekce nordic walking a každodenní odpočinek v solné jeskyni.

Víkendová regenerace

Víkend v lázních pro všechny s nordic walkingem, cykloturistikou, koupelí a odpočinkem v solné jeskyni. Zasloužíte si relaxaci a budete odjíždět odpočinutí a plni sil.

Dámský relaxační týden

Týdenní pobyt plný hýčkání a ozdravování. Pohyb, vynikající jídelníček, ale i odpočinek např. v solné jeskyni a na masážním lůžku mají na tělo i mysl blahodárný účinek.



Oddechový víkend pro ženy

Víkend plný rozmazlování pro ženy každého věku.

Týden s výukou jízdy na koni

Pobyt je určen pro začátečníky, kteří se chtějí naučit základy jízdy na koni – seznámení s koněm, jeho příprava, postrojování a sedláni, jízdařská práce, výuka ovládání koně, procvičování individuálního vedení koně v jednotlivých chodech, závěrečná vyjížďka na koni do okolí.

Odpocinkový týden s turistikou na koni

Pobyt je určen pro zkušenější jezdce – seznámení s prostředím a koněm, jízdařská práce, vyjížďky do přírody podle schopností účastníků a pokynů instruktora.

Redukční pobyt pro každého

Týdenní pobyt s redukcí váhy, která je hlavním cílem tohoto pobytu, doplněný dietním stravováním a procedurami. Objevte své nové JÁ v našich lázních s efektivními programy a přizpůsobeným dietním stravováním.





Léčebné lázně Konstantinovy lázně nabízejí rodinnou atmosféru, domácí kuchyni, bohatý program pro všechny věkové kategorie, lázeňské zázemí včetně lékařských konzultací a čistou přírodu k aktivní relaxaci. Nejvíce oblíbené jsou týdenní pobyty, během kterých hosté absolvují léčebné procedury a zároveň mají dostatek času věnovat se aktivitám podle vlastních zájmů a zaměření. Velké oblíbené se např. těší cykloturistika. Délka tras, které vedou malebným okolím lázní, je až 80 kilometrů. Potkáte na nich i turisty s holemi pro nordic walking.



Silvestr 2008/2009

Vstupte do nového roku
s námi svěží a zdravější.



Podzimní nabídka

Prodloužený barevný víkend
24. – 28. října 2008

Lázeňská kúra na závěr sezony
28. října – 4. listopadu 2008

Svatomartinský pobyt
4. – 11. listopadu 2008
11. – 18. listopadu 2008

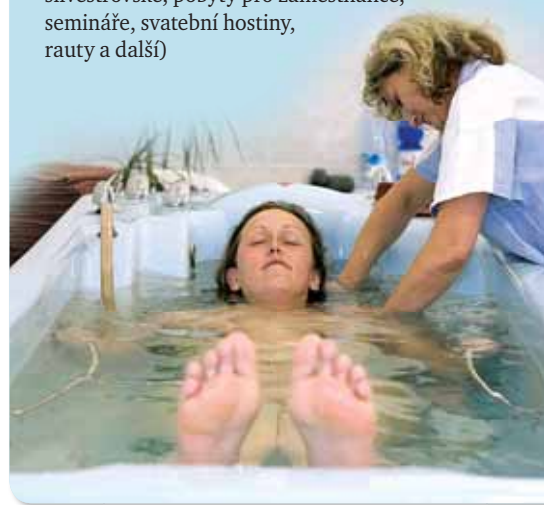
Podzim Kryštofa Haranta
18. – 25. listopadu 2008

Vyberte si z dalších pobytů:

Týdenní pobyty (wellness, sportovní, odpočinkové, relaxační, redukční, pobyty pro seniory)

Komplexní a příspěvková lázeňská péče

Krátkodobé pobyty (víkendové, silvestrovské, pobyty pro zaměstnance, semináře, svatební hostiny, rauty a další)



Léčebné lázně
Konstantinovy Lázně a.s.

