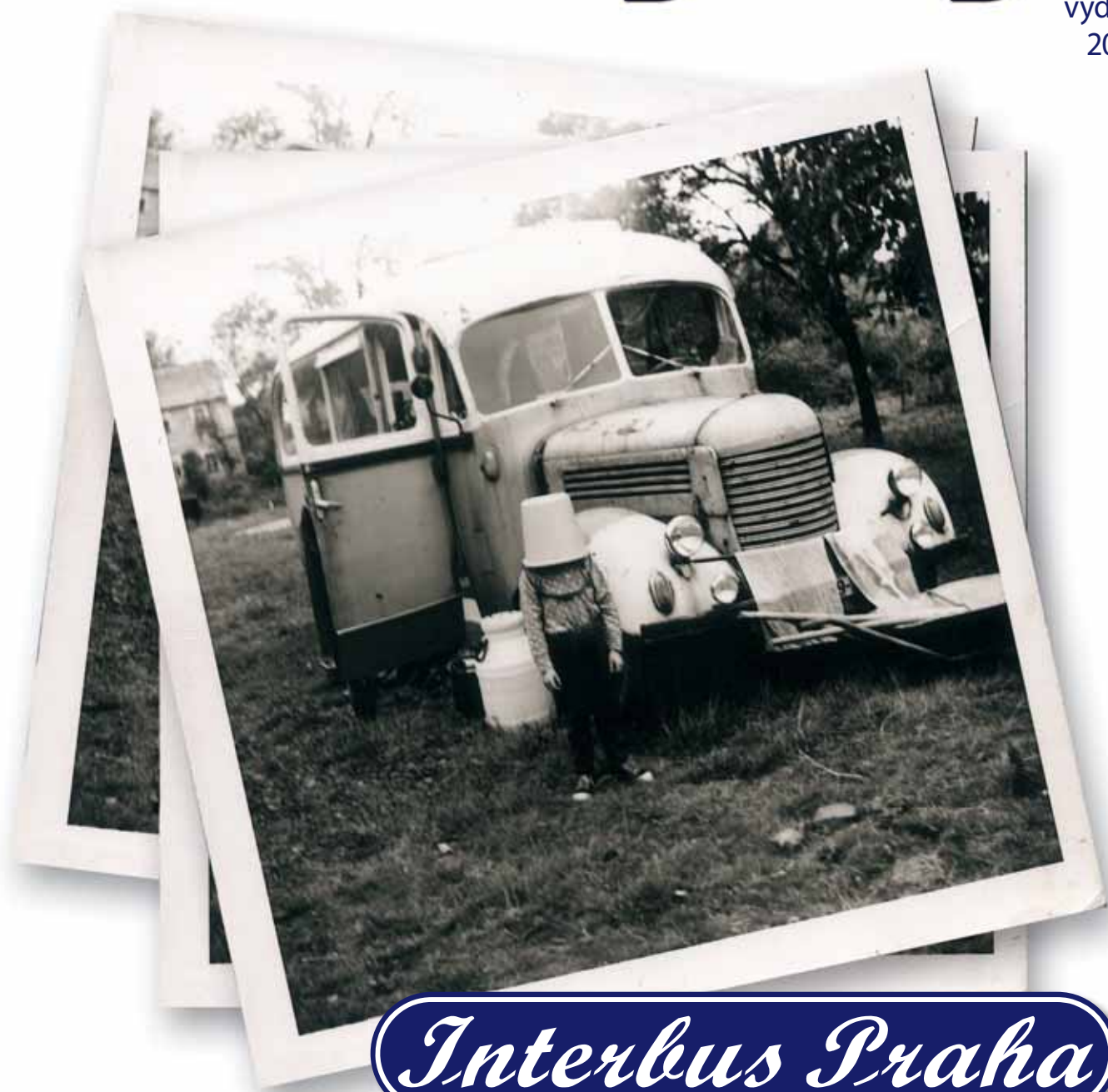


[www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz)

# všudybyl

šesté  
vydání  
2008



*Interbus Praha*

Další informace najdete na stranách 8 až 9.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

# Clarion Congress Hotel Prague\*\*\*\*



POHODLÍ

HIGH-TECH

VARIABILITA

DESIGN

KONFERENCE



Rozsáhlé konferenční prostory o rozloze 4000 m<sup>2</sup> poskytují zázemí až pro 2500 osob. 18 kongresových salonků a sálů je vybaveno těmi nejmodernějšími technologiemi.

Clarion Congress Hotel Prague\*\*\*\*, Freyova 33, 190 00 Praha 9 – Vysočany, Czech Republic  
tel.: +420 211 131 111, fax: +420 211 131 401, e-mail: info@cchp.cz, cchp.cz



CONGRESS HOTEL  
PRAGUE

Managed by

CPI  
HOTELS



# Atraktivní poloha v lázeňském centru Karlových Varů

- klasické karlovarské léčebné pobyty
- wellness a fitness programy
- velké kapacity kongresových sálů



## Sály hotelu Thermal

**Velký sál** 1 200 míst, **Malý sál** 250 míst

**Kongresový sál** 260 míst

**Foyer Velkého sálu** 1 000 míst k stání

## Halls of hotel Thermal

**Large Cinema Hall** 1,200 seat

**Small Cinema Hall** 250 seats

**Congress Hall** 260 seats

**Foyer of Large Cinema Hall** 1,000 standing

## Spa Hotel Thermal

I. P. Pavlova 11

CZ - 360 01 Karlovy Vary

tel.: +420 359 001 111

fax: +420 359 002 603

e-mail: sales@thermal.cz

[www.thermal.cz](http://www.thermal.cz)



### lázeňský hotel Thermal

lázeňské město	Karlovy Vary
poloha v místě	centrum města
celková kapacita	273 pokojů
plná penze, léčení, ubytování	SGL od 64 EUR DBL od 98 EUR
jedinečnost	Nejrozsáhlejší kongresové centrum v ZČ, otevřený termální bazén s minimální teplotou +29°C, bezbariérové pokoje, největší parking v centru města – 350 parkovacích míst

### Spa Hotel Thermal

town	Karlovy Vary
location	City center
capacity	273 rooms
full board, treatment, accommodation	SGL since 64 EUR DBL since 98 EUR
uniqueness	The largest congress center in the West of CZE, open thermal swimming pool with min. temperature +29°C, rooms are handicap friendly, the largest parking in the city center, 350 parking places.



ProMoPro

# Svět kongresové techniky

- specialista na technické zajištění kongresů, prezentací, sportovních a kulturních akcí
- pronajímá, montuje a obsluhuje ozvučení, osvětlení, projekční techniku, velkoplošné LED obrazovky, tlumočnickou techniku, hlasování
- člen The Bosch Congress Rental Network
- BARCO Official Golden Rental Partner
- držitel certifikátu ISO 9001:2001



**ProMoPro** s.r.o.

Rubeška 1/215  
190 00 Praha 9  
Tel.: +420 283 891 660-1  
Fax: +420 283 892 757  
e-mail: [provoz@promopro.cz](mailto:provoz@promopro.cz)

[www.promopro.cz](http://www.promopro.cz)



Business & Information Forum 2008, ČNB



Amway 2007, Národní dům na Smíchově



Nicolas Winton 2007, Kongresové centrum Praha



SYNOVATE 2007, Hotel HILTON



IAU XXVith General Assembly 2006, KCP



Summit NATO 2002, Kongresové centrum Praha

I šli sme, a uvedli mne na nějaký plac, uprostřed něhož užířím veliký rozložitý strom, na němž všelijaké lístí a všelijaké ovoce (v škořepinách všecko) rostlo: pravili mu Natura<sup>1</sup>. Filozofů vůkol něho zástup byl, vzhledajících a ukazujících sobě, jak které ratolesti, listu a ovoci říkají. I řekl sem: „Tito, slyším, že se jmenovati těch věcí učí, ale aby přirození stíhati<sup>2</sup> měli, ještě nevidím.“ Odpověděl mi tlumočník: „S to ne každý býti můž; než hled' na tyto. “ I vidím některé větvoví ulamovati a lístí i ovoce rozvíňati, a kde na ořech přišlo, zubami hrýzti, až jimi třeskotali: ale oni pravili, že to škořepiny praští; a přebírajíce se v nich chlubili se, že jádro mají, tajně jedni druhým, ale řídkým ukazující. Já pak, nahlédaje také mezi ně pilně, patrň sem viděl, že zevnitřní sic šupinu a kůru zhmožděnou a rozmačkanou měli, nejtvrší však škořepina, v níž zavinité jádro leželo, ještě byla celá. Vida já tu tedy i marnou honosnost, i daremné kvaltování (viděl sem zajisté, jak někteří i oči sobě vyhleděli i zuby vylámali), pobídl sem, abychom jinam šli.

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

<sup>1</sup> příroda <sup>2</sup> postihnout podstatu věd

## Tito, slyším, že se jmenovati těch věcí učí, ale aby přirození stíhati měli, ještě nevidím



Podstatou MICE – meetings, incentives, congresses & exhibitions industry – je realizace služeb. Jsou-li nakupovány zahraničními účastníky (a že v Česku se tak děje v míře víc než hojně), pak coby komodit zahraničního obchodu. Turisté – lidé přijíždějící odjinud – jsou srozumění za ně i za obyčejnosti, jako se vyspat, najíst apod., platit mnohonásobky toho, co za ně vydávají lidé v místě usedlí. Z nich pak zřejmě nejvíc zadavatelé a účastníci MICE akcí. A čím způsobil, aby z tohoto segmentu světového obchodu Česko mělo daleko víc? Vytvářením a šířením svého pozitivního obrazu jako země, kde je nejen krásně, ale kde není třeba se obávat nestability a nevstřícnosti a kde je poskytování služeb nejvyšší kvality samozřejmostí. Divit se omezenosti našinců i lidí

z cizích zemí, že o Česku nevědí, nebo o nás mají zkrleslé představy a jezdí své peníze utrácet jinam, netřeba. Budování image země je dlouhodobým procesem. Co je však strašně divné, je, jak málo kormidelníkům této země, kteří svými postoji k tomuto obchodnímu odvětví odsuzují Česko k nízké výtečnosti, schází desítky miliard korun nerealizovaného zahraničního a domácího inkasa.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

**všudybyl**

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Botanická 24, 602 00 Brno,  
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Graspo CZ, a.s.

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

Registrace: MK ČR E 10797

Vychází v nákladu 10 000 ks.

