

průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

třetí
vydání
2004

FLASH

▲ ▲ ▲ F ▲
▲ ▲ ▲ X ▲
▲ ▲ ▲ ▲ ▲
▲ ▲ ▲ ▲ ▲



Více informací najdete na straně 8 až 11.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

I vejde me dále do brány, a vidím, an každý ten strážný, jednoho neb více jich na práci vezma a s nim se veda, do uší mu cos dmýchá, oči protírá, nos a chřípě vyparuje¹, jazyk vytahuje a obkrajuje, ruce a prsty skládá a rozkládá, a nevím, co víc nedělá. Někteří se i hlav provrtovají a cos nalévají pokoušeli. Nad čímž tlumočník zděšeného mne vida: „Nediv se,“ řekl; „učení ruce, jazyk, oči, uši, mozek a všechny vnitřní i zevnitřní smysly jinakší než hloupý lidu obor míti musejí: protož se tu přeformovávají, a to bez práce a odpornosti býti nemůž.“ Vtom pohledím a spatřím, jak neboží mnoho od toho přeformování dávati museli. Ne o měsíci, než o kůži, již museli nastavovati, pravím. Tytýž² zajisté pěst, rafije, ferule³, metla na líci, na lebu, na hřbetě, pod sedadly⁴ se octla, až krvavou cedili, a téměř napořád prouhů, šráků, modřin, mrazilů plní byli. Což někteří vidouc, dřív než se jim dali, jen do brány nahlédnouc, courali; jiní formovatelům těm z rukou se vydrouc, zutíkali tolikéž. Menší jich počet dotrval, až na prostranno puštění; až i já také, do toho stavu chut máje, formaci tu sem, až ne bez nesnadností a trpkostí, vystál.

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

¹vyčisťuje ²časem, často ³prut, rákoska ⁴na zadnici



Formovatelům těm z rukou se vydrouc, zutíkali tolikéž



Živočišný druh homo sapiens sapiens vyhrál nad přírodou. Vyhrál, ačkoliv jej příroda nevybavila v takové míře takovými dispozicemi jako řadu dalších živočišných druhů. Silou, rychlostí, intuicí, schopností mimoverbálně komunikovat, vyrovnávat se s teplotními změnami atd. atd. Dala mu však zbraň, kterou jej postavila na sám vrchol pyramidy živé přírody - schopnost se učit. Proto i z tohoto pohledu jsou kvalitní lidské zdroje tím nej-cennějším, čím může společnost (rodina, firma, stát či lidstvo) disponovat. Jsou ale v České republice doceňo-

vány? Jsou v Česku lidé, kteří napomáhají vytvářet to nej-cennější dostatečně ekonomicky i společensky motivováni být na trhu práce nejlepší mezi nejlepšími? Živočišný druh homo sapiens sapiens sice vyhrál nad přírodou, ale momentálně se to jeví, že u nás v Česku jsme už vyhráli i nad člověkem.

Jaromír Kainc
nakladatel Všudybylu



Ve jménu a ve prospěch Prahy 6-7



Projekt Evropa 7



Sean Conery, Bruce Willis a ti druzí 8-11



100 let hotelu Paříž**** 12-13

V Brně máme na zlatou 14-15

Cestovní ruch je to pravé ořechové 16-17



Belgie 6 %, Španělsko 7 %, Švýcarsko 3,6 % 18

V evropských souvislostech 19



Bohemia brunch 19



Egypt, Tunisko a Turecko 20-21



První dáma se zúčastnila 22-23



Čedok obdržel ISO 9001:2001 24



Do Emauz a za Jakubem Janem Rybou 24

Malajsie v hotelu Kampa 25



Zlato pro Českou republiku 26



Likvidační, především pro menší 27



V Hotelu Expo zejména Meeting Point 27

Pivo, moje zaměstnání, láska i hobby 28-29



Vyzkoušet si, jak se pracuje 30-31



Novoměstský pivovar 32



U Pinkasů 28. ledna 32



O pohár Neptuna 32



Reprezentační ples cestovatelů 33



Na výsledcích rozumně a plodně práce 34



Strakonice, hotel Garnet*** 34

Západočeská duhová 35



Na Retezat 36



Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

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

Grafická úprava a sazba: IMidea s.r.o.,
Příční 12, 602 00 Brno, mobil: +420 603 871 550
e-mail: ivana.mitackova@imidea.cz

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

Ve jménu a ve prospěch Prahy

S primátorem hl.m. Prahy MUDr. Pavlem Bémem se setkáváme 5. února na Letišti Praha – Ruzyně na slavnostním setkání účastníků projektu EUropa. Pane primátore, vzdor průběžnému rozšiřování pražského letiště loňský rok ukázal, že jeho stávající průchodnost je naplněna. Že je třeba urychleně začít i s výstavbou druhé startovací a přistávací dráhy, jejíž neexistence již během této zimy zapříčinila nutnost odklánět lety do Prahy na záložní letiště. Že je třeba urychleně zprovoznit právě budovaný dvoupodlažní terminál EUropa.



MUDr. Pavel Bém

nejen pozitivita ve formě zvýšeného zahraničního inkasa, pracovních a podnikatelských příležitostí, ale také komplikace pro běžný každodenní život obyvatel města. Jsem hrdý i na podnikatelskou sféru, díky již se zde zahraničním i domácím návštěvníkům Prahy dostává kvalitních služeb, a v celkovém souhrnu na to, že si Praha svojí mimořádností a jedinečností získává stále větší pozornost zahraničních návštěvníků. Musím ale také říci, že to je pro mne zá-

vazek.

Převratnou zprávou loňského roku pro mne bylo oficiální vyhlášení expozice hl.m. Prahy jako nejlepší na World Travel Market v Londýně. Kdo kdy na WTM byl, ví, jak vysoce nepravděpodobné je, a to pro sebevědomější turistickou velmoc, uspět v konkurenci stovek velkolepě koncipovaných expozic zemí celého světa, investujících do nich často astronomické finanční částky a předhánějících se velikostí a nápaditostí. To, že Prahu navštěvuje tak velké množství lidí, že do Prahy létá čím dál více pasažérů a že je pro nízkonákladové letecké společnosti destinací zaslíbenou, je také o tom, jak úspěšně je propagována městem a podnikatelskými subjekty v zahraničí i doma poskytovanými službami.

Současnost i budoucnost Prahy je kolektivním dílem jejích obyvatel, podnikatelské sféry a dalších klíčových hráčů. Pražská informační služba je v oblasti turismu nepochybně jedním z nejvýznamnějších článků a hl.m. Praha pak dalším rozhodujícím. Nesmíme zapomenout na kongresovou turistiku – oblast cestovního ruchu, která se v několika posledních letech v Evropě velmi rychle rozvíjí a kde má Praha velké rezervy. Čili máme za sebou úspěchy, ale máme také výzvy. Praha má obrovskou výhodu – mimořádnou kulturní tradici. Je jedinečným urbanistickým útvarem s nepřehledným množstvím architektonických skvostů. Nabízí spirituální rozměr, s nímž se možná můžeme setkat v takových evropských městech jako je Paříž, Londýn, Řím. Ale těžko bychom jej hledali v dalších hlavních městech evropských zemí. Z tohoto pohledu je prezentace Prahy o trochu jedno-

dušší. Vstupní podmínky jsou v daleko výhodnější konfiguraci, než má většina našich kolegů. Na druhou stranu je také zřejmé, že marketing jedenadvacátého století je o inovativních, kreativních formách řešení. Někdy je i o jednoduchosti. V tom si myslím, že Praha za vyspělým světem nezaostává, už proto, že je vnímána jako jeho součást. Čas od času se nám tak daří dosáhnout úspěchu, o kterém jste hovořil v souvislosti s WTM. Jsme připraveni ve jménu Prahy a ve prospěch její budoucnosti in-

Říkám ti, pro člověka je důležité především napětí silokřivek, v němž je ponořen, a jeho vlastní vnitřní hutnost, která z toho plyne, a ozvuk jeho kroků a přitažlivost studní a tvrdý výstup po horském svahu. Nebudeš přece tvrdit, že radost člověka, který se dokázal vyšplhat na horskou špičku, který ji zmožil vlastníma rukama a s rozedřenými koleny, se může rovnat přizemnímu potěšení lenivce, který v den odpočinku dovedl rozměklé tělo na lehkou přístupnou vršek oblého kopce a válí se tu v trávě.

Antoine de Saint-Exupéry 1900 – 1944 (Citadela)

vestovat finanční prostředky do reklamy a marketingu zaměřeného na získávání zahraničních turistů. To nejen vůči klientele z evropských zemí, ale i ze zemí vzdálenějších. Poslední statistická šetření hovoří o tom, že dochází k velkému nárůstu asijské klientely. Japonští turisté jsou pro Prahu vynikající cílovou skupinou, a to nejen proto, že Prahu milují, ale protože zde poměrně velkoryse utrací své peníze.

Úkolem politiků na poli zahraničního obchodu je otevřít dveře a připravovat půdu podnikatelské sféry. Tj. v zájmu svých voličů vytvářet podmínky pro prosperitu a zaměstnanost. Úkolem primátora hl.m. Prahy na poli cestovního ruchu je mimo jiné zvat do Prahy významné směřovací osobnosti, protože příklady táhnou...

Největší výhodou Prahy je její krása, za kterou nemůže žádný primátor, ale osvícenectví našich předchůdců, světských i duchovních správců města. Za urbanistickou koncepci a řadu architektonických skvostů mohou velcí čeští panovníci z dob minulých. Jedním z významných cílů a poslání pražského primátora je šířit proslulost města všemi dostupnými prostředky. Významným prvkem v mém osobním marketingu a propagaci města je pohled na velké hráče dnešní doby. Nepochybně např. přítomnost Billa Gatese v Praze je přesně takovou návštěvou, jež v mezinárodním měřítku výrazně přispívá k posilování povědomí o tom, že Praha je in. Nejsou to ale jenom lidé světa velkého podnikání. Byla to i návštěva primátora Paříže, který poprvé zavítal do Prahy. Příjizděl s velkými očekáváními a odjížděl s jistotou, že se sem musí vrátit. S vědomím, že Praha je partnerkou Paříže. Stejně tak mé loňské přijetí starostou New Yorku Michaellem Blumbergem a uzavření dohody o spolupráci mezi městem New York a městem Prahou. V této oblasti bych si dovolil zmínit nadstandardní vztahy mezi městem Prahou a městem Vídeň. Navzdory mnoha složitostem, které se odvíjely mezi českou a rakouskou intelektuální elitou v uplynulých třech stoletích v pobělohorské době, mohu stoprocentně říci, že budoucnost a význam Prahy je třeba vnímat v těsné vazbě na budoucnost a význam města Vídeň. V žádném případě není nutné mít z toho poraženeckou náladu. Nejde o servilnost Prahy vůči Vídni, ale naopak o sebevědomí Prahy. Jsem přesvědčen, že v budoucí rozšířené Evropě má po 1. květnu letošního roku Praha obrovskou šanci být společně s Vídni protipólem dnes existujících evropských správních a kulturních center, reprezentovaných např. městem Brusel, přes dominanty v německo-francouzském kontextu, přes ostrovní dominantu Londýna, ale i protipólem jakéhosi politicko správního uskupení, reprezentovaného jižní částí Evropy. Praha ve spolupráci s Vídni má před sebou obrovskou budoucnost, a i její naplňování je jedním z mých cílů.

**>>> www.praha-mesto.cz
>>> www.pis.cz**



Jsem rád, že mohu konstatovat, že Letiště Praha – Ruzyně tento vývoj očekávalo a že tím není zaskočeno, neboť nový terminál EUropa bude částečně zprovozněn již toto léto. Na odpovědných politických místech i v top managementu České správy letišť totiž vždy stáli lidé, kteří si uvědomovali, že pražské letiště čekají každoroční velké nárůsty cestujících. A protože se vždycky hraje především na výsledky, a ne na velká slova, mohu v souvislosti se současným stavem našeho letiště a jeho budoucností konstatovat, že svým přístupem demonstrují organizační flexibilitu, řád, vědomosti, zručnost i intuitivní schopnost správné volby, vůli uspět. Takže i díky jejich přístupu se teď letiště nezmítá v kolapsovém stavu pod náporu stresovaných pasažérů a Česká republika nepřichází o velkou část svého nynějšího zahraničního inkasa. Hlavní město Praha je úctyhodnou a atraktivní turistickou destinací nejenom ve středoevropském kontextu, ale v celosvětovém měřítku. Z tohoto pohledu se nelze divit dynamickému růstu osob létajících do Prahy, kdy pražským letištěm v loňském roce prošlo již 7,46 milionu cestujících. Navíc, díky úspěšnému začlenění Českých aerolinií do letecké aliance SkyTeam, výrazně posílilo jeho postavení jako tranzitního uzlu, takže razantně stoupají i počty přes Prahu tranzitujících pasažérů, jejichž počet se v loňském roce vyšplhal ke tři čtvrtě milionu. Tento fakt mne jako primátora hl.m. velmi těší a vítám jej. Musím upozornit na skutečnost, že cestovní ruch má obrovský ekonomický význam. Vytváří 25 % HDP České republiky a přibližně 60 % takto vytvořeného HDP je vázáno na služby poskytované v rámci pražského cestovního ruchu. Z tohoto pohledu lze říci, že Praha je do značné míry generátorem ekonomiky celé České republiky. Že toto generování je přímo závislé na objemu a kvalitě jejích služeb a infrastruktury cestovního ruchu. Prognózy, které říkají, že během několika následujících let projde pražským ruzyňským letištěm na deset milionů cestujících ročně, jsou proto pro nás mimořádně pozitivní. Jsem hrdý na přístup obyvatel Prahy, protože rozvoj turismu s sebou přináší

Projekt EUropa



Dynamický průběh výstavby nového Terminálu Sever 2, meziroční nárůst počtu cestujících o více než 8 % a rozšiřování počtu destinací jsou základními charakteristikami mezinárodního Letiště Praha – Ruzyně. To do roku 2004 vstupuje se stavebním projektem v hodnotě 10 miliard korun, který se realizuje v pěti lokalitách letištního areálu Sever. 5. února 2004 tu proběhlo slavnostní setkání účastníků projektu EUropa, jenž bude dokončen v prosinci roku 2005. Tím se zvýší průchodnost letiště na 10 milionů cestujících ročně (v následné etapě pak na 17 milionů) a umožní odbavování letů z/do zemí Evropské unie podle režimu stanoveném Schengenskými dohodami. Rozšíření terminálu pražského letiště nabídne zkvalitnění služeb pro cestující i subjekty působící v letištním areálu. Je klíčovou etapou jeho kontinuální výstavby a mělo by

upevnit předpoklady Prahy být významným přepravním leteckým uzlem. Současně s projektem EUropa pokračuje Česká správa letišť v aktivním přístupu k ochraně životního prostředí v okolí letiště. Generální ředitel České správy letišť, s.p. a Letiště Praha – Ruzyně Ing. Martin Kačur k tomu poznamenal:

„Praha je dnes nepochybně největším středoevropským letištem v rámci zemí vstupujících do Evropské unie. Přepravní výsledky za rok 2003 a stálá poptávka leteckých dopravců po spojení do Prahy od prvních dnů letošního roku nasvědčují, že investice do projektu EUropa budou efektivní, stejně tak jako do paralelní dráhy 06R/24L, kde už jsou v běhu přípravné práce.“

>> www.csl.cz



*Zrodit se můžete jen v uskutečňování
opravdového díla, neboť jenom takové
dílo, které neslouží vám, ale naopak
vás donutí, abyste sloužili vy jemu,
z vás vydobude všechny síly. A umožní
vám, abyste vystoupili sami ze sebe.
Jak by se mohli zrodit velcí stavitelé
nad díly, jež sama veliká nejsou?*

Antoine de Saint-Exupéry 1900–1944

Sean Connery, Bruce Willis a ti druzí

aneb Kanad'an má zafixováno, Čechy v žádném případě nepodceňovat

Velmi rád pracuji či se bavím s lidmi, kteří to, co dělají, dělají doopravdy, srdcem. U mnoha interpretačních umění to, co tvoří, bývá prchavě pomíjivá krása, jakýsi dotek křidel motýla, o němž jsme v prvním vydání VŠudybylu 2003 (str. 20–23) rozprávěli s Ing. Františkem Laudátem v souvislosti s rozsáhlým uměleckým dokumentem o u nás téměř zapomenuté fenomenální české pěvkyni Jarmile Novotné nazvaným „Nepolapitelný motýl“, který vznikl díky iniciativě Obecního domu v Praze. Firma Flash Barrandov speciální efekty spol. s r.o. pánů Martina Kulhánka (technického garanta s mimořádným citem pro praktičnost a jednoduchost) a Jaroslava Štolby (originálního designéra a manažera) se rovněž zabývá prchavým krásnem. A obdobně jako fenomenální česká sopranistka Jarmila Novotná, která byla šestnáct sezon primadonou Metropolitní opery v New Yorku, je i firma Flash Barrandov speciální efekty daleko slavnější a známější v zahraničí než doma v Česku. Pane Štolbo, spolupracujete se spoustou renomovaných filmových producentů...

