

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

první
vydání
2008

Další informace najdete na stranách 10 až 13.



časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Where Global Business Happens.



OFFICIAL PARTNER COUNTRY



**ITB
BERLIN**

**THE WORLD'S
LEADING TRAVEL
TRADE SHOW**

**5 – 9 MARCH 2008
WWW.ITB-BERLIN.COM**

ITB Berlin is the main meeting place for the global travel industry. This is where business transactions and developments valued at € 5 billion took place last year. The annual event attracts key players from all segments of the tourism value chain.

- Discover the latest product innovations and trends
- Establish personal contacts with 11,000 exhibitors and 100,000 trade visitors from around the world
- Communicate with top-ranking international experts and guest speakers at the ITB Berlin Convention

NEW: ITB Asia – The Trade Show for the Asian Travel Market 22 – 24 October 2008, Singapore, www.itb-asia.com

BLIZZARD

první pomoc proti ohni

Hasicí sprej **Blizzard** je příkladem skutečně užitečné inovace. Použití je stejně snadné jako u běžného spreje, vysoce účinné hasivo z něj však dělá efektivní nástroj pro hašení začínajících požárů. Právě tyto vlastnosti umožní rychlou a pohotovou reakci již v zárodku požáru a mohou zabránit jeho rozšíření a způsobení velkých škod nebo dokonce lidského neštěstí. Výjimečnost Blizzardu oceňují i profesionálové mezi hasiči a v bezpečnostních složkách. Vysokou kvalitu také potvrzují nejdůležitější evropské certifikáty. Hasicí sprej Blizzard je díky přijatelné ceně a kompaktnímu rozměru všem dostupný prostředek pro ochranu proti začínajícím požárům.

Blizzard Vám může být užitečný na místech a v situacích, kde hrozí riziko vzniku požáru.

- v domácnosti (kuchyně, garáž...)
- na chalupě
- v autě
- v přírodě
- na pracovišti

Blizzard je plnohodnotný nástroj pro hašení začínajících požárů. Funkčnost dokazují certifikáty důležitých evropských a světových autorit:

- certifikát od německé zkušebny TÜV
- hasební schopnost potvrdila nezávislá zkušebna MPA Dresden
- certifikát Česká kvalita



SANEX, s.r.o.

Jevanská 23, 100 00 Praha 10

Telefon : +420 234 139 180

Fax : + 420 261 342 240

email : info@sanexfire.com

www.sanexfire.com

www.blizzard-spray.com





...o textilu víme vše...



ČSN EN ISO 9001:2001

www.textilprohotely.cz

galtop@galtop.cz tel/fax +420 596 227 601

Zastavil sem se nejpilněji při soudu senátorském, kdež sem jména panů soudců tato spatřil: Atheus¹, Svárurád, Sluchosud, Stranobij, Osobolib, Zlatomíl, Darober, Nezkus, Malovéd, Nedbal, Kvapil, Ledabyl; všech pak prezident a nejvyšší sudí aneb přimas byl pan Takchcimit. Z kterýchž jmen hned sem se, jací tu soudové bývají, dovtipovati začal: avšak příklad se v mé přítomnosti trefil. Sprostnost² obžalována byla od Soka³, že by některé dobré lidi zhaněla, lichevníkům lakomců, pijanům ožralců spílající a nevím co víc přemluvivší⁴. Svědkové vedení byli Kleveta, Lež, Podhled⁵; prokurátorem ku právu byl Pochleba z jedné strany, z druhé Darmotlach, kteréhož však Sprostnost pravila se nepotřebovati; a tážána byvši, zná-li se k tomu, co na ní prožalováno, řekla: „Znám, milí páni soudcové,“ a přidala: „Teď⁶ stojím, jinák mluvit nemohu; Pán Bůh mi pomáhej!“

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

¹ Neznaboh ²Upřímnost ³žalobce; též nepřítel,
pomlouvače apod. ⁴namluvivši ⁵Podezření ⁶zde

Hned sem se, jací tu soudové bývají, dovtipovati začal



Vnější prostor je vůči všem relativně stejně přátelský/nepřátelský. Pro kariéru přemnohých je tak nejobávanějším vnitřní nepřítel. Nicméně boj, kdo s koho, plá nejen uvnitř politických stran, ale i v rámci řady podniků a úřadů. A také nebývá až tak o tom jak uspět ve vnějším prostoru, ale jak vyeliminovat ty, kteří vynikají, a vydobýt si existenční jistoty na zaměstnavateli, popř. daňových poplatnících. A konkurenceschopnost vlastní politické strany nebo Česka? Ta je (sic podřezávající se pod sebou ne větev, ale celý strom) pro mnohé podružná. A tak není divu, že se realizuje pouze zlomek užitečných věcí a byznysů, než by mohlo. Naštěstí pro naši republiku je v Česku spousta lidí, kteří umí a které naplňuje odvádět kvalitní práci;

a v ostatních i tzv. vyspělých západních zemích zase těch, kteří chodí do práce také hlavně kvůli podpoře v zaměstnanosti, i takových, kteří mají správné kádrové předpoklady či stranickou knížku a tendence likvidovat ty, na něž profesně a výkonnostně nestačí.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybyl

všudybyl

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Dornych 47, 617 00 Brno,
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Grapo 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

- | | | |
|----|---------------------------------------|--|
| 6 | Rozmanitost jedním z největších darů | |
| 7 | Tisíce kilometrů dálnic | |
| 8 | První dáma podpořila PONTES 2007 | |
| 10 | Jubilující Karlovy Vary | |
| 12 | Thermal slavil 30 let | |
| 14 | G4S Fun & Fit Day | |
| 16 | Hotelový resort Frankův dvůr | |
| 18 | Loučení se sezonou | |
| 18 | Plody a ryby moří a oceánů | |
| 18 | Chamarré U zlaté koruny | |
| 19 | Komorní party Ligy pro cestovní ruch | |
| 20 | Českým hoteliérům hodně úspěchů | |
| 22 | AHR ČR ocenila Jiřího Menzela | |
| 23 | Českých 100 nejlepších podvanácté | |
| 23 | Třetí Everest Pavla Béma | |
| 24 | Využívat platformy cestovního ruchu | |
| 26 | 50 let Pražské informační služby | |
| 28 | CzechTourism v plném proudu | |
| 29 | Hornické muzeum Příbram | |
| 31 | Objevujte Frenštátsko | |
| 32 | Objevuj svět s Jiřím Kolbabou | |
| 33 | Kypr, kolébka vín a země pohody | |
| 34 | ESO travel představuje www.amerika.cz | |
| 36 | Kdyby přišel vizionář | |
| 37 | Novoměstský pivovar | |
| 38 | Veletřhy Brno v první desítce | |
| 39 | Na světovém kongresu v Mexiku | |
| 39 | Jak lákat turisty do regionů | |
| 36 | Caliman 1 | |

OLYMPUS
Vale Představy, Nale Budoucnost

Všudybyl fotí
zrcadlovkou
OLYMPUS E-3

Rozmanitost jedním z největších darů Moravskoslezského kraje



? S hejtnem Moravskoslezského kraje Ing. Evženem Tošenovským se setkávám 3. prosince 2007 na Krajském úřadě v Ostravě. Pane hejtnane, před dvěma dny jsem se u vás na D47 potkal s dalším místním patriotem, ministrem průmyslu a obchodu České republiky Ing. Martinem Římanem, který se zúčastnil slavnostního otevření její první části a pak na téže trase i zprovoznění nejnovější 174. čerpací stanice Shell. V krátkém vyjádření pro Všudybyl pak uvedl, že právě v Moravskoslezském kraji byla završena magická hranice jednoho tisíce kilometrů dálnic a rychlostních silnic České republiky.

! Náš dálniční úsek se mnoho let připravoval. Dálnice do regionu přináší hospodářské oživení v širokém spektru a už nyní začala plnit rozvojovou úlohu. Je zřejmé, že výrazně ovlivňuje zájem investorů. Usilují o to, aby byli včas v místech, kudy povede. Region, který byl dlouhou dobu „spící oblastí“, prožívá boom výstavby ubytovacích kapacit a apartmánových domů, které začínají být velkým byznysem. Přicházejí investoři, mající zájem o výstavbu hotelů v té nejvyšší kategorii. Moravskoslezský kraj se tak dočkal ekonomického rozvoje včetně markantního nárůstu příjezdů obchodní a turistické klientely, a tedy i podnikatelských aktivit cestov-

ního ruchu. Samotný úsek D47, zprovozněný v sobotu, se projeví zjednodušením průjezdu Ostravou. Důležité je, jak rychle se napojí na dálniční síť České republiky. V roce 2008 bude otevřen další velký kus D47.

? Posláním projektu Všudybyl je poukazovat na možnosti cestovního ruchu a napomáhat (a to za osobního přispění prezentovaných osobností) otvírat oči a srdce těm, díky nimž s ním není zacházeno jako se strategickým odvětvím s obrovským a zřejmě nevyčerpatelným hospodářským potenciálem. To je důvod, pane hejtnane, proč má Všudybyl v Moravskoslezském kraji spoustu čtenářů a já přátel, a to i mezi vysoce postavenými lidmi, kteří působí v jiných hospodářských odvětvích než zrovna v cestovním ruchu. Takže ani já nemohu nevidět, že Ostrava a Moravskoslezský kraj zažívá výrazný hospodářský vzestup.

! Jsem rád, že se ukazuje to, co jsem říkal na začátku. Že dálnice je potřeba, protože výrazně zlepši dopravní dostupnost Moravskoslezského kraje a krajského města Ostravy vzdáleného 400 km od Prahy, což je pro něj z hlediska cestovního ruchu nepochybně určitou bariérou. Stejně tak jako jsem v osmém vydání Všudybylu 2007 v souvislosti s Letištěm Leoše Janáčka Ostrava naznačil, že nás zajímá především to, odkud k nám budou lidé lézat, zůstává hlavní prioritou to, koho a jaké další rozvojové aktivity k nám dálnice D47 přivede. Už i „nevěřícím Tomášům“ se potvrzuje, že Moravskoslezský kraj má ohromný potenciál. A při rozhodování tak velkého investora, jako je Hyundai, velkou úlohu hrálo např. to, kolik tu máme golfových hřišť, jak blízko to budou mít do přírody, tedy jak rychle se dostanou do Beskyd či Jeseníků. Díky takovéto klientele se bude daleko rychleji měnit i infrastruktura cestovního ruchu. Ta je v obou našich pohořích přece jen stále ještě hodně postavena na již překonaném konceptu spartánsky vybavených turistických chat. Dnes už se ale do ní začíná výrazně investovat. Jsem přesvědčen, že tak jako v ostatních zemích s vyspělým průmyslem cestovního ruchu budou hlavní klientelou našich hor a jistotou tamních podnikatelů v cestovním ruchu tuzemští turisté a doplňkovou zahraniční. Rozvoj Moravskoslezského kraje jde per partes. Není vytvořen

nějakým umělým způsobem, a i díky tomu je velmi reálné, že bude dlouhodobý.

? V pátek večer jsem na Pražském hradě dělal interview s generálním ředitelem akciové společnosti Veletrhy Brno Ing. Jiřím Škrlou. Mj. v něm řekl, že si velmi váží spolupráce s Asociací krajů České republiky, jejímž jste předsedou.

! Představitelé Asociace krajů České republiky, to je uskupení pozoruhodných lidí, a je mi velkou ctí mezi ně patřit. Jako hejtmani si navzájem nekonkurujeme, protože máme svá teritoriálně vymezená působišť, na jejichž územích musíme přesvědčovat o svých kvalitách. Zároveň nás spojuje složitý boj o hledání místa krajů na slunci. Tvoříme skupinu lidí, kteří umí velmi pružně komunikovat a jsou významnými partnery i pro vámi zmiňovanou akciovou společnost Veletrhy Brno. Ukazuje se, že když se my, kraje, na něčem dohodneme, může to mít velký drive a sílu. Jsem rád, že se nám např. podařilo výrazně přispět ke změně charakteru Regiontouru. V jeho začátcích jsem byl skoro jeho velký nepřítel, protože mi připadal samoučelný. Byl pro mne akcí, na níž se scházeli starostové a municipální úředníci, jakoby hlavně proto, aby spolu soutěžili, kdo vyrábí lepší slivovici, kde se rodí lepší víno apod., avšak nemělo to výstup ven. Prvotní Regiontour neprezentoval možnosti regionů a pro jeho vystavovatele bylo podružné, zdali tam vůbec přijdou incomingi nákupci. Díky souhře krajů a Veletrhů Brno se ale Regiontour posunul do profesionálního, vysoce reprezentativní přehlídky pestrosti regionů České republiky, což je velký dar, který je stále ještě velmi málo hospodářsky využíván ku prospěchu obyvatel této země.

? V úvodníku tohoto vydání medituji proč. O tom, že vnější prostor je vůči nám všem relativně stejně přátelský/nepřátelský. Že pro kariéru přemnohých je tak nejobávanějším vnitřní nepřítel. Nicméně boj, kdo s koho, plá nejen uvnitř politických stran, ale i v rámci řady podniků a úřadů. A také nebývá až tak o tom, aby uspěly ve vnějším prostoru, ale jak vyloučit ty, kteří vynikají, a jak si vydobýt existenční jistoty na zaměstnavatelích, popř. daňových poplatnících. A konkurenceschopnost vlastní



Moravskoslezský
kraj

politické strany nebo Česka? Ta je (sic) podřezávající si pod sebou nejen větev, ale celý strom) pro mnohé podružná. A tak není divu, že se v regionech realizuje pouze zlomek užitečných věcí a byznysů. Že je Česko v rámci průmyslu cestovního ruchu pouze na zhruba čtyřech miliardách eur zahraničního inkasa ročně místo na čtyřiceti, přičemž důvod, proč u nás turisté pobývají, je hlavně v rukou státu. Tedy dobrá pověst naší vlasti a konkrétních regionů, která se v podmínkách nekomunikace a leckdy i naschvůli daří budovat jen těžko.

1 O to důležitější je, že se v rámci Asociace krajů České republiky prosazuje vzácná shoda. Pokud potřebuji do hodiny znát názor hejtmanů, elektronicky jej dostanu skutečně do hodiny. Ať už je to o připomínkování zákonů, o společném postupu či třeba o zvážení, zdali přijmout pozvání k návštěvě Číny. Dodržujeme pravidlo, že pokud některý z hejtmanů řekne: „Takovéto rozhodnutí mi bude způsobovat problémy, nepřijímajte tento postoj,“ takové rozhodnutí není přijato. Naše vnitřní loajalita je velmi vysoká. Mám-li tedy potřebu prosadit určité stanovisko, musím přesvědčit ostatní hejtmány. Ne vždy vyhrávám. Nežádka je to o dlouhých debatách. A i když i kvůli nim jezdíme na jednání Rady Asociace krajů České republiky často až na druhý konec republiky, jsou hrozně důležitá a inspirativní. Vzájemná úcta k tomu druhému, který např. „vede válku“ na jiném poli, je značná. Asi těžko za posledních osm let najdete vyjádření jednoho hejtmána vůči druhému hejtmánovi ve shazovačném tónu. Řekne buď: „Já s tím souhlasím,“ nebo: „Já s tím nesouhlasím,“ ale nenajdete mezi námi dramatickou osobní animozitu, protože se jedná pouze o politický názor. Tj., mohu nebo nemusím souhlasit. Je to o naší velké pokoře k funkci hejtmána. Tu bereme tak, že jsme jimi pouze na nějakou dobu a pak tuto funkci předáme někomu jinému. S hrdostí říkám, že hejtmáni, tak jak jsou novou politickou funkcí, nejsou pouhými figurkami, ale že si velmi záhy vydobyli uznání společnosti. A to je pro politickou scénu a politickou kulturu v naší vlasti bezesporu přínosem.

2 Jedním z míst každoročního setkávání se hejtmanů jsou Karlovy Vary. I to letošní, karlovarské, se konalo v rámci „Karlovarského týdne“, na nějž CzechTourism (ale i do dalších míst České republiky) přivezl desítky nákupních incomingových služeb. Ostatně i dnes, kdy spolu, pane hejtmáne, hovoříme, je díky CzechTourism na pracovní návštěvě krajů České republiky stovka zahraničních touroperatorů. Objem zakázek nasmlovaných během takovýchto workshopů i mediální výstupy svědčí i o zdařilé strategii při vyhlášení marketingových témat. Ta pro rok 2008

jsou: „Česká lázeňská sezona“, „Industriální a technické památky“, „Velikáni české hudby v kontextu k českým regionům“ a „Česká kuchyně“.

1 Rozhodně si nehraji na profesionála cestovního ruchu. Cestovní ruch je svébytné a složité hospodářské odvětví. Nicméně jsem přesvědčen, že aktivity vládní agentury pro podporu cestovního ruchu, která do regionů České republiky přivádí potenciální zahraniční obchodní partnery, jsou pro nás velmi významné. Bohužel, zploštěné vnímání cestovního ruchu v Česku je značné, a i proto se většina incomingových aktivit odehrává hlavně v Praze. Stále se nám nedaří prodávat další regiony, což je velký úkol. Jsem toho názoru, že prezentujeme hlavně krásy České republiky a že neumíme namíchat určitou zážitkovou výjimečnost. A přitom je tím nejučinnějším způsobem, jak konkurovat Alpám a popř. přímořským letoviskům. Ale i alpské regiony činí kroky, aby jejich turistická střediska nežila pouze z podstaty a disponovala atraktivní zážitkovou infrastrukturou cestovního ruchu a programy. Turisté jezdí za zážitky, což je důvod pro hluboké profesní zamyšlení, co výjimečného jim nabídnout v České republice. CzechTourism organizovaný workshop zahraničních touroperatorů vnímám jako setkání profesionálů, kteří chtějí prodávat produkt Česká republika a kteří si bytostně nepřejí stížnosti svých klientů na nekvalitu jimi prodaného produktu.

2 Jak mají někam dojít lidé, kteří nevědí, odkud vzešli? Kterí zapomínají, že Česko sestává ze tří svébytných historických útvarů? Tedy nejen z Moravského markrabství a Českého království, ale i ze Slezského velkoknížectví. Jak mohou nabízet zážitkovou výjimečnost, když ignorují výjimečnosti své vlasti?

1 Málomterý z krajů České republiky má tak obrovský dar pestrosti, tak složitou, bohatou, ale i svízelnou historii jako Moravskoslezský. Moravskoslezský kraj mám rád právě pro jeho výjimečnost. Vždy mohu volit, co chci zažít či vidět. Rád jezdím na běžkách. Pokud vyrazím do Beskyd či Jeseníků, jsem tam téměř sám. Půl dne tam nikoho nepotkám. Člověk, když stojí v ztlumeném lese a slyší praskání stromů nebo svištění vzduchu... to je zážitek, který se těžko zažívá jinde. Víím, že tato nedotčenost je protisměrná rozvoji cestovního ruchu a záplavě turistů. Na druhou stranu víím, že za půl hodiny jsem z hor ve městě a ocitnu se v úplně jiném prostředí. Tyto možnosti Ostravanům mohou závidět v Praze i v Brně. Slezsko a Morava jsou výrazně svébytné regiony s vlastní historií a zvyklostmi. A právě tato naše rozmanitost je jedním z největších darů Moravskoslezského kraje. ■

www.kr-moravskoslezsky.cz



Tisící kilometr dálnic a rychlostních silnic s novou čerpací stanicí Shell

V sobotu 1. prosince 2007 byl slavnostně uveden do provozu sedmnáctikilometrový úsek dálnice D47 z Ostravy k hranicím s Polskem, a zároveň na tomto úseku byla za účasti ministra průmyslu a obchodu České republiky Ing. Martina Římana otevřena sto sedmdesátá čtvrtá čerpací stanice Shell na území České republiky.

