průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

deváté
vydání
2004

CORINTHIA
TOWERS HOTEL
★★★★★
PRAHA

CORINTHIA
PANORAMA HOTEL
★★★★
PRAHA

Další informace najdete na stranách 6 až 7.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Řekl sem pak vůdci svému: „Nu, již bych také, co tam nahoře jest, jak paní Fortúna své hostě ctí, rád spatřil.“ „Dobře,“ řekl on a vznesl se, než sem zvěděl, se mnou zhůru; kdež paní Fortúna, na kouli stojeci, koruny, sceptra, regimenty[1], řetězy, zápony[2], měšce, titule a jména, medy a cukry rozdávala, a teprv dále zhůru pouštěla. I pohledím na stavení hradu, kteréž o trojím ponebí[3] bylo; a spatřím, že některé do dolních, jiné do prostředních, jiné do vrchních pokojíků uvozují. I dí mi tlumočník: „Zde dole přebývají, které paní Fortúna penězi a zbožím poctila; v prostředních pokojích ti, které rozkošemi krmí; v horních pak palácích, které slávou přiodívá, aby od jiných spatřováni, chváleni a ctěni býti museli. Některým dvojího spolu, neb i všeho trojího přeje; a ti se, kam chtí, procházeti mohou. Vidíš, jak šťastná věc jest, komu se sem dostati dostane.“

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

[1] vládu, úřady [2] náhrdelníky [3] poschodí

V horních pak palácích, které slávou přiodívá, aby od jiných spatřováni, chváleni a ctěni býti museli

Hotelový průmysl je páteří cestovního ruchu, avšak hotely málokde a málokdy bývají důvodem, natož cílem cest návštěvníků. Jejich kvalita je ale podmínkou příjezdů těch zvaných. O nezvané není co stát, a je špatné, pokud se turista ocitá v roli nevítaného okupanta, kterému podzemní hnutí odporu znemožňuje se v navštívené zemi orientovat. Odnepaměti v horních palácích přebývají ti, které Fortúna slávou přiodívá, aby od jiných spatřováni, chváleni a ctěni býti museli. Vzdor tomu, že v Česku přečasto jsou slepí a hluší k možnostem výrazně zvýšit životní úroveň všech vrstev jeho obyvatel orientací na průmysl cestovního ruchu. A tak i díky absenci povědomí o dimenzích rodné země Česko zahraničním a domácím turistům předestírá jen zlomek svých atraktivit a pohostinnosti. Ne, že by se pro turisty měla dělat nějaká charita. Ale měli bychom jim vycházet vstříc a chovat se k nim a k firmám organizujícím jejich směřování tak, aby dostali a udrželi si chuť utrácet peníze právě v nás, a ne v sousedních či nesousedních zemích. Své peníze totiž rád vydá zřejmě každý tam, kde je mu v nějakém prostředí či společenství lidí příjemně, kde se těší na příští a příští návštěvu, protože má povědomí, že v té krásné a chválené zemi, do níž si zvykl on i jeho známí cestovat, je nepřeberné množství míst a akcí, které za to stojí. A proč že Česko a zájem zajistit jeho obyvatelům blahobyt dosud nepřebývá v horních palácích? Asi, že je tam permanentně narváno potřebnějšími...

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

Prostředí přeje inovativním konceptům 6
Návrat skrz „českou bránu“ 7
Oprávněný optimismus 8–9
České Budějovice protistresově 10–11
Vaše země má fantastický potenciál 12–13
Čeští hoteliéři si zaslouží více 14–15
Sportovní a kongresový 16–17
Novoměstský pivovar 18
České aerolinie na třech pilířích 18–19
Bechyně, Český Brod a Roudnice 19
Jubilejní Fun & Fit Day 20–21
Vyšší dimenze bezpečí 22
Glajcha terminálu EUropa 22–23
Kongresový hotel 23
Prvá návštěva slovenského prezidenta 24
28. září na Pražském hradě 24
Do jaké moderní doby kráčíme? 25
Imatrikulace posluchačů 25
JIP v Lázních Poděbrady 26
Navštivte sklárnu v Josefodole 26
Hotel Garnet Strakonice 26
Kterak Otec vlasti zbudoval a vyzvedl 27
No Smoking Music 28
Cui bono? 29
Orientačních cedulí přibývá 30
Veletrhy evropského střihu 31
Kraj Vysočina 32–33
Ta fantastika 34
Na golf do zálivu 34
Do Karibského ráje 35
S Eximem na Kubu 35
Ve znamení Kozoroha 36

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

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

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

Konkurenční prostředí přeje inovativním konceptům

Generálního ředitele Corinthia Panorama Hotelu pana Kamila Madeje jsem zeptal, jak se pro hotel Corinthia Panorama a pro český hotelový průmysl vyvíjí letošní rok?

Kamil Madej

Z pohledu našeho hotelu nadmíru úspěšně, a to jak v porovnání s lety minulými, kdy byl hotelový průmysl v České republice negativně ovlivněn vnějšími faktory jako například nepříznivou mezinárodně politickou situací a místními povodněmi, tak i v porovnání s našimi finančními plány pro letošní rok. Jedním z důvodů, proč je situace příznivá, je příliv dalších investic do České republiky a s tím spojený nárůst business klientely, která sem pravidelně cestuje. Z toho profitujeme nejen my – Corinthia Hotels International, ale samozřejmě také ostatní hotelové společnosti a v neposlední řadě nepřímo i další podnikatelské subjekty. Pevně věřím, že i v budoucnosti se tento trend nadále udrží a že my, jako poskytovatelé hotelových a restauračních služeb, i v souladu s tímto nárůstem udržíme tempo vylepšování kvality a obměny našich služeb stále k lepšímu.

Ano, hotel Corinthia Panorama se dost výrazně orientuje na obchodní klientelu. Jak této klientele vycházíte vstříc?

V lokalitě Praha - Pankrác se díky developmentu kancelářských prostor, který zde probíhá, usadila řada velmi významných i menších firem s vysokým potenciálem. My jsme se již v počátku výstavby těchto kancelářských budov, jakými jsou například sousední Empiria či BB Centrum, soustředili na oslovení nově příchozích společností s nabídkou ubytovacích a stravovacích služeb, ale i s nabídkou pro volný čas. Naším cílem je být těmto společnostem místem, kde budou probíhat jejich byznys mítinky, tréninky, školení či místem pro dobrý oběd a v neposlední řadě hotelem s kvalitní nabídkou ubytovacích kapacit.

Podnikání je o lidech a osobnostech. Hotel Corinthia Panorama si vede velmi dobře. Je tedy možné konstatovat, že si jeho akcionáři uměli vybrat člověka, který dokázal vybrat a vychovat schopné lidi.

Vybrat schopné lidi je jedna stránka věci, druhá důležitější je pozitivně je motivovat a vést k vytčenému cíli. O tomto cíli by měl být každý člen týmu vnitřně přesvědčen a s ním ztotožněn. Co se týče kritérií volby spolupracovníků – v první řadě je to spolehlivost, preciznost a důslednost. Tyto tři základní vlastnosti jsou pro mne předpokladem úspěšné spolupráce, a to jak interně v rámci firmy, tak i ve vztahu k vnějším subjektům, jako jsou zákazníci a dodavatelské firmy. Dalším velmi důležitým charakterovým prvkem na jakékoli pozici je kreativita a schopnost přicházet s novými podněty a posléze je implementovat. Toto je samozřejmě úzce spjato s neustálým procesem být „in“, tedy neustále se informovat o nových trendech a vzdělávat v oboru. Zvyšující se požadavky klientů a konkurenční prostředí přeje inovativním konceptům, které se rychle přizpůsobí jejich potřebám. Proto v hotelech Corinthia klademe velký důraz na vyhodnocení spokojenosti klienta a kontrolu a kvalitu služeb.

Česko je součástí Evropské unie, obdobně jako naši nejbližší sousedé Rakousko nebo Německo. Liší se od sebe nějak trendy např. v českém a německém hotelnictví?

Ze svých vlastních zkušeností s pohostinstvím v Rakousku či Německu můžu říci, že rozdíly jsou více než patrné. Německo s rozlohou cca. 360 000 km^2 a větší vzdáleností dojezdu/dosahu má daleko více rozvinuté regionální/místní pohostinství. Klientela v německých hotelích je z velké části německá, a ta se rozděluje na tzv. Geschäftsreisende a na klientelu turistickou, která více využívá hotely mimo města. V těchto hotelích se klade důraz na rodinné tradice, na krajovou kuchyni. Trendy se v poslední době ubírají směrem k „wellness“ v menším hotelu rodinného typu. Obchodní klientela, která se ubytovává v městských hotelích, vyhledává hotely cenově dostupné, jednoduché, čisté a funkční. Myslím si, že přepych a nadbytečný luxus není již na pořadu dne. Oproti tomu v České republice, resp. v Praze se od našich čtyř či pětihvězdičkových hotelů očekává daleko větší luxus za přijatelnou (levnou) cenu. Toto vše je zatím podle mne dáno jistou psychologickou bariérou z let minulých, která ale ovšem pomalu mizí a mění se. Věřím, že Praha, resp. celá Česká republika bude již během několika příštích let vnímána jako standardní člen Evropské unie (ne jako nováček), a myslím, že se náš hotelový průmysl bude vyvíjet jako v ostatních zemích EU a bude stále konkurenceschopný.

➤➤ **www.corinthia.cz**

CORINTHIA PANORAMA HOTEL ★★★★ PRAGUE

Návrat skrz „českou bránu“ nejlepším rozhodnutím

Generálního ředitele Corinthia Towers Hotelu pana Christiana Grage jsem se zeptal, jak vnímá postavení hotelnictví v České republice?

Hotelový průmysl v České republice roste a má potenciál růst ve všech kategoriích i v budoucnu. V Praze je stále prostor pro čtyř- a pětihvězdičkový hotelový segment.

Christian Grage

Jaké jsou podle vás z hlediska hotelového byznysu největší přednosti Prahy a České republiky?

Velikou předností Prahy je poloha v rámci Evropy. Praha je město, které nabízí řadu možností pro návštěvníky nejen po stránce historické a kulturní, ale i díky vysoké úrovni služeb. Je atraktivní i jako kongresová destinace, a to nejen kvůli poloze. Česká republika jako taková je nádherná země, která dosud nemá plně rozvinut turistický ruch v regionech. Ty turisté teprve objevují. Výbornou reputaci má např. české léčebné lázeňství, zastoupené ve většině regionů. Jako další přednost, která je však dlouhodobějšího charakteru, vnímám příslušnost České republiky k Evropské unii. Tato výhoda bude ještě více zřejmá ve chvíli, kdy se Česko stane součástí schengenského prostoru. Myslím, že i zavedení eura usnadní plánování návštěvy Česka zejména spontánním víkendovým turistům.

Na jakou klientelu se váš hotel orientuje nejvíce?

Většina klientů k nám přichází z evropských zemí. Dominují Britové, Němci a Italové. Jsme rádi, že se potvrdily naše předpoklady o zvýšení zájmu o Prahu z asijských zemí. Návštěvnost těchto náročných hostů se rapidně zvyšuje.

Základem hotelnictví je pohostinnost. Co si pod tímto pojmem představujete?

Pro hoteliéra je pohostinnost nejdůležitějším atributem. A co si pod tím slovem představuji? „Winning attitude“, který mají nejen hoteliéři, ale i zaměstnanci. To znamená například uvítat hosta osobně. V Corinthia Towers Hotelu je to přístup zahrnující: „warmth, colour and vitality“. Na hotelnictví jako oboru je zajímavé to, že ho nelze přesně zařadit. Je to obor, který se neustále mění a vyvíjí. Je ovlivňován rozličnými kulturními, geografickými a demografickými podmínkami. V České republice je hotelový průmysl hodně modelován zahraniční praxí a poznatky. Ty jsou v české praxi velmi často uplatňovány díky manažerům, jež působili venku, a kteří je předávají týmům, jež řídí.

Proč máte rád Českou republiku?

Chcete po mně vyznání? Mít rád, to je totiž především o citovém vztahu, byť o vztahu k zemi. Takové věci, proč že máme rádi to či ono, se obtížně vysvětlují. Každopádně proto, že si to Česká republika zaslouží. Máte-li někoho rád, je to mj. známka toho, že vám neustále poskytuje prostor objevovat. A taková je vaše země. I když jsme v Praze s rodinou již čtvrtým rokem, pořád mne překvapuje nepřeberným bohatstvím svých dimenzí. Poté, co jsme strávili několik let na Blízkém východě a v Asii, byl návrat do Evropy skrze „českou bránu“ tím nejlepším rozhodnutím.

➤➤ **www.corinthia.cz**

CORINTHIA TOWERS HOTEL ★★★★★ PRAGUE

Oprávněný optimismus

V souvislosti s hlavním tématem Všudybylu jsem o rozhovor požádal předsedu představenstva a generálního ředitele OREA HOTELS a.s. pana Zdeňka Šafaříka, jehož společnost pod stejnojmenným názvem provozuje největší český hotelový řetězec. Začal jsem připomenutím našeho interview z října 2001, v němž jsem v souvislosti s vynikajícími výsledky společnosti OREA v roce 2000 a jejím umístěním v první padesátce nejúspěšnějších českých firem konstatoval, že zúročuje kooperaci samostatně podnikajících subjektů i umění správně nasměrovat a motivovat lidi tak, aby jim práce s lidmi působila radost.
Pane řediteli, výsledky vaší společnosti napovídají, že v tomto směřování pokračujete i jako akciová společnost.

Ano, 1. září jsme se transformovali na akciovou společnost s názvem OREA HOTELS a.s., takže původní marketingový název hotelového řetězce přešel do oficiálního jména naší firmy.

Co se týče dimenzí hotelového řetězce OREA HOTELS, ten již svou velikostí přesahuje rámec České republiky.

Něco na tom bude. Z hlediska počtu pokojů jsme celosvětově na 252. místě, takže jsme v pověstné třístovce, která se každoročně prezentuje.

Letošní rok českému hotelovému průmyslu a vůbec aktivnímu cestovnímu ruchu – příjezdům do České republiky – přál.

To je pravda. Po dvou letech utahování opasků, zaviněném známými okolnostmi, došlo k tomu, že se cestovní ruch rozběhl. Spíš si ale myslím, že se dostal tam, kde byl před dvěma lety. Dlužno podotknout, že růst cestovního ruchu není rovnoměrný na celém území České republiky. Projevuje se hlavně v Praze a v západních Čechách. Již o trochu méně v Brně, v jižních Čechách a směrem dál na východ na Českomoravskou vysočinu. Zde také zaznamenáváme nárůst. Nicméně není to o desítkách procent jako v Praze.

Zdeněk Šafařík

Váš hotelový řetězec tvoří nejen hotely vaší akciové společnosti, ale i franšízanti. Jaké základní předpoklady musí dané subjekty splňovat, aby mohly být zapojeny do řetězce OREA HOTELS?

V úvodu bych chtěl konstatovat, že máme dlouhodobý zájem franšízu OREA HOTELS poskytovat co nejširšímu okruhu perspektivních hotelů. To, co řeknu nyní, sice může vyznít jako protiřečení si, ale není tomu tak. Franšíza v podmínkách České republiky a zvláště mimo Prahu je často o diskusi s majiteli a provozovateli hotelů, protože produkt franšízy, pojímán jejich představou, je často něco jiného, než můžeme nabídnout. V prvé řadě je to o ujasnění pozic nás jako poskytovatelů franšízy a protistrany jako nabyvatele franšízy. Pak se samozřejmě nebráníme poskytnout své know how a být pro ně zdrojem dalších synergických výhod. Nicméně naše zkušenost hovoří o tom, že poskytovat franšízu je pro obě strany účelné pouze u větších hotelů. Jako minimum vidím padesát pokojů.