Vývoj naší firmy nebyl nahodilý. Aby v našem oboru došlo ke spojení umění a řemesla, tak k tomu je třeba zkušenost. Tu nelze získat najednou. Přebírá se průběžně ze všeho, co prostředí a okolnosti skýtají. V našem případě to bylo Filmové studio Barrandov, kde už je historie našeho kumštu sedmdesátiletá. Mám přímé i zprostředkované vztahy k tomu, co se zde kdy dělalo. Střídal jsem kolegy, s nimiž jsem dodnes v kontaktu. Získal jsem od nich spoustu vědomostí. Film, který můžeme označit jako první průlomový v historii českých speciálních efektů, je s legionářskou tematikou. Jeho režisérem je Viktor Tužanský a jmenuje se „Volha v plamenech“. Na Barrandově

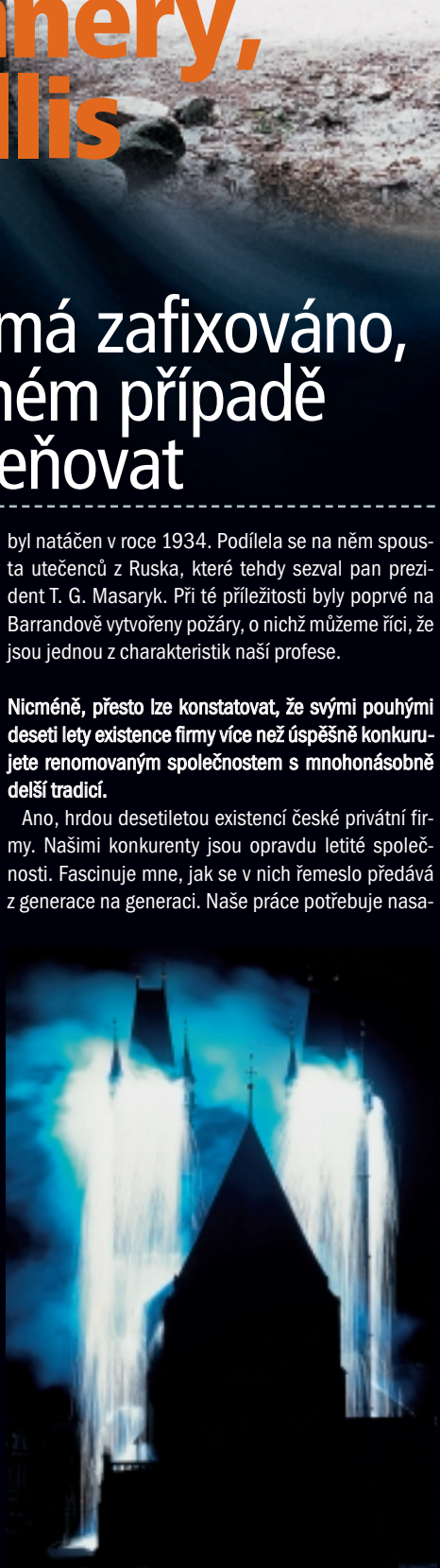
byl natáčen v roce 1934. Podílela se na něm spousta utečenců z Ruska, které tehdy sezval pan prezident T. G. Masaryk. Při té příležitosti byly poprvé na Barrandově vytvořeny požáry, o nichž můžeme říci, že jsou jednou z charakteristik naší profese.

Nicméně, přesto lze konstatovat, že svými pouhými deseti lety existence firmy více než úspěšně konkuruje renomovaným společnostem s mnohonásobně delší tradicí.

Ano, hrdou desetiletou existencí české privátní firmy. Našimi konkurenty jsou opravdu letité společnosti. Fascinuje mne, jak se v nich řemeslo předává z generace na generaci. Naše práce potřebuje nasa-

zení, zručnost, vědomosti a vztah. Má i část uměleckou, k níž je třeba talent anebo prostředí, které umožní překlenout mezeru mezi ryzím umělcem a ryším řemeslníkem. Mou prací je být prostředníkem mezi režisérem, kameramanem, architektem a lidmi, kteří jsou schopni a ochotni naplnit vizi toho, kdo ji přinese. Naši firmě se už podařilo dělat supervize nad „áčkovými“ americkými filmy. Pět měsíců jsme např. dělali „Hartovu válku“ s Bruce Willisem. „Special effects department“ byl jediný, kterému vládli Češi, a zrovna na filmu, kde je spousta explozí a úžasné sněhové pokrývy. Celý film v atmosféře trestaneckého tábora je neustále v nepříznivém počasí, a my ji veškerou realizovali. V tomto filmu jsme položili umělý sněhový dressing na ploše více než jednoho milionu čtverečních metrů, což je sedmadvacet Václavských náměstí. Spolupracovali jsme, co se týče speciálních efektů, na dalších unikátních filmech, jako např. na „Indiana Jones“. Se Seanem Connerym jsme se ale osobně setkali až na „The League of Extraordinary Gentlemen“. S akčními supermanými jako Tom Cruise, Jackie Chan či Vin Diesel na projektech „Mission: Impossible“, „Shanghai Knights“ a na projektu „XXX“. My Češi jsme se při jejich realizaci projevíli především jako úzasně zdatní a univerzální lidé, a to i díky tomu, co nás naučila dřívější situace. Najednou, když se poodkryla možnost používat špičkovou techniku, Češi jako kdyby s ní pracovali odedávna. A velice brzy jsme začali do amerických, německých a britských masin „štouchat“ a montovat a postavili si svoje vlastní, mnohdy lepší. Na „The Young Indiana Jones“ jsme se etablovali. Dalším mezníkem bylo „Les Misérables“, kde jsme pracovali s tehdy čerstvými oscarovými hvězdami. Loni jsme na klíč realizovali „Tristan & Isolde“ a „The Origins of Evil“, který jde právě do kin. Co se týká speciálních efektů live, dostalo se nám té cti, že si nás vybral Mick Jagger – Rolling Stones i Michael Jackson.

U filmu, obdobně jako na vodě, platí článek číslo jedna, a to že režisér má vždycky pravdu. Článek číslo dvě zní: pokud ji náhodou nemá, platí článek číslo jedna.



Režiséra a spousty lidí vůbec nezajímá, že jsou nějaké problémy. Např. že se změnil směr větru. Je málo možností, někomu něco vysvětlovat, že cosi nejde. Americký způsob uvažování je řešit problémy na bázi dvou základních informací: co potřebujeme k tomu, abychom to udělali, a co k tomu, abychom to získali. To byl zlomový moment, kdy nám začalo docházet, že nebude žádné další zadání a bližší upřesnění, a že my jsme ti šikovní čeští hoši, kteří si jsme schopni udělat všechno, jen nám řekněte, co chcete. U filmu je bitevní pole širší a technické zadání i vztahy často komplikovanější. Pouze dotažená týmová práce – úspěšně zvládnutý výsledný celek – si v naší branži zasluhuje smeknout poklonu a ocenit podíl jednotlivce. Týmová spolupráce je pro mne základním předpokladem šance na úspěch, předpokladem stability nebo jen společného, ale hrdého přežití. Je obrovským štěstím, nás lidí ve firmě Flash Barrandov speciální efekty, že se navzájem máme. Díky tomu s úspěchem řešíme technicky mezní věci, jindy banality. Právě díky efektivní týmové spolupráci se nám, české firmě, dostalo té cti, dělat (i ty banality) pro americké velkofilm. Pochopitelně, vždycky bylo mnoho nabídek od konkurenčních zahraničních firem, že by ty banality udělaly lépe než my... A o tom je ten byznys.

Flash Barrandov speciální efekty ve světě šíří slávu Česka nejen ve filmářské extralize, ale i v extralize ohňostrojně.

Ohňostroje nám, povětšinou na rozdíl od filmů, umožňují naplňovat vlastní vize, kdy jsme režiséry



Doma v Česku nikdo není prorokem. Ale nejen proto devadesát procent všech ohňostrojných představení realizujete v zahraničí...

Je pravdou, že nám účinkování v zahraničí vyhovuje už proto, že tam se projekty etablojí zpravidla už formou vyhledávání námětů a vzájemnou komunikací mezi objednatelům a realizátorem. Svět více spolupracuje. Víme, co dělá naše tzv. světová konkurence, protože si úplně běžně vyměňujeme názory, půj-



čujeme zařízení nebo i odborníky, když někdo z nás potřebuje pomoc. Tohle v českém klimatu moc nefunguje.

Jaké jsou ve světě ohňostrojně trendy?

V Severní Americe a v Asii dnes technický pohled a komerce vytěsňují řemeslo. Synchronizovaný ohňostroj s hudbou je možno pojmout tak, že téměř ke každému efektu „přímo na komoru“



a spontánní. Oheň v této podobě má blahodárné a očistné účinky. Jako řemeslo je to práce s procesy probíhajícími za vysokých tlaků a teplot. Obrovský důraz se proto klade na bezpečnost. Prvky, škálu barev, má malíř jistě větší. My si hrajeme na nějaké origamy. Máme relativně málo prvků, které můžeme v pohodě a kdykoliv použít, protože to vždycky potřebuje nějaký stupeň přípravy. Podrobnou znalost toho, co existuje, co se dá udělat posilovností kombinací. Respektování charakteru místa, kde ohňostrojně show děláme, v jakých souvislostech, s jakým hudebním podtextem.



a kdy se můžeme bavit i o námětu. Stupeň naší imaginace a tvůrčí svobody tu bývá podstatně vyšší. Umělecké řemeslo se realizuje především v architektonických ohňostrojích. Když děláme ohňostroj s hudbou, myslíme to velmi vážně. Nejdeme do šlepných střihů, ale do děje. Respektujeme hudební součást představení a snažíme se ji spojit s dalšími vjemovými dimenzemi a ozvláštnit ji ojedinělou atmosférou.

V úvodu jsem navodil téma prchavé krásy...

Ano, ohňostrojně řemeslo je o prchavé krásě. Úsilí mnoha měsíců, někdy i let se marnivě rozplyne během několika minut. Ohňostroj je pomíjivé a delikátní umění okamžiku. Je záležitostí, která se pouze promítne na sítnici. Výjimečné na tomto umění je, že jej mohou sledovat obrovské masy lidí současně, aniž si při tom vadí. Ohňostroje vždycky fascinovaly. Prožitky, ačkoliv vnímaný v masách, je individuální



(jak my říkáme) přivedete roznět a vše řídí počítač. Vedle toho jsou stále prezentace, považované za ty nej, kdy existují určitá omezení. Znamená to např., že dostanete plochu třiceti minut, ale můžete pouze stokrát zmáčknout tlačítko. Není ale výjimkou mít dva a půl tisíce odpalů, jako např. na tradičním ohňostrojném festivalu v Montrealu. Firmy, které používají jediné ruční odpalování, tam jsou totálně handicapované. Na světě existuje jen pár firem, které pravidelně tyto computerové ohňostrůjce poráží. Patříme mezi ně, protože v těchto typech show dokážeme tvořit to, čím jsme nejcennější. Imaginaci a řemeslo. Držíme kanadský rekord v počtu „misfire shells“ v rámci téměř dvacetileté existence dnes již mnoha stovek ohňostrojů typu „pyromusical show“. V roce 2001 nám na úžasné lokaci s jezerem a mohutným vodopádem u Québec City zůstal nevystřelen jeden jediný z téměř čtyř tisíc projektilů. Téměř absolutní výkon. Pro všechny renomované producenty světa to byl zřetelný signál, že jsme nejen efektní, ale i efektivní a bezpeční.

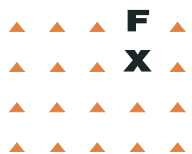
Zůstaňme ještě v Kanadě, co loňské léto a vancouverský festival „Slavnost světla“?

Ten je vyvrcholením gala těch nej. Do Vancouveru se dostane pouze velice omezený počet firem. Zve se na bázi systému show, které musíte v Severní Americe předvést. Nám se to povedlo v situaci, kdy „HSBC Power Smart Celebration of Light“ byla první velkou akcí poté, co bylo oznámeno, že se Vancouver stal městem olympijským. Tisk i ostatní média byla naprosto vybuzená a my měli zahajovací show. Pracovali jsme souběžně na dvou velkých námořních lodích, každé sto dvacet metrů dlouhé. Novináři za námi přijížděli na člunech a znova a znova se neustále střídali. Každý druhý novinář tu je hokejovým fandou, a my jsme si uvědomili, jak je příjemné pracovat v pozitivně naladěném prostředí, kde se od vás čeká, co předvedete, protože Kanadán má zafixováno, Čechy v žádném případě nepodceňovat. Je to úžasný, nepopsatelný pocit, když na tři sta padesát tisíc účastníků show v kosmopolitním Vancouveru s velikým očekáváním věci příštích při české hymně povstane a pak aplauduje české show. Byl jsem neskonalé hrdý na svoji vlast a na povtvou, invenční práci svých kolegů ve všech přípravných fázích i při realizaci. Mrazilo mne v zádech.

To by asi každého, kdo má pozitivní vztah ke své vlasti a pokoru před osudem. Ostatně jeden z nejúspěšnějších českých sportovců všech dob, dvojnásobný olympijský vítěz a mnohonásobný vítěz Světového poháru, rychlostní kanoista Martin Doktor v interview pro sedmé vydání VŠudybylu 2001 řekl: „Kanoistika je sportem, v kterém neby-



FLASH



vá pravidlem, že kdo jednou vyhraje, vyhrává pořád. Naopak poslední dobou je to těžší a těžší. Konkurence je čím dál početnější a rychlejší. Byl bych proto rád, kdyby se mi i nadále vedlo. Je to nádherný pocit vidět českou vlajku stoupat na stožár. Nutit svými výkony pořadatele závodů co nejčastěji hrát českou hymnu, kterou vnímám jako nejhezčí píseň na světě.“ U vás tomu bude obdobně. Ti, kdo jsme vepředu, ukazujeme cestu jiným, v uměleckých řemeslech a v umění i mnoha epigonům. Jak jste ale úspěšní v teplejších šířkách na Středním východě u arabských klientů?

Arabští zákazníci jsou úžasně kreativní a inspirativní. Získáváme od nich spousty zajímavých podnětů. V Ománu nás přivítal ministr kultury, mládeže a lásky se slovy: „Vítáme vás v zemi Šeherezády, zde platí její moudrost a zákony.“ Do Ománu jsme se dostali jako vítěz konkurzu na zahajovací ceremoniál fotbalového šampionátu zemí v Arabském zálivu. Vybrali si nás ze sedmnácti firem světa. Pikantní na tom byl důvod, proč si nás, českou firmu, pozvali ke

Z významných ohňostrojů

- In the Mood Night*, filmový festival v Cannes, 1993
- Adam's Green Lane*, Londýn, 1993
- Carmina Burana Open Air Opera*, Mnichov, 1994
- Inaugurace slavnostního osvětlení katedrály sv. Víta*, Pražský hrad, 1995
- Rolling Stones *Voodoo Lounge Tour*, Praha 1995
- Take with Pepsi*, multimedia show Křižikova fontána, Praha 1995
- Michael Jackson *History Tour*, Praha 1996
- Opening Ceremony Football Cup of the Arabic Council*, multimedia show, Muscat, 1996
- National Day Celebration*, multimedia show, Sur, 1996
- Sony Promotion*, Karlovy Vary, 1997
- Kiss *Alive Worldwide Tour*, Praha 1997
- Mozart's Baroque Prague*, Trojský zámek, Praha 1997
- Ecce Gratum*, pyromusical, Ignis Brunensis Fireworks Competition, vítěz, Brno, 1998
- Millenium Eurotel Show*, Praha, Brno 1999
- Inaugurace slavnostního osvětlení Národního muzea*, Praha 1999
- První den v NATO*, Praha 1999
- Zkrocení ohnivě bouře*, Ignis Brunensis Fireworks Competition, vítěz, Brno, 2000
- Millenium 2000*, Praha
- Oheň a voda*, pyromusical, Ignis Brunensis Fireworks Competition, Brno, 2001
- Watching The Fires Light*, pyromusical, Les Grands Feux Du Casino, Ottawa, 2001
- Watching The Fires Light*, pyromusical, Les Grands Feux Loto, Québec, 2001
- Ecce Gratum*, pyromusical, 8th International Fireworks Competition, vítěz, Hamburg, 2001
- Mystery*, pyromusical, Ignis Brunensis Fireworks Competition, vítěz, Brno, 2002
- Barokní ohňostroj*, zámek v Kroměříži, 2002
- Novoroční ohňostroj*, Praha, 2003
- Mystery*, pyromusical, Ignis Brunensis Fireworks Competition, Brno, 2003
- Italové na Špilberku*, pyromusical, hrad Špilberk, Brno, 2003
- Wilde Šárka*, pyromusical, 2nd Campionato Europeo Fuochi d'Artificio, Campione, 2003
- Mystery*, pyromusical, Les Grands Feux Loto, Québec, 2003
- Woman on Fire*, 2nd HSBC Price Celebration of Light, Vancouver, 2003
- Rolling Stones – Licks World Tour*, Praha, 2003
- Music for the Royal Fireworks*, koncert České filharmonie, zámek Jaroměřice, 2003
- Novoroční ohňostroj*, Praha, 2004



konkurzu. Jeden z poradců a garantů požadované originality show má rád kreslené filmy od Jiřího Trnky, a hledal tudíž někoho v jeho rodné zemi. Po této úspěšné realizaci jsme obdrželi nabídku podílet se na stodesetiminutové megashow pro sultána Kabúse v den jeho narozenin. Arabský klient, vedle tradiční dekorativnosti, která nám sedí, a zázemí spousty „zbytečností“, jež jsou na ohňostroji báječné, má touhu vyjadřovat myšlenku nějakým aktem, který je k přemýšlení. Jejich reakce nejsou tak spontánní jako u hokejových fanoušků ve Vancouveru. Oceněním naplnění představ je reakce ústřední osobnosti. Pokud je sultán zaujat, zareaguje pozvednutím obočí. Jeho zájem je přijímán úžasně pozitivně. Show se okamžitě hodnotí ve svých podstatných sděleních. Nikdo od vás nechce slyšet, že něco nefungovalo, třebaže tam, kde podle původní lokace byla poušť,



neuvěřitelně organizačně schopný a kreativní management, který nejenom že se vyjadřuje a dává souhlas k nějakému ohňostroji, ale aktivně se zúčastňuje na vytváření námětu. Podnětem k jedné ze show na Špilberku bylo to, že jsem se v Turíně v restauraci bavil s Italy nejen o Nedvědovi, ale také o festivalu v Brně. Po zaznění jména Špilberk se do naší debaty okamžitě vmísil personál podniku. Italové znají hodně z historie vlastní země. Tehdy ale s překvapením konstatovali, že už konečně ví, kde ten Špilberk je. Věděli, že existuje pevnost, věznice, kde byla držena spousta italských vlastenců. Pro ně to ale bylo kdesi

v Rakousku. Byla to pro ně nová informace. Na základě toho impulsu jsme začali s ředitelem Špilberku spolupracovat na tom, abychom nejenom Italům, ale i ostatní veřejnosti ukázali hrad Špilberk v dalších souvislostech a vzdali poctu Italům. Tak vzniklo show „Italové na Špilberku“, kde jsme se sladěním hudby a ohňostrojných efektů pokusili obrátit se do doby, kdy byl Špilberk věznicí, a zároveň poukázat, že současný hrad Špilberk je otevřen jiným velice pozitivním záležitostem.

