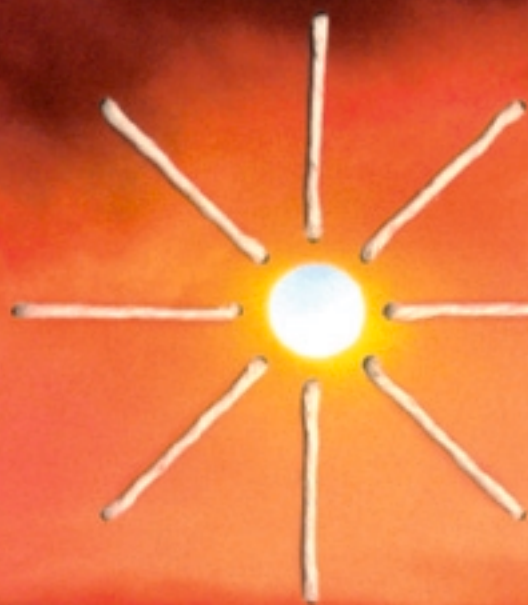


průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

www.e-vsudybyl.cz

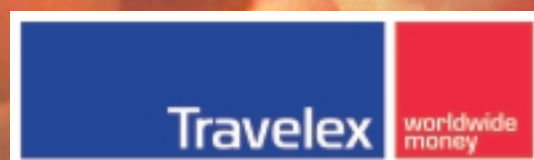
všudybyl

osmé
vydání
2002



global reach

Více informací najdete na stranách 20 a 21.



časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

„Nu, tutoť již aspoň lidi nacházím, kteří hodnou věc pokolení svého činí.“ Mezitím uhlédám já, že ti milí napominatelé nic více sami k pěkným těm kontrfektům¹ než k druhým nelnuli, ani se těchto co víc než oněch ostýchali: nýbrž nejedni velmi chutně okolo nich se omětlali²; a jiní to vidouc také se tam obraceli a s těmi potvarami laškování a kratochvíle sobě strojili. I řekl sem s hněvem: „Tutoť já vidím, že lidé (jakž Ezopů vlk řekl) jiné mluví a jiné činí: co usty chválí, od toho jim mysl letí, a co sobě jazykem oškliví, k tomu jim srdce lne.“ „A ty tuším anjelů mezi lidmi hledáš?“ řekl ofukna³ se tlumočník.

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

- 1 obrazům, podobiznám
2 otáčeli se, lichotili se
3 osopiv se



Nu, tot' již aspoň lidi nacházím



Kongresová a veletržní turistika jsou velkým byznysem přesto, že se jen těžko dají sumarizovat či sateitními účty vyjádřit všechny jejich přímé, natož související přínosy pro vytváření pracovních míst, podnikatelských příležitostí, ekonomiku a platební bilanci státu. Cestovní ruch je odvětvím natolik průřezovým a multiborovým, že se v něm jen v menší míře uplatňují tahy, které po „sametové revoluci“ vyeliminovaly mnoho českých firem z jejich tradičních odbytišť. Na druhou stranu, je velmi citlivým na signály o nás od nás samotných.

Sotva kdo jiný by mohl způsobit to, co jsme si vykoledovali jednostranným popovodňovým světu hlásáním. Jedinečnost, ale i zranitelnost cestovního ruchu tkví v tom, že spotřebitelé přijíždí za zbožím, a ne zboží za nimi. Cestovní ruch je velkým byznysem i pro současnou Českou republiku. Mohl by být neskonale větším, leč není. Tento stav zřejmě bude trvat tak dlouho, dokud se mu nedostane většího očekávání. Např. od romských aktivistů, odborářských funkcionářů, ale i od komunálních úředníků, státních zaměstnanců, důchodců, lékařů, učitelů atd., zkrátka všech, kterým by zahraniční inkaso generované navíc díky důraznější orientaci Česka na cestovní ruch umožnilo vylepšení jejich hmotné situace. Nebo že by šíření objektivních a vyvážených informací o vlastní zemi bylo věcí pouze osvěcených médií a politiků? Ale kdože by mezi nimi anjelů hledal?

Jaromír Kainc
nakladatel a vydavatel VŠudybylu



Summit NATO příležitosti 6-7



Le Palais otevřel 1. října 8



Zvýšení daňové zátěže - nepříznivý dopad 8-9



Novoměstský pivovar 9

Propagace Česka? 10-11

Propojení je o synergii 12-13

PARKAM[®] Holiday's

I. Parkam Holiday's 13



Rozhodující postavy byznysu 14-15

Luxusní kongresový čtyřhvězdičkový 16-17

Místo, kde se setkávají lidé 18-19



Vlak se rozjíždí 20-21



Kongresy Pardubicím svědčí 22

Pardubický festival vína 22



Stal se ze mne brněnský patriot 23

Co budeme dělat v Přerově 24-25

Perspektiva založená na důvěře 26-27



U nás je opravdu kouzelně 28-29

Největší hračkářskou firmou 30



Svaz českých a moravských výrobních družstev 30



Hotel Slovan 31

Co nás Čechy dělá Čechy 32



Vel Satis na Strakonickém hradu 33

Táborská zastavení 33

100. výročí spolku zimních sportů 34-35



Rumunské magistrále 2 36



všudybyl

Průvodce labyrintem
českého cestovního ruchu

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

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

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

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

Summit NATO

..... příležitosti destinace Česká republika

Mezinárodní kredit České republiky, jako bezpečné destinace, přede dvěma roky výrazně posílil úspěšně zvládnutou realizací Výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v Praze. V listopadu se bude v Praze konat Summit NATO. V této souvislosti jsem proto oslovil místopředsedu vlády České republiky a ministra vnitra pana Stanislava Grosse. Pane ministře, v čem bude tato událost jiná, zejména z pohledu vámi řízeného resortu?

Zasedání světových organizací většinou provázejí protesty, které se až do roku 1999 obešly bez větších násilností. Zlom nastal po konferenci Světové obchodní organizace (WTO), která se konala v prosinci 1999 v americkém Seattlu. Od té doby protesty radikálních odpůrců globalizace končí zraněními, milionovými škodami či dokonce smrtí. Nepokoje se dají očekávat letos opět po dvou letech také v našem hlavním městě. Česká republika dostala na podzim roku 2002 příležitost pořádat vrcholné setkání NATO jako první ze zemí bývalého komunistického bloku. Summit nejvyšších představitelů Organizace severoatlantické smlouvy (NATO) je nejvýznamnější politickou událostí v rámci Aliance, na níž dochází k formulování strategických rozhodnutí o společné bezpečnostní politice.

Ve dnech 21. a 22. listopadu 2002 se stane Praha místem, kam se bude upírat pozornost téměř celého světa. V těchto dnech se v Kongresovém centru Praha uskuteční jednání Severoatlantické rady (NAC), Euroatlantické rady partnerství (EAPC) a schůzka čelných představitelů Komise NATO – Ukrajina (NUC). Dosud nebyla definitivně potvrzena setkání NATO – Rusko a NATO – EU, rozhodnutí o tom, zda a na jaké úrovni se uskuteční, budou učiněna pravděpodobně až v průběhu letošního podzimu. Jak správně uvádíte, naše bezpečnostní složky získaly cenné zkušenosti během výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky v září 2000, a Pražský summit NATO je k této akci velmi často přirovnáván. Srovnání však v mnoha směrech pokulhává, uvědomíme-li si, že vrcholná schůzka Aliance mj. znamená přítomnost téměř padesáti hlav států a vlád, přímé zapojení vrchních velitelů NATO a dalších vojenských představitelů, jednání o klíčových strategických a bezpečnostních záležitostech, nezbytnou ochranou osob, budov, dopravních prostředků a informací, jakož i prvořadou pozornost světových médií. Z těchto důvodů bylo velmi důležité zabývat se také otázkou, zda se v uplynulém období výrazně nezměnila taktika pouličního boje agresivních aktivistů a prostředky, které používají. Tudiž bylo vhodné vycházet také ze zahraničních zkušeností a poznatků,



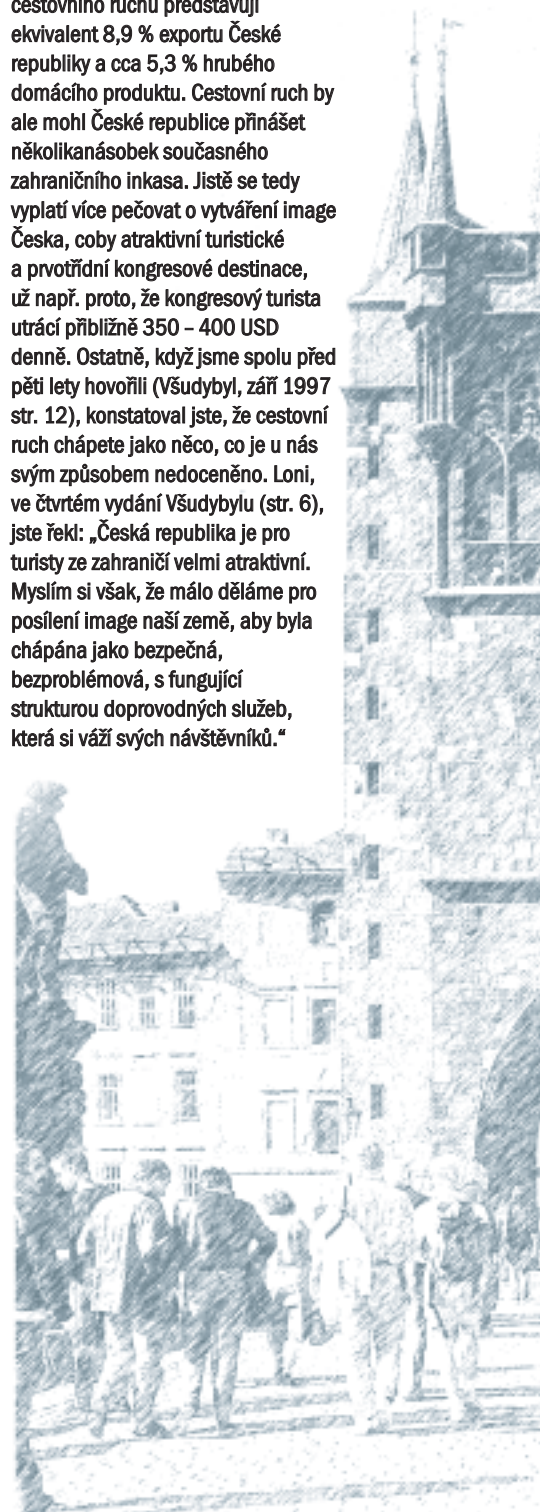
a to jak z pohledu činnosti zahraničních policejních sborů při praktickém provádění bezpečnostních opatření v průběhu pořádání rozsáhlých a významných akcí na vrcholné úrovni, tak i z pohledu cílů, přípravy, výbavy a chování účastníků protestních shromáždění. Samostatnou kapitolou bude minimalizace rizik teroristického útoku, která jsou u této akce vyšší, než tomu bylo při zasedání MMF/SB v roce 2000.

Pražský summit je pro Českou republiku velkou a ojedinělou výzvou. Celkovým rozsahem a charakterem, jakož i bezpečnostními a organizačně-technickými požadavky půjde o akci, kterou Praha ani Česká republika dosud nepořádaly, a Policie ČR, jakož i další zainteresovaní, mají jedinečnou příležitost ukázat kvalitu a vysokou profesionalitu své každodenní práce.

V průběhu Pražského summitu Ministerstvo vnitra počítá s nasazením 5500 policistů z hl.m. Prahy, 5500 policistů z jednotlivých krajů, kteří posílí pražské příslušníky Policie ČR, a přibližně 1000 příslušníků Policie ČR útvaru pro ochranu ústavních činitelů ochranné služby. Na základě nařízení vlády jsou povoláni k plnění úkolů Policie ČR vojáci Armády ČR v počtu nepřevyšujícím 2400 (vojáci Armády ČR jsou určeni zvláště k posílení krajských policejních správ). Bezpečnostní zajištění summitu NATO se ovšem neobejde ani bez výrazné spolupráce se zpravodajskými službami, zahraničními

partnery a bez důkladné analýzy získaných informací.

Podle předběžných údajů ČNB dosáhly devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu za loňský rok 3 miliardy USD, což je o 3,8 % více než ve stejném období roku 2000. Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu představují ekvivalent 8,9 % exportu České republiky a cca 5,3 % hrubého domácího produktu. Cestovní ruch by ale mohl České republice přinášet několikánásobek současného zahraničního inkasa. Jistě se tedy vyplatí více pečovat o vytváření image Česka, coby atraktivní turistické a prvotřídní kongresové destinace, už např. proto, že kongresový turista utrácí přibližně 350 – 400 USD denně. Ostatně, když jsme spolu před pěti lety hovořili (Všudybyl, září 1997 str. 12), konstatoval jste, že cestovní ruch chápete jako něco, co je u nás svým způsobem nedoceněno. Loni, ve čtvrtém vydání Všudybylu (str. 6), jste řekli: „Česká republika je pro turisty ze zahraničí velmi atraktivní. Myslím si však, že málo děláme pro posílení image naší země, aby byla chápána jako bezpečná, bezproblémová, s fungující strukturou doprovodných služeb, která si váží svých návštěvníků.“



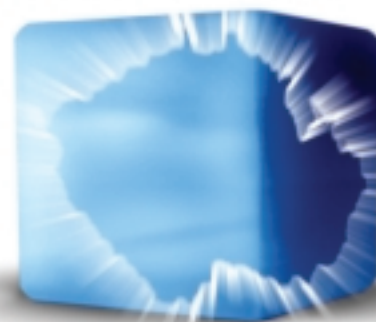


Nastal již v tomto podle Vás posun?

Summit NATO v Praze se bude vůbec poprvé v historii konat za bývalou železnou oponou, ve stejném městě, kde byla v roce 1991 definitivně zrušena Organizace Varšavské smlouvy. Aliance tímto rozhodnutím potvrdila, že skutečně sleduje deklarovanou politiku otevřenosti. Je jen obtížně představitelné, že by NATO, po všech deklaracích z uplynulých let, nerozhodlo o svém dalším rozšíření právě během Pražského summitu. Rozhodnutí o konání vrcholné schůzky v Praze je také oceněním úspěšné integrace České republiky jako nového, plnohodnotného člena NATO. Pořádání akce je zároveň výrazem důvěry, které se těší Praha jako již tradiční hostitel významných akcí mezinárodní důležitosti. Pražský summit je pro Česko velkou a ojedinělou výzvou. Celkovým rozsahem a charakterem, jakož i bezpečnostními a organizačně technickými požadavky půjde o akci, kterou Praha ani Česká republika dosud nepořádaly. Všem zainteresovaným složkám na české straně se skýtá jedinečná příležitost ukázat kvalitu a vysokou profesionalitu své práce. Summit NATO může být také příležitostí pro podporu cestovního ruchu. V posledních týdnech obletěly svět informace o povodních, které postihly Českou republiku, včetně Prahy. Tisíce zahraničních novinářů, kteří v listopadu Prahu navštíví, tak mají možnost na vlastní oči uvidět, že život se v naší republice nezastavil a že Praha je stále krásné město, které má turistům z celého světa co nabídnout.

