www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

desáté
vydání
2005

TOP Congress Hall

TOP
HOTEL®
PRAHA
& CONGRESS CENTRE

Další informace najdete na stranách 20–21.

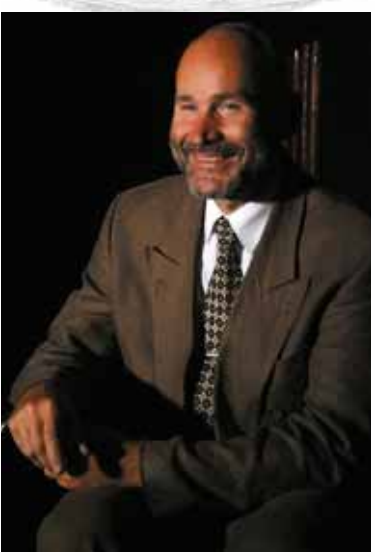
časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Avšak toto mi bylo divné, že jedné a též píšťalky zvuk jedněm se tak hrubě líbil, že se skákání zdržeti nemohli; druhým tak se mrzutý zdál, že uši zacpávali a v stranu běželi; aneb poslouchali a rozkvílíc se usedavě plakali. I řekl sem: „Totož jest potvorného cosi, jak to jedna a táž píšťala jedněm tak sladce, druhým tak trpce zní.“ Tlumočník dí: „Rozdílnost ne zvuku, než sluchu to působí. Nebo jakož pacientům jedno a též lékařství nejednostejně operuje[1], jak čí nemoc, tak tato, jaká jest čí vnitř passio[2] aneb k věci náklonnost, takový zevnitř[3] o ní zvuk, sladký neb hořký.“

Jan Amos Komenský,
Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1624

[1] léčení, lék působí [2]vlastnost [3]venku

Jaká jest čí vnitř passio aneb k věci náklonnost



Česká kuchyně je tak zdravá a nápaditá, jak jí kdo umí uvařit. To, čeho se nám v Česku nedostává, není rozmanitost a kvalita tradiční kuchyně historických zemí – Čech, Moravy a Slezka, ale sebevědomí leckterých nás samotných. Často nedoceňujeme odkaz předchozích generací a ani své vlastní možnosti a snažíme se přizpůsobovat víc, než je zdrávo. Více hrdosti by rozhodně neškodilo nejen české gastronomii. Skuteční profesionálové by totiž měli perfektně zvládat nejen mezinárodní a českou kuchyni, ale měli by mít i náklonnost k zemi, v níž se narodili.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

I mezi svými přáteli 6
Japonská asociace v Česku 7
Gastronomie součástí každého z nás 8–9
To nejlepší od pramáti vodky 10–11
Novoměstský pivovar 12
Aby dobrozdání bylo podmínkou 12–13
Gastrofest 2005 České Budějovice 13
Kaviár Imperátor 13
Medovina - zdroj moudrosti, odvahy a síly 14
Koktejl party v hotelu Falkensteiner 14–15
Equitana první 16
Plody moře a ryby z moří a oceánů 16
Franchising s EuroAgentur 17
Chateau Kotěra Hotel-Restaurant 18–19
TOP HOTEL Praha v sídle Evropské unie 20–21
Holka od Červený řeky 21
Hotelové doplňky - významný argument 22–23
Národní cena České republiky 24–25
Držitelem Evropského technického schválení 26–27
Dotace na cestovní ruch z fondů EU 28–29
Designový hotel v centru Prahy 29
Pudink Diplomat 29
Tréninkový program RECEPCE 29
Bořetice - Vesnice roku 2005 30
Místo prosperity, nebo pomník úpadku? 30
GO a Regiontour 31
Týden na Ostrově pejsků 32
Indian Ocean Prestige Travel 32
Amadeus ocenil nejlepší 32
Do skupiny velkých evropských letišť 33
Zážitkové dárky ČSA 34
Historické memorandum o spolupráci 34–35
Via ferrata 36

všudybyl
Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

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

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o.,
Dornych 47, 617 00 Brno, tel.: +420 603 871 550

Tisk: Graspo Zlín

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

Praze a České republice dělám reklamu i mezi svými přáteli

Přinuť je, aby společně budovali věž,
a uděláš z nich bratry.
Chceš-li však, aby se nenáviděli,
předhoď jim zrno.
Antoine de Saint-Exupéry 1900–1944
(Citadela)

Ondyno jsem byl lézt na Bořni. To je nádherná skalnatá hora vulkanického původu vzpínající se mezi Bílinou a Mostem. Poté, co jsme se s mým spolulezcem Rahanem vyškrábali do pravého jižního kuloáru k Přepadlému pilíři, si říkám: „Vidím, nevidím... je to náhodný pocestný... není to náhodný pocestný...“ Když v tom dotyčný na mne: „Je to náhodný pocestný! Ahoj!“ a nastoupil do stěny. Tu cestu jsem si pak vylezl také. Byla těžká a krásná... A proč to vyprávím? Protože oním „náhodným pocestným“ byl MUDr. Pavel Bém, primátor hl.m. Prahy. Pane primátore, tehdy jste tam měl s sebou nějaké hosty ze Španělska. Nebyla už jejich přítomnost součástí vaší nové incomingové kampaně?

MUDr. Pavel Bém

Samozřejmě, že Praze a České republice dělám reklamu i mezi svými přáteli, které často zvu, ale co se týče incomingové kampaně hlavního města Prahy, spoléhám raději na marketingové a reklamní experty. Naše nová kampaň je zaměřená především na movitější klientelu, která do Prahy nepřijíždí za levným alkoholem, ale za kulturou, památkami, kvalitními službami a jedinečným géniem loci. Nese se v duchu hesla „Spát můžete až doma!“ a líčí dva mladé lidi a dobrodružství, která jim Praha a okolí skýtají. Ihned po příjezdu jsou strženi vírem událostí, zábavy a kulturní nabídky tak, že domů odjíždějí s viditelnými kruhy pod očima. V současné době je umístěna na letišti Ruzyně, bude promítána na palubě letadel Českých aerolinií mířících do Prahy a jednáme o umístění zkrácené verze na televizním kanálu CNN. Na kampaň máme vynikající ohlasy včetně toho, že si filmový spot z 38. ročníku karlovarského festivalu Tourfilm 2005 odvezl druhé místo v kategorii „Nejlepší regionální film“.

V rozhovoru s panem Václavem Klausem jsem si dovolil poznamenat, že jsme naprostá ořezávátka v antipropagandě vůči hláškám, které na adresu destinace Česká republika zaznívají z jiných zemí, majících až dojemnou péči o zahraniční turisty, kteří jezdí utrácet peníze zrovna k nám, a ne k nim, a že např. v podmínkách Itálie jsou kapsáři běžný folklor, načež náš současný prezident reagoval:
„To je známá věc. Kdysi, když jsem tam studoval, mi policejní úředník na magistrátu, kde jsem si byl pro nějaké razítko, šetrně sdělil: ‚Mějte pořád zapnutou kapsu, protože vám jinak všechno okamžitě ukradnou.‘ To je pravda. Ale nemyslím si, že máme nějakou bezprostřední metodu, jak tomu zcela zabránit.“ (viz full textový vyhledávač www.e-vsudybyl.cz, heslo „Jen malí lidé se perou o prestiž“).
Metodu jak tomu zcela zabránit zřejmě nemá žádná metropole, nicméně hl. m. Praha si nemůže dovolit zaujmout stanovisko nezúčastněného pozorovatele...

A rozhodně se o to ani nesnaží. Naopak. Ačkoli jsou možnosti pražské radnice vůči řešení drobné kriminality omezené, věnuje této problematice nesmírné úsilí i mnoho finančních prostředků. Poskytujeme finanční zdroje na služebny státní policie, jejich vybavení počítačovou technikou i obnovu policejního vozového parku. Přispíváme na ubytování absolventů policejních akademií, kteří jsou na oplátku přednostně nasazováni do pražských ulic. Každoročně navyšujeme v řádu stovek počty městský strážníků, o desítky kamer rozšiřujeme městský kamerový systém. Do budoucna však nezbývá než dělat ještě více.

Chceme Pražanům dokázat, že systematickým a důsledným přístupem podpořeným legislativními opatřeními, které hodlá město nadále iniciovat a prosazovat – ať už jde o zákon umožňující tvrdé postihy nepoctivých taxikářů, zákon regulující prostituci či novelu správního řádu omezující byrokracii a umožňující efektivnější a citelnější penalizaci provinilců – je možné kriminalitu výrazně snížit. Že jde o cestu správnou, můžeme demonstrovat například na řešení problémů s nepoctivými taxikáři. V důsledku neustálých kontrolních jízd a díky tomu, že se městu podařilo v parlamentu prosadit novelu zákona o silniční dopravě, která umožňuje tvrdší postihy nepoctivých dopravců, se situace zásadně zlepšila. Zatímco v roce 2002, kdy město nepoctivcům vyhlásilo „nulovou toleranci“, se počet předražení pohyboval kolem 65 %, dnes kontroloři i z řad rodilých mluvčích vykazují porušení předpisů a zákona jen ve výši 13 %. To považuji za velký úspěch.

O tom, jak na tom kdo je, venkoncem rozhodují výsledky. V cestovním ruchu pak ohlasy turistů projevované nejen jejich útratami, ale i verbálně. Čím to, pane primátore, že už nyní je Praha ze strany hostů a investorů v oblasti cestovního ruchu čím dál lépe hodnocena?

To není tak snadná otázka, jak na první pohled vypadá. V současné době je Praha šestým nejnavštěvovanějším městem Evropy (předběhla dokonce i Vídeň) a v počtu přenocování zaznamenala letos v Evropě vůbec nejvyšší tempo růstu, a to o 27 %, když prolomila hranici deseti milionů přenocování. Vděčí za to nejen své poloze na křižovatce mezi Východem a Západem, jedinečnému geniu loci a fascinující architektuře. Ale také čemusi těžko uchopitelnému. Ačkoli je dnes Praha moderní metropolí s kvalitní infrastrukturou i službami, stále si zachovává trochu bohémskou atmosféru, která jí dodává onen těžko definovatelný šarm. Dalším kladem, kterým se může Praha ucházet o přízeň turistů, jsou stále kvalitnější služby, které dnes zcela uspokojí i tu nejnáročnější klientelu.

Praha je turistický fenomén, avšak spoléhat na podstatu je v dnešní konkurenci světových metropolí promarňováním kapitálu, jež Praze dává její do jisté míry kulturní a urbanistický monopol. Velmi mne proto zaujaly informace, že by hl.m. Praha mohlo kandidovat na pořadatelství letních olympijských her. Už samo přihlášení se je totiž vysoce účinným marketingovým tahem jak zaostřit pozornost světa právě na Českou republiku.

Samozřejmě, ale nejde jen o to. Hlavní otázkou pro mne není možné pořádání LOH v Praze (a tedy v České republice). Hlavní otázkou je, jak vidíme Prahu roku 2016, 2020, popřípadě 2024. Já říkám, že jako moderní evropské, světové velkoměsto s náležitou infrastrukturou, s novou ústřední čistírnou odpadních vod, s dokonalým systémem veřejné dopravy včetně nové trasy D metra a dotažením trasy A až na letiště a s dokončeným vnitřním a vnějším silničním okruhem. Jako metropoli spojenou dálniční sítí s klíčovými místy v České republice a Evropě, s rychlodráhou na letiště a s kvalitní železniční sítí. Město s velkým mezinárodním letištěm v Ruzyni, které v té době přijímá více pasažérů než Vídeň, s moderními sportovišti, s dostatečnou kapacitou hotelů, s kvalitní bytovou výstavbou a moderními univerzitními centry. Taková je má vize Prahy budoucnosti. Otázka tedy zní: „Může si takové město dovolit pořádat největší sportovní událost na světě, jakou vůbec pořádat lze, tedy letní olympijské hry, představující vlastně 27 světových šampionátů současně? Já říkám, že ano. Takové město uspořádat olympijské hry může a chce. Dosavadní studie, které nechalo město zpracovat, naznačují totéž. V současné době se zpracovávají další detailní studie a teprve na jejich základě bude vedení města rozhodovat, zda vůbec kandidaturu podat či nikoli. Případné kladné rozhodnutí však městu skýtá nejen jedinečnou celosvětovou propagaci, ale především obrovské ekonomické a investiční impulzy, které by nám pomohly Prahu přiblížit onomu ideálu, o kterém jsem hovořil v úvodu.

PRA HA
PRA GUE
PRA GA
PRA G

➤➤www.praha-mesto.cz

Česko uspělo v Kanadě

Největší a nejnavštěvovanější expozicí se Česko představilo na 75. ročníku světového kongresu ASTA v kanadském Montrealu ve dnech 6. až 9. listopadu. Deset turistických regionů včetně hlavního města Prahy zde naši vlast prezentovalo jako zemi přitažlivou pro zámořské turisty. Ministr pro místní rozvoj Radko Martínek v Montrealu na adresu příštího ročníku světového kongresu ASTA, který se uskuteční v Česku v březnu 2006 v Kongresovém centru Praha, mj. prohlásil:

„Přípravným pracím pražského setkání věnujeme velkou pozornost od roku 2002. Cílem International Destination Expo je představit účastníkům kongresu Českou republiku a její možnosti v oblasti atraktivních programů pro náročné turisty."

Návštěvníci české expozice měli možnost získat informace od téměř stovky zástupců regionů, hejtmanů Karlovarského a Jihočeského kraje, top managementu hotelů, cestovních kanceláří a přepravců. Od kongresu ASTA si česká ekonomika slibuje nejen okamžité příjmy, ale také následný růst příjezdů zahraničních, především amerických turistů. Do Prahy poprvé v historii přijede přes dva tisíce představitelů velkých cestovních kanceláří z celého světa, především pak z USA a Kanady.

- www.mmr.cz
- www.czechtourism.cz
- www.csa.cz

Japonská asociace v Česku

(147 USD na osobu a den)

Japonsko je po USA druhou největší zdrojovou destinací turistů na světě už proto, že má 130 milionů obyvatel a průměrný plat zde činí zhruba 90 tisíc korun měsíčně. Japonská asociace cestovních kanceláří (JATA) je z ekonomických hledisek druhou nejvýznamnější asociací cestovních kanceláří na světě (po americké ASTA). Návštěva jejího prezidia v té které zemi měla vždy přímý vliv na rapidní nárůst příjezdu turistů z Japonska. Když například v polovině 90. let minulého století prezidium JATA navštívilo Irsko, okamžitě zde byl zaznamenán nárůst japonských turistů o cca 200 %. Prezidium Japonské asociace cestovních kanceláří při volbě mezi oficiálními pozváními Maďarska a Česka zvolilo pozvání ministra pro místní rozvoj Radko Martínka a vládní agentury CzechTourism. 4. listopadu tak na čtyřdenní oficiální návštěvu Česka přijelo jejích osmadvacet představitelů, vesměs prezidentů největších japonských cestovních kanceláří. Turisté z Japonska jsou dlouhodobě na prvním místě v útratě na osobu a den. V Česku je to 147 USD os./den (druzí jsou Rusové 144 USD os./den, třetí Izraelci 131 USD os./den). Letos také mají mezi turisty cestujícími do Česka (spolu s Brity) největší procentuelní nárůst, téměř 30 %. Tzn., že letos z Japonského císařství přijede do České republiky celkem na 180 tisíc turistů. Návštěva prezidia JATA a její zdárný průběh měly pro Česko klíčový ekonomický význam. Její program začal v Míčovně Pražského hradu (odkud jsou záběry) 4. listopadu slavnostní večeří za přítomnosti členů vlády, vládní agentury CzechTourism, prezidia Asociace českých cestovních kanceláří a agentur a dalších osobností.

zleva: Josef Rychtr, Jan Horký, Pavel Sapík, Filip Sajler, Lukáš Skála, Silvie Sulanská, Radek Pálka, Lukáš Pohl, Jiří Král, Mirek Husák, Jan Michálek

Gastronomie je součástí každého z nás, rozdíl je v tom, jak se kdo stravuje

Rozhovor s kapitánem českého národního reprezentačního týmu kuchařů a cukrářů šéfkuchařem společnosti FRENCH - REST provozující Plzeňskou restauraci a Francouzkou restauraci v Obecním domě v Praze, panem Jiřím Králem, jsem začal připomenutím našeho rozhovoru ve druhém vydání Všudybylu 2001 a otázkou, jak od té doby pokročila česká gastronomie.

Jiří Král

Udělala velký kvalitativní skok. Jako člen Asociace kuchařů a cukrářů České republiky a národní reprezentace jezdím s kolegy po republice. Dělat semináře, soutěžit a trénovat. K tréninkům většinou zveme odbornou veřejnost. S potěšením tedy mohu konstatovat, že dovednosti i znalosti našich kuchařů a cukrářů jsou na evropské úrovni. Otevřela se řada kvalitních restaurací, v nichž pracují noví šéfkuchaři. A protože zpravidla vyrůstali po boku kvalitních šéfů, ovládají řemeslo a dělají novou, moderní gastronomii.

V našem prvním rozhovoru jste na repliku, že řada malověrných na českou kuchyni „kouká přes prsty“, reagoval slovy: „Česká kuchyně je tak zdravá, jak ji připravíme“.