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

6 ČEZ jednou z nejlépejších českých firem



8 Občanský průkaz pro Interbus Praha



10 V šedesáti zemích na pěti kontinentech



12 New Generation v patnáctiletém ProMoPro



14 Czech Convention Bureau



15 V rámci českého předsednictví



16 American Express Groups & Events



18 Syndicat National des Entreprises de Tourisme



20 Pětihvězdičkový Imperial hostil Exportní klub



22 Co nejdřív na euro



23 Když na kongres, tak do Thermalu!



24 Textilní závody s miliardovými obraty



26 Splňuje očekávání náročného kongresového klienta



28 Podporovat a uplatnit se v MICE



29 Manažer roku 2007



30 O renesanci podané ruky a čestného slova



32 Tatrováci trumfem kopřivnické Tatry



34 Kongresové centrum Babylon



35 165 let plzeňského U Pinkasů



35 Novoměstský pivovar



36 Caliman 5



**OLYMPUS**  
Víte Představy. Náš Budoucnost

Všudybyl fotí zrcadlovkou OLYMPUS E-3



**?** S předsedou představenstva a generálním ředitelem akciové společnosti ČEZ, a. s. JUDr. Martinem Romanem se setkáváme 7. dubna, v době, kdy jsem začal pracovat na šestém vydání Všudybylu, jehož hlavním tématem je MICE (meetings, incentives, congresses & exhibitions industry). Pane předsedo, jak vnímáte odvětví cestovního ruchu?

**!** Především jako uživatel, a to jak ve zmiňované oblasti, kterou bych ještě rozšířil o služební cesty – business travel, tak v leisure travel. Co se týče této druhé oblasti, nejsem ten, který se dva dny před odjezdem na dovolenou podívá na internet a odjede de facto kamkoliv. Zajímám se o to, kde jsou kvalitní hotely, kam existují přímá letecká spojení. Máme malé děti, a tak se snažíme, aby nám cesta na dovolenou netrvala déle než tři hodiny, což trochu omezuje portfolio dostupných destinací. O to více pátrám, abychom byli v zajímavém prostředí s dobrými službami, kuchyní atd. To je pro mne určitě důležitější než to, jak luxusní jsou např. pokoje, a obdobný přístup razím i u tuzemských dovolených.

# Každá země, která bude mít dostatek elektrické energie, bude mít velkou výhodu

**?** V některých společnostech si mohou vedoucí pracovníci nebo i zaměstnanci na nižších úrovních objednávat letenky, ubytování a další služby, jak, kde a u koho chtějí. Absencí racionální firemní cestovní politiky ale jejich zaměstnavatel přichází o příznivé ceny za kumulované objemy letenek a dalších služeb.

**!** To ale rozhodně není náš případ. V oblasti business travel spolupracujeme se špičkovou firmou, která nám mj. poskytuje i údaje ze svého operačního systému. Díky tomu máme v kterýkoliv okamžik k dispozici aktuální informace o naplňování naší firemní cestovní politiky. A obdobně je tomu i v oblastech motivace, výchovy a vzdělávání lidských zdrojů, prezentací, zajišťování konferencí apod.

**?** Organizace je zřejmě největším zázrakem vesmíru. Tento axiom je základem optimálního fungování nejen firemního cestování, ale jakéhokoliv systému. To, že je ČEZ, a. s. jednou z nejúspěšnějších českých firem, mj. vypovídá o kvalitní organizaci práce.

**!** Jsem zastáncem systémového řízení. Pouze systém může dlouhodobě zajistit kvalitní fungování procesů. Samozřejmě, že se to dá krátkodobě překlenout tím, že máte špičko-

vého člověka, který výpadek systému nahradí. Avšak pokud odejde, nastává velký problém. Já se ale snažím, abychom měli systém, byli maximálně efektivní a ještě k tomu měli správné lidi.

**?** ČEZ, a. s. již třetím rokem rází sedm principů: „bezpečně tvoříme hodnoty“; „zodpovídáme za výsledky“; „jsme jeden tým“; „pracujeme na sobě“; „rosteme za hranice“; „hledáme nová řešení“; „jednáme férově“.

**!** ČEZ, a. s. je velkou firmou s kořeny v době minulé. Jako každá taková společnost si s sebou nese pozitivní stránky, jakými jsou např. technicky velmi vysoká úroveň elektráren, vysoká spolehlivost, bezpečnost apod., ale i to, že řada pracovníků prožila část svého produktivního života v podmínkách socialismu a má některé návyky, které jsou dnes přežitě. A jsou to i špičkoví odborníci. Máme zájem si je udržet a dál těžit z jejich obrovského technického know-how. Na druhou stranu chceme ČEZ, a. s. posunout ještě více směrem k moderní, efektivně fungující firmě, která bude v hlavních parametrech plně srovnatelná se svými největšími konkurenty. Z toho důvodu vznikla iniciativa „Sedm principů“, kdy ČEZ, a. s. před pěti lety definovala svoji budoucnost prostřednictvím tzv. „antikého chrámu“. Nahore v jeho atice je vize – být jedničkou na trzích s elektrickou energií ve střední a jihovýchodní Evropě. Tu podpírají tři pilíře, představující naše priority: být efektivní ve všem, co děláme; růst prostřednictvím akvizic a fúzí, především expanzí do zahraničí; obnova našeho výrobního portfolia, tzn. obnova a výroba nových energetických zdrojů. Základnou „chrámu“ je kultura moderní firmy orientované na výkon. Těchto sedm principů je i kritérií, podle kterých hodnotíme zaměstnance.



**SKUPINA ČEZ**

**?** Podobnost odvětví cestovního ruchu i energetiky je v tom, že ani jedno není v Česku vnímáno jako exportní, a přitom obě generují ohromné objemy zahraničního inkasa.

**!** Česká republika je jednou z mála zemí, která má nejen přebytek turistických atraktivit a cílů, ale i elektrické energie. To je velmi dobře, protože do budoucna bude muset odstavovat mnoho zdrojů, ať už kvůli technickému dožití nebo z ekologických důvodů, anebo že na všechny tepelné elektrárny nebude dost uhlí. Máme-li přebytek, je to elementární záruka, že pokud začneme včas obnovovat energetické zdroje, mohli bychom mít dostatek elektřiny i za deset, patnáct i více let. Přebytek elektrické energie se v Evropě kriticky snižuje. Ale vy jej musíte mít, protože elektřina není jako jogurty, kterých vyrobíte zhruba tolik, kolik se jich sní, a můžete to predikovat na měsíc dopředu, kolik jich vyrobíte. U elektrické energie vždycky musíte mít nějakou rezervu, záložní zdroje, protože nějaký zdroj může vypadnout. A navíc musíte provádět údržbu elektráren, tj. průběžně je odstavovat. Každá země, která bude mít dostatek elektrické energie, bude mít velkou výhodu, což je bezpochyby i o její strategické bezpečnosti.

**?** V prvním vydání VŠudybylu 2008 (str. 6) hejtman Moravskoslezského kraje Ing. Evžen Tošenovský říká: „Málokterý z krajů České republiky má tak obrovský dar pestrosti, tak složitou, bohatou, ale i svízelnou historii jako Moravskoslezský.“ Nedávno jsem se v Kopřivnici potkal s předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti TATRA, a.s., panem Ronaldem

Alanem Adamsem. V tomto regionu je cca 3,7% nezaměstnanost, a to, co je tam brzdou dalšího dynamického rozvoje, je nejen nedostatek lidských zdrojů, ale i elektrické energie.

**!** My o tom samozřejmě víme. Severní Morava je region s obrovským rozmachem. Tomuto regionu strašně přejí už proto, že jsem Severomoravák. Žil jsem tam osmnáct let. Dodnes tam mám své rodiče a další příbuzné, takže mne nikdo nemůže podezírat, že bych na rozvoj Moravskoslezského kraje nemyslel. To, jak se vzdmáhá, mi dělá velkou radost.

Problém s dostatkem elektrické energie je ale komplexnější. Víme o něm a řešíme jej. Ale nelze jej vyřešit ze dne na den, ba ani z roku na rok. Výstavba té nejjednodušší plynové elektrárny trvá pět šest let. Jaderné patnáct a více let. Pokud do výstavby zahrneme i čas na získání všech možných povolení včetně územního rozhodnutí, vyjádření k dopadu na životní prostředí atd., zřejmě ještě delší. Stejně tomu je i u distribuce elektrické energie. Prosdit každé nové vedení je velice komplikované a zdoluhavé. Všichni chceme svítit, ale nikdo nechce mít vedle sebe ani elektrárnu, ani elektrické vedení. Ale bez toho to prostě nejde. Česká republika je velmi demokratickou zemí, která dává možnost se vyjádřit téměř každému ke všemu, a postavit něco nového proto trvá

podstatně déle než ve vyspělých západoevropských zemích, kde to takhle nefunguje.

**?** Vietnam je přírodními krásami a nerostným bohatstvím a celkovým potenciálem úžasnou zemí. Mám tam přátele a dovolím si tvrdit, nejen já, ale celá naše země, a to i v nejvyšších kruzích. Značná část lidí, kteří je tvoří, totiž studovali v Československu a mají nás rádi a rádi by tam viděli i naše investice do energetiky. Ostatně, to pochopil i další významný Severomoravan (v české verzi s vámi stejnojmenný), pan mistr Martin Říman, díky čemuž je Vietnam jednou z hlavních oficiálních priorit našeho zahraničního obchodu.

**!** To je absolutně správně, protože neexistuje až tolik zemí, kde má Česká republika takovou komparativní výhodu, že u nás studovalo tak velké množství důležitých lidí, že mají k České republice pozitivní vztah a mluví česky. Vietnam by pro nás měl být klíčem a první úvahou pro každého, kdo chce expandovat do Asie. ČEZ, a. s. se zatím soustřeďuje na trhy jižní a východní Evropy. Nicméně, pokud bychom uvažovali, že bychom šli za hranice tohoto regionu, pak by Vietnam mohl být jedním z prvních na žebříčku zemí, o nichž bychom uvažovali. Právě z důvodu propojenosti našich zemí, díky osobním vztahům. Kromě toho, naše dceřiná společnost ŠKODA PRAHA a.s. má podepsáno memorandum na výstavbu velkého energetického zdroje až tři tisíce megawattů, což ilustruje, že je Vietnam pro skupinu ČEZ zemí nesmírně důležitou. ■

[WWW.CEZ.CZ](http://WWW.CEZ.CZ)





# Občanský průkaz pro Interbus Praha

**?** Interbus Praha má nejen půlstoletého spolumajitele, ale stejně jako já narozeniny den po Janu Amosu Komenském. Letos slaví patnáct let. Tak tímto konstatováním jsem v pátek 14. března 2008 otevřel rozhovor s výkonným ředitelem a spolumajitelem firmy Interbus Praha panem Josefem Zvoníčkem.