>> www.mvcr.cz
>> www.natosummit.cz

Česká republika v kostce



czechtour service
Official Czech Tourist Information

**oficiální integrovaný informační systém
cestovního ruchu České republiky**

call centre +420 (2) 66 704 618

www.czechtourservice.cz

Jsme stejní jako Vy, protože stejně jako Vy cestujeme. Jsme jedni z vás, a proto dobře známe Vaše potřeby a přání. To nejlepší z našich znalostí a zkušeností jsme vložili do **czechtour service**, abychom Vám Vaše cesty co nejvíce usnadnili. Můžete se spolehnout, že **czechtour service** je přesně to, co potřebujete.



Provozovatel: Bedy a.s., U Průhonu 5, 170 00 Praha 7, tel.: +420 (2) 66 704 601,
fax: +420 (2) 66 704 602, e-mail: czechtourservice@bedy.cz, www.bedy.cz



LE PALAIS
HOTEL PRAGUE



- ★ Historická budova z konce 19. století ve stylu Belle Epoque s autentickými freskami
- ★ 64 velkolepých pokojů a 8 luxusních apartmánů s překrásným výhledem na Prahu
- ★ 2 exkluzivní salóanky a elegantní knihovna s krbem a denním světlem
- ★ Restaurace Le Papillon s otevřenou terasou
- ★ Prostorné relaxační centrum

OTEVŘENO
OD 1. ŘÍJNA 2002

Hotel Le Palais***** de luxe
U Zvonářky 65/1
120 00 Praha 2 – Vinohrady
tel.: 222 563 349
fax: 222 563 350
e-mail: info@palaishotel.cz
www.palaishotel.cz

VIENNA INTERNATIONAL
Hotels & Resorts



Zvýšení daňové zátěže bude mít nepříznivý dopad na českou ekonomiku

Kongresová a veletržní turistika je nejen o konkrétních akcích, ale zejména o povědomí o dané zemi coby kongresové či veletržní destinaci. Na toto povědomí mohou mít nepříznivý vliv živelné pohromy, labilní bezpečnostní situace, politické napětí i anti-propaganda ze strany konkurenčních destinací. Avšak ani řešení tak složité situace, jako je odstraňování následků živelné pohromy, není o ničem menším než o onom biblickém: „Človče, pomoz si sám a bude ti pomoheno.“ A to se také děje. Bohužel „masmédia“, možná i z obavy, aby si je lidé nedávali do souvztažnosti s epochou oficiálního budovatelského optimismu, šíří převážně informace o míře neštěstí a následném potenciálním nebezpečí, a ne o tom, jak rychle se s ním v řadě regionů České republiky, a to i v řadě turisty navštěvovaných míst, dokázali vypořádat. Stále dokola to samé. Není se proto co divit, že na nás svět pohlíží jako na zdevastovanou zemi. A do takové turistické své miliony a miliardy dolarů (do Česka cca 4 miliardy dolarů ročně) nevozí. O rozhovor na toto téma jsem si dovolil požádat primátora hlavního města Prahy RNDr. Igora Němce.

Pane primátore, jste hejtmánem kraje, který generuje zhruba 80 % zahraničního inkasa cestovního ruchu. Povodeň byla bezesporu ochromující živelnou pohromou. Prahou prošla největší voda zaznamenaná v dějinách. Obráncům Prahy se podařilo něco, co je v Evropě unikátní, zachránit historické centrum, ačkoliv přímo jím protéká řeka. Také proto je Praha Evropskou unií hodnocena jako jedna z nejúspěšnějších metropolí, které živelnou pohromu takovýchto dimenzí zvládly.

K tomuto hodnocení zřejmě bylo několik důvodů. V první řadě se podařilo ochránit centrum a včas evakuovat území, kde bydlí čtyřicet tisíc obyvatel. To, že se tak stalo bez zranění, natož ztrát na životech, že nikde neplavaly automobily apod., řadí Prahu mezi sídla, která dosáhla maxima možného. Záhy po povodních jsem se zde setkal s panem Prodim a s panem Verheugenem, s kterým jsem si dal na Starém Městě pivo. Nejenom, že drtivá většina hotelů funguje, ale i restaurace na Starém Městě, královská cesta a Karlův most jsou volné. V podstatě celá památková oblast, na níž jsou turisté zvyklí, je přístupná. Navíc v těchto dnech Praha nabízí něco, co dosud v novodobé historii

nenabízela a dlouho nebude. Centrum bez automobilů. Máme měsíc po povodních. Poskytuji rozhovory zahraničním televizím a dělám všechno pro to, abych k nám do Prahy pozval co nejvíce návštěvníků. K zásadnímu obratu v pohledu na Česko ve světě ale zřejmě dojde až v momentě, kdy se nám podaří realizovat summit NATO a kdy se plejáda zúčastněných hlav států včetně velmocí projde starou Prahou za asistence televizních štábů z celého světa včetně CNN.

Bohužel, na CNN a v jiných televizích doposud ukazují záběry z dob, kdy záplavy kulminovaly. To, jak reaguje státní propagace cestovního ruchu, ruku v ruce se zastrašovacími kampaněmi hotelových řetězců, jejichž hotely v Praze doposud nejsou s to přijímat turisty (kdo ví, co by jim s nimi mohla konkurence provést), jakoby ilustruje lidové rčení, že blbec je horší než živelná pohroma.

Domnívám se, že v rámci povodní Prahu poškodilo i zpravodajství České televize a její přímé vstupy v dominantní míře vysílané z Prahy o Praze. Mohu-li letošní povodeň srovnávat s neméně ničivými záplavami před čtyřmi roky na střední Moravě, tak tehdy se nic takového nedělo. Bohužel, ani letos při přinášení zpráv z Českých Budějovic,





Krumlova a dalších měst a obcí, které neměně hrdinně bojovaly s ničivým živlem. Povodeň v Praze nejvíce postihla oblast Karlína, který je v podstatě pětadvacetitisícovým městem, jež nikdy turistickým centrem nebylo. Vypadalo to ale, že jenom Praha je zatopená, že jenom Praha je „pupkem světa“. Tato nevyváženost mne, a oprávněně i občany, zejména z ostatních zatopených míst, extrémně popudila.

Popovodňová psychóza umožňuje činit jisté kroky. I takové, o nichž v prvním vydání VŠudybylu tohoto roku (str. 6 – 9) hovořil Jan Horal, když říkal:

„Bohužel, ve Švédsku v roce 1969 nastal strašný zkrat – doba Olafa Palmeho. Sociální ideály, které jej dostaly na post premiéra, byly přespříliš altruistické – nereálné. Vytvořil sen o supersociálním státě a s novým daňovým systémem zavedli novou daň z majetku. Daň z majetku považují za oprávněnou, ale způsob, jak ji konstruovali, měl pro Švédsko katastrofální důsledky. Ze Švédska se vystěhovalo více než dvacet tisíc nejúspěšnějších podnikatelů. Giganti jako Ikea, Tetra Pack. Následkem této daňové politiky ztratili švédští sociální demokraté vedoucí pozici. Impulsem pro volební debakl bylo vydání pohádky slavné švédské spisovatelky – autorky „Pipi Pučochaté“ – Astrid Lindgren o čarodějnici „Pompeli Possa“, která byla tak strašně bohatá, že zemřela hladu. To byla tak jasná alegorie, že se celé Švédsko smálo vládě a výraz „Pompeli Possa“ se stal synonymem její blbosti. To je varování i pro naši vládu. Příliš vysoké daně mají opačný efekt. Daně mají být přijatelné a mají se vybírat. V České republice se ale daně nevybírají

plně. Daně zde platí jen ten, kdo je absolutně blbý nebo morální.

Pane primátore, jste považován za jednoho z nejlepších českých šachistů. Šachy jsou velmi dobrým způsobem, jak se učit, aby se zdánlivě přínosný tah vzápětí neobrátil proti tomu, kdo jej učinil. Jak způsobit, abyste vy, politici, uvažovali více tahů dopředu v zájmu věcí pro tuto zemi dlouhodobě pozitivních?

To bohužel u řady politiků nevím. Navíc Praha byla vždy popelkou v uvažování vládních představitelů. Naší povinností je dělat všechno pro to, abychom tento stav změnil. Zvyšování daní ze strany vlády považuji za extrémně nešťastné zejména pro Prahu. Praha není městem fabrik ani dolů. Je městem služeb a turistického ruchu. Pokud se bez jakékoli kompenzace daně zvyšují tím, že se zvedá DPH, zdrazují se služby. Znamená to nejen to, že se ještě více potápějí podnikatelé, z nichž mnohé takto vytrstela již velká voda. Zvýšení cen za ubytování v hotelích a v restauracích může vážně ohrozit příliv peněz zahraničních návštěvníků do české ekonomiky. Růst DPH bude odčerpávat potřebné finanční prostředky právě u zboží a služeb, které jsou nezbytné a jejichž nákup nelze odložit na pozdější dobu. Je to kontraproduktivní krok paradoxně i pro stát, protože prostředky z cestovního ruchu jdou přímo jemu. Zvyšování daní a zdrazování bude rozšiřovat fronty na úřadech práce, protože mnohé z firem, které v důsledku povodní nemohou fungovat, již nyní propouští zaměstnance.

» www.praha-mesto.cz



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Otevřený v minulém století
na Novém Městě Pražském

Novoměstský (kvasnicový)
ležák světlý i tmavý 11°



Speciality české kuchyně
včetně vyhlášeného pečeného kolena

Alešova galerie:
originální panoptikum pražského
Podskalí a Perlový ulice

Exkurze pivovarem
s odborným výkladem
v bezprostřední blízkosti
Václavského náměstí



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

Anketa

Co říkáte současné propagaci Česka v zahraničí?

Zdeněk Kratěna, prezident společnosti Hotel S.E.N.

Hotel S.E.N. je převážně kongresovým zařízením. V této oblasti spolupracujeme s řadou renomovaných firem, jimž vyhovují exkluzivní dispozice našeho pěťihvězdičkového hotelu a jeho strategická poloha sice již mimo Prahu, ale se snadnou dostupností (pár minut jízdy autem po dálnici do centra Prahy). Pochopitelně, našimi hosty jsou i individuální turisté a zejména byznys klientela. Bohužel, v současné době se ke škodám způsobeným živelnou pohromou přidávají další, coby následky převážně jednostranných informací, které o Česku v zahraničí přináší sdělovací prostředky. Bohužel, chybí nám osobnost typu někdejšího newyorského starosty Giulianiho nebo amerického prezidenta George Bushe mladšího, která by světu a zejména do vlastních řad vzkázala: „Chcete-li Česku pomoci, přijďte k nám na dovolenou a nakupujte.“ Opak je, zdá se, pravdou. Přitom většina turistů navštěvovaných míst, a nejenom na severní Moravě, je v pořádku. Rovněž hotel S.E.N. funguje tak, jako předtím.



Ladislav Jirsa, ředitel hotelu Gamet Strakonice

Nejdříve bych chtěl všechny ubezpečit, že plně soucím s postiženými lidmi, kterým povodně napáchaly škody. Co se však týká

současné propagace Česka, ta udělala čáru přes rozpočet nejen hostinským a hoteliérům, ale i drtivě většině dalších profesí a oborů podnikání, potažmo státní kase. Místo toho, aby se rychle pomohl oživit zájem klientů o Česko, tak se prohlásilo, jaká je to tragedie, a prohlašuje v podstatě do teď, přestože ne všechny regiony byly pod vodou, a i mnohé z těch, které se tam ocitly, byly vzápětí schopny plnit svá poslání. Proti takové „propagační kampani“ ale neměly šanci.



Igor Jelen, vedoucí penzionu Moravan, Podkopská Lhota

Abych řekl pravdu, nemám kdy to sledovat. Náš penzion v přírodním parku Vsetínské vrchy se totiž

orientuje zejména na tuzemskou a slovenskou klientelu. Té není třeba vysvětlovat, jak kde na tom kdo je. Penzionu Moravan a ani rozlehlého areálu, který k němu patří, se přivalové deště, natož záplavy, nedotkly. Úspěšně jsme zde realizovali dětský letní tábor. Naše orientace na domácí cestovní ruch, ať už to jsou firemní či školní akce, je pro nás dobrou prevencí před dopady chronických nedostatků prezentace Česka v zahraničí.



Josef Štáva, předseda představenstva Panství Bechyně, a.s.

Naše zkušenost je velice špatná, až dramatická. Jsme např. v přímém kontaktu s francouzskou cestovní

kanceláří, která nám běžně vozí turisty. Ti teď volají a chtějí, abychom zlevnili, protože mají ohromné problémy s image Česka a la: „Ty krásné jižní Čechy, tam to je samá infekce, samá mrtvá zvířata, nebezpečí se tam vůbec pohybovat.“ Požádali nás: „Udělejme nějakou atrakci ještě navíc, abychom měli vůbec šanci zde na francouzském trhu s jižními Čechami uspět.“ O Česku jako takovém se tam teď píše velice špatně. Vyjma antipropagandy České republiky ale není důvodu, proč by k nám do Bechyně, Českého Krumlova, Prahy, nemluvě o místech, kde povodně nebyly, i nadále neměli jezdit hosté ze zahraničí. Pravděpodobně, ruku v ruce s chronickým domácím podceňováním přímých a souvisejících ekonomických přínosů turismu pro národní hospodářství, je v tom i jistá dávka konkurenčního boje soupeřících destinací a hotelových řetězců, kterým nejen že velká voda v Česku zatopila hotely a spláchla morální zábrany, ale přinesla i pádné argumenty, proč zahraničním turistům nabízet alternativní destinace.



Michal Vohralík, obchodní ředitel hotelu Voroněž, Brno

Řekl bych, že se od té předchozí vůbec nijak neliší. Je škoda, že nic nepodnikáme proti v zahraničí se šířícím fámám, že celé Česko je zasaženo povodněmi. Obrovská masa potenciálních zahraničních turistů tak nabývá představ, že je naše republika nedostupná, že nefunguje infrastruktura, že jakákoliv návštěva Česka je nerealizovatelná. Toto má vliv i na ubytovací zařízení v nepostižených lokalitách, tudíž i v našich zařízeních. Tato pasivita má negativní dopad nejen na image České republiky, ale zejména na její ekonomiku, kterou ještě více destabilizuje.



Daniel Čada, finanční a obchodní ředitel hotelu Jana

Že je škoda, že se tak intenzivně a dokola prezentují ničivé důsledky povodně. Raději bychom měli udělat nějakou protipovodňovou vlnu. Něco ve smyslu – žijeme, fungujeme, a investovat v zahraničí ať už formou inzerce či P.R. prezentací turistické destinace Česká republika ve sdělovacích prostředcích, které dosud prezentovaly naši zkázu. Pro nás je to velmi citlivá otázka. Sami jsme byli velmi

těžce zasaženi povodněmi v roce 1997. Když tehdy řádily na střední Moravě, tak to zahraniční média tak intenzivně nezaznamenávala. Zákazníci hotelu Jana, zejména z německy hovořících zemí, na nás poslední dobou často vznášejí dotazy, jsme-li v pořádku, zdali fungujeme. Povodně jsou jim totiž prezentovány jako pohroma, která zasáhla celou Českou republiku. Tím, že jim odpovídáme a že je zde přijímáme, svou malou kapičkou přispíváme k jejich reálnému vidění České republiky. Ověřuji si, že Česko rozhodně není v posledním tažení a že funguje dál. Nejen tady a na dalších místech zasažených až následnou povodňovou vlnou valící se z jejich masmédií, ale i v jižních, severních a východních Čechách a v Praze, v místech, kudy prošla opravdová povodeň.