Nejenže kapacity členských hotelů řetězce OREA HOTELS nabízíte na významných globálních

Renomovaný evropský hotelový řetězec

OREA HOTELS a.s., člen koncernu CIMEX, provozuje největší český stejnojmenný hotelový řetězec třiceti hotelů. Ten díky unikátnímu zázemí nabízí širokou škálu služeb zahrnující: lázeňské pobyty, přípravu a realizaci kongresů, konferencí, školení, firemních akcí, prezentací, slavnostních setkání apod., pobyty pro rodiny s dětmi, popř. i s domácím zvířetem, sportovní soustředění, lyžařské a cykloturistické pobyty aj. Společnost se opakovaně umisťuje v prestižní anketě „Českých 100 nejlepších", přičemž jednotlivé hotely OREA HOTELS na čelních místech celostátních výkonnostních statistik. Společným marketingem, prosazováním propagační strategie a efektivním systémem prodeje dosahuje OREA HOTELS výsledků srovnatelných s dalšími renomovanými evropskými hotelovými řetězci.

Rezervační on-line systém propojuje všechny hotely řetězce a umožňuje provádět rezervaci několika způsoby:

- *osobně na recepci každého hotelu řetězce*
- *telefonicky na čísle bezplatné informační a rezervační linky 800 12 00 12*
- *na webových stránkách www.orea.cz*

Franšízink

OREA HOTELS a.s. poskytuje franšízový produkt, v němž zúročuje dlouholeté zkušenosti s provozováním hotelů v podmínkách střední Evropy, zkušenosti z úspěšné transformace, znalost situace na trhu cestovního ruchu a vědomí marketingových a obchodně provozních výhod uskupení v hotelovém řetězci.

OREA HOTELS

vyhledávačích, že členské hotely OREA HOTELS propagujete na veletrzích cestovního ruchu doma i v zahraničí, velmi oceňovaný je i váš vzdělávací program OREA ACADEMY, který je otevřen i pro nečlenské hotely.

Základní tréninky jsou primární součástí franšízy. Další vzdělávací akce - program OREA ACADEMY - pak každoročně vypisujeme na základě poptávky franšízových hotelů a ředitelů našich hotelů a jak jste zmínil, v případě volných kapacit nabízíme také dal-

ším subjektům. Momentálně nám běží dvanáct kurzů a máme už jasno, o čem budou ty v příštím roce. Vzdělávací projekt OREA ACADEMY je určen širokému spektru profesí. Je pojat jako ucelený a navazující soubor praktických kurzů, které svým obsahem úzce souvisí s hotelovým provozem. Vzdělávací program se týká i hotelového managementu. Mimo rámec OREA ACADEMY ve spolupráci s Vysokou školou hotelovou vzděláváme i své nejvyšší managery. Všichni naši hoteloví ředitelé včetně odborných ředitelů generálního ředitelství v tomto roce absolvovali jednosemestrální studium zakončené seminární prací.

Většiny z vás, kapitánů hotelového průmyslu, se v tomto vydání Všudybylu táži, kam české hotelnictví směřuje.

Protože už v této oblasti působím hodně let, jsem a musím být optimistou. Můj optimismus je oprávněný. Česká republika má v cestovním ruchu obrovský potenciál, a pokud se zájmy hoteliérů dokáží skloubit s rozumnou vládní politikou, nemáme se do budoucna čeho obávat.

I mně připadá, že Česká republika začala konečně něco dělat pro prosazování dobrého

jména na okolních i vzdálených zdrojových trzích z hlediska incomingu. Někomu mohou připadat až příliš vizionářské aktivity např. v Číně, ale po Ruské federaci je Čína pro českou ekonomiku a náš zahraniční obchod (neboť incoming do České republiky je o zahraničním inkasu) druhou nejperspektivnější zemí.

Pochopitelně, že si všímáme vývoje v zemích s vysokým potenciálem turistů. Logicky se (obdobně jako ostatní členské země Evropské unie) díváme i za hranice Evropy. S tím, jak se Čína ekonomicky i společensky vzmáhá, bude pro Evropany čínský

trh čím dál zajímavější. Politická situace v Číně je taková, jaká je a bohužel z české strany – ze strany našich konzulátů v Číně – jsme příliš vstřícných kroků vůči zájemcům o návštěvu České republiky nezaznamenali. Nicméně, máme už osobní kontakty s významnými čínskými podnikateli v cestovním ruchu, soukromými i státními, takže pouze čekáme na operativně vstřícnější vyřizování vízových náležitostí, takové, jaké je dnes běžně aplikováno konkurenčními destinacemi – zakladatelskými zeměmi Evropské unie. Akciová společnost OREA HOTELS je připravena navazovat s čínskými partnery obchodní vztahy a jsou tu už první vlaštovky. V těchto dnech máme v Praze několik čínských skupin, které projíždějí Evropou, mj. i Budapeští a Vídní. Je to první počin, po němž by mohly v nějakém standardním režimu následovat další. Ekonomické ukazatele říkají, že zhruba čtrnáct procent z půldruhé miliardy obyvatel Číny má po stránce materiální na to, vycestovat a poznávat cizí kraje. Je to obrovský potenciál a my jsme nakročeni jej využít.

Proč by měl každý rozumný stát minimálně nepřekážet či spíše podporovat rozvoj hotelnictví?

Hotelový průmysl představuje značnou ekonomickou perspektivu. Samozřejmě, státy se liší podle toho, kolika procenty se cestovní ruch podílí na tvorbě hrubého domácího produktu. Jsou okolní státy, například sousední Rakousko, kde to je o řád výš než u nás. Nicméně cestovní ruch je fenomén, který má jasně prorůstový charakter. Navíc z národohospodářského hlediska zaměstnává přímo i nepřímo obrovské množství lidí. Na rozdíl od mnohých jiných je to bezproblémový, plně samofinancovatelný obor, který navíc bez nutnosti zásahu státu do Česká láká cizí investory. Je - a všechny celosvětové ekonomické prognózy hovoří o tom, že i nadále zůstane - jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících oborů. Pevně doufám, že se české vlády budou o cestovní ruch více zajímat, že na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR bude vždy řízen minimálně náměstkem, pokud nebudeme mít přímo samostatné ministerstvo. Že se snahy o podporu cestovního ruchu projeví i v úrovni finanční částky určené na jeho propagaci alespoň tak, jak je tomu v okolních státech. Že si hejtmani, tedy i na krajské úrovni, uvědomí význam cestovního ruchu v místních podmínkách a budou pracovat na zlepšení potřebné infrastruktury.

➤➤ **www.orea.cz**

České Budějovice protistresově

Po loňském hospodářském oživení v hotelovém průmyslu jeho pozitivní dynamika v Česku přetrvává. Tímto konstatováním jsem zahájil rozhovor s ředitelkou Grand Hotelu Zvon paní Ing. Antonií Šaldovou.

Ano, a tento trend se projevuje i u nás v Českých Budějovicích. Ve srovnání s loňským rokem obsazenost Grand Hotelu Zvon vzrostla o čtyři procenta, obrat hotelu o 7 procent a průměrná cena za lůžko o 283 Kč. Hosté nakupují daleko více z hotelových služeb. Je patrné, že se počala měnit struktura hotelové klientely. Nárůst hotelového byznysu jsme zaznamenali zejména po vstupu Česka do Evropské unie. Po 1. květnu výrazně posílila německá klientela, která sice jezdila vždycky, ale nyní i ze vzdálenějších oblastí kolem Frankfurtu a Stuttgartu. Drtivá většina našich německých hostů byla v České republice poprvé. Sami přiznávají, že přijíždějí ze zvědavosti, aby se podívali, jak to u nás v rozšířené evropské rodině vypadá. Bývají to pěti i vícedenní pobyty, pro něž velmi často připravujeme kompletní pobytová aranžmá včetně fakultativních programů. Je to zajímavé i z hlediska využití širokého spektra nabídky hotelu a jeho partnerů a pochopitelně obchodu.

Odložit si vůz do druhého patra mne portýr Grand Hotelu Zvon vyvezl autovýtahem. Vzhledem k tomu, že se v historickém centru Českých Budějovic obtížně parkuje, jsou vaše parkovací stání velkou konkurenční výhodou.

Ing. Antonie Šaldová

Dotkl jste se problému, který se již řadu dlouhých let snažíme řešit. Kulminoval v loňském roce a dodnes s neztenčenou intenzitou trápí naše, především tělesně handicapované, hosty. Ano, máme hotelové garáže, nicméně stejně se potýkáme s problémem vjezdu automobilů, především pak autokarů s tělesně postiženými. Již druhým rokem se snažíme řešit paradoxní situaci, která diskriminuje handicapované lidi, jež k nám stále častěji zajíždějí zejména z Evropské unie. Grand Hotel Zvon je zřejmě jediným velkým městským čtyřhvězdičkovým hotelem dislokovaným v centru některé ze zemských metropolí Evropské unie, který nesmí mít před hlavním vchodem parkovací stání. Takže když přijede host a zastaví před objektem, který podle dobových kronik prokazatelně 471 let slouží jako ubytovací a hostinské zařízení, aby se ohlásil na recepci, už na něj čekají lidé od policie a chtějí mu dát tzv. botičku nebo jej potrestat pokutou. Obdobným problémem je vjezd autokarů s hotelovými hosty. Tyto vůbec nesmějí na náměstí. Takže je autokar doveze k Budvar aréně, což je zhruba patnáct minut pěšky od hotelu. Je-li příznivé počasí, může to být příjemná procházka, ale... ale těch ale je hodně. Hotelový transfer jim sice odveze zavazadla, ale klientela není vždy taková, aby v pohodě došla do hotelu. Pokud přijedou senioři nebo vozíčkáři, pak to, co je v ostatních městech Evropské unie samozřejmostí, není v Českých Budějovicích možné ani jako výjimka. Tedy, aby speciálně upravené vozidlo se zdvíhací plošinou, kterým přijeli, zavezlo tělesně postižené až k místu, kde jsou ubytováni. Nedávno se takhle do Grand Hotelu Zvon přesouvalo třicet nevidomých Francouzů.

Bohužel, tanečky kolem vjezdů autokarů s hosty k hotelům do historického centra pozoruji v Českých Budějovicích dlouho. Celé mi to připadá jako babylonské zmatení jazyků. Požadavek na výjimku, která by umožňovala konkrétní příjezd a odjezd ubytovaných, je diskutován jako paušální povolení vjezdu vozidel nad 3,5 tuny a už vůbec naruby jsou vnímány pojmy host a hostitelské město. Jako rodilý Jihočech jsem se ve svém rodném kraji s takovýmto příkladem diskriminace tělesně postižených jinde nesetkal, včetně náznaků vytvořit

S tradicí výjimečného hotelu

Grand Hotel Zvon se nachází na hlavním náměstí Českých Budějovic. Díky poloze mají jeho hosté po ruce historické památky, divadla, kina, galerie, obchody a nákupní centra. Je kulturní památkou. Tvoří jej areál tří budov, o nichž se zmiňuje kronika z roku 1533. Jejich historickou hodnotu mj. dokládají fresky v hlavní hotelové chodbě i ručně vyřezávaný strop ze 17. století v restauraci Gourmet Symphony. Parkování osobních vozidel je zajištěno v patrových garážích přímo v budově hotelu.

Ze tří restaurací

Tři gastronomická střediska každoročně obslouží tisíce hostů z celého světa. V prvním patře se nachází Café Restaurant Mozart a Restaurant Gourmet Symphony. Z náměstí a hotelové pasáže je vchod do stylové Plzeňské pivnice se statusem Pilsner Urquell Original Restaurant. V letních měsících přivítá hosty příjemná atmosféra hotelové předzahrádky, jejíž celoplošná markýza skýtá návštěvníkům pohodlné stinné posezení.

Ubytování

*Hotel momentálně disponuje 66 pokoji a 2 apartmány. Po ukončení rekonstrukce (tato probíhá plynule v mimosezonním období bez přerušení hotelového provozu) v roce 2007 nabídne Grand Hotel Zvon 73 pokojů a 2 apartmány, z čehož 28 pokojů bude v kategorii ***** a 47 pokojů v úrovni ****. Bude dále bohatší o relaxační centrum, obchodní pasáž a hotelové atrium s recepcí, která se posune do středu hotelu.*

Konferenční možnosti

Grand Hotel Zvon nabízí rozsáhlé konferenční možnosti ve všech veřejných prostorách. Je možné si objednat přípravu malé prezentace pro úzký okruh posluchačů v salonku i rozsáhlou konferenci se souběžnými přednáškami v dalších prostorách.

něco jako jejich překladiště. No, aspoň si lidé, kteří přijíždějí svými útratami podpořit hospodářskou a sociální stabilitu města, hned při příjezdu užijí historického náměstí. Nejen vozíčkáři díky dlažebním kostkám a fyzikálním zákonům, ale i nevidomí musí kroutit hlavou, protože to se hned tak jinde v rámci Evropské unie nevidí! Ale jiné téma. Kam se podle vás vyvíjí hotelový průmysl?

V Českých Budějovicích?

No, raději celkově...

Já ale mám České Budějovice hrozně ráda. Působím zde devátým rokem. Chytly mne za srdce. Jsou malebné, uklidňující a působí na mě protistresově – architekturou i povahou lidí. Co se týče hotelového průmyslu, jsem optimista. V hotelové branži již dělám přes dvacet let. Zažila jsem vlny recese, oživení i dynamického růstu. Řekla bych, že jsme na dobré cestě, a to i u nás v Českých Budějovicích. Cestovní ruch je na vzestupu. Letošní rok bude velmi dobrý a příští roky, pokud nenastanou nějaké fatální události, by mohly v tomto trendu pokračovat.

Paní Šaldová, v České republice pracuje řada velmi úspěšných ředitelek hotelů. Je výhodou, pokud hotel řídí žena?

Především je výhodou, pokud hotel řídí poctivý, organizačně schopný odborník a je úplně jedno, je-li to muž nebo žena. A pokud je to žena, pak i tento aspekt lze u řady lidí vnímat jako výhodu. Nechci mluvit jako nějaká feministka, nicméně ženy mívají široký záběr, vícekolejnou mysl a dokáží se soustředit na několik úkolů najednou. Mají předpoklad mít dobrý přehled o všech zaměstnancích a o všem, co se v hotelu děje. A to je z hlediska permanentní kontroly velmi důležitý aspekt. Neustále je nutné ověřovat, jestli úkoly, které byly zadány, byly také v požadovaném časovém termínu splněny atd. Je to i o srdci a duši ženy. Ženy mívají blíž k řešení lidských problémů. Je-li ředitelem hotelu žena, hotel mívá příjemnou rodinnější atmosféru. Ostatně lidé, s nimiž tu spolupracuji, jsou báječní. Nechci být sentimentální, ale vím, že se na všechny zaměstnance mohu spolehnout, a to je nesmírně důležité. Aby hotel fungoval tak, jak má, potřebujeme jeden druhého. Jsem ráda, že tu jsou.

Od roku 2000 má Grand Hotel Zvon nového majitele.

Ano. Pan majitel jej ale koupil již v roce 1999 a je jediným vlastníkem. Pro hotel to byla nejlepší volba, už proto, že pan majitel má řadu dalších obchodních aktivit, které mu do hotelu umožňují investovat. Peníze tu zůstávají a hotel je postupně rekonstruován. Příští rok se tak Grand Hotel Zvon posune do pěti hvězd. Jeho celková rekonstrukce pak bude zakončena v roce 2007.