>> www.flash-sfx.cz

mezitím vzniklo obrovské parkoviště, čímž se do původního scénáře dostaly nějaké nelogičnosti. Jestliže se má otevřít obrovitá mořská mušle a z ní vycházet mnoho vulkanických ohňů a stříbrných crak klingů, tak to skutečně nemůžeme udělat z parkoviště plného aut. Ale zároveň to pouze nepřesuneme na jiné místo, protože bychom tím odlákávali pozornost. Takže jsme tento efekt trošičku upravili a dali do jiné části. Dotaz při obhajobě je však třeba zodpovědět (a to jsme se naučili) jiným sdělením: „Není možno očekávat, že když zasadíme semeno zde, že nám vyroste květina tam.“

Čím na sebe vážete tak obrovskou pozornost zahraničních klientů?

Tím, že nedáváme přednost množství zakázek, ale přistupujeme k nim z hlediska jejich delikátnosti. Zajímáme se o projekty, kde se můžeme etablovat v plné šíři. Inklinujeme k původním originálními produkcím a často se vyskytujeme na místech velmi odvážných. Např. v rámci úžasných představení na brněnských lokacích v rámci již tradičního mezinárodního ohňostrojného festivalu „Ignis Brunensis“ je to i projekt galashow na hradě Špilberk, který je jedním z nejúžasnějších míst, kde jsme kdy pracovali. Má



Z filmových projektů

rok	film	hlavní protagonisté
1991–94	<i>The Young Indiana Jones Chronicles</i>	Sean Patrick Flanery, George Hall
1994	<i>Underground</i>	Miki Manojlovič, Lazar Ristovski
1994	<i>Fatherland</i>	Rutger Hauer, Miranda Ritchenrdson
1995	<i>The Ring</i>	Natassja Kinski, Michael York
1995	<i>Mission: Impossible</i>	Tom Cruise, Jean Reno, Emilion Estevez
1997	<i>Plunkett and Macleanes</i>	Liv Tyler, Robert Carlyle, Jonny Lee Miller
1997	<i>Les Miserables</i>	Liam Neeson, Uma Thurman, Geoffrey Rush
1998	<i>La Nina de tus Ojos</i>	Penélope Cruz
1999	<i>Harrison's Flowers</i>	Andie Mac Dowell
1999	<i>Dungeons & Dragons</i>	Bruce Payne, Jeremy Irons
1999	<i>Joan of Arc (by Luc Besson)</i>	Milla Jovovich, Dustin Hoffman, Faye Dunaway, John Malkovich
1999	<i>Joan of Arc (by Christian Duguay)</i>	Leelee Sobieski, Chad Willett, Jacqueline Bisset
1999	<i>7 Days to Live</i>	Amanda Plummer
2000	<i>From Hell</i>	Johnny Depp
2000	<i>The Affair of the Necklace</i>	Hillary Swank
2000	<i>A Knight's Tale</i>	Heath Ledger
2000	<i>The Mists of Avalon</i>	Angelica Houston
2000	<i>The Zookeeper</i>	Sam Neill
2001	<i>Napoleon</i>	Gérard Depardieu
2001	<i>Bad Company</i>	Anthony Hopkins
2001	<i>Hart's War</i>	Bruce Willis, Colin Farrell
2001	<i>Death Watch</i>	Jamie Bell, Laurence Fox
2001–02	<i>Shanghai Knights</i>	Jackie Chan
2001–02	<i>XXX</i>	Vin Diesel, Samuel L. Jackson
2002	<i>A Sound of Thunder</i>	Edward Burns, Ben Kingsley, Catherine Mc Cormack
2002	<i>Zhivago</i>	Hans Matheson, Sam Neill
2002	<i>The League of Extraordinary Gentleman</i>	Sean Connery, Peta Wilson
2002	<i>The Bourne Identity</i>	Matt Damon
2003	<i>Van Helsing</i>	Hugh Jackman
2003	<i>The Origins of Evil</i>	Robert Carlyle
2003	<i>Hellboy</i>	Ron Perlman
2003	<i>Tristan & Isolde</i>	Sophia Myles, James Franco
2003	<i>The Brothers Grimm</i>	Matt Damon, Heath Ledger, Monica Bellucci, Jonathan Pryce
2004	<i>AvP</i>	Lance Henriksen

100 let hotelu Paříž

Hotel Paříž slaví 100. výročí. Novogotická budova hotelu v samém srdci Prahy, v sousedství Obecního domu a Prašné brány, s výraznými secesními prvky, byla postavena v roce 1904. V roce 1991 se hotel vrátil zpět do rukou rodiny Brandejsů, jejíž hoteliérská tradice trvá již více než 150 let. Privátní hotel je dnes spravován vnukem Antonína Brandejse, kterému se podařilo po zásadní rekonstrukci v roce 1998 vrátit hotelu Paříž punc rané secese.

Před 1000 lety

V okolí brány Horské (pozdější Prašné) od nepaměti vždycky bylo živo. V době nejstarší stával zde dům Mikuláše, člena mocné a vážené rodiny Velflovců. Pozdější dům koupil král Václav IV., který skoupil i ostatní domy, zřídil zde dům královský – curiam regis – kdež, když hrad pražský r. 1383 shořel, skoro nepřetržitě bydlil. V době nepokojů tuto mistr Jan Hus r. 1419 přiblížil na vrata vyhlášku



svoji. Ve dvoře královském byli před bitvou na Žižkově ubytováni Táboři. Po králi Václavu IV. sídlil zde Zikmund, po něm i Albrecht a Ladislav. Když králem stal se Jiří Poděbradský, zasedal v místech těchto r. 1492 sněm. Nový král Vladislav II. jen krátce tuto ve dvoře královském pobyl a za nepokojů odstěhoval se r. 1483 na hrad. Od těchto časů dům pustl. V letech pozdějších domy aspoň trochu byly udržovány. R. 1631 arcibiskup Arnošt Harrach vše koupil a zařídil zde seminář. Za vpádu saského vojska budovy spáleny a vydrancovány. Po opravě r. 1635 opět počalo se zde přednášet,



bylo tu i gymnasium, knihovna a i tiskárna arcibiskupská. Když seminář přeložen do Klementina, byla zde kasárna, zvaná Královodvorskými a od r. 1869 až do r. 1900 kadetní škola. K rozsáhlé budově arcibiskup Jan hrabě Valdstein r. 1694 přistavěl kostel sv. Vojtěcha. R. 1899 kadetní školu i s kostelem koupila Živnostenská banka a v létě 1902 počato s bouráním všech těchto památných budov, po kterých jako vzpomínka zůstalo pojmenování ulice Královodvorské.

Dr. Tichý, Lysá n. L.



Jest vzorně organisován

Pražské hotely v posledních letech získaly neobyčejnou oblibu mezi zahraničním cestujícím publikem, a můžeme říci, že Praha není vyhledávána jen pro své historické památky, nýbrž i pro příjemný pobyt v hotelích. Jedním z hotelů, který byl příčinou obliby Prahy u cizinců, jest bezesporu hotel „Paříž“, který svým komfortem a odborným vedením vyhoví každému, i velmi náročnému cestujícímu. Hotel „Paříž“ jest mezi pražskými hotely jeden z podniků nejmodernějších: jest vzorně organisován nejen po stránce vnějšího komfortu, ale i po stránce vnitřní organisace. Již v dobách předválečných byl hotel „Paříž“ nejmodernějším ze všech hotelů pražských a těšil se vždy přímo tradiční dobré pověsti.

Působí dojmem imponantním

Hotel „Paříž“ jest jednou z nejmohutnějších staveb v centru města a celkový pohled na podnik působí dojmem imponantním. Třebaže postaven jest v centru obchodního života, přece jen solidní stavbou a vnitřním zařízením zaručuje návštěvníku příjemné ubytování. Z oken a balkonů hotelu z jedné strany jest úchvatný pohled na rušný život velkoměsta, z druhé strany pak, zvláště ve vyšších patrech, otevírá se nádherný pohled na nejstarší část Prahy, jejíž spletité střechy a nespočetné věže nadchnou návštěvníka k upřímnému obdivu, zvláště když tato panorama zakončena jest malebným pohledem na světoznámé a jedinečné Hradčany.

Halla s elegantní výzdobou

Prostorným vchodem vstupujeme do hotelové hally. Návštěvník ihned při vstupu přijat jest hotelovými úředníky a zřízenci, kteří přidělí mu pokoj, postarají se o jeho





Hotel Paříž před 80 lety

zavazadla a udělí mu všestranné informace. Hotelová hala překvapí elegantní výzdobou. Upoutá nás jistě i telefonní centrála, jež umístěna jest v recepci umožňuje spojení nejen restauračních hostů, ale i hotelních s celým světem, a tak zvláště obchodní kruhy, z nichž velké procento návštěvníků jest složeno, mohou nepohodlnější cestou své obchodní záležitosti vyřizovati.



Nejen řada luxusních apartementů

Ku komfortu moderního hotelu náleží i řada výtahů. Prostornou chodbou doprovodí nás zřízenec do pokoje, který opět překvapí nás svou výpravou. Cenný nábytek v moderním provedení, praktické skříně, účelné psací stoly, centrální topení, tekoucí studená a teplá voda, zvláštní důraz pak klade se na účelné osvětlení, což činí pobyt v pokoji velmi příjemným. Téměř v každém pokoji umístěn jest cenný originál. Hotel „Paříž“ má nejen celou velkou řadu

luxusních apartementů s vlastním předpokojem, salonkem, ložnicí a koupelnou, nýbrž i celou řadu pokojů, sice jednoduchých, ale útulných, takže ředitelství podniku může vyhovět všem vrstvám cestujícího publika.

Důkazem znamenité kvality

Z hotelové hally vchází se do elegantní restaurace, v níž schází se nejen veškeré hotelové publikum, nýbrž i význačná pražská společnost, což jest nejlepším důkazem znamenité kvality podávaných jídel a nápojů. K ní připojují se dva salonky. Okolnost, že v hotelu „Paříž“ pořádají se nejskvělejší bankety, jest důkazem, že nejen hotelová část, ale i restaurační jest v každém směru prvotřídní. Společenské místnosti podniku doplňuje prostorná kavárna, která jest dostaveníčkem pražského obchodního světa. Na výzdobě kavárny pracovali nejen zkušení dekoratéri, nýbrž i kavárnaští odborníci a není tedy divu, že kavárna svou výzdobou, dále i svým komfortem vyhoví i těm nejzhyčkanějším návštěvníkům. Mezi největší komfort kavárny patří velké množství časopisů a revuí, a v tomto směru kavárna hotelu „Paříž“ vybavena jest opravdu velmi bohatě.

Moderní hotelový podnik

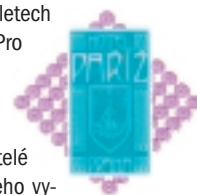
Moderní hotelový podnik vyžaduje četné provozovny vnitřní a v tomto směru může se hotel „Paříž“ pochlubit nejen nejmoderněji zařízenou kuchyní a vzorným sklepním hospodářstvím, nýbrž i dokonalým strojním zařízením. Vedoucí myšlenkou podniku je, připravit hostu příjemný pobyt, aby nejen při opětovné návštěvě Prahy opět rozhodl se pro hotel „Paříž“, nýbrž aby každý host stal se propagátorem tohoto podniku. Proto každému hostu je věnována individuální péče a plná pozornost, jejímž výsledkem je, že okruh návštěvníků a příznivců hotelu „Paříž“ neustále se rozšiřuje.

M. A. Kassowitz



Hotel Paříž v roce 2004

Raně secesní hotel Paříž je i po stu letech stále mladým moderním hotelem. Pro své prvotřídní služby, kvalitu ubytování, stravování i banketový servis je odborníky řazen mezi evropskou a světovou hotelovou špičku. Majitelé hotelu trvale výrazně investují do jeho vy-



lepšování, což v současné době ilustruje nová hala, u níž bylo navázáno na původní design; nově položená mozaika před hlavním vchodem vypracovaná podle původní podlahy z doby před 80 lety; a nová tvář kavárny Café de Paris s novým barem Chez Amis – již téměř sto let oblíbené místo setkávání. V současné době probíhá opět renovace pokojů dle posledních světových standardů. Hotel disponuje 86 pokoji, z toho 9 Junior Suites, 3 apartmány a jedním prezidentským apartmá – Royal Tower Suite, umístěným ve věži. Klimatizované pokoje jsou vybaveny telefonem s přímou linkou a hlasovou schránkou, televizí se satelitními programy, Pay TV, připojením na internet, minibarem, trezorem a požárními hlásiči. Luxusní koupelny s vytápěnými podlahami jsou vybaveny fény, masážními sprchami, kosmetickými zrcadly, kosmetickými doplňky a župany. K pohodlí hostů slouží nejen legendární Café de Paris a francouzská Gourmet restaurace Sarah Bernhardt, ale i Relax Club se saunou a Ayurveda masážemi.

>> www.hotel-pariz.cz





V Brně máme na zlatou

Národní federace hotelů a restaurací České republiky vyhlásila pana Pavla Brdičku, generálního ředitele Best Western Premier Hotelu International Brno, „Hoteliérem roku 2003“. Na otázku, co tomu říká, mi odpověděl:

Ohromně mne to těší. V každém případě bych tohoto ocenění nedosáhl, kdybych neměl vynikající spolupracovníky a hotel výsledky. Hotel International Brno neustále investuje do rozvoje lidských zdrojů a do své vybavenosti včetně zázemí. Díky tomu se nám daří být mladým moderním hotelem s tradicí. V hotelnictví platí: náš zákazník, náš pán. Průběžné vylepšování standardu a kvality poskytovaných služeb je základem úspěchu. Nezapomínejme na to, jak silná konkurence v rámci čtyřhvězdičkových hotelů v Brně je. Ve dvaadesátém roce byl International bezkonkurenčně nejlepším hotelem v celé tehdejší Česko-



Pavel Brdička

slovenské republiky. Už i z toho důvodu chceme o ta první místa bojovat. V Brně na zlatou medaili bezesporu máme. V loňském roce jsme dosáhli indexu 114 %. Bohužel, mám obavy, že to byl rok výjimečný. Loni se k nám vrátila řada firem a opakovaly se u nás velké akce. Hotel International Brno má dobré jméno. Tím, že se o něm šíří další pozitivní reference,



získáváme nové zákazníky, což je pro jakýkoliv hotel to nejdůležitější.

Rád bych s vámi hovořil i o vaší gastronomické novince, a to o japonské kuchyni.

Ta se týká našeho restaurantu Luculus, který se orientuje na moderní mezinárodní kuchyni. Po zaškolení japonskými kuchaři a ve spolupráci s dodavatelem originálních ingrediencí jsme u nás začali produkovat japonské sushi. Je to věc nesmírně zajímavá, zdravá a pro hosty přitažlivá. Provozujeme ale i klasickou

Plzeňskou restauraci. V Brně jsme jedni z mála, kteří děláme pro své hosty (dá se říci štamgasty) žemlovku, palačinky s tvarohem, koprovou omáčku a jiné lahůdky, které vařily naše babičky.

V souvislosti s Brnem a největším motoristickým podnikem v České republice bych připomněl, že motorismus je atraktivním tématem a jeho návštěvnost dosahuje až ke dvěma stům tisícům přímých diváků u špičkového motoristického podniku, což jiný sport v České republice nemá. Pane řediteli, motocyklová Grand Prix, která se u vás v Brně na Masarykově okruhu pojede 22. srpna, jistě dělá radost nejen vám, hoteliérům a lidem podnikajícím v cestovním ruchu, ale enormně posiluje kupní sílu v Brně a okolí.

Srpnová Velká cena, ale i řada akcí pořádaných akciovou společností Veletrhy Brno, to jsou záležitosti světového významu. Kdyby se Brno mělo se srovnatelnou účinností zviditelňovat a lidi k návštěvě lákat jinými způsoby, stálo by to strašně peníze. Nejen pro zdejší podnikatelské subjekty, ale pro českou ekonomiku je obrovským přínosem, jestliže se o Brnu v médiích hovoří a píše jako o místě události světového významu. Jestliže Českou republiku v souvislosti s motocyklovou Grand Prix v Brně, mezinárodními veletrhy, ohňostrojem či festivalem „Brno, město ve středu Evropy“ navštěvují statisíce zahraničních turistů. Domnívám se proto, že si např. Velká cena Brna ze strany politiků i státních orgánů zaslouží velkorysejší a razantnější podporu.



Zmínil jste veletrhy...

Díky tomu, že je Brno místem konání v globálním a bezesporu celoevropském měřítku unikátních veletržních akcí, se rovněž dostáváme do všeobecného povědomí. Mám radost z vysoce profesionálního přístupu společnosti Veletřhy Brno, a.s. Tento dojem si od nás z Brna zřejmě odnáší většina návštěvníků a vystavovatelů, což pozitivně působí na celkový byznys související s incomingem do Brna.

Za dva měsíce se staneme občany Evropská unie. Jsem přesvědčen, že náš vstup Brňany nepřekvapí, protože Brno bylo vždy kosmopolitní tolerantní metropolí, kde koexistovala a v různých syntézách se uplatňovala slovanská, románská, germánská, uher-



ská i židovská kultura Ostatně i díky této charakteristice si Brno zasloužilo být městem památky UNESCO. Váš primátor, Petr Duchoň, mi k tomuto tématu pro sedmé vydání VŠUDYBYLU 2002 řekl: „Vila Tugendhat je svědkem našich moderních dějin. Na vilu lze pohlížet jako na plod tehdejšího mnohonárodnostního a multikulturního soužití v Brně třicátých let minulého století.“



Kombinace vlastníků židovského původu, architekt německého a česká stavební firma je velmi příznačná. Ilustruje, jak sloužilo městu k duhu, když zde lidé žili na základě principu občanského soužití a národnost ponechávali věci soukromou, s níž netřeba šermovat na fanglích venku na ulici.“

Vstup Česka do Evropské unie bude určitým krokem kupředu. Při překračování státních hranic skončí značná část rutinních úředních úkonů, které mnohé lidi odrazovaly od návštěvy Česka. Myslím, že lidé pracující a podnikající v cestovním ruchu včetně hotelnictví a pohostinství mají v této oblasti náskok před řadou dalších hospodářských odvětví. S obyva-



teli Evropské unie, svými hosty, se setkáváme řadu let. Máme s nimi zkušenosti. Neříkám, že nás nemůže nic překvapit, nicméně věřím, že Hotel International Brno a vůbec brněnské hotelnictví jsou na vstup do Evropské unie připraveni.