Za tím si stojím. Tehdy jsem rovněž podotkl, že generace před námi se stravovaly velmi střídmě. Jedly sice tučná masa, knedlíky, husté polévky, ale mezi tím mnohem více potravin rostlinného původu. Maso nebývalo každý den. A nechci-li dnes vysoce kalorické knedlo zelo vepřo, udělám si jej tedy z libového masa. Mám-li chuť na dozlatova propečený bůček, není důvod si jej neudělat. Je ale nefér říkat, že česká kuchyně je hrozně tučná nebo že česká gastronomie je jenom těžká. Ano, určitá jídla jsou těžká, jiná, jako např. pohanková kaše, jáhly či kuba atd. nikoliv. Příprava řady jídel tradiční české kuchyně je časově náročnější. Dobrá svíčková zabere několik hodin. Tzv. těžká jídla nalezneme ve všech gastronomiích světa. Českou nevyjímaje. Na druhou stranu v ní najdete plno věcí, které jsou lehké a dají se snadno připravit.

Zmínil jste národní reprezentaci kuchařů a cukrářů. Jak jsme, my Češi, ve světě úspěšní?

Ačkoliv jsme malou zemí a u řady soutěží hraje významnou roli mezinárodní diplomacie, daří se nám se prosazovat. Ale musíme být podstatně lepší než konkurence. Čas od času nám totiž bývá dáno najevo, že z Česka nemůžeme nastolovat mezinárodní trendy. To když jdeme na soutěž s věcmi, které dosud konkurence neumí. Pokud by s tím přišli Američané, Švýcaři nebo Němci, okamžitě by z toho byl nový trend. Ale i zde si Česko krok za krokem získává reputaci. Z poslední velké mezinárodní soutěže ve Velké Británii v Glasgow jsme přivezli dvě zlaté medaile, což je zatím největší úspěch české gastronomie. Co se týče celosvětových tabulek, držíme se zhruba na šestnáctém místě a z nově přistoupivších zemí Evropské unie jsme na tom nejlépe.

Co nejčastěji připravujete pro slavné osobnosti?

Pro státní návštěvy většinou začleníme českou specialitu, ale musí být velmi kvalitně a trochu moderně pojata. Celé menu je citlivě a pečlivě připraveno tak, aby nebylo příliš exotické. Známé osobnosti většinou chtějí moderní světovou gastronomii, kde se prolínají různé kultury. Asijská kuchyně s evropskou, mexickou apod. V popředí se stále drží středomořská. Ryby, zelenina, olivový olej, čerstvé, lehce stravitelné ingredience.

Proč by lidé měli navštěvovat restaurace, jejichž kuchyním šéfujete?

Mj. kvůli tomu, co produkujeme. Majitelé společnosti FRENCH - REST se totiž od samého počátku, kdy obě restaurace přebírali, rozhodli vydat cestou kvality. Jejich snahy navíc umocňuje prostředí nádherných secesních interiérů Obecního domu v Praze. V Plzeňské restauraci polovinu jídelního lístku tvoří klasická česká kuchyně. Svíčková, guláš, knedlo zelo vepřo, pečené jehněčí, bramborová a gulášová polévka. Prostě jídla, která si chcete dát v české restauraci. Ne všichni ale do Plzeňské chodí na čes-

kou kuchyni. Pro ně máme kuchyni mezinárodní. Např. lososa, steaky a pamatováno je i na lehká jídla, kdy jako hlavní chod nabízíme několik salátů buď vegetariánských nebo s rybou či s masem. A nabízíme i skvělé české dezerty. Štrůdl, tvarohový dortík a na přání domácí buchty z kynutého těsta. Nejvíc nás těší stálá klientela, která k nám chodí do obou restaurací.

Pro Francouzskou restauraci je typická moderní mezinárodní kuchyně s důrazem na čerstvé suroviny. Máme zajímavou nabídku na jídelním lístku, ale naši stálí hosté většinou čekají, co jim já nebo můj zástupce pan Josef Rychtr nabídneme, a dají přímo na naše doporučení. I tito hosté mají občas chuť na české speciality, jako jsou zadělávané dršťky nebo dršťková polévka, ledvinky, kachna apod.

Již několik let jste v představenstvu Asociace kuchařů a cukrářů České republiky.

Asociace vyvíjí aktivity ve zvyšování odbornosti a vzdělávání. Naši nejlepší členové tvoří národní reprezentační tým. V každém kraji máme pobočku, a tak už je nás kolem dvanácti set. Opravdu bývá znát, když dotyčný podnik avizuje: „Zde vaří člen Asociace kuchařů a cukrářů České republiky“. Své zkušenosti předáváme nejenom hotovým kuchařům, ale i nastupující generaci, pro niž pořádáme soutěže, a právě s těmi jde gastronomie hodně kupředu.

Kráčí kupředu i vnímání kuchařského umění a řemesla v Česku? Nebo je to u nás stále doména komediantů, kteří se rozhodli „napsat“ svoji kuchařku?

Poslední dobou dochází k pozitivnímu posunu. V podvědomí lidí, co se týče osobností české gastronomie, ale stále převládají herci, co se rozhodli sdělit národu, co že jim hrozně chutná. Mají totiž snazší přístup do televizních show, kde páchají věci někdy příšerné. Ale, jak jsem také naznačil, i do televizí a dalších médií se už dostávají mistři kuchaři – profesionálové tvořící špičkovou gastronomii. Rozhodně to není takovéto čvachtání: „Dáme tam tohle, dáme tam tamto a ňam ňam, nám to chutná“. Doba, kdy česká populace bude znát několik dobrých kuchařů, není, alespoň doufám, tak vzdálená. Jde to sice pomalu, ale přesto je situace každý rok lepší a lepší.

Koho bychom tedy měli znát z těch, kdo reprezentují Českou republiku na mezinárodních kláních?

V českém národním týmu je nás jedenáct. Kromě mne je to i můj zástupce z „Francouzské restaurace“ pan Josef Rychtr. Je z Krkonoš a spoustu svého volna věnuje tomu, abychom vymýšleli a zkoušeli nové věci. Pan Jan Horký je z Českých Budějovic a pracuje v „Klášterní vinárně“ v Praze. Vyrostl v národním týmu juniorů, odkud postoupil do seniorů. Další kolega, pan Miroslav Husák, je z Brna z hotelu „International Best Western“. Pan Pavel Sapík je šéfkuchařem pražského restaurantu „Zlatá studna“. Jeho tatínek nám umožňuje trénovat ve svém vyhlášeném podniku „U koně“ v Klokočné. Další kolega, pan Filip Sajler, je znám i z televizních pořadů. Řadu let působil v Americe a výrazně nám pomáhá s moderní gastronomií. Další kolega, pan Jan Michálek, je manažerem týmu a stará se o technické věci. Ale i on rád a vynikajícím způsobem vaří. Pokud děláme větší akce, pomáhá nám s českou kuchyní. Z cukrářů tam je slečna Silvie Sulanská z „Francouzské restaurace“ a „Plzeňské restaurace“ v Obecním domě. Dělá vynikající věci jak z čokolády, tak z marcipánu. Modeluje a kreslí. S karamelem dokáže taková kouzla, že si myslíte, že jsou dotyčné objekty skleněné. Pan Lukáš Pohl pracuje v pražském restaurantu „Café Savoy“. Dělá výborné čokoládové bonbony, výborné dezerty, čerstvě pečené chleby apod. Další je pan Lukáš Skála, šéfcukrář hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre. Umí vynikající pralinky. Pan Radek Pálka je velmi šikovný na moderní i českou gastronomii. Momentálně se všichni připravujeme na soutěž v Basileji. Společné tréninky míváme dvakrát týdně a jako národní tým dáváme dohromady kuchařku. Každý z členů v ní má tříchodové menu. Předkrm, hlavní jídlo, dezert. Někteří kuchaři zvolili dva předkrmy a jedno hlavní jídlo. Cukráři tam budou mít tři dezerty. Chceme, aby byla hodně moderní, a doufáme, že vyjde do konce roku 2005.

>> www.frenchrest.obecnidum.cz
>> www.akc.cz

Slavnostní imatrikulace

prvních ročníků prezenčního a kombinovaného studia Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství se konala 31. října 2005 v Grand Hotelu BOHEMIA v sále Boccaccio. V rámci slavnostního ceremoniálu současně převzalo pět studentů diplom bakaláře, když v září akademického roku 2004/2005 úspěšně obhájili bakalářskou práci a vykonali státní závěrečné zkoušky.

>> www.vscrhl.cz

Vysoká škola cestovního ruchu hotelnictví a lázeňství

To nejlepší od pramáti vodky

Mernaya – míra všech vodek!

V ruské encyklopedii

se o vodce dozvíte, že jde o tvrdý alkohol, vyrobený spojením lihu a vody a filtrovaný dřevěným uhlím. Dodnes se na tomto teritoriu považuje za opravdu chlapské pití doušek čistého lihu zapitý vodou...a zajedený chlebem, solenými okurkami, rajčaty, tučnou rybou.

Opravdové vodkové žito

Představa o vodce jako ředěném lihu je ovšem primitivní. Kdyby to bylo tak jednoduché, mohli bychom pít i vodky české produkce. Ale ty se pít nedají. Přesto je zřejmé, že kvalitní vodka závisí na třech hlavních faktorech: kvalitě lihu, kvalitě vody a procesu čištění. Kvalitní líh pro originální vodku se vyrábí z žita. Opravdové „vodkové“ žito se rodí na nevysoké vrchovině, rozkládající se na severu Ukrajiny a dále na sever přes hranice jižního Ruska. Pokusy pěstovat tento druh v jiných podmínkách byly marné. I dnes patří Ukrajina k největším světovým producentům a exportérům kvalitního lihu. O kvalitě vody mohou vyprávět i čeští sládci – bez unikátního zdroje vody by nebylo ani unikátního českého piva. Ukrajina je opravdu bohatá na zdroje vody, přesto však najít pramen s vyváženým harmonickým složením a odpovídající technologii jejího změkčení – to je jak boží dar, tak filigránská práce velmi pomalu se vtělující v tajemství receptury.

Mocný marketingový tah – Voltaire a Goethe

Vodka má na Ukrajině neboli Rusi tradici 500 let starou. Gorilka se stala neodmyslitelným atributem kozáka. Když později Moskevské knížectví kolonizovalo Rus, přisvojilo si nejen název teritoria, ale i historii Kyjevské Rusi a... pojmenovalo i vodku. Šlechtické majetky produkovaly vodku nejen pro svoje potřeby, ale ucházely se i o dodávky na carský dvůr. Ve světě vodku proslavila Kateřina II, když ji nabídla Voltairovi a Goethemu. Těžko soudit, byl-li jejich obdiv upřímný, ale slova o božském nápoji z pera takových osobností byla mocným marketingovým tahem. O další rozšíření brandu se pak „postarali“ bolševici – jednomu z bratrů Smirnovových se podařilo emigrovat. Pouze s recepturou. Ale s vodkou Smirnoff dobyl nejen americký, ale i světový trh.

Dmitrij Ivanovič Mendělejev (1834–1907)

19. století připravilo vodku na velkovýrobu. Zasloužil se o to sám Mendělejev v průběhu své habilitace na Kyjevském vysokém učení technickém. Zkoumal procesy prodloužení lidského života a přes faktor kvašení se dostal až k názvu své doktorské práce: O spojení lihu s vodou. Určil optimální poměr 40:60 lihu v poměru k vodě. Připustil i 38 %, které jsou ve výsledku paradoxně nejtvrdší, a 45 %. Všechny experimenty prověřoval ve výrobě. Mimo klasické čištění uhlím a pískem, plstěmi,

Iněným plátnem filtroval tehdy svoji vodku i mlékem. Technologie známá již ze 17. století, řadící produkt k nejluxusnějším a také nejjemnějším, ale pro svoji náročnost vzácně používaná. Po návratu do Sankt Peterburgu představil svoji vodku i členům Komory pro míry (mery) a váhy ruského impéria – byl totiž jejím prezidentem. Produkt byl členy komory natolik oceněn, že vodku nazvali Mernaja, což znamenalo, že se stala mírou všech vodek.

A značka dostala carskou pečeť, což znamenalo exkluzivitu dodávek na carský dvůr. Několik ruských lihovarů se pokoušelo tuto vodku na základě dodané receptury vyrobit, ale nakonec dvůr vrátil objednávky do Kyjeva. V roce 1931 výrobu Mernoj zrušili bolševici – jako carský přežitek.

Mernaja podle Mendělejeva

O 70 let později je výroba obnovena! V dnešní Ukrajině se o přízeň spotřebitelů uchází na dvě stě výrobců vodky. Tato konkurence je jednou z garancí kvality. Řada z nich používá při filtraci také biofaktory – med, žloutky. Ale jen jeden z nich smí vyrábět Mernuju podle staré patentované receptury Mendělejeva. Líh je dodáván nejstarším ukrajinským lihovarem, tímtéž, odkud brával líh sám Dmitrij Ivanovič Mendělejev. Běžný líh se vyrábí s použitím fermentorů, takže proces trvá 4–7 dní. Tento lihovar je nepoužívá, takže jeho Lux zraje 45 dní. Voda se čerpá jurská, z artézské studně z hloubky 265 m. Samotný proces v supermoderním technologickém cyklu pak zaujímá 21 dní, tj. pět až šestkrát déle než je obvyklá doba. Mimo klasické čištění 12–14 dní bez tlaku, samospádem z výšky 9 m prosakuje budoucí vodka vrstvou sušeného mléka. Mléko se pochopitelně odebírá jen z období přirozeného zeleného krmení (červen–září)...

Právě tady dostává vodka svoji něžnost, hebkost. Biofaktory však současně obohacují i stopy minerálů – hořčíku, sodíku, vápníku. Finiš na stříbře pak vyvolá ten kovově hladký pocit, s jakým se doušek Mernoj spouští hrdlem, uvolňuje napětí, odblokuje bariéry, rozpouští problémy a probouzí fantazii.

Business class, hand made

Vlajkovou lodí Mernoj je Business class, hand made – vodka nejvyšší kategorie. I příznivci krystalicky čistého mužského drinku, jako je Platinum nebo White Gold (ano, i tak se v tomto případě vodka čistí) ocení až estétsky jemnou, ale přesto plnozvučnou Cranberry s trpce hořkou příchutí klikvy, kterou nepohrdne ani mužský gurmán. Tady hovořit o výrobě je nevkusné. Tady jde už o esenci staletého gurmánství na této křižovatce severu a jihu, západu a východu, různých tradic a multikulturního světa, nálad krutých zim i rozvernosti subtropického pobřeží. Možná právě tím se ukrajinská vodka liší od severských, ruské a finské, které znají sílu monotónnosti – je plnější. Dnes se Mernaja (ISO 9001:2001) pije v dalších šestnácti zemích světa. Od USA, Německa až po tak náročný trh, jakým je Izrael. Business Class je totiž mimo jiné košer...

МѢРНАЯ
ЛУЧШАЯ ВОДКА В НАШЕ ВРЕМЯ

Vodka je láska a gurmánství

Pro opravdové gurmány jsme vybrali na počátek – Mernuju. Laskavo prosimo – to nejlepší od pramáti vodky! Mernaja – míra všech vodek! High spirits!

Good spirit, spol. s r.o.
Milíčova 6, Praha 3 – Žižkov
tel.: +420 774 637 692, e-mail: info@mernaya.cz
>> www.mernaya.cz

Aby dobrozdání profesní organizace bylo podmínkou

Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu – HO.RE.KA ČR má statut živnostenského společenstva s působností na území celé České republiky. V souvislosti s hlavním tématem – gastronomií – jsem oslovil jeho prezidentku Ing. Mirku Luprichovou. Paní prezidentko, již tři a půl roku stojíte v čele živnostenského společenstva – HO.RE.KA ČR.

Za tu dobu se nám podařilo úspěšně ovlivnit řadu věcí. Mohla bych zmínit připomínkování novely Autorského zákona nebo zachování výše daně z přidané hodnoty u ubytovacích služeb ve snížené pětiprocentní sazbě. Novelizaci vyhlášky Zákona 258 O veřejném zdraví a Vyhlášky 107. Pochopitelně, na některé věci jsme byli „krátcí“, jako např. na daň z přidané hodnoty u stravovacích služeb. Za dobu, co jsem v čele společenstva, se nám podařilo naše obory stmelit a sjednotit v rámci Platformy cestovního ruchu při Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, v jehož jsem v představenstvu.

Zmínila jste daň z přidané hodnoty u stravovacích služeb.

Od 1. května 2003 vstoupila v platnost 19% sazba DPH na stravovací služby. Do té doby byly stravovací služby ve snížené 5% sazbě. Bohužel se nám je tam nepodařilo udržet, přestože si u stravovacích služeb jednotlivé státy Evropské unie mohly výši DPH upravit. Resp. mohly si vyjednat výjimku, jako to na dva roky učinily Maďarsko nebo Polsko. To, že se tak v případě Česka nestalo, je věcí priorit české vlády a jejích vyjednavačů.

Pětiprocentní daň na vstupech a devatenáctiprocentní u výstupů, není to diskriminace lidské práce a živná půda pro šedou ekonomiku?