➤➤ **www.hotel-zvon.cz**

GRAND HOTEL ZVON
SINCE 1533

Vaše země má fantastický potenciál

Hotel InterContinental Praha patří k nejrenomovanějším hotelům v České republice a místům setkání. Jedno z nich ve Všudybylu zmiňovaných jsem v InterContinentalu měl na své narozeniny se Silvií Ferrari (5/2004 str. 16-17), když v Praze koncem března organizovala akci pro evropské partnery sponzora závodní stáje vozů Ferrari F-1, firmu Vodafone. Tradiční hlavní téma devátých vydání Všudybylu – hotelnictví – mi proto bylo záminkou požádat o rozhovor generálního ředitele hotelu InterContinental Praha, pana Leona Larkina.

Leon Larkin

Pane řediteli, kde jste působil před tím, než jste se rozhodl přijmout nabídku pracovat v Praze?

V hotelnictví jsem začínal na úseku marketingu a jako ředitel pak působil v Austrálii, na Novém Zélandu, na Havaji, v Pekingu, Singapuru, Hongkongu, Helsinkách a v Petrohradě.

Kde se vám nejvíce líbilo?

Velice zajímavé to bylo v Číně. Petrohrad byla nádherná zkušenost. Nyní si vychutnávám Prahu. Je to nádherné město. Spolupracuji zde s úžasnými lidmi. Češi jsou příjemní a komunikativní. Je snadné a hezké žít zrovna tady. Věřím, že to bude dobrá zkušenost. Doposud jsem se zde nesetkal s ničím negativním.

Jak nejraději trávíte volný čas?

Jsem vášnivým golfistou, rád hraji šachy, rád čtu a poslouchám dobrou hudbu. Mám rád dobré víno.

Proč jste si coby místo svého dalšího působení vybral právě naše hlavní město?

V neposlední řadě proto, že je nádhernou kulturní metropolí. Volil jsem ze čtyř nabídek a vsadil na Prahu pro její obrovský potenciál v oblasti cestovního ruchu v rámci Evropy a světa vůbec. Tento fakt se odráží nejen ve vysoké obsazenosti hotelů, ale také ve vysoké poptávce na straně poznávacího cestovního ruchu. Praha je dostatečně vyzrálým městem na to, aby zde mohl být realizován kvalitní obchod. Je tu zdravá ekonomika. Byl jsem plný očekávání, protože jsem věděl, že si hotel InterContinental Praha vede velice dobře. Že je v dobré kondici, jak se říkává, v pravý čas na pravém místě, aby mohl využívat boomu a dynamiky příjezdu – zájmu turistů i obchodních cestujících o Českou republiku.

Co jste věděl o České republice?

Asi tolik, co lidé tady o Austrálii. Věděl jsem, že

jsou zde velmi vzdělaní lidé. Že Praha je krásné a čisté město a že si zdejší lidé pro to, co všechno dokázali, zasluhují respekt. Že tady bude dobré pracovní prostředí. Ve vaší zemi vidím fantastický potenciál v cestovním ruchu a ve zlepšování standardů. Jestliže vaše vláda na tento potenciál ještě více upře svoji pozornost (nejsem v Česku tak dlouho, abych místní situaci znal dopodrobna), bude tato země vydělávat obrovské peníze. Nejen na turismu orientovaném na poznávání a odpočinek, ale i ve všech dalších oblastech, které jsou s ním přímo i nepřímo spojeny. Incentiva, služební cesty, firemní a vzdělávací akce, kongresy, konference, to vše souvisí s celkovým ekonomickým rozvojem a s hotelovým průmyslem.

Jakým směrem se podle vás celosvětově vyvíjí hotelový průmysl?

To je velice jednoduché. Hotely jsou velmi orientované na služby. To, co naši zákazníci hledají, jsou dobré služby. Hlavní proud směřování proto bude o tom, poskytovat stále lepší služby a zlepšovat servisní standardy. Za současné situace na trhu můžeme zlepšovat především technologie, tak aby ještě lépe sloužily zákazníkům.

>> **www.prague.intercontinental.com**

INTERCONTINENTAL.
PRAHA

Your country has an enormous potential

Hotel InterContinental Prague ranks among the most renowned hotels in the Czech Republic and best favored meeting places. In one of the earlier "Všudybyl" issues (5/2004, page 16-17), I have given an account of the appointment I had at the InterContinental just on the day of my birthday with Silvia Ferrari, who was organizing an event in Prague at the end of March for the European partners of the Ferrari F-1 racing team's sponsor Vodafone. The traditional headliner of any ninth Všudybyl issue – i.e. hotel industry – thus provided me with an excellent excuse to ask Mr. Leon Larkin, the InterContinental Prague hotel's general manager, for a short interview.

Mr. Larkin, where had you operated before you decided to accept the offer to stay and work in Prague?

As far as the hotel industry is concerned, I started in the marketing area first and then as hotel manager I was gradually appointed in Australia, New Zealand, Hawaii, Peking, Singapore, Honk Kong, Helsinki and Petersburg.

Which of these locations did you like best?

It was very interesting back in China. Petersburg was a wonderful experience. I am relishing Prague now. It is a gorgeous city. I have been working with wonderful people here. The Czechs are nice and communicative. It is easy and pleasurable to live in a place like this. I believe that it will be a fruitful experience. So far I have not encountered anything negative here.

What is your preferred way of spending your leisure time?

I am a passionate golf player, I like chess, I am fond of reading and listening to good music. I like good wine.

Why have you chosen our capital city to be your next destination?

Last but not least because it is a spectacular cultural metropolis. I had been pondering over four alternatives and finally staked on Prague for the huge potential it has in the tourism area and in Europe and the whole world in general. This fact reflects not only in the high hotel occupancy figures and the high demand from the tourist travellers. Prague is a sufficiently mature city to make quality business flourish. The economics here is healthy. I was full of expectations for I knew the InterContinental Praha was doing extremely well. That it was perfectly fit, as they say, and in the right place at the right time, to enjoy the boom and dynamics of the incoming clientele – the interest of tourists and business travelers in the Czech Republic.

How much did you know about the Czech Republic?

About as much as people here know about Australia. I knew that the people here were very well educated. I knew Prague was a beautiful and clean city and that the local people deserve respect for all they had done. I knew the working atmosphere would be very good here. I see there is a fantastic potential in your country in the tourism and standard improvement areas. If this government aims at this potential even more (I have not been in the Czech Republic long enough yet to know about the local situation in detail), this country is going to earn huge money. Not only from the cognitive and leisure tourism that is, but also from all other areas, directly or indirectly linked to it. Incentive, business trips, corporate and educational functions, congresses, conferences – this all is directly relating to the overall economic growth and to the hotel industry.

In your opinion, what course will the hotel industry take globally?

That is very simple. Hotels are service oriented. The aspect our customers are looking for is quality services. The main stream will therefore be concerned with the provision of increasingly perfected services and improved service standards. What we can do in the present market situation is improve the technologies in the first place, so that they can serve our customers still better.

Čeští hoteliéři si zaslouží více společenského uznání

V souvislosti s hlavním tématem Všudybylu jsem oslovil Petra a Evu Procházkovy, jejichž firma Inteco Eurotrend působí v oblasti hotelových doplňků a potřeb pro hosty. Pane Procházko, proč jste se rozhodli podnikat v tomto oboru?

Nerozhodli. Pokračujeme v tom, co započal můj otec Bořivoj Procházka v sedmdesátých letech minulého století, když se pustil do budování firmy, včetně vývoje dnes již klasických hotelových doplňků. Otec, i když už není mezi námi, je stále duší firmy, která je schopná poskytovat hotelům, penzionům a restauracím kvalitní služby, co se týče dodávek hotelové kosmetiky, toaletních potřeb, restauračních a hotelových doplňků, potřeb pro provoz, hotelové polygrafie a textilu, které z velké části sami vyrábíme, distribuujeme a se kterými obchodujeme. Součástí podnikání je však i vzájemná spolupráce firem. Naším dlouholetým a velmi dobrým obchodním partnerem pak je firma PROMIN CZ.

Podnikat v hotelových doplňcích, pokud se to umí, je dobrý a zřejmě nikdy nekončící byznys, protože je stále co doplňovat. Obzvlášť v této době, kdy jsou české ubytovací kapacity plné hostů.

Petr Procházka

Eva Procházková

Ale nejen proto, že jsou mnohé z hotelových doplňků určeny k jednorázovému použití. Také proto, že v našem oboru neustále dochází k rozšiřování sortimentu, k inovacím designů i obsahu. Ubytovací zařízení, od nejjednoduššího až po pět hvězd, musí disponovat hotelovou kosmetikou, tiskovými materiály s informacemi, které hosta čekají na pokoji. Často to bývají výrobky, které se tvoří a dolaďují tak, aby co nejlépe prezentovaly hotel. Hotelové doplňky jsou souborem věcí, které se neustále obměňují, a každý rozumný hoteliér se snaží image a dobré jméno podniku prosazovat i jejich prostřednictvím. Opakovaný host pak i díky těmto maličkostem vnímá, že hotel neustrnul a že se v jeho prospěch snaží vytvářet lepší a lepší prostředí. Navíc řadu doplňků si hosté odnášejí jako upomínkové předměty a jejich prezentací často doplňují svá osobní svědectví v okruhu svých nejbližších a přátel o daném ubytovacím zařízení. A protože právě tato forma je nejúčinnější reklamou a způsobem šíření referencí, a to i špatných, stává se z hotelových doplňků významný argument s vysokou vypovídací hodnotou a propagačním účinem.

Připomněl jste mi policajta z Beverly Hills ze stejnojmenného filmu, který své kamarády na účet hotelu obdarovával bělostnými župany...

Takové umíme také. I pantofle. V letošním roce u hoteliérů došlo k razantnímu zvýšení poptávky po kvalitních županech a šitých pantoflích z froté materiálu s pevnou podrážkou. Děláme je jak s vyšívanými logy, tak s tištěnými, v nejlepším provedení. Co se týká županů, dodáváme kvalitní české i zahraniční froté, záleží na tom, jakou má který zákazník důvěru k různým výrobkům. Ať je to župan české provenience

nebo dovozový, ty které jsme s to dodávat, splňují nejvyšší kvalitu pro standard pětihvězdičkových hotelů. Umíme je v různých fazonách i velikostech, s vyšívanými logy i šité přímo na zakázku.

Paní Procházková, proč jste se rozhodla vstoupit do rodinné firmy?

Protože ráda aranžuji, vymýšlím a kompletuji doplňky tak, aby tvořily ucelený soubor praktických

a vkusných věcí. I když jsem původní profesí stavař, dělám v podstatě designéra. Originální realizace v oblasti designu a aranžování mne vždy naplňovaly. Někteří zákazníci nám dávají volnou ruku, u jiných jsme vázáni manuály jejich řetězců. Ale i u takovýchto zpravidla bývá prostor pro realizaci nových nápadů, jež se odráží ve spokojenosti hostů. Jsou hotely, které na nás nechají vytvoření celého setu. Od šitíček po obouvací lžíce, hotelovou kosmetiku včetně začlenění hotelového loga. Vytváříme kompletní sestavu doplňků spolu s věcmi, jako jsou hotelové mapy a organizační systém informací pro hotelový servis. Od návodů na použití minibaru přes etážový servis, průvodce

televizí, veškerý sortiment, který hotel potřebuje. Každý hotel je jiný. Každý dýchá jinou atmosférou, má jinou architekturu, vybavenost. Sety doplňků se tomu musí barevně i tvarově uzpůsobit tak, aby ladily po nejmenší drobnost, např. lahvičku, která v figuruje v koupelně včetně tisku loga a jejího uzávěru.

Většina lidí, v jejichž blízkosti se pohybuji, má veliký tah ve směru kvality, a kvalita je o dotahování věcí do detailů.

Ano, ale najdou se i tací, kteří vybavenost hotelovými doplňky podceňují. Pochopitelně záleží i na tom, co si pod tímto souhrnným pojmem představují. Hotelové doplňky začínají od jednoduché pásky na WC, která avizuje hostovi, že toaleta byla vyčištěna a vydesinfikována, až po informační systém, veškeré visačky, různé podložky, rozetky a v neposlední řadě hotelové kroniky, které pro

nás s brilantní zručností zhotovuje jeden z předních českých knihařů. Hotelové doplňky jsou jakoby třešničkou na dortu, bez které by to nebylo ono. Na kvalitu je kladen opravdu veliký důraz a naše firma ji umí stoprocentní. Takovou, jakou jsou schopny

nabídnout renomované zahraniční firmy, a navíc k ní přidat českou praktičnost a kreativitu.

Jak je na tom podle vás český hotelový průmysl?

Vcelku dobře. Je to nejen díky mezinárodní situaci, která momentálně cestovnímu ruchu přeje, ale také investicím do hotelové infrastruktury. Zejména pak díky hotelovému managementu, jehož úroveň je plně srovnatelná se zahraničním. V řadě aspektů je na

tom český hotelový management i lépe, protože mu bylo a je souzeno obstát v daleko složitějších podmínkách. To, že je na tom dnes dobře, je především záležitostí lidí, kteří v něm pracují. Čeští hoteliéři si zaslouží dostat se, a to i co se týče společenského uznání, daleko více do popředí. Rozvoj hotelnictví svým ekonomickým dopadem a tvorbou přímých

a zejména nepřímých pracovních příležitostí dalece přesahuje vlastní rámec. Jeho rozvoj je přímo spjat s podporou cestovního ruchu a zahraničního obchodu, což je oblast, v níž má Česká republika obrovský a dosud jen nepatrně využívaný potenciál.

➤➤www.eup.cz

EUROHOTELSERVIS
eurotrend®
PETR PROCHÁZKA
HRADEC KRÁLOVÉ

hotel STEP sportovní a kongresový

Čím temnější nebe,
tím světleji vyvstanou hvězdy.
Leonardo da Vinci 1425 – 1519

Své první interview s Ludmilou Koutskou zveřejněné ve Všudybylu v září 2001 jsem uvedl citátem Leonarda da Vinci: „Čím temnější nebe, tím světleji vyvstanou hvězdy“. A protože mám maturitu z trumpety a slečna Koutská z houslí, sám rozhovor tehdy začal muzikantskou (nejen) anekdotou o tom, že se potkali dva muzikanti a nikoho nepomlouvali. Tehdejší úvodní sentenci jsem ukončil řečnickou parafrází: „Znáte ten vtip: potkají se dva hoteliéři...?“ Minulý Všudybyl pak přinesl krátkou zprávu, že 21. září hotel STEP uvedl do provozu velký kongresový sál a novou moderně vybavenou sportovní halu se třemi tenisovými a třemi plně klimatizovanými squashovými kurty, a že jeho novou ředitelkou je top manažerka a dvojnásobná držitelka prestižního ocenění Lady Pro České republiky Ludmila Koutská, kterou jsem nyní opět požádal o rozhovor.

Ludmila Koutská

Paní ředitelko, v letošním roce jste se rozhodla pro změnu a přijala angažmá v hotelu STEP. Nepochybuji o tom, že jste měla řadu nabídek včetně zahraničních. Ostatně kdysi jsme hovořili o Německu. Proč jste zůstala v Česku?

Zvažovala jsem nabídky jak z tuzemska tak i ze zahraničí. Docela mne lákalo vyjet opět ven, ale do Německa ne, tam už bych se nevracela. Mezi zahraničními nabídkami figurova1y i přímořské jižní státy, což jsem velmi zvažovala, protože se mi teplé krajiny líbí a mohla bych spojit příjemné s užitečným. Nakonec jsem se rozhodla zůstat v Čechách a pro hotel STEP. Mimo jiné také proto, že má obrovský růstový potenciál, a to je to, co mne baví. Jsem akční člověk.