Pokud vás někdo nebo něco zaskočí, bývá to



z vlastních řad. Kromě toho, že si našinci vymysleli, že např. koberec, který je třeba za čtyři roky vyměnit, odepisujete padesát let, čeká vás, subjekty podnikající v ubytování a stravování, o 14 % vyšší DPH, což samo o sobě sice není radostné, ale chťt



měnit pravidla hry v půlce rozehrané sezony, to je vyloženě kolapsové. Maršálu Alexandru Vasiljeviči Suworovovi (1729 – 1800) je připisován výrok: „Těžko na cvičišti, lehký na bojišti.“ Naši pomazání, zřejmě pod dojmem týlové iluze, konají, jako že je to jen jakási hra. Evropská unie ale není cvičištem. Do té tzv. Evropy nejsme přijímáni, aby české firmy snadněji získávaly přístup na evropské trhy. Opak je pravdou. Proto mne v této souvislosti napadá citát připisovaný pruskému králi Fridrichu Velikému (1712 – 1786), který v bitvě u Kolína na své vojáky křičel: „Všiváci, chcete žít věčně?!“

Nevím, jestli je toto přirovnání stoprocentní. Ostatně, jsou to vaše pocity. Ale v jedné věci bych s vámi souhlasil, že zřejmě ze strany našich vládních a zákonodárných představitelů nebyl dosta-



tek analýz a vůle tyto zákony konzultovat ve správném čase s odborníky v hotelnictví a cestovním ruchu vůbec. Potom by nemuselo docházet k tak překvapivým zvratům. Smlouvy v jakémkoliv perspektivním byznysu, a tedy i v cestovním ruchu, se uzavírají dlouhodobě. A jestliže je něco černé na bílém, tak se na nějaké zvyšování cen nepřistupuje. Věřím ale, že si všechny zúčastněné strany uvědomí možné dopady a že učiní kroky, které povedou k prosperitě hotelnictví a národního hospodářství.

Hovoříme spolu v době, kdy Česko zaznamenává rekordní výši nezaměstnaných...

To má přímou souvislost s tím, že pokud pro turisty, zahraniční i domácí, oblast cestovního ruchu ještě více daňově zatížíme, může se tak stát, že na Česko zanevrou. V našem odvětví není možné zaměstnávat ty, kteří nedokáží vydělávat sami na sebe a na rozvoj firmy. Na bedra státu tak přibudou další lidé, kteří rozšíří již tak početnou armádu nezaměstnaných. Je to věc velmi aktuální a z hlediska sociální rovnováhy nebezpečná, když si uvědomíme, kolik lidí v odvětví cestovního ruchu nachází uplatnění.

>> www.hotelinternational.cz
>> www.brno.cz



Cestovní ruch je to pravé ořechové

Společnost EuroAgentur Praha podniká v oblasti cestovního ruchu od roku 1990. V současné době je jedním z nejstabilnějších se rozvíjejících podnikatelských subjektů v této oblasti v České republice. Provozuje vlastní hotelový řetězec, síť gastronomických zařízení a cestovní kancelář včetně oddělení kongresové turistiky. Jejího majitele, pana Viliama Siveka, jsem se zeptal, jak se dostal k hotelnictví a provozování úspěšné Incomingové firmy.



Viliam Sivek

Profesně jsem se s cestovním ruchem poprvé setkal jako inspektor na odboru kultury. Poté jsem, jako ty, dělal ředitele kulturního domu. Ten můj spadl pod odbory, jimiž jsem byl v roce 1982 vyzván: „Pojďte, postavíte největší hotel v České republice.“ Když jsem v roce 1983 přišel do Prahy, byla v Břevnově jedna velká díra. Pyramidu jsem postavil, uvedl do provozu a do roku 1987 tam dělal generálního ředitele. Pak jsem pracoval v CKM, kde jsem opět rozšiřoval hotelovou síť. Jeden hotel ve Vysokých Tatrách, druhý v Praze na Roztylech.

Pak přišel listopad 1989 a cestovní ruch jsme začali dělat z gruntu. Podnikatelská radlice byla velmi široká. Dováželi jsme čaj z úbočí And a vyváželi nanuky do Polska. Bylo to spíše o cestování. Pro nanuky jsme si vždy museli dojet a pro čaj rovněž. Již v roce 1990 se nám podařilo udělat první skupinu skutečných turistů a od té doby vím, že cestovní ruch je to pravé ořechové, k čemu jsou v Česku úžasné dispozice. Tenkrát v Praze moc hotelů nebylo, a proto jsme začali budovat vlastní hotelový řetězec.

Jednou z tvých posledních akvizicí je restaurant „Vojanův dvůr“ v Praze na Malé Straně. Nejen, že je to skvělé místo, ale svou atmosférou připomíná tvůj „Selský dvůr“ v Praze-Hostivaři.

Obstáli jsme ve výběrovém řízení a 31. března budeme tuto unikátní restauraci otevírat. Bude mít 360 míst u stolů. Hostům tu chceme přiblížit historii naší chlouby. Bude zde muzeum piva. Předpokládáme netradiční servis, pekáče, pánve, opékání beranů, rožnění prasátek, něco kultury i vystoupení uměleckých souborů.

Prošel sem Prahu křížem krážem. Chodíval jsem nejen kolem dnešního „Selského dvora“, který jsi proměnil do malebné krásy, ale i kolem už tehdy nemalebně chátrajícího mlýna na Botiči, který vám tu naproti doteď dělá ostudu.

Už ne dlouho. Zahájili jsme rozsáhlou rekonstrukci. Bude zde reprezentační sídlo EuroAgentur Praha. V současné době v naší firmě v administrativních činnostech pracuje kolem sedmdesáti lidí. Hospodářská část Selského dvora je nám už malá. Proto jsme naproti zakoupili památkově chráněný areál na zhruba deseti tisících metrech čtverečních. V závěru roku se chceme pustit do další velké investiční akce, rekonstrukce našeho třidvacátého hotelu, který máme na Václavském náměstí v Praze.

Zřejmě rád riskuješ. Ostatně i hotel Ramada v Praze na Václavském náměstí byl velmi odvážným tahem.

Stál nás velké vypětí. Navíc už jen spojením s čím dál silnějším americkým hotelovým řetězcem Ramada, který je dceřinou společností řetězce Marriott, je pro fyzickou osobu odvážné. Ale podařilo se. Dokonce jsme do stejného řetězce zapojili další námi provozovaný Airport Hotel Pra-

gue, který byl otevřen loni na pražském letišti. Dnes konstatuji, že to byl dobrý tah, protože rezervační systém Ramady nám hotely velmi obstojně naplňuje. Vložené finanční prostředky se bezesporu v brzké době vrátí. Ramada po nás chce otevřít další hotely, a tak pro Američany hledáme další perspektivní objekty na Moravě a v krajských městech.

S tvou firmou jsem se loni dva měsíce po sobě potkával na Pražském hradě při vyhlášení soutěže „Česká kvalita“ a při předávání cen „Českých 100 nejlepších“. Byl jsem přítomen i slavnostnímu okamžiku v kongresovém sále hotelu Imperial v Karlových Varech, když jsi přebíral mimořádnou cenu Národní federace hotelů a restaurací České republiky za rozvoj hotelové společnosti.

EuroAgentur Praha už počtvrté za sebou obhájila značku kvality Czech Made v cestovním ruchu. V loňském roce jsme od premiéry České republiky obdrželi titul Exportér roku 2003. Kvalita a její uplatňování je v našem byznysu nezbytná a po vstupu České republiky do Evropské unie v květnu 2004 bude ještě důležitější.

Vždy, když se vrací česká hokejová reprezentace z mistrovství světa nebo olympijských her, a to nejen v případech, kdy jim národ skládá hold, pečuje o ně (transfery, ubytování apod.) EuroAgentur Praha. Co má co Viliam Sivek společného s hokejem?

Když jsem přišel do Prahy, tahal jsem své dva tehdy malé kluky po všech kluzištích v Československu. Na každém rameni mi visel bágl a oni cupitali za mnou. Z kluziště pak odcházeli pěkně rozežhátí, a já celý zmrzlý. Michal je teď hráčem Pittsburghu Penguins a starší Viliam pracuje ve vedení EuroAgentur Praha. Připomíná mi mne samotného před třiceti lety, dá-li se vůbec ně-



co takového srovnávat. Je na tom ale lépe než v jeho věku já, a není to jen jinou dobou a jinými možnostmi.

A co se týče hokejových šampionátů? Tato éra začala tím, že mne roku 1992 zapojili do hokejové Sparty Praha. Pak už EuroAgentur Praha spolupracovala na prvním ze „svých“ mistrovství světa. Na letošním se rovněž podílíme. Máme pověření Českého svazu ledního hokeje a již tři roky na tom intenzivně pracujeme. Ubytováváme všechny hráče a všechny rozhodčí. Děláme celosvětový trenérský kongres nejvyšších hokejových představitelů, jehož se účastní i zástupci kanadsko-americké NHL. Mimo to prodáváme vstupenky a ubytování pro zahraniční turistické skupiny. Děvčata z naší cestovní kanceláře objela téměř celý svět. V hokejových dresech byla k vidění na



stáncích EuroAgentur Praha na posledních dvou mistrovstvích světa i na většině prestižních veletrhů cestovního ruchu ve světě. Stálo to hodně peněz.

Hlavním tématem březnového Všudybylu bývají, a jsou i letos, lidské zdroje.



Naše firma má na čtyři sta zaměstnanců, což představuje zhruba sedm milionů mzdových fondů měsíčně. Všichni nám „fandí“. Vláda i zákonodárci nás „motivují“ k vytváření pracovních míst a příležitostí. „Bojujíte za nás.“ Ukaž mi, který jiný evropský stát až tak – jako Česko – necítí sounáležitost se svými zaměstnavateli?

... že to říkáš zrovna ty, první místopředseda Asociace cestovních kanceláří České republiky a člen dalších profesních sdružení.

Víš, od určité velikosti podniku by se měl podnikatel či manažer podílet na utváření podnikatelského prostředí. Není to ani tak o dalším zviditelňování firmy, i když při tom přijdeš do styku s různými lidmi na



různých úrovních. Faktem je, že je to především o další práci na vytváření společného hřiště. Často sisyfovské. Všichni jsme na jedné lodi, majitelé cestovních kanceláří i hoteliéři. V současné době nás trápí navýšení DPH. Sotva se průmysl cestovního ruchu vylízal z 11. září, S.A.R.S. a z následků démonické popovodňové kampaně: „Lidi, nejezděte do Česka“, čeká cestovní ruch další rána. Marže cestovních kanceláří je totiž mnohdy nižší než nárůst DPH. Nejvíce na to doplatí domácí cestovní ruch, který je mnohdy dominantní možností podnikatelského uplatnění a pracovních příležitostí v regionech s nej-



vyšší mírou nezaměstnanosti. Údajně v souvislosti se vstupem do Evropské unie. „Prdlačky...“ Hlavní příčinou je všeobecné podceňování cestovního ruchu, mizivé povědomí o jeho možnostech a multiplikačních efektech. Státu ani konkrétnímu občanovi, který nepodniká v našem oboru není zřejmé, co by mohl cestovní ruch přinášet. Je proto nutné, aby bylo jasně deklarováno, že je ve veřejném zájmu plně využívat jeho možnosti.

EAV®
EuroAgentur Praha

EuroAgentur Praha

K Horkám 56, 102 00 Praha 10

tel.: 271 751 049, 271 090 850, 271 750 275

fax: 271 750 274, 271 750 367

e-mail: euroagentur@euroagentur.cz

>> www.euroagentur.cz

DPH

Francie 5,5 %,
Rakousko 10 %,
Belgie 6 %,
Španělsko 7 %,
Švýcarsko 3,6 %

Lidské zdroje podstatou v cestovním ruchu

V současnosti je již obecně přijímanou a uznávanou pravdou, že lidské zdroje a zejména jejich kvalita jsou jedním z rozhodujících činitelů v jakémkoliv společenské aktivitě. Konkrétní míra jejich významu se mění podle vývoje společnosti, prostředí, v němž se nacházejí, je odvislá i od řady dalších objektivních i subjektivních činitelů. Platí to přirozeně i pro společensko-ekonomickou aktivitu, která je nazývána cestovním ruchem. Význam lidských zdrojů v cestovním ruchu souvisí s jeho podstatou. Turismus je službou, která se realizuje za zvláštních podmínek. Její vznik, proces jejího utváření – „výroby“ a spotřeby probíhají zároveň a vždy za aktivní účasti lidského individua jak na straně poskytující službu, tak na straně její spotřeby, tedy na straně nabídky i poptávky. Je to služba osobní. Hovoříme-li v cestovním ruchu o lidských zdrojích, máme na mysli především jejich roli na straně nabídky a zůstaneme u tohoto pojetí i v tomto příspěvku. Přes veškerý společenský pokrok, který formuje prostředí pro existenci a fungování cestovního ruchu, je aktivní účast lidského individua v současnosti nepostradatelná a jsem přesvědčen, že tomu tak bude i v budoucnu, i když jeho role se bude přirozeně měnit.

„Zvláštní podpora“ vládních orgánů

Cestovní ruch ve světě má podle informací Světové organizace cestovního ruchu svoji krizi za sebou a měl by se podle vize do roku 2020 dále dynamicky rozvíjet. Věříme, že podobný vývoj ho čeká i v Česku, že pozitivní změny, které nastaly ve druhé části loňského roku, byly začátkem opětného období jeho prosperity. Víra je dobrá věc, ale sama o sobě nestačí. Potvrzením této teze jsou, bohužel, události minulých dní. To, co předvedli naši činitelé, mající ve svých kompetencích určování našeho budoucího ekonomického vývoje, a tudíž i vývoje turismu, při „systémovém“ rozhodování o zavedení nových sazeb DPH do ekonomického života včetně praxe cestovního ruchu, potvrdilo, že jim

pramalo záleží na dalších podmínkách jeho vývoje, že jejich různé proklamace o významu a podpoře turismu, přednášené při různých příležitostech, nejsou míněna upřímně. Cestovní ruch nebyl a není stále brán jako významné hospodářské „odvětví“. Můžeme snad jen hořkoúsměvně konstatovat, že to není situace nová. Již ve 4. století před naším letopočtem Řek Xenofonos při návrhu nové finanční soustavy, která měla zlepšit hospodářskou situaci Athén, si postěžoval na nedostatečnou podporu a využívání jejich návštěvnosti. Zvýšení sazby DPH se dotkne cca 97 tisíc podnikatelských jednotek v pohostinství a ubytování, které vykazují průměrně ročně cca 120 tisíc zaměstnanců. O kolik se jejich počet sníží, není dnes možno seriózně říci, ale v každém případě toto opatření, které je v život zaváděno více než svérázným způsobem, vytváří nové, horší podnikatelské klima, na které hotelnictví ani pohostinství nebylo připraveno. Jenom pro informaci, hotelové služby jsou zatíženy ve většině evropských zemí nižší sazbou DPH, než bude u nás, např. Francie 5,5 %, Rakousko 10 %, Belgie 6 %, Španělsko 7 %, Švýcarsko 3,6 %. Je to opravdu zvláštní podpora cestovního ruchu ze strany vládních orgánů.

Na konci vlastní paže

Rozhodnutí o zvýšení DPH, které působí podnikatelům v pohostinství, hotelnictví a celém cestovním ruchu vrásky na čele, je zároveň velkou výzvou pro branži, výzvou pro lidské zdroje branže, především pro řídicí lidské zdroje. Jejich důležitost se ještě posílí. Bude záležet, jak odpovědní manažeři dokážou novým podmínkám přizpůsobit marketingové plány, koncepci i strategii, zdali se podaří nalézt adekvátní opatření a tržně přijatelným způsobem je prezentovat poptávce. Určitá část hotelů a pohostinských zařízení bude pravděpodobně nucena zintenzivnit své marketingové vystupování, hledat nové segmenty trhu, novou klientelu. Bude to stát hodně pracovního úsilí a také bude nutno vynaložit další finanční prostředky, nebo přehodnotit jejich dosavadní alokaci. Dochází k tomu v čase, kdy jsme již trvale součástí globálního trhu turismu, a reakci, má-li přinést žádoucí ovoce, by mělo přicházet rychlé, ale zároveň uvážlivé zhodnocení situace, svých možností a výběr optimálního řešení. Negativním důsledkům budou muset čelit všechny podnikatelské subjekty, některé více, některé poněkud méně. Výhodu budou mít bezesporu hotely či restaurace, které jsou součástí velkých mezinárodních řetězců, jež pomohou útrapy snáze překonat. Většina hotelů a pohostinských zařízení takovou možnost mít nebude. Budou muset hledat pomoc „na konci své paže“. Takovýchto „potřebných paží“ bude v každém místě cestovního ruchu vždy několik. Zásadní problém je přitom pro všechny již dnes, a bude i nadále, stejný – nalezení nových zdrojových skupin návštěvníků, zvýšení návštěvnosti místa a nikoliv přetahování se o stávající návštěvníky. To vyžaduje aktivní vystupování na trhu, hledání nových možností, nových kontaktů, nových cest k získání nové klientely atd. Zároveň bude nutno minimalizovat vyvolané náklady. Bez nich to půjde jen ztěžka.

Tři pruty knížete Svatopluka

V této situaci se nabízí jedna stará a známá pravda. Pravda ověřená naší dlouhou historií a ještě delší historií existence lidské společnosti i našich vývojových předchůdců. Snáze a efektivněji se čelí stejným pro-

blémům společně než jednotlivě. Jednotlivě to stojí mnohem více námahy a prostředků a kýženého výsledku nemusí být často ani dosaženo. Poučení ze tří prutů knížete Svatopluka je platné i dnes, je platné i v turismu, hotelnictví a pohostinství. Každý hotel, každá restaurace, každý poskytovatel služeb cestovního ruchu je vždy součástí nějakého místa. Účastník cestovního ruchu je motivován k účasti potřebou uspokojit své specifické potřeby, a nejsou to potřeby spánku či jídla. Jsou to potřeby poznat nová místa, jejich památky, historii, kulturu, udělat něco pro své zdraví např. pobytem v lázních či relaxací odpočinkem u vody či v lesním tichu atd. Vyhledává proto nejdříve vhodné místo svého pobytu – destinaci, a teprve v dalším rozhodovacím kroku vybírá ubytovací a stravovací zařízení a další konkrétní poskytovatele služeb. Nejdříve je nutno přimět turistu, aby si vybral naše město, náš region, v tom si jednotliví podnikatelé v cestovním ruchu nejsou konkurenty nýbrž partnery, a teprve potom, když je turista rozhodnutý, lze soupeřit o to, v kterém hotelu či penzionu bude bydlet. Soupeřit o klienta ještě dříve, než se rozhodl pro návštěvu naší destinace, je nejen pošetilé, ale marketingově nebezpečné a špatné, protože takovýmto chováním nový potenciální klient spíše znejistí, začne být nedůvěřivý a rozhodne se v převažující nabídce pro jinou destinaci, která se chová pro něj srozumitelněji, logičtěji. Pokud se poskytovatelé služeb a další organizace, mající prospěch z cestovního ruchu v místě, včetně řídicích orgánů státní správy a samosprávy v určitých přesně definovaných aktivitách spojí, dosáhnou také cíle, který si vytýčil každý jednotlivě, avšak daleko rychleji, snadněji a levněji. Nastávající situace takovouto příležitostí zcela určitě je a stojí za to zamyslet se, zda princip partnerství, se kterým slaví úspěchy všechny úspěšné státy, regiony i místa, není lepší a efektivnější než vzájemná nevraživost, nepřátelství, cenová válka hotelů, která je především cenovou pastí, smrtící pastí, která je daleko horší a bude mít drastičtější a dlouhodobější důsledky než zvýšení DPH za ubytování.