2 Pane ministře, symbolickým přestřižením pásky jste se spolu s generálním ředitelem společnosti Shell Czech Republic Ing. Pavlem Šenychem a zástupcem investora panem Michalem Postlem z Monstera Development zhostil otevření nové čerpací stanice Shell. Proč?

1 Tak za prvé jsem zde reprezentoval vládu, za druhé jsem z tohoto kraje a za třetí jsem byl před deseti lety ministrem dopravy a tato problematika mne stále zajímá. Otevřením tohoto dálničního úseku byla v České republice překonána magická hranice jednoho tisíce kilometrů dálnic a rychlostních silnic. Ještě jednou tolik a budeme zhruba na konci. Těchto prvních tisíc kilometrů trvalo čtyřicet let. Doufejme, že zbývajících tisíc kilometrů bude trvat kratší dobu. ■

www.shell.cz



Mezinárodní hudební festival PONTES

pořádaný uměleckou agenturou Lupulus pod záštitou první dámy České republiky paní Livie Klausové letos podvanácté stavěl hudební mosty mezi architektonickými skvosty zapsanými na listině UNESCO doma i v zahraničí. Tentokrát v Německu, Srbsku, Chorvatsku, Černé Hoře, Rakousku a Španělsku. Jeho generálním partnerem je Zentiva a.s. a partnery Falkensteiner Hotel Maria Prag, Advokátní kancelář Císař, Česka, Smutný, Magic Helena a Tondach. Mediálními partnery pak Český rozhlas 3 – Vltava, Časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu Všudybyl a Harmonie. Do 12. ročníku stále věhlasnějšího projektu se aktivně zapojilo i Ministerstvo kultury ČR, a to včetně spolupořádání závěrečného koncertu 4. prosince 2007 v pražském Rudolfinu, jehož se osobně zúčastnila paní Livia Klausová. Před koncertem přijal starosty a zástupce měst účastnících se festivalu ministr Václav Jehlička.

Jaký byl PONTES 2007

Objevem 12. ročníku byla dámská Cappella Vivaldiana z Prahy, která dokonale respektuje unikátní interpretaci tohoto barokního skladatele. Byl zahájen projekt „Obnova české duchovní hudby“ zaměřený na opomíjené skvosty české hudby. Spolu s městy UNESCO začali pořadatelé v daleko větší míře propagovat naše další památkově významná města. Např. Strakonice, Kladruby, Jihlavu aj. Islandská klavíristka Birna Steinunn hrála díla Antonína Dvořáka a Virtuosi di Praga skladby islandských autorů. PONTES se rozšířil do Španělska a států bývalé Jugoslávie. Na Slovensku se hrála Regina Celli současného slovenského autora Vladimíra Godára. Po osmi letech



spolupráce pod svá křídla PONTES zahrnul prestižní projekt „Rhapsody“, který propojuje dětské sbory. V jeho rámci na společných koncertech v Praze, Vídni a Salcburku vystoupili malí zpěváci z Hongkongu, Singapur, USA a České republiky. Odstartovala tradice uvádění České mše vánoční Jakuba Jana Ryby v rámci adventního festivalového závěrečného koncertu.



První dáma podpořila Mezinárodní hudební festival PONTES 2007

Záměry festivalu PONTES 2008

Na zahajovacím koncertě 13. ročníku PONTES 17. 6. 2008 v pražském Rudolfinu vystoupí islandská sopranistka Birna Steinnun Ragnasdóttir (světově známá Diddú), klavírista Boris Kraljevic z Černé Hory, turecká flétnistka Sefika Kutluer a další zahraniční umělci. V rámci projektu „Obnova české duchovní hudby“ bude uvedena Missa Pastoralis Františka Xavera Brixioho. Plánuje se rozsáhlá propagace dalších měst, a to Slavonic, Žatce, Horšovského Týna, Chebu aj. Ambicí stát se objevem ročníku má komorní Amadé orchestr, který se specializuje na hudbu W. A. Mozarta a jeho českých současníků. Španělský dirigent Maximino Zumalave bude řídit české skladby a španělský flétnista Claudio Ari-

mani nastuduje hudbu Jana Václava Stamice. K PONTES se připojí Island, Maďarsko a Turecko. Na propagaci svého díla se může těšit slovenský autor Ján Levoslav Bella. V Litomyšli bude uvedena původní verze Prodané nevěsty se sólisty Národního divadla. Vznikne speciální odnož festivalu „Salon PONTES“, kde se např. představí šansoniérka Věra Vajsarová, Radůza aj. V Kladruzech se uskuteční „Den koní“, doprovázený melodiemi Johanna Strausse. Účast na projektu „Rhapsody“ přislíbily dětské sbory z Brazílie, USA, Kanady, Vietnamu a České republiky. Závěrečný koncert s účastí sborů festivalových měst bude 30. 11. 2008 v pražském Rudolfinu. ■

www.pontesfestival.com



PONTES
Mosty porozumění

zENTIVA

FALKENSTEINER
**Hotel Maria
Prag**
Welcome Home!

CÍSAŘ, ČESKA, SMUTNÝ A SPOL.
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ


WEINGUT THOMAS-RÜB



MAGIC HELENA
značková dámská a pánská móda

všudybyl

LUPULUS

KOFROŇ
Production & Consulting

HOTEL
U MĚSTA VÍDNĚ
ČESKÝ KRUMLOV

Vltava
ČESKÝ ROZHLAS 3

Karlovy Vary jsou mojí srdeční záležitostí



JUDr. Veronika Vlková

2 S paní primátorkou Karlových Varů JUDr. Veronikou Vlkovou se setkáváme 10. listopadu 2007 na oslavách 30. výročí zahájení

provozu karlovarského hotelu Thermal. Paní primátorko, v rozhovoru s prezidentem Krajské umělecké asociace a spolumajitelem karlovarského architektonického studia A90 architektem Jiřím Hájkem jsem koncem května 2007 konstatoval, že se současné světové trendy v interiérovém designu inspiřují šedesátými a sedmdesátými lety minulého století, a tedy že koncept, v jakém byl zbudován a vybaven hotel Thermal, je opět in (viz www.e-vsudybyl.cz, heslo pro fulltextový vyhledávač: „Hotel Thermal s novou tváří“). Nicméně, právě Thermal byl, je a bude pro řadu lidí kontroverzní stavbou. Co mu však nelze odepřít, je fakt, že je výraznou dominantou Karlových Varů.

1 Pane doktore, v průběhu dnešního večera jsem si uvědomila několik věcí. Některé se týkaly mě osobně, další města Karlových Varů a jejich vztahu k hotelu Thermal. Když se podíváte na emblém hotelu, pravděpodobně si všimnete, že je obdobou karlovarského městského znaku – lev nad třemi vlnkami. Sice mu chybí koruna,

což je s ohledem na éru, kdy vznikl, pochopitelné, nicméně i z toho, že jsou si znaky Thermalu a města tak blízké, je zřejmé, že i vztah Karlových Varů a tohoto kongresového hotelového komplexu je velmi úzký. Faktem je, že náměstíčko před Thermalem je dějištěm mnoha městských událostí, protože Karlovy Vary nemají další až takto příhodné prostranství. Jsou tu realizovány nejrozličnější akce typu jarmarků, dětských dnů, ale také velké festivalové akce. Kongresové zázemí Thermalu je centrem vysoce prestižního Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary, a to zejména co se týče technického zázemí, stěžených projekcí a předávání cen. To platí nejen pro zřejmě největší filmový festival střední a východní Evropy, ale i pro přehlídku studentských filmů. A to byla další reminiscence, která mi dnes vytanula na mysli, když ve Velkém kongresovém sále promítali ukázkou dokumentu z roku 1979, kdy u nás rovněž probíhal jakýsi studentský filmový festival. Je krásné, že se studentské filmy do Varů vrátily a že tu letos byl, tuším, už čtvrtý ročník Fresh Film Festu. Že se k nám vrací mládež, je nesporně přínosné. A co se týče mé osoby? Uvědomila jsem si, že Thermalu tak trochu závidím, protože je mladší než já. Avšak na druhou stranu vím, že jeho tvůrci, manželé Machoninovi, na něm začali pracovat mnohem dřív, než moji rodiče vůbec začali uvažovat o mně, tedy o dalším dítěti.

2 Dnešní slavnostní večer je jakoby předzvěstí pro Karlovy Vary jubilejního roku 2008.

1 Určitě. Letos jsme slavili dvě stě let Bechevky, sto padesát Moseru a třicet Thermalu. Celý příští rok pak budeme slavit šest set padesát let založení města. Navazujeme tím na tradici, kdy se u nás v roce 1858 slavilo pětisté a v roce 1958 šestisté výročí. I v tomto roce proběhne mnoho akcí, které pořádáme každoročně, ale výrazně je obohacujeme o další nové, speciálně připravené k tomuto výročí. Ráda bych, kdyby šestsetpadesátka znamenala přelom ve vnímání Karlových Varů a kdyby přijela spousta hostů, kteří by měli možnost si prohlédnout krásy a možnosti, kterými naše město disponuje, a stali se jeho opakovanými návštěvníky.

2 Nedávno jsem u vás, a to i v roli fotografa, absolvoval nejprestížnější události Karlovarského týdne včetně setkání ministrů Česka a Egypta. Spolu pak jsme se, paní primátorko, potkali na slavnostní večeři pořádané na počest zahraničních touroperatorů, které do Česka přivezl CzechTourism.

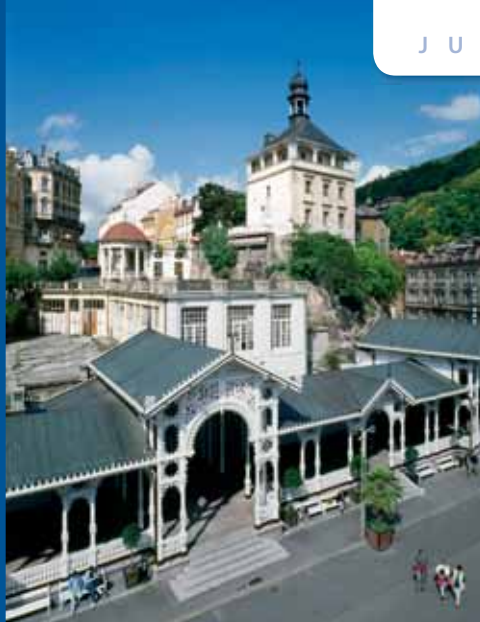
1 Karlovarský týden je pro mne symbolický v tom, že kombinuje odbornou stránku lázeňství, jež je pro Karlovy Vary úhelným kamenem, problematiku incomingu do Čech, Slezska a na Moravu se zábavnou formou, mj. spojenou s nejstarším festivalem filmů s cestovatelskou tematikou na světě, s Tourfilmem, do něhož je včleněna prezentace regionů České republiky TourRegion. Karlovarský týden byl hodně nabitý a je výrazným reprezentantem toho, co Karlovým Varům sedí: synergie zábavy a vysoké profeseionality léčebného lázeňství a šíření jména České republiky ve světě.

2 Paní doktorko, proč jste se rozhodla pro dráhu komunálního politika?

1 Karlovy Vary jsou mojí srdeční



záležitostí. Přestože jsem nějakou dobu pracovala v Praze, stále mne to táhlo domů. Vždycky jsem se sem chtěla vrátit. Mám své město velice ráda, a tak když se naskytla příležitost, rozhodla jsme se jí chopit. Chci Karlovým Varům pomoci v nastoupené cestě do třetího tisíciletí, aby neustrnuly na pouze historické podstatě, ale spolu s tradicí si budovaly moderní renomé. Ukázat všem, že jsou městem mnoha tváří. Kosmopolitním centrem s desítkami tisíc návštěvníků ze sedmaosmdesáti zemí světa, jež nežije životem města své velikosti, ale daleko větší metropole. Karlovy Vary jsou pro mne městem se strašně velkým srdcem.



terény i na pěší turistiku, pro cyklisty a běžkaře. Proslulé golfové resorty, jezddecké areály atd.

Samozřejmě mne velice těší, že sport je dalším z velkých témat našeho města. 26. prosince 2007, na Svatého Štěpána, se chystá „Carlsbad Ski Sprint“ – závod tří národních reprezentací: české, německé a ruské. Povede obchodní zónou po třídě Tomáše Garrigue Masaryka kolem hlavní pošty a v přilehlých ulicích na umělém sněhu, případně na přírodním. Určitě bude super projet se na běžkách historickým centrem města. Máme příslibeno, že po závodech to bude



Je zde řada dalších rozmanitých podnikatelských aktivit. Mám velkou radost, že se ve Varech efektivně snoubí lázeňství s průmyslem a podnikáním v dalších odvětvích. Když tu byl chorvatský prezident, konstatoval, že Karlovy Vary na něj dýchly už v Praze, protože na Pražském hradě u našeho prezidenta jedl z karlovarského porcelánu a pil karlovarskou becherovku a mattonku z karlovarského skla.



? Karlovy Vary jsou výjimečné i tím, že se zde hodně investuje.

Vary nejsou jenom lázně. I když bezesporu jsou největším lázeňským městem v České republice a jediným krajským městem, které je zároveň lázeňským. Kromě lázeňství tu máme špičkový průmysl. Pro Karlovy Vary jsou specifické tak fenomenální pojmy, jako celosvětově uznávané sklo Moser nebo karlovarský porcelán. Není možno nepřipomenout náš třináctý pramen - becherovku. Je velmi specifický. Všechny ostatní karlovarské prameny, vyjma jediného karlovarského studeného Štěpánčína pramene, totiž pijete teplé, ale tenhle chutná nejvíc ledově vychlazený. Je potřeba zmínit i Karlovarské minerální vody, které dokreslují celkový rámec průmyslu na území Karlových Varů. Není možno zůstat jen u těchto pojmů.



umožněno i juniorům či veřejnosti, a to láká i mne samotnou. Nelze nepřipomenout, že Karlovy Vary jsou místem konání Kanoje Mattoni, závodů Světového poháru ve sjezdu na divoké vodě, což když se díváte na naši poklidnou říčku Teplou, se zdá neuvěřitelné. Přesto jsme jedním z pouze dvou měst, kde se závody na divoké vodě jedou historickým centrem. Má to neskutečné kouzlo a vždycky je to velký sportovní zážitek. Ale není to jen o těchto dvou událostech. Máme tu City Tri-



? Několik spolužáků, s nimiž jsem dělal Vojenskou hudební školu v Roudnici nad Labem, našlo uplatnění u někdejší zdejší posádkové hudby a v Karlovarském symfonáku.

Karlovy Vary jsou městem klasické hudby. Připomenou 50. ročník festivalu Dvořákův podzim, rovněž v jubilejním roce 2008. Včera vrcholila Dvořákova pěvecká soutěž. Opětovně byly zastoupeny všechny věkové kategorie, a zejména v ženském a mužském operním zpěvu se objevily velmi výrazné osobnosti. Včerejší koncert byl tak krásný, až mi běhal mráz po zádech.

Karlovy Vary protéká prastará „trans-evropská dálnice“ Ohře, po níž se k nám do českého vnitrozemí možná dostal i bájný praotec Čech se svou družinou. Je jednou z nejpeřejnatějších českých řek sjížděných vodáky. A protéká i pod nádherně bizarními Svatošskými skalami, kam jsem chodil lézt. Ale nejen lezecké, máte tu zajímavé



atlon, který se rovněž běží centrem města, a další akce. Např. proslulý cyklistický závod Karlovy Vary – Praha – Karlovy Vary. A reprezentují nás i hokejisté. Zatím mívali fantastickou hlavně první třetinu extraligy, a já doufám, že jim to v roce šestistého padesátého výročí jejich města vydrží a budou aspirovat na play off. Začali skvěle, jako zatím nikdy. Konec konců i v jejich případě je to o jubileu, protože lední hokej v Karlových Varech slaví sedmdesát pět let. ■

www.mmkv.cz

10. listopadu 2007 ve 14 hodin

byl slavnostní program zahájen pochodem mažoretek za doprovodu Karlovarských symfoniků. Poté se v rozlehlém prostoru hotelové pasáže rozezněly popové tóny orchestru žáků karlovarské Základní umělecké školy Šmeralova, které odpoledne vystřídalo reggae skupiny Ilam. Během programu měli návštěvníci možnost si odpočinout v příjemném prostředí Lobby baru, umocněném živou klavírní produkcí, kde pro ně pořadatelé připravili moučníky vyhlášené hotelové cukrárny. Pro nejmenší Thermal ve spolupráci s Mateřským centrem Karlovy Vary v pasáži připravil dětský koutek, v němž si mohli zaskákat v pytlích, namalovat obrázek, vylovit magnetické rybičky a získat sladkou odměnu. Aby veřejnosti nezůstal utajen žádný prostor hotelu, rozhodli se pro ni pořadatelé uspořádat prohlídky. Byl o ně velký zájem. „Hotel se za ta léta velice změnil. Netušil jsem, že byla provedena tak rozsáhlá rekonstrukce hotelové haly a ubytovací části,“ řekl jeden z jejích účastníků. Slavnostní program pro nejširší veřejnost v prostorách hotelu doplnila soutěž o hodnotné ceny a barmanská show v F-baru, kde bylo možné se za každou vyplněnou anketní odpověď posilnit gulášovou polévkou nebo zahřát horkým čajem či grogem. „Jsme rádi, že i přes nepřízeň počasí



Thermal si spolu s Karlovaráky připomněl 30 let své existence

a první sněh jsme měli tak velkou pozitivní odezvu veřejnosti,“ rozhodnotil odpolední program generální ředitel hotelu Thermal Josef Neufus.

Večer za přítomnosti primátorky

statutárního města Karlovy Vary JUDr. Veroniky Vlkové oslavy vyvrcholily ve Velkém sále kongresového centra hotelu Thermal. Před zahájením oficiálního programu měli přítomní možnost prohlédnout si v předsálí dokumenty připomínající klíčové události Thermalu od položení jeho základního kamene až po současnost, nebo si zpříjemnit čekání ve Snack baru Velkého sálu s nápoji za ceny z 80. let. Program moderoval Petr Jančařík. V jeho průběhu byly na nejprestižnějším filmovém plátně v České republice promítnuty dokumenty připomínající historii Thermalu a Karlových Varů. Vystoupily skupina Abba Revival, festivalový orchestr Josefa Hlavsy, skupina Karla Kahovce a současná karlovarská popová hvězda Zbyněk Drda.