V září jste za účasti ministra pro místní rozvoj Jiřího Paroubka společně s jednateli společnosti STEP Ing. Luďkem Ingalou a Ing. Jiřím Čápem v hotelovém komplexu STEP slavnostně zahajovali provoz nového kongresového sálu a nové moderně vybavené sportovní haly.

Jedná se o realizaci nového projektu, kterým chceme oslovit především kongresovou klientelu. Kapacita kongresového sálu je 350 míst. Sál je vybaven špičkovou audiovizuální technikou a je možné jej přepažit na několik menších. Společně s ním jsme otevřeli nová sportoviště, podstatně rozšířili hotelová parkoviště a přidali nová. Znalci říkají, že naše sportovní hala je jednou z nejlepších v Praze. Již záhy po uvedení do provozu je velmi vytížená a také ona nám do hotelu STEP přivádí další a další zájemce o pořádání firemních a kongresových akcí. Firemní i kongresová klientela totiž zpravidla ráda po pracovním programu relaxuje a sportuje. Navíc pozvání obchodních partnerů na squash,tenis či bowling se zázemím fitness a relaxcentra bývá vítanou příležitostí k neformálním setkáním.

Jaká jsou vaše očekávání, co se týče letošní sezony a let příštích?

Hotelový byznys v Praze, a nejen v českém hlavním městě, je na vzestupu. To je věc, kterou zřejmě víme všichni. Příliv obchodní, kongresové, ale i turistické klientely stoupá. Domnívám se, že je to dáno zejména třemi faktory. Kvalitou služeb včetně hotelové infrastruktury, vstupem Česka do Evropské unie a lepšími obchodními podmínkami oproti zahraniční

*Hotel STEP*** disponuje bezbariérovým přístupem a celkem 160 pokoji v členění 144 dvoulůžkových pokojů, 8 jednolůžkových pokojů a 8 apartmá. Všechny jsou vybaveny koupelnou s vanou nebo sprchou a WC, satelitní TV a telefonem s přímou volbou. Snídaně (v ceně pokoje) jsou nabízeny formou bufetu v hotelové restauraci, která má 140 míst k sezení. Restaurace je hostům k dispozici i během dne a nabízí široký výběr z jídel české i mezinárodní kuchyně. Hotel disponuje konferenčním zázemím, kongresovou halou, sály a salonky včetně kongresové techniky a banketových služeb. Největší prostor pojme v divadelní úpravě 350 lidí. U hotelu se nachází vlastní parkoviště s možností hlídaného parkování pro osobní vozidla i autobusy. Hotel zajišťuje služby směnárny, čistírny, prádelny, průvodce pro skupiny i individuální klientelu, hotelové taxi, vstupenky do divadel i na jiné kulturní a sportovní akce. Dále nabízí 3 bowlingové dráhy v příjemném bowlingovém baru, který má kapacitu 45 míst. Fitness centrum se saunou, whirpoolem, masážemi a posilovnou. Vstup do posilovny je pro hotelové hosty zdarma. V hotelovém areálu se nachází krytá tenisová a squashová sportoviště.*

konkurenci. Přistoupením do unie se Česku otevřely nové možnosti. Obchodníci více cestují. Na tyto trendy reaguje i koncepce rozvoje hotelu STEP svou výraznější orientací na kongresovou a obchodní klientelu. Internetové stránky hotelu STEP (www.hotelstep.cz) vedle úředního jazyka přinášejí informace i v čínštině, ruštině, němčině a angličtině.

Nicméně i u zahraničních hostů a budování si jejich přízně platí, že láska prochází žaludkem...

No právě. Takže i to je jedním z důvodů, proč k nám jezdí klientela téměř z celého světa. Co se týká naší gastronomie, je na slušné úrovni. V hotelu STEP pracují šikovní kuchaři. Navíc, na letošní zimu v této oblasti plánujeme realizaci dalších velkých investic nejen do technologií, ale i do rozšíření kuchyňského zázemí také proto, abychom cateringové služby mohli standardně realizovat i mimo hotel.

Jaké jsou priority manažerky roku a dvojnásobné Lady Pro České republiky?

Nejen udržet hotel STEP na špičkové úrovni, ale ještě pozvednout jeho kredit. Ukázat, že na to máme.

➤➤ **www.hotelstep.cz**

České aerolinie na třech pilířích

Prostředník, který nebude přidávat hodnotu, zmizí.
Jan Mühlfeit

Na interview s obchodním a marketingovým ředitelem Českých aerolinií Kamilem Čermákem jsme se domlouvali od 23. září, kdy České aerolinie křtily tři nová letadla, avšak k povídání si jsme se dostali až na jedenaosmdesáté narozeniny ČSA. Pane řediteli, jak se Kamil Čermák ocitl u ČSA?

Kamil Čermák

Po téměř devíti letech šéfování marketingu a později i obchodu v Českém Telecomu usoudil, že je na čase začít pracovat v jiném odvětví. Nebylo to snadné rozhodování už proto, že jsem v tom okamžení dostal dvě nabídky od lidí, kterých si moc vážím. Jednu od společnosti ČEZ od Martina Romana a druhou od Zuzany Řezníčkové z ČSA. Rozhodl jsem se dělat sice stejné řemeslo – obchod a marketing, ale tentokrát v barvách našeho národního leteckého dopravce.

8. září prezident a předseda představenstva ČSA Ing. Jaroslav Tvrdík v rámci zahájení spolupráce ČSA/Exim Tours uvedl:
„České aerolinie pro letošní rok v oblasti charterové dopravy naplánovaly výrazné posílení své pozice. Naše spolupráce s Exim Tours – jednou z předních českých cestovních kanceláří – dokazuje, že se nám plány expanze v oblasti charterů daří naplňovat.“

Ano, je to tak. Jednoznačně jsme si vytýčili cíl postavit České aerolinie na třech pilířích, a to říkám nejen jako obchodní ředitel, ale i jako šéf nově postaveného produktového boardu Českých aerolinií. Svého času Vratislav Kulhánek řekl, že Škodovka potřebuje třetí model, aby stála pevně na třech nohou, a ke stávajícím Fabii a Octavii tak přibyl Superb. A i my dnes vyhlašujeme tři pilíře Českých aerolinií. První je business class - dostat obchodní cestující do naší business kabiny a zabezpečit jim takový standard, aby preferovali služby ČSA.

Druhým pilířem je samozřejmě economy class, jejíž cestující jsou nejvíce atakováni nízkonákladovými přepravci. A my se chceme tržně „vypořádat“ s low cost společnostmi, aniž by se samy ČSA staly low costem. Chceme oslovovat široké spektrum potenciálních pasažérů, kteří budou cestovat ekonomickou třídou ČSA, protože případný rozdíl v ceně vykompenzují naše tradiční hodnoty – spolehlivost, přesnost, vysoká kvalita palubních služeb. Za přiměřenou cenu tedy chceme nabízet vyšší kvalitu péče o zákazníka obou našich tříd.

Třetím pilířem je postavení charterové divize, která bude doplňovat hlavní byznys ČSA robustním nárůstem v oblasti nepravidelné letecké přepravy.

Je veřejným tajemstvím, že v těchto dnech budeme vyhlašovat výsledky výběrového řízení na novou středně traťovou flotilu ČSA. Budeme zvyšovat počet letadel. Teď jich máme pětačtyřicet. Naše expanze nejde pouze směrem posilování západních teritorií, přestože Evropa je pro nás krajně důležitá, ale neméně důležitá je pro nás i expanze na východ. Po desítkách let, kdy ČSA létaly pouze do Moskvy a Petrohradu, dnes létáme i do Jekatěrinburgu, Samary, Baku a stáváme se v tomto teritoriu poměrně významným hráčem, který tam šlape na paty i velmi dobře etablované Lufthanse.

České aerolinie jsou světovou anomálií. I v dobách, kdy letecká doprava více než stagnovala a kdy k dobrému tónu patřilo předhánění se leteckých společností, včetně těch největších, v oficiálních prohlášeních o tom, jaké restriktivní kroky právě dělají, aby zbrzdily dynamicky narůstající sled svých ekonomických ztrát, měly ČSA pozitivní – růstovou – dynamiku. Není se tedy co divit, že v tomto trendu, avšak v daleko vyšších obrátkách, pokračují i v této době, kdy letecká doprava celosvětově zaznamenává konjunkturu či se jí blíží.

České aerolinie jsou finančně velmi zdravá společnost s kvalitní strategií a robustním růstem. Úspěšně pokračujeme v tom, co (v případě ČSA jedenaosmdesát let) krok za krokem budovali generace jejích zaměstnanců. V tomto slova smyslu jsme pozitivní anomálií. Na druhou stranu musí každý zodpovědný obchodní ředitel „aerolinek“ konstatovat, že celá industrie vchází do revolučně nového konkurenčního prostředí, v němž, slovy Jana Mühlfeita, „kdo nebude přidávat hodnotu, zmizí“. Tyto zákonitosti musíme respektovat, protože jejich nerespektování by nemilosrdně smetlo všechno to, co zde budovali generace patriotů ČSA před námi. Ostatně s ČSA (které jsou druhými nejstaršími aeroliniemi světa) zhruba ve stejném čase založená, avšak dnes už neexistující Sabena je toho smutným příkladem. Tradiční aerolinie byly po desetiletí zvyklé, řeknu-li to v uvozovkách: „vyprodávat křesla“ a to, co nechávaly stranou, byly nové obchodní modely, s nimiž nastoupili bouřlivě low cost dopravci a přinesli tak revoluci spojenou s cenovou válkou do celého odvětví. Do tohoto všeho aktuálně vstupuje skutečnost, že celé toto odvětví je taženo do konkurenčního střetu „kdo víc vydrží“ trvalým růstem cen ropy.

Od 1. ledna 2005 proto budeme následovat ostatní významné hráče na evropském trhu letecké přepravy a agenturní provize bude činit jedno procento. Navíc se v našem obchodním názvosloví objeví termín „servisní poplatek“. Cena přepravy se oddělí od ceny servisního poplatku, který si ČSA účtují za to, že zákazníkovi poskytují další služby. Pokud si zákazník koupí letenku v kamenném obchodě, zaplatí servisní poplatek 800 Kč a cenu letenky. Pokud si ji pořídí přes internet, zaplatí 400 Kč. Na letence vždy uvidí, kolik platí za přepravu a kolik za servis. ČSA se jednoznačně hlásí k trendu elektronického obchodování. Tento směr chceme výrazně posílit i do budoucna.

>> www.csa.cz

Míra návratnosti 14 %

Nabídka Airbus SAS nejvýhodnější

Nabídka společnosti Airbus SAS byla vyhodnocena jako celkově nejvýhodnější v rámci poptávkového řízení Českých aerolinií na pořízení dvanácti střednětraťových letounů nové generace. České aerolinie tak v následujících letech zařadí do své flotily nejmodernější letouny Airbus A320 a Airbus A319. Letadla budou poháněna motory vyráběnými konsorciem CFM International S.A. Prezident a předseda představenstva ČSA Jaroslav Tvrdík k výsledku poptávkového řízení poznamenal: „Vítězná nabídka na pořízení letounů znamená jednoznačně ekonomicky nejvýhodnější cestu, jakou si České aerolinie mohly zvolit pro modernizaci své střednětraťové flotily. Tento závěr vzešel jak z výpočtů hodnotícího modelu, tak se na něm shodli členové odborné komise – včetně zástupců poradenské společnosti McKinsey a právní kancelář Weil, Gotshal&Manges.“

K nejlepším obchodům v odvětví

V průběhu téměř sedmiměsíčního výběrového řízení došlo k výraznému zlepšení ekonomické hodnoty nabídek pro ČSA. Vítězná nabídka vytvořená na základě předchozích výběrových řízení se řadí k nejlepším uzavřeným obchodům tohoto rozsahu v odvětví. Jan Váňa, výkonný ředitel ČSA pro strategii a předseda komise pro posuzování nabídek v rámci poptávkového řízení, k tomu poznamenal: „Celkovou výhodnost vítězné nabídky je možné pro ilustraci přiblížit i mírou návratnosti projektu, která činí 14 %, a to před započtením přínosů financování.“

Celková hodnota kontraktu se pohybuje v rozsahu 10–12,5 miliardy korun, které bude společnost splácet formou finančního leasingu. Kromě dodávky nových letadel Airbus A320 a A319 získají České aerolinie od společnosti Airbus SAS zdarma také letový simulátor v hodnotě 300 milionů korun, který bude sloužit jak pro výcvik pilotů ČSA, tak i dalších dopravců, kteří si jej u aerolinií objednají. Zároveň se společnosti Airbus SAS a CFM International S.A. zavázaly, že budou Českým aeroliniím poskytovat rozsáhlý zákaznický servis, náhradní díly za výhodnou cenu a další služby, např. v oblasti výcviku posádek.

Kompletní dodávka bude obsahovat:

- 6 letadel Airbus A320 v konfiguraci pro 162 cestujících v dvoutřídovém uspořádání
- 6 letadel Airbus A319 v konfiguraci pro 135 cestujících v dvoutřídovém uspořádání.

Součástí nabídky jsou mj. i práva konverze (Conversion Rights) a kupní práva (Purchase Rights), která ČSA umožňují za stejných komerčních podmínek eventuální pořízení dalších až dvanácti letadel.

Jitka Novotná

26 % nárůst

České aerolinie za období leden až srpen 2004 přepravily 2,9 milionu cestujících. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se jedná o 26 % nárůst. Vzrůstající trend zaznamenaly také v oblasti dalších přepravních výkonů. Za období od ledna do srpna uskutečnily 21 078 letů, což představuje meziroční nárůst počtu spojení o 18 %. Obsazenost sedačkové kapacity dosáhla hodnoty 72 %. Meziroční 13 % nárůst zaznamenala také oblast carga, kde za prvních osm měsíců roku přepravily téměř 15 000 tun zboží a pošty. Na charterových letech ČSA za leden až srpen t. r. přepravily 220 000 cestujících. V samotném měsíci srpnu stoupla charterová přeprava ČSA oproti stejnému období loňského roku o 37 %. Kromě tradičních destinací ČSA, jako je Paříž, Londýn, Amsterdam a Řím, stoupla v letních měsících obliba dovolenkových destinací, jako jsou Atény, Larnaca, Split, Barcelona, Miláno, Madrid, Sofie a Colombo. V souvislosti s úspěšným provozováním linky do Colomba dochází v zimní letové sezóně k rozšíření provozu ČSA do této turisticky atraktivní oblasti až na čtyři lety týdně. Nově jsou nabízeny přímé lety na Maledivy. Tyto linky jsou provozovány dálkovým letadlem A310-300 s kvalitním palubním servisem a vysokým koeficientem pohodlí. ČSA v rámci letní sezóny zaznamenaly pozitivní ohlas na zavedení levných typů tarifů do téměř 20 evropských destinací. Jejich výše se i při dodržení vysokého standardu služeb ČSA na palubách letadel pohybovala od 2990 Kč za zpáteční letenku. ČSA plánují i do budoucna atraktivní cenové nabídky do vybraných destinací. Příkladem je zaváděcí cena ČSA do nové destinace Londýn Gatwick od 1990 Kč za zpáteční letenku, kterou budou nalétávat dvakrát denně s platností od zimního letového řádu (31. 10. 2004).

➤➤ www.csa.cz

ČSA CZECH AIRLINES

Bechyně, Český Brod a Roudnice nad Labem

Pocta báječným mužům a ženám

23. září křtily České aerolinie tři nová letadla Boeing 737 jmény českých měst – Bechyně, Český Brod a Roudnice nad Labem. Křest se uskutečnil na ruzyňském letišti za přítomnosti zástupců měst, vedení ČSA a hostů jako pocta báječným mužům a ženám na létajících strojích. Kmotry letadel spolu se starosty zmíněných měst byli i českoslovenští piloti RAF z druhé světové války, piloti – mistři světa v letecké rallye a v neposlední řadě ženy – pilotky Českých aerolinií.