Situace výzvou

Situace, se kterou bude v nejbližších týdnech a měsících konfrontováno naše hotelnictví a pohostinství vůbec, je výzvou nejen pro provozovatele těchto zařízení, ale i pro ty, kteří napomáhají ke zvyšování kvality lidských zdrojů, tedy pro odborné hotelové školy a především vysoké školy hotelové, ekonomického zaměření a další připravující budoucí řídicí pracovníky či již současné pracovníky (formou kurzů a dalších forem celoživotního vzdělávání) pohostinského sektoru a cestovního ruchu. Vysoká škola hotelová v Praze je připravena spolupracovat s destinacemi – regiony i provozovateli a vlastníky hotelů a dalších ubytova-

cích a pohostinských zařízení a pomoci při hledání řešení problémů, kterým budou naše místa cestovního ruchu i jednotliví provozovatelé služeb v budoucnu muset čelit.

Ing. Karel Nejdl, CSc.
Prorektor Vysoké školy
hotelové v Praze



Ing. Karel Nejdl, CSc.

V evropských souvislostech



Na 27. ledna zvala výkonná ředitelka Best Western Hotelu Vladimír v Ústí nad Labem slečna Hana Štětínová na přátelské setkání při příležitosti otevření nových kongresových prostor tohoto hotelu. Správné centrum Ústeckého kraje si kvalitní kongresový hotel zaslouží. Už proto, že je na české straně, obdobně jako Drážďany na německé, administrativním centrem euroregionu Labe – Elbe.

>> www.hotelvladimir.cz



Bohemia brunch, pohoda rodinného oběda s tradiční českou kuchyní

Můj mladší syn Matouš byl, bohužel, v neděli 8. února 2004 na škole v přírodě, takže přišel o zábavu, která by se mu líbila. Zařadit si v dětském koutku čtyřhvězdičkového hotelu a přitom být účastníkem slavnostního zahajovacího Bohemia brunchu. Nicméně na tento brunch jsem nešel sám, jako jsem nucen na většinu obdobných akcí. Nedělní pozvání platilo i pro rodinné příslušníky a manželka

i starší syn Martin je přijali. A tak jsem se v Mezzo Restaurant Corinthia Panorama Hotelu setkal i s dalšími známými lidmi v obdobné sestavě. Příjemná akce, konstatoval jsem před generálním ředitelem hotelu Corinthia Panorama Hotel panem Kamillem Madejem.

Vzhledem k stále rostoucí popularitě rodinných návštěv brunchů jsme se rozhodli vytvořit nový koncept zaměřený na kulinářské speciality české kuchyně. Od února jej realizujeme pravidelně každou neděli od půl dvanácté do tří odpoledne. Vedle pestrého výběru pokrmů české kuchyně formou švédských stolů s pochoutkami připravovanými šéfkuchaři světové úrovně máme pro nejmladší hosty připravený vami již zmiňovaný dětský koutek s odborným dohledem, spoustou her a soutěží. To vše podbarvuje živá hudba umocňující příjemnou sváteční nedělní atmosféru. Cílem dnešní akce je připomenout se přátelům a upevnit obecné povědomí o našem hotelu vůči veřejnosti. Hodně na něm stavíme, protože právě ono nám bude do budoucna přinášet silné postavení na trhu.



Jaká byla vaše cesta sem, na post generálního ředitele Corinthia Panorama Hotelu?

Před tím, než jsem sem nastoupil, jsem pracoval čtyři roky jako rooms division manager v hotelu Hilton Prague. Sem jsem nastoupil na místo zástupce ředitele hotelu a před rokem mne jmenovali do současné pozice.

Pokud jste tu měl co do činění s personálem, ať co se týče obsluhy či prosté komunikace, dělal na mne rovněž velmi příjemný dojem. Nepřeceňuji svůj význam, a tak se mi lze domnívat, že je to jeho běžný způsob projevu.

V našem hotelu stavíme nejen na špičkovém vybavení, gastronomii, široké škále služeb, ale zejména na personálu. Ten je jednou z našich priorit. Hotelnictví je především o úsměvu, o lidech. Personál Corinthia Panorama Hotelu je naší velkou devizou. Navíc v současné době se zdá, že není až tak důležité, že vám obsluha správně podává talíř zleva nebo zprava, ale že je vlídná a usměvavá, že dobře vypadá a umí se chovat. Pochopitelně to, že umí správně servírovat, je samozřejmostí. Aby ale byl podnik úspěšný, musí mít host dobrý pocit, že je ve správný čas na správném místě, a toto přesvědčení u něj i celkovou atmosféru hotelu vytváří především personál.

>> www.corinthia.cz

Azur Reizen: Egypt, Tunisko a Turecko

Pan Mgr. Adel Dridi je majitelem a ředitelem cestovní kanceláře Azur Reizen, která se osmým rokem profiluje především jako touroperátor na Tunisko. Pane řediteli, ptát se ve vašem případě, proč Tunisko, by bylo řečnickou otázkou. Ostatně Kartaginci byli považováni nejen za zdatné válečníky, ale i obchodníky, a zájezdy do Tuniska se dobře prodávají. Nicméně, proč Tunisko?



Mgr. Adel Dridi

Protože je to moje rodná země. Známi ji nejlépe ze všech destinací a umím využívat jejich předností a turistických atrakcí ku prospěchu našich klientů. To je bezesporu hlavní důvod, proč Tunisko. Mám bezprostřední vztah k tamním hoteliérům i k top managementu letecké společnosti, což mi usnadňuje práci. Už sama trvalá dynamika každoročně se zvyšujícího počtu českých občanů, kteří Tunisko navštíví, napovídá, proč Tunisko. Protože je bezpečnou a pohostinnou zemí. Právem si proto zasluhuje být v českých občanů zavedenou a čím dál oblíbenější středomořskou destinací. I pro gurmány je země zaslíbenou. Klient, který letí za dobré ceny do Tuniska (pokud porovnáme ceny zájezdů se zájezdy do jiných destinací), zde v jejich rámci pozná kvalitní tuniskou a mezinárodní kuchyni. Rozhodně, a to ani v rámci polopenze u naprosto standardních zájezdů, nestrádá malými porcemi a nevýraznou rozmanitostí jídel. To je další z významných důvodů, proč je Tunisko tak oblíbené u českých rodin s dětmi, mladých lidí i seniorů.

Vystudoval jste v Československu a rozhodl se zůstat v Česku...

Všechno byla náhoda. Já jsem se nerozhodl. To je osud. Dostal jsem velkou příležitost, tak jsem tady. Zprvu



v čele dceřiné společnosti holandské Azur Reizen, posléze jako majitel vlastní stejnojmenné cestovní kanceláře.

Podle Tuniského národního úřadu pro cestovní ruch Tunisko loni navštívilo kolem devadesáti tisíc Čechů.

Češi tradičně směřují hlavně do Hammamet, Monastiru a Sousse. Loni ve větší míře začali navštěvovat Tabarku, kam jsme odvezli téměř padesát

procent našich klientů. Tabarka má krásnou a bohatou přírodu. Na rozdíl od většiny území Tuniska při březích Středozemního moře, které nabízí především pláže a památky, jsou na Tabarce krásné lesy sahající až k moři. Tabarka své návštěvníky oslňuje, obdobně jako Egypt, bohatým podmořským životem – flórou i faunou. Jsou zde nádherná místa s korálovými útesy na šnorchlování a potápění. Místní pořadatelé zajišťují řadu výletů do atraktivních míst. Jsou tu podmořské jeskyně a spousta krásných věcí pod hladinou.

Jak je to na Tabarce se školami potápění, instruktory, možností absolvovat potápěčský kurs a získat potápěčský průkaz?

Základní kurzy jsou nabízeny zdarma. Bývají realizovány přímo v hotelových bazénech.

To ale školy potápění ani jejich instruktory neziví...

Pochopitelně, ale vyplácí se jim to. Znáčná část z těch, kteří si vyzkouší, jaké to je pohybovat se pod vodou za pomoci aqualungu, se pak stává účastníky jejich fakultativních akcí na otevřeném moři.

Tabarka se nachází v severozápadní části Tuniska v malebné přírodě. Je zasazena do hornaté krajiny u moře se skalami a lesnatým vnitrozemím, kontrastujícím s písčnými plážemi a korálovými útesy. Díky místy skalnatému pobřeží, písčným plážím a piniovým lesům je rájem rekreatantů, rybářů, jachtařů, pěších turistů i lovců. Především ale je oblíbeným přímořským letoviskem. Moře s rozmanitou faunou a flórou je cílem těch, kteří se rádi potápějí a šnorchlují. Na své si přijdou i milovníci golfu. V pohorí Kroumerie, svažujícím se k Tabarce, rostou korkové duby a eukalypty. Přístav s množstvím rybářských loděk dodává Tabarce specifický kolorit. V západní části přístavu je nejfotografovanější místo – Les Aigüilles – „Jehly“ – erodované skály vyčnívající v bizarních tvarech z vodní hladiny. Na této straně města se nachází oblázková pláž. Na východě jsou pláže písčné. Oblíbeným cílem turistů je další ze symbolů Tabarky – Janovská pevnost z 16. století, která poskytuje krásný výhled na město i ostrov. S přístavem je propojena silnicí, kterou postavili Kartaginci. Hlavní ulice města je lemována kavárnami, restauracemi a obchody, ve kterých je možné koupit korálové šperky, řezbářské výrobky a známé dýmky Bruyere z kořenů vřesovce stromového. Tabarka je místem korálů, hudebních skupin, avantgardních divadelních představení, folkloru, tance, konání mezinárodních festivalů apod.



V Česku na šnorchlování a potápění výrazně vnímaná destinace je egyptské pobřeží Rudého moře, které rovněž máte v nabídce Azur Reizen.





Ano, Egypt je velmi vděčnou celoroční turistickou destinací. Nabízí nepřehledné množství prvořadých turistických cílů včetně starověkých památek a jednoho ze sedmi divů světa – egyptských pyramid. O Rudém moři jste již naznačil, že překypuje bohatým životem. Čeští občané jsou na tom ekonomicky čím dál lépe, a tak si v daleko větší míře mohou dovolit cestovat po celý rok, tzn. pořídit si i další dovolenou v zimě. Pro letošek jsme v Egyptě zvolili Hurghadu. Nabízíme zde hotely od tří hvězdiček výše. Domnívám se, že z každé kategorie hotelů a hotelových resortů se nám do katalogu Azur Reizen podařilo zařadit ty nejlepší.

Ze kterých českých letišť létáte?

Do Egypta z Prahy a do pobytových míst v Turecku, Tunisku a na Tabarku z Brna, Ostravy a Prahy.



Nilu. Fakultativní programy a zájezdy si mohou koupit a zaplatit v Česku i v místě pobytu.

Samolepky s logem Azur Reizen vídávám na výkladních skříních a dveřích cestovních kancelář a agentur po celém území Česka i na Slovensku.



To, jak se vašim klientům bude líbit v Egyptě, a v podstatě kdekoli na světě, hodně záleží na schopnostech vašich delegátů.

Využíváme zkušené vysokoškolsky vzdělané delegáty. Jak Čechy, tak místní občany. Všechno to jsou kvalitní profesionálové, kteří si vědí rady, dokážou poradit a nabídnout, co je třeba. Pochopitelně se klientům Azur Reizen věnují po celou dobu pobytu, hned od příletu.

Jak je to s fakultativními zájezdy?

Ty si naši klienti mohou vybrat a objednat ještě než opustí Českou republiku a vydají se s námi do Turecka, Egypta či Tuniska. Budu-li hovořit o Egyptu, pak od pyramid, návštěvy Luxoru, Asuánu až třeba po plavbu po



Právě svým partnerům – provizním prodejcům Azur Reizen děkuji za to, že loňský rok a předešlé roky pro nás byly tak úspěšné. Snažíme se jim poskytovat co nejlepší podmínky. Nejen obchodní, ale i co se týče uživatelského prostředí, zejména při komunikaci s námi. Součástí naší spolupráce jsou i studijní zájezdy, které pro ně každoročně organizujeme. Během nich své partnery seznamujeme s novými hotely a fakultativními programy, aby věděli, co prodávají. Vycházíme z toho, že daleko lépe a úspěšněji se nabízí a prodává to, co znám osobně. Proto je v našich studijních pobytech vždy zakomponována relaxační část, aby si mohli vyzkoušet, jaké to je užívat si dovolenou s Azur Reizen.

Jak komunikujete se sítí svých prodejců?

Zajistit co největší uživatelský komfort je alfou a omegou úspěchu či nezdaru spolupráce mezi touroperátorem a agenturní sítí provizních prodejců. Investujeme do informačních technologií i do průběžného zdokonalování softwaru. Spolupracujeme s firmou CompuSoft, která nám dodává a ošetřuje rezervační a prodejní program zájezdů. Jsme s ním velmi spokojeni, obdobně jako další touroperátoři – cestovní kanceláře v Česku, na Slovensku a v Maďarsku.



Loni jste vedení firmy přesídlili do nových reprezentativních prostor. I to je signál, že se Azur Reizen daří.

Loňská sezona byla pro nás zatím vůbec nejlepší. Udělali jsme všechno pro to, včetně včasného uzavření zákonného pojištění cestovní kanceláře, aby taková byla i ta letošní.

CK AZUR REIZEN s.r.o.

Revoluční 17, 11000 Praha 1

tel: +420/224828800, 224828811, 224828855

fax: +420/224828866

e-mail: info@azurreizen.cz

>> www.azurreizen.cz



První dáma se zúčastnila

Obecní dům v Praze vznikl jako projev snah o národní sebeurčení, hrdosti a technické vyspělosti své doby. Je místem, kde byla vedena zásadní jednání směřující k vyhlášení samostatnosti a odkud byla vyhlášena Republika československá. V pátek 13. února 2004 se zde, v tomto domě, za přítomnosti první dámy paní Livie Klausové uskutečnil slavnostní večer úspěšné české cestovní kanceláře EXIM tours. Za asistence televizních kamer v reprezentativních prostorách Smetanovy síně paní Livii Klausovou i ostatní přítomné přivítali průvodci večerem, světová top modelka Simona Krainová a populární herec Martin Dejdar. Poté v roli hostitele i předseda představenstva akciové společnosti EXIM tours Ing. Ferid Nasr, který ocenil nejúspěšnější obchodní partnery své cestovní kanceláře a předal paní Livii Klausové finanční dar pro Nadační fond manželů Livie a Václava Klausových. V zábavném programu natáčeném TV Prima vystoupili Karel Gott, Hana Zagorová, Leona Machálková, Martin Maxa, Kamil Střihavka a Těžkej Pokondr. Večer byl zakončen rautem.

Při této příležitosti jsem si dovilil oslovit paní Livii Klausovou. Paní Livie, jaké jsou základní cíle Nadačního fondu manželů Livie a Václava Klausových?

Náš nadační fond podporuje humanitární aktivity fyzických a právnických osob, zaměřené především na podporu projektů a aktivit sociálně zdravotního charakteru a v oblasti vzdělávání. Každý z nás se může v životě ocitnout v těžké situaci, kdy potřebuje pomoc a podporu okolí. Chceme proto podporovat všechny projekty, které pomáhají druhým začlenit se do normálního života a společným úsilím pomoci všem, kteří naši pomoc a zájem potřebují.

Věřím, že všem, co jsme zde, udělala vaše přítomnost velkou radost. Jaký je váš vztah k cestovní kanceláři EXIM tours?

K této cestovní kanceláři mám vztah velmi, velmi dobrý. Kdysi dávno, když jsem poprvé navštívila Tunisko, bylo to s EXIM tourem. Poté jsem s ním ještě jela do Egypta.

Co cestovní ruch a česká ekonomika?

Cestovní ruch je pro Českou republiku důležitou hospodářskou oblastí a ráda bych nejen EXIM tourem, ale všem, kdo v něm podnikají, popřála, aby se jim dařilo.

>> www.eximtours.cz

>> www.nadacnifondklausovych.cz





Rozhlasová výprava do Emauz a za Jakubem Janem Rybou

Pořady Radia Praha představují zahraničním posluchačům české přírodní i kulturní památky a snaží se u nich vzbudit zájem o náštvu naší země. Se Zdenkou Kuchyňkovou, autorkou pořadu Cestujeme, se dnes vydáme do Emauzského kláštera a do rodiště Jana Jakuba Ryby – Rožmitálu pod Třemšínem.

Francouzští králové při korunovaci

Klášter Emauz představuje zvláštní spojení středověké a moderní architektury. Už zdaleka poukazuje pozornost jeho špičaté betonové věže, které jsou dílem poválečné rekonstrukce. Ale začneme od začátku. Klášter Emauz byl založen ještě před vznikem Nového Města pražského. Původně se nazýval Na Slovanech, protože tu působili tzv. hlaholáši, benediktinští mniši, kteří přišli z oblasti Chorvatska. Karel IV. totiž chtěl, aby v Praze byla prováděna liturgie i v jiném jazyce než v latině. Pokud klášter navštívíte, můžete se od průvodce Stanislava Marchala dozvědět, že v něm vznikl i unikátní tzv. remešský evangeliář. První z jeho dvou částí vznikla na Kyjevské Rusi a byla psána cyrilicí. Druhá ve zdejší klášteře a byla psána hlaholicí. Dohromady to bylo svázáno v jednu knihu, která byla poslána do Cařihradu jako dar zdejšího kláštera. V Cařihradě tuto knihu prodali remešskému arcibiskupovi. Ten ji koupil v domnění, že se jedná o originál knihy napsané Svatým Jeronýmem. A tak se stalo, že až do počátku 18. století, kdy vyšla najevo pravda, francouzští králové při korunovaci v remešské katedrále slavnostně přísahali na evangelium, které částečně vzniklo v Praze.