Je, protože „zbytečnému placení“ se snaží všemožně vyhnout kdekdo. Z některých podnikatelů se proto stali i takoví neplátci DPH, kterým pracovně říkáme „škodiči“. Od 1. května 2003 se snížila hranice plátcovství a plátcem DPH se podnikatelský subjekt stává v okamžiku, kdy dosáhne obratu jeden milion korun. Ti, kteří nechtěli být plátci, to řeší různými manévry. Např. rozdělují restaurace na několik provozoven, kde (pokud to zjednoduším) od pondělí do středy provozuje živnost manžel, ve čtvrtek a pátek manželka, v sobotu a neděli děti. Dělají kavárnu zvlášť, cukrárnu zvlášť atd. Tím, že zůstali neplátci DPH, se oproti plátcům ocitli ve výhodě. 14 % je slušná marže. Všichni totiž základní potraviny (pokud počítám výjimky, jako jsou mandle, čokoláda atd. a alkohol) nakupujeme s pětiprocentní DPH a je-li jídlo při prodeji zatěžováno 19 %, musí být tento rozdíl mezi vstupy a výstupy znát na konečné ceně. To způsobuje nerovné podmínky mezi soutěžiteli na trhu poskytování stravovacích služeb. Další způsob jak neplatit 19% DPH vychází z toho, jak Ministerstvo financí ČR specifikovalo, co je restaurace a co není. Nejsou jimi např. podniky rychlého občerstvení, pokud si klient bere jídlo s sebou. Takové stravovací služby jsou zatíženy pouze 5 %, kdežto když vám jídlo dají na tácek, abyste je mohl zkonzumovat v restauraci, mělo by být zatíženo 19 % DPH. U jídla, coby zboží, se ale jedná o stejný výrobek, přičemž náklady na lidské zdroje, nájmy a energie spojené s provozováním těchto tzv. pětiprocentních služeb jsou logicky nižší. Docela by mne zajímalo, jak vůbec a jak moc důsledně je tato kontroverzní norma kontrolována. Už jen např. na pozadí toho, že teprve nedávno inspekce zjistila kdovíkolikaleté zásadní nesrovnalosti u řady čínských restaurací.

Zprava: Prezidentka Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu HO.RE.KA Ing. Mirka Luprichová, PhDr. Miroslav Navara ze sdružení novinářů píšících o cestovním ruchu ATchJET, prezident Národní federace hotelů a restaurací ČR Ing. Pavel Hlinka, rektorka Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství Doc.Ing. Věra Seifertová.CSc. a generální sekretář Národní federace hotelů a restaurací České republiky Václav Stárek v hotelu Inter.Continental Praha. 27. října zde prezidenti HO.RE.KA a NFHR ČR oznámili úmysl představenstev obou asociací navrhnout svým členům spojit se v jednu silnou organizaci.

HO.RE.KA ČR
SDRUŽENÍ PODNIKATELŮ V POHOSTINSTVÍ A CESTOVNÍM RUCHU

Další kapitolou jsou podniky provozující nekalou soutěž, jako např. školní a závodní jídelny fungující v pětiprocentním režimu DPH, které spolu se stravováním osob, pro něž jsou určeny, poskytují stravovací služby i tzv. pasantům. Navíc tyto vývařovny bývají úplně nebo částečně financovány z prostředků státního rozpočtu. Mají mnohem nižší náklady a mohou tak v tomto prostředí nerovné hospodářské soutěže, do níž se coby soutěžitelé zapojují, konkurovat cenou podnikatelským subjektům. Prodávají stravovací služby lidem z okolních úřadů a podniků, kteří, kdyby tuto možnost neměli, pravděpodobně by se chodili stravovat do zařízení zatěžovaných 19% DPH na výstupech. Poukazujeme na to delší dobu. Nekalosoutěžní jednání je dramatické. Z některých míst máme signály, že se již tímto způsobem konkurenci zcela podařilo odbourat naše členské restaurace, protože se jejich někdejší hosté chodí stravovat do školních jídelen, kde je to pro ně výrazně levnější.

Zmínila jste inspekcí nedávno zjištěný zoufalý stav některých restaurací. Podle stávajícího Živnostenského zákona (že by snad v zájmu ochrany a podpory veřejného zdraví?) ale může hospodu, resp. pohostinské služby v Česku provozovat každý, kdo má čistý trestní rejstřík a osmnáct let...

Bohužel. Současný Živnostenský zákon neukládá nic. Odbornou praxi ani vzdělání. Živnostenský list na restauraci nebo hotel si v podstatě může pořídit každý. Stačí odborný zástupce na prvních pět let podnikání. Otázka odborného zástupce je rovněž kontroverzní, protože jím může být jakýkoliv člověk, který už pět let působí v oboru. Typické znaky tohoto systému a la „kafkovský zámek“ v nedávné době skutečně ilustrovaly restaurace, u nichž byly zjištěny obrovské nesrovnalosti v dodržování zákonných norem, hygieny apod. Na mě to dělá dojem, že majitelé mnoha podniků ani neví, že pro jejich podnikání platí nějaké normy. Že vůbec nic nevědí o systému kritických bodů. V restauraci prostě nemohou chybět dřezy, baterie, roztloukárny vajec a další věci, které H.A.C.C.P. ukládá. Bez nich totiž nesmí být restaurace zkolaudována. Zpracovali jsme proto seznam právních norem – zákonů a vyhlášek, které musí každý provozovatel restaurace splňovat. To, o co usilujeme, je, aby jednou z podmínek provozování hostinské či ubytovací činnosti bylo členství nebo dobrozdání autorizované profesní organizace. Tedy, že adept ví, o čem je v oboru řeč. Pohostinská činnost je živnost jako každá jiná a HO.RE.KA ČR usiluje o znovunalezení důvěry k našim oborům a pěstování stavovské cti, aby každý věděl, že chce-li v nich podnikat, musí splňovat jistou odbornost dalece přesahující to, co je v současné době zakotveno v Živnostenském zákoně.

>>www.horeka.cz

Šéfkuchař Jiří Hrdý sekundoval řediteli Grandhotelu Pupp

aneb Gastrofest 2005 České Budějovice

V tradičním termínu, počátkem listopadu, se v jihočeské metropoli Českých Budějovicích konalo setkání milovníků dobrého jídla, pití a výrobců potravin i potřeb pro gastronomii. Na dvě stě vystavovatelů po tři dny předvádělo výrobky, zvalo k návštěvě svých restaurací a hotelů. Příjemným oživením výstavy byla účast zahraničních vystavovatelů z Maďarska, Rakouska, Německa, Slovenska. Zpestřením bylo vystoupení kuchařů z Namibie, Indie, Maďarska, Francie. Netradiční pěkné počasí potěšilo nejen ředitele pořádající agentury Gastkom Vladimíra Tůmu, ale i návštěvníky z území celé České republiky a sousedního Rakouska. Velký ohlas mezi návštěvníky mělo vystoupení a kuchařské umění ředitele Grandhotelu Pupp Karlovy Vary pana Romana Vacho, kterému sekundoval šéfkuchař Jiří Hrdý. Jejich návod na prouzená kachní prsa s cejlonským čajem jistě využije nejedna jihočeská domácnost.

Text a foto Ing. Eduard Levý

>>www.gastrofestival.cz

Gast kom

Medovina
zdroj života, moudrosti, odvahy a síly

Petra Kurlandová

Medovina je od nejstarších dob považována za zdroj života, moudrosti, odvahy a síly. Keltové, Dákové, Židé, Germáni, Slované, Hunové i další národy ji považovali za svůj národní nápoj. Majitelku firmy NATUREL paní Petru Kurlandovou jsem oslovil v hotelu Falkensteiner Maria Prag, neb zde v rámci Koktejl party ligy pro cestovní ruch prezentovala právě medovinu. Proč jste se v ní rozhodla podnikat?

Začalo to tím, že jsem ochutnala kvalitní přírodní medovinu nestora jihomoravských včelařů pana Skřivánka a díky ní si uvědomila, že něco takového je potřeba dostat mezi lidi. Za pomoci přátel jsem začala hledat i další kvalitní výrobce uplatňující receptury, při nichž nedochází ke znehodnocování medu chemikáliemi, řepným cukrem apod. Takto vyráběná medovina si zachovává léčebné účinky medu a bylin v něm obsažených. Medovinu, s níž obchodujeme, produkují vesměs malí výrobci nebo malé rodinné výrobny. Ti umění její výroby zpravidla převzali po předcích a sami se jí dlouhá léta zabývají. Nesmím zapomenout na Ing. Sznapku, který medová vína vyrábí podle historických receptur z různých území současné Evropy (Bojarská – pravděpodobně z Litvy, Dzierzoň – Polsko). Díky kvalitě medoviny řadu let úspěšně konkurujeme „té“ průmyslově produkované, jež má díky konzervantům, lihu a dalším přísadám jinou charateristiku. Tzv. „medoviny“ švestková, kokosová, mandlová, ořechová atd. nemohou být medovinami a vůbec ne přírodními, už proto, že medovina je zákonem specifikována jako tzv. „tiché víno“ a vzniká kvasným procesem stejně jako víno.

Kromě vašich medovin jsem chutnal i tzv. „Žihadlo“.

Receptura tohoto nápoje pochází z monastýru v balkánském pohoří Pelister. Mniši jej tam odnepaměti vyrábějí jako lektvar na zlepšení srdeční činnosti, krevního oběhu a funkce trávicího ústrojí. Vlastníkem receptury je Ing. Žonerčík. Na českém trhu se „Žihadlo“prodává cca 14 let. Vyrábí se macerováním vybraných bylin v jemném alkoholu a do tohoto polotovaru se za studena přimíchává med, propolis a mateří kašička.

Co podle vás vede k renesanci medoviny?

Chuť a její blahodárné účinky. Užívání medoviny ve Velkomoravské říši zmiňují arabský cestovatel a obchodník Ibn Rozteh a Peršan Gurdézi. Ne náhodou byla v našich zemích nejrozšířenějším kvašeným nápojem. Teprve Karel IV. medovině připravil osudnou konkurenci, když u nás zavedl pěstování vinné révy. Jako správný státník ale spolu s dekretem o vinařství udělil „medařům“ daňové prázdniny. Víno sice chuťově nemohlo medovině konkurovat, avšak ani medovina vínu svými výrobními náklady. Renesance medoviny je dána nejen příklonem ke zdravému životnímu stylu a konzumaci ekologicky produkovaných potravin, ale i jistým (možná trochu módním) trendem návratů k našim keltským a slovanským kořenům.

Koktejl party v hotelu Falkensteiner Maria Praga

Koktejl party Ligy pro cestovní ruch pod záštitou starosty Městské části Praha 1 pana Vladimíra Vihana pořádali 31. října 2005 v hotelu Falkensteiner Maria Prag Liga pro cestovní ruch, Falkensteiner Maria Prag hotel, Grand Spa Hotel Marienbad, Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy a nakladatel časopisu Všudybyl.

- www.praha1.cz
- www.falkensteiner.com
- www.hkp.cz
- www.e-vsudybyl.cz
- www.sbaerxpert.cz
- www.lupulus.cz

Plody moře a ryby z moří a oceánů

byl název špičkové gastronomické akce, která se uskutečnila ve středu 16. listopadu v Brně v kongresovém centru hotelu Voroněž. Generální ředitel hotelu Voroněž pan Josef Kulíšek při zahájení akce prohlásil:

„Chceme zahájit novou etapu našich sousedských vztahů s Brňany, přiblížit a nabídnout jim to nejlepší z gastronomického světa. Rádi bychom vytvořili tradici tematických akcí, při nichž budeme nabízet jídla rozmanitých chutí, vytvořená z různých surovin, mezinárodní i národní kulinářské speciality a také nevšední prostředí a zážitky. Tentokrát budete ve společnosti vzpomínek na moře a jeho dary, které nabízí. Naši mistři kuchařského řemesla budou před vašimi zraky připravovat jemná filátka z mečouna, mořského ďasa, parmy královské nebo tuňáka. Čekají na vás krevety, langusty, ústřice, humr, slávky a chobotnice, kterým dodá nezaměnitelnou chuť Rýnský ryzlink z Habánských sklepů. Na francouzské víno Chablis jsme ale také samozřejmě nezapomněli.“

Start gastronomické tradice se uskutečnil v době odvetného zápasu kvalifikace Mistrovství světa ve fotbale. Díky pozornosti pořadatelů jej účastníci měli možnost sledovat na velkoplošných obrazovkách. Jak vyplývá z ilustračních obrázků, vyhráli nejen naši fotbalisté.

➤➤ www.voronez.cz

➤➤ www.snip-brno.cz

Equitana první

16. listopadu slavil Resort Equitana první výročí od zahájení provozu. Špičkově vybavený resort se nachází nedaleko Březnice na Příbramsku. Nabízí kvalitní ubytování, restauraci s letní terasou a barem,

kongresový sál včetně techniky a řadu sportovních a oddechových aktivit. Je zde jezdecký areál s profesionálním trenérem, stájemi a kompletním komfortním zázemím. Pobyty tu jsou nabízeny v široké škále od firemních akcí, přes individuální dovolené, víkendové či kratší ubytování, až po jednodenní akce. Pro jednotlivé programy resort nabízí řadu vnitřních i venkovních prostor, a to ve všech ročních obdobích včetně velkého parkoviště uvnitř areálu.

➤➤ www.equitana.cz

Novou energii pro své podnikání získáte s námi…

Franchising s EuroAgentur Hotels & Travel a.s.

Největší český hotelový řetězec

a incomingová cestovní kancelář v Česku EuroAgentur Hotels & Travel nabízí tuzemským hotelům a dalším podnikatelům v cestovním ruchu nový projekt franchisingového partnerství. Jeho hlavním cílem je nalákat do země co největší počet zahraničních turistů a zajistit jim kvalitní hotelové služby po celém území České republiky, zejména v regionech, kde dosud kvalitní hotelové kapacity chybí. Jednotlivým hotelovým společnostem partnerství přinese příliv nové klientely a další výhody.

„Franchising je cestou z izolace,

cestou k novým klientům, což potvrzují nejnovější statistiky, které dokazují 80% úspěšnost podniků provozovaných touto formou. Spolupráce s EuroAgentur Hotels & Travel umožní partnerským firmám rychlejší expanzi a vstup na nové nebo vzdálené trhy, čímž zajišťuje jistější a rychlejší růst. Stále se zvyšující počet společností, které s námi spolupracují, nás utvrzuje v tom, že námi vytvořený franchisingový systém je dobře nastavený a odráží se i ve stále se upevňující pozici na trhu," říká předseda představenstva a generální ředitel společnosti EuroAgentur Hotels & Travel Viliam Sivek.

Partneři získají veškeré výhody on-line rezervačního systému EuroAgentur Hotels&Travel, který může využít kterýkoliv uživatel internetu ve světě. Díky jeho nastavení obdrží hotel platbu za ubytování již v momentě potvrzení rezervace. Cenová politika je i nadále výhradně záležitostí partnerů.

„Začleněním do řetězce EuroAgentur Hotels & Travel

získají partneři rovněž možnost výhodnějších cenových nabídek pro nákup zboží a služeb, prostřednictvím našich velkoodběratelských dodavatelských smluv, na které by samostatný subjekt na trhu nikdy nedosáhl. I v této oblasti má silný odběratel výhodnější pozici. Sami hoteliéři budou moci porovnat své ceny v oblasti dodávek kávy, prádla, kuchyňské technologie, restauračního inventáře, čisticích prostředků, kosmetických doplňků a mnoha dalších," uvádí Viliam Sivek. Spojení se silnou značkou na trhu umožní partnerům získat lepší přístup k úvěrům, leasingu a pojištění. Pro banky a pojišťovací společnosti jsou stabilnějším partnerem a samotný franchising je novým oborem pro poskytování úvěrů.

Partnerství

nabízí EuroAgentur Hotels & Travel zavedeným hotelům i podnikatelům, kteří se chystají vstoupit na trh. „Partneři budou mít rychlejší a jistější vstup na trh. Naše společnost jim umožní vynaložit nižší počáteční náklady, než kdyby začínali sami. Při zahájení podnikání od nás získají know-how, které by nabyli až po několika letech praktického provozování, a s ním rozsáhlou vstupní podporu - mohou např. využít již hotový nebo upravený typový projekt provozovny. EuroAgentur Hotels & Travel pomůže i při úpravách nebo vybavení provozovny. Nabízí rovněž školení a trénink v oblasti provozu, managementu a prodejních postupů. Po dobu trvání franchisového partnerství od nás získává každá společnost průběžnou podporu v oblasti vedení provozu, managementu a marketingu," konstatuje Viliam Sivek.

Samotné hotely přitom zůstávají do značné míry nezávislé. „Organizační struktura naší franchisingové sítě je založena na dělbě práce: EuroAgentur Hotels & Travel se věnuje systémovým a strategickým úkolům, partnerské společnosti přenechává řešení operativních záležitostí, např. řešení personálních otázek", doplňuje Viliam Sivek.

Obrovská síla marketingové práce,

která se odráží i díky tomu, že EuroAgentur Hotels & Travel vlastní největší incomingovou cestovní kancelář v Česku se zaměřením na prodej vlastních hotelových kapacit.Tato skutečnost jednoznačně osloví samostatné subjekty, pro které není jednoduché účastnit se se svou prezentací národních a mezinárodních veletrhů cestovního ruchu, kterých se EuroAgentur Hotels & Travel pravidelně účastní.Vždyť za 15 let práce v oblasti cestovního ruchu jsme jich navštívily 185. Obchodní expozice a prezentace firmy umožňují navázat a prohloubit obchodní kontakty se zahraničními partnery.

Chcete-li s námi získat novou energii

v podnikání ve formě franchisingové spolupráce, kontaktujte, prosím, výkonného ředitele společnosti EuroAgentur Hotels&Travel a.s. pana Josefa Báru na tel.: +420 271 090 896, e-mail: bara@euroagentur.cz.

www.euroagentur.cz

Společnost EuroAgentur Hotels & Travel

působí na tuzemském trhu patnáct let a má dlouholeté zkušenosti s franchisingem v oboru hotelnictví. Celkem provozuje 31 hotelů, z toho 16 v Praze. „Naše společnost vlastní licence Ramada (Ramada Grand Hotel Symphony a Ramada Airport Hotel Prague) a provozuje dva hotely pod hlavičkou Best Western (Best Western Hotel Kampa a Best Western Hotel Selský Dvůr). Tyto naše hotely využívají výhod rezervačního systému GDS," říká Viliam Sivek. Její incomingová část loni dovezla do ČR celkem 250 tisíc zahraničních turistů.