Udělením certifikátu ČSN EN ISO 9001:2001

za poskytování lázeňských rekondičních a rehabilitačních služeb včetně ubytování a stravování, kterou provozovatel hotelu, akciová společ-

nost THERMAL-F, a.s., obdržel za systém managementu jakosti, narozeninový program Thermalu vyvrcholil. Certifikát z rukou ředitele certifikační agentury Mag Consulting Ing. Jaromíra Beránka na pódiu převzal generální ředitel hotelu Josef Neufus. K certifikaci a ke kulatému výročí ze slavného festivalového pódia Thermalu popřála i primátorka statutárního města Karlovy Vary JUDr. Veronika Vlková a prezident Asociace hotelů a restaurací České republiky Ing. Pavel Hlinka, který Thermalu předal zlatou pamětní plaketu Asociace hotelů a restaurací České republiky.

**S nadcházejícím rokem 2008**

zahajuje lázeňský hotel Thermal čtvrté desetiletí své existence v oblasti léčebného lázeňství a hotelnictví. Za 30 let svého působení získal pozici jednoho z nejvýznamnějších zařízení svého druhu v Karlových Varech a České republice - pozici špičkového hotelového komplexu s mezinárodní lázeňskou a kongresovou klientelou.

Všímavým klientům v letošním roce neunikly výrazné změny interiéru v prostoru recepce a Lobby baru. Vybudováním dětského koutku jsme potěšili rodiny, které často řešily otázku, kams děti v době absolvování procedur. Prvním krokem v plánovaném vybudování plnohodnotného balnea bylo otevření rehabilitačního centra ve sportovně-relaxačním areálu bazénu. Rok 2008 bude dalším významným rokem pro Thermal, protože poprvé v třicetileté historii se Thermal stane skutečným lázeňským hotelem s vlastním, plnohodnotným balneocentrem nabízejícím svým klientům 10 klasických procedur – podvodní masáže, uhličitě koupele, skotské střiky, nožní koupele a také kvalitní rehabilitační tělocvičnu. „Mokrě“ procedury samozřejmě s využitím karlovarské vřídelní vody. Spolu se stávajícími procedurami – kompletní elektrolyzační, hydrocolon, masáže, rašelinové obklady, Nordic walking a další – tak



bude hotel Thermal nabízet komplexní lázeňskou službu tzv. pod jednou střechou a zásadním způsobem tak zkvalitnit léčebné pobyty svých klientů.

Při vědomí stoupajících nároků na kvalitní hotelové a lázeňské služby je dalším krokem k jejich naplnění zřízení tzv. exekutivních pokojů, které budou zrenovovány v rozsahu dvou pater (42 pokojů vč. dvou apartmá) a nadstandardně vybaveny zařízením na přípravu teplých nápojů, individuálně balenou kosmetikou, systémem Pay TV, exkluzivním ložním prádlem a froté programem. Hostům budou k dispozici lounge a sauna umístěné na těchto dvou podlažích a některé další služby hotelu na komplementární bázi. V ubytovací části již byla zahájena výměna původních televizorů za nové LCD TV sety značky Philips.

Vedle těchto viditelných změn vedoucích k dalšímu zvýšení kvality služeb bude státem vlastněná akciová společnost investovat také do oblastí technologií zejména za účelem snížení energetické náročnosti provozování hotelu a zvýšení efektivity poskytovaných služeb. Vedení akciové společnosti THERMAL – F tak výrazným způsobem dokazuje, že po letech čekání na privatizaci chce aktivním přístupem změnit poněkud omšelý image lázeňského a kongresového komplexu Thermal a postupně tak zvrátit nepříznivý vývoj hospodaření v posledních letech. ■

www.thermal.cz





G4S Fun & Fit Day

Fun & Fit Day se letos dočkal svého 13. ročníku. Tato skvělá akce s mimořádnou tradicí se zrodila před mnoha lety v hlavě Ing. Jiřího Krejčí. První ročník v roce 1996 v pražském hotelu Hilton se jmenoval Thomas Cook Fun & Fit Day. Po několika letech pak Hapag Lloyd Fun & Fit Day, potom Travellex Fun & Fit Day a letos poprvé G4S Fun & Fit Day. Jak jsem naznačil v sedmém vydání VŠudybylu 2007 (viz www.e-vsudybyl.cz, heslo pro fulltextový vyhledávač: „Jiří Krejča se loučil v Le Palais“), pan Krejča přijal nabídku G4S Security Services (CZ) a.s., což je nejen česká, ale i světová jednička v bezpečnostních službách. Fun & Fit Day byl (jako vždy) určen zákazníkům a obchodním partnerům (tentokrát) společnosti G4S. Konal se 17. listopadu za podpory řady sponzorů a partnerů v Club Hotelu Praha v Průhonicích. Byl určen majitelům a manažerům firem a jejich rodinám, a nejen letos byla mimořádná péče věnována dětem, které z Fun & Fit Day odcházely s rozzářenými očima.

? Pana Krejčí jsem se zeptal, jaký byl první Fun & Fit Day v barvách G4S Security Services.

! Tak to jste po nějaké době první médium, které se neptá na ukradenou půlmiliardu, ale na něco pozitivního... Nechci zlehčovat nepříjemnou událost, která se stala v sesterské G4S Cash Services (CZ), a.s. Chci jen říct, že i takto nepříjemnou záležitost silná firma zvládne.

Z hlediska konceptu k zásadní změně u tohoto ročníku Fun & Fit Day nedošlo, byť byl

inovován scénář a zvýšila se atraktivita cen pro účastníky turnajů. Fun & Fit Day jsme připravovali opět spolu s průhonickým Club Hotelem a řadou dlouholetých partnerů. Pořádání akce pod hlavičkou G4S se odrazilo zejména ve složení účastníků. Nicméně zhruba třetina z nich již byla na některém z předchozích ročníků. Je to dáno tím, že moji dřívější obchodní partneři jsou v komerčním vztahu i s G4S. Bylo velmi milé, že bowlingový turnaj vyhrála paní Jitka Kačabová, která se zúčastnila všech třinácti ročníků Fun & Fit Day. Jsem přesvědčen, že i 13. Fun & Fit Day byl impulzem, od něhož se odvine spousta užitečných věcí. Lidé se bavili v neformální atmosféře, v níž lze příjemně komunikovat o životě i o byznysu. Mohli jsme se tak navzájem velmi dobře poznat nejen jako manažeri, ale i jako lidé. To je pro obchodní vztahy nesmírně důležité. Vědět s kým, s jakým člověkem jednáme.

? V čem se nejvíc projevilo, že to byl G4S Fun & Fit Day?

! Na první pohled určitě v tom, že parkoviště Club Hotelu Praha nehlídala hotelová ostraha, ale byli tam elegantní mladí muži v nádherných uniformách G4S. A že usměvavé dámy na recepci byly tentokrát rovněž z G4S. V průběhu Fun & Fit Day pak byly prezentovány komplexní služby moderní servisní společnosti, která se zaměřuje hlavně na špičkové bezpečnostní technologie a komplexní řešení bezpečnosti. ■

www.group4securicor.cz





Hotelový resort Frankův dvůr

Ubytování

v hotelu je možné v jedno- a dvoulůžkových pokojích s možností jedné či dvou přistýlek a ve dvoulůžkových mezonetových apartmánech s možností až čtyř přistýlek. Pro nejnáročnější klientelu jsou k dispozici dva pokoje a jeden apartmán v nadstandardním provedení. Všechny pokoje a apartmány jsou vybaveny sociálním zázemím s hydromasážní vanou či sprchovým boxem, vysoušečem vlasů, minibarem, internetovým připojením a televizí s příjmem satelitních programů.

Vybavení hotelu

Hotelový komplex disponuje bazénem s mořskou vodou a protiproudem, whirlpoolem s hydroterapeutickou masáží pro 2-8 osob, saunou a solárium. Příjemným zpestřením pobytu mohou být rekondiční a energetické masáže, manikúra a pedikúra, služby, které si hoteloví hosté mohou objednat. Před letní terasou se nacházejí dětské prolézačky, pískoviště

a minigolf. Ojedinelou atrakcí je možnost rybaření na 15 ha rybníků přilehlých k hotelovému komplexu. Samozřejmostí je parkoviště s dostatečnou kapacitou.

Gastronomie

Frankův dvůr má dvě restaurace. A la carte s kapacitou 55 míst a možností podávání pokrmů připravovaných na lávovém grilu a pořádání akcí s grilováním na letní terase s kapacitou 40 osob. Hotelová restaurace může obsloužit až 50 hostů a je nekuřácká. Kromě „klasiky“ zde naleznete i speciality slovenské a maďarské kuchyně, vegetariánskou stravu a rybí speciality.

Konference, školení a semináře

V konferenčním křídle se nachází sál s kapacitou 50 míst a salonek s 30 místy. Obě prostory jsou zabezpečeny audiovizuální technikou a lze je propojit v jeden velký sál. Konferenční křídlo má samostatné sociální zázemí a vybavení pro coffee break.

Svatby

Frankův dvůr je oblíbeným místem zamilovaných. Koná se zde nejvíce svateb v celém regionu, k čemuž přispívá možnost oddávat přímo v hotelu. Frankův dvůr je také vyhledávaným cílem svatebních cest. Svatební hostiny a pobyty se odehrávají v sektoru odděleném od ostatního prostoru, který svatebčanům zajišťuje soukromí.

Tipy na výlet

Nejbližší okolí Jindřichova Hradce přímo vyzývá návštěvníky Frankova dvora k výletům za

je citlivě zasazen do malebně zadumané jihočeské krajiny. Nachází se dva kilometry od centra Jindřichova Hradce, v lokalitě bohaté na kulturní památky a přírodní krásy. Jeho moderně řešený architektonický koncept vychází z reminiscence jihočeského selského stavení, jehož silueta se zrcadlí v hladině rybníka.

Už sám tento prvek umocňuje romantický podtext a navozuje atmosféru klidu a pohody. Resort byl vybudován tak, aby uspokojil i náročnější klientelu, která, aniž by musela slevit z mezinárodního čtyřhvězdičkového standardu, hledá atmosféru venkovské usedlosti. Prostorovým řešením a spektrem služeb je Frankův dvůr předurčen k univerzálnímu využití. Od rodinných pobytů přes firemní a kongresové akce až po pořádání společenských událostí a soukromých oslav.



historickými památkami. K těm nejznámějším samozřejmě patří Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec, Státní hrad Landštejn a romantický zámek Červená Lhota. Pozornost si však zaslouží i další památky: Muzeum se známými Krýžovými jesličkami, Klášter – kostel Nejsvětější Trojice, zámek ve Stráži nad Nežárkou, zámek Pluhův Žďár a další.



Jindřichohradecko vyniká svou neobyčejnou krajinnou rozmanitostí, pestrostí a členitostí. Příroda i krajina zde byly až do dnešní doby uchovány ve stavu velmi podobném tomu, který zde vytvořily předchozí generace. Zvláště okolí Nové Bystřice a Kunžaku si pro svou drsnou krásu a neporušenost přírody s řídkým osídlením vysloužilo název Česká Kanada.

Cykloturistika

Region má výborné podmínky k provozování této aktivity. Na cyklisty čeká mírně zvlněný reliéf Českomoravské vrchoviny. Je protkán hustou sítí značených i doporučených cyklistických tras, k nimž jsou vydávány podrobné cykloturistické mapy. Regionem prochází dálková cyklistická stezka Praha – Vídeň.

Firemní akce

Frankův dvůr je specialistou na firemní akce, jeho okolí umožňuje i prostorově náročné akti-



vity typu paintball a čtyřkolky. Zajistit lze i další oblíbené soutěživé a adrenalinové programy: vodní fotbal, bungee running, bungee jumping, cvičná lezecká stěna, simulátor jízdy na snowboardu, lukostřelba apod. K nejžádanějším doprovodným programům pro větší skupiny patří:

Pevnost Boyard v podmínkách hradu Landštejn – pro skupiny upřednostňující intelektuálně-sportovní oživení pobytu. Hra je určena pro max. 11 družstev. Každý tým je barevně rozli-



šen a má svého kapitána, který má k dispozici mapku hradu a další důležité informace, týkající se hry. V základní části hry se soutěží o indicie – části puzzlí, které tým získá např. vylovením z nádob s hady, pavouky, červy či myškami, nebo překonáním příkopu na lanovém mostě či při střelbě z luku, i v disciplínách, které prověří zručnost soutěžících.

Samozřejmě nechybí ani vězení s katem ani otec Furat (kam vyšle kapitán nejchytřejšího člena týmu, který může získat puzzli uhodnutím hádanky). Po ukončení základní části hry proběhne finálová hra. Každé družstvo musí v daném limitu správně složit z puzzlí obrazec a z připravené nádoby přenést vodu do skleněných válců. Do druhé části finálové hry postupují tři družstva, která nejdříve naplní válec, nebo u kterých má válec nejvyšší sloupec



vody. V druhé části finále se vítězná družstva snaží ukořistit co nejvíce z pokladu ukrytého v truhle.

Projížd'ky v sedle

Hotelovými hostům se zájmem o koně nabízáme ve spolupráci s koňskou farmou a chovnou stanicí koní řadu atrakcí, které se pro některé účastníky mohou stát neopakovatelným zážitkem.



Jindřichohradecké úzkokolejky

Jsou skutečnou raritou a zároveň pozoruhodnou technickou památkou s letním provozem parních vláčků s historickými vozy. Zatímco jednotlivci jsou odkázáni na platný jízdní řád, pro skupiny lze soupravu vypravit samostat-



ně, přičemž skupina si sama určuje nejen čas příjezdu a odjezdu, ale i délku absolvované trati a možnosti dalšího doprovodného programu v podobě country přepadení vlaku ozbrojenými lupiči či ukázky bojů z druhé světové války v dobových kostýmech a s využitím dobové vojenské techniky. Občerstvení během cesty, popř. možnost rautu na některé z železničních stanic. Na přání může být i průvodčí v dobovém kostýmu.

Vyhlídkové lety

Ve spolupráci s Aeroklubem Jindřichův Hradec Frankův dvůr zprostředkovává vyhlídkové lety, přičemž cestující si sami určují délku i tra-



su letu. Nejžádanější trasou je let nad vodní zámek Červená Lhota a hrad Landštejn.

Bílá paní

Pro skupiny lze zajistit večerní prohlídku Státního zámku Jindřichův Hradec formou divadelního představení v několika jazykových mutacích. Noční prohlídka s Bílou paní je tajuplnou pohádkovou romancí pro dospělé i děti. Účastníci při ní navštíví setmělá nádvoří, černou kuchyni hradu a zámku v Jindřichově Hradci, kapli svatého Ducha, zámecký rondel aj. ■

www.frankuv-dvur.cz

Plody a ryby moří a oceánů potřetí

Již potřetí se v brněnském hotelu Voroněž uskutečnila gastronomická show s volnou konzumací plodů moře, ryb a vybraných vín. Skvělým nápadem pro zvýšení intenzity prožitku byla audiovizuální prezentace pouti humrů, krabů, tuňáka, mečouna, mořských



mušlí a mořského ďasa, než se dostali na stylově upravené stoly hotelu. Hosté skrze velkoplošné obrazovky mohli vidět, že byli přivezeni čerství z dalekých koutů planety. Na akci se spolupodíleli Plzeňský Prazdroj, Starobrno, Bohemia sekt, Coca Cola, Makro, Nowaco, Global Wines, Hortim a Douwe Egberts a kmotr projektu, reklamní společnost SNIP & Co. ■

www.voronez.cz

www.oreahotels.cz



**hotel....
Voroněž brno**
Congress Centre

OREA
HOTELS



Hotely TOP HOTELS GROUP a.s. se loučily se sezonou

TOP HOTEL Praha, ALBION HOTEL a sesterská Cestovní agentura TOP TRAVEL AGENCY se loučily se sezonou 2007 27. listopadu na předvánočním setkání v prostorách TOP HOTELU Praha. Akci moderoval Petr Salava. Atmosféru umocňovaly vánoční melodie v podání Klárova kvarteta a nesčetné inspirující pochoutky. Generální ředitelka společnosti Marta Šnobllová přiblížila plány na rok 2008 a připomněla hlavní události roku 2007. K nejvýznamnějším pat-



ří transformace na akciovou společnost a změna názvu na TOP HOTELS GROUP a.s. a úspěšný audit systému managementu jakosti dle normy ČSN EN ISO 9001:2001. Certifikát byl kromě TOP HOTELU Praha rozšířen i o ALBION HOTEL. Svou již i tak přepestrou nabídku TOP HOTEL Praha obohatil o thajské masáže. Došlo k četným stavebním úpravám a rekonstrukci pavilonu B2 a A2 hotelového komplexu. ALBION HOTEL se zařadil mezi nominované pro-



jekty v rámci soutěže „Nejlepší z reality“. V příštím roce v TOP HOTELU Praha mj. čeká hosty nová vstupní hala u západní recepcie a v ALBION HOTELU rozšířená konferenční kapacita, nová restaurace a wellness. Marta Šnobllová poděkovala obchodním partnerům za spolupráci a vyhlásila nejaktivnější cestovní kanceláře: Quality Tours, Jerome Travel a KOMPAS Praha. Nejlepšími firemními klienty byly vyhlášeny společnosti Quintiles, PLIVA, or-rea, GUARANT International a Easy Prague Travel Agency. ■

www.tophotel.cz

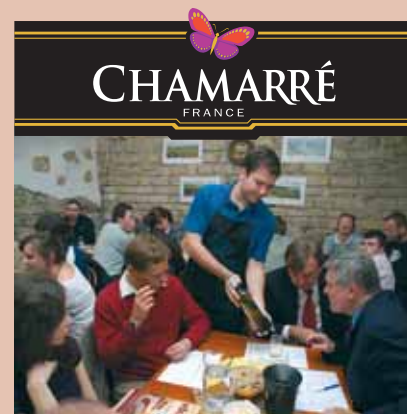
**TOP
HOTELS
GROUP**



U zlaté koruny Chamarré již podruhé

22. listopadu 2007 se v pražské vinotéce firmy Vinicola „U zlaté koruny“ se svými víny značky „Chamarré“ již podruhé představil společný podnik nejvýznamnějších vinařských sdružení a družstev Francie, firma OVS. OVS reprezentuje zhruba dvacet tisíc pěstitelů vína s produkční kapacitou kolem 270 mil. lahví. ■

www.vinicola.cz



VINICOLA s.r.o.
DOVOZCE KVALITNÍCH VÍN



Komorní party Ligy pro cestovní ruch

Viceprezident společnosti Microsoft Jan Mühlfeit, ředitel hotelu Villa Voyta Miroslav Reitinger a generální ředitel firmy Vinicola Karel Průša zvali 13. prosince 2007 do hotelu Villa Voyta na předvánoční ochutnávku vín z portfolia firmy Vinicola.

www.microsoft.com/cze

www.villavoyta.cz

www.vinicola.cz



liga
pro cestovní ruch

Microsoft

VILLA VOYTA
HOTEL RESTAURACE
VILLAVOYTA.CZ

VINICOLA S.P.O.
PRODUCE OF CZECH REPUBLIC

všudybyl

**FRANCOUZSKÁ
RESTAURACE**
v Hotelu dům v Praze

LIPOVSKÝ

SBA
expert

layout

? Rozhovor s jednatelem společnosti GALTOP s.r.o. pány Ing. Věroslavem Ryškou a Ing. Jaroslavem Kociánem jsem inicioval kvůli chystanému interview s hejmanem Moravskoslezského kraje Ing. Evženem Toškovským. Pánové, jste rádi, že podnikáte v Moravskoslezském kraji?