Také do Glasgowa a Londýna – Gatwicku

Celkem 28 letadel typu Boeing 737 – 400 a 500 tvoří páteř flotily ČSA. První stroj doplnil letadlový park Českých aerolinií v roce 1992 a dnes tato letadla přepravují největší podíl z celkového počtu cestujících Českých aerolinií. Doménou těchto letadel jsou především evropské linky a linky ČSA vedoucí do oblasti severní Afriky a Blízkého východu. Letadla Boeing 737, včetně nových strojů, od zimní sezony zamíří také do dvou nových destinací, ČSA - Glasgowa a Londýna - Gatwicku.

Devět žen v kokpitech dopravních strojů ČSA

Boeing 737-400 s imatrikulačním znakem OK-YGA nese jméno jihočeského lázeňského města Bechyně. Společně se starostou města Bechyně, panem Jaroslavem Matějkou, letadlo pokřtily také pilotky a kapitánky ČSA. Těch dnes pracuje u Českých aerolinií celkem devět. Osm z nich létá jako kapitán či druhý pilot na letounech ATR; paní Marie Lecjaksová pak létá jako druhý pilot na největším letounu ve flotile ČSA – dálkovém Airbusu A 310-300.

S mistry světa v letecké rallye

Boeing 737-500 s imatrikulačním znakem OK-DDG byl slavnostně pokřtěn jménem středočeského města Český Brod. Starosta města, pan Jaromír Fischer, pokřtil letadlo společně s týmem českých pilotů – mistrů světa z letošní letecké rallye v dánském Herningu. Český reprezentační tým tvoří deset letců, přičemž osm z nich jsou profesionální piloti Českých aerolinií.

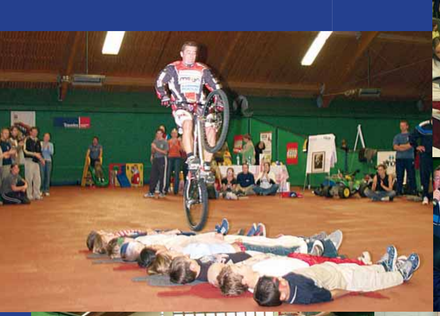
Českoslovenští piloti RAF

Třetí křtěný Boeing 737-400 s imatrikulačním znakem OK-WGY nese jméno města Roudnice nad Labem. Kmotry jeho křtu se vedle starosty města, pana Zdeňka Kubínka, stali také zástupci československých pilotů bojujících během druhé světové války na perutích britského královského letectva RAF. Jejich válečná mise patří k historii českého letectví stejně pevně jako město Roudnice nad Labem se svým letištěm, kde již několik let každoročně probíhá letecký festival Memorial Air Show.

-JN-

>>www.csa.cz

ČSA CZECH AIRLINES



Jubilejní Fun & Fit Day

Neformální přátelská atmosféra, kvalitní catering, sportovní turnaje, dětské soutěže a spousta zábavy ve vnitřních prostorách skvěle vybaveného sportovního areálu, takový byl desátý Fun & Fit Day. Mezi prvními jeho účastníky 9. října v Průhonicích vítal ředitel Club hotelu Praha Mgr. Jan Dušek. U zrodu Fun & Fit Day stál před více jak lety deseti Ing. Jiří Krejča, předseda představenstva a generální ředitel společnosti Travelex Czech Republic a.s. Travelex je největším nebankovním obchodníkem s devizovými prostředky na světě. Poskytuje na míru šité valutové a devizové služby, zejména pak zahraniční platby ve více než stovce měn po celém světě, a to tak, že rychle, úsporně a spolehlivě. Nejen Travelex v Česku, ale i Fun & Fit Day si získal velikou oblibu. Jeho smyslem je umožnit prožít společně se svými nejbližšími zábavou a sportem nabitý den ve společnosti zákazníků, obchodních partnerů Travelexu a dalších partnerů. V letošním roce zejména hlavního partnera Fun & Fit Day Živnostenské banky a.s. Seznam pozvaných hostů byl i letos rozsáhlý a různorodý, už vzhledem k tomu, že jej hlavní pořadatel Travelex Czech Republic a.s. tvořil ve spolupráci s obchodními komorami Itálie, Kanady, Nizozemska a Velké Británie, Nadací Terezy Maxové a dalšími partnery akce.

>> www.travelex.com >> www.zivnobanka.cz

Ve Velké Klášterní restauraci

V areálu Strahovského kláštera pořádaly 3. října České aerolinie setkání se svými prodejci spojené s rautem, zábavným programem tancem a tombolou.

ČSA CZECH AIRLINES

Glajcha terminálu EUropa

13. října 2004 se v prostorách terminálu EUropa za účasti ministra dopravy Milana Šimonovského, generálního ředitele České správy letišť Martina Kačura, top managerů dodavatelských firem a řady hostů uskutečnilo slavnostní setkání při příležitosti dokončení nejvyššího bodu nosné konstrukce hlavní budovy. Stavební projekt EUropa v hodnotě deseti miliard korun se souběžně realizuje v šesti lokalitách letištního areálu Sever. Jeho provoz bude zahájen v lednu roku 2006 a rozšíří kapacitu letiště Praha Ruzyně na počátečních 10 milionů cestujících ročně a odbavování letů z a do zemí Evropské unie podle režimu stanoveného Schengenskými dohodami, jimiž bude České republika vázána po roce 2007. Rozšíření terminálů pražského letiště by mělo podle Ing. Dalibora Šťáhlavského, náměstka generálního ředitele ČSL, úsek rozvoj a výstavba, potvrdit pozici Prahy jako významné letecké adresy na mapě střední Evropy.

SBA expert

SBA-Expert, a.s.
Kongresové centrum Praha
Na Pankráci 17-19/1685, 140 21 Praha 4
mobil: 603 517 970, 728 642 063, 602 430 920
tel./fax: 261 174 196
e-mail: info@sbaexpert.cz, www.sbaexpert.cz

Klíčová role v širokých souvislostech

Prosperita mezinárodního letiště hraje klíčovou roli v širokých ekonomických souvislostech. Přispívá k sociální stabilitě a zaměstnanosti tím, že spolupůsobí na rozvoj cestovního ruchu a funguje jako motor místní a národní ekonomiky. Výzkum publikovaný mezinárodní společností ACI Europe dochází k závěru, že každý milion cestujících, kteří projdou letištěm, pomáhá v národním měřítku vytvořit kolem 2950 pracovních míst, 2000 pracovních míst v rámci regionu anebo 1425 subregionálních pracovních příležitostí, přičemž pracovní místa jsou definována jako přímá, nepřímá a indukovaná. V říjnu 2004 to pražské letiště překonalo další rekord, když počet odbavených cestujících, kteří letos využili jeho služeb, dosáhl již 10. října 7 477 323 osob. Pro srovnání, za celý rok 2003 bylo odbaveno 7 463 120 pasažérů. To znamená, že také celkový počet cestujících odbavených za jeden rok překročí letos s největší pravděpodobností původní odhady. Generální ředitel ČSL a letiště Praha Ruzyně Ing. Martin Kačur k tomu řekl:

„Stálá poptávka leteckých dopravců po spojení do Prahy a nasazení větších letadel ukazují, že aktivní postupy vedení přinášejí pozitivní bilanci v dopravních ukazatelích i v rostoucím hospodářském výsledku a zvyšování hodnoty podniku."

Zatímco v letních měsících se předpokládalo, že pražským letištěm do konce roku 2004 projde 9,2 až 9,4 milionu osob, současné odhady počítají až s 9,5 až 9,6 milionu odbavených pasažérů. Překročení dalšího významného ukazatele výkonnosti letiště, počtu pohybů letadel, se očekává kolem 20. října 2004.

>> www.csl.cz

HOTEL ILF

Hotel ILF
Budějovická 15/743
Praha 4 - Michle

★ kongresové služby
★ ubytovací služby
★ cateringové služby

www.hotel-ilf.cz

Prvá návšteva prezidenta Slovenskej republiky

Monumentálna päťmetrová, päť a pol tony ťažká plastika Juro Jánošíka z tristodvadsaťročného dubu majstra Jaroslava Buncka víta od 12. júla tohto roka návštevníkov Slovenskej reštaurácie a hotela Paulíny. Sochu počas svojej prvej návštevy Česka v roli prezidenta Slovenskej republiky odhalil pán Ivan Gašparovič, spolu s prvou dámou pani Silviou Gašparovičovou, veľvyslanecom Slovenskej republiky pánom Ladislavom Ballekom, v prítomnosti starostu mestskej časti Praha 4 pána Zdenka Hovorku, hostiteľa pána Viliama Paulínyho a jeho ďalších hostí.

>> www.hotelpauliny.cz

Hotel PAULÍNY SLOVENSKÁ RESTAURACE

28. září na Pražském hradě

28. září se na Pražském hradě sešla řada významných hostí a aktérů oficiální části 6. Svatováclavského večera. Ten byl zahájen Fanfárou 17. listopadu Lukáše Matouška, jež zněla majestátným Vladislavským sálem v české premiéře. V rámci koncertu vystoupili sopranistka Eva Dřizgová – Jiroušová, basista Roman Janál, Pražský smíšený sbor řízený Miroslavem Košlerem doprovázeni Filharmonií Hradec Králové vedenou Ondřejem Kukalem. Zazněly: Svatováclavský triptych Vítězslava Nováka, Dvořákovo Te Deum a chorál Svatý Václave. V rámci slavnosti promluvil pražský arcibiskup kardinál Miloslav Vlk, jenž se zhostil předání Pamětních svatováclavských medailí. Následovala vernisáž výstavy v Rothmayerově sále, raut a společenské setkání ve Španělském sále a Rudolfově galerii obohacené Svatováclavským salonem vín a módní přehlídkou firmy Noli. K poslechu a tanci hrály Taneční orchestr Hradní stráže, cimbálová skupina Vonička a Velký taneční orchestr Václava Hybše.

>> www.hrad.cz >> www.apha.cz

Správa Pražského hradu

PRAŽSKÁ UMĚLECKÁ SPOLEČNOST

SVATOVÁCLAVSKÉ SLAVNOSTI

Imatrikulace posluchačů

Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství

Slavnostní imatrikulací za účasti významných osobností akademického a společenského života zahájili 6. října 2004 v sále Boccaccio Grand Hotelu Bohemia studium noví posluchači Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství. Rektorka vysoké školy doc. Ing. Věra Seifertová, CSc. nové studenty oslovila s tím, že základním pilířem fungování školy je kvalita. Konstatovala, že Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství je s praxí úzce spjatá výběrová škola pro manažery a podnikatele v oblasti cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství.

➤➤www.vscrhl.cz

Vysoká škola cestovního ruchu hotelnictví a lázeňství

Do jaké to moderní doby kráčíme?

Rozhovor s prezidentem Národní federace hotelů a restaurací České republiky panem Romanem Vacho jsme uskutečnili po skončení výkonného výboru NFHR ČR v hotelu Monty v Mariánských Lázních záhy poté, co vláda odložila zvýšení daně z přidané hodnoty u ubytovacích služeb o jeden rok.

Roman Vacho

O devatenáct měsíců. Sněmovna totiž o zvýšení daně z přidané hodnoty u ubytovacích služeb rozhodla s platností od 1. května 2004. Jsem rád, že zvítězil zdravý rozum a že vláda učinila konkrétní prorůstové opatření v jednom z významných odvětví českého národního hospodářství – v průmyslu cestovního ruchu.

Jak ilustruje uplynulého půl roku, zařazení sazby DPH u stravovacích služeb do základní 19% sazby nevedlo k vyššímu výběru daní, ale k opaku. K demotivaci podnikatelů, kterou ve čtvrtém vydání letošního Všudybylu předpověděl „šedivý“ sci-fi fejeton „Hotely a restaurace v roce 2006“:

„Reforma z roku 2004 pokračuje a direktivy Evropské unie jsou českou vládou uplatňovány dle zásady „papežštější než papež“. Restauratér-hoteliér J.N. zešedivěl, a to tak, že úplně. Války, nemoci a teroristické útoky ve světě ho připravily o část hostů, tím i příjmů, takže mu starostmi zešedivěly vlasy. Stejně jako vlasy je dnes, v roce 2006, šedá i fasáda jeho podniku. Peníze investoval do sladění provozu svého podniku s novými hygienickými normami, o jejich zbytek ho připravilo zvýšení DPH v roce 2004, a na fasádu nezbylo. Jako fasáda podniku je šedý i jeho jídelní lístek. Tradiční česká jídla – oblíbené „hotovky“ díky hygienickým předpisům vytlačil eurořízek s hranolky na sto způsobů. Jako jídelní lístek zešedivěli i dva zaměstnanci, protože jsou již bývalí zaměstnanci, přesněji nezaměstnanci. A tak náš hrdina přemýšlí, jestli jeho černé myšlenky nezaplaší přesun do šedé ekonomiky, kam se již část jeho podniku, alespoň vzhledem – fasáda, jídelní lístek a částečně i zaměstnanci – odebrala. Večer to musí u černého piva probrat s těmi, jejichž práci již nenakupuje on, ani jeho hosté – pekařem J.P., majitelkou prádelny A.D., prodavačem suvenýrů K.D. a dalšími, kteří stejně jako on dnes řeší otázku, zda a jak žít jako ekonomicky bílí, přežít jako šedí, nebo vidět svět černě jako nezaměstnaní. Je to jen zlý sen pana J.N., nebo v roce 2004 zvítězil zdravý rozum nad potřebou krátkodobě naplnit státní kasu, aby bylo co rozdávat?“

Právě. Jedním z našich argumentů v rámci vyjednávání s politickou reprezentací a představiteli vlády byl i ten, že bude-li zvýšeno DPH, nebude výnos korelovat s jeho zvýšením. Argumentovali jsme i tím, co se záhy začalo projevovat u stravovacích služeb.

Pane prezidente, kam kráčí průmysl cestovního ruchu ve světě? Kráčí ten náš, český, s ním, před ním nebo za ním?

V současné době (co se týče společenské poptávky a jí odpovídajících kroků politiků) jej spíše opatrnicky, s mnohým přešlapováním na místě, následuje. Celosvětově, tak jak uvedla WTO, je totiž průmysl cestovního ruchu největším zaměstnavatelem a jedním z nejprogresivněji se rozvíjejících odvětví. V tomto má Česká republika při své současné strategii zaměstnanosti – „co nejvíce lidí do montážních hal průmyslových zón“ – obrovské rezervy. Je zavádějící v této oblasti argumentovat Prahou. Pokud mluvíme o hotelnictví a o průmyslu cestovního ruchu, je potřeba vidět obrovský a mizivě využívaný potenciál na většině území České republiky. Vysoká podzaměstnanost v podmínkách České republiky v oblasti služeb jasně ukazuje, kam je potřeba upřít pozornost a kde učinit vstřícné kroky a vytvářet prostor.

I já se domnívám, že by hospodářští stratégové měli shlédnout film Charlieho Chaplina z roku 1935 – „Modern Times“ (Moderní doba), aby viděli, kam že to kočírují... A navíc, když je incoming tak výrazným generátorem zahraničního inkasa.