**!** Je to tak, 29. března 1993 jsme naši společnost založili. Ta se tedy nyní chystá převzít občanský průkaz. No, a když už jste připomněl věk, jest mi konstatovat, že půlstoletý spolumajitel má ve firmě paní recepční, které příští rok bude osmdesát. Jsem přesvědčen, že tak báječnou recepční nemá nikdo jiný v celé České republice. Právě i díky ní k nám lidé rádi volají. Říkájí, že už první kontakt s Interbusem je díky ní velice příjemný.

**?** Rok 2007 byl v oblasti incomingu do Prahy evropsky nadprůměrný. Jaký ale byl pro vašeho třinácti/čtrnáctiletého pubescenta?

**!** Měli jsme více práce, více zakázek, více starostí, ale na konci byl nižší obrat než roky předtím. A to v souvislosti se zpevňováním české koruny vůči euru, protože zhruba šedesát procent inkasa máme v eurech. Takže díky euru žádná sláva.

**?** Bylo by pro váš byznys přínosem, kdyby už Česko bylo součástí eurozóny?

**!** No to by bylo úžasné! Jsem pro všemi jednácti, abychom měli euro zavedeno co nejdříve.

**?** Co Interbusu Praha dáváte k narozeninám?

**!** Mercedes-Benz Sprinter pro osmnáct pasažérů. V pondělí přebíráme nový osmadvacetimístný Isuzu Touran Car a poslední týden v březnu budeme přebírat velký nový luxusní padesátimístný autokar Mercedes.

**?** Z toho, jak levné dárky Interbus Praha k narozeninám dostává, je zřejmé, že vás kurz eura nezdrtil.

**!** Pravdou je, že nejen my, ale i doprav-

Stav komunikací v České republice, především pak v Praze, je katastrofální. Objížďky, rozkopané ulice a řada dalších nepřijemností (odporujících základním trendům a logistice dopravní obslužnosti vyspělých evropských metropolí) jsou toho permanentně důkazem. To nám, kteří realizujeme dopravu pro klientelu vyžadující nejvyšší standard, přiděluje spoustu starostí. Uvažujeme tedy, že od Tatro Kopřivnice zakoupíme několik nových terénních autobusů s vysokým indexem průchodnosti. Ostatně, nejedná se o žádnou převratnou novinku, veřejnosti již byly předvedeny na řadě renomovaných mezinárodních veletrhů cestovního ruchu. S jejich pomocí totiž v pohodě překonáme nejen dobrodružný off roadový povrch pražských komunikací, ale možná i trvale rozbředlá blata administrativních tenat, v nichž již nadobro utonul nejeeden z našich někdejších konkurentů. Díky luxusním off roadovým autokarům – „teréňákům“ s vyprošťovacími navijákem – budeme tak moci ještě kvalitěji zajišťovat dopravní služby pro japonské, americké, západoevropské a další dobře situované návštěvníky Prahy. Program, myšlenkově navazující na již ukončený projekt Apollo americké NASA, nazvaný: „Projeď se po měsíčním povrchu“, bude do Prahy lákat desetitisíce nových vysoce solventních turistů. Jistě rádi zde v Praze utratí další 3 až 4 miliardy ke stávajícím zhruba dvěma miliardám USD ročně, které tu dosud nechávají. A to už jistě stojí za to, abychom si všichni hrábli až na dno. Zejména pak úředníci od magistrátu až po městské části – bagrem – a to i do těch několika málo nerozkopaných pražských ulic.

Josef Zvoníček – duben 2001,  
Všudybyl, čtvrté vydání 2001

ní prostředky stárnou, a autobusy, pokud to lze, vyměňujeme po třech letech. Ve dvou případech to tedy je pravidelná obměna a Isuzu pak rozšíření vozového parku. Ostatně jeden minibus nám loni ukradli v Itálii...

**?** No a jak se vám jezdí po Praze?

**!** Obehraná písnička. To už jsme probírali mockrát. Doktore, máte na mysli ony terénní autobusy off roady 6x6, o nichž jsem v roce 2001 referoval v rámci vaší ankety ke stavu dopravních komunikací na území České republiky?

**?** Nejen terénní autobusy, ale i dopravní obslužnost hostů ubytovaných v hotelích v centru města. Ostatně, existují na tak velká kola „botičky“?

**!** Ano, existují i na autobusy. Bohužel. Co se týká autokarové dopravní obslužnosti pražských hotelů v centru Prahy, situace se stále nelepší, a to na rozdíl od většiny evropských měst, v nichž lze v devětade-



vadesáti případech ze sta dovézt klienty až přímo k hotelu. V Praze je to složité a ubytování hosté musí do hotelu maširovat často i za deště či jiných nepříznivých meteorologických podmínek. Rovněž překládání kufrů z autobusu do minibusů, které je hostům odvezou do hotelu, je komplikací. Nemyslím si, že to přispívá k rozvoji cestov-



záležitost – prohlídky v originálních socialistických panelákových bytech, v nichž zůstalo vše postaru. Umakartová jádra, kuchyňské linky apod. Něco jako ve scéně z filmu „Samotáři“, v níž Japonci chodí do rodiny. Obyvatelé bytu jsou normálně doma, takže se účastníci zrovna tohoto zájezdu mohou seznámit s tím, jak se u nás žilo za předchozí éry. ■

[www.interbus.cz](http://www.interbus.cz)



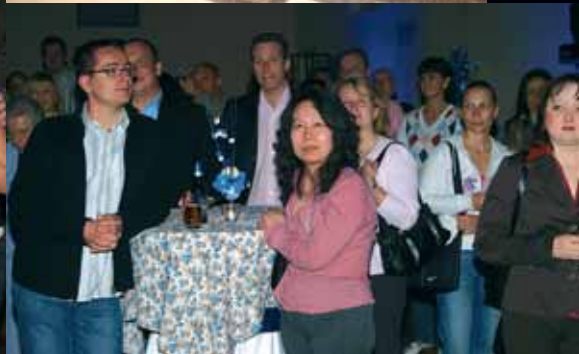
ního ruchu v Praze. Navzdory těmto okolnostem bych rád vyzdvihl vstřícnost a operativnost pracovníků pražského magistrátu, kteří nám, pokud v naléhavých případech žádáme o výjimky pro vjezd autobusů k hotelům, vycházejí operativně vstříc.

**?** Co vaše oddělení incomingu – cestovní agentura?

**!** I té se loni dařilo lépe než předchozí roky. Letos jsme uzavřeli smlouvu s další velkou MICE firmou, s Agenturou Carolina. A jsme hrdí na to, že i ona bude využívat služby a vozový park Interbusu Praha.

**?** Předchozí, čtvrté vydání Všudybylu přináší informaci a nabídku Kolektorů Praha z oblasti zážitkové turistiky, atraktivní prohlídky pražského podzemí.

**!** Také my jsme pro letošní rok pro jednoho ze zahraničních partnerů vymysleli dva nové zážitkové produkty. Grilovací merendu na české vesnici (za Prahou), v síře stylovém, tedy i tak trochu zabahněném dvoře selského statku, a druhou obdobně laděnou





# V šedesáti zemích na pěti kontinentech

**?** V souvislosti s hlavním tématem jsem navštívil předsedu představenstva společnosti TERIS, a.s. Ing. Karla Dacha, CSc. Pane inženýre, v čem je MICE byznys pro naši vlast přínosem?



Ing. Karel Dach, CSc.

**!** Domnívám se, že především ve zhodnocování znalostí. Máme obory, v nichž patříme ke světové špičce. Je to např. i strojírenství a energetika. Organizace konferencí a kongresů je jedním z důležitých oborů, jejich prostřednictvím

může být znalostní báze České republiky účinně prezentována.

**?** V roce 2006 se v Kongresovém centru Praha konalo International Destination Expo. Na něm, a také prostřednictvím výjezdů do regionů, představilo zhruba tisícovce amerických cestovních kanceláří – členů ASTA (American Society of Travel Agents) svou nabídku čtrnácti krajů Česka včetně Hlavního města Prahy. Společnost TERIS, a.s. byla jedním z jeho hlavních organizátorů.

**!** Ano, zvítězili jsme ve výběrovém řízení na realizaci doprovodné výstavy, která se kona-

la v Kongresovém centru Praha. Vycházeli jsme z toho, že ve světě už střeoevropský region znají. Že vědí o České republice a o Praze, ale že málo nebo vůbec neví o našich dalších regionech. A ty jsme tehdy americkým a kanadským touroperátorům představili včetně širokého spektra jejich produktů cestovního ruchu.

**?** Co Američany zajímalo?

**!** Téměř vše. Otázkou je, co si odnesli do Prahy. Zatím nemám žádné statistiky, abych řekl, co komu kongres ASTA konkrétně přinesl.

**?** Už jen toto konstatování cosi napovídá o vaší původní profesi, v níž vládne pregnance. Tam, kde je neurčito a kde si kdekdo vyžaduje, co chce, přicházejí firmy a státy o velké peníze. To se týká nejen českého průmyslu cestovního ruchu, který má díky tomuto voluntarismu pouze cca 10% výtěžnost, ale i některých úřadů a firem včetně jejich tzv. cestovní politiky.

**!** Z hlediska naší firmy se s neracionálním přístupem zákazníků v oblasti služebních cest neseťkáváme. Máme svoji klientelu, která od nás odebírá produkty MICE včetně business travel. Děláme hlavně pro společnosti z oblasti průmyslu a jeho nástavby – vědy a výzkumu. Nikdy jsme se tam neseťkali s tím, že by za každou cenu někdo cestoval tam, kde to nemá pro jeho instituci či odbornost smysl. Servis akcio-

Společnost TERIS, a. s. byla založena 3.7.1990. Poskytuje kompletní servis služebních cest a stáží. Zabývá se organizací výjezdů českých a slovenských specialistů na zahraniční veletrhy, kongresy a konference. Její aktivity zahrnují zajištění účastí na zahraničních výstavách a veletrzích, agenturní koncerní činnost a cestovní kancelář. Nabízí on-line rezervace a vystavení letenek, rezervace ubytování v hotelech různých kategorií, cestovní pojištění, pronájem osobních automobilů, transfery v místě pobytu, tematické odborné zájezdy, zajištění víz, průvodcovských a dalších služeb cestovního charakteru. Je členem IATA (Mezinárodní asociace leteckých přepravců), Asociace cestovních kanceláří ČR, ASTA (Asociace amerických cestovních kanceláří), Prague Convention Bureau (Pražské asociace kongresové turistiky), SOVA (Společenstvo organizátorů veletrhů), Asociace výzkumných organizací, Svazu průmyslu ČR a Hospodářské komory Brno. Pojištění odpovědnosti za způsobenou škodu má sjednáno do výše pěti milionů korun.



vé společnosti TERIS, a.s. stávajícím i potenciálním klientům přibližujeme i prostřednictvím webových stránek, kde jsou informace o kongresech, výstavách, veletrzích apod.