! Bezesporu. Máme tu dobré podmínky, abychom mohli úspěšně expandovat do dalších krajů České republiky. Bydlíme tu a těší nás, že je Moravskoslezský kraj hospodářsky na vzestupu.

? Když jsme se dnes potkali, meditovali jsme nad tím, že rozdíl mezi kvalitním a nekvalitním nemusí být tak zřejmý. O textiliích to platí dvojnásob. Zdánlivě stejně vypadající zboží může mít výrazně odlišné vlastnosti.



Ing. Věroslav Ryška

! Textil je poměrně složitá záležitost. Své zákazníky se proto snažíme tak trochu i „vzdělávat“, aby věděli, co si pořízují a jak s tím kdo má nakládat. Určitě není problém koupit u trhovců prostěradlo za šedesát korun.

Ale aby bylo kvalitní a dlouho vydrželo? To pak musí nést jakési znaky a být vyrobeno určitou technologií. Je-li, či není-li dobré samozřejmě v průběhu užívání pozná téměř každý. Ale to už může být pozdě. Často proto klientům vysvětlujeme, že existuje něco jako mykaná příze a česaná příze. Co je plátňová vazba, vazba atlasgrádlová či žakárová. Jaká je její stálobarevnost a srážlivost. To zákazníci zpravidla nevědí a ani to po nich nikdo nemůže chtít. Pokud doporučujeme textílie, děláme to vždy s nejlepším vědomím a svědomím. Občas klientovi položíme vedle sebe dvě dezénově stejné tkaniny. Jednu z česané příze, druhou z mykané, ať sám posoudí. Samozřejmě, že pokaždé sáhne po té z česané příze, protože je skutečně lepší, i když je o něco dražší. Byli bychom rádi, aby nás naši zákazníci chápali i jako své poradce v oboru textilu.

? Poslední dobou se rozmáhají elektronické aukce.



Ing. Jaroslav Kocián

! I my jsme se takových aukcí zúčastnili, ale po několika negativních zkušenostech jsme od účasti na elektronických aukcích upustili. Upřímně řečeno, je pod naši důstojnost nabízet zboží s jedním jediným parametrem, kterým je cena. Jak jsme o tom hovořili, je to podstatně složitější. Zjistili jsme, že

elektronická aukce má význam u jednoznačně specifikovaných výrobků, jako je např. mouka hladká 00. Pokud ale zákazník specifikuje, že chce ložní soupravu s centimetrovým proužkem, může se dočkat, že koupí soupravu, která se mu po několika vypráních rozpadne a častým nákupem ještě prodělá. Elektronická aukce, nejen u textilií, ale ani u mnoha dalších komodit nepatří do moderního obchodu a rejstříku dobrých hospodářů. Přesto jsou firmy, které elektronické aukce zákazníkům doporučují i pro komodity, které jsou pro takový způsob nákupu zcela nevhodné. Navíc pod záminkou, že díky nim ušetří.

? GALTOP textilie dodává i do mezinárodních čtyř a pětihvězdičkových hotelů. Jedná se o české zboží?

! Naši snahou je zabezpečit dodávky z tuzemských materiálů. Vzhledem k potížím českého textilního průmyslu se naše textilní podniky snaží krizi čelit například tím, že část výrobního procesu přenášejí do zahraničí a konečnou

úpravu zboží provádějí v Česku. Ono je potom těžké říci, co je „české“ a co ne. Nicméně zavedení čeští textilní výrobci jsou pro nás, a tím i pro naše klienty, garancí kvality, i když základní surovina byla utkána např. v Indii. Naši dvorní dodavatelé jsou proto z osmdesáti procent české firmy, z deseti slovenské a z dalších deseti západoevropské. Jako garantovaný dodavatel Asociace hotelů a restaurací ČR si nemůžeme dovolit dodávat nekvalitní zboží.

? Kdo jsou vaši odběratelé?

Tak jak jsme již úvodem řekli, naše firma má sídlo v Moravskoslezském kraji. Řadu významných klientů máme proto u nás doma, na Ostrovsku a v Beskydech. Avšak naše působnost je v rámci celé České republiky. Máme významné odběratele v Praze, v Karlových Varech, v Brně, v Krkonoších, v Jeseníkách, v Krušných horách a na dalších místech naší vlasti.

Jsou to jednak velké hotely a hotelové komplexy, mnoho našich zákazníků je z řad lázeňských hotelů a zařízení. Dodáváme i desítkám malých



Českým hoteliérům hodně úspěchů v roce 2008

Společnost GALTOP s.r.o.

byla založena v roce 1991. Zabývá se výrobou, kompletací a dodávkami textilního zboží, které je použitelné v **hotelových a lázeňských provozech** a všude tam, kde je třeba zajistit **ubytování a stravování** většího počtu osob. S cílem zefektivnit svou činnost zřídila dceřinou společnost **GALTOP – SERVIS, s.r.o.**, jejímž základním předmětem činnosti je výroba textilního zboží. Tato dceřiná společnost **má statut chráněné dílny** se všemi pozitivními důsledky pro konečné zákazníky, zejména velké zaměstnavatele. GALTOP s.r.o. je držitel certifikátu ČSN EN ISO 9001:2001 a od roku 2007 je garantovaným dodavatelem Asociace hotelů a restaurací ČR. Nabídka firmy obsahuje výrobky tří základních kategorií. Jedná se o prádlo pro ubytování (ložnice, koupelna), pro stravovací provozy (restaurace, kuchyně) a o prádlo pro balneoprovozy, wellness a fitcentra. Dodávky zabezpečuje z vlastní výroby, případně kompletuje dodávky z materiálů různých výrobců tak, aby byla pro zákazníky **cenově co nejvýhodnější**. Zajišťuje veškeré požadavky co do kvality materiálu, barevnosti, rozměrů apod. včetně vytkávaní barevných a plastických log, celoplošného dezénu

(u tohoto druhu zakázky je ale nutný odběr minimálního množství), výšivek, potisku apod. Pro provozy v zázemí hotelu zajišťuje utěrky, pracovní ručníky atp.

Ložní prádlo je dodáváno dle požadavku zákazníka jak z materiálů v plátňové vazbě, tak i z atlasgrádlů a damašků a mohou být ušité i z tzv. superšíře 280 cm. Například prostěradlo o rozměru 280×260 cm z jednoho kusu nesešitě látky.

Froté výrobky, ručníky, osušky, a koupelnové předložky, župany nabízí jak v bílém, tak i barevném provedení, ve standardní úpravě nebo měkčené („walk“), které lze vzájemně kombinovat.

Ubrusy, ubrousky a naprony se dodávají především z těžších tkanin (okolo 200 g/m²). Ty mohou být tkané na konkrétní rozměr stolu, nebo šité z metráže až šíře do 280 cm. Nabídku doplňují multony, skertinky, teflonové ubrusy apod.

Přikrývky, polštáře, deky a duodeky (sepnuté ze dvou tenčích přikrývek) z dutého vlákna a z různých povrchových materiálů, které jsou podšity netkanou textilií zabraňující prolínání náplně, také patří k základnímu sortimentu. Náplň polštářů tvoří polyesterové kuličky a tyčinky, které jim zaručují příjemnou měkkost a tvarovou stálost. U přikrý-

vek 100% polyesterové rouno z dutých vláken. Výrobky je možno prát až do 95°C. V současné době se vrací i tradiční materiál, jakým je perť. Nové způsoby úpravy perť totiž potlačily jeho alergické působení. Všechny výrobky této řady je možné prát v profesionálních prádelnách.

Top produkty, mezi ty v současné době GALTOP zařadil chrániče matrací z kombinovaného materiálu polyuretan – froté, které zajistí nepoškození drahých matrací a úspěšně čelí jejich znečištění. Nepropustí vlhkost a přitom jsou prodyšné. Dalším výrobkem jsou napínací prostěradla (jersey) vyvinutá pro hotelové provozy s garancí zvýšeného počtu cyklů praní. Ze strany některých hotelů mezinárodní třídy jsou nyní požadovány tzv. matracové nástavce (vrchní matrace, krycí matrace - „mattress topper“) s náplní z polyesterového dutého vlákna, případně perť nebo vyrobené z tzv. paměťové „líné“ pěny. Tyto matracové nástavce výrazně zvyšují komfort hostů.

V rámci řešení interiérů zajišťuje společnost GALTOP výrobu a dodávky přehozů, záclon a závěsů (včetně zatemňovacích) nejmodernějších dezénů. Sladění vzorů na přehozech s dezény na závěsech a záclonách je samozřejmostí.

ubytovacích zařízení, jako jsou penziony, rodinné hotely, rekreační zařízení atp. Mezi naše klienty patří také studentské koleje, nemocnice, ale dodávali jsme i do vazební věznice.

? Po jakých textiliích je největší poptávka?

Naši zákazníci jsou stále náročnější. Výrazně se zvyšuje poptávka po kvalitních lůžkovinách s různými geometrickými vzory. U ložních souprav teď byl nastartován trend zajistit prádlo delší trvanlivost, tj. preferovat textilie s příměsí polyesteru. V Česku se to zatím moc neprosazuje, zákazníci jim příliš nevěří. Co se týká přikrývek, převládá duté vlákno, i když také zde zaznamenáváme trend „Západu“ – návrat k přírodním materiálům. Na Západě se díky antialergické úpravě péřová náplň dostává do popředí, a to i u polštářů. Trendem jsou i chrániče matrací z kombinovaného materiálu polyuretan – froté, které je chrání proti znečištění např. některými hosty, ale i malými dětmi. Nepro-

puští vlhkost, a přitom jsou prodyšné. Některé pražské hotely tvrdí, že daný produkt požadují hlavně zámožní hosté.

? Mohu-li soudit, v hotelnictví a gastronomii mizí vytkávaná loga. Umíte je vyvzorovat a dodat?

Ano, vytkávaná loga jsme schopni zajistit, a to jak na ložních, stolních i froté výrobcích. Vytkávaná loga umí v České republice dvě až tři firmy. A ani v zahraničí není problém nechat si takové textilie vyrobit. Hlavním limitujícím prvkem je minimální odebrané množství. V současné době ale vytkané dezény už nejsou moc vidět ani v zahraničí. Možná i proto, že takové textilie hoteloví hosté vnímají jako suvenýry a odnášejí si je, aby se před známými mohli pochlubit:



„Spal jsem v tom a tom hotelu. Podívejte, jejich ručník...“ Na druhé straně tohoto jevu některé hotely marketingově využívají a hotelový textil s logem prostřednictvím katalogů hostům přímo nabízejí. Samozřejmě za úplatu.

? Pánové, hovoříme spolu v mém rodném městě Táboře, těsně poté, co byla Asociací hotelů a restaurací udělena prestižní ocenění hoteliérů roku. Jak vy hodnotíte práci v tomto oboru?

Práce v hotelnictví a restauračním průmyslu je obrovskou řeholí. Tím, že se v tomto oboru pohybujeme desítky let, dokážeme posoudit, co všechno obnáší. U menších provozů si to majitelé většinou pohlídnou sami. Jak nedávno na konferenci v Brně řekl hoteliér roku 2006, majitel štramberského hotelu Gong Ing. Guzek: „U toho, co si důsledně neohlídáte sami, se vystavujete reálnému riziku, že to nebude fungovat tak, jak má.“ U velkých hotelů však musí být základem naopak kvalitní tým sešlých profesionálů, na které je spolehnouti. Je dobře, že s takovými profesionály se setkáváme při projednávání našich zakázek. Podnikat v těchto branžích je totiž o sto procentním osobním nasazení. Nejen hoteliéři roku, ale každý, kdo hotel, penzion, restaurace či jiné takové zařízení kvalitně provozuje, si zaslouží velký obdiv. Závěrem nám dovolu, abychom poděkovali našim zákazníkům za spolupráci. Jelikož se blíží konec roku, rádi bychom jim a s nimi i všem českým hoteliérům popřáli hodně štěstí, zdraví a úspěchů v roce příštím. ■

www.textilprohotely.cz



Asociace hotelů a restaurací České republiky ocenila režiséra Jiřího Menzela

29. až 30. listopadu 2007 se v Táboře v OREA HOTELu DVORÁK uskutečnila konference hoteliérů a restaurátérů České republiky. Již tradičně se zabývala otázkami, které mají přímý dopad na sektor hotelnictví a gastronomie. V centru zájmu byla cenová politika, vývoj hotelnictví a gastronomie v nadcházejícím čtvrtstoletí a zkušenosti s využíváním strukturálních fondů Evropské unie. Asociace hotelů a restaurací České republiky zde poprvé v historii udělila mimořádnou cenu za umělecké ztvárnění českého hotelnictví a gastronomie ve filmu, a to ve snímku „Obsluhoval jsem anglického krále“. Ocenění převzali český režisér Jiří Menzel a slovenský herec Martin Huba. Dalšími držiteli výročních cen jsou:

Mladý manažer roku 2007 – Bc. Milan Krajovan, Food and Beverage manager OREA HOTELS hotelů SKLÁŘ a BÍLÝ HOREC v Harrachově.

Green manager roku 2007 – JUDr. Jan Filip, generální ředitel hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre, Praha.

Hoteliér roku 2007 za nezávislé hotely – Ing. Tomáš Startl, ředitel Hotelu Perla, Praha.

Hoteliér roku 2007 za hotelové řetězce – Robert P. Herr, generální ředitel Hotelu Inter-Continental Praha.

Restaurátér roku 2007 – Jindřich Petřík, majitel Motořestu Pegast, České Budějovice – Litvínovice.

Restaurátér roku 2007 – Jaroslav Honzajk, majitel Steak Grillu U Krobiána, Roudnice nad Labem – Račíněves..

Penzion roku 2007 – Penzion MARTINA Lanškroun manželů Martiny a Hynka Brýdlových.

Cena JUDr. Vladimíra Štětiny za celoživotní podporu oboru hotelnictví a gastronomie byla udělena panu Lubomíru Bártovi, řediteli Hotelu Atom, Ostrava. ■

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



CZECH ASSOCIATION
OF THE HOTELS
AND RESTAURANTS

www.ahrcr.cz





? Při příležitosti předávání ocenění „Českých 100 nejlepších“ jsem 30. listopadu 2007 přímo v Rudolfově galerii na Pražském hradě o rozhovor požádal marketingového ředitele Svazu českých a moravských výrobních družstev Ing. Jiřího Štastného.

! Svaz českých a moravských výrobních družstev je zájmovým sdružením právnických osob, které svým členům pomáhá mj. při vyhledávání výrobních a obchodních kontaktů a poskytuje jim služby při organizování výstav, veletrhů a kontraktů. Ambice našich členů na domácím i zahraničních trzích vypovídají nejen o kvalitě výrobků, ale naznačují i jejich další perspektivy. Jedním ze stěžejních posláních Svazu českých a moravských družstev proto je pomáhat budovat celkové pozitivní image u nás sdružených firem. K tomu využíváme řady nástrojů. Jedním z nich je servis našim členům, účastní-li se mezinárodních a národních prestižních ankety a soutěží, jako je ta, která dnes vyvrcholila zde na Pražském hradě. Ale také při vyhlašování „Podnikatele roku“, „Manažera roku“, „České národní ceny za jakost“ aj. Naši manažeři se prosazují i v rámci soutěže „Marketing roku“, v níž v roce 2007 jedno z hlavních ocenění převzal obchodní ředitel Templářských sklepů Čejkovice, vinařské družstvo, Ing. Pavel Pastorek. Spolu s tím napomáháme při prosazování produkce výrobních družstev v soutěžích „Národní design“ nebo „Obal roku“, v němž české firmy již tradičně dosahují nejvyšších met na celosvětové úrovni. O jednom takovém úspěchu v roce 2005 informoval i VŠudybyl, a to když

Využívat platformy cestovního ruchu a poptávky turistů

na sympoziu celosvětové asociace „World Packaging Organisation“ v Bombaji již zmiňované Templářské sklepy Čejkovice převzaly nejprestižnější ocenění v kategorii „spotřebitelské obaly“ (viz www.e-vsudybyl.cz, heslo pro fulltextový vyhledávač: „Templářské sklepy Čejkovice za Komtura Ekko“).

? Pane inženýre, často se setkáváme na domácích a zahraničních veletrzích.

! To proto, že jedním z našich stěžejních úkolů je poskytovat členům Svazu českých a moravských výrobních družstev servis v rámci veletržních účastí. Organizujeme pro ně přes dvacet společných expozic v Česku a okolo deseti v zahraničí. Výhoda takového společného postupu spočívá především v tom, že výrazně snižuje náklady. Pokud totiž firmy vystavují v rámci společné expozice, dosahují jedné třetiny nebo dokonce i čtvrtiny oproti tomu, kdyby vystavovaly samostatně. Je to tím, že v rámci společného postupu získáváme množstevní slevy na plochu, případně další zvýhodnění.

Šetříme družstvům výdaje za jednacím prostory, kuchyňky, sklady a další zázemí expozic. V rámci budování corporate identity jsme proto sjednotili i charakter prezentačních materiálů. Např. katalogů a dalších tisků, press desků, adresářů, webových stránek, powerpointových prezentací atd., tak aby měly jednotnou tvář.

? Přesto, nebo právě proto, že cestovní ruch je multioborovým odvětvím, je řada produktů výrobních družstev prvoplánově směřována do průmyslu cestovního ruchu.