Je nositelem osvědčení za kvalitu poskytovaných služeb v cestovním ruchu – značky Czech Made – udělované Sdružením pro cenu České republiky za jakost. Osvědčení bylo společnosti uděleno jako jedinému subjektu v oblasti cestovního ruchu již popáté v roce 2005. Dvakrát byla společnost vyhlášená v TOP 100 společností v České republice. NFHR ČR ocenila společnost EuroAgentur Hotels&Travel mimořádnou cenou za vytváření dobré pověsti hotelového průmyslu a veřejně prospěšnou činnost.

Od roku 1997 je členem Hospodářské komory ČR a registrovaným členem Fondu podpory exportérů PHARE při HK ČR. Je nositelem grantu PHARE za organizaci, účast a prezentaci ČR na veletrzích a výstavách v zahraničí (např. WTM Londýn, MIT Moskva...). V roce 2002 se firma stala členem SČOK - Slovensko-české obchodní komory a ACCC – Americké obchodní komory (American Chamber of Commerce in the Czech Republic).

EuroAgentur Hotels & Travel je aktivním členem ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří ČR) - profesního sdružení subjektů cestovního ruchu, členem ASTA (American Society of Travel Agents), RDA (Internationaler Bustouristik Verband e.V), NFHR – Národní federace hotelů a restaurací a SPS – středního podnikatelského ústavu.

EA EuroAgentur Praha

Zámek Ratboř

Nový zámek v Ratboři postavil architekt Jan Kotěra v letech 1911–1913, a to pro vlastníky ratbořského cukrovaru, rodinu Mandelíků. První skica zámku naznačuje lehkého empirového ducha, ovšem po přepracování se dominantním prvkem stává spíš schematický klasicismus. V monumentálním průčelí jsou umístěny Štursovy sochy personifikující Ducha a Hmotu. Celkový dojem exteriéru je umocněn geometrickým dekorem členěných oken a mříží tvořících zábradlí balkonů. Ve tvarech kovového zábradlí se snad projevuje Kotěrův opatrný zájem o kubismus.

Chateau Kotěra Hotel-Restaurant

Zámecký hotel je ideálním místem pro firemní a soukromé akce. Nachází se v prostorách zrekonstruovaného zámku uprostřed rozsáhlého zámeckého parku cca 5 km od města Kolína v obci Ratboř a cca 10 km od historického centra Kutné Hory. Ubytování je disponováno v historické budově zámku v překrásných dobově zařízených pokojích a v budově bývalé oranžerie. Hotel nabízí 39 dobově zařízených pokojů. Díky své velikosti, vybavení (včetně přípojek na internet, televizí se satelitním příjmem atd.) a architektonickému řešení má každý z pokojů originální atmosféru. Hotelovým hostům jistě neuniknou rozsáhlé možnosti sportovního vyžití. Sauna, fitness, tenisové kurty či půjčovna jízdních kol. Okolí zámku je velmi příhodné pro jogging.

Chateau Kotěra Restaurant

(63 míst) nabízí výběr specialit středomořské kuchyně a velký výběr vín z celého světa. V letním období možnost posezení na terase, venkovní grilování a snídaně na terase zámku s výhledem do parku. Zámecký sklep poskytuje nabídku vín z celého světa. Pro hosty restaurantu bezplatné parkoviště v areálu hotelu.

Konferenční možnosti

Možnost pronájmu prostor zámeckého restaurantu a salonků pro firemní akce, školení, oslavy, konference atd. Salonek Levé křídlo 12 míst, salonek Pravé křídlo 12 míst.

Chateau Kotěra Hotel-Restaurant
Komenského 40, 281 41 Ratboř u Kolína
recepce: 321 613 111, fax: 321 613 101
restaurant: 321 613 100
e-mail: hotel@hotelkotera.cz
>> www.hotelkotera.cz

CHATEAU KOTĚRA HOTEL
VINOTÉKA U VAVRYSŮ
TravelGuide.cz
moderní úsporné MONTYCON gastronomické technologie
BELVEDERE

Beaujolais Nouveau v Boutique Hotel-Restaurantu Chateau Kotěra

19. až 20. listopadu se na zámku v Ratboři konalo setkání přátel, obchodních partnerů a klientů Boutique Hotel-Restaurantu Chateau Kotěra. Na letošní oslavy Beaujolais Nouveau je pozvaly Chateau Kotěra, Belvedere ČR s.r.o., Hotel Guide, Vinotéka u Vavrysů a MontyCon. Na programu byla informativní prohlídka zámku, relaxace v hotelovém fitness centru, prezentace Vinotéky U Vavrysů, slavnostní raut s následnou oslavou Beaujolais Nouveau. A jaké bylo večerní menu? Variace studených předkrmů z pečeného masa; francouzská cibulačka s máslovými krutony; zeleninový salát s marinovaným fetta sýrem; překvapení z grilu + fazolky po provensálsku, cukrový hrášek s karotkou; variace dezertů Chateau Kotěra, káva espresso a výběr sýrů.

Patnáctiletý OK-TOURS

25. října v Kaiserštejnském paláci v Praze za přítomnosti Jeho excelence velvyslance Finska pana Jormy Inki s chotí a dalších osobností a přátel slavil OK-TOURS a.s. patnácté výročí svého založení.

>> www.oktours.cz

OK-TOURS
YOUR PARTNER FOR THE CZECH REPUBLIC

TOP HOTEL Praha exceloval v sídle Evropské unie

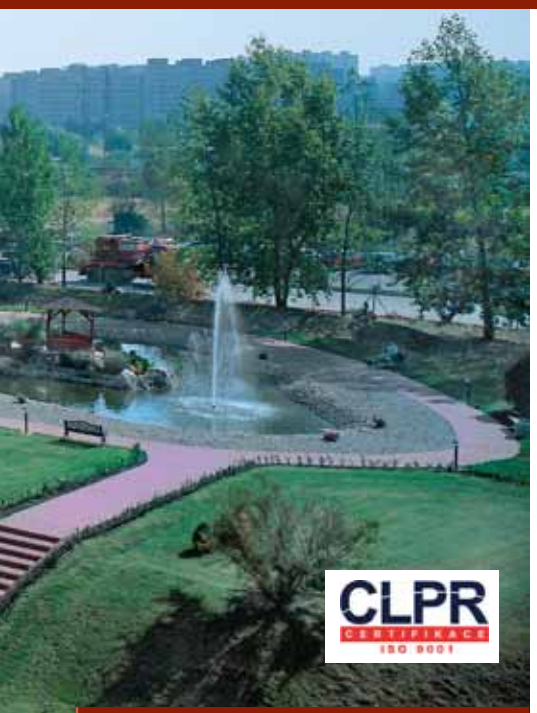
Marta Šnoblová

Hlavním tématem desátého vydání Všudybylu je gastronomie. Rozhovor s generální ředitelkou TOP HOTELu Praha slečnou Martou Šnoblovou jsem proto začal připomenutím jednoho z ohlasů. Na Czech Horeca Summit 2005 mne oslovil předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev pan Jan Wiesner a vyprávěl, jak TOP HOTEL Praha 26. října exceloval v sídle Evropské unie v Bruselu. Na to jsem konstatoval, že den poté, 27. října, si hotel vedl výborně také v Berlíně. Zúčastnil jsem se tam totiž recepce, kterou pořádali Jeho Excelence velvyslanec České republiky ve Spolkové republice Německo Dr. Boris Lazar s manželkou.

V Bruselu jsme cateringově zajišťovali první Tematický večer České republiky věnovaný české kultuře. Tento večer byl pořádán při příležitosti našeho nadcházejícího státního svátku v budově Evropského sociálního a hospodářského výboru pod patronací prezidentky výboru a generálního sekretáře. Zúčastnilo se jej na čtyři sta osobností všech členských zemí Evropské unie. S místem konání jsme se obeznámili s předstihem, takže jsme mj. měli informace, že předešlé tematické večery byly pořádány ve skromných měřítcích. Rozhodli jsme se tedy pojmout akci velkoryse. Byli jsme si totiž vědomi, že v Bruselu reprezentujeme nejen úroveň TOP HOTELu Praha, ale České republiky jako takové. Naši šéfkuchaři – teplé kuchyně, pan Josef Svoboda, a studené kuchyně, pan Petr Vodolán, i ostatní personál odvedli špičkové výkony. Naplnili tak naše očekávání a zhodnotili investice, které TOP HOTEL Praha vkládá do jejich profesního růstu – vzdělávání a účast v odborných soutěžích. Účastníci se pochvalně vyjadřovali i o úpravě a zdobnosti tabule, což dokládá, že investice TOP HOTELu Praha do lidských zdrojů se vyplácejí. Pokud se totiž naši zaměstnanci zúčastnili některé z takto zaměřených gastronomických soutěží, např. ve vyřezávání melounů, zpravidla obsadili některé z prvních tří míst.

Ani ne za 24 hodin po začátku bruselské recepce jsme se potkali na vámi velkoryse zajištěném rautu na české ambasádě v Berlíně.

Musím přiznat, že to byl logistický oříšek. Někdo přelétával letadlem a část našich lidí přejížděla auty – cca osm set kilometrů. Ihned po skončení rautu v Bruselu, což bylo někdy po půlnoci, vyjížděla auta do Berlína. Zde jsme již tradičně zajišťovali gastronomickou stránku recepce při příležitosti státního svátku České republiky pro zhruba šest set diplomatů. No a samozřejmě také pro Vás...



TOP HOTEL Praha & Congress Centre

patří k největším hotelových komplexům v Evropě. Pod jednou střechou zde host najde vše, co může potřebovat během svého pobytu mimo domov. Hotel nabízí ubytování v 1020 4* pokojích, stravování v 5 restauracích a občerstvení ve 3 barech. Konferenční centrum se skládá z 5 sálů a 14 salónků s celkovou kapacitou 5000 míst. Neobvykle široká paleta doprovodných služeb hotelu čítá Wellness centrum s bazénem a posilovnou, Beauty salón, bowlingovou hernu, tenisové kurty, kasino, obchody, japonskou zahradu se zpívající fontánou a další atraktivity.

ALBION hotel

je situován v klidné části Prahy 5 uprostřed vilové čtvrti a rozsáhlé zeleně. Hosté se během chvilky mohou ocitnout v historickém centru města či v nákupním a zábavním centru Anděl. Cílem ALBION hotelu je uspokojit svojí nabídkou služeb i náročnou klientelu. V hotelu je plánováno 300 pokojů 4* kategorie, 2 restaurace, Lobby bar a konferenční centrum pro 400 delegátů. Počítá se s vybudováním sportovního a relaxačního centra a parkovou úpravou okolí hotelu. Termín otevření nového ALBION hotelu je březen 2006.

19. října bylo v TOP HOTELu Praha posvícení. Atmosféru středověkého tržiště připomínal muž s ohnivými kousky, kejklíři a cimbálová kapela Šajtar. Hosté měli možnost ochutnat typické posvícenské speciality, jako je husa, zvěřina, uzené selátko, zabijačkové lahůdky či domácí koláčky. K pití se nabízela moravská vína, slivovice i medovina...

Slavnostní ukončení hlavní turistické sezony pořádáme každoročně. Tentokrát jsme je koncipovali v duchu podzimního posvícení. Večerem provázel Aleš Cibulka. Kromě gastronomické části dámy i pánové potleskem ocenili i módní přehlídku podzimní kolekce paní Heleny Bedrnové a ukázky aranžování sušených květin. Během večera jsme vyhlásili tři obchodně nejúspěšnější partnery TOP HOTELu Praha za uplynulou sezonu: cestovní kanceláře Jerome Travel, Kompas Praha a Special Tours Prague. Šanci vyhrát ceny ale díky tombole měli všichni, kdo odevzdali vizitky. Zástupci cestovních agentur a kanceláří uvítali prohlídku nově zrekonstruovaných částí hotelu i možnost odběru nových propagačních materiálů v šesti jazykových mutacích.

2. listopadu jsme se u vás v TOP HOTELu Praha potkali na Czech Horeca Summitu. Měl perfektní atmosféru včetně večerního rautu ve foye TOP CONGRESS HALL.

Horeca Summit se u nás nekonal poprvé. Letos poprvé se ale jeho ústřední děj odehrával v nové kongresové hale. Již tradičně zde byli vyhlašováni vítězové odborných soutěží, jako např. firmou Bohemia Sekt nejlepší sommeliér. Nově zde proběhla barmanská soutěž a soutěž kuchařů a cukrářů.

A kde jsme se nepotkali, to bylo vyhlášení „Miss Aerobic“.

Letos jsme zde už ale měli vyhlašování několika „miss“. Vyhlášení vítězek soutěže „Miss Aerobic“ bylo v TOP HOTELu Praha poprvé, ačkoliv to byl už desátý ročník. Vzhledem k dobrým ohlasům doufáme, že spolupráce bude pokračovat i v příštích ročnících.

Nejen již zmíněné akce plní lidmi TOP CONGRESS HALL, ale např. i vrcholné boxerské zápasy. Domnívám se, pokud by se Praze podařilo pořádat letní olympijské hry, že by mohla být využívána v rámci menších sportů, jako je vzpírání apod.

Už samu skutečnost, že hl.m. Praha ohlásilo svůj zájem kandidovat na pořádání letní olympiády, vnímám jako správný marketingový tah v rámci zahraničního obchodu cestovního ruchu. Nicméně si myslím, že Praze chybí dostatečná infrastruktura a další zázemí. Ale zpátky k hale. TOP CONGRESS HALL byla koncipována jako multifunkční. Proto jsme rádi, že se ujalo i pořádání sportovních akcí, boxerských zápasů apod. Vedle vyhlašování „TýTý“ a různých „MISS“ bych ráda vyzdvihla spousty prestižních kongresových akcí, školení a sympozií, které se v TOP CONGRESS HALL uskutečnily. Výrazně nám v tom pomáhá skutečnost, že jsme opět (již čtvrtým rokem) obhájili certifikát jakosti ISO 9001:2000.

TOP HOTEL Praha je místem, kam lidé rádi chodí sportovat a relaxovat.

Je pravdou, že nás navštěvuje mnoho lidí z blízkého i vzdáleného okolí. Wellness i sportovní sektor jsou koncipovány tak, aby kdokoliv, kdo k nám přijde, měl co největší soukromí. Co

se týče dopravní dostupnosti, od příštího roku plánujeme zavést vlastní shuttle bus mezi hotelem a stanicí metra „Chodov“, jež bude vyplňovat mezery v intervalech městského autobusového spoje č. 115.

Prý budete mít další hotel...

Nebudeme. Už máme! Koupili jsme jej na Praze 5. V současné době v něm probíhají rekonstrukční práce. Chceme jej otevřít v březnu 2006 jako hotel Albion s kapacitou tři sta pokojů. Měly by v něm být standardní pokoje a apartmány, dva konferenční sály, pět salonků, restaurace a centrální recepce propojující oba hotelové objekty. Hotelové služby budou poskytovány na úrovni čtyř hvězd obdobně jako TOP HOTEL Praha.

V prostoru pod TOP CONGRESS HALL vzniklo moderní velké parkoviště. Co dalšího je či bude v TOP HOTELu Praha nového?

Parkoviště tam bylo už předtím. Nicméně dali jsme mu formu a úroveň odpovídající TOP HOTELu Praha. Disponuje tisícovkou parkovacích míst. Nejen parkoviště, ale celý hotel se mění k lepšímu. Hotelovým provozem vydělané peníze se vrací zpátky, což se odráží na vzhledu a vybavení hotelu. Tj., buď zrekonstruujeme další jeho část, nebo něco přistavíme. V září jsme v zadním (východním) sektoru areálu začali stavět Pivovarskou restauraci. Budou v ní podávány snídaně a polopenze. Zároveň zde budou jídla servírovaná a la carte. Pivovarská restaurace bude mít 400 míst a bude stabilně využívána pouze jako restaurace. Otevřeme ji nejpozději v březnu roku 2006. Hodně děláme i pro bezpečnost hostů a jejich majetku. Během letošního roku proběhlo oplocení celého hotelového areálu. Aplikovali jsme kartové zámky na další dvě budovy komplexu TOP HOTELu Praha. Kartovým systémem bude disponovat i náš druhý pražský hotel Albion.