**?** Jste členy IATA (tj. vystavujete letenky), v systému Gulliver, díky čemuž nabízíte kvalitní, cenově výhodné ubytování, pronájmy aut apod.

**!** Zajišťujeme i konferenční vložné a doporučení, kde je vhodná konference, popř. výstava, což děláme bezplatně jako předběžný kal-



kulační bonus. Snažíme se, aby klient zbytečně nevyhazoval peníze na akci, která pro něj nemá význam. TERIS, a.s. dělal výstavy v šedesáti zemích na pěti kontinentech, takže máme docela dobrý přehled, co se kde děje. Třeba i o tom, že akce, která vypadá vznešeně, klientovi nic nepřinese, a naopak ty, které se na první pohled zdají typu bazarového, že přináší obchodní efekt. TERIS, a.s. zajišťuje i organizaci koncert-



ních vystoupení orchestrů a souborů, především univerzitních a středních škol, zejména z USA a Kanady. Pro individuální i skupinovou klientelu zabezpečujeme aranžmá klasických pobytů, služebních výjezdů a jednání.

**?** V prvním vydání Všudybylu 2007 hejtmán Plzeňského kraje MUDr. Petr Zimmermann v článku: „Jsou zde nádherná místa“ (viz stejnojmenné heslo pro fulltextový vyhledávač Internetového časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu [www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz)) říká:

„Možná je málo známé, že i za první republiky, tedy v době, kdy Československo bylo osmou nejprůmyslovější zemí světa, byly našimi hlavními trhy ani ne země západní Evropy, ale Latinská Amerika, Blízký a Střední Východ, Indie nebo balkánské státy. Zpravidla země poněkud vzdálenější. Šla tam spousta československé strojírenské a spotřební produkce. Bylo to mj. proto, že i za první republiky tzv. hospodářsky vyspělé země od nás na západ k nám vzhlížely s určitou shovívavou laskavostí. Po čtyřiceti letech se míra této shovívavé laskavosti ještě prohloubila.“

**!** S tím nelze nesouhlasit. I TERIS, a.s. své největší aktivity, co se výstavní činnosti týče, reali-

zoval v Číně, v Indii, Pákistánu, v Ruské federaci apod. Ty trhy jsou obrovské a dosud nesaturované. Vyžaduje to ale důkladnou „bojovou přípravu“. Umět se tam orientovat. Dnes se nedá na nový trh vyrazit s tím, že si odtamtud okamžitě přivezeme zakázku. Je to běh na dlouhou trať. Zdánlivě zbytečně investované peníze se po jisté době ukáží jako efektivně vynaložené. Svým klientům poskytujeme i informace, které k nám v souvislosti s naším byznysem přicházejí paralelně. Než totiž do dotyčné země jedeme, dlouhou dobu se na to připravujeme. Kontaktujeme se s místními podnikatelskými kru-



hy. Máme-li klienta, jenž disponuje produktem, který v té zemi nebo na daném kontinentě nebyl prezentován, sháníme mu potenciální partnery i s referencemi atd. Máme už tak za sebou řadu případů úspěšného vklínění se do trhu.

**?** Cílem mých podnikatelských aktivit (ať už je reprezentují značky Všudybyl či Exportní klub Ligy pro cestovní ruch) je emancipovat průmysl cestovního ruchu. Vrátit jej ve všeobecném povědomí i kompetenčně tam, kde byl a kam odedávna jednoznačně patří. Do sféry obchodu, a to nejen zahraničního. Proč jste vy, atomový fyzik, zběhl k dnes tak národohospodářsky a politicky podceňované branži?

**!** Nejen pro její úžasné možnosti. To, že v dominantní míře zhodnocuje potenciál zemí (přírodní a kulturní danosti) a lidí, kteří v nich žijí, mj. lidské vědomosti a hlavně lidskou práci. Můj původní obor, atomová fyzika, byl i za minulého režimu globálním odvětvím. Tam nebyly hranice světů, tak jak tehdy existovaly politicky. Obor jako jaderná bezpečnost apod. znamenal globální mezinárodní spolupráci, a to vzdor restrikcím minulé epochy. Chápalo se, že v této oblasti je mezinárodní spolupráce nut-



ná. Pro mě to byl celkem přirozený krok. Svá studijní volna na aspiranturu jsem totiž věnoval průvodcování pro Čedok, takže bylo naprosto logické, že jsme s aktivitami MICE začali v oboru jaderné energetiky. Naše první cestovní aranžmá bylo, že jsem byl z titulu prezidenta České nukleární společnosti vyzván uspořádat zájezd na jaderné elektrárny do Francie. Tam jsem si uvědomil, že lidé chtějí poznávat, cestovat a k tomu potřebují patřičný servis. Ba nebojím se říci, odborné vedení. Že chtějí být informováni o místě, kam se jede. Těžili jsme z toho, že jsme jim byli schopni tlumočit vysoce specifickou odbornou terminologii. Říci jim, jaký je rozdíl mezi atomovými elektrárnami u nás a ve Francii. Tím začaly naše aktivity v cestovním ruchu, a vždycky jsme se snažili, aby přidaná znalostní hodnota byla součástí našeho servisu. Tedy nejen posadit lidi do vlaku, autobusu či letadla a někam je odvézt.

**?** Konstatoval jsem nesystémovost a kompetenční rozpaky, díky nimž český zahraniční obchod každoročně přichází o desítky miliard eur inkasa. Absenci povědomí, že aktivity multioborového odvětví cestovního ruchu pokrývají i zajišťování veletržních účastí, konferencí a výstav.



Jednou z celosvětově dominujících certifikačních institucí je TÜV. Vznikla v předminulém století v Německu jako organizace, kterou založili výrobci parních kotlů, neboť se tenkrát často stávalo, že explodovaly. Pára je německy „dampf“, a proto původně založili DÜV (Dampf Überwachungsverein), spolek, který dělal kontroly tlakových parních nádob. Později z něj vznikl TÜV (Technischer Überwachungsverein). Dnes jsou jeho hlavními oblastmi výroková certifikace a činnost vzdělávací, tzv. TÜV Akademie. A proč zmiňují triádu: kotle, cestovní ruch a vzdělávání? Protože i ta je parketou akciové společnosti TERIS, a.s.

**!** Ano, v roce 1992 jsme v Brně udělali první konferenci „Kotle“. Tato konference probíhá každoročně v březnu a stává se hvězdou na kotlářském nebi. Firmy, které jsou u nás v tomto oboru největší, se jí rády zúčastňují. ■

[www.teris.cz](http://www.teris.cz)

**?** Rozhovor s majiteli firmy ProMoPro paní Milenou Veselou a panem Jaroslavem Veselým jsem zahájil připomenutím interview z 29. března t.r. (viz páté vydání Všudybylu 2008 str. 23), kdy jsme se zástupcem ředitele Služby cizinecké policie plk. Mgr. Vladislavem Husákem při příležitosti symbolického otevření schengenského prostoru na letišti Praha-Ruzyně zavzpomínali na výroční zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v Praze v roce 2000.



Milena Veselá



Jaroslav Veselý

To byla akce, kdy ProMoPro šlo do něčeho, kde jsme ani pořádně netužili, co nás čeká. Menší světové kongresy jsme měli za sebou, a tak jsme se domnívali, že tento bude jen o trochu větší. Vzhledem k tomu, že jsme byli vybráni na jeho technické zabezpečení, museli jsme zajet do Washingtonu, abychom viděli, jak jeho realizace vypadá. V hlavním městě USA je to vždy tři roky po sobě, a každý čtvrtý rok někde ve světě. Až v rámci návštěvy Washingtonu jsme zjistili, o jak pompézní akci jde. Pro nás techniky to složité až tak nebylo, protože to všechno byla pracovní jednání. S Patricií Davies, ředitelkou, v jejíž gesci jsou organizační zabezpečení zasedání Mezinárodního měnového fondu, jsme si prošli prostory, kde se kongresová jednání odehrávala. Na závěr nám řekla: „Doufám, že to v Praze bude také takové.“ Prostořece jsem jí odpověděl: „Tak za to bychom se styděli.“ Tím jsem se u ní „uvedl“, a ona začala vysvětlovat: „Víte, washingtonská zasedání jsou hlavně pracovní. Když jsou mimo Washington, musí být mnohem mnohem lepší.“ To byl začátek. Během kongresu jsme se spřátelili – už proto, že jsme se pravidelně potkávali ve dvě hodi-

# New Generation System v patnáct let starém ProMoPro

ny ráno. Paní Davies chodila po sále a rovnala bloky a tužky, já kontroloval techniku. Byli jsme jediní, kteří se po Kongresovém centru potulovali, takže pochopila, že se zasedání opravdu pečlivě věnujeme. V závěru své pražské mise nás dokonce navštívila doma, a my jsme zjistili, že je kočičí mámou. Doma máme tři kočky, a ona byla v Praze půl roku bez nich. Takže si u nás sedla, kočky jí skočily na klín a my jsme ji nemohli dostat na důležité jednání, které ten večer ještě měla. Tak to je zase naše vzpomínka na výroční zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v roce 2000. Když skončilo, řekli jsme si: „Byla to obrovská akce, takovou už nezažijeme.“ Ale neuplynuly ani dva roky a v Praze se konal Summit NATO 2002. Technicky byl podstatně náročnější a o mnohem rozsáhlejší. Všechno ale dopadlo na sto procent. Skončil Summit NATO a my jsme si říkali: „Máme to kousek do důchodu, poslední takováto akce...“ Uplynuly necelé čtyři roky a v Česku se chystá řetěz akcí podobného charakteru – předsednictví Evropské unie.

**?** Paní Veselá, v jednom z předchozích interview jsme spolu hovořili o tom, že jste

dobře zapsaní v Bruselu a že unijní administrativa vašich služeb využívá i mimo české území.

**!** Sami nevíme, jak to začalo. Ale pravdou je, že jsme se dostali do jejich databáze. Jsme tam zaevidováni jako firma, která je oprávněna zajišťovat tlumočnickou techniku pro Evropskou unii. Oslovují nás na výběrová řízení. Už jsme dělali v Polsku, v Litvě. Pokud se poptaná firma chce zúčastnit výběrového řízení na zajištění unijní akce, musí se jet na místo konání podívat v přesně určený den a na místě si nechat potvrdit, že tam opravdu byla. Takže takový zápočet. Neustále posíláme nějaké nabídky, protože jsme průběžně poptáváni.