349 52 Konstantinovy Lázně
tel.: 374 625 436, 374 625 451
fax: 374 625 550

e-mail: puk@konstantinovy.cz
obchod@konstantinovy.cz

www.konstantinovy.cz

SLAN tour začínal v roce 1990 jako klasická cestovní kancelář pobytovými a poznávacími zájezdy. Ty dělá dodnes. Jeho katalog poznávacích zájezdů „Svět na dosah“ patří mezi pět nejobsažnějších a nejprodávanějších v České republice. Postupně v nabídce CK SLAN tour přibýly katalogy „Zima na horách“ a „Léto na horách“ se zájezdy do míst, která nejsou u moře a je zajímavé je navštěvovat. Hlavně v Česku, na Slovensku, ale i v Rakousku, Itálii a Francii. Před čtyřmi lety SLAN tour diverzifikoval do dalšího segmentu – lázeňskou turistiku. Vydává dva katalogy „Lázně & termály“ ročně. Jejich prostřednictvím nabízí nejznámější lázně a termální koupaliště, lázeňské, regenerační a wellness pobyty ve střední Evropě – Česko, Maďarsko, Slovensko, Rakousko. Od roku 1995 se cíleně zabývá zájezdy za sportem, což bylo prvním tématem mého rozhovoru s majitelem SLAN tour RNDr. Ladislavem Peškou.



RNDr. Ladislav Peška

? Pane doktore, jak jste se propočítal až k zájezdům na Formuli 1, na olympijské hry atd. atd.?

! Ke sportům jsem měl vždycky bližší vztah. Od mládí jsem sportoval a potom působil jako sportovní funkcionář v řadě

odvětví. Naposledy jako předseda Českého svazu rychlobruslení. Do této éry spadají největší úspěchy českého rychlobruslení – medaile, vítězství a světová vítězství Martiny Sáblíkové a Kateřiny Novotné. Několik let jsem byl členem Českého olympijského výboru. Jako člen české olympijské výpravy jsem se zúčastnil zimních olympijských her v Turíně. Vedle toho, v rámci své profese, jsem navštívil řadu dalších sportovních událostí. Mistrovství světa a mistrovství Evropy v kopané. Mistrovství světa v hokeji, olympiádu v Salt Lake City i teď v Pekingu.

? I mnoho úspěšných nadnárodních filiálek vzniklých v Česku k tomu, aby byly ještě

Zájezdy za sportem s firemní klientelou



úspěšnější, využívá incentivních nástrojů a obohacuje pracovní pobyty svých zaměstnanců o zajímavé sportovní a další programy.

! S firemní klientelou máme bohaté zkušenosti, právě co se týče segmentu zájezdů za sportem. Firmy se na nás obracely s různými typem požadavků. Např. organizují-li motivační soutěže, a to vnitrofiremní, nebo pro své obchodní partnery a klienty. V rámci jejich simulů se neřídka objevují zájezdy za sportem, jejichž je SLAN tour dodavatelem. Hodně jsou to zájezdy na Premiere League, na olympijské hry, na mistrovství světa nebo Evropy (ponejvíce v kopané či hokeji). Ještě častěji máme požadavky na zajištění firemních cest pro zaměstnance, popř. pro obchodní partnery. Zatím se vždy našla sportovní událost, jež byla pro firemního klienta zajímavá. Včetně vámi zmiňované Formule 1.

? No ale to je docela „vysoká dívčí“, sehnat vstupenky, když si klient vzpomene...

! Každé zboží má svého kupce. O velké sportovní události byl mezi Čechy vždycky zájem, takže aniž bychom postupovali neadekvátním riziko, zájezdy za sportem chystáme s dlouhým předstihem. Rok dva i více dopředu. Komplexní zajištění služeb na poslední chvíli je u řady světově významných sportovních událostí nemyslitelné. Ať to jsou mistrovství světa, olympiády, vždy bývá problém se vstupenkami, s ubytováním i dopravou. Za třináct let, co sportovní zájezdy produkujeme, máme ve světě řadu partnerů a dobré jméno. Je o nás známo, že SLAN tour je jednoznačně největším středoevropským touroperátorem specializovaným na tento typ zájezdů. Kooperujeme s řadou partne-

rů podnikajících ve stejném ranku v celé Evropě, ve Švýcarsku, Německu, skandinávských zemích, ale i v zámoří, v USA a Kanadě. Vzájemně si pomáháme se zajišťováním služeb. V rámci našich vztahů se Švýčary jsme českým fotbalovým fanouškům dokázali zajistit možnost víc vstupenek než samotný Český fotbalový svaz. A možná ani nepřekvapí, že naše obchodní vztahy např. s prestižními kluby Premier League - Manchester United či Chelsea jsou mnohem lepší než např. s domácí Spartou Praha. U řady sportovních akcí jsme v České republice jediní, kteří v souvislosti s nimi dokáží českým zájemcům zajistit komplexní servis.

? 19. září SLAN tour představil katalog lyžařských zájezdů a pobytů na zimní sezonu 2008/2009.