14. února 1945 přímý zásah

Klášter byl slavnostně vysvěcen 29. března roku 1372. Vzhledem k tomu, že se ten den četlo evangelium o Kristovi a učednících z Emauz, dostal název Emauzy. Nejpozoruhodnějším místem kostela je gotický ambis z osmdesátí výjevy ze Starého a Nového zákona. Říká se mu Bible chudých, protože v době, kdy prostí lidé neuměli číst, se s biblickými příběhy seznamovali pomocí obrazů. Emauzy byly jediným klášterem, který přežil dobu husitskou. Zdejší kanovník Pavel Kříž se s husity dohodl a přijímalo se zde pod obojí. Svoji nejnovější novogotickou podobu získal klášter v 19. století, kdy se zde usadili tzv. beuronští benediktinští z Německa. Klidný mnišský život tu plynul až do sklonku druhé svě-



tové války, kdy Praha prožívala silné spojenecké bombardování. 14. února 1945 dostal klášter Emauzy přímý zásah. Klášterní kostel byl prakticky zničen. Dílo zkázy bylo dokonáno počátkem 50. let, kdy byl zrušen a zabrán. Stalo se z něj skladiště. V 60. letech byl kostel rekonstruován, ale svému původnímu účelu začal sloužit až v 90. letech. Kostel byl vysvěcen teprve v loňském roce. Při procházkách v okolí Karlova náměstí se můžete jeho krásou pokochat i vy.

Varhany, na které Ryba hrál vánoční mše

Nyní se z Prahy přenesme do brdské pahorkatiny, do Rožmitálu pod Třemšínem, kde před dvěma sty lety prožil svůj tragický osud učitel a skladatel slavné vánoční mše Jakub Jan Ryba. Na naléhání otce začal Ryba svůj život jako učitel právě v Rožmitálu. Snažil se pozvednout místní školu, ale dostal se do konfliktu s farářem. Dokonce ani svatbu nemohl mít v kostele. Po nocích skládal. Vyčerpávající způsob života na něm zanechal svou stopu. V dubnu 1815, kdy mu bylo necelých padesát let, spáchal v brdských lesích sebevraždu. Zanechal po sobě celkem třináct dětí, nejmladšímu bylo pět let. Rodinu zachránil učitelský pomocník, který se oženil s Rybovou vdovou. Ryba není jen autorem vánoční mše. Složil přes tisíc různých skladeb. Řada z nich se nedochovala. Co se však zachovalo dodnes, jsou varhany v rožmitalském kostele, na které Ryba hrál. Vánoční mše, k níž Ryba složil hudbu i slova, byla přeložena do několika jazyků. Prováděna bývá nejen v mnoha evropských zemích, ale i v Kanadě a na Novém Zélandu. O takovém úspěchu Jakub Jan Ryba ani nesnil. Sám vánoční mši nepovažoval za příliš významnou skladbu. Snažil se především o to, aby v kostele zněla čeština.



FOTO: Ondřej Besperát

Čedok obdržel certifikát ISO 9001:2001

Čedok získal certifikát systému managementu jakosti podle normy ČSN EN ISO 9001:2001. Z velkých tuzemských cestovních kanceláří se jedná o první, která byla certifikována. Získání certifikátu odráží dlouholetou filozofii společnosti zaměřenou na poskytování služeb na nejvyšší úrovni za optimální cenu. Čedok tak potvrdil, že dosahuje kvalitativních parametrů jakosti, které jsou obvyklé v zemích Evropské unie, jejíž součástí se Česko zanedlouho stane. Cestovní kancelář Čedok započala přípravu na získání certifikátu v únoru 2003 a obdržela jej ve čtvrtek 12. února při příležitosti prvního dne veletrhu cestovního ruchu Holiday World.

-TB-



FOTO: Ondřej Besperát



Možná právě proto je skladba tak působivá. Jak dodává Ivana Hoyerová ze Společnosti Jakuba Jana Ryby, nejlepší se si vychutnat vánoční mši na Štědrý večer: „V Rožmitále je půlnoční velice slavná. O Vánocích ji slyšíte všude, v rádiu, v televizi, ale přece jenom na živo je to něco jiného. V kostele bývá nabitě, lidé stojí venku. Atmosféra je kouzelná.“ Tyto i další informace o českých pamětihodnostech si můžete přečíst na adrese

>> www.radio.cz/cz/aktualni/cestujeme

Miroslav Krupička

Malajsie v hotelu Kampa

Miroslav Radaković, jednatel společnosti Time Travel, vítal 12. února v Rytířském sále Best Western hotelu Kampa v Praze na Malé Straně účastníky galavečera, jehož pořadatelé byly cestovní kancelář Time Travel, Malajský úřad pro cestovní ruch a hotelový řetězec Pan Hotels. Hosty čekalo nejen vynikající pohoštění, ale i neméně atraktivní vystoupení malajské taneční skupiny „Malaysian cultural dance group“, vyhlášení deseti nejúspěšnějších obchodních partnerů cestovní kanceláře Time travel pro rok 2003 z Česka a Slovenska a losování atraktivních cen, např. leteckého zájezdu pro dvě osoby společností Malaysia Airlines na ostrov Langkawi nebo all inclusive pobytu pro dvě osoby v pětihvězdičkovém hotelu Sec Club Stella di Mare v Egyptě.

>> www.time-travel.cz

>> www.tourismmalaysia.de



Zlato pro Českou republiku



Ing. Josef Vozdecký

Bohemia Sekt Prestige získal v konkurenci 766 vzorků z 28 zemí světa zlatou medaili a titul World Champion na 49. ročníku mezinárodního konkurzu vín O. I. V. v Lublani.

S panem Vozdeckým jsme se potkali loni koncem listopadu na Pražském hradě, když v přítomnosti našeho prezidenta přebíral ocenění v rámci „Českých 100 nejlepších 2003“. Rozličné slavnostní okamžiky bývají spojovány připitkem šumivými víny. V Česku nejčastěji od firmy Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská akciová společnost. Generálního ředitele a předsedy jejího představenstva pana inženýra Josefa Vozdeckého jsem se zeptal, jaký osud jej zavál z jižní Moravy až na západ Čech do Starého Plzece.

Po maturitě jsem nastoupil na Vysokou školu zemědělskou v Brně. Diplomovou práci „Vliv ekologických podmínek na jakost a historii vína“ jsem dělal u pana profesora Krause a Ing. Švejcara. V roce 1970 jsem školu úspěšně ukončil. Obor mne ohromně zajímal. Dozvěděl jsem se, že se ve Starém Plzenci bude začínat s novou technologií. Hledali vedoucího laboratoře a já měl to štěstí, že mne ještě v roce 1970 přijali. Stal jsem se směnovým technologem s mistrovskou funkcí, později technickým kontrolo-



rem. V roce 1989 si mne zaměstnanci Českých vinařských závodů (patřilo nám šest závodů: tři v Praze – Vrsovice, Nusle, Vysočany a Žamberk, Chomutov a Starý Plzenec) zvolili za svého podnikového ředitele. Přišel listopad 1989. S důvěrou nebyl problém. Došlo ale k atomizaci podniku. Vrátil jsem se do Starého Plzece, protože zde žila moje rodina. Pokračoval jsem dál na postu šéfa státního podniku a transformoval jej na akciovou společnost. Ze začátku přes rozdrobenou strukturu vyplývající z kuponové privatizace. Nicméně takto atomizovaný podnik nebyl schopen konkurovat něčemu silnějšímu. Začali jsme budovat uskupení podniků v České republice. První

akvizicí bylo spojení s vinařským družstvem v Sedleci u Mikulova. Založili jsme firmu Českomoravské vinné sklepy. Koupili jsme první pozemky, na nichž jsme vysadili vinice. Koupili a pronajali další vinice atd. Dnes máme dvě stě čtyřicet dva hektary vlastních vinic. Pak následovala akvizice do firmy Víno Mikulov, kde máme pětasedmdesátiprocentní podíl. Koupili jsme Bzeneckou vinohradnickou společnost se sto padesáti čtyřmi hektary vinic, Révovin Velké Bílovice.

Stali jste se tak největším a nejvýznamnějším producentem vín v Česku...

Ano, vinařské uskupení Bohemia Sekt dělá ročně dvacet osm a půl milionu litrů vína, tj. 35 milionů lahví a obrát 1,6 miliardy korun. Máme větší než 20% podíl na trhu všech vín v Česku a 78% podíl na trhu šumivých vín. Jsme uskupením, které je velmi dobře připraveno na vstup do Evropské unie. Jsme přesvědčení výrobci značkového zboží. Ocenění a medaile z mezinárodních veletrhů a výstav svědčí o vysoké kvalitě a chuťové výjimečnosti našich vín. Šumivá vína Bohemia Sekt jsou součástí pabulního cateringu ČSA, byla zařazena do nápojových lístků gastronomických zařízení Pražského hradu a jsou s úspěchem podávána při významných akcích pořádaných Kanceláří prezidenta republiky a diplomatickými službami. Jsou exportována do čtrnácti zemí světa, kde si získávají příznivce a obdivovatele. Kolekce produktů uskupení je popravdě bohatá. Od sektu Bohemia Sekt po klidná vína značky Víno Mikulov, Habánské sklepy a Vinařství Pavlov. Najdete v ní proto vedle šumivých vín také svěží přírodní vína oceňovaná odborníky i laiky, sestavovaná z nejkvalitnějších odrůd, lehké alkoholické nápoje Avanti a v neposlední řadě také oblíbená dezertní vína. Pro nejnáročnější příznivce vín je kolekce doplněna o nabídku výjimečných archivních vín z několika jihozemských vinařských oblastí.

V čem je jádro pudla úspěchů firmy Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská akciová společnost?

V kvalitě. V kvalitě lidí, technologií i organizace práce. Jedním z důležitých předpokladů vysoké kvality našich výrobků jsou vína z jihu Moravy. Výběr vín patří zkušeným sklepním-



Ve Starém Plzenci, na stejném místě jako před stovkami let, jsou vinné sklepy patřící dnes společnosti Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská a.s. Desetimetrová hloubka, rozloha 3800 čtverečních metrů, konstantní teplota, to jsou ideální podmínky pro zrání vína. Právě zde se spojuje vinařská tradice se špičkovou technologií světové úrovně. Zkušenosti, které tu před více než padesáti lety předával známý vinařský odborník Louis Girardot z kraje Champagne ve Francii, našly ve Starém Plzenci pozorné posluchače a tvůrčí pokračovatele.



Bohemia Sekt

rům. Tito umělci sektů a vín používají při své práci cit vypěstovaný mnohaletou praxí, tradiční metody a zkušenosti předávané z generace na generaci, spojené se špičkovou technologií. Počátkem roku 2001 jsme představili dlouhodobou strategii zaměřenou na upevňování a posilování pozice našeho uskupení, profilování akciové společnosti Bohemia Sekt ve Starém Plzenci jako renomovaného výrobce šumivých vín a akciové společnosti Víno Mikulov jako nejvýznamnějšího výrobce révových tichých vín v České republice. V průběhu roku 2001 pak byla v rámci vlastního rozvoje uskupení úspěšně dokončena koncentrace výroby do těchto dvou výrobních center. Starý Plzenec se tak nyní specializuje pouze na výrobu šumivých vín. Do rozšíření a modernizace kapacit tu bylo investováno více než sto padesát milionů korun.

Koncem roku 1998 jsem se ve Smetanově síni v Obecním domě v Praze zúčastnil slavnostního křtu Bohemia Sekt Prestige, avizovaného jako šumivé víno pro nové tisíciletí.

To je velmi úspěšný produkt. Největšího úspěchu a světového uznání se mu i firmě Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská a.s. dostalo loni, kdy pro Českou republiku v roce 2003 získal zlatou medaili a titul World Champion v konkurenci 766 vzorků z 28 zemí světa na 49. ročníku Mezinárodního konkurzu vín organizovaném O.I.V. (Mezinárodní organizací pro vinařství) v Lublani.

➤ www.bohsekt.cz



Likvidační charakter

Národní federace hotelů a restaurací České republiky a Asociace cestovních kanceláří České republiky jsou zhozeny výsledky jednání koaličních partnerů české vlády.

Nejenže správci Česka nevyjednali, tak jako v mnoha dalších přístupných zemích, alespoň výjimky v DPH, ale po jednání v Kolodějích zjišťujeme, že nejen stravovací, ale i ubytovací služby jsou přerazeny do základní sazby daně z přidané hodnoty.

Svým krokem vláda ukázala, jak to myslí s podporou rozvoje cestovního ruchu v České republice.

Pokud bude tento krok realizován, dojde k zastavení investic do průmyslu cestovního ruchu, protože zahraniční investoři nebudou chtít vstupovat na český trh. Promítnutí zvýšené sazby do cen bude mít za následek pokles domácího cestovního ruchu, pokles příjezdového cestovního ruchu a tím i devizových příjmů státu z této činnosti v době, kdy se incoming do České republiky vzpamatovává z několikaleté stagnace. Je více než samozřejmostí, že dojde k výraznému poklesu tvorby pracovních příležitostí, protože podnikatelé budou muset hledat zdroje, aby mohli státu odvádět o 14 % víc než doposud. Je nutné si uvědomit, že průměrná ziskovost těchto provozů se pohybuje mezi 0–9 %.

Jsmo více než přesvědčeni, že tento krok bude mít likvidační charakter především pro menší provozní jednotky, kterých je více než 94 % všech ubytovacích a stravovacích zařízení v Česku.

Po zavedení přísných hygienických norem Evropské unie do podmínek České republiky a nezbytných investic do technologií, povinného pojištění cestovních kanceláří a mnoha dalších momentů, které museli čeští podnikatelé podstoupit, je tento krok vlády další nemilosrdnou ranou zasazenou průmyslu cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomii.



Aplikací základní sazby daně z přidané hodnoty na ubytovací služby v této výši se Česká republika zařazuje na druhé místo v Evropě, hned za Dánsko.

Je nutné konstatovat fakt, že bez přípravy na takovou změnu je negativní dopad na české podnikatele ještě více zničující. Jen plánované investiční akce na letošní rok, které podnikatelé nebudou moci krýt z vlastních zdrojů, neboť jim je odčerpá stát. V uzavřených obchodních smlouvách se zahraničními obchodními partnery a ani s domácími nelze nic měnit. Katalogy jsou vytištěny a příjezdový cestovní ruch nebude s to akceptovat zvýšení daně.

Jsmo přesvědčeni, že je to pro české podnikatele neúnosné.

Výsledný efekt nebude pro českou ekonomiku přínosem. Naopak! Dlouhodobě sníží konkurenceschopnost jednoho z jejích nejperspektivnějších odvětví.

Roman Vacho, prezident Národní federace hotelů a restaurací České republiky

Michal Šeba, předseda Asociace cestovních kanceláří České republiky



V Hotelu Expo zejména Meeting Point

13. února v pražském Hotelu Expo zasedal Výstavní výbor veletrhů GO a Regiontour. Za akciovou společnost Veletrhy Brno zde byli Radek Pažout, Miloň Mičák, Jan Šilhánek a Jana Třetinová, za Národní federaci hotelů a restaurací ČR jej prezident Roman Vacho, za Asociaci českých cestovních kanceláří a agentur Jan Zemek a Michal Weber, za Asociaci leteckých



provozovatelů ČR Jan Lajka, za Ligu pro cestovní ruch Jaromír Kaic, za Asociaci cestovních kanceláří ČR Oldřich Freidinger a za Komisi pro cestovní ruch při Asociaci krajů Čestmír Jung. Členové výboru konstatovali výrazný posun od posledního ročníku veletrhů z hlediska kvality, obsazení i odborného doprovodného programu, jehož vyvrcholením byl profesionálně odvedený dvoudenní workshop – Meeting Point, jehož se zúčastnilo na sto dvacet zahraničních touroperátorů a odborných novinářů z dvanácti zemí světa. Členové výboru proto doporučili pokračovat v nastoleném trendu intenzivní diskuse s vystavovatelskými subjekty, a zejména pak s reprezentací krajů.

>> www.bvv.cz



BVV



Veletrhy
Brno

Pivo, moje zaměstnání, láska i hobby

Předsedu představenstva a generálního ředitele akciové společnosti Starobrnno Ing. Františka Krakeše jsem oslovil s tím, že loňský rok byl hospodářsky nejúspěšnějším rokem Starobrnna. Jenom tropickými vedry to ale, pane předsedo, nebylo.

Nejenom počasím. Začalo se zúčtovat naše dlouholeté úsilí na zvýšení úrovně značky Starobrnno a na jejím prosazení se na trhu. Ve stále důkladnějším managementu nákladů a rozumné míře investic. Daří se nám bez úvěrů investovat tak, abychom se mohli dynamicky rozvíjet ve všech oblastech. Tržby společnosti za loňský rok vykázaly rekordní navýšení o 9,9 %. Toto navýšení přičítám mj. vyššímu prodeji vícecestupňových pív a 20 % zvýšení tržeb z exportu. Pozitivnímu trendu napomohlo i spojení skupiny Heineken Group s většinovým vlastníkem společnosti Starobrnno, a.s., které přineslo zkvalitnění našeho ratingu. Nová rodina Brau Union AG, vzniklá na základě uzavřené smlouvy mezi BBAG a Heinekenem, do které patří i Starobrnno, a.s., se stala nejsilnější středoevropskou pivovarnickou skupinou. Starobrnno se tak otevírají další šance na poli exportu. Značka Starobrnno se dostala mezi exportní značky skupiny. Velké synergické efekty rovněž vidím



Ing. František Krakeš

v možnostech využití koncernového know-how v marketingu, obchodu, logistiky a řídicích procesech. Od ledna 2004 počítáme i s větším prodejem v rámci distribuční sítě Heineken Slovensko, a.s., která je lídrem slovenského trhu.

Jak jste se dostal k pivovarnictví?