**?** ProMoPro je bezesporu velmi renomovanou půjčovnou kongresové techniky, nicméně, to, kdo bude zajišťovat stěžejní akce českého předsednictví Evropské unie, je otevřená záležitost. Co firmu, která vyhraje výběrové řízení, očekává?

**!** Ať jej vyhraje kdokoliv, zřejmě bude spolupracovat i s námi, protože bude potřebovat obrovské množství techniky. Už jsme kooperovali s kolegy v Portugalsku v rámci jeho



**ProMoPro, s.r.o.**

reprezentuje absolutní světovou špičku v podnikatelském oboru pronájem a provoz kongresové techniky pro potřeby MICE (meetings, incentives, congresses & exhibitions industry). Firma byla založena v roce 1993. V roce 1994 uskutečnila na patnáct set zakázek a od roku 1997 jich realizuje přes dva tisíce pět set ročně. ProMoPro bylo vybráno jako dodavatel audiovizuální techniky a tlumočnického zařízení pro výroční zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky v roce 2000, avšak ještě prestižnější vizitkou je jeho kompletní technické zajištění summitu NATO v roce 2002, kde byl poprvé na světě použit digitální 32 kanálový tlumočnický systém. ProMoPro totiž vysokou profesionalitu svých služeb průběžně umocňuje pořizováním si aktuálně nejmodernější techniky. Díky svým kvalitám bylo již v roce 1999 přijato do Bosch Congress Rental Network (CRN) – mezinárodní organizace celosvětově sdružující špičkové firmy zabývající se technickým zabezpečením MICE, a v roce 2003 v kanadském Vancouveru vyhlášeno Nejlepší půjčovnou kongresové techniky světa pro rok 2002.

**Poskytované služby:**

- kompletní zabezpečení kongresů a konferencí technikou na klíč;
- konzultace a návrhy technického vybavení pro konference a semináře;
- zápůjčky kongresového zařízení;
- zapůjčení tlumočnické techniky včetně montáže a obsluhy;
- kompletní zabezpečení tiskových konferencí;
- zapůjčení a montáž náročnějších druhů zařízení;
- zapůjčení, montáž a obsluha nejnáročnějších zařízení;
- videopřenosy operací včetně oboustranného dorozumívání se s operátorem do poslucháren;
- ozvučení recepce a rautů;
- zapůjčení a montáž osvětlovací techniky;
- zapůjčení a instalace pódíí;
- doprava;
- prodej kongresové techniky.



předsednictví Evropské unii. Následně s kolegy v Německu, v Berlíně. Události takového charakteru se dají naplánovat zhruba ze sedmdesáti procent, ale třicet procent toho, jak se budou jednání vyvíjet, je ve hvězdách. A tak jsme zažili, že nám ve čtvrtek zoufale volal kolega Rolf z Německa, že na sobotu potřebuje dalších třicet tlumočnických kabin,



spoustu přijímačů apod., protože se vyvinula další paralelní jednání, jež je třeba technicky zajistit. V Lisabonu byl maximální počet v jednom dni souběžně používaných tlumočnických kabin sto dvacet. V Berlíně, kde to měli hezky německy akurátně naplánováno, a tvrdili, že jich tolik nepoužijí, přiznali, že jich v jednom dni použili sto padesát najed-



nou. Tohle dát dohromady je opravdu velmi složité.

**?** Pane Veselý, jak přibývají nové členové Evropské unie, stoupají nároky na techniku a tlumočení.

**!** Ano, před deseti roky jsme vystačili s deseti čtrnácti kabinami a tlumočilo se čtrnáct patnáct jazyků. V Praze má být příští rok v březnu akce, na niž požadují čtyřicet tlumočnických kabin. Na některých jednáních to vypadá tak, že je



v sále větší počet tlumočnicků než lidí, kteří tam zasedají. Musí se používat nová technika. Bosch vyvinul tzv. „New Generation System“, který umožňuje tlumočit jedenatřicet jazyků. Je digitální, a tak mu nevádí ani sluneční světlo, avšak vyžaduje nové mikrofony a další techniku. ProMoPro už jím disponuje. ■

[www.promopro.cz](http://www.promopro.cz)



**ProMoPro**



# Czech Convention Bureau



Rostislav Vondruška

**?** Ředitele státní agentury CzechTourism Ing. Rostislava Vondrušky jsem se přišel zeptat na nově vzniklé Czech Convention

Bureau. Pane řediteli, convention bureau jsou vnímána jako instituty řízení a podpory rozvoje kongresové turistiky s posláním pomáhat získávat mezinárodní kongresy, výstavy, konference a incentivy pro místo či zemi, kde působí.

**!** Ano, a i v Česku nastala doba, kdy rozvojový hospodářský potenciál meetings, incentives, congresses & exhibitions industry hodně začal zajímat municipalitu. CzechTourism na tuto poptávku zareagoval iniciací republiku zastřešujícího Czech Convention Bureau. Ostatně jak se ukázalo, už jen konverze podnikatelského uskupení Pražská asociace kongresové turistiky v pražské convention bureau měla za důsledek zvýšení důvěry firem působících v Praze ve sféře MICE a jejich potenciálních domácích a zahraničních partnerů i klientů.

**?** Jaké jsou základní cíle Czech Convention Bureau?

**!** Hájit české zájmy v oblasti meetings, incentives, congresses & exhibitions industry a v případě potřeby koordinovat postup subjektů prosazujících české zájmy na domácí půdě i v rámci jejich expanzí na zdrojové zahraniční trhy. V současné době se kromě pražského kongresového bureau začaly výrazně profilovat i další dvě bureau – karlovarské a brněnské. Karlovy Vary a Brno jsou totiž s to úspěšně doplnit nabídku Prahy a získávat MICE byznys i pro další regiony. Tedy nejen pro svá vlastní území. Ve sféře MICE registrujeme i ambice regionálních center. Zmíním např. chystané convention bureau jižní Moravy. Czech Convention Bureau bude podle zadání klientů poskytovat službu doporučení vhodného místa pořádání MICE akcí. Tedy nikoliv partnera. Bude pomáhat s vydáním regionálních direktorií MICE služeb včetně statistických přehledů, výčtu atraktivit a možností využitelných v rámci doprovodných programů v každém z regionů. Součástí tohoto servisu bude vytvoření webových stránek a kalendáře akcí, on-line bookingu zařazených zařízení, direktorií a prolinků

k regionálním kancelářím. Ambicí Czech Convention Bureau bude stát se členem mezinárodních oborových aliancí v místech, kde se tvoří trendy MICE segmentu a kde lze ovlivňovat distribuci tohoto obchodu.

**?** Ano, Czech Convention Bureau by mělo propagovat města a regiony jako vhodné destinace pro pořádání co nejširšího spektra MICE událostí.

**!** Mělo by se soustředit na primární distribuci přehledu možností a služeb, na nabídkové pro-



cesy vůči zadavatelům a klientům. V neposlední řadě by mělo být zastřešující institucí a umožňovat svým partnerům za zvýhodněných podmínek participovat na aktivitách, jež bude ve prospěch kongresové destinace Česká republika organizovat.

**?** To, co je při prosazování se v rámci zahraničního obchodu na poli průmyslu cestovního ruchu českým účastem leckdy vytýkáno, je roztržitost a ne vždy čitelná tvář, že reprezentují právě Česko.

**!** Budovat image MICE destinace je velice důležité. Proto se Czech Convention Bureau bude věnovat i koordinaci fam a press tripů, práci s médii jak v České republice, tak mimo ni. Sjednocením charakteru propagačních a nabídkových materiálů, jako jsou bid books, databanky fotografií a klientských databází. V rám-

ci těchto aktivit budou platit pro všechny stejná přístupová a uživatelská pravidla tak, aby nikdo nebyl protěžován a ani upozaďován. Ambicí Czech Convention Bureau je být prvním kontaktem pro asociace a zadavatele MICE akcí, které hledají možnosti, kam umístit své akce. A, pochopitelně, dostávat je na území České republiky. Chceme se zaměřit hlavně na takové subjekty, které zadávají či organizují MICE akce nad pět set osob. Czech Convention Bureau nebude čekat, až si někdo na destinaci Česká republika vzpomene, ale aktivně vyhledávat příležitosti a lobbovat v rámci zahraničních asociací organizátorů MICE. Bude koordinovat český postup v rámci výběrových řízení tak, abychom vystupovali jako jedna entita.

**?** Kromě lobbingu v zahraničí ale bude třeba ještě hodně co osvětlovat doma na českých municipalitách, u představitelů regionálních uskupení, aby se účastnili procesu zatraktivňování svých krajů a měst pro tento byznys.

**!** Bezespero. Co se týče služeb, které bude Czech Convention Bureau poskytovat, je to především vzdělávání a trénink profesních dovedností. Bude realizovat kontinuální program kurzů a školení, jež umožní lépe se oriento-

vat v oboru, získat další dovednosti a vědomosti a dozvědět se informace, které hýbou MICE industry. Rádi bychom podpořili nastavení standardů v MICE byznysu v rámci České republiky. A pomocí partnerů z regionů je prosazovat v místech, kde mají vliv. Samozřejmě služby výzkumu, trendů, konzultace a shromažďování informací, to jsou všechno věci, na které se Czech Convention Bureau v segmentu MICE zaměří. A budeme poskytovat i databáze nákupčích. ■

[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

  
CzechTourism



Kongresové centrum Praha patří mezi velká a kvalitně vybavená světová kongresová centra. Nabízí prostory pro nejrůznější akce, jakými jsou kongresy, konference, semináře, obchodní jednání, firemní prezentace, tiskové konference, výstavy, kulturní a společenské akce. Svou nabídkou jednacích, banketních a výstavních prostor včetně zajištění doprovodného servisu je největším a nejkomplexnějším poskytovatelem těchto služeb na českém trhu. Disponuje 20 sály a 50 salonky s kapacitou od 12 do 2764 osob a 13 000 m<sup>2</sup> výstavních prostor.

# Na dvě stě jednání v rámci českého předsednictví Evropské unii

**?** Rozhovor s generálním ředitelem Kongresového centra Praha Ing. Michalem Kárníkem jsem začal konstatováním, že se Česko připravuje na předsednictví v Evropské unii a že předpokládám, že se v jeho rámci bude v Kongresovém centru odehrávat spousta unijních jednání.