! Rozsah výrobních programů družstev je opravdu široký. Firmy, které zastřešujeme, podnikají ve čtrnácti základních odvětvích. Od stavebních činností přes výrobu spotřebního zboží, jako je textil, oděvy, obuv, bytová chemie, kosmetika, domácí potřeby, potřeby pro volný čas až po obaly pro technické výrobky, šperky, hračky atd. Velice významnou úlohu mají výrobní družstva, která se specializují na infrastrukturu cestovního ruchu. Jejich gró tvoří nábytkářské firmy a produkce směřovaná na vybavování



hotelových, restauračních a kancelářských interiérů. Členská družstva ale vedle toho získávají zakázky i v rámci vybavování bank, obchodů a obchodně administrativních budov atd. A protože jste, pane doktore, kdysi na našem svazu pracoval jako specialista pro lidové uměleckou výrobu a umělecká řemesla, nemohu nezmínit unikátně renovované a rustikálně laděným mobiliářem nově vybavené interiéry Jurkovičova domu v Luhačovicích, jehož obrazy záhy po rekonstrukci zdobí titulní stranu jednoho z vydání Všudybylu (viz www.e-vsudybyl.cz, archiv, 09 / 2002), od Dřevopracujícího výrobního družstva z Jaroměřic nad Rokytnou. Pro sféru cestovního ruchu dodáváme i bytové tex-



Velkou výhodou našich členů ale je pružnost a přizpůsobivost. Výrobní družstva jsou s to obje-
vovat mezery na trhu, a to i za současné situace, kdy je snad už veškerý sortiment zboží dovážěn z dálněvýchodních zemí. Stále však nacházejí uplatnění pro kvalitní, řemeslně dobře zhotovené výrobky. Je to mj. i tím, že se nám podařilo navázat užitečné kontakty s Asociací hotelů a restaurací České republiky a top manažery hotelového průmyslu. Činíme kroky i k tomu, abychom obdobnou spolupráci uplatnili ve sféře „meetings, incentives, congresses & exhibitions industry“ a cestovních kanceláří. Zájmem našich firem je nejen dodávat tuzemským zákazníkům, ale čtvrtina naší celkové produkce směřuje do zahra-



tanků, a ředěním vodou, aby z jedné várky mohlo jít do distribuce jako dvanáctka i jako desítka. Naším členem je i Výrobní družstvo ČOKO KLASIK z České Třebové, které vyrábí čokoládové cukrovinky. Pro hotelové giftshopy jsou velice atraktivní světově unikátní šperky z Granátu Turnov a kosmetika výrobního družstva VŘÍDLO, Karlovy Vary. Teď před Vánoci se sluší připomenout, že výrobní družstva IRISA ze Vsetína, Slezská tvorba z Opavy, Vánoční ozdoby ze



til, interiérové doplňky, vybavení kuchyní, pracovní oblečení pro provozní personál, jako jsou kuchaři, číšníci, piloti, letušky, řidiči až po luxusní, vysoce prestižní společenské pánské a dámské oděvy pro reprezentativní účely. Ostatně v souvislosti s dnešními oceňovanými výrobními družstvy se právě, co se špičkové oděvní výroby týče, sluší připomenout i ve Všudybylu zmíněného finalistu ankety „Podnikatel roku“ JUDr. Rosislava Dvořáka, předsedu oděvního družstva VÝVOJ v Třešti. Pro velkou gastronomii, pro



ničí. Dobrou spolupráci proto máme s obchodními rady na českých zastupitelských úřadech, spolupracujeme s agenturou CzechTrade, se zahraničními obchodními komorami a oborovými asociacemi. Hledáme všechny možnosti jak navázat kontakty s potenciálními zahraničními partnery a zákazníky. Jednou z velmi elegantních a u řady komodit výrobních družstev možných



Dvora Králové nad Labem jsou, dá se říci, monopolním výrobcem skleněných vánočních ozdob, které exportují do zhruba sedmdesáti zemí světa.

? Výrobní družstva nepatří mezi největší firmy působící na území Česka, drtivá většina z nich spadá do kategorií malých a středních podniků.

vinotéky a vybraná gastronomická zařízení je určena prestižní řada vín Komtur Ekko z produkce Templářských sklepů Čejkovice a jejich Sang Real sekt. Na řadě vysoce prestižních akcí, nezmínka v pětihvězdičkových hotelích, se pro své kvality a jedinečný charakter uplatňuje i pivo Poutník z pivovaru DUP – družstvo Pelhřimov, který v roce 2007 na 17. ročníku Reprezen-
tačních slavností piva ve velmi tvrdé mezinárodní konkurenci dvaadesáti pivovarů získal nejvyšší možné ocenění „Českou pивní pečeti 2007“. Jejich piva jsou vyráběna původním postupem, tak jak se v Čechách vařilo před nástupem CK



cest je využívat platformy cestovního ruchu a poptávky na české poměry (zpravidla) vysoce koupěschopných turistů. ■

www.scmvd.cz



50 let Pražské informační služby



? První vydání VŠudybylu 2008 vychází v době, kdy je Pražské informační službě 50 let. To mi bylo zámkou oslovit jejího ředitele Ing. Václava Novotného. Pane řediteli, každoročně jsou vyhlašovány nejobdivovanější firmy České republiky. Pokud by se dělala obdobná anketa mezi metropolitními evropskými informačními středisky, figurovala by Pražská informační služba mezi nejvýše postavenými.

! Takže k jubileu. V srpnu 1957 Rada Národního výboru hl.m. Prahy rozhodla o založení Pražské informační služby a 1. ledna 1958 byl zahájen její provoz. Padesáté výročí oslavujeme v úzké koordinaci s daleko věkovitějším jubileem, s Klubem českých turistů, s nímž se vzájemně prolínáme svými aktivitami. Pokud jde o to, v jaké kondici Pražská informační služba do jubilejního roku vstupuje, mohu s vámi souhlasit, že ve velmi dobré. Jak si lidé ve VŠudybylu, jako v prvním periodiku odvětví cestovního ruchu, mohli přečíst, v listopadu 2007 jsme dělali v Praze konferenci asociace turistických organizací sto padesáti evropských měst – European Cities Marketing. Jejím tématem byla turistická informační střediska. Zprvu mne překvapilo, proč si Berlín, Madrid, Londýn, Paříž, Vídeň, Řím a další města takových dimenzí zvolila zrovna tohle téma. Byl jsem totiž přesvědčen, že poskytování informací turistům a fungování svých informačních středisek už mají dávno usazené. Je ale fakt, že turistická informační střediska, a nejenom ta zřizovaná těmito metropolemi, se v novém prostředí, diktovaném strmým rozvojem informatiky a informačních technologií, chtít nechtíc musí chovat jinak než dřív. Nejenom v Praze, ale všude v evropských městech totiž dominují individuální turisté. Ta tendence je generální a stále mohutní. Městský cestovní ruch nebude, až

na výjimky, turismem organizovaných skupin. A právě individuální turisté jsou ti, kdo potřebují městská informační střediska, aby se zorientovali, co je vůbec v nabídce měst relevantní. Samozřejmě, všichni žijeme v informační společnosti, čímž míním zejména fenomén internetu. Individuální turisté přijíždějí dobře vybaveni informacemi. Ale jejich obsah často bývá tendenční a kvalita rozporuplná. A jakkoliv to může vyznít mentorsky, právě městy garantovaná informační střediska našeho typu jsou tu od toho, aby turistické informace uváděla na pravou míru, protože internet je svobodnou zónou, v níž si může téměř každý hlásat téměř cokoliv.

? Na pražské konferenci asociace European Cities Marketing mj. zaznělo, že se městský cestovní ruch přerodil v něco, čemu říkáte „city breaky“, kdy návštěvníci ve městech pobývají v průměru zhruba tři dny.

! No ale u nás v Praze jsou ze všech evropských měst téměř nejdéle, takže více než tři dny! Ve většině ostatních metropolí turisté pobývají kratší dobu. A za ony tři dny navštívená města zkrátka nemohou zkonzumovat celá, protože ta mají příliš velkou a pestrou nabídku turistických cílů a atrakcí. Takže by my členové European Cities Marketing máme ve svých zřizovacích listinách zakotveno být neutrální v přístupu k informacím, ať chceme nebo nechceme, nezbyvá nám, než turistům předestřít nějaký program, který jim umožní ony tři dny strávit efektivně. Tj. uchýlit se k nějakému doporučení. To je velký posun v chápání městských informačních středisek oproti tomu, jak byly vnímány ještě před pár lety.

? Mezinárodní konference European Cities Marketing mj. byla událostí, na níž jste mohli konfrontovat svoji činnost, vývojové trendy atp.

! Také že jsme je všichni vzájemně konfrontovali. Takže postavení Pražské informační služby v celoevropském kontextu teď máme ověřeno empiricky a v číslech. Už víme, že Praha má procentuálně nejrychlejší růst příjezdů a přenocování za posledních deset let ze všech evropských měst. Že má jednu z nejdelších průměrných dob pobytu a nejvíce opakovaných turistů.

? No ale v různých i v tzv. seriózních a veřejnoprávních hromadných sdělovacích prostředcích (podle toho, kde má kdo kamerady, aby v nich bezplatně prezentoval svoji firmu) jest nám čísti či poslouchati hlášky typu: „Cestovní kanceláře hlásí, turisté se nevracejí!“

! To je prosím nesmysl! Turisté se vracejí do Prahy v míře třiatřicet procent. Ale to jsme věděli už před konferencí. Jenom jsme nevěděli, jestli je to v porovnání s dalšími evropskými městy moc nebo málo. Teď, po listopadovém setkání v Kongresovém centru Praha a vzájemných konfrontacích příjezdových statistik, víme, že je to sakra hodně! Že ten, kdo hlásá takové nesmysly, jako že do Prahy přestávají jezdit turisté, je zcela „mimo mísu“! Turisté se do Prahy vracejí, a to tak, že v rámci Evropské unie vysoce nadstandardně.

? Pane řediteli, kdo se podívá na stránky Českého statistického úřadu, může tam ale vidět, že Praha má v příjezdové turistice růst jen něco okolo pěti procent, že už to nejsou patnáctiprocentní nárůsty jako v letech záhy po pádu železné opony.

! Ale i to je nadstandardně velký evropský růst a v absolutních číslech daleko větší objemy každoročních přírůstků turistů než v předchozích letech.

? Nicméně pouze pětiprocentní růst cestovního ruchu v Praze je těmi, kdo šíří do světa poplašné zprávy, že se turisté do Prahy nevracejí, a poškozují dobré jméno destinace, tedy české hospodářské zájmy (český průmysl cestovního ruchu je přece jen v drtivé míře zahraničním obchodem, v němž jde o zahraniční inkaso), vykládán jako krize.

! Ale to není krize! To je logický vývoj všude v Evropě. Nikdo snad nemohl očekávat donekonečna dvouciferné meziroční nárůsty. Pětiprocentní růst je zdravý evropský nadstandard. Chápu ale, že incomingové cestovní agentury mohou být frustrovány tím, že prudce ubývá organizovaných turistů ve prospěch individuálů.

? Novou zkušeností Prahy je i to, že se dostává na pozice standardních západoevropských metropolí, v nichž je průměrná šedesátiprocentní vytíženost hotelových kapacit normálním stavem. A novým poznatkem investorů (pro něž je šíření poplašných zpráv typu: „turisté se nevracejí“ „přiliváním oleje do ohně“) pak je, že výstavba hotelů v Praze – růst její ubytovací kapacity – je dynamičtější než přliv dalších turistů.

! V současné době je asi hlavní problém investorů a provozovatelů zařízení hotelového typu v tom, že ubytovací kapacita Prahy opravdu roste vyšším tempem než (být v rámci Evropské unie nadstandardně) pražský turismus. Má-li se tento rozpor vyřešit jinak než krachy hotelů (to teprve bude krize!), tak musí město začít podporovat kampaně a akce lákající turisty do Prahy v mimosezonních obdobích. Granty se musí nutně soustředit na listopady a únor. Na maso-

ufinancuje z 87 %. Před konferencí European Cities Marketing jsme neměli žádné srovnání, jestli je to moc nebo málo. Po konferenci už to víme. Je to takřka nejvíc v Evropě! Takřka není k nalezení ekvivalentní organizace v jakémkoliv evropském městě, která by v tak vysoké míře byla schopna ufinancovat sebe sama, a v tak malé míře, ať už procentuálně nebo absolutně, zatěžovala městský rozpočet. To, co Pražská informační služba dělá, jsou z velké části non-profitní činnosti. Sbíráme, zpracováváme informace, což stojí peníze, pak je zpřístupňujeme, z čehož ale nejsou tržby. Každá z organizací našeho typu v Evropě je tedy nějakým způsobem financována z veřejných prostředků. Ty objemy jsou ovšem nesrovnatelné. Do Pražské informační služby jde z veřejných prostředků asi tak dvacet milionů korun ročně. Do Wiener Tourism (s Vídní totiž býváme nejčastěji srovnáváni) jde každoročně dvacet milionů eur.

? No, to je rozdíl!

! Vídeň je asi extrémní případ. Nicméně do kterékoliv městské turistické informační služby kteréhokoliv evropského města jde z městského rozpočtu víc peněz jak v absolutním objemu, tak v procentech. A tak nás těší, že Pražská informační služba do padesátého roku existence vstu-



puje s tak vysokou mírou sebefinancování, že už deset let za sebou vždy vykazuje zlepšené hospodářské výsledky. Čili konec konců ještě z oněch peněz městu něco vracíme, a to vše při srovnatelné kvalitě s obdobnými organizacemi v ostatních evropských městech. Pražská informační služba vygenerovala způsob financování, který je velmi funkční a nachází paralelu snad pouze v Dublinu. Provozujeme památkové objekty, které

nám nikdo nepředal hotové. My jsme je zrekonstruovali, otevřeli pro veřejnost, vymysleli jim nosné programy a vygenerovali jejich návštěvnost jeden a čtvrt milionu lidí ročně.

? Jeden a čtvrt milionu návštěvníků neméně hrdě figuruje i v případě Pražské zoologické zahrady.

! Tak i my máme jeden a čtvrt milionu návštěvníků ročně na námi provozovaných památkových objektech. Vytvořili jsme je z nebytí. Většina námi provozovaných věží nebyla před patnácti lety otevřena pro veřejnost. A jsme na to hrdí! A takovéto informace naši zahraniční kolegové poslouchali s otevřenými ústy. Bylo to pro ně mimořádně inspirativní, tak jako zase pro nás mnoho z věcí, které říkali oni.

? Pražská konference asociace European Cities Marketing ale prokázala, že vám jde i zajišťování akcí kongresové turistiky. V jejím závěru vaši zahraniční kolegové – účastníci konference – Pražskou informační službu ocenili dlouhotrvajícím potleskem vestoje.

! To je věc, která se člověku v životě tak často nestane. Mně se stala poprvé. Oni to neudělali, protože se to sluší. Organizace konference byla excelentní. A samozřejmě se na ní podepsali jak kolegové z Pražské informační služby, tak spousta partnerů. Naprosto úžasný byl Lobkowitzský palác – Lobkowitz Travel Service. Naprosto úžasná byla Agentura Carolina. Perfektní to bylo v Holiday Inn Prague Congress Centre i v Pražském kongresovém centru. Cateringové společnosti Vyšehrad 2000 a Golem byly vynikající. Velká část zahraničních kolegů totiž v Praze byla před dvanácti



pusty, které v Praze nemáme. Zkrátka oživit mimosezonní období. Tam lze generovat další návštěvnost a dosáci rovnoměrnější, tedy vyšší obsazenosti hotelů, a tedy i návratnosti investic do infrastruktury cestovního ruchu. A to je velký úkol pro Prahu jako takovou.

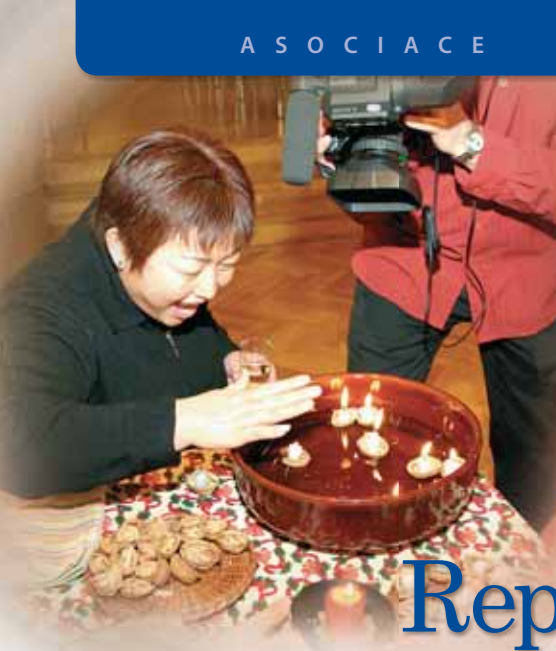
? Jak jsem uvedl náš rozhovor, pokud by se dělala anketa o úspěšnosti mezi evropskými metropolitními informačními středisky, figurovala by v mezinárodním kontextu mezi nejvýše vyhlášenými Pražská informační služba.

! Jedna z podstatných okolností je skutečnost, že Pražská informační služba sebe sama



lety, kdy jsme tu dělali podobnou konferenci, a ta také dopadla dobře. Ale tenkrát především díky obrovskému entuziasmu. U této, zatím poslední pražské konference, ale kolegové ocenili, jak ohromně se Praha zprofesionalizovala. Jak služby, které tenkrát běžely, protože to člověk nějak zoufale vymodlil, teď fungovaly standardně profesionálně na vysoké úrovni. To pro ně bylo velké poznání, a my si toho máme být vědomi. Že ne všichni jsme tady úžasní, ale že se v Česku rozvíjí okruh servisních firem kongresové a incentivní turistiky, které jsou na světové úrovni. ■

www.pis.cz



Looking for charm and atmosphere? Enjoy the Czech Republic 2007!

CzechTourism se v roce 2007 podařilo oslovit čtyři stovky osobností, které udávají tón cestovnímu ruchu ve světě. Poslední (čtvrtý) mezinárodní workshop v roce 2007 pod názvem: „Looking for charm and atmosphere? Enjoy the Czech Republic 2007! (Winter)“ byl zaměřen na adventní a vánoční nabídku regionů České republiky. Ve dnech 30. listopadu až 5. prosince se na něj do Česka sjela stovka touroperatorů a prestižních médií. Tematické cesty tentokrát směřovaly do středních, severních, jižních, východních a západních Čech. Do historických měst, za zámky, skanzeny lidové architektury a památkami UNESCO. Závěrečné dva dny workshopu byly věnovány adventní atmosféře Prahy. Tradiční průvodcovskou trasu nahradila jízda historickými tramvaji. Neopakovatelný pohled na město z oken vyhlídkových lodí nabídla Vltava. Černé divadlo v Paláci Metro se hostům představilo klasickou čes-

kou školou alternativního divadla beze slov. Pro novináře byly v době workshopu připraveny odborné přednášky průvodců Pražské informační služby na téma „Historie Prahy“ a v prestižních pražských hotelích a restauracích zástěry, kuchařské čepice a hlavně výzva: „Připravte tradiční české vánoční jídlo“. Společenský večer se odehrával ve znamení adventu, mikulášské nadílky a českých vánočních zvyků v Národním domě na pražských Vinohradech. Mediální výstupy a konkrétní obsah zakázek nasmlouvaných během workshopů roku 2007 svědčí o úspěšné strategii agentury CzechTourism, která se bude touto cestou ubírat i v roce 2008. A jaká témata propagace jsou připravena? „Česká lázeňská sezona“, „Industriální a technické památky“, „Velikáni české hudby v kontextu k českým regionům“ a „Česká kuchyně“.

Více informací:
vedoucí oddělení PR a analýz CzechTourism
Pavel Klicpera, e-mail: klicpera@czechtourism.cz

Internetová kampaň CzechTourismu láká turisty ze 16 zemí světa

Záměrem internetové kampaně CzechTourism je přilákat do krajů České republiky zahraniční turisty v turistických mimosezonách. Hlavním komunikačním tématem je „staronový“ portál www.CzechTourism.com v 18 jazycích, na němž jsou turistické informace o českých regionech včetně tipů na dovolené a praktických informací. CzechTourism zintenzivnil tuto propagaci již počátkem roku 2007 a jeho aktivity se i nadále budou zaměřovat na turistickou nabídku českých regionů ve všech ročních obdobích.