Ano, orientace na incoming je z hlediska zahraničního obchodu velice zajímavá. Nicméně kolem čtyř milionů potenciálních klientů nemusíme vozit ze zahraničí, ale máme je ve vlastní republice. Pro tuto skupinu spotřebitelů je u nás potřeba vytvářet podmínky pro trávení volného času a v rámci firemních akcí a kongresů i pracovního. Mění se počet dovolenkových cyklů i délka dovolených. Dnes již je jasné, že lidé svoji dovolenou nerozdělují na dvakrát dva týdny, ale že rozdělení je čtrnáct dní a dvakrát jeden týden nebo prodloužené víkendy. To je trend, který potřebuje zázemí v rámci regionů, které bezesporu mají co nabídnout. Myslím si, že každý kraj by měl pečlivě zvážit vlastní politiku v oblasti rozvoje cestovního ruchu a budovat lokální destinace cestovního ruchu. Motivací těch, kteří daná území spravují, by pak především mělo být vytváření pracovních míst a podnikatelských příležitostí – coby pilířů sociálních jistot obyvatel.

➤➤www.nfhr.cz

NÁRODNÍ FEDERACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČESKÉ REPUBLIKY

LÁZNĚ PODĚBRADY a.s.

JIP v Lázních Poděbrady

Za účasti předních představitelů lékařské vědy a klinické medicíny, Středočeského kraje, Ministerstva zdravotnictví ČR, Všeobecné zdravotní pojišťovny ČR, města Poděbrady a Lázní Poděbrady, a.s. byla 11. října do provozu uvedena nová špičkově vybavená jednotka intenzivní péče dislokovaná v přístavbě v poděbradském hotelu G-REX. Jejím hlavním poslání je zajišťovat časnou rehabilitaci pro pacienty po srdečních operacích, překládaných sem přímo z kardiochirurgických klinik.

➤➤ **www.lazne-podebrady.cz**

Navštivte sklárnu v Josefodole

První zmínky o sklářské výrobě

v okolí Světlé nad Sázavou pocházejí ze šestnáctého století. Dostatek křemene a dřeva k vytápění sklářských pecí a k získávání popela, resp. potaše nabízel odpradávna vše, co sklářská výroba potřebovala.

Sklárna Josefodol

byla v půvabném údolí na Českomoravské vysočině založena v roce 1861 vídeňským obchodníkem Josefem Schreiberem. Po druhé světové válce byla znárodněna a po privatizaci v roce 1994 přejmenována na Caesar Crystal Bohemiae podle posledních soukromých majitelů sklárny bratří Císařů. CAESAR CRYSTAL BOHEMIAE, a.s. je tak pokračovatelem více než stočtyřicetileté tradice zdejší kvalitní sklářské výroby.

Z barevně přejímaného broušeného křišťálu

vznikají unikátní, vysokým řemeslným zpracováním světově proslulé výrobky. Čirý základ je za tepla pokryt tenkou vrstvou barevného křišťálu, který je při zušlechtění probrušován diamantovými kotouči. Dochází tak k neopakovatelnému efektu kontrastu barvy, křišťálu a světla. Skláři sklovinu nabírají na sklářské píšťaly při teplotě až 1200 stupňů Celsia a ručně zpracovávají foukáním – tvarováním ve sklářských formách. Polotovary určené k ručnímu broušení často váží až deset kilogramů.

CAESAR CRYSTAL BOHEMIAE®

CAESAR CRYSTAL BOHEMIAE, a.s.
Josefodol 2 , 582 91 Světlá nad Sázavou
tel.: 569 456 111 , fax: 569 456 206
e-mail: caesar@caesar-crystal.cz
➤➤ **www.caesar-crystal.cz**

HOTEL GARNET STRAKONICE

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

DR. JIŘÍHO FIFKY, 386 01 STRAKONICE, TEL.: 383 321 984, 383 324 758, E-MAIL: HOTEL.GARNET@QUICK.CZ

WWW.HOTELGARNET.CZ

HOTEL GARNET STRAKONICE

Kterak Otec vlasti zbudoval a vyzvedl

Krajina s jezerem

Romantická je krajina s jezerem a písečnými plážemi. Zářivé babí léto a vůně borovic. To byly mé první vjemy, které jsem 5. října vstřebával z terasy funkcionalistického hotelu s výhledem na Bezděz. Jako by mne někdo přenesl do literárně idylické saturninovské doby první republiky, kterou tak malebně vykreslil pan Zdeněk Jirotka. Ne, neporučil jsem si mísu koblih a nevrhal je po výletnících a hotelových hostech, kteří se obdobně jako já rozhodli využít pohostinnosti vyhlášeného podniku na břehu Máchova jezera. Zato jsem v příjemné společnosti lidí, s nimiž jsem si měl o čem povídat, vychutnával nádherné slunečné

odpoledne a vzpomínal, a to i na doby, kdy jsem nedaleko odtud trávil léto s maminkou.

Pro ty, kteří dopluli

Potom jsme se byli projít hotelovým areálem se zahradou s ohništěm, udírnou a grilem, kolem vyhřívaného bazénu, beachvolleyballového hřiště, minigolfu a dalších sportovišť. Slogan hotelu říká, že každý máme svůj přístav. Přístav hotelu PORT nabízí nejen kvalitní, dobře vybavené zázemí lidem, kteří životem dopluli až sem, ale i romantické a vysoce funkční prostředí pro rekreaci, firemní a společenské akce. Je zde i opravdový lodní přístav s loďkami katamarány, windsurfingy a šlapadly. Návštěvníkům hotelu jsou k dispozici volejbalová a tenisová hřiště, minigolf, ruské kuželky, fitness i půjčovna horských kol a samozřejmě i terasa nad jezerem, kde jsem začal své povídání. Ta je součástí restaurace se skvělou kuchyní.

Na běžkách a bruslích

Zimním návštěvníkům pak hotel PORT nabízí zapůjčení bruslí i běžeckých lyží. Hotelový areál je totiž neméně romanticky zasazen i do mrazivé zimní zasněžené přírody lákající k bruslení na jezeře, sáňkování a lyžařským výletům krajem Karla Hynka Máchy.

HOTEL*** PORT
MÁCHOVO JEZERO

Po diskrétním zaklepání

Bohužel, nebylo mi kdy zůstat do druhého dne, a tak jsem si v doprovodu ředitele hotelu pana Vladimíra Bureše prohlédl ubytovací část, u níž je zřejmé, že i zde bylo nedávno velkoryse investováno. Po jeho diskrétním zaklepání na dveře jsem nahlédl do několika pokojů. Hotel PORT*** skýtá ubytování v 6 jednolůžkových a 19 dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky, s maximální kapacitou 73 lůžek. Každý pokoj je vybaven vlastní sprchou, toaletou, televizí a telefonem. Z většiny pokojů je krásný výhled na jezero a některé mají i vlastní terasu.

Zálibně hledíval

Odpoledne u Máchova jezera jsme zakončili procházkou po břehu druhdy „Velkého rybníka“ založeného Karlem IV. v roce 1367, o němž pražský kanovník Beneš Krabice z Veitmile ve své kronice píše: “Toho roku a v tom čase císař... ...vrátiv se do Čech, zbudoval a vyzvedl rybník podivuhodné velikosti, jakési velké vodstvo, pod hradem Bezděz...” S Karlem IV. je spojován i skalní útvar „Králův stolec“, kde prý císař po lovu odpočíval a zálibně hledíval na své vodní dílo. I já po více jak šesti stech letech na jeho, sice ne z Králova stolce, ale z terasy hotelu PORT.

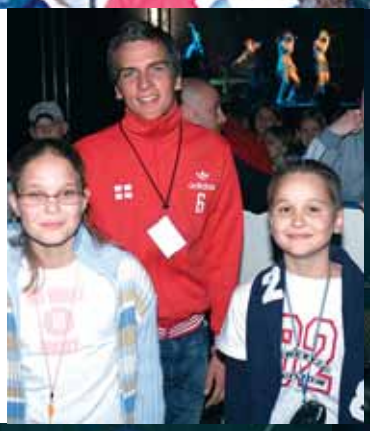
Hotel PORT
Valdštejnská 530, 472 01 Doksy
tel.: 425 809 711, fax: 425 873 482
e-mail: hotel@hotelport.cz
>> **www.hotelport.cz**

No Smoking Music

29. září Duhová aréna Pardubice

Umělecká agentura J.T.M. Production se rozhodla podpořit cíle Ligy proti rakovině Praha a uspořádat v Česku koncerty, jejichž cílem je formou zábavného pořadu seznámit co nejširší obec mladých lidí s problematikou prevence nádorových onemocnění. Pod názvem No Smoking Music tak bude pořádán i další koncert tentokrát v Mladé Boleslavi 1. 12. 2004, přičemž 20 Kč z každé prodané vstupenky poputuje na konto Ligy proti rakovině Praha.

➤➤ **www.lpr.cz**



Vpravo: předseda Ligy proti rakovině Praha Prof. MUDr. Zdeněk Dienstbier, DrSc., vlevo: šéf pořádající umělecké agentury J.T.M. Production Mgr. Leoš Najman.

Evropský kodex proti rakovině

Celkový zdravotní stav lze zlepšit a mnohým úmrtím na rakovinu lze zabránit, když si osvojíme zdravější životní styl.

1. Nekuřte! Pokud kouříte, přestaňte. Pokud nemůžete přestat, nekuřte v přítomnosti dětí.
2. Vyvarujte se obezitě.
3. Denně vykonávejte nějakou tělesnou činnost.
4. Jezte denně více různých druhů ovoce a zeleniny, alespoň v pěti porcích. Omezte příjem potravin obsahujících živočišné tuky.
5. Jestliže pijete alkohol, ať již pivo, víno nebo koncentráty, omezte konzumaci na dva nápoje denně (jste-li muž) a na jeden (jste-li žena).
6. Nevystavujte se nadměrnému slunečnímu záření. Zvlášť důležité je chránit děti a mladistvé. Ti, kdo mají sklon se rychle spálit, se musí chránit během celého života.
7. Dodržujte přesně pravidla ochrany před známými rakovinotvornými látkami. Dodržujte všechny zdravotní a bezpečnostní předpisy při styku s látkami, které mohou způsobit rakovinu. Dodržujte směrnice radiační hygienické služby. Programy veřejného zdravotnictví, které mají preventivní význam nebo zvyšují pravděpodobnost jejího vyléčení.
8. Ženy od 25 let by se měly zapojit do skríningu děložního hrdla v programu se zajištěnou kontrolou kvality v souladu se Směrnicemi Evropské unie.
9. Ženy od 50 let by se měly zapojit do mamárního skríningu v programu se zajištěnou kontrolou kvality v souladu se Směrnicemi Evropské unie.
10. Ženy a muži od 50 let by se měli zapojit do skríningu tlustého střeva a konečníku v programech se zajištěnou kontrolou kvality.
11. Účastněte se očkovacích programů proti infekci způsobené virem hepatitidy B.

SBA export
HOTEL SECURITY SYSTEMS
chèque déjeuner
PIIS
OPV
FRANCOUZSKÁ RESTAURACE v Obecním domě v Praze
HOTEL BENICA PIZZERIA TRATTORIA
BUCKLEY ASSOCIATES, a.s. pojišťovací makléř

A řekl Balám Balákovi: Udělej mi tuto sedm oltářů, a připrav mi tuto sedm volků a sedm skopců.
Čtvrtá kniha Mojžíšova 23, 1

Cui bono?

aneb Sedmá konference SLM ČR na téma „Lázeňství a finance“

Všudybyl má rád lázně a instituce působící v oblasti lázeňství a ony mají rády Všudybyl. Nepřijmout pozvání na sedmou konferenci Sdružení lázeňských míst České republiky na téma „Lázeňství a finance“ a jedenáctý salon lázeňství by proto bylo ode mne přinejmenším nezdvořilé. A protože s představitelem hostitelské firmy, předsedou představenstva akciové společnosti Imperial Karlovy Vary a.s. Ing. Jiřím Milským, jsem na stránkách Všudybyl rozprávěl již poněkolikráte, přičemž čas nic neubral na jeho axiomatickém výroku: „Kdo nezná Imperial, nemá dokončené vzdělání“ (Všudybyl 12/2001 str. 16-17), dovolil jsem si o vyjádření požádat předsedu Sdružení lázeňských míst České republiky Ing. Jiřího Houdka.

Jsem velice rád, že sedmá konference na téma „Lázeňství a finance“ byla uspořádána v Karlových Varech v hotelu Imperial. Město i toto špičkově disponované zařízení jí společně s Grandhotelem Pupp poskytly vynikající zázemí. Velké naděje v nás, účastnících konference, vzbudilo vystoupení ministra pro místní rozvoj pana Jiřího Paroubka. Jeho slova jsou obrovskou nadějí pro české lázeňství. Velmi se proto těšíme na další spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR pod vedením takovéhoto ministra.

Zprava: ministr pro místní rozvoj Jiří Paroubek, předseda Sdružení lázeňských míst České republiky Jiří Houdek, primátor Karlových Varů Zdeněk Roubínek, hejtman Karlovarského kraje Josef Pavel, poslanec Evropského parlamentu Josef Zielenec a předseda představenstva a.s. Imperial Karlovy Vary Jiří Milský.

Úspory za léčbu

České lázeňství má několik základních zdrojů financování a je důležitou součástí systému českého zdravotnictví. O tomto aspektu by se mělo daleko více hovořit už pro jeho preventivně léčebný charakter. Zřejmě není třeba vysvětlovat, proč všechny renomované zdravotní pojišťovny světa investují do předcházení vzniku pojistných rizik. Ekonomický přínos lázeňské léčby lze jen těžko vyjádřit. U dospělých se sníženou kvalitou života a pracovní schopností snad lze úspory zdravotních pojišťoven a přínosy pro stát při zlepšení jejich zdravotního stavu a nezřídka kdy i návratu do ekonomicky produktivního života nějak sumarizovat. U dětí, které onen odvěký zázrak, kdy příroda uzdravuje, nezřídka navrací do plnohodnotného života bez farmak, by to hraničilo s rouháním.

Ze zdrojů Evropské unie

Také z tohoto důvodu je podpora lázeňství financována i ze zdrojů Evropské unie. Jednotlivé zdroje financování jsme rozložili do bloků. Myslím, že se nám podařilo dát účastníkům konference informace o tom, jakým způsobem je možné se účastnit financování jejich investičních záměrů ze strany Evropských fondů. Ať už v obecné poloze z vystoupení, které přednesli zástupci jednotlivých ministerstev, tak i v praktické podobě, kdy zazněly některé zkušenosti s přípravou žádostí do Společného regionálního operačního programu, případně do dalších fondů Evropské unie.

SDRUŽENÍ LÁZEŇSKÝCH MÍST ČR

Obrovské množství pracovních míst

Stejně tak i financování ze strany státu a kraje, což je oblast, která je velmi důležitá, protože už od roku 2001 existuje Státní program podpory cestovního ruchu, ve kterém má lázeňství významné postavení. Bohužel v posledních dvou letech je zastoupeno pouze jedním podprogramem. Domníváme se, že lázeňství si zaslouží podporu už proto, že vytváří obrovské množství stabilních pracovních míst a je, co se týče hospodaření a kvality služeb, vlajkovou lodí českého zdravotnictví na straně jedné i průmyslu cestovního ruchu na straně druhé.

Léčebný charakter lázeňství

Jedním ze zdrojů financování českého lázeňství je zdravotní pojištění. Bohužel, jsou slyšet hlasy namnoze podporované farmaceutickými koncerny a zahraniční konkurencí, abychom se tzv. „přizpůsobili evropským poměrům“ a lázeňství nebylo součástí zdravotní péče. Toto směrování v českých podmínkách považuji za účelové (cui bono) a nezodpovědné. Právě proto, že je financováno také ze zdrojů zdravotního pojištění, si české lázeňství zachovalo léčebný charakter, což znamená obrovskou stabilitu v konkurenčním prostředí. Vytěsňovat léčebné lázeňství mimo český zdravotní systém by znamenalo nejen nedozírné škody narušením zavedeného fungujícího systému péče o zdraví národa, ale i ekonomické, včetně oblasti stabilního příjmu z cestovního ruchu. Lázně České republiky jsou totiž zahraničními pojišťovnami a hosty preferovány nejen kvůli vyhlášeným přírodním léčivým zdrojům a odpovídající infrastruktuře, ale také pro vysokou odbornost lékařů a zdravotního personálu, jež výrazně přispívá k vysoké efektivitě lázeňské léčby.