Má původní profese je pivovarník. Studoval jsem pivovarskou školu v Praze. Tehdy se jmenovala Průmyslová škola potravinářské chemie, dnes Střední průmyslová škola potravinářské technologie. Potom jsem šel na vysokou školu ekonomickou. Celý život působím v pivovarsko-sladařském průmyslu, z toho posledních čtyřicet let v průmyslu pivovarnickém. V různých funkcích jsem měl stále co činit s pivem. Pivo je moje zaměstnání, láska i hobby.

V desátém vydání loňského VŠudybylu (str. 25) s předsedou představenstva

a generálním ředitelem firmy STOCK Plzeň a. s. Ing. Martinem Petráškem hovoříme o tom, že jsme mistry světa v pití alkoholů. Já osobně jsem přesvědčen, že s průměrnou spotřebou piva na hlavu nám ale velmi výrazně pomáhají zahraniční návštěvníci České republiky.

Samozřejmě, na pivo se pořádají celé cílené turistické výpravy. Proč ne? Ostatně, co děláme my Češi o dovolených, obzvláště v zemích vyhlášených svou pohostinností?

Meditujeme, pane generální řediteli, meditujeme. U olomoucké kapely jsme tomu říkali, že chodíme do knihovny, přičemž pivo bylo v našem slangu lehčí brožovaná literatura. Takže, pokud bych na vaši řečnickou otázku směl odpovědět v tomto nadneseném duchu, co my Češi děláme o dovolených, odpověděl bych, že se z nás stávají pěkní knihomolové schopní strávit značné množství nejen lehké, ale i těžké literatury.





Ing. František Krakeš, Ing. Jarmila Lacinová a Ing. Jiří Imrýšek

Podařilo se nám vytvořit dostatečné kapacity, aby se mohlo při vhodné technologii a skutečně náročném způsobu řízení dosáhnout chuťových změn, které vynesly značku Starobno na špičku mezi českým pivy.

Bať, je to špicové hmelek! Říká to i sám praotec Morava. Co se týče výrobních technologií, tam se moc soupeřit nedá. Pro tak ekonomicky silnou firmu, jako je akciová společnost Starobno, není problém pořídít si to nejlepší, čím

Pověst českého piva se stále více prosazuje ve světě. Je nejen vysoce kvalitní, ale pro zahraniční turisty i cenově snadno dostupné. Co se týče podílu zahraničních návštěvníků Česka na spotřebě piva, existují jakési odhady. Můj odhad je, že na spotřebě, která v České republice celkově činí kolem šestnácti milionů hektolitrů, se zahraniční cestovní ruch podílí zhruba deseti procenty.

Zase aby všechno odřel především našinec... Ještěže brněnský hantec v malebném televizním spotu po-



mohl Starobno k nebývalé proslulosti v našich zemích.

Nejen tato reklama, ale všechny naše výstupy v reklamě jsou součástí naší marketingové strategie, která sleduje stále větší prosazování značky a zviditelňování našich produktů v návaznosti na jejich špičkovou kvalitu.

Všudybyl oslovuje mnohé vrcholné profesionály ze světa velké gastronomie. Jakou zde uplatňujete strategie?

Pochopitelně nám záleží na tom, nakolik se dokážeme uplatnit v nejvyšší gastronomické skupině. Takové reference zvyšují image značky. Zejména v Brně a na jižní Moravě se nám to daří velice dobře.

Pod vaši společnost patří i znojemský pivovar.

Je to tak, a pivovar Hostan je rovněž velmi úspěšný. Na našich dobrých hospodářských výsledcích se podílí stejnou měrou jako pivovar Starobno.

Pamatuji doby... Pamatuji toho tolik, že už si skoro nic nepamatuji. Ni méně, buď jsem dozrál já, anebo dozrála vaše piva. Ale i velcí kluci povídali, že Starobno je teď lepší než kdy předtím. Čím se to zlomilo?

To se nezlomilo najednou. Je za tím dlouholetá práce v oblasti řízení, technologie a zejména investice.



Pavel Bekení - sládek a Ing. František Krakeš - předseda představenstva

trh disponuje. Vzдор vši špičkové technologii věřím, že tradiční české pivo je dodnes o lidském faktoru.

Lidský faktor a lidé sehrávají nejvýznamnější roli. Hlavní slovo u nás má náš pan vrchní sládek Petr Hauskrecht. A je vynikající. Nejen proto, že disponuje nejmodernější technologií, ale protože umí. Má to od pánaboha. Se svými zkušenostmi, využitím tradičních receptur a úžasně specificky



kreativním přístupem a vztahem ke každému ze spolupracovníků je dokáže motivovat tak, že společně vytváří to, co vytváří.

No, nebojte se to říci, jedno z nejocetovanějších piv posledních let. Pane předsedo, náš rozhovor se zatím točil kolem Starobna. Proč ale máte rád město, které vašemu pivovaru propůjčilo své jméno?

Teď odbočím a uvedu příklad z Rakouska. Spousta obcí si na začátku svého území s uvedením svého jména zároveň dává označení, že jde o tzv. klimatické lázně. Já se domnívám, že v dnešním uspěchaném, přetechizovaném životě, se spoustou automobilů, hluku a mnohých obtěžujících faktorů pro obyvatele, je Brno oázou mezi městy, která se počtem blíží půl milionu obyvatel. Podle mého názoru se



Starobno - Festival dobré nálady

tu díky dobré práci magistrátu podařilo vytvořit podmínky pro velmi slušný život. A já, když se vracím do Brna odněkud zvenku, mám vždy pocit, že jsem přijel do těch lázní (nikoliv klimatických, nechtěl bych v Brně přeceňovat vzduch), které velmi pozitivně působí na nervovou soustavu. Brno má velkou kulturní dimenzi jak z hlediska minulosti, tak současnosti. Jsou zde špičkoví tvůrci, kteří Brno nikdy neopustili a kteří



areál pivovaru Starobno

vytváří brněnskou atmosféru. Jako příklad mohu uvést Městské divadlo v Brně, které považuji za špičkové muzikálové nejen v českém, ale celoevropském kontextu. Pokud se mu začátkem října tohoto roku podaří otevřít novou scénu, dostane ještě lepší technické podmínky k tomu, aby mohlo realizovat své tvůrčí nápady. Starobno ale podporuje nejen Městské divadlo v Brně. S brněnským magistrátem spolupracujeme na celoměstských akcích. Spolupracujeme s Masarykovou univerzitou a při celé řadě kulturních akcí, které jsou s Brnem spojeny.

Podle toho, kam jsou dislokovány managementy největších pivovarnických uskupení, je možné usuzovat, že Brno získává silnou pozici být hlavním městem piva České republiky. Nicméně, dovolte mi, pane předsedo, závěrem otázku, kam směřuje pivovarnictví jako takové?

Velmi často se nad tím zamýšlím. Globalizaci světového hospodářství lze těžko odolat. V České republice využíváme výhody, že zde máme konzumenta, který je orientován na tradiční české pivo, a z tohoto důvodu se nám daří trendům globalizace odolávat. Naši snahou, a zřejmě i životaschopným strategickým obchodním záměrem, je uchovat pro další generace požitky z typického českého piva. Chceme prosazovat, aby toto bylo respektováno.

>> www.starobno.cz



Vyzkoušet si, jak se na takovém zařízení pracuje

O lidech a lidských zdrojích, jež jsou hlavním tématem tohoto vydání VŠU-dybylu, se stejně nejlépe vykládá v hospodě. Majitel společnosti CITUS PRAHA spol. s r.o. pan Josef Dvorský, jehož firma podniká v zařízeních a službách pro gastronomii, fast food, chlazení a prodejní provozy, byl tak laskav, že přijal mé pozvání na pivo. A tak jsme v zátiší Spilky Novoměstského pivovaru v Praze pod laskavým dohledem plavčíka Jandáčka dělali to, co obvykle chlapi v hospodě dělají – povídali si o práci.



Josef Dvorský

Ať je to zaměstnavatel nebo zaměstnanec nebo veřejný činitel. Podstata se skrývá se záměrným cílem nebo podvědomě, aby okolí mohlo dotyčného vidět tak, jak se domnívá, že je potřeba. U nás ve firmě se vystřídalo už pár lidí. Několikrát jsem byl o někom přesvědčen: „To to je korunní princ,“ ale zatím to vždycky skončilo na nějakém problému, který vypučel poté, co dotyčný vypadl ze své herecké role. Odhadnout, kdo je co a jaký bude, to prakticky nejde.

Pane Dvorský, jak jste se dostal k tomuto podnikání?

To bylo tak: Zazvonil zvonec a pohádka nebyl konec, protože jsem si uvědomil, že pokud neuchopím příležitost v ten okamžik, může se mi stát, že vlaky začnou odjíždět a já si budu říkat: „Mohl jsem jet v kupé, ale jedu jenom na stupátku.“ Proto jsem se dal dohromady s rakouským společníkem, který měl ideu a neustále mne přesvědčoval: „Děláme to proto, abychom z toho něco měli,“ a já netušil, že nemusím být mezi těmi, kteří by z toho měli něco mít. Bylo to drahé školné, leč naučil jsem se přitom spoustu věcí! Naučil jsem se hlavně to, že ne každá věc, která na první pohled vypadá skvostně, je skvostná. Že ne každý člověk je tak dokonalý, jak se zdá na první pohled. Jeden známý mi na toto téma říkával: „Když ti někdo nastrkuje před oči nějaký obraz a tvrdí, že to máš právě tak vidět, ptej se, proč.“ Stalo se zavedenou věcí, že si tu na něco hraje. Co si předstíráme.

Řád je základem všeho, co funguje. Organizace, kdy kolize jsou obrovskou výjimkou, je největším zázrakem vesmíru. Je možné, že i vesmír někdy zkolabuje. U organizace práce lidí k tomu dochází poměrně často...

Firma se dá vést dvěma způsoby. Buď spolupracujete s loajálními a tvořivými lidmi, a pak je nemusíte



svazovat striktními předpisy a mít až tak exponované kontrolní systémy. Jestliže uděláte jenom předpisy a lidi nastrkáte do škatulek, pravděpodobně brzy uslyšíte výhrady typu: „To nemám v popisu práce...“ V tomto případě musí být dokonalý systém kontroly,



aby nenastaly excesy, které by ohrožily ekonomické výsledky a pověst podniku. Má očekávání jsou v mezích reality. Někde mezi tím.

Kdo by se domníval, že cinkání klíčů v roce 1989 v Praze na Václavském náměstí odzvonilo totalitním manýrám, kdy lidé předstírali, že pracují, a stát na oplátku, že je za to platí, je na omylu. Mnozí lidé, když říkají, že hledají práci, stále hledají, kam by docházeli pro podporu v zaměstnanosti.

Ano, představy značné části těch, kteří hledají práci, se od počátku devadesátých let příliš nezměnily. Jsem přesvědčen, že by se každý měl podívat někam, kde funguje tržní hospodářství a trochu si je zažít na vlastní kůži. Soukromá firma může na mzdy vydat pouze to, co vydělá. Někoho přelácat se nevyplácí. I když přeplatíte „hotového člověka“ z jiné firmy, můžete zjistit, že nezapadá do týmu. Obzvláště menší fir-

my jsou velmi citlivé na to, jak spolu zaměstnanci vycházejí.

Hraje se na výsledky. Podle nich je firma CITUS PRAHA, zřejmě i co se týče lidského potenciálu, úspěšná. Zabýváte se dovozem a servisem značkových technologií a jejich uplatňováním v gastronomických provozech.

Naše firma vznikla v roce 1991. Sídlíme na viditelném frekventovaném místě, takže se na nás klienti často sami obrací. Poté,



koliv před rozhodováním, jak a čím vybavit svůj gastroprovoz, může přijít do našeho předváděcího centra, podívat se nebo vyslat šéfkuchaře, aby si osobně vyzkoušel, jak se na takovém zařízení pracuje.

Evropská unie a její předpisy, které na gastronomii dolehnu, otvírají nový pohled na



– evropské asociace distributorů zařízení pro gastronomii, která úzce spolupracuje s NAFEM – organizací amerických výrobců gastronomických zařízení. Právě díky tomu jsme včas věděli, že např. KFC vstoupí na náš trh. Pro naše potenciální zákazníky pak je příjemné zjištění, že díky nám tady v Česku firmy Hobart, WMF, MKN, Henny Penny, Frymaster, Costan, Taylor aj. mají svého distributora a servisní zázemí.



co jsme vytvořili vlastní servisní úsek, jsme se u řady prestižních klientů dokázali prosadit i jako servismani. Jejich reference pak motivují další, poptat se právě u nás. Jsme vyhledáváni i kvůli svým projektantům, z nichž jeden umí velice krásné věci „3D“ a často s nimi vyhrává soutěže. Někdy mám říkají, že to, co tvoří, jsou fotografie. Nejsou. On to tak umí.



projektování a dodávky gastronomických technologií.

A my máme znalosti i prostředky, jak účinně poradit. Jednoduché konzultace provádíme bezplatně. Pokud klientovi kdosi řekne jiný názor, než slyší od nás, ve smyslu: „To je dobrý, takhle to stačí...“, stejně se pak zpravidla obrací na nás. V každé branži existují různé kvality a úroveň péče o zákazníka. Od tzv. „obývacích firem“, které se orientují pouze na



Začátkem března v Praze v Argentinské ulici otevíráte nově modernizované předváděcí centrum.

Rozhodnutí vytvořit předváděcí centrum vyplynulo ze zahraničních zkušeností, kde většina výrobních firem taková centra má. Některé, zejména složitější technologie, lze daleko účinněji prezentovat přímo v praxi. Stojí-li kdo-



Snažíme se investovat do vlastních lidí. Ať už je to odbornými školeními u našich zahraničních dodavatelů anebo výukou cizích jazyků 2x týdně přímo v naší firmě. V dnešní době jsou cizí jazyky pro nás důležité nejen proto, že vcházíme do Evropské unie, ale i proto, že jsme ve stálém kontaktu s našimi zahraničními dodavateli.

Pracujeme i pro řetězce rychlého občerstvení. Dodáváme pro Kentucky Fried Chicken, Big Food i pro rychlé občerstvení, které si vytváří firma Spak, Spak's-Fresh & Crispy. Dodáváme a instalujeme jim tlakové i otevřené fritézy, obalovací stroje, marinátory, průchozí pece na pizzu, kynárny, hnětací stroje, rotační grily, konvektomaty, teplé holdingy, teplé i chlazené výdejní pulty, chladicí a mrazicí technologie, kompletní varné bloky, zajišťujeme pro ně vybavení připraven, skladů i interiérů. V Česku jsme asi jedinou firmou, která je členem EFEDA



to, něco prodát, až po firmy zastupující světové značky. My se zákazníka snažíme přesvědčit, že by si svůj požadavek měl nechat zpracovat s výhledem do budoucna tak, aby za pár let neměl problémy. Aby mu např. hygienik neřekl: „No, takhle to doplňovat nemůžete...“ Další rozvoj už musí být zakončován do původního projektu. Pouhým doplněním dalších technologií do připravených pozic a jejich napojením na do té doby sice zakonzervované, ale již zbudované přípojky energie, vody a odpad zákazník ušetří spoustu stresu, finančních prostředků atd., protože každé bourání a hrubý stavební zásah v gastronomickém provozu představují velké ochromení.

>> www.citus.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



1. ročník soutěže „O pohár Neptuna“

27. ledna e v hotelu Adria v Praze uskutečnila kuchařská soutěž učňovské mládeže „O pohár Neptuna“. Pořadateli byly hotel Adria a Soukromé SOU stravování a cestovního ruchu. Kromě palce držících rodičů a spolužáků, soutěž zhlédla řada šéfkuchařů, členů Asociace kuchařů a cukrářů a dalších osobností. Předsedou technické komise byl pan Radek David, nositel titulu Kuchař roku 2001/2002, předsedou degustační komise pan Jan Pýcha a jedním z členů pan Ladislav Nodl, Mistr kuchař, nestor české gastronomie.

Soutěže se zúčastnilo osm reprezentantů z hotelů Adria, Radisson SAS Alcron, Villa Voyta, Dorint Don Giovanni, Ibis Karlín a z Restaurace U Pinkasů. Při pódiovém vystoupení připravovali „2 porce salátu jako předkrm“. Po tříhodinovém maratónu se výhercem soutěže, a tedy i putovního poháru, prestižní kuchařské blůzy s vyšitým oceněním a dalších věcných cen, stal



osmnáctiletý učeň 3. ročníku pan Jakub Urban, který vykonává praxi v hotelu Adria, se soutěžním salátem „Variace trhaných salátů a čekanky v rýžovém košíčku s medovo-koriandrovým dresinkem a řeřichovým



další ročník soutěže, ale pokusit se rozšířit soutěž i pro další profese: cukrář, číšník, sommeliér a barman.

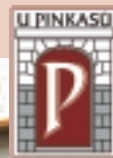
>> www.hoteladria.cz



U Pinkasů 28. ledna

28. ledna v proslulé pražské restauraci U Pinkasů teklo pilsenské pivo do nových sklenic. Hlavním hrdinou však byl nový model výčepu. Příjemná společnost a pinkasovské masopustní občerstvení.

>> www.upinkasu.cz



olejem“. Na druhém místě se umístil Josef Luzum, a třetím Lenka Haeringová, oba z hotelu Radisson SAS Alcron. Kvalitní výkony i zájem odborné veřejnosti utvrdily pořadatele v rozhodnutí uspořádat nejen





3. Reprezentačný ples cestovateľov

Stavovský ples cestovného ruchu sa konal 7. februára v kongresovej sále Mestského divadla v Levoči. Organizátormi boli Cestovné centrum Kvalita Poprad v spolupráci s Mestom Levoča, časopisom Cestovateľ a Slovenskou asociáciou cestovných kancelárií. Ples, ktorý začal prípitkom, salvou z dela a príhovormi pána Ing. Čuríllu, primátora Mesta Levoča, pani Alenky Motýčkovej, časopis Cestovateľ a pána Františka Kornaja, konateľa cestovnej kancelárie Kvalita, spol. s r.o., pokračoval vystúpením tanečného klubu Monáda a prvým tancom v rytme valčíka. Vynikajúcu atmosféru plesu umocnilo vystúpenie hudobnej stálice Vaša Patejdlá, humoristov a imitátorov Roba Kajzera a Petra Meluša. O napätie sa postarali Štefan Pčola, majster sveta v cyklotriale a Roman Volák, dvanásťnásobný majster sveta v kickboxe. Program moderovala Zuzana Pojedincová z televízie Joj. Kvalitnú muziku prezentoval discjockey Peter Husák. Tradične bohatú tombolu s 55 cenami moderoval Robo Kajzer. Ceny venovali cestovná kancelária Aeolus, Nitra a Platinum International, Bratislava, Charter 2000 Ostrava, Kvalita Poprad, Slovenské aerolínie, Atis Bruntál, Fifo Piešťany ai. Mimoriadnu cenu venoval primátor mesta Levoče. Počas celého plesu ponúkali svoje výrobky a miešané nápoje firmy: Becherovka Slovakia, Belvedere Slovakia a Marcinova Likérka Záriečie. Sprievodnou akciou plesu bola 50% zľava na Skipas v novo otvorenom lyžiarskom stredisku v Levočskej doline pre všetkých držiteľov vstupenky v dňoch 6. – 8. 2. 2004, čo niektorí účastníci napriek prechodnému nedostatku snehu aj využili.