**!** Zatím máme s Úřadem vlády podepsáno asi šest smluv a připravujeme další, protože se i některé další akce přesouvají z regionů do Prahy. Pro účely předsednictví jsme na osm měsíců pronajali celý střední jižní trakt. V tomto sektoru Kongresového centra by mělo proběhnout zhruba dvě stě dílčích jednání, zasedání pracovních skupin, komisí apod. Do společenské části našeho objektu je naplánováno pět nebo šest jednání na ministerské úrovni. Mimo to počítáme ještě s dalšími akcemi jak na oficiální, tak neoficiální úrovni. Ale nesoustředujeme se pouze na Unii. Současně proběhne i řada kongresů a dalších akcí, které hostujeme pravidelně.

**?** V Kongresovém centru Praha se konají mezinárodní akce, kongresy a konference téměř neustále. Nicméně až takto časově dlouhý a masivní nápor cizinců pravděpodobně zažijete poprvé. Jak jej budete personálně a zejména jazykově zvládat?

**!** Jsem přesvědčen, že bez problémů. Naši zaměstnanci se intenzivně zdokonalují nejen v angličtině, němčině, španělštině, francouzštině, ale i v ruštině v rámci jazykových kurzů, které u nás probíhají již třetím rokem. Součástí tohoto projektu, který je financován z grantu poskytnutého Magistrátem hl. m. Prahy, je

i školení profesionálního vystupování, počítačové gramotnosti a marketingových dovedností. A od našich partnerů, kteří u nás budou v době českého předsednictví zajišťovat služby, jako je catering, kongresová technika a ostraha, máme příslib, že budou rovněž disponovat jazykově vybaveným personálem.



Zleva: předseda představenstva Kongresového centra Praha, a.s. Ing. Jan Bürgermeister, generální ředitel Kongresového centra Praha, a.s. Ing. Michal Kárník a ředitel Holiday Inn Prague Congress Centre JUDr. Jan Filip.

**?** Zátíší Catering Group je řazena do elity českých cateringových společností. Obdobně, i když v jiných oblastech činnosti, je tomu u firem ProMoPro a SBA Expert, jež jsou dalšími dlouhodobými smluvními partnery Kongresového centra Praha.

**!** Naše vzájemná spolupráce je na špičkové úrovni. Se Zátíším spolupracujeme od roku 2004, kdy jsme podepsali dlouhodobou smlouvu. Totéž je možné konstatovat u bezpečnost-

ní agentury SBA Expert i u firmy, která tu komplexně pečuje o audiovizuální techniku a její provoz. S ProMoPro jsme partnerskou smlouvu podepsali sice teprve loni na jaře, spolupracujeme s nimi však už podstatně déle. Např. i při zabezpečení nejprestižnějších událostí, které se u nás konaly, při zajištění výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v roce 2000 nebo při summitu NATO v roce 2002. Podpisem smlouvy jsme naši dlouhodobou spolupráci jen prohloubili a utužili. Díky tomu jsme klientům plně schopni garantovat kompletní špičkový servis technického zabezpečení jejich akcí.

**?** Kam kráčí kongresový byznys?

**!** Mám pocit, že nekráčí, ale sprintuje. Nabírá vyšší a vyšší obrátky. Moderní informační technologie podstatně zjednodušují komunikaci a poskytují nové a nové zajímavé možnosti. Velmi oblíbenou formou komunikace se bezesporu staly videokonference. Mohou-li se však lidé osobně setkat tváří v tvář, je to pro ně, pro organizátory, sponzory i vystavovatele velmi atraktivní, a kongresové akce jsou proto stále větší a větší. Pro nás z tohoto trendu vyplývá, že nám náš objekt začíná být trošinku malý. Uvažujeme proto o rozšíření zejména výstavních prostor. Samozřejmě, že se nejdříve musíme vyrovnat se závazky z minulosti. Pokud by se ale zadařilo, neváhali bychom ani chvíli. Návrh investice do dostavby výstavních prostor, které velké kongresy (obzvláště farmaceutické) potřebují, máme spočítanu na dobu čtyř až šesti let. ■

[www.kcp.cz](http://www.kcp.cz)



**KONGRESOVÉ CENTRUM  
PRAHA**

# American Express Groups & Events

**Společnost American Express,** byla založena v roce 1850. Široká veřejnost ji zná především jako firmu celosvětově působící v oblasti platebních nástrojů – platebních karet a cestovních šeků American Express. Mezi hlavní aktivity American Expressu ale již dlouhá léta patří také Business Travel.

## Business Travel

Ve sféře cestovního ruchu American Express působí již od dvacátých let minulého století a patří k největším společnostem celosvětově zajišťujícím služební cesty firemní klientele. V roce 2007 měl American Express Business Travel na globální úrovni obrát 24,6 miliard dolarů. K obsluze zákazníků využívá vlastních 2200 kanceláří ve 130 zemích světa.

## V České republice

působí od roku 1991. O tři roky později zde zahájil činnost v oblasti Business Travel. Po celou

dobu svého působení na českém trhu patří mezi nejvýznamnější dodavatele těchto služeb. Roku 2001 zde začal poskytovat i servis v oblasti incentivní turistiky, a to prostřednictvím oddělení American Express Groups & Events. Výhoda American Express Groups & Events spočívá v tom, že má lokálně vytvořenou velmi silnou pozici a současně staví na svém postavení v rámci Evropy, kde disponuje více než dvěma sty pracovníky ve dvaceti zemích. A navíc, díky své celosvětové síti, v globálním měřítku čerpá ze synergií mezinárodní spolupráce.

## Groups & Events

Činnost American Express Groups & Events v České republice zabezpečuje vysoce akční flexibilní tým lidí, kteří jsou klientům k dispozici sedm dní v týdnu a čtyřia dvacet hodin denně. Zaměstnanci oddělení American Express Groups & Events

zajišťují prvotřídní služby kdykoli a kdekoli na světě. Realizací Groups & Events vždy předchází důkladná a často i časově náročná příprava.

## Incentiva

Pracovníci incentivního oddělení provádějí činnosti, které svou povahou spadají do kategorie project managementu. Vyberou vhodnou destinaci a navrhnou program tak, aby odpovídal cílům zadavatele a zkontaktují místní dodavatele. Ať již se jedná o společnosti zajišťující transfery, hotely, restaurace nebo průvodce, vždy to jsou prověření partneři poskytující kvalitní služby. Přitom zákazníci American Express Groups & Events mohou využívat služeb všech možných typů dopravců, od malých soukromých letadel až po charterové letecké společnosti, nebo od provozovatelů luxusních limuzín až po autobusové dopravce. Pro některé akce je zajišťováno ubytování v pěťhvězdičkových hotelech, jindy








se spí jednoduše pod stanem ve volné přírodě. Záleží na zákazníkovi, jak chce akci koncipovat a pro koho je určena.

### Realizace akcí

vždy odpovídají zadání, a to nejenom tematicky, ale i jejich stanovenému rozpočtu. Snahou American Express Groups & Events není jen zajistit prvotřídní akci, na kterou pak účastníci dlouho rádi vzpomínají, ale také se postarat o to, aby za její realizaci zákazník nezaplatil víc, než je zapotřebí. American Express Groups & Events tím firemní klientele pomáhá dosahovat významných úspor. Zajišťuje pro ni výhodné tarify a obecně, prostřednictvím domluvy výhodných podmínek a správným výběrem koncových dodavatelů, docíluje toho, aby zákazník za své peníze dostal co nejvíc. Řadu služeb předplácí a po



realizaci zákazníkům vystavuje přehledné konsolidované výúčtování. Tím jeho práce na akci zdaleka nekončí. Klientovi zpravidla poskytujeme asistenci přímo na místě, a to prostřednictvím českých zaměstnanců American Expressu nebo partnerů. Poté, co se účastníci vrátí z akce, zajišťuje zpětnou vazbu. Průzkumem spokojenosti zjišťuje, co se zákazníkům líbilo, s čím byli spokojeni a co by se mělo v budoucnu vylepšit.

### Místa realizací

Akce jsou pořádány v České republice i v zahraničí. V České republice American Express Groups & Events nejčastěji zajišťuje konference. Organizuje team buildingové firemní programy,



promo akce, dětské dny. V zahraničí jde zpravidla o zajištění účasti na konferencích, incentivní akce a tematické zájezdy. Mezi nejatraktivnější realizace z hlediska destinací lze počítat incentivní programy v Nepálu či Tibetu, africké safari nebo třeba plavby lodí po Amazonce. Možnosti i akční rádius American Expressu jsou téměř neomezené.



### Klientela

Klienty oddělení Groups & Events jsou společnosti všech typů a velikostí. Od firem s lokální působností až po velké nadnárodní korporace. Patří sem např. někteří telefonní operátoři, dopravní společnosti, farmaceutické firmy, profesní svazy nebo i výrobní závody, a také náročná individuální klientela. American Express Groups & Events zajišťuje veškeré typy akcí od prostých registrací na kongresy s doprovodnými službami až třeba po organizaci galavečeří pro stovky hostů. Patří sem i incentivní zájezdy, organizace promo akcí, team buildingové aktivity apod. I přes vysokou konkurenci v této oblasti služeb a stále se zvyšující požadavky zákazníků na kva-

litu a cenu pořádaných akcí, American Express Groups & Events získává další a další stále zákazníky. Službami v oblasti Groups & Events tak úspěšně doplňuje hlavní cestovní produkt společnosti American Express, kterým je management služebních cest. ■

Jan Čáp,  
General Manager Business Travel  
for Czech Republic & Slovakia



Jan Čáp

Jan Čáp ve společnosti American Express pracuje od roku 1999. Nastoupil jako obchodní manažer pro Českou republiku. Od roku 2005 pracoval v pozici regionálního obchodního ředitele pro oblast východní Evropy, zahrnující

Českou republiku, Slovensko, Maďarsko a Polsko. Od podzimu loňského roku zastává pozici General Managera Business Travel pro Českou republiku a Slovensko.