„Kampaň má za úkol zvýšit zájem zahraničních turistů o Českou republiku především v období podzimu a zimy. Napomoci zajistit obsazenost hotelových a restauračních kapacit, zábavních podniků, podpořit cestovní kanceláře a agentury apod. Protože internet patří k nejvýznamnějším zdrojům informací, rozhodli jsme se využít právě toto médium k propagaci Česka jako turistické destinace v 16 evropských zemích. V Anglii, Dánsku, Estonsku, Francii, Itálii, Litvě, Lotyšsku, Maďarsku, Německu, Nizozemsku, Norsku, Polsku, Rakousku, Rusku, Slovensku a Španělsku,“ prohlásil ředitel CzechTourism Ing. Rostislav Vondruška.

Kampaň, kterou realizuje společnost Médea, nabíhala v jednotlivých zemích postupně od 15. října 2007 ve třech tematických vlnách – rodinná dovolená, aktivní zážitková dovolená a pobyt v České republice v zimě a o Vánocích. Zaměřena je především na obyvatele měst nad 20 let s vyššími příjmy a vzděláním. Již nyní lze konstatovat, že se návštěvnost turistické webové prezentace www.CzechTourism.com rapidně zvýšila. Pokud srovnáme její návštěvnost v září a říjnu 2007, můžeme s jistotou hovořit o nárůstu 64 %. Průměrná doba jedné návštěvy se pohybuje kolem čtyř zhlédnutých stránek. Nejvíce internetových návštěvníků přichází z USA, Španělska, Ruska, ale také České republiky.

Více informací: tisková tajemnice ČCCR
- CzechTourism Karin Šeligová, tel.: 221 580 610, e-mail: seligova@czechtourism.cz



Zahraniční turisty lákají méně známé kraje

Devizové příjmy z cestovního ruchu za první tři čtvrtletí dosáhly hodnoty 91 745,7 mil. Kč a představují tak 7,5% nárůst oproti srovnatelnému období 2006. V prvních třech čtvrtletích 2007 se zvýšil počet zahraničních turistů, kteří využili služeb ubytovacích zařízení v Česku, o 2,2 % v porovnání se stejným obdobím roku 2006. V návštěvnosti si výrazně polepšily kraje Moravskoslezský s nárůstem 24,4 %, Plzeňský s 11 % a Zlínský s Jihomoravským o 10,5 %. V posledních několika letech se mezinárodní cestovní ruch vyvíjí velmi pozvolna. Také Česko se nárůstem počtu turistů řadí mezi pozvolně rostoucí ekonomiky v oblasti cestovního ruchu. V Česku se ve zmíněném období ubytovalo celkem 5 149 764 zahraničních turistů. Nejvíce pak z tradičních zdrojových zemí, kterými jsou dlouhodobě Německo, Velká Británie a Itálie.

„Z Německa a Velké Británie sice došlo k poklesu turistů, u Německa o 3,6 % (1 207 320 turistů) a u Velké Británie o 6,2 % (401 551 turistů), naopak u Itálie došlo k nárůstu o 1,5 % (322 505 turistů). Pobaltské země si Česko oblíbily natolik, že turisté přijíždějící z Litvy, Estonska a Lotyšska představují nejvyšší nárůsty kolem 35 %. Zájem o Česko roste také z Číny (+ 20,3 %) a Brazílie (+ 10,9 %). Nejdůležitější zemí pro náš cestovní ruch z východní a střední Evropy je Rusko, které se posunulo z 10. na 6. místo. Nárůst příjezdů jeho turistů oproti stejnému období roku 2006 činil 37,3 %,“ řekl ředitel agentury CzechTourism Rostislav Vondruška.

CzechTourism se v posledních letech více zaměřil na propagaci České republiky v sousedních zemích. Počet turistů ze zemí, mimo Německa, se zvýšil. Slovenských vzrostl

o 10,8 %, polských o 10 % a rakouských o 2,2 %. Nejvíce zahraničních turistů, 2 962 834, opět zamířilo do Prahy a tvořili 57,7 % všech, kteří zavítali do Česka. Druhé místo obsadil Karlovarský kraj s 370 547 zahraničními turisty, což představuje růst oproti stejnému období roku 2006 o 0,2 %. Třetím nejnavštěvovanějším byl kraj Jihomoravský s 355 204 zahraničními turisty a nárůstem 10,5 %. Výrazně si letos polepšily kraje Plzeňský, Zlínský a Pardubický. Největší úspěch patří kraji Moravskoslezskému, který zaznamenal nárůst zahraničních turistů 24,4 % (zdroj: ČSÚ, CzechTourism).

„Z výzkumu Ministerstva pro místní rozvoj ČR, který probíhá na hranicích, vyplývá, že pouze 36 % zahraničních turistů Česko navštívilo poprvé, ostatní již u nás byli a 28 % z nich Česko navštěvuje několikrát ročně. Průměrné celkové výdaje zahraničních turistů jsou 2488 Kč na osobu a den, z toho je v průměru 889 Kč utraceno před cestou a 1598 Kč představují výdaje na českém území,“ řekla analytička CzechTourismu Hana Fojtáčková.

Většina zahraničních turistů hodnotí pobyt v Česku příznivě a je zde velmi spokojena. Trendem posledních let je několik kratších cest v průběhu roku. Více cestují senioři. Buď sami, nebo s vnoučaty. Prim hraje poznávací dovolená. Na vzestupu je aktivní a zážitková dovolená. Přestože počet turistů ze západní Evropy mírně klesá, daří se k nám lákat turisty ze sousedních zemí a ze států východní a střední Evropy. Významnou roli přitom hraje rozšiřování leteckých spojení nejen z Prahy, ale i z dalších letišť České republiky.

Více informací: tisková tajemnice ČCCR
- CzechTourism Karin Šelígová, tel.: 221 580 610,
e-mail: seligova@czechtourism.cz

Kudy z nudy? V plném proudu!

Jednou z hlavních aktivit agentury CzechTourism je pomoc českým podnikatelům v cestovním ruchu propagací produktu Česká republika nejen ve světě, ale i na domácím trhu. CzechTourism proto připravil podzemní reklamní kampaň zaměřenou na tuzemce s cílem přilákat je na devět set atraktivních míst v českých regionech. Od pátku 16. listopadu do konce roku 2007 šesti českými městy projížděly na čtyři stovky tramvají s reklamními polepy s odkazem na webové stránky www.kudyznudy.cz. Kampaň probíhala také v tisku, na billboardech, na významných silničních tepnách a na rozhlasových stanicích.

Za webový projekt www.kudyznudy.cz letos státní agentura na podporu rozvoje cestovního ruchu CzechTourism získala prestižní cenu v soutěži Internet Effectiveness Award. Portál zvítězil v kategorii Nejlepší web státní správy a umístil se v elitní společnosti velkých národních a nadnárodních provozovatelů internetových portálů, např. T-Mobile, Pilsner Urquell, Vodafone, Kofola, Komerční banka, Student Agency apod. Mezi dalšími nominovanými v kategorii Nejlepší web státní správy byly i webové stránky agentury CzechTourism – www.CzechTourism.com, Ministerstva zahraničních věcí ČR www.czech.cz a Ministerstva dopravy ČR – www.premid.cz. Jedná se již o třetí ročník soutěže, jejímž vyhlášovatelem je vydavatelství Economia a Asociace dodavatelů internetového řešení. Do poroty byla přizvána řada erudovaných odborníků z této profesní oblasti.

Více informací: tisková tajemnice ČCCR
- CzechTourism Karin Šelígová, tel.: 221 580 610,
e-mail: seligova@czechtourism.cz

CzechTourism zaostřuje na italský trh

Českou republiku jako turistickou destinaci již propaguje 26 zastoupení CzechTourism ve světě. Od 20. listopadu 2007 má totiž CzechTourism vlastní zahraniční zastoupení i v Miláně. Jeho ředitelem byl jmenován pan Luboš Rosenberg. V rámci jeho otevření byly italským novinářům představeny plánované marketingové aktivity a zároveň proběhlo setkání českých a italských cestovních kancelářů, hotelů a dalších subjektů cestovního ruchu, které tak měly možnost navázat spolupráci.

„Miláno není pro CzechTourism novou destinací. Již několik let zde působilo zahraniční zastoupení, ale tzv. druhého stupně. To znamená, že marketingovou činnost vyvíjela tamní cestovní kancelář.

Protože však Italové tvoří dlouhodobě třetí nejpočetnější skupinu turistů v Česku a jeví velký zájem o cestování, rozhodli jsme se v Miláně změnit statut tohoto zastoupení a jmenovat do pozice ředitele občana české národnosti se znalostí italského trhu a italštiny,“ řekl ředitel CzechTourism Rostislav Vondruška.

„Českou republiku budeme prezentovat jako vyspělou turistickou zemi. Rádi bychom nabídli českou kulturu, lázeňství, aktivní dovolenou, církevní památky a památky UNESCO a kongresovou a incentívni turistiku. Mým záměrem je, aby se 80 % italských turistů, kteří přijíždějí jen do Prahy, rozptýlilo po všech českých regionech,“ říká Luboš Rosenberg.

A jaký je italský turista? Nejvíce ocení dobrou kuchyni, výhodné nákupy a pohodlí během pobytu. Italové jsou velmi citliví na kvalitu poskytovaných služeb. Výrazný potenciál trhu tvoří senioři, kteří se zajímají o venkovskou turistiku a rádi tráví své pobyty v přírodě. Kombinace služebních cest s rekreací, kongresová a incentívni turistika jsou v Itálii velmi rozšířeným segmentem a Praha je oblíbenou destinací incentívničních programů (zdroj: ČSÚ, CzechTourism).

Adresa zastoupení v Miláně:
ředitel zastoupení CzechTourism Luboš Rosenberg,
Via G.B. Morgagni 20, 20 129 Milano,
tel. +39 02 74201624, fax. +39 02 29404401,
mobil +39 346 8770839,
e-mail: rosenberg@czechtourism.com

Expozice v originálních objektech

přibližují bohatou montánní minulost příbramského regionu. Ševčinská šachta z roku 1813 vznikla na místě středověkého dolu ze 16. století. Důl Vojtěch byl založen roku 1779 a důl Anna roku 1789. Součástí prohlídky rozsáhlého podzemí je jízda důlním vláčkem, fárání výtahem a sjezd do dolu po skluzavce. Ševčinský a Vojtěšský důl spojuje povrchová trasa hornického vláčku. K nejcennějším exponátům náleží historické parní těžní stroje. Unikátem mezinárodního významu je velké vodní kolo v podzemí dolu Drkolnov z 19. století. Muzeum prezentuje havířský folklor v hornické chalupě ze 17. století; hodnotné mineralogicko-geologické sbírky; nové expoziční prostory – historické podzemí dolů Anna a Vojtěch ze 16. až 18. století, tzv. „Wasserlauf“ – vodní patro, kam přístup umožňuje speciální výtahové zařízení aj.

Zlatou pamětní minci

„Ševčinský důl – Příbram – Březové Hory“, na které je poprvé v historii vyobrazena tato příbramská památka, 16. května 2007 v Hor-



Hornické muzeum Příbram

Největší hornické muzeum v České republice založené roku 1886 zve k návštěvě unikátních expozic situovaných v historických, památkově chráněných objektech Ševčinského, Vojtěšského, Anenského a Drkolnovského dolu a v hornickém domku na Březových Horách, a v rámci svých poboček v Památníku Vojna u Příbrami, ve Skanzenu Vysoký Chlumeč, v Muzeu Špýchar Prostřední Lhota a v Muzeu zlata Nový Knín.



dědictví a je historickou událostí. Historicky první zlatou minci získala Příbram už v roce 1875, kdy bylo ve zdejšímu dole jako v prvním na světě dosaženo hloubky jeden kilometr. Příbramské zlaťáky k připomenutí této události dal razit císař František Josef I.



nickém muzeu Příbram představil guvernér České národní banky Zdeněk Tůma. Při slavnostní vernisáži za účasti hejtmána Středočeského kraje Petra Bendla, starosty města Příbrami Josefa Řiháka a dalších významných hostů předal jeden exemplář řediteli muzea Josefu Velflovi. Mince je v pořadí třetí z desetičlenné série zobrazující unikátní kulturní památky technického



dočeského kraje. Projekt byl realizován během posledních šesti let za finanční účasti Ministerstva kultury ČR, Středočeského kraje a díky materiální i odborné pomoci ze strany státního podniku DIAMO. ■



Uran v českých dějinách

Stálá expozice „Uran v českých dějinách“ je od 3. října 2007 otevřena v areálu Památníku Vojna. Seznamuje s vývojem uranového hornictví v průběhu posledních dvou století a s jeho vlivy na vědní, technickou a společenskou sféru. Současně zdůrazňuje pozici uranového hornictví jako jedné z výrazných dominant novodobých dějin českých zemí a dokumentuje jeho význam v rámci Stře-

Hornické muzeum Příbram

náměstí Hynka Kličky 293
261 01 Příbram VI – Březové Hory
tel.: 318 626 307, 318 633 138
fax: 318 622 566
e-mail: info@muzeum-pribram.cz

www.muzeum-pribram.cz

Otevřeno:
duben–říjen: út–ne 9–17 h
listopad–březen: út–pá 9–16 h

Objevujte Frenštátsko

aneb Do Beskyd za aktivitami, zážitky a za kulturou

Chcete-li zažít něco neobvyklého

„Objevujte Frenštátsko aneb Do Beskyd za aktivitami, zážitky a za kulturou“ je nejen názvem projektu, se kterým město Frenštát pod Radhoštěm uspělo ve 4. kole grantového schématu „Jednotný komunikační styl“ v Moravskoslezském kraji, ale opravdová výzva k tomu, jak zajímavě strávit svůj volný čas či celou dovolenou v malebném koutě Beskyd. Město ve spolupráci s partnerskými obcemi mikroregionu Frenštátsko, podnikateli v cestovním ruchu, cestovními agenturami a kancelářemi, připravilo opravdu velice pestrnou nabídku atraktivních a tematicky zaměřených „Balíčků zážitků“, díky kterým si na Frenštátsku každý návštěvník určitě vybere to, co odpovídá jeho zájmům či fyzických schopnostem. Chcete své volné chvíle prožít zajímavě, oddychnout si a ještě přitom něco zažít nebo se něco nového naučit? „Chcete-li zažít něco neobvyklého, něco, na co nezapomenete, určitě si z naší pestré nabídky vyberete. Dát si rande v noci s Radegastem, prosvištět lesy na kole či na lyžích, spustit se ze skokanského můstku na laně, proletět se v motokáře na dráze nebo s padákem vzduchem ve dvou, osedlat bujného oře nebo terénní koloběžku a pak se po

všem tom rozruchu oddat dokonalému uvolnění a kompletně se proměnit. No kde tohle můžete? Vyzkoušejte Balíčky zážitků na Frenštátsku!...“ vyžívají poutavé katalogy, zpracované dokonce v pěti jazykových mutacích – angličtině, němčině, francouzštině, polštině a ruštině.

Kde si návštěvník může Balíčky zážitků koupit?

Zakoupit si je může v Městském informačním centru ve Frenštátě pod Radhoštěm, v Informačním centru Valašského království, na stránkách www.balickyzazitku.cz, a dokonce i v síti vybraných informačních center v regionu, hotelů, cestovních kanceláří, cestovních agentur, později i v síti dalších provizních prodejců. Při zakoupení balíčku obdrží návštěvník zážitkový kupon, ve kterém nalezne potřebné informace k jeho čerpání. Je třeba ještě dodat, že nabídka „Balíčku zážitků na Frenštátsku“ není osamocena, ale je součástí dnes již uceleného systému zážitkových balíčků ve velké části Moravskoslezského i Zlínského kraje. Své balíčky má například také mikroregion Lašská brána, město Ostrava, Karviná či „valašská“ část Zlínského kraje. ■

Balíčky zážitků na Frenštátsku:

Beskydské hory s objektivem...
Beskydské vrcholy v noci...
Beskydskými lesy na kole...
Den na sněhu...
Dobrá rána...
Dokonalé uvolnění...
Fotografické putování za Radegastem...
Jako pavouk...
Kompletní proměna 1–3...
Kouzlo horské cyklistiky...
Křest sněhem na Pustevnách...
Letem nad valašským světem – tandemový let...
Motokáry...
Na hřbetě poníka...
Na kole cestou necestou...
Okolo Frenštátu ve veteránu...
Pod rouškou tmy...
Svatba jako řemen...
Tarzanie...
U valašského mlynáře...
Valašské zážitky pro všechny smysly...
Valašský adrenalin na druhou pro dospělé...
Valašský adrenalin na druhou pro rodinu...
Vyzrajte na kila...
Yetti a jeho sněžné světy...
Z Pusteven na terénní koloběžce...
Základy skialpinismu – skitouring...
...a mnoho dalších



**Objevujte Frenštátsko
aneb Do Beskyd za aktivitami,
zážitky a za kulturou...**

Balíčky zážitků



objednávky a rezervace:
tel.: +420 571 655 196 nebo www.balickyzazitku.cz

 **Více informací o aktuální nabídce poskytnete:**

Informační centrum města Frenštát p. R.
náměstí Míru 1, 744 01 Frenštát p. R.
tel./fax.: +420 556 836 916, e-mail: ic@mufrenstat.cz
web: www.frenstat.info • www.frenstatpr.cz • www.mufrenstat.cz

Informační centrum Valašského království
Dolní 494, 744 01 Frenštát p. R., tel.: +420 556 839 274, +420 556 831 402,
e-mail: ic.frenstat@valasske-kralovstvi.cz, web: www.valasske-kralovstvi.cz








? S cestovatelem a fotografem Jiřím Kolbabou se setkáváme v Mnichově Hradišti záhy poté, co ukončil jednu z přednášek pro žáky zdejší základní devítileté školy a gymnázia. Ty pod souborným názvem „Objevuj svět“ ve Středočeském kraji realizuje spolu s partnery, podporujícími tento projekt, firmami: Ještědská stavební společnost spol. s r.o., FORMPLAST – Jindřich Svoboda, Ochrana podzemních vod, s.r.o. a SBA - Expert, a.s. Jirko, proč jsi se rozhodl předávat až v takto masové míře své poznatky dětem školou povinným?



Jiří Kolbaba

! Nikdy jsem si nemyslel, že bych mohl promlouvat k takovému fóru a najít v něm tolik spřízněných duší. Cestuji po celém světě, sbírám textové i obrazové materiály a zpravidla „za pochodu“ je zpracovávám. To mne přivedlo k hromadným sdělovacím médiím a posléze i k veřejnému vystupování a přednáškové činnosti. S potěšením se čím dál tím víc přesvědčuji, jak rostou počty lidí, kteří chodí na cestopisné pořady. Jejich zřejmě nejoblíbenější formou je diashow následovaná talkshow. Prostřednictvím své přednáškové činnosti se snažím inspirovat posluchače, aby se nebáli světa a sami se stali jeho objevovateli. Aby se zamýšleli nad tím, zdali se v budoucnu rovněž nevydat mimo evropský prostor a poznávat jiná prostředí. Cestování a poznávání jiných kultur totiž výrazně přispívá k osobnostnímu rozvoji člověka.