➤➤ www.spas.cz

Orientačních cedulí přibývá

Značení kulturních a turistických cílů

Agentura CzechTourism zesílila aktivity na podporu rozvoje domácího cestovního ruchu. Velmi málo totiž známe a víme o možnostech vlastní země. Za zamyšlení stojí, že se k tomuto tvrzení hlásí sami naši spoluobčané, což potvrzují i výsledky šetření, které pro CzechTourism provedla agentura STEM/MARK. Nelépe to vypadá s informovaností o možnostech využití času v průběhu dovolené v tuzemsku. Jednou z aktivit na podporu domácího cestovního ruchu je snaha o dynamický postup při osazování informačního a orientačního značení kulturních a turistických cílů podél komunikací extravilánu. CzechTourism v této oblasti již několik let úzce spolupracuje s Ředitelstvím silnic a dálnic ČR, Ministerstvem dopravy ČR, Ministerstvem vnitra ČR, Ministerstvem kultury ČR a samozřejmě také s příslušnými odbory krajských úřadů. Brzy se tato snaha naplní tím, že na Ministerstvu dopravy ČR vznikne směrnice, která upravuje pravidla umístnění značení ke kulturním a turistickým cílům. Tato směrnice vychází z vyhlášky 30/2001 Sb., se kterou je také v plném souladu. Bude především sloužit pro orientaci těch, kteří mají zájem přivést motorizované turisty k cílům, které

Ing. Petr Kratochvíl

vlastní či spravují. Problematiku značení cílů totiž řeší několik norem a laik by měl dostat od státu co nejjednodušší „kuchařku“, jak postupovat, pokud si chce nechat zřídit toto značení, které je navíc plně hrazeno z jeho finančních zdrojů.

Na dopravních značkách IS 23 a IS 24b

Systém značení v extravilánu je založen na dvou dopravních značkách, IS 23 a IS 24b. Značka IS 23 představuje hlavní upozornění na danou atraktivitu, která je patřičně graficky znázorněna. Jednotný, či spíše jednoduchý a estetický vzhled kreseb na „hnědých cedulích“ posuzuje vždy Ministerstvo kultury ČR. Na tuto značku navazují menší značky IS 24b, které musí řidiče nasměrovat až k cíli, resp. na parkoviště, které je k němu nejblíže. Pro zřetelnost přísluší každému druhu turistického cíle patřičný piktogram – např. hrad, zámek, muzeum, jeskyně apod. Přílohou směrnice je seznam vybraných cílů, které splňují potřebné podmínky: cíl je nadregionálního významu, leží jako blízký cíl v okolí komunikace a značení na ní nesnižuje bezpečnost provozu. Vzdálenost je vždy počítána od příslušného exitu nebo křižovatky. Pojmem „blízký cíl“ se rozumí max. vzdálenost 25 km od dálnice nebo rychlostní komunikace a 15 km od silnice první třídy.

Informační systém plní především dva úkoly:

1) Projíždějící řidiče informuje o blízkém cíli a tím obohacuje jeho znalosti o místech, kterými právě projíždí, a v budoucnu jej mohou tyto znalosti motivovat, aby strávil svůj volný čas právě v daném regionu.

2) Pokud již projíždějící má dostatek času a chce navštívit danou místní atraktivitu, dopravní značení mu ulehčí orientaci v neznámém prostředí a dovede jej snáze až k cíli. Tím se snižuje riziko krizových situací, které by mohly nastat např. při odbočování na poslední chvíli či otáčení se a hledání cesty k cíli.

Domácí i zahraniční turisté oceňují

Za poslední roky na dálnicích, rychlostních komunikacích i silnicích prvé a nižší třídy hnědých cedulí přibývá. Jde to totiž i bez směrnice. Jen cesta k cíli je komplikovanější a vyžaduje součinnost s odborníky při řešení několika problematik. Motoristé v turistickém regionu Západočeské lázně jistě zaznamenali výrazný nárůst hnědých cedulí, díky nimž Karlovarský kraj turistům zjednodušil orientaci. Vzal na sebe projekt značení za jednotlivé cíle. I další kraje připravují značení především těch cílů, které jsou v jejich majetku. Podobně konají i jednotlivé cíle. Projevují se jako dobří hospodáři. Za hnědou značku zaplatí jednou provždy a mají pak trvalou reklamu, která přežije všechny billboardy a případně i jejich zrušení. Motorizovaní turisté již neminou zámky Hluboká, Bečov, Loket, Kynžvart, Náměšť nad Oslavou, Chebský hrad, památník v Terezíně a řadu dalších cílů. Tito turisté, domácí i zahraniční, jistě ocení, že majitelé a správci cílů jim šetří ztrácející se nervy při hledání cíle, čas věnovaný sledování map či oslovování místních obyvatel a peníze nutné na nákup zbytečně projetých pohonných hmot. Za odměnu si budou tyto cíle dobře pamatovat v tom kladném smyslu a buď se k nim vrátí nebo je doporučí svým známým. A to je přece stále ta nejúčinnější reklama.

Ing. Petr Kratochvíl
ředitel odboru regionalistiky CzechTourism

CzechTourism

Veletrhy evropského střihu

GO a REGIONTOUR představují špičku ve svém oboru a vzhledem k dynamickému rozvoji cestovního ruchu jejich význam dále narůstá. Nad příštím ročníkem veletrhů i jejich odborným doprovodným programem opět převzalo záštitu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Od 13. do 16. ledna 2005

GO a REGIONTOUR, které se uskuteční od 13. do 16. ledna 2005, budou přehlídkou dokonale mapující stav cestovního ruchu nejen u nás, ale prakticky v celém regionu střední Evropy. Nejenže se zde sejde bohatá nabídka pro zájemce o zahraniční turistiku, ale účastníci získají detailní přehled o možnostech, které v této oblasti nabízí Česká republika. Právě nabídka českých regionů bude už potřetí konfrontována s poptávkou ze strany zahraničních touroperátorů, tj. obchodníků se zájmem organizovat v zahraničí zájezdy do České republiky.

Zájem zahraničí se zvyšuje

Posledního ročníku veletrhů se zúčastnilo více než tisíc vystavovatelů (cestovních kanceláří, hotelů, krajů České republiky, měst, zahraničních regionů, úřadů pro cestovní ruch a dalších subjektů působících v cestovním ruchu). Zastoupeno zde bylo 26 zemí světa, a právě zájem zahraničí se zvyšuje. Na veletrhu REGIONTOUR vzrostl počet zahraničních firem meziročně o více než 40 %. Podobně roste i zájem zahraničních návštěvníků, kteří se zajímají o turistické možnosti v České republice. Je to pochopitelné, když uvážíme, že téměř osmdesát procent území České republiky je vhodné pro rekreační účely. Právě na podporu propagace turistických možností České republiky v zahraničí a zkvalitnění nabídky jednotlivých regionů připravují veletrhy GO a REGIONTOUR 2005 opět speciální akce: informačně – kontraktační workshop MEETING POINT a soutěž turistických produktů GRAND PRIX REGIONTOUR. V rámci doprovodného programu pro širokou veřejnost je připravováno rozšíření jeho hlavního bodu – osmého ročníku největšího festivalu cestovatelských filmů, fotografií a publikací v České republice – GO KAMERA.

MEETING POINT = více zahraničních turistů v regionech

Zahraniční turisté nepřijedou do regionů sami od sebe, musí mít důvod, informace, tj. musí vědět, co daný region nabízí. Nejlepší způsob, jak oslovit koncové turisty, je přesvědčit zahraniční touroperátory, aby do daného regionu organizovali zájezdy. Taková je základní myšlenka informačně – kontraktačního workshopu MEETING POINT, který se již potřetí uskuteční v rámci veletrhů GO a REGIONTOUR. Workshop je organizován akciovou společností Veletrhy Brno ve spolupráci s agenturou CzechTourism. MEETING POINT probíhá formou krátkých obchodních jednání

s přesným harmonogramem. Minulého ročníku se zúčastnila historicky nejpočetnější skupina touroperátorů a odborných novinářů z dvanácti zemí a řada z nich odjížděla z Brna s konkrétními programy pro skupinové zájezdy nebo individuální turisty.

Výběr pozvaných touroperátorů

z hlediska zemí a zaměření určují čeští vystavovatelé podle své vlastní nabídky. Pro rok 2005 mají například kraje i cestovní kanceláře největší zájem o touroperátory z Německa, Polska, Beneluxu, Rakouska, Itálie, Ruska a Slovenska. Objevují se však i další oblasti – Španělsko, Francie, Skandinávie, Chorvatsko, Velká Británie aj. Nabízet se jim bude venkovská turistika, lázeňství a wellness pobyty, cykloturistika, hipoturistika, kulturní turistika, pivovarnictví, kongresová turistika, historická vojenská opevnění a další. MEETING POINT je oficiální součástí programu veletrhů GO a REGIONTOUR. Jde o mimořádnou „nadstandardní“ službu vystavovatelům. Veškeré náklady související s pozváním a pobytem zahraničních touroperátorů i v roce 2004 hradila akciová společnost Veletrhy Brno jako příspěvek veletrhů k rozvoji cestovního ruchu v České republice.

GRAND PRIX REGIONTOUR

Cílem soutěže GRAND PRIX REGIONTOUR je iniciovat tvorbu turistických produktů (tj. programů) v regionech a zvyšovat atraktivitu regionů pro české i zahraniční turisty. Základem vzniku takové nabídky jsou turistické regiony, tedy oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky. Právě na jedinečnosti daného regionu je založena podstata turistických produktů – programů využívajících veškeré přednosti regionů a zaměřených na poznávání jejich specifik. Turistické regiony nejsou totožné s územněsprávním členěním státu, tedy s kraji, a také jejich hranice nejsou striktně vymezeny. Zvláště v zahraničí je Česká republika propagována podle jednotlivých turistických regionů. Příkladem může být například Šumava, Krušné hory, Beskydy apod. Česká republika je rozdělena na patnáct turistických regionů, z nichž každý má svého koordinátora cestovního ruchu, který by se měl podílet na vzniku konkrétních turistických produktů. Soutěž o nejlepší turistické produkty GRAND PRIX REGIONTOUR 2005 se uskuteční podruhé. Při své premiéře hodnotila komise složená z předních odborníků a obchodníků v cestovním ruchu třicet produktů a sedm z nich ocenila. Porota hodnotí především propracovanost nabídky, atraktivitu a originálnost nápadu, cenu produktu a další aspekty. Důležitá je také spolupráce více subjektů cestovního ruchu na vytvoření společné nabídky. Výhodou prezentace turistických produktů v rámci veletrhů GO a REGIONTOUR je přítomnost zahraničních touroperátorů, kterým je možné v rámci akce MEETING POINT hotové produkty nabízet.

GO KAMERA

Dobrodružství a exotiku na veletrzích GO a REGIONTOUR zastupuje především festival cestovatelských filmů a fotografií GO KAMERA. Počet jeho účastníků dosahuje několika tisíc a každý rok se zvyšuje. Pro osmý ročník festivalu se proto počítá s rozšířením programu besed a promítání. Jejich prostřednictvím se účastníci podívají do často nepřístupných oblastí celého světa, seznámí se s řadou známých cestovatelů a osobností českého společenského života. K hostům tradičně patří například režiséři FEBIO, členové Sdružení pro cestopisnou dokumentaci Camera Incognita, reportéři České televize a další. V minulých letech se festival intenzivněji zaměřoval například na oblasti Antarktidy, Nové Guineje nebo Indonésie a stejně atraktivní budou i besedy připravovaného ročníku. Na ně naváží výstavy fotografií známých cestovatelů, ať už v rámci festivalu, nebo v expozicích veletrhu GO. Své objevné cesty a projekty zde představuje sdružení Camera Incognita, cestovatel Jiří Kolbaba a další.

➤➤www.bvv.cz/go

BVV Veletrhy Brno

Kraj Vysočina publikace ACR Alfa

Ve statutárním městě Jihlavě

slavili 30. září první vydání barevné nadčasové reprezentativní publikace „Kraj Vysočina“. Je šestým dílem čtrnáctidílného projektu „Zachování kulturní hodnoty a národního dědictví České republiky v Evropské unii“. Kraj Vysočina je představen na 248 stranách s 698 fotografiemi v trojjazyčné mutaci obrazem, mapou a slovem. Umožňuje navštívit 59 měst a obcí, v nichž se nachází nesmírně cenné architektonické památky. Vedle přírodních a krajinných krás je kraj Vysočina výjimečně bohatý i na objekty zapsané v seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Mimořádně bohatou kulturní tradici dokládají věhlasné osobnosti. Publikace „Kraj Vysočina“ seznamuje s historií dolování stříbra, soukenictví, pražení kávy, dřevařské výroby a mnoha dalšími oblastmi. Dokonalejší a širší představu o kraji je možné si udělat díky bohatství expozic muzeí a galerií, jejichž návštěvu doporučuje. Publikace obsahuje i výběr tradičně kulturně společenských a sportovních akcí mezinárodního významu.

Devět kmotrů

přišlo popřát úspěch knize: hejtman kraje Vysočina Ing. František Dohnal, hlavní partner publikace, Českomoravské štěrkovny, a. s. HeidelbergCement-Group, zastoupený předsedou představenstva a generálním ředitelem Ing. Václavem Šimečkem, držitelka světového rekordu v běhu na 800 metrů a trenérka Jarmila Kratochvílová, československý hokejový reprezentant, několikanásobný mistr světa a trenér Josef Augusta, český velvyslanec Spolku rytířů šampaňského vína Milan Průcha. Za mediální partnery pak zástupce ředitele Vltava Labe-Press divize Vysočina šéfredaktor Mgr. Jiří Nygrýn a šéfredaktor Českého rozhlasu Region Mgr. Ondřej Nováček. Za nakladatelství a vydavatelství ACR Alfa pak výkonný ředitel Ing. Zdeněk Kameník a jednatelka MgA. Blanka Langerová, jež mj. řekla: „Každý, kdo bude knihou listovat, by měl dostat chuť navštívit kraj Vysočinu nebo si oživit známá místa. Je adresována zahraničním návštěvníkům i našincům, a to bez rozdílu. Žijeme v době převratných změn a až příliš velké „světovosti“. O to více bychom měli pečovat o dědictví po předcích, rozvíjet bohatství a krásu, které nám zanechali. Pokud tato kniha přispěje k uchování klenotů kraje Vysočina pro budoucí generace, mohu být spokojena.“

V bohatém programu

vystoupila skupina Combo TV Jihlava pod vedením Petra Píši, rekordmani v ukázkách z festivalu kuriozit a rekordů z Pelhřimova za účasti prezidenta agentury Dobrý den Miroslava Marka a mistři akrobatického rokenrolu pod vedením Vilibalda Prokopa. Sportovní tradice regionu připomněl rozhovor s Josefem Augustou. Program, v jehož závěru český velvyslanec Spolku rytířů šampaňského vína Milan Průcha setnul mečem hrdlo láhve se šampaňským určeným ke křtu, obohatila poetickým slovem Blanka Langerová.