Milan Hasman, vedoucí katedry cestovního ruchu v Táboře, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Informovanost v rámci republiky je, dá se říci, v pořádku. Ne tak

informace o České republice v zahraničí. Bohužel, akcentovány jsou výhradně nejhorší následky povodní a už vůbec se neaprezentuje, jak rychle a úspěšně se s nimi dokázala vyrovnat města jako např. Tábor, kde sídlíme, České Budějovice, Bechyně, Český Krumlov, Písek, Praha a řada dalších turisticky tradičně navštěvovaných center. A to nehovořím o drtivě většině území České republiky, kde povodně „neúřadovaly“. O Česku se v zahraničí šíří fámy, že zde není nic než zkáza, že zde řádí infekce atd. Chybí jakákoliv snaha či informační ofenzíva České republiky dát vědět, jaký je skutečný aktuální stav a jak rychle se díky úsilí mnoha patriotů i mezinárodní humanitární pomoci mění k lepšímu. Bohužel takřka každá tisková agentura si vybere ze záběrů ať už našich vlastních či zahraničních kameramanů to, co jí přinese co nejvyšší sledovanost. Dochází tak, ač možná neúmyslně, ke zveličování následků přírodních katastrof. To s sebou přináší další újmny české ekonomice. Zdaleka ne pouze podnikatelům v oblasti cestovního ruchu. Cesty do Česka odříkávají i obchodní partneři a investoři, ačkoliv měli namířeno do míst, kterých se povodně vůbec netkly.



Petr Krkoška, general manager hotelu Tuskulum, Lukov u Zlína

Propagace by měla být podstatně jiná. Především by neměla odrazovat lidi, kteří k nám rádi jezdí.

Čtyřhvězdičkový hotel Tuskulum se především orientuje na firemní klientelu a na akce kongresového charakteru. Tato překrásná vila byla vybudována roku 1894 šlechtickou rodinou Seilemů. Slovo „tusculum“ znamená latinsky vlnitý domov pro každého, kdo jej navštíví. Kterýsi kronikář jednou udělal ve svém zápisu chybu a napsal tuskulum s „k“. Od té doby se chyba opakovala a „k“ už zůstalo. Bohužel chyby, a to pro hospodářství České republiky decimující, v oblasti cestovního ruchu zůstaly rovněž. Stále tentýž přístup.

Jahody v Jaltě



Zpráva z tisku: „Devátá JAHODOVÁ PÁRTY – „golfová“ – pod heslem „Hole in one“ se uskutečnila 13. června 2002 v Kongresovém centru hotelu Jalta Praha a tradičně přilákala početný zástup milých hostů. Někteří se dokonce nechali inspirovat pozvánkou a přišli ve stylovém golfovém oblečení, za což byli náležitě oceněni.“

Jahodová párty je příjemné skoro letní

a méně formální setkání, které každoročně připravuje tým managementu hotelu Jalta pro partnery a přátele hotelu – ředitele významných českých i zahraničních firem, cestovních kanceláří, P.R. agentur, hotelové hosty, dodavatele prestižních produktů, osobnosti z oblasti kultury a umění.



Jak plyne z názvu, pohostění

sestává především z jahod a různých dobrot z nich připravených, od orosené skleničky šumivého vína s čerstvou jahodou až po jahodovou polévku nebo jahodové daiquiri či jiné exotické cocktaile. Otcem této myšlenky byl dřívější ředitel hotelu Petr Veselý. Inspirací, kromě jiného, hoteliérská filozofie pana Jamese Lavensona, někdejšího prezidenta hotelu Plaza v New Yorku. Od roku 1994, kdy se v hotelu Jalta konala první

a jezírkem s lekníny, jindy se sklízely pod Stolovou horou v Jižní Africe v záplavě překrásných exotických květin a modelů pro horké léto.

-KS-

>> www.jalta.cz



V červnu, kdy dozrávají jahody, tak společně slaví začátek léta. Mohu potvrdit, že v té době čerstvě natrhané jahody s kvalitním sektem nebo šampaňským, ale i se šlehačkou, opravdu báječně chutnají. V hotelu Jalta již podesť dokázali vykoulit příjemné prostředí skoroletní atmosféry. Párty měly pokaždé jiné téma, kterému odpovídala výzdoba včetně stylizace, kostýmů obsluhujícího personálu a vynalézavých hostů. A samozřejmě program. Jeho součástí bývá módní přehlídka a po setmění za doprovodu romantického píana tanec na terase.



PROMOPRO
CENTRUM KONGRESOVÉ TECHNIKY RUBEŠKA
ProMoPro s.r.o., Rubeška 1/215, 190 00 Praha 9, tel.: 283 891 660-1, fax: 283 892 757
e-mail: provoz@promopro.cz, www.promopro.cz

PŮJČOVNA S NEJVĚTŠÍM VÝBĚREM
KONFERENCE A KONGRESOVÉ TECHNIKY
VE STŘEDNÍ EVROPĚ



Prague
Convention
Bureau



Propojení města Brna a Messe Düsseldorf

Hlavním tématem Všudybylu je veletržní a kongresová turistika a Brno jako hlavní město veletrhů v České republice. O rozhovor jsem proto požádal Ing. Jiřího Škrle. Oproti našemu prvnímu interview na jaře 1999 s ním ale hovořím jako s generálním ředitelem úplně jiné společnosti. Proč jste se rozhodl změnit dres?

Připouštím, že trochu zvláštní situace to je, i když nijak výjimečná. Poslední léta přináší množství změn především v domácí ekonomice. Stál jsem v čele někdejší společnosti Brněnské veletrhy a výstavy v době, kdy do ní vstupoval strategický



ukazuje, že to byl dobrý

a oboustranně výhodný tah. Nová společnost převzala a úspěšně plní závazky zaniklé společnosti. Zejména se však ukazuje, že nová firma naplňuje představy, s nimiž německá strana i město Brno svoje fungování ve společnosti Veletrhy Brno spojovaly.

Brno je nejen městem památky UNESCO, ale bylo a je dominantně veletržním městem.

Domnívám se, že se tyto dvě skutečnosti nevylučují. Dnes už si Brno jen stěží představíte bez přívlastku „veletržní“. Máme-li na mysli areál samotný, oceněný nedávno jako stavba století, nepochybně si zájem zaslouží. Svým umístěním i celkovým pojetím představuje dnes ve světovém měřítku skutečně ojedinělý soubor veletržních objektů. Od počátku výstavby prvních pavilonů na konci třicátých let dvacátého století až po ty nedávno dokončené představuje zhmotnělou přehlídku vývoje forem a názorů na veletržní

zahraniční partner Messe Düsseldorf. Spolu s ním jsem se podílel na přípravě její fúze s nově založenou akciovou společností Veletrhy Brno, v níž jako významný akcionář figuruje i město Brno. Přes tyto nepochybně převratné změny v historii firmy sedím pořád ve stejné kanceláři a na stejném místě. I s tím dresem je to trochu jinak. Spíš bych řekl, že jsme vstupem města Brna získali do týmu dalšího kvalitního hráče, s nímž společně hájíme naše barvy. A pokud zůstaneme u sportovní terminologie, současnost



architekturu. I když je to z hlediska provozu a požadavků kladených na současnou veletržní infrastrukturu náročnější, udržujeme tyto stavby plně funkční pro účel, kterému mají sloužit. Pokud se najdou objekty, které již nevyhovují současným potřebám, řešíme to výstavbou nových pavilonů.



To je i osud současného pavilonu F, který bude ve velmi krátké době nahrazen novým objektem v kvalitě současného evropského standardu, navíc s výstavní plochou čtyřikrát větší, než je ta dnešní.

Veletržní město však necharakterizuje pouze skutečnost, že v něm veletržní společnost provozuje výstavní areál.

Ano, není to jen záležitost lidí, kteří v něm připravují veletržní projekty. Jsou to také,



BVV
Veletrhy
Brno



a možná především, benefity, které tato činnost přináší městu jako sídlu veletržní společnosti. Účastníci veletrhů, kteří do Brna a do České republiky přijíždějí, se pochopitelně na dobu pobytu stávají součástí spotřebitelské sféry. A řekl bych, že to velmi často bývají nadstandardní spotřebitelé. Když si navíc uvědomíme, že máme v portfoliu 46 veletržních projektů, pak jde v podstatě



o nepřetržitý „přísun“ klientely pro cestovní kanceláře, ubytovací a stravovací zařízení, kulturní podniky apod. Podle střízlivých odhadů se na pořádání veletrhů váže cca 20000 pracovních příležitostí. Touto činností vyvolané náklady přináší městu finanční efekt okolo jedné miliardy korun ročně. A potom: kdo se do Brna naučí jezdit za obchodem, jistě si v budoucnu zopakuje návštěvu i jako turista.

Ale ani to zdaleka nevyčerpává synergie vyvolané koexistencí města a jeho veletrhů. Mezinárodní povědomí společné kapitálové síly města a významné německé veletržní společnosti



„prošlapává cestu“ a přibližuje Brno zahraničním investorům a jejich následné poptávce po nových pracovních silách. Ruku v ruce s požadavkem na vysoce kvalifikované odborníky, v současné době zejména v oblasti informačních a komunikačních technologií, motivuje k rozšiřování základny vysokoškolského vzdělávání. Také z investic do městské infrastruktury, vyvolaných potřebou zejména dopravní dostupnosti a řešení vnitřní



průjezdnosti, těží nejen veletržní hosté, ale především samotní obyvatelé města. To jsou alespoň některé z argumentů, které potvrzují smysl a účel propojení Statutárního města Brna a Messe Düsseldorf v akciové společnosti Veletrhy Brno.

>> www.bvv.cz
>> www.brno.cz



Specialista na BULHARSKO 8, 11, 12 a 15 dní



NOVÉ KATALOGY 2003 ZIMA – LÉTO

Navštivte nás
na stánku
č. 450,
kde obdržíte
propagační materiály
na rok 2003 + stojan
na podporu prodeje.

Uvítáme spolupráci
nových prodejců
– **zajímavé
provize!**



PARKAM®
Holiday's

tel.: +420 224 142 016-7
fax: +420 224 142 018
eurotel: +420 721 734 221
t-mobile: +420 737 583 124

Pobočka Ostrava:
tel./fax: +420 596 970 878
www.parkam.cz
info@parkam.cz

Na veletržích se setkávají rozhodující postavy byznysu



Nekompetence se pozná nejen ve strojírenství. Je strašně jednoduché říci, že budu restrukturalizovat. Že během jednoho roku omezím, propustím, zastavím atd. Zpravidla to dopadá tak, že ti, co to dělají, většinou odejdou a je jim jedno, co s firmou či odvětvím, „na němž se podepsali“, bude za tři či za pět let.

Veletržní turistika je významnou součástí business travel.

O veletržích a hlavně o tom, jak si stojíme v zahraničí, si povídáme s generálním ředitelem

strojírenské firmy TAJMAC-ZPS,

a.s., Zlín Ing. František Lambertem.

Z hlediska naší strojírenské branže je účast na veletržích velmi důležitá. Konkurence v obráběcích

strojích je obrovská. Jenom v rámci obráběcích center je na světě více jak dvě stě kvalitních výrobců a další stovky těch, kteří se pohybují v oblasti second handů - oprav a repasů. V letošním roce vystavujeme na osmnácti veletržích a výstavách. Začali jsme v únoru na Samumetal Sasme v Pordenone v Itálii a pokračovali na Simodec v La Roche ve Francii, Metalobrabotce v Moskvě, 9. Mezinárodním strojírenském veletrhu v Nitře, Metav v Düsseldorfu, Mach-Tool v Poznani, Intertool ve Vídni, na Open House u nás ve Zlíně, IMTS v Chicagu, na 44. Mezinárodním strojírenském

obchodních partnerů, že jsme. U některých firem jsme exoty do dneška, ale ti se, pokud navštíví naši společnost, nestačí divit. Většinou jsou to různí západní „spasitelé“ České republiky, kteří ovšem nereprezentují špičku branže a jenom by rádi vydělávali bez práce. Právě takoví a jim podobní přijíždí do Česka s různými návrhy tzv. „pomoci“. TAJMAC - ZPS, a.s., Zlín je objemy prodeje strojů vlastní produkce do zahraničí v České republice největší, nicméně svět má před námi náskok desítek let tržní ekonomiky a obchodu. Přesto se naši společnost podařilo po revoluci prodat do zahraničí tisíce strojů. Jen v USA jich máme hodně přes tisíc. Od roku 1990 se na zahraničních trzích snažíme budovat značku a upevňovat pozice.

V některých zemích se nám to daří, v některých jsme na začátku. Většina špičkových firem ví, že TAJMAC - ZPS, a.s., Zlín existuje. Právě na významných mezinárodních veletržích se setkávají všechny rozhodující postavy kolem našeho byznysu. Je zajímavé, že to jsou většinou stále ti samí lidé. Rozdíl je v tom, že ne všichni pracují pro tu samou firmu, jako když jsme se potkali naposled, což je i můj příklad. Takže i proto pohled na nás, coby exoty, téměř zmizel. A pokud bych měl hovořit o oblasti Ruské federace a okolních zemí, tam se Tajmacu ve velmi krátké době podařilo rozvinout úzké kontakty. Přišli jsme tam jako firma, o které již věděli, že umí. Navíc Rusko je pro nás zajímavé

TAJMAC-ZPS, a.s.

Dějiny strojírenské výroby začínají ve firmě Baťa v roce 1903. Od roku 1950 se datuje nový název ZPS (Závody přesného strojírenství).

V roce 2000 společnost přechází do vlastnictví italské firmy TAJMAC - MTM s.p. a mění se její název na TAJMAC - ZPS, a.s. Její výrobní program se skládá z vysoce výkonných obráběcích center a ze světového hlediska špičkových vícevřetenových automatů.

Obě komodity se uplatňují v nejnáročnějších průmyslových odvětvích na všech světových trzích. Společnost TAJMAC - ZPS, a.s. je komplexní firmou zabývající se vývojem a výrobou obráběcích strojů. Tím, že vlastní slévárenské prostory ZPS - Slévárny, a.s., disponuje koncentrovanou kapacitou zahrnující všechny etapy vývoje a výroby a je schopna na vysoké úrovni realizovat přímo z konceptu

zákazníka kompletní dokumentaci, přichystanou k výrobě. TAJMAC - ZPS patří mezi největší české exportéry a zařazuje se do skupiny předních světových výrobců. Její export představuje více než 80 % z vyrobené roční produkce.



veletrhu v Brně, na STI 2 Bolgee v Bruselu, BI-MU Milano v Itálii, Machine Tools ve Stockholmu, na Metal Working China v Šanghaji, Machine Tools v Curychu, EMAP Porto v Portugalsku a ve Frankfurtu na Euromold.

Pane generální řediteli, jak se vaši partneři dívají na nás, na Českou republiku? Nejsme pro ně tak trochu exoty?