? Jirko, a proč jsi začal cestovat ty?

! Abych si splnil svůj sen. Coby dítě jsem hodně četl, a dodnes rád vyhledávám cestopisné knihy. Inspirovala mne řada cestovatelů. Našich i zahraničních. Velkým vzorem mi pak dodnes jsou pánové Holub, Hanzelka, Zikmund a Stingl, na jejichž objevné cesty se snažím navazovat. Navštěvuji jimi popisovaná místa, snažím si je osobně „ohmatat“, nasávat informace a předávat dál. A protože nám až donedávna tak moc nebylo dovoleno cestovat, jsem přesvědčen,

že na současnou generaci českých cestovatelů naváže jiná, která se bude umět světem pohybovat ještě suverénněji.

? Záhy poté, co jsme se dnes sešli, ses mne ptal, kde stále беру citáty Komenského pro všudybylí úvodníky. A já ti odpověděl, že stále z „Labyrintu světa a ráje srdce“. Ostatně Jan Amos Komenský učil, že studium je dobré završit cestováním. A je fakt, že bychom mohli lépe poznat sami sebe včetně svého postavení v evropském a světovém kontextu, je užitečné se na sebe čas od času jet podívat odjinud, zvenku. I díky tomu by mnohým z našinců mohlo dojít (bohužel ne všem), že nejsme ani pupkem světa, ale ani žádnými outsidersy.

! To je právě na tomto vzdělávacím projektu fajn. Že mi umožňuje až v tak velké míře promlouvat nejen k dospělým lidem, ale zejména k dětem a mládeži. Jsem potěšen, že drtivá většina dětí (a školních pořadů dělám na stovky) vydrží dvě hodiny pozorně poslouchat, a ačkoliv své cestopisné přednášky prokládám ponaučeními, aby nebyly xenofobní, chránily přírodu – faunu i floru apod., mne pak zaplavují desítkami dotazů. Svá vystoupení ukončuji testováním jejich znalostí zeměpisných, dějepisných a dalších souvztažností. Motivací k zapojování se do mých kvízů je jim přirozená soutěživost



Objevuj svět s Jiřím Kolbabou

– škola hrou, ale také ceny, knížky, průvodci od vydavatelství Jota, kalendáře, plakáty atd.

? Jak na tom jsou české děti?

! Když se jich ptávám, jestli se učili o Kryštofu Kolumbovi, zpravidla odpoví, že ano. Ale Jamese Cooka neznají a neznají ani pana doktora Stingla, což je opravdu škoda, protože je světovým etnologem a napsal množství poutavých knih. To, co se kde děti letmo dozví o Kolumbovi či Hanzelkovi se Zikmundem, je opravdu málo. Jsem proto rád, že jim mohu předávat



informace a inspirovat je. Stále mne fascinuje, jak jsou vnímavé a kolik z nich v sobě nosí cestovatelský sen. Má zkušenost je, že je mají děti z celé planety. Avšak v Česku jsme na poznávání vzdálených krajů dvakrát tak citliví.

? Dopoledne přednášíš dětem, večer pak dospělým.

! Ale děti chodí i večer. A zpravidla s sebou přivedou rodiče, staršího sourozence nebo babičku s dědečkem. Vztah k cestování je totiž srdeční záležitostí. Nikdo k němu nemusí mít zvláštní předpoklady, stačí jen mít touhu - a tu naplnit. ■

www.theworld.cz



? S vedoucím pražské kanceláře Cyprus Tourism Organisation panem Costasem Orphanidesem si povídáme v nádherném večeru na balkoně pětihvězdičkového hotelu AMATHUS v Limassolu. Pod námi na hotelové pláži šumí mořský příboj, vlahý teplý vítr češe listy palm a přináší vůni silic cypřišů. Je pátek 7. prosince 2007 a já jsem na své první návštěvě Kypru.



Pane Orphanidesi, za předchozí tři dny jsme absolvovali sérii zajímavých výprav do vnitrozemí a na pobřeží. Navštívili jsme pozoruhodné památky, archeologické vykopávky, muzeum vína a několik vinařství, rázovité restaurace, koupali se v moři. Z pláže, u níž se z pěny zrodila bohyně Afrodita, si do Česka odvezu kámen ve tvaru srdce a z Kypru spoustu nových poznatků o kolébce evropské civilizace a řecké mytologii. Kypr je zemí kde bych mohl docela dobře žít.



! Pro mne je také místem, kde se dá dobře žít. A to hlavně v teď zimě. Teď, o půl sedmé večer, je venku ke 20 °C a pod širým nebem se příjemně sedí. Ale zřejmě všude na světě je hezky, když člověk má na to, co od daného místa požaduje.

? ...a Kypr je z hlediska ekonomických možností českých občanů dostupným a oblíbeným místem dovolených. Navíc teď v zimě, kdy je tu na české poměry letní počasí, ještě dostupnější. Byli jsme si spolu s básníkem českým, panem Jaroslavem Holoubkem, zaplavat v moři a voda měla příjemnou teplotu.

! Kypr není levnou destinací. Určitě jsou levnější. Kypr ale za ty ceny, za něž zde české cestovní kanceláře prodávají pobytové zájez-



Kypr, kolébka vín a země pohody

dy, poskytuje služby na více než odpovídající úrovni.

? Mám kamarády, kteří nejezdí nikam jinam. Řekl bych, že jedním z hlavních důvodů je nejen gastronomie, ale kyperská vína, neboť taky „patří do party“.

! Je pravdou, že i během již absolvovaných programů mnohokrát zaznělo, že Kypr je kolébkou vína. Pan Vladimír Fáb-



ry, který jako jediný dováží kyperská vína do Česka, toto konstatování úspěšně používá jako firemní slogan. Na rozdíl od zbytku Evropy měl Kypr to štěstí, že se zde po tisíce let kontinuálně pěstují původní kultury vinné révy, které díky révokazu v Evropě dávno vzaly za své.



Spousta lidí sem jezdí, a to i z Česka, protože se tu cítí pohodlně. Ono se to těžko vysvětluje. To si člověk musí zažít. Nemyslím tím jen to, že tu není stres, že nikdo nikam nespěchá. Jsou i jiná místa, také turistická, také tam mají nádherné pláže, ale není tam to naše kyperské pohodové pohodlí. ■

www.visitcyprus.com.cy



ESO travel představuje: www.amerika.cz

- *Budou jezdit Češi do USA nakupovat?* ■
- *Se silnou korunou za nákupy do USA* ■
- *USA levnější Česka* ■ *Nákup v USA ušetří i desítky tisíc* ■

? Rekordně nízký dolar a vyhlídka bezvízového režimu s USA. Dva faktory, které mohou podstatně ovlivnit počet lidí cestujících do Spojených států amerických. Nabere cestování do této přírodně i civilizačně pestré země další dech? Na to jsem se zeptal ředitele cestovní kanceláře ESO travel Ing. Tomáše Cikána.

! Úspěšný prodej poznávacího zájezdu do jakékoli země závisí na řadě okolností, mezi nimiž kurzová výhodnost hraje sice podstatnou, nikoli však rozhodující roli. Lze ale pocho-pitelně říci, že nynější kurz dolaru vůči koruně zásadně zlevní útratu klienta v USA. Vyjma stravy či bydlení nyní bez nadsázky platí, že zboží spotřebního charakteru zde vyjde o 30 až 50% levněji než v Česku. Tak třeba v případě koupě dražší elektroniky, fotoaparátů atd. může klient ušetřit i desítky tisíc korun.

? Ceny jednotlivých zájezdů levný dolar neovlivní?

! To jistě také, jenže to není na první pohled tak zřejmé. Důležité je, že díky levnému dolaru držíme ceny zájezdů na stejné úrovni jako v předcházejících sezonách. A to hlavně navzdory cenám ropy, které trvale zdražují jak leteckou přepravu, tak i transfery na místě. Zatímco dolar zlevňuje, cena benzínu vzrostla v USA za posledních 5 let o více než 300 %. A to už je kupříkladu u kratšího okruhu na západním pobřeží o délce čtyři tisíce kilometrů docela znát. Zájezdy na východ USA zase ovlivňuje dramatické zdražování ubytování v New Yorku či Washingtonu DC.

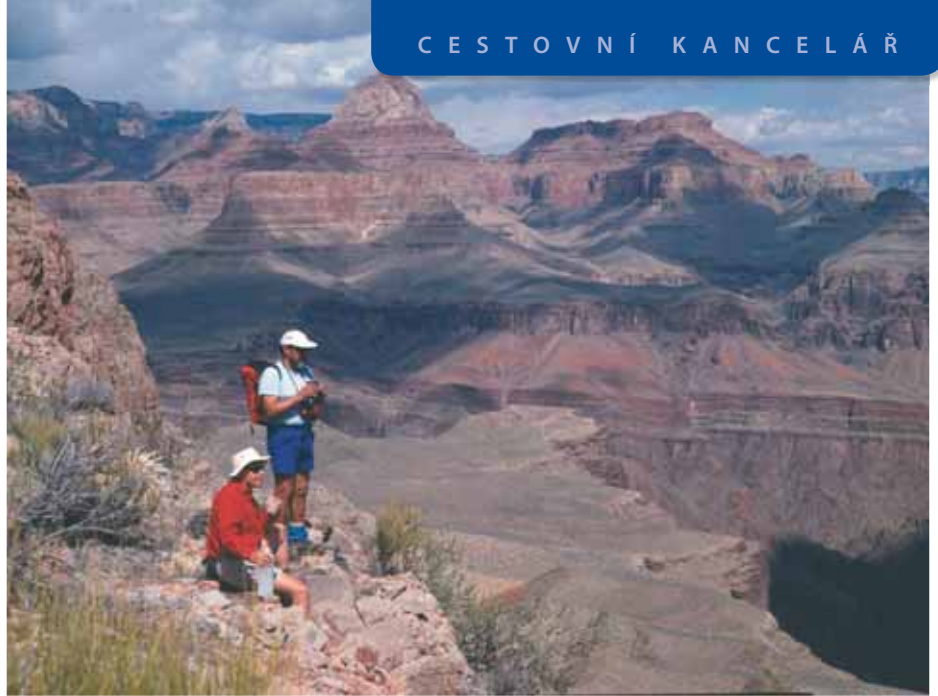
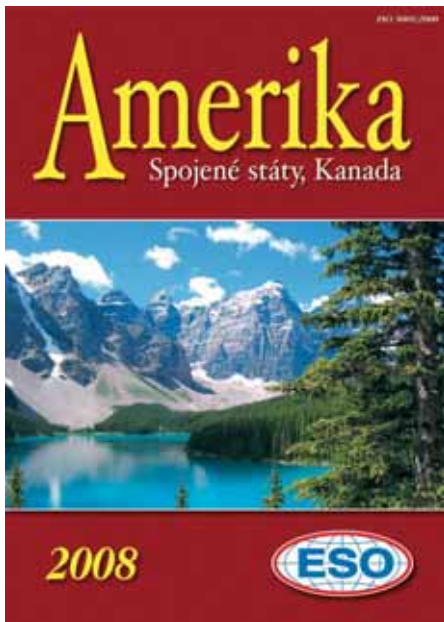
? Co očekáváte od změkčení vízového režimu, případně jeho úplného zrušení?

! Naše očekávání jsou prozatím střídmá. Způsob žádání o víza sice doznal jistého zjednodu-

šení, nicméně přetrvávající nutnost osobního pohovoru na americké ambasádě nadále brzdí řadu lidí v realizaci jejich cesty. Úplné zrušení víz, které je sice realitou na papíře, ale žádá si vývoj blíže nespecifikovaného technického řešení ze strany amerických úřadů, neočekáváme dříve než do dvou let. Teprve pak lze hovořit o předpokladech vyšších prodejů, a to především v segmentu pobytových zájezdů. Tam by dynamika růstu mohla jít do desítek – v některých případech i stovek procent.

? V prestižní anketě profesionálních hodnotitelů TTG získala letos ESO travel 1. místo v kategorii touroperator pro Ameriku. Co vás





odlišuje od konkurence – respektive existuje něco, co děláte lépe?

❗ Snažíme se zcela jednoduše předjímat spokojenost klienta jeho vlastní optikou. Z naší strany jde o dlouhodobé úsilí – lépe řečeno obecný přístup ke všem poznávacím produktům naší kanceláře. Klademe klíčový důraz na kvalitu ubytování v centrech poznávaných měst a v těsné blízkosti národních parků, organizačním zajištění a znalostech a nasazení našich průvodců. Neře-

kl bych tedy, že děláme něco, co jiní nechtějí nebo neumějí. Rozdíl je možná v tom, že nám se daří tyto principy promítnout do reálného zájezdu. Spokojenost klienta se přitom v mnoha ohledech rodí i několik měsíců před cestou a je spjata nejen s individuálním přístupem, ale i s informačním zázemím, které dokážeme poskytnout. Ostatně právě pro Spojené státy americké spouštíme od nového roku na adrese www.amerika.cz zbrusu nový internetový server, který zodpoví prakticky jakoukoli

otázku týkající se cestování do USA, pomůže s orientací a nabídne řešení. Nevíme sice, zda získané informace přivedou klienta do naší kanceláře, věříme však, že povedou k odstranění některých předsudků k této krásné zemi a přesvědčí případného čtenáře o profesionálním týmu, který za touto webovou prezentací stojí. ■

www.esotravel.cz

www.amerika.cz



Kdyby přišel vizionář a pravdivě mi vyložil budoucnost, řekl bych, že je blázen

? V neděli 18. listopadu jsme přiletěli z oslav 15. výročí založení EXIM tours, které tato cestovní kancelář organizovala v pětihvězdičkovém hotelu Prima Life v egyptské Hurghadě. Patnácté výročí mi bylo záležitostí popovídat si s předsedou představenstva a generálním ředitelem této akciové společnosti Ing. Feridem Nasrem o tom, jak v Česku vystudovaný inženýr již více než milionu českých turistů pomohl otevřít dveře do světa. Feride, když jsem s tebou v roce 1993 dělal první interview, nabízel jsi (tuším) pouze čtyři hotely v Tunisku. Dnes stojíš v čele největší české cestovní kanceláře.



Ing. Ferid Nasr

! Na naše setkání, taky v Česku vystudovaný doktore Jaromíre, nikdy nezapomenu. Mé vůbec první interview pro tisk bylo právě s tebou. Tenkrát jsem byl strašně spokojený, ačkoliv bylo vytištěno pouze černobíle, jako mé letáky s nabídkou zájezdů

(katalog jsem tehdy neměl). Druhý rozhovor pak byl pro Večerník Praha. V té době jsem samozřejmě nemohl tušit, co bude za patnáct let. A kdyby tenkrát za mnou přišel nějaký vizionář a pravdivě mi vyložil budoucnost, řekl bych si o něm, že je buď blázen, nebo ode mne něco chce. Určitě bych mu nevěřil. Jsem rád, že to tak je a že slouží zdraví, poněvadž to je to nejdůležitější. Leckdy to totiž

bylo na jeho úkor, že se EXIM tours dostal, kam se dostal, tedy na první místo na českém trhu.

? Feride, o tvé intuici do které destinace jít, kam nejít či kterou kdy přenechat konkurenci, jdou legendy. A taky o tvém způsobu dělání obchodů a řízení firmy. Nikdy jsem nezaznamenal, že bys někomu vyhrožoval, pomlouval ho nebo že by ses rozčiloval. A navíc jsem přesvědčen, že tě všichni lidé, kteří pracují pro tvou firmu, mají rádi. Asi není rozumné dávat návod ostatním, ale i kdyby. Když dva dělají totéž, nebývá to totéž...

! Vůbec si nepřipouštím, že bych jako spolumajitel firmy byl něco víc než ostatní zaměst-



nanci. Vzpomeň si, kolikrát jsi se mnou chtěl udělat povídání, a já tě odkázal na kolegy, protože firmu netáhne jeden člověk, ale tým. V EXIMu jsme všichni kolegové. Pracujeme na společném díle. Pokud se kdy někdo pouze „vezl“, záhy řešil, kde jinde se ucházet o podporu v zaměstnanosti. Lidem hodně

věřím. Samozřejmě, z někoho jsem byl i hodně zklamaný, ale k tomu docházelo zřídka. Vztahy s lidmi v cestovní kanceláři mám opravdu přátelské. A nejen s nimi. Hodně to bude tím, že jsem se narodil v rodině, kde to bylo samo sebou. Pocházím z poměrně chudých poměrů. A kolikrát, když mamka řešila (bylo nás osm), co bude k večeři nebo obědu, táta šel a zpravidla téměř z ničeho něco udělal. Podobně řídím firmu i já. EXIM tours začal taky z ničeho. Co uvařila moje máma, bylo vždycky výborné. A zřejmě i díky této škole, pokud vymyslím novou destinaci, většinou to vychází.

? Feride, jsem přesvědčen, že ses mi mnohdy věřil víc než já sám sobě. Chybami se člověk učí, a já jsem velmi pilným žákem. Opakovaně jsem proto začínal pouze s tím, čeho jsem díky této škole nabyl, tedy téměř z ničeho, a tys mi pokaždé pomohl masivní inzercí v zrovna připravované nové verzi mého časopisu.

! Pokud se lidé, kteří mne v začátcích morálně podrželi (finančně jsem to nikdy nepotřeboval) a pomáhali mi, kdy dostali do problému, cítil jsem, že je mou povinností jim pomo-



EXIM tours®



ci. Strašně rád je vidím a hodně mne mrzí, pokud nepřijdou na akci, kterou (zejména i pro ně) pořádám, protože jsem je třeba zapomněl pozvat. A i kdyby byl EXIM tours desetkrát větší cestovní kancelář, vím, že mi tato vlastnost zůstane.



? 30. listopadu 2007 jsi v sídle českých králů a prezidentů na Pražském hrade opět přebíral ocenění v rámci ankety „Českých 100 nejlepších“. Její organizátor, šéf Comenia, Ing. Karel Muzikář, CSc. to před vysoce reprezentativním publikem ve Španělském sále oglosoval, že na podiu vítá vzrůstem malého, za to tím, co dokázal, velkého muže českého cestovního ruchu, který z ničeho vybu-



doval největší českou cestovní kancelář. Minulé vydání VŠudybylu pak přineslo článek nazvaný: „Víceprezidentka El Salvadoru přijela podpořit České aerolinie a EXIM tours“. Takže, jak jsi na tom v hradních či prezidentských kruzích?