*O tom, že Plzeňský kraj a město Plzeň naplno otevřely brány kongresové turistice svědčí i poděkování prezidenta SNET Thierry Schidlera a ohlasy francouzských účastníků kongresu.*

**N**a konci března hostil Plzeňský kraj a město Plzeň 13. ročník kongresu SNET (Syndicat National des Entreprises de Tourisme). Syndikát, který sdružuje na dvě stě cestovních kanceláří a autodopravců z Francie, každoročně v zahraničí pořádá prestižní kongres pod názvem „Printemps de l'autocar“. Umožňuje tak svým členům spojit jednání s poznáním destinace. Pro rok 2008 byla místem konání vybrána Česká republika. V Plzeňském kraji a městě Plzni se odehrávala pracovní část kongresu, workshop s českými subjekty i poznávací program. Kongresu se také zúčastnili představitelé partnerských organizací SNETu z kanadského Quebecu „Association des propriétaires d'Autobus du Québec“ a z Belgie „Fédération Belge des exploitants d'Autobus et d'Autocars et des Organisateurs de Voyages“. Záštitu nad akcí převzal CzechTourism. „Velmi si vážíme toho, že větší část tohoto významného kongresu byla přesunuta z Prahy právě k nám do Plzeňského kraje,“ prohlásila náměstkyně hejtmana Plzeňského

## Syndicat National des Entreprises de Tourisme v Plzeňském kraji

kraje pro cestovní ruch, marketing a neziskové organizace paní Mgr. Olga Kalčíková **3**.

Účastníci kongresu si prohlédli historické centrum Plzně **10** a absolvovali exkurzi v Plzeňském Prazdroji **5** **7**. Workshop s českými incomingovými agenturami, hotely atd. se pak uskutečnil v jeho návštěvnickém centru **1**. Večer v reprezentativních prostorách Prazdroje účastníky oslovili náměstek ministra pro místní rozvoj Ing. Jiří Vačkář, náměstkyně hejtmana Plzeňského kraje Mgr. Olga Kalčíková, náměstkyně plzeňského primátora JUDr. Marcela Krejsová, prezident SNET pan Thierry Schidler a ředitel CzechTourism Ing. Rostislav Vondruška. V programovém bloku vystoupilo folklórní sdružení Mladina **6**.

Druhý kongresový den se odehrával v hotelu Marriott **4** a v prostorách Měšťanské Besedy **9**. Hlavními tématy byly legislativa v autokarové dopravě a udržení konkurenceschopnosti autokarových zájezdů v souvislosti s rozmachem letecké dopravy. Jako mimořádně nápadité Francouzi ocenili prezentaci Plzeňského kraje v brilantní francouzštině v podání vedou-

cího Odboru cestovního ruchu a propagace Krajského úřadu Plzeňského kraje Ing. Tomáše Kotory **8**. V obdobném duchu byla přijata i prezentace statutárního města Plzně Mgr. Jany Komišové, vedoucí Odboru prezentace a marketingu Magistrátu města Plzně.

Odpoledne účastníci kongresu navštívili BOHEMIA SEKT, a.s. **2**. Hosté ze země, jež dala světu šumivá vína, v návštěvnickém centru vyslechli výklad o historii a současnosti výroby sektů ve Starém Plzenci, seznámili se s výrobou a prochutnali produkci našeho největšího výrobce šumivých vín. Ten den ještě navštívili unikátní výstavu Pavla Brunclíka „Geometrie nahoty“. Návštěvou premiéry opery Leoše Janáčka „Její pastorkyňa“ ve Velkém divadle Josefa Kajetána Tyla v Plzni byl oficiální program kongresu SNET v Plzeňském kraji zakončen. ■

[www.autocarsdefrance.com](http://www.autocarsdefrance.com)

[www.plzensky-kraj.cz](http://www.plzensky-kraj.cz)

[www.turisturaj.cz](http://www.turisturaj.cz)

[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)



# Stavební veletrhy Brno 2008



2

3



4



5



6



7



8



9



10



peným oborem veletrhů IBF a SHK byly stavební stroje, které prezentovalo 162 firem. Jedinečné prostředí v pavilonu B bylo vytvořeno pro projekt Urbis Invest, kde byly propojeny prezentace top stavebních firem, investičních příležitostí a developerů. Mimořádnému zájmu se těšilo 13. mezinárodní sympozium Mosty a Kongres starostů měst a obcí, který se zabýval otázkou financování sídel a legislativou odpadového hospodářství. Hejtmani českých a předsedové slovenských krajů na Urbis Investu podepsali deklaraci o tom, že je třeba výstavby a dostavby dopravní infrastruktury v obou zemích. Nebývalý zájem byl o přednášky světově proslulého holandského architekta René van Zuuka a francouzského odborníka na školství Jeana Michelina. V průběhu veletrhů se uskutečnila řada soutěží učňů a v rámci galavečera byly předány Zlaté medaile. ■

[www.bvv.cz](http://www.bvv.cz)



# Pětihvězdičkový Imperial hostil Exportní klub Ligy pro cestovní ruch

**O** tom, že business travel a MICE jsou nejen ve službách zahraničního obchodu, ale že jsou jeho součástí, a také o dalších byznysech si přišli povídat účastníci další z Koktejl party Ligy pro cestovní ruch. V duchu dominujících témat šestého vydání Všudybylu ji pod křídly Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch za účasti obchodního rady Ruské federace Dr. Georgije Sarišviliho 30. dubna 2008 pořádaly společnosti Shell Czech Republic a.s., SBA Expert, a.s. a pražský hotel Imperial s partnery. Tomu odpovídala skladba účastníků, v níž převažoval top management výrobních a obchodních firem. Vynikající byla nejen společnost, ale i catering Imperialu podpořený Pivovarem Poutník Pelhřimov, Vinařstvím Petr Skoupil a společnos-

tí Maso Planá, a.s. Téměř každý využil možnost prohlédnout si exkluzivní prostory pětihvězdičkového Imperialu včetně relaxační a ubytovací části. A protože se party konala na čarodějnice, tak se i věštilo a čarovalo. ■

[www.hotel-imperial.cz](http://www.hotel-imperial.cz)

[www.shell.cz](http://www.shell.cz)

[www.masoplanana.cz](http://www.masoplanana.cz)

[www.pivovarpoutnik.cz](http://www.pivovarpoutnik.cz)

[www.skoupil.com](http://www.skoupil.com)

[www.amber.cz](http://www.amber.cz)

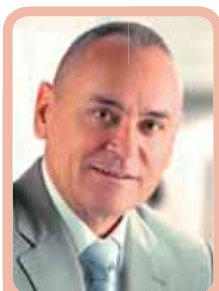
[www.sbaexpert.cz](http://www.sbaexpert.cz)

[www.izdinska-vesteni.com](http://www.izdinska-vesteni.com)





# Co nejdřív na euro



Ing. Mojmír Čapka

**?** Opět jsem v rodném Táboře, abych navštívil předsedu představenstva akciové společnosti Brisk Tábor Ing. Mojmíra Čapku. Před jeho

továrnou vlají vlajky ne nepodobné vlajčkám někdejší Jiskry, které jsme jako děti dostávaly při motokrosových závodech v okolí Sezimova Ústí.

**!** Od těch dob, doktore, uplynulo mnoho let. Od roku 1992 to není Jiskra, ale Brisk Tábor, a.s. A co se týče sportovních záležitostí, Brisk navázal na její historii včetně šestidenních. A nejen v motocyklových sportech, ale i u motokár, automobilových závodů, např. Le Mans, lodních a leteckých včetně alternativních poho-

na svíčkách, ale i na snímačích otáček a technické keramiky pracují, kteří je vymýšlejí a vyvíjejí, to bere jako poslání.

**?** Brisk Tábor vyváží více než do sedmdesáti zemí světa.

**!** 90 % produkce. Polovinu na Východ, polovinu na Západ. A k tomu máme 30 % českého trhu. Mí kolegové, pracovníci nejen v prodeji, ale i ve vývoji a z technických úseků, hodně cestují. Jsou v přímém styku s odběrateli. V průběhu roku se účastní kongresových akcí, výstav i veletrhů. Ty se netýkají pouze motorů a automobilového průmyslu, ale i kotlů, pro něž vyvíjíme a dodáváme zapalovací elektrody. Účastní se nejen akcí, na nichž figuruje Brisk Tábor, ale i dodavatelé technologií a materiálů. V řadě zemí máme vlastní zastoupení, ať už je to Ruská federace, USA, Jižní Amerika atd.



nů. Co se týče barev Brisku, oproti dřívějšíku jsme víc agresivní. Máme červenočerné. Náš design a výstavní expozice získávají v Brně, Moskvě, Frankfurtu, v Paříži, Sao Paulu a i na dalších veletrzích čelná, často první místa.

**?** Že se čas od času v Táboře narodí někdo geniální, toho jsou důkazem i mí kamarádi. O manažerských schopnostech lidí také netřeba ve světě podnikání přesvědčovat. Zázrak vašich zapalovacích svíček spočívá v tom, že patří ke světové špičce. Čím to, že v Táboře?

**!** Tak tohle mystérium je záležitostí invence a lásky konstruktérů a vývojářů. Historie výroby sahá do roku 1935, kdy v Táboře poprvé, a v Československu vůbec, vznikla první zapalovací svíčka. V Táboře se přenáší odbornost z generace na generaci. Většina lidí, kteří u nás



## BRISK®

**?** O tom, že je český průmysl cestovního ruchu více než z poloviny zahraničním obchodem, svědčí, jak moc jej sužuje zpevňující koruna.

**!** Nás samozřejmě také. A všechny exportéry. Řada lidí vítá, že díky tvrdé koruně bude mít o nějakou tu tisícovku levnější zahraniční dovozenou. Bohužel si neuvědomuje, že díky ní krok za krokem přichází o sociální jistoty a stabilitu zaměstnání, protože české fabriky průběžně ztrácí vysoké finanční částky. Určitě by to chtělo vysvětlovací kampaň, a nejen vůči řadovým obyvatelům, a co nejdřív přejít na euro. ■

[www.brisk.biz](http://www.brisk.biz)

BRISK Tábor a.s. je ryze českou firmou navazující na úspěchy značek BRITA (r.1935), CÍL a PAL státního podniku Jiskra. Vyváží do více než 70 zemí světa. Roční podíl exportu dosahuje téměř 90 %. Jedná se především o zapalovací svíčky. Ty jsou rozděleny do řad CLASSIC, SUPER, EXTRA, SILVER, PLATIN, PREMIUM podle použití (běžné, LPG/CNG, tuning, racing) a životnosti 30 000 až 160 000 km a řady A-line, s možností osazení 97 % automobilového parku, která je vylepšená legováním elektrod ytrem, přinášejícím zvýšenou životnost, a je doplněná číselnými kódy pro lepší zapamatování si typu výrobku. Kromě náhradní spotřeby jde hlavně o dodávky do prvovýrob firem Škoda, VW, Volvo, Audi, Avia, Tatra, Husqvarna, Seat, Stihl, Oregon, Zetor, ZMZ, Avtovaz, Lamborghini, Andoria, TM, AMA, Active, Eberspächer, Hirth, Limbach aj.