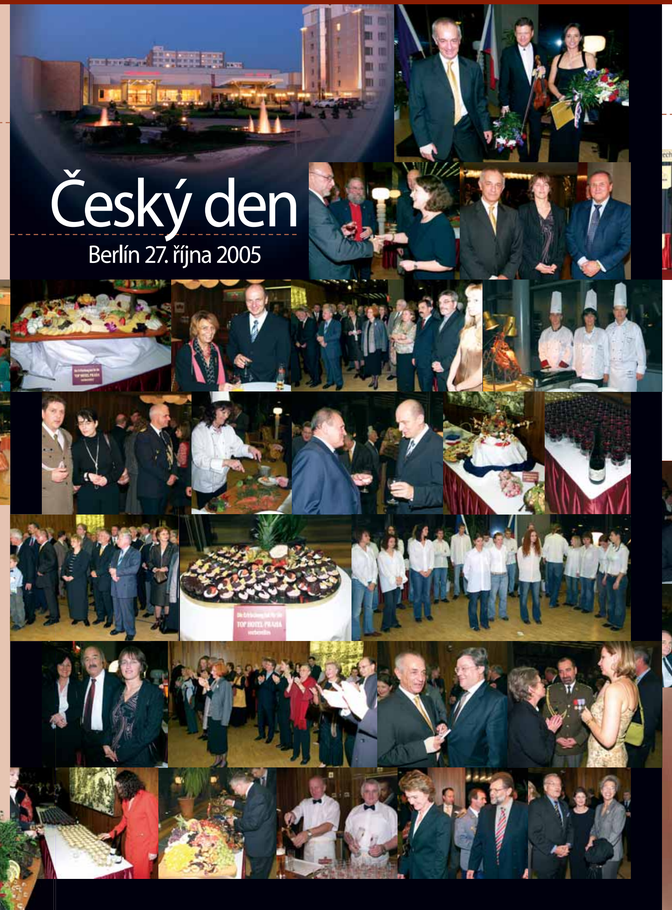
➤➤ www.tophotel.cz

Tematický večer České republiky

Brusel 26. října 2005

Český den

Berlín 27. října 2005



Czech Horeca Summit

2. listopadu 2005

Holka od Červený řeky

18. října 2005 se v TOP HOTELu Praha uskutečnil koncert Heleny Vondráčkové pod názvem „Holka od Červený řeky". Připomněl čtyřicet let tvorby naší přední „pop star". Nositelka devíti platinových desek, Zlatého slavíka a mnoha dalších domácích i zahraničních ocenění zazpívala v doprovodu kolegů svých osmadvacet nejznámějších písní. Do TOP CONGRESS HALL si i přišlo poslechnout přes jedenáct set příznivců. Večerem provázel Karel Šíp. Po koncertě byl ve společenském sále Praha TOP HOTELu Praha pro zpěvačku a její hosty připraven bohatý raut. Záznam z koncertu bude uveden 22. 12. 2005 na TV NOVA.

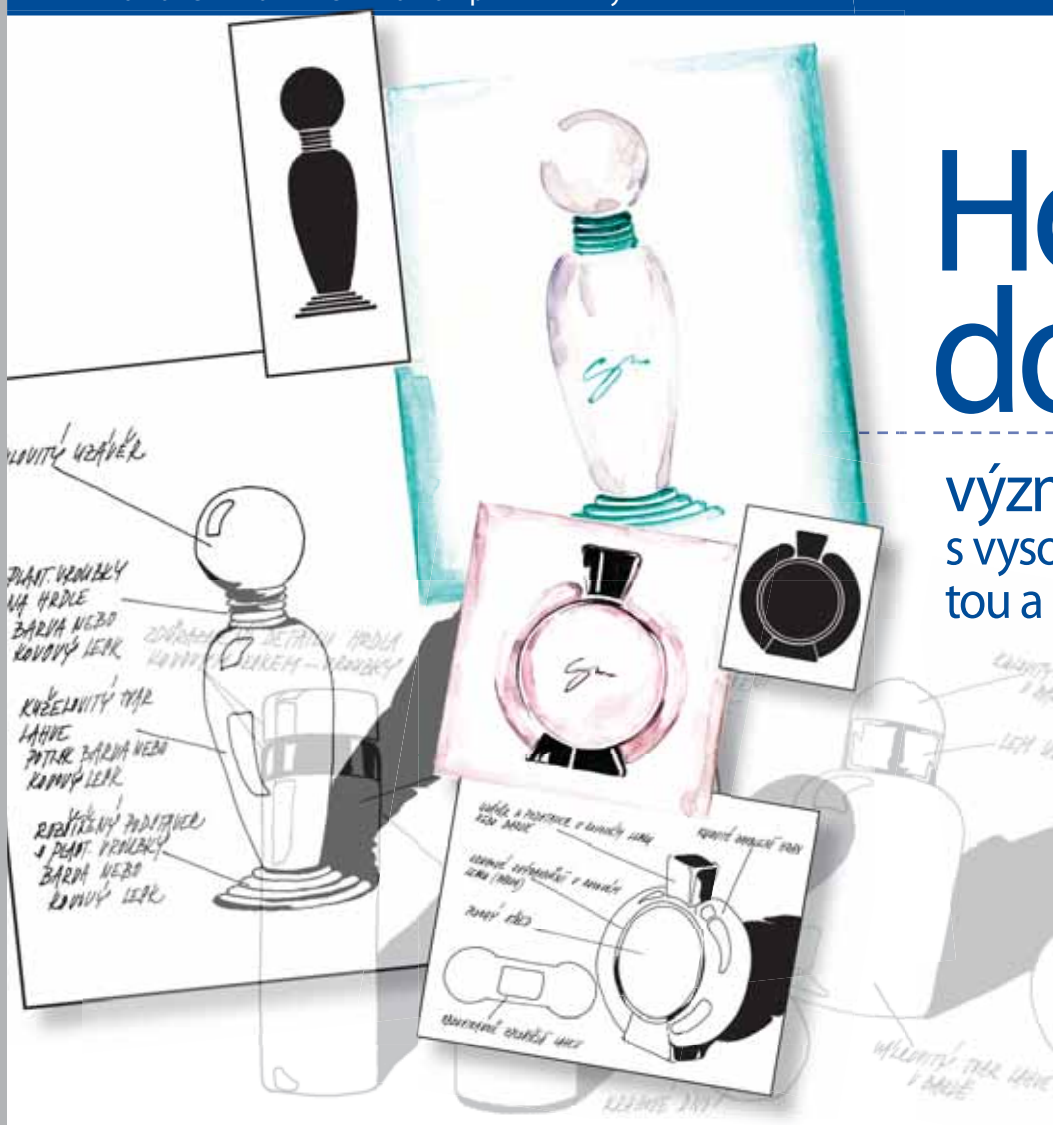
Miss Aerobik 2005

24. září 2005

Podzimní posvícení

19. října 2005

ze společnosti



Hotelové doplňky

významný argument s vysokou vypovídací hodnotou a propagačním účinkem

Inteco Eurotrend je tradiční českou firmou, která úspěšně působí v oblasti hotelových doplňků a potřeb pro hosty. Nabízí hotelovou kosmetiku, toaletní potřeby, restaurační doplňky a potřeby pro provoz, hotelovou a gastro polygrafii a hotelový textil. Majitelů firmy Inteco Eurotrend Evy a Petra Procházkových jsem se zeptal, co je klíčem k úspěchu počtem lidí nevelké české firmy v konkurenci zahraničních společností a mezinárodních řetězců.

Seriózní obeznámení se se situací na obou stranách konkurenčního „bojiště“. Důvěrné znalosti

domácího prostředí a aktuální přehled o situaci venku, v jejímž rámci kooperujeme. Řada tzv. velkých firem (a netýká se to pouze našeho oboru) když ne přímo podceňuje schopnosti a znalosti našinců, tak je nedoceňuje. Volí taktiku biblického Goliáše – uspět převahou většího. Nezřídka se pak snaží v Česku uplatnit to, s čím se již na své domácí trhy neodvažují. Samozřejmě, ne každá zahraniční konkurence upřednostňuje sílu před kvalitou. Trvale proto musíme prokazovat, že jsme kvalitou a cenou zboží srovnatelní a zároveň podstatně lepší ve vztahové oblasti a v servisu. Naše firma může nabídnout ucelenost hotelových doplňků tak, aby umocňovaly atmosféru hotelu a tvořily kompletní soubor vkusných a praktických věcí. U řady klientů jsme sice vázáni manuály řetězců, ale i u nich zpravidla bývá prostor pro nové nápady. Jsou hotely, pro něž vytváříme kompletní sestavu doplňků, včetně začlenění loga, spolu s věcmi, jako jsou například koupelnové doplňky (kosmetické sety, dávkovače, odličovací tampony, sprchovací čepice, hřebeny, koupelnové pantofle, župany); pokojové doplňky (kartáče na oděv a obuv, polische, obouvací lžíce, minišitíčka, saky na prádlo, visačky, víčka a celofánové sáčky na sklo, kompletní informační servis pro hosta). Zkrátka veškerý sortiment, který hotel potřebuje. Svým obchodním partnerům garantujeme spolehlivost služeb, serióznost a podnikatelskou etiku. Tj. včasné dodávky kvalitativně i cenově shodné s nabídkou, dohodou a odsouhlasenými referenčními vzorky.

Česko je půldruhého roku součástí Evropské unie. Zato vaše firma? Ta už je desetkrát tak dlouho Eurotrendem. Proč?

Inteco Eurotrend opravdu vznikl v roce 1990 a se slovem „eurotrend“ v názvu firmy jsme v republice zřejmě tenkrát byli jedni z prvních. Název jsme použili jako výraz svých snah včlenit se do západoevropských a světových trendů. Vůbec jsme tehdy

netušili, že se Evropská unie tak rychle rozšíří. Dnes už má „euro“ v názvu skoro každý. Jako Eurotrend jsme ale zavedení a nechceme značku měnit. Nicméně to, že jsme někdy spojováni s Evropskou unií, může být i určitým handicapem. Mezi našimi klienty jsou totiž lidé, kteří jsou jejími příznivci, i ti, kteří jsou

euroskeptiky. Já osobně jsem v tomto směru dvojího názoru. Jsem příznivcem z důvodu uvolnění trhu. Toho, že se v rámci Evropské unie dá obchodovat bez problému se všemi členskými státy. Co mi vadí, to jsou vstupy zahraničních firem, jež k nám přicházejí s ne moc kvalitním sortimentem zboží a díky tomu konkurují cenami. Ochrana českého trhu před nekvalitou nefunguje. A co rovněž nefunguje, je hájení společného evropského trhu. Domníval jsme se, že Evropská unie bude protiváhou Spojeným státům americkým a hlavně dálně východním uskupením, která exportují lacinou práci. Podpora českého středního stavu, a to i prostřednictvím podpory domácích výrobků, což je běžné např. v Rakousku nebo Německu, rovněž nefunguje.

Petr Procházka

Eva Procházková

Jaké jsou vaše poznatky o situaci v aktivním cestovním ruchu v České republice a jaké jsou trendy ve vašem oboru?

V našem byznysu, jež je s incomingem úzce spjat, se velmi pozitivně projevují investice do hotelového průmyslu. A netýkají se pouze hlavního města České republiky. Incoming má vzestupnou tendenci na celém našem území. Výraznou měrou se na tom podílí podnikatelská sféra a její oborové asociace, jako např. Národní federace hotelů a restaurací ČR.

Co se týče hotelových doplňků, ty jsou souborem neustále se obměňujících věcí. Každý rozumný hoteliér či restauratér jejich prostřednictvím odhaluje tvář a prestiž svého podniku. Opakovaný host tak i díky nim vnímá, zda jeho hotel či restaurant na sobě pozitivně pracuje. Řadu doplňků si hosté odnášejí jako suvenýry. Právě tato forma propagace bývá velmi účinnou reklamou a způsobem šíření referencí. Současný trend v hotelových doplňcích tkví v jednoduchém, lehkém, čistém designu. V této oblasti spolupracujeme i s Vysokou školou hotelovou v Praze 8. Instalovali jsme tam stálou expozici našich výrobků s informačními materiály. Průběžně ji aktualizujeme, aby studenti měli možnost konfrontace s aktuálními trendy. Novinkou je např. trend kovových uzávěrů flakonů. Hliníkový uzávěr je dnes hitem. Trendy se projevují zejména v lehčích designech a v jednodušších geometrických tvarech.

Co se týče trendů, které nám vadí, patří mezi ně „umělá identita“ některých podniků. Kvalita se totiž pozná podle detailů. U nedotažených věcí to klient zpravidla vnímá, jako že dotyčný podnik cosi předstírá nebo zastírá. Že je bez tváře, není svůj, že to není doopravdy. Abychom byli konkrétnější. V restauraci či hotelu prodávají veškeré věci. Ať už to jsou restaurační doplňky od rozetky přes pokojový set až po poslední informativní lísteček na recepci. Vše by mělo mít jednotný charakter a sdělovat hostovi: toto je hotel či restaurant ten a ten. Bohužel, i u podniků tzv. vyšší kategorie se lze někdy setkat s nadužíváním reklamních předmětů s logy dodavatelů. To v myslích hostů může vyvolávat smíšené pocity, někdy až takové, že jsou „na druhé koleji“. Že středobodem zájmu restaurace či hotelu není host, péče o něj a tím pádem i jeho přízeň, ale přízeň a zájmy sponzorů.

Uvažujete o členství v Národní federaci hotelů a restaurací České republiky?

Ano, uvažujeme, protože je třeba, aby i v Česku fungovala silná profesní organizace, schopná hájit zájmy hotelového průmyslu a pohostinství. Tedy i zájmy nás, kteří sice nejsme hoteliéry ani hospodskými, avšak s touto oblastí úzce souvisíme. Bude-li se dařit českým restauracím a hotelům, bude dost práce i pro nás, jejich dodavatelské firmy.

>>www.eup.cz

Národní cena České republiky za jakost

Ve Španělském sále Pražského hradu

Národní cena České republiky za jakost je nejvyšším oceněním managementu kvality, kterého lze v Česku dosáhnout. 7. listopadu byly na slavnostním večeru v reprezentativních prostorách Španělského sálu Pražského hradu předány Národní ceny České republiky za jakost 2005. Slavnostní večer je od roku 2000, kdy byla vládou přijata Národní politika podpory jakosti, pořádán Radou České republiky pro jakost.

Národní cenu TNT Express Worldwide

Národní cenu České republiky za jakost v kategorii do 250 zaměstnanců převzala z rukou předsedy vlády Jiřího Paroubka, ministra průmyslu a obchodu Milana Urbana, předsedy představenstva Sdružení pro Cenu České republiky za jakost Pavla Ryšánka a obchodního ředitele generálního partnera Národní Ceny ČR za jakost pro rok 2005 společnosti Vítkovice Steel Jiřího Poštulky společnost TNT Express Worldwide, spol. s r.o.

Finalisty IFE-CR a MERO ČR

Náměstek ministra průmyslu a obchodu a předseda Rady České republiky pro jakost Robert Szurman, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev Jan Wiesner a ředitel vnějších vztahů hlavního partnera Národní Ceny České republiky za jakost pro rok 2005 společnosti T-Mobile Czech Republic a.s. Aleš Janků předali ocenění finalistům v kategorii do 250 zaměstnanců – společnostem IFE-CR, a.s. a MERO ČR, a.s.

DIAMO a Gymnázium Praha 4, Postupická 3150

V programu oceňování výkonnosti organizací byla předána dvě ocenění: Státní podnik DIAMO získal Ocenění výkonnosti organizace v modelu Národní ceny ČR za jakost, které mu předali ministr průmyslu a obchodu Milan Urban, prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek a generální ředitel hlavního partnera Evropského týdne kvality společnosti Continental Teves Czech Republic s.r.o Ladislav Drážný. Ocenění zapojení organizace do zavádění modelu Národní ceny ČR za jakost Gymnáziu Praha 4, Postupická 3150 předali první náměstek ministryně školství, mládeže a tělovýchovy ČR Václav Pícl, prezident České manažerské asociace Ladislav Macka a výkonný místopředseda Sdružení pro Cenu ČR za jakost Petr Kunčický.

Značky CZECH MADE

PRODECO, a.s. za službu – dodávka a servis důlních velkostrojů, skládkových strojů a dálkové pásové dopravy;
BARVY TEBAS, s.r.o. za výrobek – Balakryl UNI Mat V;
Znovín Znojmo a.s. za výrobek – Müller THURGAU jakostní víno odrůdové.
Značky předali výkonný místopředseda Rady ČR pro jakost Zdeněk Vorlíček, viceprezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Zdeněk Juračka a Milan Vacura, ředitel odboru řízení jakosti a trvale udržitelného rozvoje ze společnosti Skanska CZ, a.s.

QALT Rakovník a VSM Production

Ekoznačku Ekologicky šetrný výrobek získala firma QALT Rakovník, spol. s r.o. pro svůj výro-

bek ATAK-E. Úplnou novinku, ocenění za oblast environmentálního značení III. typu, neboli environmentální deklaraci o výrobku ve všech fázích jeho životního cyklu získala firma VSM Production, s.r.o. pro svůj výrobek – šicí stroj PFAFF 2046. Ocenění firmy převzaly z rukou náměstka ministra životního prostředí Pavla Labounka, garanta programu Ekologicky šetrný výrobek Immo Bellmana a předsedy představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR Břetislava Ošťádala.

Manažer kvality roku 2005

Další ocenění, titul Manažera kvality roku 2005, předal první náměstek ministra pro místní rozvoj Jaroslav Král, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Míl a předsedkyně České společnosti pro jakost Alena Plášková Romanu Marouškovi – řediteli rozvoje lidských zdrojů a kvality TNT Express Worldwide, spol. s r.o.

Cenu Anežky Žaludové

převzal z rukou ministra vnitra Františka Bublana, jednatele společnosti Computer System Praha s.r.o. Davida Dobiáše a předsedkyně České společnosti pro jakost Aleny Pláškové Jan Hnátek – viceprezident Evropské organizace pro jakost.

➤➤ www.scj-cr.cz

STOMIX® držitelem Evropského technického schválení (ETA)

Dost rychle se děje vše, co se děje dost pořádně
Augustus Imperator Caesar (63. př.n.l.–14)

Nedávno jsem se ve Španělském sále Pražského hradu zúčastnil udělování „Národní ceny České republiky za jakost“ a zároveň se potkal s generálním ředitelem společnosti STOMIX® Ing. Bořivojem Minářem. Kvalita tedy bylo první téma, kterým jsme začali náš rozhovor, neboť STOMIX® je prvním českým výrobcem zateplovacích systémů, jenž je držitelem Evropského technického schválení ETA.