Pro některé ano. Byli jsme hlavně zpočátku devadesátých let. Za deset let, co se v této branži pohybují ve vrcholových manažerských funkcích, bylo v povědomí mnohých, a to i našich současných



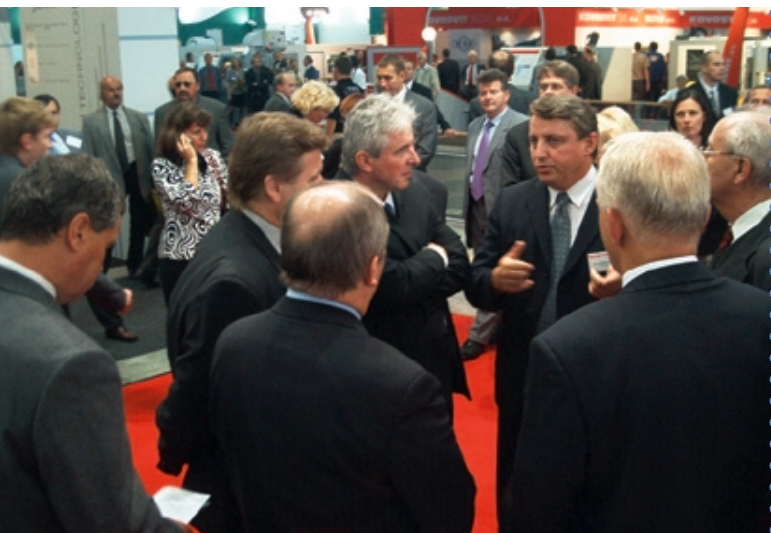
i z hlediska jazykové podobnosti. Do té doby, než jsme tam díky tomu začali dělat dobré obchody, bych tomu nevěřil. Vždy jsem se domníval, že



v Rusku budou vítězit německé a další firmy vzhledem k tomu, že mají náskok a mohou investovat. Není to pravda. Jazyková a kulturní bariéra je pro ně tak determinující, že jsou oproti nám velice handicapováni. Podmínkou samozřejmě je skutečnost, že jsme technicky a kvalitou stejně dobří jako naše západní konkurence. Ruský zákazník je dnes stejně náročný jako například německý! Obdobných úspěchů, ale díky jiným okolnostem, dosahujeme v Číně. V současné době pracujeme na velkém kontraktu s velikánskou firmou. Ani tam nevystupujeme v pozici exotů, ale firmy, která bude tuto velkou firmu učit vyrábět stroje vyšší generace. Stroje pak budeme společně prodávat na čínském trhu.

JUDr. Jiří Šimáně v minulém Všudybylu (str. 6 - 7) hovoří na téma profesionality v řízení firmy a státu.

Profesionalitu - odbornou způsobilost, celkový přehled, znalost ekonomiky a schopnost vést lidi - kladu rovněž na první místo. Dneska si kdekdo říká profesionál. Bohužel výsledky jejich práce, a v tom s Dr. Šimáněm souhlasím, hovoří o něčem jiném. Léta se pohybuji ve vrcholovém managementu. Řídím už druhou firmu. Obě jsou největší a nejsložitější mezi výrobci obráběcích strojů v této zemi. Tyto firmy, na rozdíl od naší konkurence (jež se specializuje na dílčí výrobní kroky či pouze na obchod), si dělají všechno samy. Od vývoje, slévárny, montáže až po prodej. Pokud se budu bavit pouze o naší branži, pak v ní mnoho profesionálů není. Málo je těch, s nimiž lze kompetentně hovořit o problematice napříč firmou. Zpravidla jim chybí praxe a přehled. Nekompetence se ale pozná nejen ve strojírenství. Je strašně jednoduché říci, že budu restrukturalizovat. Že během jednoho roku omeším, propustím,



zastavím, snížím náklady atd. Zpravidla to dopadá tak, že ti, co to dělají, většinou odejdou a je jim jedno, co s firmou či odvětvím, „na němž se podepsali“, bude za tři či za pět let. Lidi kolem sebe jsem vždycky učil, že firma tady musí být ještě za deset, dvacet let. A prosperující! Že nás musí zajímat její budoucnost především v oblasti technického rozvoje a že všechno musí být zabaleno v ekonomice. Když slýchám: „Tomu já nerozumím, na to já mám finančního ředitele“, nebo „na to já mám technického ředitele“, to pro mne není profesionalita, ale „škátule, škátule, hejbejte se“. Obklopuji se řídicími pracovníky, kteří jsou ve svých oblastech profesionály, kteří umí spolupracovat a fungovat napříč firmou. Jestliže má jeden z odborných ředitelů nějaký úkol, musí vědět, jak se to týká ostatních a jak se obráceně úkoly jiných ředitelů týkají jeho. Nikdy bych nemohl řídit firmu, kdybych měl pocit, že mám kolem sebe lidi, kterým nestačím, resp. s kterými nejsem schopen se bavit na odborné úrovni a měl pocit, že nejsem s to je přesvědčit o tom, že vím, o co jde.

>> www.tajmac-zps.cz



Exim Tours Classic

Ohlédnutí za golfovým turnajem

Karlštejn 20. září 2002

Na samém sklonku léta pořádala cestovní kancelář Exim Tours pro své klienty a partnery golfový turnaj na Karlštejně. Zejména pro toho dne nehrající golfisty a doprovodné realizační týmy připravila zajímavý doprovodný program včetně golfové kliniky, prohlídky hřiště s profesionálem, miniturnaj v puttování, testovacích jízd vozy Peugeot, prezentace golfového vybavení značky Wilson a bohatého rautu. Na nejúspěšnější čekala řada cen a celkového vítěze pak týdenní zahraniční zájezd pro dvě osoby s polopenzí za golfem.

>> www.eximtours.cz



DOMANSKÝ, spol. s r.o.
KONCESIONÁŘ PEUGEOT



Diners Club International



CZECH AIRLINES



Mechanické zabezpečení vozidel proti krádeži



Luxusní kongresový čtyřhvězdičkový

TOP HOTEL Praha & Congress Centre

**IDEÁLNÍ HOTEL
PRO NÁROČNOU
OBCHODNÍ KLIENTELU**



Devíti vodní hroubou

zní TOP HOTEL Praha & Congress Centre čtyřmi fontánami ve venkovních sektorech a pěti kašnami v hotelové hale, která je bezesporu jednou z nejlepších hotelových hal. Všude tam příjemnou atmosféru umocňuje všudypřítomné zurčení vody.

Luxusní kongresový čtyřhvězdičkový

TOP HOTEL Praha & Congress Centre se může směle srovnávat s jakýmkoliv hotelem své kategorie co do vybavenosti a služeb. Jeho standardy jsou stvrzeny certifikátem jakosti ISO 9001 : 2001 vztahujícími se na ubytovací a hostinskou činnost a na směnárenskou činnost. Vše pro hosta. Ať zde pouze bydlí nebo je účastníkem akcí kongresového charakteru. Hotelové zázemí



druhé volně přístupné parkoviště). Disponuje třemi velkými kongresovými sály (1100, 850 a 450) a devíti salonky (20 až 70). Má 440 pokojů/1400 lůžek v kategorii garni. 700 pokojů/1545 lůžek ve čtyřhvězdičkové kategorii. Je zde 44 apartmá a 225 pokojů executive, z toho 168 klimatizovaných pokojů, které disponují internetovou přípojkou (pevná linka 128 kbit). Chloubou hotelu je dvoulůžkové business apartmá, do něhož vás vyveze prosklený výtah po venkovním plášti budovy.



omáčkou“ či „Uzený pstruh“. Na vinném lístku jsou zastoupena moravská i široká škála zahraničních vín vybraných předními českými sommelieri. Pro jednání s obchodními partnery je připraven luxusní V.I.P. salónek s výhledem na Japonskou zahradu.

Mnoho kulinářských pokušení

typicky české i světové kuchyně. Gastronomické provozy lákají k posezení ve dvou či s přáteli. Jsou zařízeny i pro uspořádání společenských akcí. BOHEMIA TOP RESTAURANT (100),



Do luxusního Bohemia Top Restaurantu

s výhledem na panorama Prahy včetně Hradčan se dostanete, budete-li zdvižti pokračovat až na střechu. Interiér restaurantu je řešen kombinací tmavě modré, bílé a zlaté. Pohladí vás silicemi provoněné teplo hořícího krbu. V přívětivé atmosféře, podkreslované preludováním na bělostné koncertní křídlo Petrof, si můžete nejen poručit místní raritu, padesátiletý Armagnac, ale pochutnat si na evropské kuchyni, zaměřené na rybí speciality, jako např. „Halibut s Kreolskou



restaurace (3x150), klasická pivnice (85), piano bar s živou hudbou a tanečním parketem (90), zimní zahrada s funkčním krbem (80), letní terasy (250). V japonské zahradě se může odehrávat grilování či společenský večer u zpívající fontány. Letní terasy pojmu až tisíc jedno sto hostů.

>> www.tophotel.cz

skýtá veliký prostor pro relaxaci a sportovní vyžití. Na své si přijdou milovníci tenisu, stolního tenisu, bowlingu, squashe. TOP HOTEL Praha & Congress Centre má vlastní kasino, fitcentrum, aerobic-studio, saunu, solárium, masáže a čínskou rehabilitační masáž.

Ojedinělá nejen mimořádnou kapacitou,

ale i rozsahem standardů je nabídka kongresových prostor a ubytování. TOP HOTEL Praha & Congress Centre je situován v klidném prostředí. Je místem, kde neexistuje, aby host nezaparkoval (jedno velké oplocené hlídané,



Koktejl párty

Ligy pro cestovní ruch

Koktejl párty Ligy pro cestovní ruch se za účasti pražského primátora RNDr. Igora Němce konala poslední zářijové úterý v Plzeňské restauraci Obecního domu v Praze. Jejím účastníky byli v převážující míře vrcholoví manažeři z jiných oblastí, než z cestovního ruchu. V úvodu párty předseda tohoto občanského sdružení Ing. Jan Štěpánek mj. řekl:

„V posledním Všudybylu napsal zde přítomný Dr. Kainc v reportáži z toulek Rumunskem, že: „hospoda je místem, kde se lidé setkávají“. Přesto, že se scházíme v jednom z nejrenomovanějších a co do výzdoby interiérů nejkrásněj-



český trh má smůlu, protože přišel rádově o desítky tisíc spotřebitelů. Bohužel, Česko není Amerika, kde prezident veřejně vystoupí a vyzve okolní svět: „Chcete-li nám pomoci, přijďte k nám na dovolenou.“ Žádná kampaň nejpoučlivějších osobností a la „Visit New York“. Opak je pravdou. Takže i o tomto by mohlo



Primátor hl.m. Prahy RNDr. Igor Němec (nalevo) a předseda občanského sdružení Liga pro cestovní ruch Ing. Jan Štěpánek (napravo) při zahajovacím proslovu.

ního ruchu v České republice jako národohospodářské oblasti. K cestovnímu ruchu u nás zatím převažuje přístup jako pouze ke sféře volného času. Málokdo chce a je schopen vnímat jeho dimenze zahraničního obchodu. Také proto lze teď v popodňové době slyšet či se dočíst konstatování, že hoteliéři mají smůlu, restauratérům zejí podniky prázdnotou... Něco na tom bude. Dosud ale nikdo takhle nekonstatoval, že české hospodářství či



být dnešní vzájemné povídání si v osvědčené instituci, v níž se lidé odněpaměti setkávají.“

➤ www.obecnidum.cz

ších secesních restaurantů světa, v Plzeňské restauraci Obecního domu v Praze, účel je stejný. Ať venkovská hospoda či luxusní metropolitní restaurant jsou místem, kde se lidé mají potkávat a komunikovat spolu. Liga pro cestovní ruch si dala za cíl pozvednout úroveň všeobecného vnímání cestov-



liga
pro cestovní ruch



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

Kaviár z Aljašky



Objednávky:

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



Pražská paroplavební společnost, a.s.

Rašínovo nábreží, přístaviště parníků
mezi Palackého a Jiráskovým mostem,
120 00 Praha 2
tel.: 224 930 017, 224 931 013,
gsm: 724 202 505, fax: 224 930 022,
e-mail: pps@paroplavba.cz
www.paroplavba.cz

Vlak se rozjíždí

... aneb Travelex Czech Republic a.s.

Britská společnost Travelex Global and Financial Services dokončila více než rok trvající integraci finanční divize Thomas Cook do svých struktur. 650 poboček v 31 zemích bylo označeno novým logem Travelex, 6000 zaměstnanců vyměnilo své vizitky, hlavičkové papíry a všechny dceřiné společnosti skupiny zaregistrovaly nové jméno – v případě České republiky – Travelex Czech Republic a.s.

Úspěšně přes dva kritické momenty

Skupina Travelex překonala úspěšně dva kritické momenty, jeden plánovaný – zavedení hotovostního eura, které dramaticky snížilo obraty směnárny v Eurozóně, a světovou hospodářskou recesi, včetně šokujícího 11. září 2001. Prověřka ekonomické síly společnosti, organizačních a manažerských schopností na všech úrovních dopadla na výbornou a dodala potřebné sebevědomí do dalšího rozvoje. V rámečku je uveden základní přehled služeb a činností skupiny Travelex s tím, že společnost

Travelex

worldwide
money



zahájila intenzivní průzkum stávajících i nových trhů ve snaze rozšířit své působení.

Sponzorem týmu F-1 Toyota

Ke zviditelnění značky Travelex slouží nejen spojení s prestižním jménem Thomas Cook, které po dobu pěti let zůstává pro podpůrné označení provozoven a trvale zůstane na cestovních šecích, ale například dlouhodobá sponzorská smlouva s novým týmem F-1 Toyota, na jehož závodních vozech je značka Travelex ve společnosti velikanů Panasonic, AOL a Wella.

Partnerem 5000 finančních institucí světa

Počátkem září hovořil člen představenstva Travelex Group pan David Painter (na snímku

vlevo) na mezinárodní bankovní konferenci v pražském hotelu Marriott o vztazích mezi nebankovními finančními institucemi typu Travelex a retailovými bankami. Závěr byl jednoznačný: Jsou oblasti, ve kterých si obě skupiny částečně konkurují, ale především je zde obrovský prostor pro spolupráci a partnerství. Travelex udržuje smluvní vztahy s 5000 bankami a finančními institucemi celého světa. Nabízí bankovním sítím do prodeje své cestovní šeky, systém rychlého posílání hotových peněz MoneyGram, předplacené karty Cash Passport a přebírá od bank některé dříve tradiční činnosti v rámci projektu Outsourcing Financial Services.