>> www.kvalitatour.sk
>> www.levoca.sk



Na výsledcích rozumné a plodné práce

Prezidenta panevropské společnosti pro kulturu, vzdělávání a vědecko-technickou spolupráci Comenius Ing. Karla Muzikáře, CSc. jsem oslovil v souvislosti s hlavním tématem třetího vydání VŠudybylu, kterým jsou lidské zdroje. Pane inženýre, v rámci Comeniem organizovaného vyhlašování „Českých 100 nejlepších“ ve Španělském sále Pražského hradu v pátek 28. listopadu 2003 jste přichod prezidenta České republiky prof. Václava Klause oznámil tak, že vítáte nejvzdělanějšího prezidenta světa. Jak je na tom, i co se vzdělanosti týče, česká společnost?

Co se týče lidského potenciálu, je na tom Česká republika zatím poměrně dobře. Jde ale o to, jak se její lidské zdroje budou dál formovat. Tzn. jakého se bude jejím obyvatelům dostávat vzdělání a výchovy. Bohužel musím konstatovat, že navzdory výraznému zvýšení počtu vysokých škol (o kvalitě některých přitom nejsem zcela přesvědčen) není vše, jak by mělo a mohlo být, pokud jde o školy střední. Výrazný propad cítím u učňovského školství, protože i ono je významným faktorem při budování vzdělanosti – především té potřebné a využitelné. Jde skutečně velmi výrazně o to, kam mladé lidi vzděláním profesně nasměrovat tak, aby jejich vzdělání bylo určitým způsobem předpokladem k hrstce jich samotných na sebe a současně naplňovalo celospolečenské potřeby státu. Nemůže přece mít jenom samé právníky. Společnost potřebuje i strojaře, stavaře a zemědělské inženýry, všechny na vysoké profesní úrovni. Jejich vzrůstající deficit celoevropsky způsobuje, že budou velmi brzy vysoce žádanými i v zemích Evropské unie. I v té neúspěšnější firmě je zapotřebí jen několika ekonomů a právníků, zatímco potřeba lidí uplatnitelných v dalších oborech a profesích je o řád větší. Česko má mimořádně výhodnou geografickou polohu a velký potenciál ve svém obyvatelstvu. V mezinárodním měřítku máme výrazně nadprůměrně vzdělaného nejen pana prezidenta, ale zatím obyvatelstvo celkově – vzhledem k tomu, že jsou v oblasti školství značné rezervy.



Comenius

Comenius každoročně v březnu pořádá Evropské bankovní a finanční fórum. Na tom letošním se bude bezesporu hovořit i o dopadu vstupu Česka do Evropské unie...

Evropské bankovní a finanční fórum je každým rokem obsazeno vynikajícími přednášejícími a již 12. ročník této mezinárodní konference nebude výjimkou. EB&FF se bude letos konat v kongresovém centru České národní banky ve dnech 23. až 25. března 2004, a mne velmi těší, že letos se bude nejen konat v prostorách ČNB, ale že je fórum organizované v těsné spolupráci s ČNB a že i špičky českého bankovníctví mají k této akci a k možnostem výměny názorů vysoce pozitivní vztah.

Česká republika, zásluhou transformační politiky v minulosti nastavené našim dnešním prezidentem prof. Václavem Klausem, prošla ekonomickou transformací s nebývale malou měrou

sociálního i lidského strádání a potíží – pochopitelně má to i své nedostatky. Můžeme se samozřejmě zlobit na Českou konsolidační agenturu nebo problematiku s ní spojenou, ale verze tvrdého přechodu z „plánového“ na tržní hospodářství, v jejímž rámci by řada státních podniků skončila již začátkem devadesátých let a na dlažbu vychrlila desetitisíce nezaměstnaných, by byla s největší pravděpodobností řešením horším. Dnes, v době, kdy se stáváme součástí integrované Evropy, si ale už musíme uvědomovat naplno, že trh je nelostný. Poznatky ze Španělska říkají, že v něm s jeho vstupem do Evropské unie nezaměstnanost vyskočila na pětadvacet a v některých regionech na více než třicet procent. Musíme připustit, že Česká republika toho zatím byla ušetřena a že si pravděpodobně po vstupu do Evropské unie budeme muset utahovat opasky o trochu více, než jsme si zvykli. Přesto budoucnost vidím výrazně pozitivně.

Název časopisu VŠudybyl je odvozen od jména hrdiny díla „Labyrint světa a ráj srdce“. Tradice i originální jsou významnými devizami. Proto jsou čtenáři VŠudybylu vesměs příznivě přijímány bezmála 400 let aktuální alegorické postřehy patrona časopisu Ja-



na Amose Komenského. Pane předsedo, vaše občanské sdružení Comenius má s Komenským rovněž hodně společného.

Do občanského sdružení Comenius jsem přišel po mnoha letech práce na Vysoké škole ekonomické, kde jsem se od roku 1978 podílel na výzkumu i na vzdělávání. Komenský je z mezinárodního hlediska, mám na mysli především vzdělané Evropany, mimořádně věhlasnou osobností s českým původem. Je znám na svoji dobu sympatickým politickým, míněno protestantským zaměřením a hlavně silou svých myšlenek směřujícím až ke sjednocené Evropě. Proto jsme si jej vybrali jako svého patrona a jsme na něj hrdi. Stejně tak jako např. na pražskou vilu Bertramku, kde organizujeme hudební koncerty a která je, pokud jde o mezinárodní věhlas mezi velmi početnou skupinou milovníků Mozartovy hudby, pražskou pamětihodností nejvyšší kategorie.

Již jsem zmínil, že Comenius každoročně vyhlašuje „Českých 100 nejlepších“. Co bylo impulsem k nastartování této prestižní tradice?

Projekt „Českých 100 nejlepších“ začal na základě úvah, že každá prosperující země má své nejen materiální štěstí postaveno na výsledcích smysluplné, intenzivní, výrazně inovativní a plodné práce, a že ti, kdo tuto práci realizují, mají právo na společenské ocenění. Na kritiky, kteří nám podsouvají to, že anketa není formou soutěže není přesná a že neodpovídá objektivním výsledkům, odpovídáme stále stejným způsobem: Poměřit hotely, banky, výrobní podniky, obchodní organizace, organizace ze sféry služeb je v jedné soutěži přesnými mírami nemožné. Proto jsme se rozhodli pro cestu anketární. Ta na základě reprezentativního výběrového šetření vyjadřuje názory středních a vyšších podnikatelů České republiky. Databáze Comenia obsahuje na čtyřicet tisíc jmen pokrývajících celou Českou republiku. Každoročně z ní prostřednictvím dotazníku oslovíme zhruba pětadvacet tisíc osob.

>> www.comenius.cz



HOTEL GARNET STRAKONICE

CELKOVÁ KAPACITA 42 POKOJŮ – 29 DVOULŮŽKOVÝCH, 12 JUNIOR SUITES (Z TOHO 2 BEZBARÉROVÝCH) A 1 VELKÉ APARTMÁ. V BLÍZKOSTI HOTELU KVALITNÍ SPORTOVNÍ ZÁZEMÍ.

DR. JIŘIHO FIKKY, 386 01 STRAKONICE, TEL.: 342 321 984, 324 324 758, E-MAIL: HOTEL.GARNET@QUICK.CZ

[HTTP://HOTELGARNET.WEBPARK.CZ](http://HOTELGARNET.WEBPARK.CZ)





STRAKONICE

Západočeská duhová



Ing. Jaroslav Hába

S předsedou představenstva a generálním ředitelem Západočeské energetiky, a.s. panem Ing. Jaroslavem Hábou jsme se poprvé potkali koncem listopadu loňského roku, kdy jsme se

předběžně domluvili na interview. Došlo k němu, ale až v únoru tohoto roku, přičemž (jsa postížen hudebním středoškolským vzděláním) hned v úvodu našeho rozhovoru jsem si dovolil jistou nepatřičnost konstatováním: Pane předsedo, vaše jméno ve mně evokuje myšlenky na výraznou postavu hudební scény, předního českého hudebního skladatele a pedagoga Aloise Hábu, tvůrce čtvrtónové hudební soustavy, o jehož čtvrtónovém klavíru, autorské a interpretační činnosti dodnes kolují legendy. Jste s ním v nějakém příbuzenském vztahu?

Pokud mám informace, tak jakýsi velice vzdálený příbuzenský vztah tady existuje. Otec pochází z Vizovic, odkud jsou i Bohumil Hábovi. Nicméně na mě to nenechalo žádné stopy. I když v mládí měli moji rodiče snahu hudebně mne vzdělávat, jsem hudební antitalent.

Sídlo Západočeské energetiky je ve městě, jehož jméno („Pils“, „Pilsen“, „Pilsner“ apod.) zná téměř celý svět, aniž by často kdo tušil nějaké souvislosti s českým městem Plzní. Plzeňský kraj, jemuž město Plzeň propůjčilo jméno, je nesmírně malebný a rozmanitý.

Vskutku je. Plzeň a zdejší kraj znám již z dob svého mládí, kdy jsem hodně sportoval. Jsem ze Strakonice a území západních Čech bylo častým dějištěm našich sportovních zápasů. V jednom z vydání vašich Všudybylů (9/03 str. 35) v rozhovoru s předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti Východočeská energetika, a.s. Ing. Františkem Šůchou zmiňujete Konstantinovy Lázně, které jsou poměrně známé. Málokdo ale již ví, že se nedaleko, pouhých deset kilometrů od nich, v hlubokém kaňonu Úterského potoka ukrývá malebné městečko Úterý, kde již začátkem třináctého století dolovali a rýžovali zlato.

Mají tu barokní kostel od Jana Dienzenhofera, na náměstíčku renesanční radnici s hrázděným patrem, mariánský sloup a především rodný dům zakladatele Mariánských Lázní, tepelského opata Kašpara Prokopa Reitenbergera. Zmiňuji-li již Mariánské Lázně, musím podotknout, že naše akciová společnost Západočeská energetika působí i v Karlovarském kraji. Rajon Západočeské energetiky totiž pokrývá území bývalého Západočeského kraje. Operujeme na necelých jedenácti tisících kilometrech čtverečních, na území s rozvinutým průmyslem, ale i s nepřeberným množstvím turistických atraktivit, přírodních krás a léčivých zdrojů.

Zmínil jste zdejší turistické atraktivity. Ostatně poprvé jsme se setkali na křtu výpravné a obsahově věcně a precizně vypracované publikace „Plzeňský kraj“, kterou odborníci (jako ostatně celou řadu těchto krajských publikací) považují za to nejlepší, co je v Česku v oblasti propagace regionů systematicky vydáváno.

Už v době mého působení ve Středočeské energetické akciové společnosti, kde jsem pracoval třicet čtyři let, jsme spolupracovali s Agenturou propagace České republiky, vydavatelstvím ACR Alfa. Je to ale nejenom o podpoře turistického ruchu. Těmito knihami se propaguje česká kultura a bytostné záležitosti České republiky vůbec. To je v současné době velice nutné a potřebné. Tedy, aby se Česká republika doma u vlastních obyvatel, v Evropě i ve světě dostávala do povědomí jako svébytná, atraktivní a kulturní země plná historických památek a zajímavých přírodních lokalit, která světu dala obrovské množství vzdělaných a kreativních lidí.

Ano, generace před námi nám odkázaly úžasnou zemí a historií. Dovolím si vám v této souvislosti položit řečnickou otázku: Máme pozitivní vztah sami k sobě? Jsou stát a jeho obyvatelé hrdí na svoji vlast a na její dispozice?

V posledních patnácti letech se situace dost zlepšuje. Také zde v Plzni je možné sledovat faktické kroky, projevující se např. obnovou bytového fondu, historických objektů apod. Je pravdou, že po druhé světové válce a následujících čtyřiceti letech bylo pečováno pouze o některé vybrané památky. Mnohé byly

Západočeská energetika, a.s., člen skupiny ČEZ, je společností s tradicí sahající až do roku 1919. V současné době představuje moderní regionální energetickou společnost opírající svou činnost o promyšlenou strategii, účinný systém řízení, rozvinutou infrastrukturu, stabilizovanou a vyváženou strukturu odběru. Západočeská energetika má k dispozici hustou síť vedení velmi vysokého, vysokého i nízkého napětí, rozveden a transformoven, systémy dispečerského řízení, dálkového ovládání spotřebičů, prostředků k údržbě a opravám zařízení a provádění prací pod napětím.



dosti zanedbané. Náprava tohoto stavu vyžaduje velké finanční náklady. Co se týče lidí, i mezi nimi zřejmě došlo k jisté devastaci hodnot. Tedy jak u koho. I z toho důvodu je dobré si připomínat, odkud jsme vzešli, obracet pozornost lidí k hodnotám trvalého charakteru.

„To vám byl slavný den, když k nám byl zaveden, elektrický proud...“, což už je drahně let. Teď má skupina ČEZ, jejímž je Západočeská energetika členem, dominantní postavení na trhu s elektřinou v České republice. Proč tedy kampaň „Duhová energie“?

Elektroenergetika byla do roku 2002 v naší zemi v podstatě monopolním odvětvím. Změnou způsobu podnikání dochází k otevírání se trhu s elektřinou v České republice. Od 1.1. 2006 bude trh zcela otevřen, takže se dostáváme do stejné role jako např. výrobci automobilů, tedy do konkurenčního prostředí. A s tím je spojený i náš marketing a v rámci Skupiny ČEZ posilování obchodní značky „Duhová energie“. Zrovna tak, jako automobilka musí propagovat především konkrétní vozy, které vyrábí, tak i Západočeská energetika, člen skupiny ČEZ, musí propagovat své zboží, tj. svoji elektřinu. Musíme se nějakým způsobem dostat do podvědomí obyvatelstva i podnikatelské sféry, a jednou z cest, kterou jsme si k tomu zvolili, je prosazování obchodní značky „Duhová energie“.

>> www.skupinacez.cz

6díl

Na Retezat



Na voňavě měkkém koberci

Mám čím dál větší žízeň. Dolů z hřebene se mi nechce a potřebuji vodu na vaření. Naštěstí v horní partii travnaté stráně ani ne pramen, ani ne studánka. Prosak. Bahnitá loužička, z níž zvolna odtékala voda.



Když jsem nabral první litr, přestala odtékat. Na naplnění všech lahví (4 l) jsem si počkal. Ale lepší, než se s nejistým výsledkem vydat kamsi do údolí.

20.00 Tábořím kousek pod Virfului Gorovu. Nádhera. Přímo v kosodřevině na voňavě měkkém koberci lišejníků a mechů. To by jeden neřekl, jak těch několik málo (vzdušnou čarou) kilometrů, co jsem dneska ušel, trvalo dlouho.

To jsem mohl dopadnout

18. 7. 2.00 Probudil mne nějaký hlas. Je nádherná noc a stan mokrý rosou.

7.30 Vylézám. Je pod mrakem. O půl desáté odcházím. Ještě jdu kosodřevinou. Ještě se mohu kochat velehorskými panoramaty.

11.30 docházím na Cabana Baleia. Odtud má podle mapy vést cesta do údolí. Nějak nevede. Nabírám azimut kolmo dolů na vrstevnice. Obědvám kdesi v lese. A opět se prodírám. Že tu byli lidé, potvrzují useknuté kmínky bříz. Tráva děsně klouže a já taky. Padá déšť a já taky. Vražedná kombinace při 70% sklonu terénu. Sestupuji v blízkosti bystřiny řitící se žlebem.



14.30 Dole u cesty se svlékám a vyklepávám jehličí a větvičky z oblečení. Z ponožky vyndávám živou vosu. Už vím, co mne celou dobu tak šíleně bodalo! Pohled nazpět do čtyřicet metrů kolmých stěn kaňonu a na převislé skály nad nimi mi říká, že scházet o pár metrů víc napravo, to jsem mohl dopadnout!

Na mezi mezi strništěm a kukuřicí

Bystřina Magura, podél níž vede cesta, se vleává do



Riu Rabat. Deštivým odpolednem mne dovedla až do Pui. Tady na nádraží vařím těstoviny s houbami, co jsem nasbíral z kopce dolů, a převlékám se. V sedm hodin mi jede vlak do Simerie, kam přijíždím kolem deváté. Již po cestě z okna vlaku odhaduji, na kterou stranu tratě jít bydlet. Rozhodl jsem se pro tu, co je nádraží. Před nádražím čekala spousta taxíků. Ale ne na mne. Přešel jsem hlavní street a namířil si to za domy do polí. Tam jsem udělal čestné kolečko,



abych se vrátil tam, odkud jsem vyšel, na mez mezi strništěm a kukuřicí. Stavím stan.

Bude si mi stýskat

19. 7. 7.30 Probudil jsem se do horkého podmráčeného dne. Hodinu trvalo, než oschl stan mokrý rosou. Dělá se horký slunečný den. Uprostřed polí je



(zřejmě) vodárna obehnaná plotem. Věším na něj spacák a veškeré své věci včetně stanu, aby se sušily. Zatímco dělám snídani, Sigg přestává vařit. Ještě jednou se mi jej nakrátko daří přemluvit, ale pak šlus. Došel benzin. Do ohřáté vody dávám tři pytlíky Lipton Yellow Label Tea. Snídám suché ovesné vločky (ostatně, je to jedna z jejich nejchutnějších úprav) a zapiji nevařeným čajem. Zatímco se mi suší mé po cestě hygroskopické čundrácké oblečení, fotím polní kvítí. Rudé vlčí máky a modré chrpy. Jó, jó. Bude si mi stýskat...

>> www.mtromania.ro