Bořivoj Minář

Na českém trhu ale působí i řada dodavatelů zateplovacích systémů, kteří jsou dceřinými společnostmi zahraničních firem. A některé z těchto zahraničních firem už evropské technické schválení mají. Zakopaný pes je ale obdobně skandální jako např. u některých hypermarketů kdovíjak dlouho beztrestně praktikujících prodej zkažených a prošlých potravin českým občanům. V absenci důsledné kontroly, v tomto případě stavebního trhu. Díky tomu se na český stavební trh někdy dostávají materiály, jenž nemají všechny parametry a doklady v pořádku. Zkrátka se k nám dodává něco jiného než do západní Evropy a z českého stavebního trhu se často stává smetiště, místo pro zobchodování šuntu.

Na první pohled by se někomu mohlo zdát, že zateplení domu není žádná věda, že si je šikovný kutil může provést sám a že je možné kombinovat komponenty od různých výrobců.

Opak je pravdou. Stejně jako u motoru auta těžko můžete použít díly různých značek vozů, amatérsky je zkombinovat a očekávat výtečný výkon, i u zateplovacích systémů je potřeba koupit celý systém od jednoho výrobce a dodržet správnou technologii při instalaci. Je pozitivní, že např. v cestovním ruchu budoucí majitelé, kteří staví nové hotely a penziony, už daleko více myslí v dlouhodobé perspektivě a úspory energií jsou pro ně tématem. Mnozí investoři si už uvědomili, že se energie nebudou zlevňovat. Naopak, a že porostou i ceny stavebních prací a že investovat do výstavby či rekonstrukce domu je podstatně lepší než do nákupu automobilu. U vozu nám přitom ani nepřijde doplatit si deset dvacet tisíc za nějaké doplňky. U zateplení objektu s tím měli v minulosti někteří problém. Povědomí investorů se ale posunulo dál a jsou ochotni investovat do kvalitních technologií a materiálů.

Jaký byl pro STOMIX® dosavadní průběh roku 2005?

Náročný a ve znamení dokončování prací na získání evropských technických schválení. Zavedli jsme nový informační systém a založili další společnost. K dnešnímu dni máme v Evropě dvacet firem s obchodním názvem STOMIX®. Jubilejní dvacátou jsme zakládali v létě v Nižném Novgorodu v Ruské federaci. Co se týče obratu skupiny STOMIX®, očekáváme, že tento rok bude rekordním.

Co je klíčem k takto dynamické expanzi?

Kvalita a systematická práce. Za nejdůležitější vlastnost v podnikání pak považuji vytrvalost. Vydržet nápor, nezastavit se před překážkami a snažit se je řešit. Dnes už je v rámci Evropy o značce STOMIX® dobré povědomí. Nejsme a nechceme být nejlevnější, zato je ale značka STOMIX® spojována s kvalitou a je synonymem serióznosti.

Ne že by všude v západní Evropě bylo všechno ideální. Existují však jisté evropské ideály, a to i v oblasti ekologie a hospodaření s energiemi. K nim se teď Česko přibližuje. Např. v oblasti tepelných auditů.

Zanedbanost zástavby na území Česka je dána historicky. V nedávné minulosti v oblasti zateplování panelové výstavby fungoval státní program „Panel“. Momentálně je pozastaven. Jsou však náznaky, že poběží dál. Objektů s horšími tepelně technickými vlastnostmi, které by potřebovaly zateplit, resp. ploch, je v Česku na sto čtyřicet milionů čtverečních metrů. To je obrovský objem. Na druhou stranu i obrovský potenciál pro růst stavební výroby a tvorbu reálných pracovních míst. Investice státu formou dotačního titulu, jež by občany a firmy motivovala k tomu, aby si zateplili své objekty, by se rychle vrátila. Nejen v oblasti ekologie a energetických úspor, ale i v nárůstu pracovních míst, ve zvýšeném objemu vybraných daní a ve snížení výdajů státu do záchranné sociální sítě.

Když jsem posledně hovořil s ředitelem vaší pražské a plzeňské pobočky panem Novákem, zmiňoval se o unikátních ochranných nátěrech plášťů historických objektů.

Potřeba rekonstrukcí historických objektů je v Česku opravdu velká. Nejedná se u nich o klasické zateplování, ale o renovaci v daném historickém duchu. Je to velmi zajímavá oblast, v níž uplatňujeme i novinky z oblasti vlastního výzkumu a vývoje.

Zatím jsme hovořili o pláštích budov, ale materiály firmy STOMIX® nacházejí uplatnění také v interiérech.

Nabídku interiérových materiálů máme v rozsáhlé barevně široké škále. Interiérové barvy a strukturové omítky často uplatňujeme v rámci bezprostřední spolupráce s architekty.

Baťa své celosvětové impérium vytvořil z do jeho doby světu téměř neznámého Zlína. Vy jej vytváříte od vás, ze Žulové...

Tepelná certifikace budov

Evropská unie vyvíjí tlak na dosažení úspor tepelné energie.Výsledkem toho je mimo jiné evropská směrnice 2002/91/ES, zaměřená na hodnocení energetické náročnosti budov. Základním předpisem zavádějícím tuto směrnici 2002/91/ES do českého právního řádu bude zákon č. 406/ 2000 Sb., jehož novela se připravuje. Energetická certifikace postihne značný soubor budov, neboť bude vyžadována nejen při nové výstavbě a změnách staveb, ale i při jejich prodeji a pronájmu. Vzhledem ke stoupající spotřebě energie, omezenosti jejích zdrojů a zátěži životního prostředí nelze očekávat snížení cen energií. Zateplení stěnových konstrukcí proto představuje jednu z nejefektivnějších cest k dosažení výrazných úspor. Aplikace systému ETICS z pěnového polystyrenu na běžnou stěnu z plných pálených cihel o tloušťce 45 cm způsobí, že se takto zateplená stěna z hlediska prostupnosti tepla chová jako stěna z plných pálených cihel o tloušťce přes 2 m. Zateplený 1m^2 klasické stěny z pálených cihel vytápěného prostoru představuje za 1 topnou sezonu úsporu ve spotřebě energie cca 100 Kč. Zateplená stěna dostává navíc nový vzhled. Západní Evropa využívá ETICS již od roku 1975 v míře 0,3 až 1m^2 na obyvatele ročně.

Společnost STOMIX, spol. s r.o.

byla založena v roce 1993 v obci Žulová na Jesenicku jako ryze česká privátní společnost. Dodnes je vlastněna čtyřmi fyzickými osobami bez jakéhokoliv zahraničního kapitálu. Jejím původním podnikatelským záměrem byl výzkum, vývoj, výroba a aplikace materiálů pro zateplování budov. V roce 1997 však její vlastníci učinili strategické rozhodnutí a začali budovat vlastní obchodně servisní síť. K dnešnímu dni tak v Evropě pod značkou STOMIX® funguje 20 obchodních společností. Z toho 11 v Česku a 9 v zahraničí – na Slovensku, Ukrajině, v Polsku, Rusku a v Litvě. Jedna z ruských společností STOMIX® zajišťuje výrobu pro východní trhy z místních surovin. Letos v létě byla založena jubilejní 20. obchodní společnost STOMIX Nižnyj Novgorod. Hlavním cílem skupiny STOMIX® je vyrábět a dodávat vysoce kvalitní výrobky na špičkové evropské úrovni, což dokládá nejen fakt, že STOMIX® jako první v Česku získal pro všechny své zateplovací systémy parametry 1. ligy (třída A), od prosince 2003 je držitelem certifikátu dle ČSN EN ISO 9001:2000 a od února 2004 certifikátu dle ČSN EN ISO 14 001:1997, a navíc se počátkem září 2005 stal prvním českým výrobcem zateplovacích systémů, který je držitelem Evropského technického schválení (ETA), což mu umožňuje používat označení CE.

Impérium určitě ne, ale velkou síť. Všechny naše materiály prodáváme profesionálním způsobem prostřednictvím společností STOMIX®. Zákazník u nás nejenže dostane radu a že mu v reálném čase dodáme jím specifikovaný a probarvený materiál, ale i technickou pomoc. Popř. mu poskytneme odborný dohled při realizaci investice. To je pro investory zásadní téma. Způsob prodeje, který provozujeme, je finančně a organizačně náročný. Na druhou stranu je díky tomuto základu skupina STOMIX® velmi stabilní.

Byznys je nejen o kvalitě produktu, o lidech uvnitř firmy, ale i o osobních kontaktech.

Konkurenční poměr kvality a ceny je v byznysu samozřejmostí, a proto klademe velký důraz také na osobní kontakty. Prodej přes obchody, v nichž se prodává všechno a všem, tomu se bráníme. Často se tam stává, že zákazník je zklamán jen proto, že se mu nedostalo patřičné informace, jak se s materiálem zachází. Navíc se tam může setkat s nekompetencí a neochotou. Tomu preventivně zabraňujeme osobním přístupem v rámci celé skupiny STOMIX®.

STOMIX® je členem řady profesních sdružení. Ať už je to Svaz podnikatelů ve stavebnictví, Hospodářská komora České republiky, Cech zateplovačů budov atd.

V těchto strukturách působíme mj. i proto, abychom mohli úžeji spolupracovat s lidmi, kteří rozhodují ve veřejné sféře. Se starosty, hejtmany apod. Chceme, aby kraj prosperoval a aby se zde lidem dobře žilo. Zasedám i v krajské komisi pro dopravu, kde se snažíme posuzovat dopravní dostupnost z pohledu kraje. Někdy jsou diskuze velice složité, protože špatná dopravní dostupnost je problémem, který má v tak odlehlém regionu, jakým Jesenicko bezesporu je, negativní dopad na zaměstnanost a rozvoj podnikatelských aktivit.

Na Jesenicku je např. snaha obnovit varhanní festivaly. K tomu je však třeba kvalitní nástroj. Proto zástupci samosprávy společně s podnikateli hledají způsob, jak ufinacovat jejich pořízení. Případné uskutečnění projektu pak bude bezesporu dokladem, že ke spolupráci mezi komunální a podnikatelskou sférou není třeba žádný befel, ale elementární slušné chování se k sobě navzájem. Budou-li v Jeseníku varhanní festivaly, bude to velká propagace Jesenicka, obrovská podpora zdejšího kulturního a společenského života a rozvoje cestovního ruchu.

Cestovní ruch je byznys, který umí v daném místě vyvolat silnou koupěschopnou poptávku tím, že tam generuje spotřebitele nad rámec stávající populace. V odvětví cestovního ruchu nedávno došlo pro Českou republiku k historicky významné události, k podpisu klíčové česko-ruské smlouvy o vzájemné pomoci v oblasti cestovního ruchu. Jak ale prokazuje STOMIX®, z hlediska podnikání je pro Česko Ruská federace nejen významným zdrojovým trhem hned po Japoncích, se 147 USD na osobu a den nejvíce utrácejících incomingových turistů...

Začátek našeho působení v Ruské federaci byl ale složitý. V té době už tam v našem oboru měly jakousi pozici dceřiné společnosti německých firem. Zpočátku převládalo mínění, že když jsme z Česka, musíme být horší a levnější. Po pěti letech aktivního působení na ruském trhu jsme si však vybudovali velice slušnou pozici. Jsme zde vnímáni jako etalon kvality a serióznosti a zařazováni mezi špičku toho, co na ruském trhu funguje. Proto jsme rozhodli, že naše jednadvacátá společnost s obchodním názvem STOMIX® už bude založena v Asii, za Uralem, v Jekatěrinbugu. Je to velmi perspektivní teritorium, a navíc tam České aerolinie, které rádi používáme, provozují přímou linku.

Nemáte obavu ze zahraniční konkurence? Ne tam, ale v Česku?

Nemáme. To, že jsme se z hlediska kvality dopracovali na současnou pozici, je jasnou odpovědí. Do procesu, abychom i „papírově“ splnili evropskou kvalitu, jsme vložili nemalé finanční prostředky a úsilí. Rád bych ještě konstatoval, že jsme evropskou kvalitu dodávali i před certifikací. Tzn., že zateplovací systémy, na které jsme dostali evropské certifikáty, jsme v nezměněné kvalitě dodávali i dříve, když nás k tomu ještě žádná evropská byrokracie netlačila.

>> www.stomix.cz

STOMIX®

Hlavní město Praha naposledy otevírá možnost získat dotace na cestovní ruch z fondů EU

Od 25. října běží třetí kolo výzev k předkládání žádostí o podporu z Jednotného programového dokumentu pro Cíl 3 (dále JPD 3) vyhlášené hl. m. Prahou. Pokud bude přihlášeno dostatečné množství kvalitních projektů a podaří se přidělit všech 778 milionů korun, které jsou k dispozici, bude třetí kolo výzev poslední a až do prosince roku 2006, kdy končí aktuální programovací období EU, se tato příležitost nebude opakovat.

JPD 3 je jediný dotační program,

v rámci kterého je v Praze možné čerpat podporu ze strukturálních fondů EU na projekty v oblasti rozvoje lidských zdrojů. Rozpočet tohoto programu pro období mezi roky 2004 až 2006 přesahuje 3,5 miliardy korun. Z 50 % je financován Evropským sociálním fondem, druhou polovinu prostředků poskytují státní rozpočet ČR a hl. m. Praha. Struktura JPD 3 je poměrně složitá. Praha má na starosti čtyři z celkových devíti věcných opatření (tj. oblastí, které podporuje). Vyjádřeno v objemu peněz, rozhoduje o využití téměř 2 miliard korun. Na oblast cestovního ruchu se z těchto sekcí zaměřuje opatření 4.3 – Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu.

Jaké projekty mají možnost získat podporu z JPD 3

Šanci uspět mají projekty, které přispějí k dalšímu rozvoji cestovního ruchu prostřednictvím zvyšování kvalifikace lidí pracujících v tomto sektoru. Vzdělávání se může týkat velmi širokého spektra oborů: komunikačních dovedností, jazykových znalostí, informačních technologií, chování v náročných situacích, marketingu apod. Kromě cestovního ruchu má Praha v rámci JPD 3 na starosti také:

Opatření 2.1 - Integrace specifických skupin obyvatelstva ohrožených sociální exkluzí

Opatření 3.1 - Rozvoj počátečního vzdělávání

Opatření 3.2 - Rozvoj dalšího vzdělávání

Financovatelné aktivity a oprávnění žadatelé o podporu

Požádat o podporu v rámci opatření 4.3 – Rozvoj cestovního ruchu může široké spektrum organizací. Podmínkou je, aby žadatel patřil do některé z následujících skupin: podnikatelé v cestovním ruchu, asociace a profesní sdružení v cestovním ruchu, vzdělávací instituce a veřejná správa či organizace zřizované veřejnou správou. Text výzvy k předkládání žádostí o podporu, kde se lze dočíst přesné vymezení podporovaných aktivit a cílových skupin, elektronický formulář žádosti, instrukce, jak a kde žádost o podporu předložit, a další informace jsou k dispozici na internetových stránkách hl. m. Prahy věnovaných JPD 3 www.praha-mesto.cz/jpd3.

Termín podávání žádostí

Příjem žádostí běží od 25. října. Uzávěrka byla stanovena na **17. února 2006, 14.00 hodin**.

Příležitost poradit se s přípravou projektu

Návod, jak při psaní projektu postupovat, mohou zájemci získat během některého z desítky seminářů, které pro potenciální žadatele o podporu pořádá Magistrát hl. m. Prahy. Na opatření 4.3 JPD 3 je zaměřen workshop pořádaný 24. listopadu. Účast je zdarma, registrovat se můžete e-mailem na adrese dagmar.zdenkovada@cityofprague.cz. Mimo semináře je také možné vše konzultovat s pracovníky oddělení pro implementaci JPD 3 odboru zahraničních vztahů a fondů EU magistrátu; e-mailové spojení: jiri.kinsky@cityofprague.cz, tereza.kleinova@cityofprague.cz.

Dotace nejsou tak daleko, jak by se mohlo zdát

Obecně panující přesvědčení, že získat podporu z fondů EU je nesmírně složité, by mohla vyvrátit čísla. Z necelých pěti set projektů, které byly magistrátu dosud předloženy, jich úspěšně na dotaci dosáhlo 177. Pro opatření 4.3 JPD 3 dosahuje úspěšnost konkrétně 48 %. Pro všechny projekty platí, že mohou trvat maximálně 24 měsíců a jejich rozpočet se musí pohybovat v rozmezí od 1 do 10 mil. Kč.

Spektrum organizací, které o dotaci na rozvoj cestovního ruchu dosud požádaly, zachycuje následující tabulka. Nejvíce aktivní jsou profesní asociace a podnikatelské subjekty.

Přehled předložených projektů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu typu žadatele

Typ žadatele	*Počet předložených projektů*
nestátní neziskové organizace	2
školy a vzdělávací instituce	8
organizace zřizované veřejnou správou	2
asociace a zájmová sdružení	19
podnikatelé	15
městské části	0
celkem	46

Přehled počtu dosud předložených žádostí o podporu z JPD 3

Oblast podpory	Předložené žádosti	Požadovaná podpora (v mil. Kč)	Finance k dispozici (v mil. Kč)	Schválené projekty	Schválená podpora (v mil. Kč)	Úspěšnost žádostí
sociální integrace	115	717,1	587,8	55	312,1	48%
počáteční vzdělávání	158	1 033	327,1	56	292,5	35%
vzdělávání dospělých	138	935	394,5	44	258,9	32%
cestovní ruch	46	198,3	162,6	22	73,9	48%
celkem	**457**	**2 883,4**	**1 472**	**177**	**937,4**	**39%**

Peníze z JPD 3 na gastronomické centrum i kurzy managementu housekeepingu

Projekt Asociace kuchařů a cukrářů ČR

K nápadům, které dotaci úspěšně získaly, patří projekt Asociace kuchařů a cukrářů ČR na zřízení gastronomického centra. Centrum bude poskytovat vzdělávání nejen kuchařům a cukrářům, ale i manažerům v gastronomii. Ambicí projektu je, aby za dva roky působení centra jeho branami prošlo přes 400 pracovníků. Kurzy se zaměří na novinky v gastronomii, ale také na základy podnikání a práci s lidskými zdroji. Dotace z JPD 3, za kterou Gastronomické centrum vznikne a bude dva roky fungovat, je necelých 5,5 milionů korun.