Travelex Global Payments na český trh
Ing. Jiří Krejča, předseda představenstva Travelex Czech Republic a.s., komentuje obdobným způs-



Pan Lloyd Dorfman (nalevo) si připije s panem Jiřím Krejčou záhy poté, co se koncem roku 2000 finanční služby Thomas Cook staly součástí britské finanční skupiny Travelex, jejíž je pan Dorfman majitelem.

sobem i uvedení nového projektu Travelex Global Payments na český trh:

„Jedná se o mezinárodní platební systém. Jinými slovy, když např. dovozce potřebuje uhradit do zahraničí fakturu svého dodavatele, můžeme tuto službu zajistit v rámci speciální licence České národní banky stejně, jako to pro tohoto dovozce dělala jeho banka. Naším krédem je stejně dobrý nebo lepší servis a výhodnější kurz a poplatky. Travelex nechce být bankou a ani si nemyslím, že bychom na tomto poli typicky bankovních služeb bankám konkurovali. Naši cílovou skupinou jsou totiž malé a střední společnosti a podnikatelé z celé České republiky. Při vši účtě k bankám tento segment trhu není nikde na světě preferovanou cílovou skupinou bank. Věřím, že při realizaci projektu Global Payments využijeme zkušeností pracovníků a managementu, kteří se podíleli před deseti lety na rozjezdu korporátních služeb Thomas Cook a.s. (business travel). Výrazná orientace na zákazníka, naslouchání jeho potřebám a optimální kombinace spolehlivosti, kvality a dobré ceny – to je směr, kterým se budeme ubírat.“

Travelex zkoumá možnosti zavedení dalších služeb do České republiky a v tomto smyslu jedná s největšími bankami jako potencionálními partnery.

Praha je také logickým nástupištem pro rozvoj obchodních aktivit skupiny Travelex do dalších zemí střední a východní Evropy, z nichž na žebříčku priorit, vzhledem k místní legislativě a možnostem trhu, stojí nejvýše Slovensko a Maďarsko.

- Travelex Czech Republic a.s.
- Národní 28, 110 00 Praha 1, tel.: 221 105 371
- >> www.travelex.com



Směnárna Travelex v odletové hale ruzyňského letiště.

Přehled služeb skupiny Travelex

1

650 směnárén Travelex a Thomas Cook v 31 zemích

je umístěno zejména na nejvýznamnějších mezinárodních letištích, jimiž ročně projde 1,3 miliardy cestujících (tj. 40 % pasažérů všech leteckých společností).

2

Travelex Global Payments

je dceřinou společností provozující mezinárodní platební styk po celém světě.

3

Cestovní šeky Thomas Cook/MaterCard a VISA IPS

a předplacené karty (elektronické peněženky) VISA Travel Money.

4

Travelex Currency Services

je společným podnikem Travelexu (80 %) a Royal Bank of Scotland (20 %), který poskytuje peněžní služby bankám a finančním institucím (Outsourcing Financial Services).

5

e-Commerce

je systém elektronického prodeje devizových prostředků cestovatelům k provádění zahraničních plateb a prodeje cestovního pojištění.

6

Travelex Global Services

je 24 hodinový servis pro cestovatele - služby a péče jsou poskytovány ve spolupráci se 130 000 smluvními partnery po celém světě, např. lékaři, právníky, překladateli, zprostředkovateli pomoci při ztrátě peněz či dokumentů atd.

7

Cestovní pojištění

(zatím pouze v USA) prodává se ve vlastních směnárnách, přes internet a prostřednictvím 7500 poboček různých cestovních agentur.

8

Travelex Foreign Coin Services

je největším distributorem mincí na světě. Provozuje také zařízení na výměnu mincí v různých měnách.

9

Bankomaty

Travelex provozuje v řadě zemí rozsáhlou síť běžných bankomatů na výběr hotovosti.

10

Travelex Worldwide Money

– systém rychlého posílání peněz (hotovosti) po celém světě (vlastní systém transferů a systém MoneyGram)

Kongresy Pardubicím svědčí



Kongresy
a veletržní
turistika, to není

jenom o Brně či Praze. Primátora statutárního města Pardubic Ing. Jiřího Štíteského jsem se proto zeptal, do jaké míry jsou Pardubice městem kongresů?

Těší mne, že se tak čím dál více profilují. Tomuto trendu napomáhá skutečnost, že rada města i zastupitelstvo chápou význam kongresového dění pro zdejší ekonomický rozvoj. Město nejen svou autoritou, ale často i finančně participuje na pořádání řady kongresů. Motivujeme tak pořadatele. Je to výhodné nejen pro ně, ale i pro Pardubice. Ostatně v jednom z loňských Všeobecných, tuším v interview s panem Procházkou z Garantů, jste konstatovali, že kongresový turista utrácí až čtyři sta dolarů denně. Současně jste se ptali, nevyplátí-li se pro propagaci Česka, coby prvotřídní kongresové destinace, udělat ještě něco navíc (2/2001 str. 14–15). Statutárnímu městu Pardubice se to vyplácí. Uskuteční se tak u nás šest až sedm velkých kongresů a spousta menších. Pardubice již hostily anesteziology, chirurgy, farmaceuty a mnoho dalších účastníků odborných kongresů. Kongresovému dění v Pardubicích velmi svědčí fakt, že jsme univerzitním městem. Přispěla k tomu i nová aula pardubické univerzity. Mám však ještě jedno zbožné přání, aby u nás v co nejkratší době vyrostl pětihvězdičkový hotel, protože obzvláště kongresoví hosté mívají vysoké nároky.

Pardubice jsou proslulé Velkou pardubickou, což je mj. důvodem, aby se u vás potkávali nejen fanoušci dostihového sportu, ale i VIP hosté.

Cross Country na 6900 metrů je nejtěžším dostihem starého kontinentu. V letošním roce se na něj velmi těšíme. Máme totiž příslibu účast šesti

zahraničních koní, z toho čtyř z Velké Británie. Nejsou to žádní outsideři. Jsou to koně a jezdci odpovídající třídy. Společně s tím očekáváme zhruba čtyřsetčlennou výpravu VIP hostů z Velké Británie. Kromě Velké pardubické je u nás dalších osm dostihových dnů, které jsou zaměřeny národně. Ruský, italský, francouzský, slovenský... Do Pardubic se při těchto příležitostech sjíždějí hosté z prezentovaných zemí. Poslední před Velkou pardubickou bude Francouzský den. Účast francouzského velvyslance a jeho záštita jsou jednoznačnou záležitostí.

A co plochá dráha? Je zlatá přilba skutečně zlatá?

Zlatá přilba České republiky je velmi silně zlacena. Její hodnota se pohybuje kolem 160.000 Kč. Je velmi atraktivní cenou, i když pro mnohé plochodrážní závodníky je velmi důležitá i spoluceň – plochodrážní motocykl Jawa. Letos se v Pardubicích sejde světová špička. Utká se s naším jezdcem, který je pravidelným účastníkem Grand Prix a juniorským mistrem světa, Lukášem Drymlem, rodákem z Pardubic.

Pane primátore, proč máte rád Pardubice?

Jsem rodilý Pardubák a s výjimkou vysokoškolských studií zde žiji celý život. Je zde přiměřená profesionální kultura, divadlo, Východočeský symfonický orchestr atd. Pardubice mám rád také kvůli jejich poloze. Jsou ve středu Česka, a když dnes s odstupem času rozebírám jejich šance z hlediska perspektiv rozvoje, musím konstatovat, že mají obrovský potenciál. Máme zde mezinárodní letiště. Sto kilometrů na hory, sto do Prahy. Je zde obrovské množství rozvojových ploch, které můžeme nabídnout investorům. Pardubice leží na soutoku dvou řek, Chrudimky a Labe, které, doufám, bude jednou od nás splavněno až do Hamburku. Protože jsem milovník koní, rád jezdím na výjízdky půvabným Polabím. Takovou krajinu nenajdete nikde jinde na světě.

>> www.mmp.cz



Pardubický festival vína



Pardubický festival vína byl zahájen 31. července v prostorách hotelu Zlatá štika soutěží vín. 1. srpna zde pokračoval soutěží „Sommeliér Znovín 2002“. Druhá část festivalu, určená široké veřejnosti, se konala ve dnech 30. – 31. srpna na Pardubickém zámku. Svá vína zde na 5. ročníku prodejní a kontraktční výstavy „Pardubický zámek“ prezentovali samotní výrobci.



Pořadatelé Pardubického festivalu vína Oldřich Bujnoch a Karel Pobuda ve věle diskusi s vinařským odborníkem prof. Fedorem Malíkem.



Uprostřed účastníků Pardubického festivalu vína vítěz Sommeliérské soutěže Ivo Dvořák.

Zleva: ředitel hotelu Zlatá Štika Oldřich Bujnoch s přítelem a pravidelným návštěvníkem Pardubického festivalu vína Ivanem Vyskočillem.



Stal se ze mne brněnský patriot

Brno se do světového povědomí a pomyslného globálního almanachu turismu zapsalo už i jako město památky UNESCO, přesto teprve směřuje k tomu, stát se i turistickou destinací. Určitě by se mělo daleko více tužit v oblasti kongresové turistiky a incentiv.

S generálním ředitelem kongresového a business hotelu Voroněž Brno Ing. Jiřím Vepřekem jsem naposledy hovořil drahně let tomu v Mariánských Lázních ještě s coby ředitelem hotelu Bohemia. Nyní se setkáváme ve veletržním Brně, vrcholícím přípravami na zahájení 44. Mezinárodního strojírenského veletrhu. Pane řediteli, prý jste to z „Mariánek“ do Brna vzal (jak se u nás na Moravě říká) nábičkou přes Talin. Co je na tom pravdy?

Tak, jak život přináší změny, jsem v době svého působení v Mariánských Lázních dostal zahraniční nabídku od švýcarské firmy řídit velký, nově zbudovaný mezinárodní čtyřhvězdičkový hotel v Estonsku. Byla to samozřejmě výzva. Zadání: postavit jej na evropské normy a úspěšně provozovat v moderním konkurenčním prostředí. Další čtyři velké hotely v Talinu totiž patří rovněž mezinárodním renomovaným hotelovým řetězcům. U všech se podařilo dosáhnout velmi dobrých výsledků. Jedním z důvodů bylo, že jsme si k sobě my, jejich G.M., našli velice krátkou cestu. Vytvořili jsme malou neoficiální ředitelskou radu, která každý měsíc projednávala v jednom z členských hotelů aktuální otázky cestovního ruchu. Hotelnictví v Estonsku má poměrně velkou budoucnost. Oborové tradice jsou tam ale minimální. Nastavili mezinárodní latku, což se nakonec ukázalo v dobrém světle na takových akcích, jaké pořádala Eurovize. Estonci vyhráli eurovizní soutěž, a tak celá Evropa i zámoří v jednu dobu prostřednictvím televizních přenosů upíraly zraky k Talinu. Byla to nesmírná sláva a pro nás dobrý obchod. Tlaky z okolních zemí sice byly: „Je to v Estonsku, bude to za levný peníz.“ Ale rychle jsme je vyvedli z omylu. Podařilo se nám realizovat naprosto standardní evropské ceny, obvyklé pro podobné akce. Kromě toho jsme na vyžádání estonského ministerstva obchodu dali dohromady oborové normy včetně kategorizace hotelů. Myslím, že s výsledky naší práce byla estonská strana spokojena už proto, že vešly v platnost. Po dvou letech, protože jsem měl jasně v kontraktu určeny úkoly – nastavení hotelu na západní parametry a výchovu nástupce pro funkci G.M., jsem se vrátil do Česka k firmě Orea, u níž



jsem působil před odchodem. Od prvního července jsem nastoupil jako generální ředitel akciové společnosti INTERHOTEL VORONĚŽ.

Už jsem zmínil 44. Mezinárodní strojírenský veletrh. Při takovýchto příležitostech byste potřebovali mít několikanasobnou lůžkovou kapacitu, že?



Jsem optimista, ale reálný. Samozřejmě, na veletrhy býváme stoprocentně obsazení. To je jedna strana mince. Druhá, že veletrhy nejsou kontinuální záležitostí natolik, aby hotel i akciová společnost, jež disponuje více jak tisícem lůžek, byly vytěžovány i v obdobích mezi nimi. Brno teprve směřuje k tomu, být i turistickou destinací. S potěšením jsem kvitoval, že se do světového povědomí a pomyslného globálního almanachu turismu zapsalo už i jako město památky UNESCO. Určitě by se ale mělo daleko více tužit v oblasti kongresové turistiky a incentiv. Stal se ze mne brněnský patriot. A to nejen proto, že řídím INTERHOTEL VORONĚŽ. Víím, že město má spousty předností i krásné, turisticky zajímavé okolí. Ale není to o tom, že by se sem lidé hrnuli potokem. Že by parkoviště nestačila turistickým autobusům. Říká se, že hotelový průmysl je páteří cestovního ruchu. Že do míst, kde chybí infrastruktura, turisté téměř nejedí. Málo



platné, znám jen málo hotelů, které jsou zároveň turistickými cíli. Cíli jsou destinace, jistě činnosti či poslání, a hotel, to je „pouze“ zázemí. Samozřejmě, v rámci hotelového řetězce OREA HOTELS děláme maximum, aby se tato situace změnila k lepšímu. Ale pokud statutární město Brno nebude sebe samo daleko důrazněji propagovat a profilovat se jako turistická a kongresová destinace, jsou naše výchozí pozice a možnosti omezené.



- Interhotel Voroněž a.s.
- Křížkovského 47, 603 73 Brno
- tel.: 543 141 170, fax: 543 212 002
- e-mail: director@voronez.cz
- >>> www.voronez.cz

Co budeme v tom Přerově dělat?

Čtyřhvězdičkový hotel Jana se nachází v klidné části Přerova v bezprostřední blízkosti areálu tenisového klubu. Disponuje osmaosmdesáti dvoulůžkovými pokoji (sedmnáct bezbariérových), čtyřmi apartmá a prezidentským apartmá. Kromě gastronomických středisek disponuje solidním kongresovým zázemím – konferenčním sálem pro dvě stě deset osob a několika menšími sály a salonky. K relaxaci nabízí greengolf, bowling, fitness, whirlpool, saunu, parní lázeň, masáže a solárium.



Při příležitosti Cocktail Party, jejíž součástí je III. ročník turnaje v GreenGolfu JANA CUP 2002 jsem o rozhovor požádal generálního ředitele hotelu Jana Ing. Jana Roháče. Pane řediteli, nenese váš hotel jméno „Jana“ proto, že je hotelem Jana Roháče?

Rozhodně ne. Jana byl původní pracovní název hotelu v době úvah, že by se na projektu mohla podílet tenistka Jana Novotná. K tomu nedošlo, ale jméno již hotelu zůstalo. Je lehce zapamatovatelné, s dobrou transkripcí do dalších jazyků.

Již jsem zmínil, že zde právě teď (12. 9. 2002) probíhá Cocktail Party a třetí ročník greengolfového turnaje.

Tato akce vznikla jako setkání lidí, kteří se kolem hotelu Jana pohybují. Jsou to dodavatelé i další obchodní partneři, které jednou za rok zveme, abychom se s nimi setkali na mimopracovní úrovni.



◀ Generální ředitel hotelu Jana Ing. Jan Roháč při slavnostním zahajování Cocktail Party.

Ostatně, naše debaty stejně v hojné míře sklouzávají k povídání si o profesních záležitostech, z čehož pak úspěšně čerpáme inspiraci. A jistě nejen my. Aby akce spontánně neskouzla pouze do workshopu, je její součástí greengolfový turnaj. Máme zde dvanáctijamkové hřiště. Garantem turnaje je vicemistr světa v dráhovém golfu Ing. Aleš Vítek. Zároveň se zde koná zasedání celorepublikového výboru České barmanské asociace tematicky zaměřené jako „Vzpomínka na Rio“.

Jaká je na střední Moravě poptávka po zázemí pro akce kongresového charakteru?