ACR Alfa®
AGENTURA PROPAGACE ČESKÉ REPUBLIKY
www.vitejte.cz www.acr-alfa.cz

„Kraj Vysočina“ v současnosti nabízí knihkupectví:

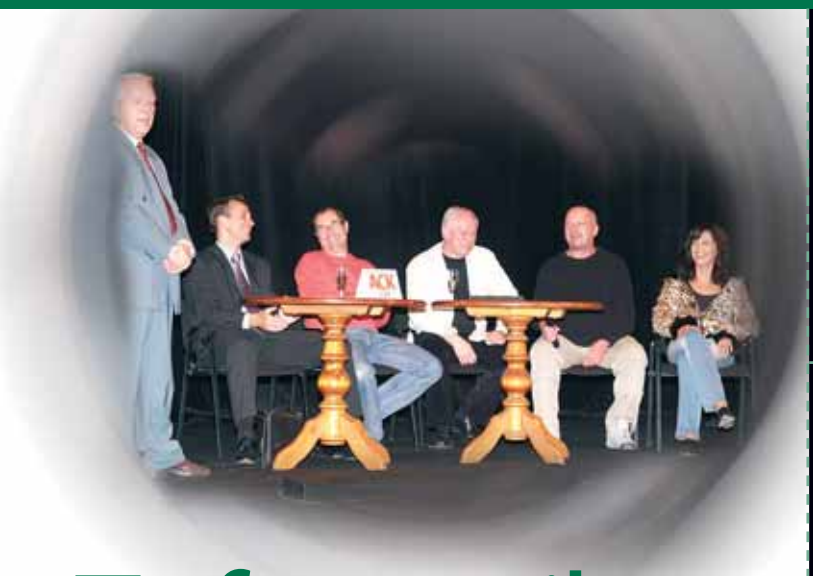
Antonín Otava – Knihkupectví, Komenského 1603/33, Jihlava

Vytopilovo knihkupectví, Poděbradova 20, Pelhřimov

Knihkupectví – Miroslava Němcová, nám. Republiky 62/18, Žďár nad Sázavou

Knihkupectví Jakuba Demla s.r.o. , Karlovo nám. 38, Třebíč

Knihkupectví - Petr Novotný Havlíčkovo náměstí 176, Havlíčkův Brod.



Ta fantastika...

Lucie Bílá: *„Schůzi jsme tu ještě neměli…“*

Spolumajitelka pražského divadla Ta Fantastika Lucie Bílá vítala účastníky Klubového dne Asociace cestovních kanceláří ČR prohlášením, že schůzi v tomhle divadle ještě neměli. Brzy se prokázalo, že situace v českém cestovním ruchu nemá daleko k tragikomedii a černému divadlu, kde se dějí věci popírající logiku a fyzikální zákony. Česká republika je sice od 1. května členem Evropské unie, ale zákon č.159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu s touto skutečností nekoresponduje a dva roky připravovaná novela ještě nebyla projednávána vládou. Úředníci Ministerstva pro místní rozvoj ČR se sice již dohodli s představiteli profesních svazů na přijatelném znění, ale aby novela mohla platit pro příští sezonu, musel by už text být přinejmenším v senátu. Jenže to se nemůže stihnout ani při projednávání v nouzovém režimu. Cestovní kanceláře a agentury i jejich klienti se tak mohou dále „těšit“ na to, že podvodníci a obchazeči budou mít všechny kritizované díry zákona k dispozici. A pokud se najde pracovitý kontrolor, může si lámat hlavu nad tím, co vlastně platí pro podnikání subjektů z členských zemí, které u nás podnikat smějí a nesmějí – jak se to vezme.

Co dodnes mnoho slečen neumí

Čeští turisté letos vycestovávali hojně. Převaha nabídky se ukázala nezvládnutelnou jen pro čtyři cestovní kanceláře. Přesto trend koncentrace klepe na dveře a cestovní kanceláře musí vážně přemýšlet, co dál: zda specializace, fúze nebo přechod na agenturní služby. Zajímavá v tomto kontextu byla informace generálního ředitele Čedoku Ing. Miroslava Rese o tom, že v USA nastal po přechodném poklesu kvůli internetu nový boom právě u prodejců, protože řada klientů chce osobní přístup a radu. Je v tom naděje i výzva: chcete-li, aby k vám klienti stále chodili, nabídněte jim víc než jen ukázání nebo přečtení katalogu, což ale dodnes mnoho slečen za pultem neumí. Spojování velkých do ještě větších celků demonstroval moderátor Jan Papež, který oznámil připojení své firmy Marco Polo International k CK Fischer.

Ignorují zákon velkého obratu

Situace v incomingu připomíná absurdní tragikomedii neméně. Od května platí nový zákon o DPH. Kromě sporných sazeb zavedl i nové a sporné definice. Veškerý výklad je omezen na informaci na webech Ministerstva financí ČR, které lze ze dne na den změnit a nemají zbla závaznosti. ACK ČR několikrát žádala MF i MMR, aby byl vydán aspoň metodický pokyn řady D, jak to bývalo zvykem. Marně. Zatím žádné průšvihy nejsou, ale až za pět let přijde daňová kontrola, může podnikatel těžce platit za laxnost těch, které financuje ze svých daní. Kauzou sui generis jsou sazby DPH. Zkušenosti z výsledků letní sezony říkají, že vyšší sazba DPH u stravovacích služeb přinesla nižší objem vybraných peněz. Kdyby tuto anabázi sledoval Tomáš Baťa, asi by si ukroutil hlavu. Že by ještě dnes někdo ignoroval zákon velkého obratu? A nechápal, že obejít daně je tak snadné? Ať už pomocí spřažené firmy v daňovém ráji, Kyprem počínaje, nebo dělením na neplátce, o méně legálních tipech nemluvě.

Ing. Eva Mráčková, Praha, 22. 9. 2004

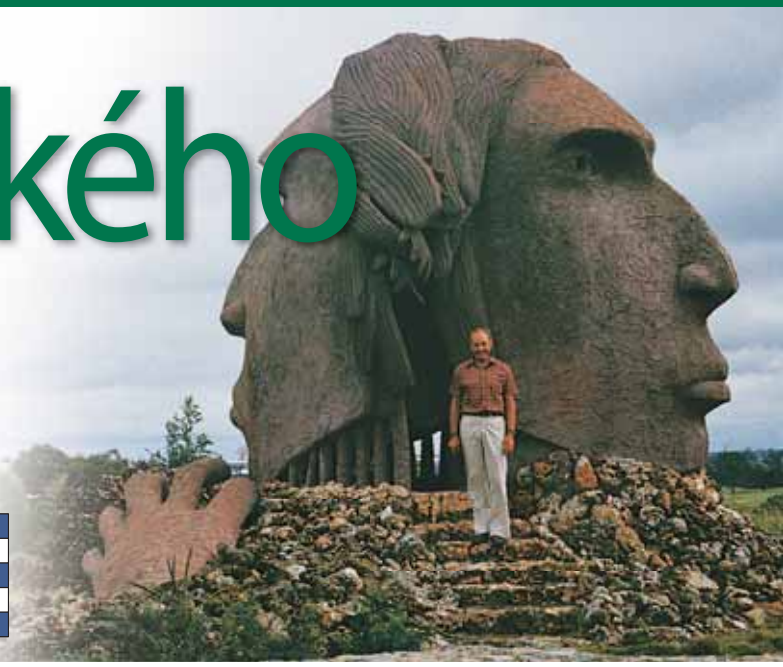
➤➤ **www.ackcr.cz**

Na golf do zálivu

Cestovní kancelář ESO travel, která jako první touroperátor v České republice získala certifikát systému managementu jakosti ISO 9001: 2000, připravila na 23. září nedaleko Prahy na Zbraslavi pro své obchodní partnery a přátele příjemné odpoledne s golfem. Účastníkům se věnoval nejen management a zaměstnanci ESO travelu, ale i profesionální trenéři golfu. K dispozici byly katalogy se zájezdy do Ameriky, Afriky, Austrálie, Asie a Antarktidy i velkoryse pojatý catering včetně barbecue a špičkově mixované nápoje. Hrála kvalitní kapela. Sešla se zde opravdu dobrá společnost, a tak ani moc nevadilo, že pršelo a golfový areál z nebe dostával střídavě větší a ještě větší záliv. Cvičné odpaliště, trenažéry i místo setkání však byly pod střechou.

➤➤ **www.esotravel.cz**

Do Karibského ráje 2



Tradiční kubánská kuchyně

je silně ovlivněná španělsko-maurskou gastronomií. Tak tolik jsem se dozvěděla před odletem z příručky. Můj poznatek je ale trošku jiný. Třeba, že jsem nečekala, že na Varaderu budu jíst ty nejlepší škvarky, vepřové výpečky a pečené kuře, jaké jsem kdy jedla, kuchyně mi klidně přišla jako středoevropská, až na dary moře. Těch ale na můj vkus Kuba zas tak moc nenabízí. Asi nejvíc je k mání langusta. Ta se dá objevit téměř na každém jídelním lístku. Je to opravdová pochoutka. Cena porce je kolem 12 dolarů, což je na naše poměry cena rozhodně velice příznivá. Za pravdu mi dá jistě každý, kdo si na ni občas vyjde

u nás v Česku. Pokud se ale seznámíte s domorodci a ti vám začnou věřit, může se vám stát, že dostanete pozvání do soukromí. Já takové pozvání dostala. Langusta byla vynikající a pokud budete mít šanci ochutnat domácí výrobu, rozhodně neodmítejte.

Právě na této večeři přišla řeč na původní obyvatele ostrova. Těmi byli Indiáni a byli nemilosrdně vybiti. Jejich někdejší přítomnost na ostrově připomíná jen pár skanzenů. Tam se dozvíte o jejich způsobu života a většinou hliněné skulptury postav osázené kolem původních příbytků z bambusu ukazují, jak tito lidé žili.

Manjuarí

Když jsem na dovolenou na Kubu odlétala, jako klad mého počinu mi bylo řečeno,že je to skvělé místo už proto, že tam nejsou žádní jedovatí živočichové. Musím se přiznat, že nevím, zda to byla pravdivá informace, ale při povídání s domorodci jsem se skutečně o žádném takovém zvířeti nedozvěděla. I Kubánci mají své národní symboly a některé jsou právě z živočišné říše. Tak třeba červenomodrobíle zbarvený pták to-

cororo je jedním z nich. Lépe řečeno jedním z mnoha ptáků. Těch je tady údajně zaregistrováno na tři sta padesát druhů. Mě ale asi nejvíc zaujala ryba, která vypadala jako z filmu „Cesta do pravěku“. Nikdy jsem nic podobného neviděla. Že se jedná o skutečný skvost bylo vidět i z toho, že nádrž s rybami ve dne v noci hlídal i v areálu parku hlídač. Tento prehistorický druh zelené protáhlé ryby s malými výraznými šupinami a dlouhou oválnou čelistí je údajně starý 150 milionů let. Rybě říkají manjuarí a je jen jedním z rybích druhů, kterých je kolem ostrova na devět set. Ze savců jsem viděla i obrovského hlodavce, který žije v horských lesích – hutia. I ten je jedinečný a stojí za to ho spatřit.

Migrující krabi

Obrovský dojem na mě udělali i migrující krabi. Tahle podívaná ale rozhodně není pro ochránce přírody, spíš pro otrlé chasníky z jatek. Pohled na tisíce těchto zvířátek, která se bokem obrovskou rychlostí přesouvají z moře do lesíků na pobřeží, je úchvatný. Děsivá je jen silnice, která jim kříží cestu. Ta má temně rudou barvu a je vystlaná tisíci rozježděných mrtvých krabích tělíček. Musím ale přiznat, že přejet silnici, aniž byste nějakého kraba neposlali do krabího nebe, skutečně nelze. Je jen s podivem, proč tyhle cesty v době rozmnožování nejsou uzavřeny, popřípadě nejsou vybudované nějaké nadjezdy, které by těmto masakrům zabránily.

text: Jana Škopková, foto: Miloslav Kainc

Ve znamení Kozoroha

1

Mapa z dob prezidenta Tita

Začátkem července jsem se ocitl nejen bez dětí, ježto odjely na tábor, ale i bez pasu. Zjištění, že z Rumunska nic nebude, přišlo nečekaně. Začal jsem se prohrabávat v mapách a uvažovat, do kterých velehor na občanku. Objevil jsem jugoslávskou mapu Julských Alp z roku 1984 a rozhodl se pro čundr do Itálie.

Nejtěžší úsek za sebou

Pondělí 5. 7. Poté, co jsem usedl v kupé Eurocity 71/105 Antonín Dvořák, jsem prohlásil: „Tak a nejtěžší úsek cesty mám za sebou.“ Přestup ve Vídni proběhl bez problémů.

Úterý 6. 7. V 04.44 mne včetně kosmického báglu vyskladňují v Tarvisio Boscoverde. Odcházím do lesa, protože pokladna, kde si chci koupit zpáteční lůžko, má otevřeno až od 9 hodin. Definitivně se probouzím až v 9 hodin. Snídám půl kila slovenského ovčího pareného sýra, perník a vodu a domlouvám se s mapou z dob prezidenta Tita. Jdu někam.

Ještěže v Ústí nad Labem

Je poledne a já stále zmaten. Mezi tím, kde jsem, a nádražím, kam jsem přijel, by měla být podle Titovy mapy řeka. Není. Poledne mne zastihlo v jedné z vesnic u pramene se stolem a lavicemi. Při krájení loveckého salámu jsem se firemním nožem Delta Energy Systém, darem od Jirky Koutenského (prý abych furt nevychvaloval kvalitu ostří firemních nožů Shell), lehce dotkl bříška levého palce, v němž jsem salám držel. Krve jak z vola. Ještěže v Ústí nad Labem umí vyrábět tak báječnou leukoplast...

Pokud jsem tam, kde se domnívám

Kráčím kamsi lesem proti potoku směrem k modravým, ukrutně rozeklaným a špičatým štítům. Zatábořil jsem po 17. hodině. Stále nechápu, kde jsem.

A pokud jsem tam, kde se domnívám, pak jak to, že jsem nepřekročil řeku Slizzu? Stan jsem postavil přímo na cestě. Sice mne lákalo postavit jej v téměř suchém korytě horské bystřiny, ale kdyby přišla průtrž mračen? Vařím fazole. Je to tady paráda. Stan je plný mého nového drahého báglu. Vmáčknul jsem se k němu. Večer klesla oblaka a vyplnila skalní amfiteátr, v němž tábořím.

Na italsko-slovinskou hranici

Středa 7. 7. Definitivně jsem se rozhodl probudit, ačkoliv je venku ještě tma. Nebyla. Jen mlha, že by se dala krájet a na hodinkách 9.30. Uvařil jsem svůj první italský poridge a marně po celém stanu hledal lžíci. Ležela u praménku, u něhož jsem včera myl nádobé od blevajzů (proto na konci to „bé“). V 10 hodin jsem po snídani. Mraky zvolna stoupají. Kolem 11.30 se začíná jasnit. Otřel jsem stan ručníkem a začal balit. Pokračoval jsem do kopce po červené značce 511.

Zprvu lesem, pak suťoviskem a pak zase lesem až téměř na italsko-slovinskou hranici. V nejhořejší partii jsem nabral vodu do všech tří flašek a ztěžkl 4,5 kg. Ale ta nádherná panoramata! Na dělicím hřebeni mezi údolím, kterým jsem stoupal a údolím, kterým (jak jsem později zjistil) protékala Slizza, stavím stan. Suším věci, vařím večeři a kochám se. Je čím. Stan jsem ukotvil i za střešní provázky. Občas to fouklo, jako kdyby mělo přijít čóro móro. Ležím ve stanu a čekám na západ slunce.

>>www.italiantourism.com

ITALIA
ENTE NAZIONALE ITALIANO PER IL TURISMO