Posílit kongresovou turistiku

má ambice projekt „Profesionální tým pro zajištění mezinárodních kongresů v Praze“. Jeho předkladatelem je akciová společnost Kongresové centrum Praha. Projekt se zaměřuje na zaměstnance Centra, kteří přicházejí do kontaktu se zahraniční klientelou. Jedním z cílů je zlepšit jazykové dovednosti těchto zaměstnanců. Kromě toho se také budou učit nové metody propagace a marketingu.

„Vzdělávací program

– Odborné minimum pro začínající podnikatele v oblasti hotelových a restauračních služeb“, na který získala Škola hotelnictví a gastronomie hotelu International z JPD 3 částku 2,8 milionů korun, naučí skupinu 40 začínajících podnikatelů v cestovním ruchu, jak úspěšně provozovat hotel a restauraci. Formou prezenční i distanční výuky budou účastníci kurzů seznámeni s marketingem specifickým pro hoteliérství, se základy řízení stravovacího úseku, hotelového úseku a housekeepingu. Škola kromě konkrétního vyškolení lidí plánuje vytvořit metodiku vzdělávacího programu pro rozvoj lidských zdrojů v oblasti cestovního ruchu. Partnerem v projektu je Národní federace hotelů a restaurací.

Magistrát hl. m. Prahy
odbor zahraničních vztahů a fondů EU
oddělení pro implementaci JPD 3
e-mail: jiri.kinsky@cityofprague.cz
tereza.kleinova@cityofprague.cz
tel.: 236 003 947 nebo 236 003 994

★★★★ Hotel Yasmin designový hotel v centru Prahy

25. října na tiskové konferenci informoval managing director hotelu Yasmin pan Ivan Chadima o tom, že 1. března 2006 bude v centru Prahy otevřen nový designový hotel. Investorem je KAPPA Estates a náklady představují přibližně třicet milionů eur. Generálním dodavatelem stavby je VINCI Construction Grands Projets. Hotel poskytne pracovní příležitost osmdesáti

zaměstnancům. Na architektonickém projektu se podíleli ateliér ADNS a Andreas Degn ze skupiny Vinci. Vzhled budovy zůstane do ulice Politických vězňů zachován. Přístavba v zadním traktu zaručuje hostům klid. Sedm podlaží nabídne 187 pokojů, 11 apartmá, konferenční prostory pro sto třicet osob, fitness studio se saunou a masážemi, bar, restauraci Noodles s letní zahradou a podzemní garáže. Autorem interiérového designu je studio Mimolimit, jmenovitě Barbora Škorpilová a Stanislava Svobodová.

hotel Yasmin

>>www.hotel-jasmin.cz

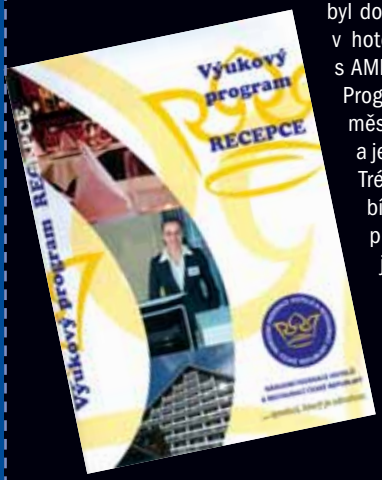
Pudink Diplomat U Pinkasů

26. října 2005, u příležitosti nadcházejícího státního svátku, se ve staropražské restauraci U Pinkasů uskutečnilo odpolední setkání s názvem Pudink Diplomat. Hlavním bodem programu byl slavnostní křest knihy Pavla a Zdeňka Hrabicových Vila pana prezidenta a s ním spojená ochutnávka oblíbeného dezertu Edvarda Beneše – pudinku Diplomat.

U PINKASŮ

>>www.upinkasu.cz/photo

Tréninkový program RECEPCE



byl dokončen v říjnu 2006 a představen na 22. konferenci NFHR ČR v hotelu Horal ve Špindlerově Mlýně. Projekt vznikl ve spolupráci s AMICALE - AICR ČR, což je sdružení vedoucích ubytovacích úseků. Program se skládá s třicetiminutového instruktážního videa pro zaměstnance, písemného tréninkového materiálu v rozsahu 40 stran a jednodenního tréninku pro pracovníky recepce v rozsahu 9 hodin. Trénink je kombinací praktické ukázky s teorií a zahrnuje oblasti pobídkového prodeje, dodržování kreditní politiky hotelu, standardů pro přijetí, vyúčtování a práci s hostem během pobytu. Trénink zajišťují lektoři, kteří mají zkušenosti a praxi s řízením ubytovacích úseků a kteří se podíleli na vytvoření programu. Předběžná cena tréninku pro členy KS NFHR ČR je pro 10 osob 13 400 Kč, pro 15 osob 14 000 Kč. Zároveň bude možno zakoupit samotné příručky nebo DVD nosiče s instruktážním pořadem.
Více informací sekretariát NFHR ČR.

>>www.nfhr.cz

Bořetice
Vesnice roku 2005

Slavnostní vyhlášení vítězů a předání cen v soutěži „Vesnice roku 2005“ proběhlo poslední říjnový den v jihomoravských Bořeticích. Tato obec letos obsadila zlatou příčku a čeká ji evropské kolo. Druhé místo získala obec Petřvald, vítěz krajského kola v Moravskoslezském kraji, a bronzová pozice patří obci Šárovcova Lhota, která byla nominována za Královéhradecký kraj. Vyhlašovateli tohoto 11. ročníku soutěže byly Spolek pro obnovu venkova, Svaz měst a obcí ČR, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR; spolupracujícími úřady a organizacemi Kancelář prezidenta ČR, Ministerstvo zemědělství ČR, Ministerstvo životního prostředí ČR, Ministerstvo kultury ČR, Společnost pro zahradní a krajinářskou tvorbu, Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR a Folklorní sdružení ČR. Oceněným přijel pogratulovat také ministr pro místní rozvoj Radko Martínek, který mj. řekl: *„Pro příští rok ve spolupráci s vyhlašovateli připravujeme úpravu soutěže, a to především v systému hodnocení okresních kol, které bychom rádi zjednodušili. Důležitý je nejen celkový vzhled obce, ale také práce s mládeží, snaha povzbudit obyvatele k aktivní účasti na obnově a rozvoji obce a především mezilidské vztahy.“*

Pan ministr zároveň neopomněl vyzdvihnout vstřícný přístup krajů, které ze svých rozpočtů poskytují obcím další dotace.

➤➤**www.boretice.cz**
➤➤**www.mmr.cz**
➤➤**www.isu.cz**
➤➤**www.vesniceroku.obce.cz**

Baťův kanál
– místo prosperity, nebo pomník vlastního úpadku?

Zamknutí plavební sezony

28. října proběhlo ve Spytihněvi zamknutí plavební sezony 2005, v níž se po Baťově kanálu přeplavilo 45 600 osob. Ten, kdo zná vodní cestu, ví, že největší návštěvnost není za letních pařáků, ale za přeháněk. Kdo chce, ať se přesvědčí, jak je krásná vodní cesta za deště či mlhy, kdy ji lze vychutnávat ze sucha a tepla lodi. Špatné počasí odhalilo běžně skryté problémy Baťova kanálu, kterými jsou malá aktivita soukromých podnikatelů v oblasti vytváření nových plavebních programů a spoléhání se na propagaci z veřejného sektoru. Je pravdou, že obtížné podmínky pro podnikání na Baťově kanálu nové podnikatele odrazují. Každý, kdo podstoupil martyrium pro získání či pronájem podnikatelsky vhodného pozemku na břehu či martyrium stavby a povolení lodě nebo se pokoušel provozovat hausbót na vodní cestě, na které se komoruje 71 dní za rok, ví, o čem je řeč.

Nadační fond Baťův kanál

se po roce diskusí rozhodl, že po dokončení posledního běžícího projektu ukončí činnost. Kraje a obce se fakticky rozhodly, že strukturálně nepodpoří obecně prospěšnou společnost Baťův kanál, dcerku nadačního fondu, která měla pro vodní cestu zajišťovat střešní organizační a destinační management, a založily každý své sdružení obcí. Ani Povodí Moravy, které nese hlavní břímě provozu vodní cesty, nemá strukturálně zajištěné prostředky pro údržbu a provoz. Na konci sezony se konečně rozjely byť nedokončené, ale nové internetové stránky. Vzhledem k tomu, že se nepodařilo získat zdroje na území Zlínského kraje, asi nikdy dokončeny nebudou.

Stávající přístaviště i flotily

by byly schopny bez problémů převézt dvojnásobný počet osob. Od prosté výstavby přístavišť ale nelze očekávat změnu k lepšímu, jakkoliv je sama o sobě důležitá. Nárůst návštěvnosti lze očekávat od nových míst, která mají přístavní hranu s přijatelnými ekonomickými nájemními podmínkami, kde je slušný příjezd, parkoviště pro auta i autobusy, fungující občerstvení, možnost WC, sprchy, čerpání pitné vody, přípojky na elektřinu a třeba i možnost táboráku či postavení stanu. Čistota a vhodná provozní doba je samozřejmostí.

Návštěvníci stále více požadují

plavbu s programem – ochutnávkou, koštem, hudbou, návštěvou vinných sklepů apod. Prodlužuje se jejich pobyt na kanále i v regionu. Někteří podnikatelé se soustřeďují na náročnější klientelu a dlouhodobější pobyty. Řada přepravců se stává citlivější k požadavkům klientů a jezdí tak, aby si hosté vychutnali kontakt s přírodou. Mezi návštěvníky se objevují i zahraniční turisté. A když zaplatí méně, vůbec jim nevadí nižší úroveň infrastruktury. Vadí jim nízká kvalita služeb a málo komorování.

Letos se také „zadělalo“

i na další rozvoj. Po změně legislativy se otevřel prostor pro výstavbu hausbótů, které ovšem bez rozšíření komorování nebudou rentabilní. Po řadě provozních problémů se podařilo otevřít půjčovnu u Výklopníku. Letos také začalo masivnější odlesňování břehů kanálu pod plavební komorou Petrov a nelze vyloučit, že tímto způsobem bude také zničen krajinářsky nejkrásnější a údržbově nejdražší úsek Strážnice – Petrov.

Celkově je tato sezona nijaká,

charakteristická pozitivními i negativními trendy. Kdo se chce přesvědčit o potenciálu tohoto projektu, ať se pořádně a na vlastní kůži seznámí s podmínkami a možnostmi. Vodní cestu by měli podniknout všichni, kdo o ní rozhodují. Na každém z nich záleží, co s Baťovým kanálem uděláme. Zda místo prosperity, jak to myslel Tomáš Baťa, nebo pomník vlastního úpadku.

Ivo Ondračka,
tajemník nadačního fondu Baťův kanál

➤➤**www.batacanal.cz**

REGIONTOUR hlásí: VYPRODÁNO!

Cestování a veletrhy GO a REGIONTOUR patří neodmyslitelně k sobě. Hned na začátku nového roku, od 12. do 15. ledna 2006, budou mít návštěvníci brněnského výstaviště možnost seznámit se s nabídkou turistických možností v regionech, cestovních kanceláří, agentur a zahraničních turistických centrál. Velkou pozornost budí přípravy 15. ročníku veletrhu REGIONTOUR. Ten se totiž bude moci pochlubit historicky největší obsazenou výstavní plochou, nově v pavilonu V.

Cílem účasti na veletrhu REGIONTOUR

je především přilákat do regionu co nejvíce návštěvníků. V expozicích proto budou představeny nejvýznamnější historické a kulturní památky, přírodní rezervace, sportovní zařízení, tradiční řemesla, folklor apod. Poprvé se zde budou prezentovat také cestovní kanceláře a agentury se zaměřením na domácí cestovní ruch. Představí se například Tourtrend, v jehož široké nabídce objektů doslova ze všech koutů republiky jsou vedle oblíbených chat a chalup k dispozici také rekreační apartmány a penziony. Prezentovat se bude také cestovní kancelář Régio, jejíž specializací jsou pobyty na chatách a chalupách, a CK Hoška tour, která pořádá především turistické zájezdy.

Do pavilonů A1 a A2

zamíří zájemci o nabídku cestovních kanceláří, agentur a zahraničních centrál cestovního ruchu. Návštěvníci se mohou těšit na početnější zastoupení vystavovatelů ze Slovenska a Rakouska. Dále se budou prezentovat země jako Nizozemsko, Chorvatsko, Egypt, Indie, Itálie, Tunis a Řecko. V hale A2 naleznou také speciální expozici e-tr@vel zóna vyhrazenou cestovatelské nabídce na internetu nebo výstavy fotografií cestovatele Jiřího Kolbaby a sdružení Camera incognita. Veletrh GO obsazuje rovněž část volných ploch, kde nebude chybět například předvádění stále populárnějších karavanů a obytných automobilů.

MEETING POINT

Obchodní charakter veletrhů GO a REGIONTOUR bude stejně jako v minulých třech ročnících posílen dvoudenní akcí MEETING POINT – kontraktačními jednáními se zahraničními touroperátory. Hlavním cílem je intenzivní propagace České republiky a zejména jednotlivých regionů v zahraničí, následně pak další růst incomingové turistiky.

MEETING POINT se koná s oficiální podporou Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism. Během dvoudenního pobytu v doprovodu tlumočníků a asistentů touroperátory čeká prohlídka expozic veletrhů a desítky jednání s českými subjekty incomingové turistiky. Zahraniční účastníci minulých ročníků oceňovali především precizní organizaci, servis a přesný časový harmonogram schůzek.

Odborný doprovodný program

Součástí veletrhů je bohatý doprovodný program. Nejdůležitější akcí bude bezesporu konference na téma „Podpora domácího cestovního ruchu ČR“, jejímž odborným garantem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Konference se bude zabývat několika tématickými okruhy: v první části budou účastníci seznámeni s možnostmi podpory, rozvoje a vzdělávání v domácím cestovním ruchu, v druhé části představí zástupci agentury CzechTourism novinky v zahraniční propagaci České republiky a zahraniční zástupci budou prezentovat své zkušenosti s již fungujícími modely propagace domácího cestovního ruchu. Dále budou v rámci doprovodného programu prezentovány první výsledky projektu na podporu domácího cestovního ruchu MMR ČR, vyhlášeny soutěže na podporu domácího cestovního ruchu a proběhne seminář o konferenci ASTA 2006 a návštěvě JATA.

Propagace regionální turistiky

v České republice je hlavní myšlenkou soutěže GRAND PRIX REGIONTOUR. Soutěž velmi úzce souvisí s workshopem MEETING POINT – touroperátorům je při jednáních třeba předložit celkově zpracovaný produkt, který má přesně vymezený program, poskytované služby a také cenu. Záměrem organizátorů třetího ročníku soutěže je tedy iniciovat tvorbu nových turistických produktů a ve spolupráci s odbornými institucemi ocenit ty nejzdařilejší.

GO KAMERA podeváté

Brněnské veletrhy cestovního ruchu nepřitahují jen příznivce organizované turistiky, ale jsou také oblíbeným dostaveníčkem individuálních cestovatelů, milovníků adrenalinových sportů a dalších dobrodruhů. Nejpádnějším důkazem je doprovodný festival cestovatelských filmů, fotografií a publikací GO KAMERA, na který se do Kongresového centra na brněnském výstavišti každoročně sjíždí několik tisíc posluchačů z celé České republiky. Také letošní devátý ročník bude seriálem poutavých přednášek, projekcí a besed se zajímavými osobnostmi.

➤➤ **www.bvv.cz/go**

GO

BVV Veletrhy Brno

REGION TOUR

Praktické informace pro návštěvníky

12. – 13. 1. 2006 dny pro odborníky
14. – 15. 1. 2006 dny pro veřejnost

Otevírací doba:
10.00 – 18.00 hod.
v neděli jen do 16.00 hod.

Týden na Ostrově pejsků

Šestnáct dětí s mentálním postižením ze zlínské pobočky Naděje se díky cestovní kanceláři Canaria Travel rekreovalo na Kanárských ostrovech. Už na letišti měly velký zážitek. S pilotem Travel Service si popovídaly přímo v kokpitu Boeingu 737. Po přistání je čekal týden v apartmánech Fayna v letovisku Playa del Ingles. V hotelové zahradě byl bazén s brouzdalištěm. Na písečnou pláž to bylo 300 metrů.

„Raději jsme ale byly u bazénu. Rostly u něj pomeranče a banány, mohly jsme si je trhat rovnou z lehátka." Na otázku: „A co kanárci?" děti odpověděly: „Kanárci na Kanárských ostrovech jsou, ale ostrovy se jmenují podle psů, latinsky Cannis. Takže jsme byli na Ostrově pejsků."

>> www.7arts.cz
>> www.nadeje.cz
>> www.canariatravel.cz
>> www.travelservice.aero

Canaria travel TRAVEL Service

Prezentace katalogu Indian Ocean Prestige Travel

1. listopadu zvali honorární konzul republiky Mauricius v Česku JUDr. Vladimír Dolejš a generální ředitel cestovní kanceláře Indian Ocean Prestige Travel PhDr. Michal Šeba na slavnostní prezentaci katalogu 2005/2006 Indian Ocean Prestige Travel do pražského historického domu U zvonu.