! Co se týče El Salvadoru, rád bych nejdřív konstatoval, že to chtělo velkou odvahu přijít na evropský trh s destinací, která je běžným, hojně navštěvovaným cílem severoamerických turistů z USA a Kanady, ale vzhledem ke své vzdálenosti ne už v takové míře evropských. El Salvador je totiž Severoameričany spolu s Chile vnímán jako jedna nejbezpečnějších a nejstabilnějších demokracií v Jižní Americe. Turisté z Evropy do El Salvadoru sice létají, ale pravidelnými linkami. Že by však pro ně někdo - jako ČSA - otevřel charterový letecký most z Evropy? Právě to zřejmě Salvadorcům imponuje. A já, když jsem se už pro až tak exotickou tichomořskou destinaci plnou nádherných přírodních scenérií a mayských památek rozhodl, vítám, pokud mne někdo tak vysoce postavený podrží. Velmi si s Českými aeroliniemi ceníme podpory vlády El Salvadoru, kterou i oficiální návštěvou demonstrovala paní viceprezidentka



Ana Vilma Albanes, provázená šéfem hotelové sítě Dekameron. EXIM tours je tým, kdo vymýšlí a pro české turisty ekonomicky zpřístupňuje nové dálné destinace, a top management ČSA je nám v tom skvělým partnerem. Český národní dopravce totiž klientům EXIM tours poskytuje na charterovou přepravu nebyvale vysoký pasažérský komfort. Ostatně takováto spo-



lupráce s Českými aeroliniemi by byla klíčovou záležitostí zřejmě pro každou seriózní cestovní kancelář. A seriózní přístup je výhodou i v případě českého prezidentského páru. Paní Klausová už s EXIM tours byla v Tunisku, v Egyptě, v Řecku a Thajsku, což vnímám jako potvrzení kvalit cestovní kanceláře.

? Mezi Čechy je řada těch, kterým vadí, že jsou Čechy. Ty ses tady nenarodil, ale jsi hrdý na to, že máš českou firmu, že z této mateřské firmy řídíš další evropské cestovní kanceláře, že máš českou rodinu a že jsi náš.

! Ale já jsem hrdý i na to, že jsem se narodil v Tunisku a i na to, že jsem přijel do tak báječné země, získal v ní české vysokoškolské vzdělání, práci a kamarády. Hodně Tunisánů, kteří žijí ve Francii, možná lituje, že tam musí žít, a já jsem strašně rád, že žiju právě tady. A v Čechách chci dožít i zbytek života. Víc už se cítím být Čechem než Tunisánem. I kamarádů mám povícero mezi Čechy než mezi Tunisany. Tím, že mi Pán Bůh nadělil takovýto český osud, jsem dostal to nejlepší, co jsem mohl. ■

www.eximtours.cz



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, 222 231 662,
602 459 216
e-mail: sales@npivovar.cz
www.npivovar.cz

10. až 13. ledna 2008 GO a REGIONTOUR

Od 10. do 13. ledna 2008 bude brněnské výstaviště opět patřit největší střeoevropské přehlídce průmyslu cestovního ruchu se zaměřením na regiony. Více než tisícovka vystavujících firem, zastoupení krajů i turistických regionů České republiky, účast zahraničních turistických oblastí a významných cestovních kanceláří, kvalitní odborný doprovodný program a na čtyřicet tisíc návštěvníků - to je jen výběr ze statistických údajů veletrhů GO a REGIONTOUR.

Veletřhy Brno v první desítce firem České republiky

? S generálním ředitelem akciové společnosti Veletřhy Brno, a.s. Ing. Jiřím Škrlou se setkávám na Pražském hradě záhy poté, co z rukou guvernéra České národní banky Zdeňka Tůmy převzal jedno z nejvyšších ocenění v rámci vyhlašování výsledků prestižní ankety v hlavní kategorii „Českých 100 nejlepších“. Pane řediteli, Veletřhy Brno se po třech letech vrátily na pódium Španělského sálu Pražského hradu a svým devátým místem deklarovaly, že patří do TOP 10 podnikatelských subjektů České republiky.

! Samozřejmě, že z toho mám radost. Už proto, že jsme se v předchozích letech v této konstelaci vyhlašování účastnili pravidelně. Naše umístění je potvrzením toho, že svou práci děláme dobře. Posláním akciové společnosti Veletřhy Brno je zprostředkovávat kontakty, prezentovat firmy, jejich produkty a pomáhat prosazovat zájmy klientů. A to je efektivně možné jen na exponovaném, obchodními partnery (i těmi potenciálními) a veřejností tradičně hojně navštěvovaném místě. Stěžejní platformou pro vysokou úspěšnost naší firmy proto je samo město Brno a brněnské výstaviště a jedním z krásných příkladů a každoročně

prvním veletržním počinem veletrhy cestovního ruchu GO a Regiontour. S Regiontourrem jsme začínali v dobách, kdy nikdo rozvojovým ambicím regionů moc nevěřil. Tedy že cestovní ruch pro ně bude až tak zásadní hospodářskou oblastí, předmětem podnikání mnoha lidí a jedním z nejvýznamnějších zaměstnavatelů. Jsme rádi, že i díky Regiontouru jsme partnery starostů obcí a měst, primátorů a hejtmánů a jejich asociací – Svazu měst a obcí České republiky a Asociace kra-



jů České republiky, a že se v době konání veletrhů GO a Regiontour Brno stává hlavním městem cestovního ruchu České republiky i velké části Evropy.

? Cestovní ruch je byznys jako jakýkoliv jiný. Určitě ale není o tom, ucestovat se k smrti, zrovna tak jako automobilový průmysl není o tom, ujezdit se automobily, ale prodávat je. Je o tvorbě, propagaci a realizaci produktu, což v odvětví cestovního ruchu bývá nezdědka úzce spjato s osobním vztahem k zemi a místu, v němž bydlíme. Takže, pane řediteli, proč máte rád Brno?

! Protože se tu dobře žije. V roce 1975 jsem na brněnském výstavišti začínal jako referent a strávil tu téměř celý svůj profesní život. Brno bych

neměnil za žádné jiné město a na naši firmu jsem velice pyšný také proto, že Veletřhy Brno, a.s. výrazně pozitivně ovlivňují celkové dění v Brně a Jihomoravském kraji. Přinášíme do něj byznys, šíříme povědomí o městě pod Špilberkem jak v rámci Česka, tak za hranicemi. Vždy jsme, a to i z hlediska cestovního ruchu, byli pro náš region jakousi jistotou, a to i v dobách, kdy se mu nevedlo nejlépe. Dnes, když prosperuje (a jsem rád, že i naše akciová společnost na tom má lví podíl), z této synergie spolu s dalšími brněnskými podnikatelskými subjekty těžíme, což mj. ilustruje prestižních „Českých 100 nejlepších“. Ekonomické úspěchy naší společnosti jsou výsledkem důsledně prosazované podnikatelské strategie. Veletřhy Brno jsou nejvýznamnější veletržní společností ve střední Evropě a brněnské výstaviště tak úspěšně plní roli „výkladní skříně“ českého exportu v hlavních oborech ekonomiky. A díky tomu je dnes Brno, které mám rád nejen já, vnímáno jako nejvýznamnější střeoevropské veletržní centrum. ■

www.bvv.cz

BVV

Veletřhy
Brno





Česká delegace Národního kontrolního úřadu na světovém kongresu v Mexiku

Po třech letech se opět konal světový kongres nejvyšších kontrolních institucí – INCOSAI. Proběhl druhý listopadový týden v Mexico City a zúčastnila se ho také česká delegace v čele s prezidentem Národního kontrolního úřadu Františkem Dohnalem. Okolo sto šedesáti kontrolních institucí reprezentovalo na šest set účastníků, kteří se věnovali dvěma základním tématům: řízení a auditu veřejného dluhu a obecně platným klíčovým indikátorům. Po přednesení pracovních dokumentů byl vždy jeden den věnován separátním diskusím o jednotlivých dokumentech. Výstupy byly následně prezentovány na závěrečném plenárním zasedání. Představeny byly i zprávy všech regionálních sdružení INTOSAI a zprávy jednotlivých pracovních skupin.

„První téma zpracovávali němečtí kolegové, druhé Američané. Zásadní diskuse probíhala o klíčovém indikátorech. Pokud chceme hodnotit efektivitu vynakládaných veřejných prostředků, měli bychom mít nastavena nějaká měřítka, podle nichž budeme hodnotit, co se za veřejné peníze udělalo. Aby tato měřítka byla nějakým způsobem srovnatelná, měli bychom se podílet na tom, jak stanovit klíčové indikátory na národní úrovni, aby byly porovnatelné. Následná debata ukázala, jak je obtížné shod-

nout se v tak velkém množství účastníků na obecně platném dokumentu. Výsledný materiál má nakonec formu jistých doporučení, pravidel, o které by se jednotlivé kontrolní instituce měly snažit, pokud je to možné. Postavení jednotlivých úřadů totiž není totožné a u obou témat řada kolegů upozorňovala na to, že jim to jejich postavení ani zákon vůbec neumožňuje. Jak jsem však uvedl, nejedná se o závazek pro jednotlivé členské země,“ řekl po návratu prezident Dohnal.

Kompletní materiály, které česká delegace přivezla z kongresu, budou k dispozici zaměstnancům Nejvyššího kontrolního úřadu v odboru mezinárodních vztahů, část z nich bude přeložena a umístěna na intranetové stránky. Příští světový kongres INCOSAI proběhne v roce 2010 v Jihoafrické republice. ■

Radka Burketová, ředitelka odboru komunikace a tisková mluvčí NKÚ

www.nku.cz

www.incosai2007.org.mx



Lidé se budou vzdělávat, jak lákat turisty do regionů

GUARANT International přiveze jedenodenní workshopy do regionů. GUARANT International patří mezi vedoucí organizátory MICE akcí* nejen v Česku. Jeho postavení v Evropě ilustruje žebříček Top 10 PCO otištěný britským C+MW, kde se v konkurenci světových organizátorů MICE akcí umístil na třetím místě v počtu účastníků kongresů za posledních šest let. GUARANT International workshopy zajišťuje pro Ministerstvo pro místní rozvoj ČR v rámci projektu Event marketing v cestovním ruchu Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů, který je financován ze zdrojů Evropského sociálního fondu. Cílem workshopů je představit možnosti využití tzv. MICE akcí pro povzbuzení cestovního ruchu v regionech. Mají přinést poznatky a inspiraci profesionálům, samosprávám i neziskovým organizacím. Cyklus pěti workshopů GUARANT International zahájil 27. listopadu v Ústí nad Labem. Další se konal 11. prosince v Pardubicích. 15. ledna 2008 bude v Přerově, 19. února 2008 Brně a 18. března 2008 v Českém Krumlově. V úvodu každého z nich se účastníci seznamují s problematikou MICE turistiky, do níž spadá organizace široké škály akcí: incentiv, konferencí, kongresů, sportovních a kulturních událostí pro veřejnost aj. Důležitou součástí každého workshopu jsou praktické ukázky projektů, které si již získaly jméno a zájem veřejnosti. Při řešení modelových příkladů se přednášející spolu s účastníky workshopu zamyslí nad možnostmi, jak turisticky zatraktivnit danou lokalitu. ■

* Pozn.: MICE akce = M meetings (setkání), I incentives (firemní akce), C conventions (konference, kongresy), E events (akce).

www.guarant.cz





1

Caliman

Dnes dopoledne mne napadlo

Středa 1. srpna 2007 Dnes v 11.20 mne napadlo vyrazit na čundr. Přehrabávající se v mapách, najdouc Caliman, rozhodl jsem se opět pro Rumunsko, abych pokračoval tam, kde jsem předloni skončil přechod Suhardu. V 15.20 na pražském smíchovském nádraží kupuji jízdenky a lůžkové lístky na Panonii a jedu balit. 21.45 vycházím z bytu. Jako vždycky, když jedu do Rumunska, mi těsně ujelo metro. 22.36 jsem na pražském hlavním nádraží. Jdu se kouk-



nout na řazení vlaku. Můj vagon „365“ píší druhý od konce. Vlak je u nástupiště. Jdu najisto. Předposlední vůz ale má číslo 364 a poslední 366. Říkám si, že bude jako loni uprostřed. Vagon 365 ale není ani uprostřed ani vpředu. Není vůbec! Český železničář mi sdělil, že je to ten poslední, označený jako „366“, a že už to Rumunské dráhy udělaly poněkoli káté.

Žádný pomocník pomocníka VB

Čtvrtek 2. srpna 2007 Je po půlnoci. Panonia ještě nevyjela. Okenní roletu přivazují provázkem k radiátoru, abych neměl po zbytek noci roztaženo. Česko-slovenské hranice i slovensko-maďarské v pohodě. V 8.30 jsem po snídani –

ořechový závin s kofolou. 12.00 Občanka občana státu Evropské unie funguje i na rumunských hranicích. Jak ale Maďaři, tak Rumuni nechávají po hraniční pasové kontrole dveře kupé rozcape-né dokořán. Tyhle manýry mne vrací do osmdesátých let minulého století k prvním cestám do Rumunska. Ale možná i právě proto tam rád jezdím. Narodil od Rakouska mne totiž v Rumunsku ještě žádný pomocník pomocníka VB neudal policii za to, že spím pod širákem v lese. V 16 hodin českého času (český jsem používal po celou dobu rumunské mise) jsem v Alba Iulia. V 18.24 mi jede vlak do Vatra Dornei. Po půl deváté jsem v Cluj Napoca. Do mého kupé přistoupila korpulentní dáma. Chce si povídat, má ale smůlu. Hlavně abych nezaspal jako předloni.

V lázních Vatra Dornei

Pátek 3. srpna 2007 00.20 V lázních Vatra Dornei (cca 300 m n.m.) jdu k bankomatu, jehož služeb jsem využil rovněž předloni. Funguje. Zrovna tak do nonstop otevřeného mini-marketu. Kupuji chléb a baterie. Kráčím městem tak, jak jsem se uradil s mapou, směr motely TIR. Špatně jsem odbočil a vracel se jen jednou. 01.30 jdu pořád pod veřejným osvětlením. 01.56 Jsem za obcí. Měsíc svítí, viditelnost báječná. Údolím po slušné cestě proti vodě. Odbočka k potoku. Jdu rekognoskovat, zda by se tam dalo bydlet. Voda mi připadá jak po mír-



ném dešti. O kus dál pod lesem vidím střechu. Oplocený srub. Hned vedle cosi jako salaš. Také nedobytně zajištěná. Jen ve štítu je vylámáno několik prken. Nahlížím dovnitř, ale i tuhle variantu zavrhuji. Na půdičce jsou střepy z lahví. Ať účel nebo binec, funguje to, abych volil jiný způsob nocování. Obcházejm salaš. Ve směru do údolí je pod téměř přesahující střechou lavička ze sukovitých smrkových kmínků. Pokládám na ni nerozbalený stan a na něj karimatku. 02.26 Jsem ve spacáku na 30 cm „širokém“ lůžku.

Všude minerálka

05.40 Kravské zvonce. Podruhé ze spacáku vylézám v 07.40, když údolím projelo auto. Definitivně to vzdávám v 08.06. Z hadice z pod srubu vytéká čůrek vody, z níž se klube minerálka. Už mi došlo, proč je ve všech potůčcích lehce zkalená voda – všude teče minerálka. Snídám tři švestkové perníčky firmy „Perníkář Pardubice“ a zapíjím bahnem. Vařil jsem sice čaj, ale to, co jsem z minerálky uvařil, byl nejdřív bílý zákal a po vložení pytlíku s čajem regulérní hnědé bahno. 09.40 Na zapíchnutých hůlkách jsem na slunci dosušil spacák mokry noční



rosou. Mám sbaleno. Ještě dopsat deník a kouknout do mapy. 10.15 Odcházím.

Salaška je parádní

Pokračuji údolím. Za vojenským areálem se cesta rozsochatí. Na smrku objevují červený pruh a číslo „91“. 11.00 Volím prostřední cestu strmě do kopce. Po padesáti metrech se vracím k potoku. 11.18 Zdravím se s pánem, opíraje se o hůl, pase v lese krávy. Poslal mne cestou necestou proti vodě do kopce. Bloudě, našel jsem se ve 12.20 na konci (jezdící) lanovky z Vatry Dornei. 12.30 Obědvám rumunský chleba, báječný uherák Kosteckých uzenin, a.s., cibuli a minerální vodu. Jsem na „Vf. Diecilor“ (1301). 13.20 Odcházím po modrém trojúhelníku. Slunce svítí. Převlékám se do trika s dlouhými rukávy. Plahočím se s těžkým bágem přes spojovací hřebínky a sedělka stále na západ. V jednom z úseků, kde je to samý vývrát, dávám v 15.45 pauzu. Bolí mne celý člověk. 16.15 Procházím kolem ohrad. Po levé ruce salaše. Jdu k nim dolů pro vodu. Našel jsem nejen vodu, ale i skvělé bydlení. Vařím obilgátní bujón, čaj a rýži. Salaška je parádní, mrňavá, čistá a voní ovčím sýrem. 17.45 Jsem po večeri. Že je to brzy? Není. Rumunského času je o hodinu víc. 18.10 páchám velkou hygienu. Kdo ví, kdy příště... 18.30 Zaléhám. Kde jsem? Nevím. Nikde rozcestník ani označení. ■

Cestou do ráje by se nemělo přestupovat.

Přímé lety z Prahy za exotikou
již od 24.990,- Kč + taxy

Dopřejte si luxusní pobyt v nejexotičtějších zemích světa

**Thajsko, Maledivy, Srí Lanka,
Indie, Keňa, Mauritius, Mexiko,
Kuba, Jamajka**

Více o naší nabídce poznávacích a pobytových zájezdů
do **106 zemí** u prodejců v celé ČR nebo na

www.exotika.cz

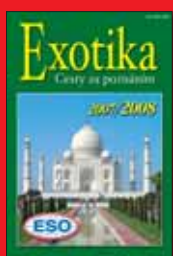


ESO travel a.s. Korunovační 22,
170 00 Praha 7, tel.: 233 377 711

VIP centrum Praha: Revoluční 13,
110 00 Praha 1, tel.: 222 316 994

Klientské centrum Praha: Václavské nám. 56,
110 00 Praha 1, tel.: 222 211 120

www.esotravel.cz info@esotravel.cz



na samotě
2 100 m od Jindřichova Hradce

hotelový komplex Frankův dvůr



- kongresový sál, salonek
- dvě samostatné restaurace
- speciality slovenské a maďarské kuchyně
- bazén, sauna, solárium, whirlpool
- dětské prolézačky, minigolf, petangue



- školení a prezentace
- team building
- konference
- semináře
- promoce
- svatby
- rauty



Hotelový komplex Frankův dvůr
Jemčinská 125/IV
377 01 Jindřichův Hradec



tel.: 777 99 66 66, 777 99 55 55
e-mail: info@frankuv-dvur.cz
www.frankuv-dvur.cz



EULER HERMES
ČESCOB

Euler Hermes

Vedoucí světový pojistitel v pojištění pohledávek
Rating AA- od Standard & Poor's, člen skupiny Allianz

Více než 100 let zkušeností, zastoupení ve 49 zemích světa
Více než 10 let zkušeností z úspěšného působení
v České republice

**Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.,
představitel světového lídra trhu
úvěrového pojištění v ČR
a první soukromý specializovaný úvěrový pojistitel
v České republice**

A company of **Allianz** 

Kontakt: www.eulerhermes.com/cz



Security Services | Security Systems | Cash Services | Justice Services

A World of Security Solutions

With operations in more than 100 countries and expertise in a whole world of security solutions, Group 4 Securicor is the preferred security partner for organisations across the globe.

Whether your security needs are local or international, we take the time to understand your security needs and to develop solutions which minimise your risks and give you the peace of mind that enables you to concentrate on running your business.

For more information, please visit www.g4s.com