! Prodej pobytů v České republice a na Slovensku v posledních letech trochu stagnuje. U domácích pobytů je zřejmé, že si většina zájemců zimní dovolenou objednává přes internet. Na Slovensku pak, domnívám se, je cenová hladina ubytování v současné době postavena výš, než je typický český turista ochoten zaplatit. Zejména pro klienty z Čech se tak stává cenově výhodnější dovolená v Rakousku, a to i díky kvalitě, množství, široké škále a délce sjezdovek a dalšímu vyžití. SLAN tour již čtvrtou sezonu nabízí lyžařské zájezdy do Savojských Alp, kam směřují především autokarové zájezdy. U nich se zaměřuje na menší francouzská lyžařská střediska, která cenovou úroveň mohou víc než směle konkurovat lyžování v tuzemsku. Marketingový slogan: „Lyžování ve Francii, levněji než v Krkonoších“, se opírá o ceny týdenních pobytů včetně skipasu od 4000 Kč do 5000 Kč. Nabídku lyžování ve francouzských Alpách pak doplňuje lyžování v Rakousku, hlavně v oblasti Zell am See / Kaprunu, ale i v některých dalších lokalitách, kde SLAN tour nabízí hotely převážně čtyřhvězdičkové kategorie. Zastoupena je i Itálie – údolí Val di Fassa. Již 15 let jsou v naší nabídce všechna významnější lyžařská střediska ve slovenských horách, především v oblastech Malé Fatry, Nízkých Tater a Vysokých Tater. Pochopitelně nechybí ani pobyty na českých horách. ■

www.slantour.cz



EST MODUS IN REBUS,
SUNT CERTI DENIQUE FINES
QUINTUS FLACCUS HORATIUS (65 - 8 PŘ.N.L.)

VŠECHNO MÁ SVOU MÍRU
A PEVNÉ HRANICE

- OSOBNÍ OCHRANA V.I.P.
- OCHRANA OBJEKTŮ
S PŘÍSTUPEM VEŘEJNOSTI
- BEZPEČNOSTNÍ ZAJIŠTĚNÍ
KULTURNÍCH A V.I.P. AKCÍ
- KONZULTAČNÍ A PORADENSKÁ ČINNOST
- ELEKTROTECHNICKÉ
ZABEZPEČOVACÍ SYSTÉMY
- PŘEVOZ CENIN A OSOB
- PRONÁJEM DETEKTORŮ KOVŮ

- PERSONAL PROTECTION OF V.I.P.
- GUARDING OF PUBLICLY-ACCESSIBLE BUILDINGS
- SECURITY AT CULTURAL AND V.I.P. EVENTS
- CONSULTING
- ELECTRONIC SECURITY SYSTEMS
- TRANSPORTATION OF VALUABLES AND PEOPLE
- LEASING OF METAL DETECTORS

ČSN EN ISO 9001:2001

Sídlo: SBA - Expert, a.s.
Kongresové centrum Praha
Na Pankráci 17,19/1685, 140 21 Praha 4
tel./fax: 261 174 196
mobil non -stop: 606 635 648
e-mail: info@sbaexpert.cz

Kancelář předsedy představenstva: SBA - Expert, a.s.
Jiráskova 371, 295 01 Mnichovo Hradiště
tel./fax: 326 771 986
e-mail: najman@sbaexpert.cz

www.sbaexpert.cz





PHILIPS



ambi light
2 channel



Novinky firmy PHILIPS žádejte od odborníka!

VECTOR



Adresa: Střešovická 405/49, 162 00 Praha 6
tel.: 220 180 314, 476, 477, fax: 235 361 243
e-mail: vector@minibar.cz, www.minibar.cz

www.minibar.cz





Spa Hotel Thermal

- klasická karlovarská léčba
- speciální wellness programy
- kongresová turistika
- relax pobyty



Spa Hotel Thermal

I. P. Pavlova 11
CZ - 360 01 Karlovy Vary
tel.: +420 359 001 111
fax: +420 359 002 603
e-mail: sales@thermal.cz



www.thermal.cz



ROYCE BOHEMIA



novinka - kolekce Invitation



Distributor pro Českou Republiku:

ROYCE BOHEMIA a.s. Pod Vilami 32/28 140 00 Praha 4 - Nusle

tel.: +420 261 217 702 - 4 fax: +420 261 217 705

e-mail: info@royce-bohemia.cz www.royce-bohemia.cz