V případě hotelu Jana se nedá hovořit o poptávce pouze ze střední Moravy. Velmi často hostíme účastníky celorepublikových a mezinárodních kongresů. Navíc řada firem, které mají působnost v Česku a na Slovensku (vzhledem k blízkosti hranice), u nás ráda pořádá akce pro české a slovenské účastníky. Poslední dobou stoupá poptávka po servisu k programům incentivního charakteru.



Jejich součástí bývají sportovní aktivity. Pokud pořadatel incentivní akce přijde s tím, že má zájem o paint ball apod., jsme schopni mu to prostřednictvím spolehlivých obchodních partnerů zajistit. Nedaleko od nás je poměrně slušné golfové hřiště, takže v naší nabídce je i možnost zařazení golfu.



důležité, protože zahraniční zákazníci i agentury (ponejvíce z Prahy), které pro ně kongresy zajišťují, mnohdy namítají: „Ale co budeme v tom Přerově dělat?“

>> www.hotel-jana.cz



akcí, seminářů, školení apod.

Ano, pro tento segment trhu u nás máme velmi dobré podmínky. Zde na střední Moravě opravdu není tak kvalitní kongresový hotel naší kapacity. Navíc propojení s tenisovým areálem zvyšuje jeho atraktivitu. V hotelu a jeho blízkém okolí je řada možností dalšího sportovního i kulturního využití. Účastníci



vícedenních kongresových akcí velmi často projevují zájem poznat naše okolí. Zajišťujeme pro ně catering v kroměřížském zámku, ve vinných sklepech, akce na tovačovském zámku. Krásný sál u nás v Přerově v Městském domě, kde se dá udělat nádherný galavečer. Na hradě Helfštýn pro ně, kromě ukázek historického šermu, můžeme objednat opékání berana či selat... To vše je velmi



Je-li vůbec možné srovnávat, pak hotel Jana, není-li nejlépe vybaveným hotelem, pak jistě jedním z nejlepších hotelů v Olomouckém kraji. Navíc jste (a potvrdila mi to i spousta kamarádů) pro své skvělé zázemí častým místem realizace firemních



Hotel Jana děkuje sponzorům Cocktail Party a GreenGolfu JANA CUP 2002, firmám (abecedně): Alkometa, Berentzen, Burkhof Kafé, Coca-Cola, Cukrárna Mamka, Gastro-servis Ostrava, Kafé-restaurant Skržek Přerov, Jaguar Moravia, Jan Becher, Komerční banka - pobočka Přerov, Likérka v Dolanech, Likérka Trul, Maximum, Mostex Brno, Nezval Blansko (Šampus), Prostějov, Pekárna Tiefenbach, Radio Apollo, Restaurant & Cafe U kouzelníka, Schöller Praha, Staropramen, Starorežná, Střední odborná učiliště a školy Brno, Jeseník, Kroměříž a Prostějov, Templářské sklepy Čejkovice, Vins de France a Zelter Troubky.



Challenger Hockey.

Člověk není to, v co doufá,
ale to, čeho dosáhl.
turecké přísloví

perspektiva založená na oprávněné důvěře

● Challenger Hockey působí na evropském a americkém trhu 10 let ● pracuje se zákazníky z Česka, Kanady, Finska, Ruska, USA, Švédska, Lotyšska, Litvy, Švýcarska, Maďarska, Polska, Slovenska, Rakouska, Nového Zélandu a dalších zemí ● s vysokou profesionalitou, individuálním přístupem a ohledem na pohodlí zákazníka zajišťuje kompletní servis při organizování tréninkových táborů, účastí na turnajích, přátelských utkání a sportovních událostí ● jeho servis zahrnuje ubytování, stravování, dopravu, zabezpečení tréninkových prostor, rehabilitaci, speciální tréninky pod dohledem expertů, kulturní a další doprovodný program dle přání zákazníka ● dominantně se orientuje na hokej, dále na basketbal, fotbal, golf, volejbal, krasobruslení a sálovou kopanou ●

jsme tak měli možnost v Praze spatřit úchvatný zápas československých hokejistů s tehdy čerstvým vítězem Stanleyova poháru, mužstvem Calgary Flames.

Challenger Hockey, coby organizátor sportovních zaměřených pobytových programů, úspěšně působí na evropském a americkém trhu deset let. Pane Vojtíšku, proč jste se rozhodl pro podnikání v tomto oboru cestovního ruchu?

Hlavním impulsem byla snaha zprostředkovat setkávání sportovců z celého světa, zejména

nemůže být politikem. Odstartoval jsem první agenturu. Leč společník si představoval podnikání jinak než já, a tak jsme se rozešli. Na scénu nastoupil Challenger Hockey s.r.o.

Za dobu své existence si Challenger Hockey získal uznání obchodních partnerů i klubů v nejrušnějších zemích světa. Úspěšnost prodeje služeb cestovního ruchu kongresového a incentivního charakteru je dána nejen kvalitou produktu (ta je samozřejmostí), ale zejména důvěrou partnerů na obou stranách. Jak těch, kteří je pro své klienty nakupují, tak těch, kteří je kompletují a garantují. Mnoho českých firem se tvrdě přesvědčilo, že výskyt neseriózních firem není výsadou pouze české kotliny. A soudit se s americkým „partnerem“, který rok i více nemá kdy poslat peníze za čerpané služby, ačkoliv mu již klienti dávno zaplatili, bývá sebevražedné. Takový nešťastník zpravidla na soudních poplatcích a honorářích za americké advokáty finančně vykrvácí dřív, než se dobře do předpokojů soudní síně.

Ano, perspektiva podnikání v této oblasti je založena na oprávněné důvěře, osobních vazbách a vnitřní stabilitě firmy. To, že se na nás naši zahraniční partneři mohou spolehnout, je dáno tím, že se v rámci naší firmy každý můžeme spolehnout na každého. Ať je to můj syn, Miroslav Vojtíšek jr.,

Zakladatelem a jednatelem firmy Challenger Hockey s.r.o. je pan Miroslav Vojtíšek. Vystudoval Fakultu tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze a absolvoval dlouhodobou stáž v USA. Profesionální kariéru zasvětil sportu a činnosti s ním spojeným. Patří k průkopníkům baseballu v Československu a byl dlouholetým trenérem československého národního baseballového mužstva. Od roku 1976 do roku 1990 pracoval v Československém svazu ledního hokeje jako mezinárodní sekretář. Mj. měl na starosti výjezdy národních mužstev všech věkových kategorií a příjezdy zahraničních. V roce 1986 se významně podílel na prvním vystoupení hokejistů NHL v Československu. Díky jeho úsilí



CHALLENGER
hockey s.r.o.

v žákovských a dorosteneckých kategoriích. V roce 1990 jsem na Svazu ledního hokeje řekl, že končím, protože jsem nebyl schopen se s funkcionáři domluvit o některých zásadních věcech ve vztahu k NHL. Obdobně, jako o tom hovoří doktor Šimáně v minulém Všudybylu (str. 6-7), když zdůvodňuje, proč



Zleva: Magda Vojtíšková, Miroslav Vojtíšek sr.,
vnučka Veronika a Miroslav Vojtíšek jr.



pan Jaroslav Matějčík nebo paní Klára Bodláková. Challenger Hockey s.r.o. svého postavení a doporučujících mezinárodních referencí dosahuje také proto, že jsme sami kvalitním týmem.

Náš byznys je založen nejen na vzájemné důvěře v rámci firmy, ale i na dlouhodobých osobních vztazích s manažery a trenéry týmů. Pochopitelně, řadu lidí z hokejových svazů jsem znal z dřívějšíka. Okamžitě po vstupu do podnikání mne ale vyvedli z mylných představ, že je možné těžit z podstaty. Když jsem danou problematiku projednával z pozice funkcionáře svazu, byla to otázka čistě technická – termíny, hotely, autobusy, letadla... Jako podnikatel jsem musel přesvědčit, že to, co nabízím je nej kvalitnější, nej levnější a že na Challenger Hockey je spolehnout. Že to stojí za to, koupit to ode mne.

Jací jsou vaši klienti?

Začnu Kanadou a USA. Ty jsou pro nás z hlediska celkového byznysu i našeho nejsilnějšího sportu – hokeje – jedničkou. Sportovní soustředění jsme začali dělat s partnerem, který se sice narodil v Kanadě, ale jeho otec v Evropě (mj. chytal za portugalský fotbalový tým). To nám dost pomohlo, protože o Evropě věděl o hodně víc než většina ostatních Kanadčanů. Na prázdniny s hokejem jezdí z Ameriky celé rodiny. Rodinný zájezd do Evropy je může přijít až na dvacet tisíc dolarů. To nejsou malé peníze. S partnerem jsme se shodli na tom, že jim za ně musíme nabídnout i něco navíc. Tak, aby až přijedou domů, řekli ostatním: „Stálo to za to!“ Poptávka je o referencích. Stačí jeden zpackaný

Když jede ruský tým na čtrnáctidenní přípravu, chce sehrát čtyři či pět přípravných zápasů. Ať je to mistr Ruské federace, profesionální nebo mládežnický hokej, málokdo s nimi rád hraje. Ruské partnery a klienty jsme proto přesvědčili zejména tím, že pro ně vždycky dokážeme zajistit zápasy. Ruská klientela je velmi náročná. Není možné jí vysvětlovat: „Hele, ono támhleto nevyšlo a tohle je sice jinak, ale...“ Na řeči nejsou zvědaví.

Finy jsme si rovněž získali tím, že to, co jsme řekli, jsme vždy splnili. U nich rovněž není výmluvy ani omluvy.

Excelentní spolupráci máme s Lotyšy. Nikdy nelením, sedám do letadla a letím za nimi. Není pro mne problém sednout si s partnery a dokázat jim, že nejenom tady, ale i u nich doma se s nimi rád vidím.

Obdobným způsobem jsme vstoupili do dalších sportů včetně fotbalu i sálové kopané. Děláme basket – univerzitní týmy ve spolupráci s basketbalovými svazy. Už proto, že v této oblasti je v Americe obrovský potenciál. Nikdy ale nenastane situace, že si budeme moci říci: „Hele, už to děláme dost dobře.“ To prostě nejde. Proto se neustále snažíme vymýšlet něco nového.

Pane Vojtíšku, poprvé jsme se potkali v Třeboni v hotelu Zlatá Hvězda...

Třeboň, to je má srdečná záležitost. Všichni z toho hotelu a okolí vědí, jak ji miluji. Stává se mi třeba, že přistanu v New Yorku, zvednu telefon a volám do Třeboně, abych si jen tak popovídal. V Třeboni mám spoustu známých. Mám tam pocit, jako bych přijel domů. Challenger Hockey vozí klienty nejen do Třeboně, ale i do Českého Krumlova. Kanadčané milují České Budějovice, Jindřichův Hradec a řadu dalších míst. Turnaje bývají velmi náročné a únavné. Denně se přejíždí a hraje. Lidé bývají vybuzení a nervózní. Čas od času je třeba z celého toho bince, který zpravidla pětidenní hokejový turnaj provází, na jeden, dva dny vystoupit. Proto je třeba přivezeme do Třeboně, projdeme se s nimi po parku a je to pro ně, jak říkají, super. Na druhou stranu není možné být s nimi v takovémto prostředí



zájezd a můžete si své webové stránky strčit někam. Jen z letošních letních prázdnin se od nás do Severní Ameriky vrátilo osm skupin a bez jediné stížnosti. Když si uvědomíte, z čeho se programy skládají – autobusové transfery, ubytování v hotelích (které už z principu bývají přebukované nejenom v Rakousku či u nás, ale i jinde), průvodci atd., dá se říci, že postupem času jsme naši spolupráci dovedli k značné dokonalosti. Klienty vozíme do atraktivních míst. V Rakousku pro ně např. organizujeme rafting, v Česku stylizované večery s muzikou apod., aby nebyl jenom hokej a aby mohli konstatovat: „Měli jsme párty a byla to paráda.“



dlouho. To pro Kanadany není. Hodinová prohlídka zámku je pro ně maximum. Ale když jim např. na zámku uděláme raut se vším všudy včetně muziky, bývají naprosto unešení, protože v životě nejenže nic takového nezažili, ale ani si neuměli představit.

- **Challenger Hockey s.r.o.**
- Terronská 48, 160 00 Praha 6
- tel.: 224 318 745, fax: 224 317 571
- e-mail: info@challenger.cz
- >> **www.challenger.cz**

U nás je opravdu kouzelně

Granát, družstvo umělecké výroby Turnov, je družstvem vlastníků.

Zaměstnává pět set pracovníků ve zlatnické a stříbrnické výrobě, broušení kamenů, v přípravě kovových polotovarů, v těžbě granátů, ve vývoji, firemních prodejnách, marketingu atd.

Výrobním programem, designem, vysokým smyslem pro detail a kvalitu staví na mnoha staletích tradice těchto řemesel v oblasti Českého ráje. Firma Granát Turnov vyrábí granátové šperky ve zlatě a stříbře. Brousí drahokamy i syntetické kameny. Spolupracuje na avantgardních ateliérových projektech. Rozvíjí výrobu výtvarně řešených upomínkových předmětů (miniatur, turisticky významných objektů i předmětů) a technicky dokonalých dárkových miniatur.

Družstvo Granát je schopno uspokojit zákazníky výrobou jednotlivých šperků na objednávku dle individuálního přání i dodávkou větších sérií. Disponuje deseti podnikovými prodejny po České republice a své výrobky vyváží do mnoha států Evropy, Ameriky a Japonska.

Protože hlavním tématem tohoto vydání VŠUDYBYLU je kongresová a veletržní turistika, tj. cestování za byznysem a poznáním, případně za usměřováním dějin světa, jako tomu bude u pražského summitu NATO, rozhovor s předsedou družstva Ing. Zdeňkem Hlubučkem jsem začal konstatováním: Zahraniční hosté zpravidla nakupují pro danou zemi typické suvenýry. Jsou-li to vysoce postavení hosté, jako např. ve dnech 21. a 22. listopadu 2002 nejméně čtyřicet šest hlav států a vlád členských zemí Aliance a států zapojených do programu Partnerství pro mír u summitu NATO v Praze, pak takové pro danou zemi výsostně příznačné dárky obvykle dostávají darem od pořadatelů. Vysoce reprezentativní šperky z českých granátů, případně miniatury korunovačnických klenotů apod., mezi ně bezesporu náleží.

Ano, zhruba osmdesát procent toho, co realizujeme na českém trhu, skončí v zahraničí. Odvezou si to turisté. Proto jsme, coby výrobce, vytvořili celý vějíř odbytových směrů. Na turistický ruch se zaměřujeme přímo už tím, že máme deset vlastních a řadu smluvních prodejen v turisticky zajímavých místech. Máme je v Praze, Českém



Granát®

Krumlově, Českých Budějovicích atd. Český granátový šperk je klasickým šperkem, to mj. znamená, že nepodléhá módním vlnám. Dominujícími uměleckými slohy pro šperky z českého granátu jsou baroko, secese a art déco.

V určitých obdobích dochází k jejich obměnám. Např. před třemi roky byla velmi šik secese. Současná doba inklinuje spíše k art déco.

Proč jste se upsal českému granátu?

Protože šperkařství má na Turnovsku obrovskou tradici. K tomu, co dělám, mám zřejmě i geneticky zděděný vztah. Můj otec ve dvacátých letech minulého století absolvoval zdejší šperkařskou školu a celý život pracoval v oboru.