>> www.indianocean.cz

Indian Ocean Prestige Travel

Amadeus ocenil nejlepší cestovní kanceláře

V příjemném prostředí divadla Bez zábradlí se 8. listopadu odehrál slavnostní večer pod taktovkou společnosti Amadeus Marketing CSA, která ocenila nejproduktivnější zákazníky z řad cestovních kanceláří. V kategorii nejproduktivnější cestovní kancelář se na prvním místě umístila Student Agency, na druhém místě GTS International a na třetí pozici Asiana. Vyhlášeni byli rovněž nejlepší fotografové -amatéři v tradiční fotosoutěži na téma cestování a v neposlední řadě byly představeny výsledky zajímavého projektu Show Me The Value.

Jde o mezinárodní sérii studií, které porovnávají produktivitu knihovacích nástrojů na trhu a zaměřují se na výkonnost a efektivnost procesů v cestovních kancelářích na celém světě. Amadeus v České a Slovenské republice pověřil tímto úkolem konzultační společnost MAG Consulting, s.r.o. s požadavkem analyzovat efektivitu typických knihovacích procesů v šesti cestovních kancelářích. Specialisté-tazatelé posuzovali kvalitu a rychlost vytváření rezervací prováděných přes globální distribuční systém (GDS) ve srovnání s použitím telefonu a internetu. Rozbor rovněž ukázal na rozdíly mezi dvěma hlavními GDS působícími na trhu.

Více informací o studii Show Me The Value najdete na:

>> www.amadeus.com/showmethevalue/cze

AMADEUS

Letiště Praha do skupiny velkých evropských letišťa

11 milionů cestujících ještě letos

V neděli 30. října 2005 zahájilo letiště Praha – Ruzyně zavedením nového letového řádu zimní sezonu. Ukončená letní sezona se v mnoha ohledech stala přelomovým obdobím v rozvoji pražského letiště, které je jedním z nejdynamičtěji rostoucích uzlů letecké dopravy v rámci středoevropského regionu. V letní sezoně roku 2005, která začala 27. března, odbavilo letiště celkem 6,8 milionu cestujících, což meziročně představuje kumulovaný nárůst o 22,3 %. Magická hranice 9 milionů odbavených pasažérů byla prolomena 23. října a v listopadu letiště plánuje odbavit desetimiliontého cestujícího. Tím jako první letiště v rámci nových členských zemí Evropské unie překoná v rámci jednoho kalendářního roku tuto hranici a zařadí se do skupiny velkých evropských letišť. Ve stejném období dosáhne také rekordního počtu 150 tisíc pohybů letadel. S velkou pravděpodobností pražské letiště letos odbaví celkem 11 milionů cestujících.

„Jako jediné letiště z nových členských zemí Evropské unie letos překonáme v rámci jednoho kalendářního roku hranici 10 milionů odbavených cestujících. Této hodnoty bychom měli dosáhnout kolem 25. listopadu. Počítáme s tím, že celkem odbavíme přibližně desetkrát více cestujících než v roce 1990, odhadujeme přes 11 milionů. Poprvé tak počet lidí, kteří projdou pražským letištěm, bude vyšší než celkový počet obyvatel České republiky“, řekla generální ředitelka Letiště Praha, s.p. Ing. Hana Černochová.

Rostoucí požadavky aerolinií

na vyšší kapacitu v letní sezoně 2005 potvrzuje ukazatel růstu počtu pohybů letadel, který se zvýšil o 8,9 % na 101 451 z 93 093 pohybů ve stejné sezoně roku 2004. Počet odbavených cestujících se oproti předešlé letní sezoně zvýšil o 22,3 % z 5 537 706 na letošních 6 777 036 osob. Přepravené zboží a pošta zaznamenaly 5,0 % růst z 31 220,0 tun v létě 2004 na 32 781,0 tunu v sezoně 2005. Během letní sezony zahájila společnost ČSA provoz do nových destinací Minsku, Skopje a Žiliny a nízkonákladové SmartWings obohatily nabídku destinací, kam lze letět přímou linkou, o Bergamo a Barcelonu, zatímco typicky sezonní provoz posílily o linky do Heraklionu, Soluně, Larnaky a na Mallorku. Destinace dalších nízkonákladových společností se během letní sezony rozrostly o lety do Bergenu (s Norvegian Air Shuttle), Doncasteru/Sheffieldu (Thomsonfly), Varšavy (s Centralwings), Edinburku (Flyglobespan) a Billundu (Sun Air of Scandinavia). Vývoj charterových letů, které poptávku po letecké dopravě v době dovolených charakterizují, dosáhl nejvyššího nárůstu v tradičně dopravně nejsilnějších měsících květnu až září – například květnový počet odbavených cestujících zaznamenal 11,7 procentní navýšení ve srovnání s pátým měsícem 2004, a červencový nárůst dosáhl 13,7%. Počet pohybů letadel se vyvíjel v opačném gardu (v květnu pokles o 7,0 % a v červenci o 2,0 %), což znamená vyšší využití kapacity letadel.

K navýšení přepravní kapacity

Ruzyňské letiště přispělo k navýšení přepravní kapacity a pohodlí cestujících v letošní letní sezoně mimo jiné také i tím, že v prvních zářijových dnech byla zprovozněna první část nového odbavovacího terminálu Sever 2, především odbavovací Prst C s deseti novými nástupními mosty k letadlům. Stavebními úpravami - výstavbou dvou rychlých výjezdů z hlavní dráhy 06/24 a úpravami pojezdových drah C a G, které byly zprovozněny v červnu, se zvýšila kapacita dráhového systému minimálně o 3 pohyby letadel na 37 za hodinu. Nový Terminál Sever 2 posouvá letiště Praha do vyšší dimenze. Kromě dalšího nárůstu kapacity postupně až nad 15 milionů osob nabídne výrazné rozšíření služeb pro cestující i subjekty působící v letištním areálu. Uvedení do celkového provozu včetně hlavní terminálové budovy s 60 odbavovacími přepážkami je plánováno na polovinu ledna příštího roku.

>>www.prg.aero

Prague Airport

Nejdůležitější změny v zimním letovém řádu 2005/2006

oproti zimě 2004/2005 v navýšení počtů týdenních spojení mezi Prahou a jednotlivými destinacemi:

- Air Europe do Madridu ze 3 na 4 frekvence
- British Airways do Gatwicku ze 4 na 7frekvencí
- ČSA do Athén z 5 na 7 frekvencí
- ČSA do Baku ze 2 na 3 frekvence
- ČSA do Barcelony z 11 na 13 frekvencí
- ČSA do Bruselu ze 14 na 15 frekvencí
- ČSA do Bukurešti z 9 na 11 frekvencí
- ČSA do Dubaje ze 3 na 4 frekvence
- ČSA do Hamburku z 10 na 11 frekvencí
- ČSA do Ljubljaně ze 7 na 9 frekvencí
- ČSA do Soluně ze 4 na 5 frekvencí
- ČSA do Jerevanu ze 2 na 3 frekvence
- ČSA létá nově do Žiliny 6× týdně a 4× týdně do Minsku
- ČSA otevřelo linky do Sarajeva a Skopje, které operují 5× týdně
- Easy Jet nově otevírá linku do Basileje – 4 frekvence.
- Fly Baboo do Ženevy ze 6 na 9 frekvencí
- Germanwings do Stuttgartu otevírá nově 4 spojení
- Lufhansa do Hamburku otevírá nové spojení – 12 letů týdně
- Norwegian Air Shuttle – nově 2 frekvence do Bergenu
- SN Brussels Airlines do Bruselu navyšuje ze 17 na 18 frekvencí
- Sun Air of Scandinavia do Billundu nově 2 frekvence týdně
- Tunisair do Tunisu z 1 na 2 frekvence.

České dráhy a České aerolinie uzavřely historické memorandum o spolupráci na provozování vlaků SC Pendolino

Memorandum o spolupráci

Předseda představenstva a generální ředitel Českých drah, a. s. Ing. Josef Bazala, a předseda představenstva a prezident Českých aerolinií, a.s. Ing. Jaroslav Tvrdík 2. listopadu 2005 symbolicky na palubě rychlovlaku Pendolino za přítomnosti primátora statutárního města Pardubice Ing. Jiřího Stříteského a generální ředitelky Letiště Praha, s.p. Ing. Hany Černochové podepsali „Memorandum o spolupráci při společném provozování vlaků SC Pendolino“. To vytyčuje základní rámec rozsahu vzájemné spolupráce mezi oběma dopravci, díky které se spoje SC Pendolino Českých drah stanou již od zahájení provozu 11. prosince 2005 také linkami Českých aerolinií. Rezervace cestovních dokladů na straně Českých drah prostřednictvím rezervačního systému UNIPOK i Českých aerolinií byly zahájeny v pondělí 7. listopadu.

Josef Bazala

k podpisu uvedl: „České dráhy od počátku připravovaly produkt SC Pendolino jako spojení odpovídající rychlostí, pohodlím a kvalitou služeb letecké dopravě. Je proto přirozené, že jsme s ČSA velmi rychle dospěli k dohodě o společném provozu vlaků SC Pendolino na trase Ostrava – Praha. Pro České dráhy bude ctí přivítat na palubě cestující Českých aerolinií a aliance SkyTeam a poskytnout jim minimálně stejně kvalitní servis, na jaký jsou zvyklí z palub letadel ČSA“.

Jaroslav Tvrdík

se ke spolupráci vyjádřil: „SC Pendolino pro ČSA znamená pilotní projekt zahájené spolupráce mezi ČSA a ČD. SkyTeam přibližuje svět České republice, s ČD přibližujeme Českou republiku světu. Od 11. 12. tak budeme moci nabídnout až 11 spojení denně mezi Ostravou a Prahou. Na mapě destinací přibudou města Olomouc a Pardubice.

Všechny vlaky SC Pendolino

spojující Ostravu, Olomouc, Pardubice a Prahu se od 11. prosince 2005 (datum zahájení provozu vlaků SC Pendolino) stanou tzv. codesharovými spoji Českých drah a Českých aerolinií. Vedle standardního označení kódem Českých drah (SC a číslo vlaku) tak bude všech šest párů vlaků SC Pendolino vedeno také pod kódovým označením linek ČSA - OK. Spoje SC Pendolino doplní současnou nabídku leteckého spojení provozovaného ČSA mezi Ostravou a Prahou; na mapu destinací ČSA přibudou dvě zcela nové destinace s pravidelně provozovaným spojením – Olomouc a Pardubice.

Cestující ČSA,

kteří budou chtít využít spojení provozované vlaky SC Pendolino – například pro část cesty na trase Olomouc – New York, si prostřednictvím některého z prodejních kanálů Českých aerolinií kdekoli na světě zakoupí letenku na celou tuto trasu. V letence budou mít uvedeny dva spoje – jeden pro trasu Olomouc – Praha, provozovaný jako linka ČSA vlakem SC Pendolino; druhý spoj pak pro trasu Praha – New York, provozovaný letadlem ČSA. Na oba tyto spoje mu kompletní rezervaci zajistí České aerolinie, případně jakýkoli jiný partner ČSA prodávající cestovní doklady na linky Českých aerolinií. Obdobný postup bude platit pro cesty v opačném směru, respektive z a do destinací Pardubice či Ostrava. V případě Ostravy bude cestující moci volit mezi spoji provozovanými vlaky SC Pendolino a lety provozovanými letadly ČSA – zcela dle časové výhodnosti jednotlivých linek.

Vlaky SC Pendolino na trase Ostrava – Praha a zpět budou provozovány jako společné spoje ČD a ČSA pod kódovým označením SC / OK a doplní stávající letecké spojení ČSA na trase Ostrava – Praha a zpět.

Vedle cestujících s cestovními doklady ČD (zakoupenými podle platného tarifu ČD) budou vlaky SC Pendolino přepravovat cestující s cestovními doklady ČSA zakoupenými pro příslušný spoj. Rezervace a prodej cestovních dokladů na jednotlivé spoje byly zahájeny Českými drahami a Českými aeroliniemi 7. listopadu 2005.

Díky společnému provozu vlaků SC Pendolino se Olomouc a Pardubice staly novými destinacemi s pravidelným spojením ČSA.

Spolupráce mezi ČD a ČSA je historickým momentem pro celý sektor dopravy v Česku. Obdobná spolupráce má obdoby pouze v západoevropských zemích, jako jsou Belgie, Francie, Německo či Švýcarsko. V rámci středoevropských států je Česko první zemí s tzv. codesharovou spoluprací mezi národním železničním a leteckým dopravcem.

V rámci rezervace „letenky“

pro spoj SC Pendolino získá cestující také nárok na bezplatnou přepravu transferovým autobusovým spojením Rail BUS, které bude v pravidelných intervalech zajišťovat rychlou a pohodlnou přepravu mezi nádražím Praha Holešovice a letištěm Praha Ruzyně a zpět. Všichni cestující s rezervacemi ČSA budou vlaky SC Pendolino přepraveni ve vozech první třídy s tím, že jejich místa budou označena nápisem „REZERVACE ČSA“. Nástup do vlaku přitom již nebude vyžadovat zakoupení dalšího cestovního dokladu Českých drah; palubní personál vlaků SC Pendolino přijme jako cestovní doklad řádně vystavenou letenku ČSA.

Na palubě SC Pendolino

dostanou cestující s rezervacemi ČSA servis odpovídající standardu první vozové třídy vlaků SC Pendolino. Jeho součástí bude mimo jiné občerstvení během jízdy zdarma (teplý a studený nealkoholický nápoj, bageta, malý dezert), nabídka denního tisku, možnost poslechu některého ze tří hudebních kanálů či přípojka na 230V umožňující například práci s notebookem v průběhu cesty. Standardně jim bude poskytován rozsáhlý informační servis – a to trojjazyčně v češtině, angličtině a němčině. Informační hlášení ve stanicích i ve vlaku budou přitom obsahovat také informace pro cestující ČSA – včetně informací o nástupních sektorech, návazném spojení Rail BUSem a další nezbytné údaje. Cestující ČSA budou moci rovněž využít při cestách vlaky SC Pendolino výhod spojených s členstvím v zákaznickém programu OK Plus.

V případě delšího času

při čekání na odjezd vlaku SC Pendolino budou mít cestující s cestovními doklady ČSA volný přístup do čekárenských zón pro cestující první třídy vlaků kategorie SC Pendolino, EuroCity a InterCity – tzv. ČD Lounge. Ty budou otevřeny od prosince v jednotlivých stanicích s provozem vlaků SC Pendolino.

Letiště s nádražím spojí Rail BUS

Pravidelné autobusové spojení - tzv. Rail BUS - spojí od 11. prosince nádraží Praha Holešovice (konečná vlaků SC Pendolino) a pražské ruzyňské letiště. Letiště Praha se současně stane novým tarifním bodem Českých drah. To znamená, že cestující ČD si budou moci v kterékoli pokladně Českých drah zakoupit jízdenku do a ze „stanice“ Letiště Praha. Mezi nádražím v Holešovicích a letištěm pak budou cestující přepraveni nízkopodlažním autobusem označeným viditelným nápisem Rail BUS s tím, že autobusy budou mezi oběma body jezdit přibližně v hodinovém intervalu. Cestující SC Pendolino s cestovními doklady ČD a ČSA jedoucí z a do stanice Praha Holešovice budou mít přepravu zahrnutou již v ceně jízdného na spoj SC Pendolino. Vedle ČSA České dráhy současně jednají se státním podnikem Letiště Praha o zajištění provozu Rail BUSu na pražském letišti a odpovídajícím směřování toku cestujících. Zároveň ve stanici Praha Holešovice zajistí České dráhy směřování cestujících od vlaků na stanoviště Rail BUSu.

>> www.cd.cz
>> www.csa.cz

Zážitkové dárky ČSA

České aerolinie přicházejí na předvánoční trh s novým produktem v podobě vánočních dárkových poukázek. Od 1. listopadu do konce letošního roku nabízejí poukazy na letenky do všech destinací ČSA. České aerolinie patří s touto netradiční nabídkou zážitkových dárků k průkopníkům mezi leteckými společnostmi. Dárkové poukázky ČSA mají nominální hodnotu 5000 nebo 10 000 Kč, ale jejich prodejní cena je o 10 nebo 15 procent nižší. Další předností dárku je jeho maximální flexibilita. Voucher není vázán na konkrétní let a termín, ale dá se použít na koupi letenky do kterékoli destinace ČSA v kterémkoli čase. Poukázka neplatí pouze na nákup letenky, lze ji využít také na pokrytí nákladů na letištní taxy a další poplatky. Na uskutečnění cesty má obdarovaný celý jeden rok, tzn. do 31. 12. 2006. Poukázky v originálním vánočním balení budou k dostání na kterékoliv pobočce Českých aerolinií po celé České republice a ve všech cestovních IATA agenturách, což představuje celkem 140 obchodních míst. Poukázky lze také zakoupit prostřednictvím telefonní linky 840 17 17 17. Bližší informace zjistí zájemci také na internetových stránkách.

>> www.czechairlines.com

Via ferrata

Budování zajištěných cest má v Alpách a především v Itálii a Rakousku více než stopadesátiletou historii. Letos koncem léta jsem s kamarády Rahanem a Bártem navštívil italské a jihotyrolské Dolomity, abych se seznámil i s touto infrastrukturou cestovního ruchu naší Evropské unie a trochu se „prošel“ po tamních zajištěných cestách a proběhl strmými suťovisky. Jaké to bylo, ilustrují obrázky.

➤➤ www.austria-tourism.at/cz
➤➤ www.italiantourism.com