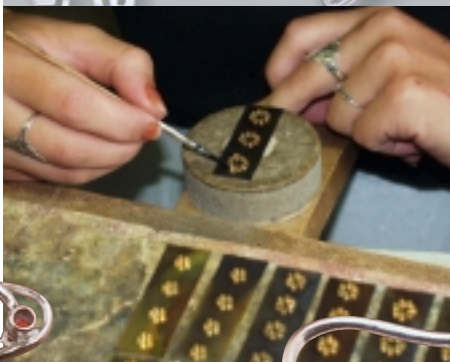
Čím je český granát tak výjimečný?

Český granát je pyrop. Pyropy se sice těží po celém světě, ale český granát, ač rovněž pyrop, se vyskytuje pouze u nás. Je transparentním kamenem a u téměř každého takového kamene s ubývající hmotností ubývá i barva. Český granát je mezi nimi výjimečný, protože u něj barvy neubývá. I v malých velikostech si zachovává krásnou sytou červen, kterou s básnickou licencí nazýváme „barvou holubiččí krve“.

V Česku je ohromné množství takových, kteří úspěšně prodávají neznačkové zboží coby značkové. To platí i o špercích z tzv. „českého granátu“. Bohužel stát, který svými daněmi i vaše družstvo drží nad vodou, má, zdá se, jiné starosti než ty, abyste mohli zajistit práci půl tisícovce lidí a odvádět mu daně v dlouhodobé perspektivě. Nezdá se, že by mu vadilo, že zde kdosi parazituje na vaší chráněné značce a zahlcuje trh levnějšími plagiáty „českých granátů“. U neoprávněného průvodcování je to prý o absenci důkazů. A ty nejsou, už proto, že kdo neplatí daně, pro stát neexistuje.

Neprávní prostředí je typickým důsledkem toho, že když se nechce, je to horší, než když se nemůže. A já mám obavu, že v tomto případě se nejenže nechce, ale ani díky vámi zmíněným okolnostem v oblasti dokazování dost dobře nemůže.

To, co vychází z našich provozů, je zaručeně český granát. Máme kompletně uzavřenou výrobu. Počínaje těžbou suroviny přes vlastní brusírenské provozy po zlatnické dílny, kde český granát zasadíme do šperku. Charakteristickým rysem šperku z českého granátu je co nejméně kovu (ten se používá především jako materiál, který kámen fixuje) a co nejvíce drobných kamínků.



Vaše družstvo je v současnosti jediným oprávněným těžařem českého granátu.

Tento kámen se v Českém středohoří na Litoměřicku a Třebenicku těží tradičně. Ostatně, v těchto dnech v Lichtenštejnském paláci v Praze probíhá výstava pod názvem



„Sedmnáct století českého granátu“. Pyropy se zde těžily už za Keltů. Dnes prakticky přetěžujeme v minulosti již těženou surovinu, proto se v současné době granátová surovina nachází ve velikostech menších šesti milimetrů. Český granát se už nezískává tradičním postupem (že se vyhledá



nějaký sloup a odtěží se), ale povrchovou těžbou. Je natolik vzácný, že z jedné tuny vytěžené hmoty při velmi dobré konstelaci získáme pouze kolem dvacet gramů suroviny. Tu pak ještě zbrousíme do kuliček a ty do fazet.

Co říkáte současné propagaci Česka?

Negativnímu image, chronicky akcentovanému signály odrazujícími turisty od cest do Česka? Co mohu říkat. Napadá mne ono propagandisticky démonické zaklínadlo o tom, že stokrát opakovaná lež (či polopravda) se stává pravdou. Od našich partnerů máme informace, že jim z celého světa neustále volají, jestli zde chodíme v rouškách, jak je to s těmi nemocemi, které přenáší hmyz apod.,

takže neustále dementují poplašné zprávy. Musí ubezpečovat, že Praha a ostatní památky jsou pro turisty otevřeny a že (už) jsou v pořádku. Tyto dotazy jsou zejména z USA a Japonska.

Přitom Česká republika, a pro mne obzvláště Český ráj, je stále jedním z nejhezčích míst naší planety.

Pochopitelně, na světě je velké množství krásných míst. Mnohé z nich jsem navštívil, protože při své profesi musím často vyjždět ven, ale vždycky se rád vracím domů. U nás je opravdu kouzelně.

>> www.granat-cz.com

Ke šperkům dáváme certifikáty. Turista má u nás jistotu, že si z Česka neodveze suvenýr, který vyrobili kdesi Asii. Zákazník se o pravosti šperku může přesvědčit kontrolou punců. Státního (který je ze zákona nutný) a výrobce, což je v našem případě „G“ nebo „G1“. Pokud někdo koupí takto označený výrobek, nemusí se obávat, že by své peníze investoval do něčeho nepravého. Stoprocentní jistotu pak má v našich podnikových a smluvních prodejnách. Jsou vázány smlouvou, že nebudou nabízet tzv. „české granátové“ šperky jiné provenience. Smluvní prodejny jsou označeny logem našeho podniku a rovněž poskytují certifikáty.





Svaz českých a moravských výrobních družstev

sduhuje 340 výrobních družstev, tradičních výrobců kvalitního řemeslného zboží

pro potřeby cestovního ruchu nabízíme široký rozsah upomínkových předmětů:

- dřevěné hračky
- krojované panenky
- odznaky a plakety
- tradiční šperky s českými granáty i moderní zlaté a stříbrné šperky
- keramiku



- vybavení interiérů nábytkem a bytovými doplňky
- stavební úpravy
- elektronické zabezpečení
- osvětlovací tělesa
- ostrahu objektů

- kvalitní víno z Templářských sklepů
- pivo z vlastního pivovaru



Václavské nám.21
113 60 Praha 1
www.scmvd.cz
e-mail: marketing@scmvd.cz
tel: +420 224 109 421

Největší hračkářskou firmou v České republice

Který rodič by se neradoval, když jeho dítě s rozzářenýma očima a novou hračkou v náručí prožívá firemní fun & fit day.
Jiří Krejča



Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby, vznikla v roce 1909. Po celou dobu své existence, a to i v časech první a druhé světové války a politickoekonomických změn, nepřestala nikdy fungovat. Od sedmdesátých let minulého století je známa širokou škálou výrobního sortimentu. Po roce 1992 nosnými zůstaly výroba textilních a plyšových hraček, lehká dámská konfekce a výroba reklamních kostýmů. K tomu přistoupila výroba dárkových a reklamních předmětů z oblasti hračkářské výroby, ale i z oblasti filmtisku, výšivky atd. Disponuje kvalitním vývojovým pracovištěm, které je schopno takřka ze dne na den připravit vzor tak, aby mohl být obratem předveden zákazníkovi a vyráběn.

Předsedkyně družstva, paní Jany Malé, jsem se zeptal, kdo tvoří cílovou skupinu zákazníků Moravské ústředny?

V první řadě to jsou děti. Jsou to ale i společnosti a instituce, zejména ty, které prostřednictvím dětí chtějí oslovovat své klienty. V takových případech je hračka určena dětem s tím, že sympatie dětí ovlivňují pohled klientů na firmu, která na sebe prostřednictvím dětských hraček poutá pozornost.

Neopomenutelnou cílovou skupinou je i dospívající mládež až po generace prarodičů, kteří nakupují naše výrobky pro potěšení a vzpomínku jednak sami sobě nebo pro své příbuzné či přátele. Pěkná hračka je dárek, který určitě nikoho nezarmoutí, ale spíše potěší.

U reklamních kostýmů, jejichž jsme (pokud ne jedinými, pak) dominantními výrobci v České republice, jsou zpravidla našimi klienty přímo firmy a reklamní agentury. Hlavními obory činnosti Moravské ústředny jsou výroba textilních a plyšových hraček, maňásků a maňásků v koroutu, lehké dámské konfekce, reklamních a dárkových předmětů. V oboru reklamních a propagačních výrobků jsme

schopni připravit návrh a zajistit výrobu nejen maskotů, ale i reklamních kostýmů. Charakteristickým znakem převážné části našich výrobků je použití přírodních materiálů. Všechny výrobky splňují platné normy a předpisy jak české, tak i mezinárodní.

Ano, dětské hračky musí splňovat velmi přísná kritéria.

Kvalita a zejména zdravotní nezávadnost jsou prioritou. Tím víc, že značkové zboží vyrábíme přímo na území České republiky. České normy jsou velmi přísné, a na rozdíl od dovozců, nezřídka i nelegálního zboží, kterým čas od času teprve až na tržištích obchodní inspekce kontroluje zboží, disponujeme permanentní dohledatelností atestů a evidencí výrobních vstupů a výstupů.

Naší prioritou je klasická česká hračka. Během spolupráce s řadou zahraničních firem jsme byli inspirováni tamním trendem licenčních výrob populárních postav animovaného filmu a komiksu. Také proto jsme šli do licencí zahraničních, a zejména pak českých autorů, které zapracováváme do české hračky. Již v roce 1985 jsme začali spolupráci s panem Zdeňkem Milerem, autorem populárního Krtečka. V prvním období tři čtyři roky, kdy Moravská ústředna přicházela nejen s Krtečkem, ale i s Králíky v klobouku, Maxipsem Fikem atd., to trž bral velmi pomalu. Mj. proto, že právě tou dobou se sem nahrnulo ohromné množství laciných plyšů z Východu. V současné době je ale možné konstatovat, že jsme volili správně. Český trh se nasýtil dovozy a stále častěji sahá po kvalitě a našich populárních figurkách. Stali jsme se tak největší hračkářskou firmou (výrobců) v České republice. Jsme téměř ve všech síťích obchodních domů v Česku a na Slovensku.



- Moravská ústředna Brno
- Bohunická 52, 657 44 Brno
- tel.: 547 212 474, fax: 547 212 243
- e-mail: info@mubrno.cz
- >> www.mubrno.cz

Co nás Čechy dělá Čechy

Letos v létě se ve Strakonici uskutečnil patnáctý, veřejností i festivalovými hosty hojně navštěvovaný mezinárodní dudácký festival s řadou doprovodných akcí kongresového charakteru.

S Martinem Matějkou (zřejmě vzdáleným příbuzným Švandy Dudáka) si ale nebudeme povídat o kongresové turistice, ale o jednom z jejích velkých námětů, o lidové kultuře.

Nevím, jsem-li příbuzným Švandy Dudáka, ale když jsem byl malý kluk, žil tady známý strakonický dudák pan Matásek. Jezdil po všech možných poutích, přes týden pak po mateřských a základních školách. Představil dudy a zazpíval. Probouzel v dětech zájem o folklor. Již ve svých patnácti letech jsem si tak vysloužil přezdívku Matásek. Dudy mi učarovaly.



Když jsem hrával ještě coby študák v Praze, mívával jsem dojem, jakoby to byl již podruhé spařovaný čaj. Mělo to chuť a všechno, ale ne to pravé souznění. Ještě dnes se čas od času vyskytne akcíčka, po níž se hospůdka zachvěje lidovým zpěvem. To je ono, co mne zde drží. V každém z nás je kus prapodstaty lidového umění. To byl hlavní argument, proč jsem se vrátil do Strakonice k tomu, co mne kromě mého zaměstnání naplňuje.

Nepovažuji se za rafinovanou povahu. Naopak jsem hodně přímočarý, až mi to občas možná škodí. Na folkloru mne fascinuje, že na něm není nic



ruchu, hrajeme i pro klasické turisty. Ti se zpravidla porozhlédnou po krásách Šumavy a v příjemném prostředí hotelu se pak prostřednictvím naší dudácké muziky seznamují s českým folklorem.

Jste jedním z nejlepších českých dudáků. Proč jste zůstal ve Strakonici, přestože jste hrou na české dudy mohl ve světě vydělávat velké peníze, obdobně jako Tylův Švanda Dudák?

Dudácký festival je bienálem.

První se konal v roce 1967 a je jediným, jehož jsem se nezúčastnil. Všechny ostatní jsem již absolvoval jako dudák.

Jaký byl patnáctý strakonický dudácký festival?

V neděli po obědě, v závěru festivalu během průvodu, jehož se zúčastnilo obrovské množství lidí, mne napadl slogan: „Ať žije šestnáctý dudácký festival.“ To heslo bylo hodnocením právě končícího patnáctého. Přesto, že Strakonice bezprostředně před letošním festivalem proběhla povodeň, na účasti lidí, ani na náladě to nebylo znát. Festivalová tradice zde má hluboký kořen a festival trvale vysokou úroveň. Vždy na něm dochází k promíšení národů a vzájemnému pochopení se přes dudáckou muziku.

Vaše dudácká kapela bývá vítanou atrakcí firemních i kongresových akcí.

Nejen jich. Čas od času, co se týče cestovního



strojeného. Jeho kořen je pravdivý. Je vytvářen z obyčejných příběhů. Ale právě prostý život, protože je o podstatě, má hluboký filozofický podtext, krystalizující v něco, čemu se všeobecně říká lidové moudro. To, co se nám v oblasti národopisu dochovalo, dokazuje, že v prostotě je hluboká pravda. A prezentovat ji tak, aby ji lidé byli schopni vnímat, v tom si myslím, že je kus umění naší kapely, už proto, že folklor je zatlačován do rohu. Ale co nás Čechy dělá Čechy? Území, kde žijeme, jazyk a slovesná kultura a historické souvislosti.

>> mobil: 777 813 238
>> e-mail: komplet2@quick.cz



VEL SATIS na Strakonickém hradu

Na nádvoří a v historických prostorách Strakonického hradu se 5. září odehrával děj slavnostního večera. Společnost HS AUTO, Nebřehovice společně se společností Renault Česká republika, a.s. zde předváděly nejnovější model Renaultu VEL SATIS. Skvělý raut zajistil tým hotelu Garnet Strakonice.

VEL SATIS je vozem třetího tisíciletí, spojujícím dynamiku, bezpečnost, design, komfort a kvalitu do jedinečného osobitého stylu. Díky moderním inovacím prvkům je jeho vnitřní i vnější reprezentativnost patrná na první pohled. Jen těžko představitelných X% elegance je limitováno jen představitostí a sněním. Design VEL SATIS je unikátním řešením, které navazuje na prototypy vozu Initiale. Celkové reprezentativní vzezření vozu je obohaceno doplňky, které jsou zcela inovující: osobitě mřížky chladiče, výrazné logo na masivní přední vozu a kompaktní záď s širokým zadním oknem. Celková ergonomie vozu poskytuje

všem cestujícím maximální pohodlí a bezpečí zároveň: ABS s elektronickým rozdělovačem brzdící síly, elektronický stabilizátor systému, adaptabilní boční airbagy i pro cestující na zadních sedadlech, systém kontroly tlaku v pneumatikách, dešťový a světelný senzor. Karta Keyless Drive – novinka ve výbavě automobilů – si za vás bude pamatovat nastavení sedadla řidiče, nastavení vnějších zpětných zrcátek a klimatizace. Palubní počítač, tempomat s omezovačem rychlosti, automatická klimatizace s odděleným nastavením, syntezátor lidské řeči, volant z olšového dřeva, kožené čalounění „Initiale“, komfortní vyhřívaná přední sedadla „Grand Comfort“ s elektrickým polohováním nebo DVD systém pro cestující na zadních sedadlech, to vše a mnohem více vám může VEL SATIS poskytnout k maximálnímu pohodlí a bezpečnosti na cestách. Všechny motory, které vám tento vůz nabízí, zážehové i vznětové, se vyznačují pružností a výkonností.

RENAULT



STRAKONICE



>>> www.renault.cz
>>> www.hsauto.cz
>>> www.webpark.cz/hotelgarnet

Táborská setkání



11. ročník mezinárodního
festivalu 13. – 15. září 2002

Tábor je domácí i zahraniční veřejnosti znám jako město bezprostředně spjaté s významnou kapitolou evropských dějin – husitstvím. Od roku 1992 je v Táboře pravidelně pořádán mezinárodní festival nazvaný Táborská setkání. Účastní se ho jak představitelé měst a míst nesoucích jméno Tábor, tak i zástupci historických spojenců, ale i odpůrců husitského hnutí. Táborská setkání mají svůj nezapomenutelný kolorit, který vychází z tradic místa, kde se



odehrávají. Jednou ročně se centrum Tábora promění na několik dní ve středověké město se svými trhovci, řemeslníky a rytířskými soubory. Nenapodobitelnou atmosféru podtrhuje i slavnostní průvod městem a další společenské a kulturní akce, jež jistě uspokojí každého z mnoha tisíc návštěvníků festivalu.



(Převzato z materiálů odboru
kultury a cestovního ruchu
Městského úřadu Tábor.)

>>> www.tabor.cz



Sté výročí

založení Spolku zimních sportů ve Špindlerově Mlýně

V březnu roku 1902 byly v tehdejším Spindelmühle uspořádány první závody, které se jako „sportovní svátky“ proslavily daleko za hranicemi Krkonoš. Od té doby byly na území Špindlerova Mlýna pořádány stovky lyžařských závodů. Na začátek letošního roku tak připadlo významné 100. výročí založení Spolku zimních sportů ve Špindlerově Mlýně, který vznikl z iniciativy někdejšího starosty města Dr. Wilhelma Picka. Koncem roku 2002 oslaví Město Špindlerův Mlýn a společnost SKIAREÁL 10. výročí stavby a uvedení do provozu první čtyřsedačkové lanové dráhy v České republice ve Špindlerově Mlýně ve Svatém Petru.

Organizování sportovních klání

a akcí expanduje. Jen v posledních deseti letech se ve Špindlerově Mlýně konaly: Evropský pohár žen, Světový pohár mužů Masters Cup, Evropský pohár v akrobatickém lyžování, Mezinárodní závody Horských služeb a skialpinismu, Mistrovství světa v jízdě na skibobech, Evropský pohár tělesně postižených, „Krkonošská 70“ a další mezinárodní starty. V neposlední řadě série Českého poháru ve snowboardu, lyžařské závody seniorů nebo republikové kvalifikační závody žactva a předžáků (otevřené pro veřejnost) Modrá open, včetně lyžařských, snowboardových a akrobatických show.

Špindlerův Mlýn je pravidelně

i dějištěm závodů ze série Českých pohárů v kanoistice na Labi ve sjezdu a slalomu. Uskutečnilo se zde i Mistrovství světa juniorů. Uspořádány byly Český pohár MTB v jízdě na horských kolech, v letech 1995 a 1998 Mistrovství Evropy MTB, Horský kros – Malá cena Špindlerova Mlýna a Dětský kros, Pouťový běžecký závod, běh do vrchu Špindlerův Mlýn – Vrbatova bouda. Cyklistické závody se startem ve Vrchlabí a horský silniční kros Špindlerův Mlýn – Špindlerovka. V roce 2000 byl organizován otevřený závod v jízdě na horských kolech tříčlenných hlídek s názvem Krkonošská 70 MTB. V roce 1997 se poprvé v ČR uskutečnil sjezd horských kol na sněhu. Trať závodu s názvem „Red Bull eliminator snow Downhill“ vedla z Horních Míseček „Vodovodem“ s cílem u hotelu Harmony.

Harmony Cup a Skiareál open

Svoji tradici mají tenisové turnaje Harmony Cup a Skiareál Open. Na squashových kurtech špindlerovských hotelů se již nejednou utkaly i české jedničky tohoto sportu. Zvyšuje se zájem firem o uspořádání promotion akcí – zimních show. Při těch

příležitostech vidíme lety balónů, tandemů na paraglidingu, závody skútrů apod. Ve sportovním vyžití nejmenších Špindleráčků mají tradiční místo pravidelně pořádané školní lyžařské závody, sjezdové i běžecké.

V létě je možné se koupat v přehradě Labská ve Špindlerově Mlýně (vstup do vody z pontonu), půjčit si lodičku nebo vodní šlapadlo. Do konce srpna zde lze rybařit. Denní, týdenní nebo měsíční povolenku lze koupit na MěÚ, povolení vydává Lesní správa Špindlerův Mlýn.

Hipoturistika – okružní jízdy po městě a přilehlém okolí je možné v létě absolvovat v kočárech nebo v zimě saních tažených koňmi. Jízdu na koních lze zažít ve farmách v okolí Špindlerova Mlýna.

Cykloturistika – na území KRNAPu je provozování cyklistiky omezeno. Pro horskou cyklistiku je vytyčeno sedmadvacet tras v terénu, označených piktogramy a číslem, které odpovídá číslování v cykloturistické mapě Krkonoš. Trasy využívají převážnou většinu sjezdových lesních cest a svážnic III. zóny národního parku.

Pěší turistika – Krkonoše mají přes 700 kilometrů turistických cest, jejichž značení udržuje Klub českých turistů ve spolupráci s Terénním střediskem Správy Krkonošského národního parku. TES KRNAP v terénu umísťuje dřevěné gravírované panoramatické mapy, ukazatele nebo piktogramy.

Letní bobová dráha se zimním

provozem – jízda ve vozíku s účinnou brzdou na 1400 m dlouhé trati s dvaadvaceti zatáčkami, třemi tunely a pěti terénními zlomy umožní každému zvolit optimální rychlost i styl. Zajímavé jsou večerní jízdy na osvětlené dráze. V České republice první a zatím stále jediná bobová dráha s celoročním provozem nabízí nejen nevšední pocity, ale i mimořádný zážitek ze sportovní rekreace jízdy.

Bruslení – jediná uměle udržovaná ledová plocha ve Špindlerově Mlýně, s večerním provozem a půjčovnou bruslí, je u hotelu Horal ve Svatém Petru.

Sjezdové tratě – na území Špindlerova Mlýna je upravováno 25 kilometrů sjezdových tratí. V provozu jsou dvě



čtyřsedačkové, jedna třísedačková a jedna dvousedačková lanová dráha a vleky s celkovou přepravní kapacitou cca 18 000 lyžařů za hodinu.

Běžecské tratě – pro rekreační běžce je ideální 150 kilometrová „Krkonošská lyžařská cesta“ vedená po hřebenových partiích, na jejímž udržování se podílí města, obce i provozovatelé lyžařských dopravních zařízení a svým dílem i Správa Krkonošského národního parku. Běžecský stadion na Horních Mísečkách má pravidelně udržované běžecské tratě od 5 do 25



raftů a jiných nemotorových plavidel, má svá pravidla a mezi vodáky je oblíben.

Adrenalinové sporty si na území města postupně nachází své místo. V roce 2001 byl uspořádán Quick adrenalin cup jako Mistrovství ČR, v letošním otevřeném mezinárodním mistrovství ČR v extrémním závodě štafet pod názvem Budvarman Adrenalin Cup, jako sedmý z celosvětové série nejextrémnějších závodů světa.

Bike park – ve Skiareálu je trvalá sjezdová, crossová a slalomová trať. Záměrem je usměrňovat



a dojem z jízdy je stejný jako na čerstvě připravené sjezdovce v lyžařských areálech. Provoz od 11 do 17 hodin, noční jízdy v 19 a 21 hodin. Dopravu sáňkařů zajišťuje autobus s nástupní stanicí v centru Špindlerova Mlýna. Saně jsou k dispozici u startu.

Snowtubing – lehce adrenalinovým prožitkem



kilometrů, které jsou, jako jediné v České republice, v nadmořské výšce nad tisíc metrů.

Snowboarding – ve Svatém Petru je vybudován Pepsi snow park, v němž nechybí U-rampa a boarder crossová trať. Kvalitně upravený snow-areál s terénními nerovnostmi, skoky i zábradlím naleznou příznivci tohoto sportu letos nově i na Horních Mísečkách.

Sáňkařská dráha – čtyřkilometrová sáňkařská dráha, začínající pod Špindlerovou



cyklistický ruch tak, aby vyhovoval potřebám ochrany přírody Krkonošského národního parku a nabídl návštěvníkům Špindlerova Mlýna další možnost aktivního využití volného času. Půjčovny horských kol jsou ve městě k dispozici.

Paragliding – pro vyznavače odvážného padákového sportu je v Krkonošském národním parku vyčleněno sedm lokalit se startovacími plochami a letovými koridory. Ve Špindlerově Mlýně jsou nad lyžařskými areály Medvědin, Horní Mísečky a Pláně.

>> www.spindleruv-mlyn.cz
>> www.skiarealspindl.cz
>> www.spindl.cz
>> www.spindleruvmlyninfo.cz



ve Sv. Petru, na Krausových a Jeleních boudách a na Horních Mísečkách je jízda v ledových korytech ve speciálně upravených gumových „člunech“. První okamžiky jízdy ve sněhovoledovém korytě s terénními nerovnostmi a zatáčkami v bezpečném, ale prakticky neřiditelném člunu, připomínají horskou dráhu. Trať doslova profrčíte až do cíle, ke speciálnímu vleku, který vás, stále sedící ve člunu, vyveze k dalšímu startu.

Vodní sporty – Labe v období, kdy taje sníh a voda protéká nad 10 kubíků za vteřinu, je přístupné široké vodácké veřejnosti od přehrady Labská ve Špindlerově Mlýně do Herlíkovic. Běžný provoz, který umožňuje splouvání kanoí,



boudou, je ukončena na Dívčích lávkách nedaleko soutoku Labe a Bílého Labe. Je upravována rolbou

Harmony Club Hotel, Bedřichov 106
543 51 Špindlerův Mlýn
tel.: +420 499 469 111, fax: +420 499 433 267
e-mail: harmonysm@harmonyclub.cz

**BÁJEČNÁ
RELAXACE**
v nádherném prostředí
Krkonoš

www.hotel.cz/harmony-smlyn

Před čtyřmi roky pod názvem "Rumunské pastorále" ve Všudybylu (viz www.e-vsudybyl.cz, Všudybylí toulky) jsem začal na pokračování

zveřejňovat zážitky z toulek pohořími Piatra Craiului, Fagaraș, lezer Păpușa a Bucegi. Letos v létě jsem se vydal opět do nejdelší, nejvyšší a nejucelenější části rumunských Karpat, na Fagaraș.

Rumunské magistrále

2

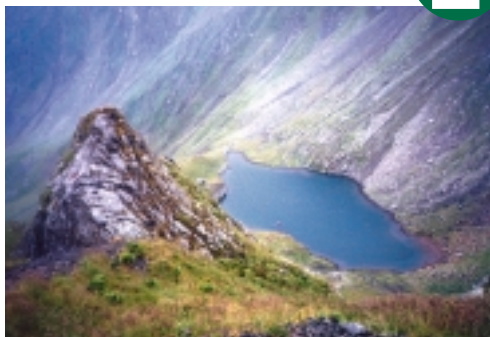
Budislavo, Budislavo...

14.7. Ráno jsem porídge raději nevařil. Snídám suchý chleba, čaj a Ovidiu. Odcházím kolem půl desáté. Pánové teprve balí. Konečně jsem na horách. Uprostřed traverzu jednoho z kopců vyvěrá pramen. Čekám na spolunocležníky. Páchám hygienu. Nespěchám. Tak tak si stíhám opláchnout mýdlo a obléknout se, abych nepohoršoval oslíky a bači procházející kolem se stádem ovcí. Červený pás fagarašské magistrály mne vede travnatými kopci. V úbočí za sedlem Stenu hodinu odpočívám, obědvám lovecký salám, chleba a česnek. Kolem jedné se chystám pokračovat, když od Budislavy přírřčí asi šedesátiletý borec a má povídavou. Že prý je z Polska, že už je tu deset dní a pořád dokola.

Děšť mne chytil před výstupem. Pláštěnu natahuji přes bágl. Lijavcem pomalu vzhůru. Každou chvíli zastavuji, než přejde obzvláště úporný poryv. Ale nepřešel. Na vrcholu Budislavy (2371) děšť ustal. Poté střídavě více či méně prší.

Je tu krásně!

U plesa Avrigh (2011 m) pod severní stěnou Ciortey, k němuž mne přinutil (ó, jak nechtělo se mi) hluboce klesnout červený pás, stavím kolem půl třetí na moréně stan. Ledva stojí, další mohutný liják. Hromy burácí o štíty hor. Vařím večeři. Je tu



krásně! O půl sedmé jdu spát. Boty, do kterých nateklo vrchem, suším ve spacáku. O půl osmé doráží parta mladočechů. Děšť je prý zastihl v sedle před traverzem na Budislavu. Jakmile začalo krápat, postavili si stan a vyčkali, až bude po dešti. No, nejen u policajtů jsou první odvážní a druzí chytří...

Svítání v nedohlednu

15. 7. Nemohu spát. Snad i proto, že mne čeká údajně nejexponovanější úsek Fagaraše. K dalšímu plesu je to podle Čížka a kol. osm hodin. Počítám,



že opět přijde odpolední bouřka. Porídge a multivitamínový čaj začínám vařit ve tři hodiny nad ránem. Přerovnal jsem celý stan, ale lžiči ne a ne najít. A tak sušené mléko míchám do ovesných vloček malinkou umělohmotnou kávovou. Nedostal jsem ji z NDR, ale od výčepního v Sibiu. Alespoň nehlám. O půl čtvrté jsem měl nejen dojem, že svítá, ale i sbalený spacák a kromě stanu všechny věci, leč svítání v nedohlednu. Zato hvězdy nádherně zářily. Roztáhl jsem tedy opět spací podložku a vyndal spacák. Ve čtyři hodiny jakoby začalo šednout. Sbalil jsem spacák, karimatku a stan. Před svítáním, o půl páté, vyrazím. Východ slunce mne zastihl kolem šesté na vrcholu Gîrbova (2134).

Hrůzokrásné sedlo

Před sedlem Scara tábořili Češi. Ptám se, jdu-li



správně k Táboru. Oni, že ano a že sem včera prchli z deštivého sedla. A abych schoval hůlky. Že mi budou překážet. Sedlo Scara bylo opravdu hrůzokrásné. Úzké rozeklané „Skriniarky“ se sou-



visle nedají jít snad ani za sucha. Některé pasáže je třeba lézt. Hezky jsem se s třicetkilovým kletrem na zádech vybál. Jako na potvoru, právě nejexponovanější pasáže byly dolů. Na stupy jsem neviděl, zato hluboko pod sebe dost dobře. Obědvám v 10.30 na opačné straně spojovacího hřebínku pod třívrcholovým Mîzgavu. Na druhém nejvyšším vrcholu Rumunska Negoiu (2535) se



ráno ptal na cestu k Táboru. Nádherné panorama. Ovidiu jim evidentně chutnal.