Výrobní program žhavicích svíček je zaměřen zejména na nejnáročnější typy diesellových motorů osobních a dodávkových vozů, pod názvem BRISK EXCLUSIVE, s životností 160 000 km. Tato řada splňuje nejnáročnější požadavky na komfort obsluhy vozidla, snížení škodlivých emisí a zatížení elektrické napájecí soustavy vozidla. Žhavidla jsou vyráběna v různých zástavbových rozměrech, se závitovým čepem již od M8x1,00. S různými průměry žhavicích tyčinek, od 4 mm, a extrémně zkrácenou dobou nažhavení od 3 sekund. Do tohoto výrobního programu patří i speciální žhavicí a jiskrožhavicí svíčky a ohřívače vzduchu, určené pro motory nákladních automobilů, autobusů a traktorů. Pro ně jsou určeny i žhavicí svíčky spirálové nebo tyčinkové, osazované do nezávislých topení.

Divize autoelektroniky se zaměřuje na vývoj a výrobu snímačů pro automobilový průmysl. Tyto jsou aplikovány na výrobních linkách firem ŠKODA Auto a.s., VOLKSWAGEN A.G. a jeho koncernovými automobilkami a také největším světovým výrobcem nákladních automobilů, švédským koncernem VOLVO AB. Pod jeho křídla patří i americký MACK a francouzský RENAULT V.I. Dlouholeté poznatky BRISKu umožňují vyrábět celou škálu snímačů s různorodým použitím. Jedná se především o snímače ABS zadní nápravy, snímače vačky, snímače klikového hřídele, snímače hladiny kapaliny, snímače otáček turbodmychadla a snímače tlaku.

Významnou součástí jeho produktové řady tvoří zapalovací elektrody a ionizační sondy pro hořáky plynových spotřebičů, i součástky z technické keramiky, mezi něž patří textilní vodiče, kapiláry a trubice, laboratorní keramika, dílce pro elektrotechniku, keramické hubice pro sváření, otěruvzdorná keramika, mlecí tělesa a vyzdívkové tvárnice. Výrobní proces BRISKu Tábor a.s. je certifikován dle norem systému jakosti ISO 9001:2000, s technickými specifikacemi pro dodávky do sériové výroby v automobilovém průmyslu ISO/TS 16949:2002. Samozřejmostí procesu je ochrana životního prostředí, kontrolovaná normou ISO 14001:2005.



# Když na kongres, tak do Thermalu!

## Thermal – specialista v kongresové a incentivní turistice

Velkými změnami prochází v současné době karlovarský hotel Thermal. Jednou z hlavních novinek uplynulého roku byla modernizace lázeňských zařízení v hotelu, hotelové haly a Lobby Baru „Bon Café“. Nyní probíhá dokončení realizace exekutivních pater, které by měly nabídnout odpovídající služby té skupině hostů, která preferuje Thermal, ale doposud postrádala vyšší kvalitu služeb než hotel standardně poskytuje. Důkazem o stoupající kvalitě Thermalu je i ocenění udělené pro Spa hotel Thermal jako pro jedinou organizaci v České republice – prestižní cena International Award for Tourists, Hotel and Catering Industry 2007, kterou každoročně uděluje

celostátního významu, jako je vyhlášení Zlaté hokejky, Zahájení lázeňské sezony nebo slavnostní večer světově známého Mezinárodního filmového festivalu. Rekonstrukce Velkého sálu bude zahrnovat kompletní výměnu sedadel, nové rozvody elektroinstalace a moderní audio a video techniku. Technické i interiérové vybavení je pečlivě vybíráno podle nejnovějších poznatků v ergonomii a akustice. Tato rozsáhlá rekonstrukce si vyžádá šest milionů korun jen na nákup nových sedadel, a posune tak hotel Thermal na pozici největšího a nejvybavenějšího kongresového centra na západ od Prahy. Změnou prochází i Malý sál hotelu Thermal a Kongresový sál, kde se celoplošně mění nábytek a technické vybavení. Největší kongresová kapacita v západních Čechách se tak stane místem obchodních setkání, nejen obchodních, usilujících o co největší



komfort svých návštěvníků a vysokou úroveň při zajišťování konferencí.

Není od věci připomenout, že účelová architektura 70. let je v současné moderní architektuře znovu „in“. Díky vysoce odborné a nákladné péči managementu hotelu o stylovou čistotu, na kterou se pamatuje i při letošních renovacích jednotlivých částí hotelu, je Thermal dodnes řazen mezi středoevropské architektonické unikáty.

V měsíci dubnu letošního roku uspořádal Thermal k příležitosti otevření hypermarketu Globus v Karlových Varech unikátní slavnostní raut. A že to byla akce nešedního rázu, svědčí i fakt, že v rámci oslav Globusu navštívilo kongresové centrum pět set lidí, pro které hotel Thermal připravil nejen pestrý doprovodný program, ale i gastronomický festival na Kongresové hale s přehlídkou tvorby hotelových kuchařů, kteří před zraky hostů předváděli svoje výrobky a jejich technologický postup. V prostoru přilehlého Kongresového sálu měli účastníci možnost

si zatančit a na terase ochutnávali speciality na grilu. Akce se setkala s velmi pozitivním ohlasem, a potvrdila tak profesionalitu Thermalu v pořádání akcí nejrůznějšího typu. Zájem o unikátní kongresové prostory jeví i zahraniční subjekty, jako je renomovaná německá společnost, pro kterou na podzim 2008 uspořádá hotel konferenci pro tisíc osob z okruhu jejich



asociace Trade Leader's Club.

V další fázi modernizace plánuje management hotelu v čele s generálním ředitelem Josefem Neufusem výstavbu balnea se šestnácti novými vodními procedurami. „Naším hostům tak odpadne nepřijemné docházení za procedurami do okolních lázeňských zařízení a pro hotel to bude ekonomičtější řešení“, říká generální ředitel s tím, že další velké investice se plánují již v létě 2008. Do realizace nového balnea plánuje Thermal investici v řádu milionů korun, a stane se tak jedním z nejmodernějších lázeňských komplexů v Karlových Varech.

Nyní se vedení hotelu Thermal soustředí na rekonstrukci Kongresového centra včetně Velkého sálu, kde se každoročně pořádají nejvýznamnější akce Západočeského kraje, ale i



obchodních partnerů. Na této akci si tak Thermal zároveň prověří schopnost efektivní spolupráce s ostatními členy KAKTu (Karlovarské asociace kongresové turistiky).

Hotel Thermal je také členem nadace The Business Leaders Forum, která sdružuje české firmy za účelem dodržování etiky v praxi, a přispívá tak co nejvíce ku prospěchu občanské společnosti. Další známkou kvality je i obdržení certifikátu ČSN EN ISO 9001:2001 v loňském roce za stálé udržování systému managementu jakosti v procesech poskytování lázeňských rekondičních a rehabilitačních služeb včetně ubytování a stravování. ■

[www.thermal.cz](http://www.thermal.cz)

foto: Zdeněk Kopecký (Thermal)



# Aby prádlo, ve kterém stráví podstatnou část svého pobytu, bylo co nejkvalitnější

**?** Přiznávám, že než jsem dojel do Broumova, tak trochu jsem Vebu podceňoval, protože jsem se domníval, že celý český textilní průmysl prožívá hluboký útlum. Když totiž projíždím podhůřím Krkonoš, ale i Jizerských a Orlických hor, je to smutek. Smutek opuštěných a svými managementy zrazených textílek. V této souvislosti mi přichází na mysl sentence Antoine de Saint-Exupéryho o stromu na okraji pouště, který umřel, ne ale proto, že by uhořel v žilivější písečné bouři, větší sucha, vedra či mrazy (těch totiž za svůj život přestál nesčetně), ale protože to vzdal – přestal vzdorovat. Konkurence ve světě? Během těch více než sto padesáti let existence textilky v Broumově je čím dál tím víc stejně neúprosná, avšak současná VEBA, textilní závody a.s. s miliardovými obraty vzkvétá, dává práci spoustě lidí a vyváží tradiční české zboží. Jak to? Tak na to jsem se zeptal členky dozorčí rady a obchodní ředitelky zřejmě největší a nejúspěšnější české textilky Miluše Houskové a jejích kolegů, vedoucí odboru

řízení jakosti Šárky Nadrchalové, Žofie Smetanové z operativního marketingu a Ivana Konečného z oddělení prodeje ČR.

**!** Podnikáme v oboru, který je velmi komplikovaný, protože konkurence je obrovská. Díky naší strategii a firemní filozofii prosazované už v minulosti (protože jsme se trvale snažili dívat dopředu) jsme se vydali cestou, která nás odlišuje. Vždy jsme usilovali o to, abychom v něčem byli lepší než ti ostatní. Aby nás museli dohánět, a ne abychom se s nimi přetahovali. V minulosti jsme proto přistoupili nejen k výrobě, ale i úpravě superšifí. Dodnes jsme v rámci republiky jediní, kteří jsou schopni upravovat šíři tři metry. Zůstali jsme věrni své tradici žakárského vzorování a náročných technologií. Vydali jsme se cestou ne jednoduchou, protože jsou období, kdy kvalitní žakáry ustupují na úkor levnějších technologií, jako jsou tisky, krepky apod. Zákazníci se ale sami přesvědčují o jiné úrovni jakosti. Pokud se totiž na něčem párkrát spálí, takto poučení se rádi vrací k tradičnímu kvalitnímu. V rámci našeho portfolia klasických

VEBA patří k největším a nejvyšším výrobcům žakárských bavlněných textilií v Evropě. Zaměřuje se na produkci bytového a oděvního sortimentu. Zaměstnává 1330 lidí. Umožňuje zhodnocovat jejich um a odbornost. Výrobky VEBA jsou z devadesáti procent určeny na vývoz do mnoha států Evropy, Afriky i Ameriky. Mezi největší trhy v posledních letech patří země západní Afriky. Výhradně pro „černý kontinent“ VEBA vyvinula africký brokát se speciálními úpravami, jehož strmě rostoucí prodeje se na všech současných vývozech společnosti podílejí téměř osmdesáti procenty. Jako jediný bavlnářský podnik u nás i v širším prostoru střední Evropy nabízí žakárské damaškové ložní a stolní prádlo od šíře 130 cm až do šíře 290 cm. Ložní soupravy King Size a Queen Size dodává v kvalitách charakterizovaných nejvyššími materiálovými a konstrukčními parametry. Na přání zákazníků provádí speciální úpravy textilií, jako je nežehlivá úprava pro lůžkoviny, nešpinivá a vodoodpudivá pro ubrusoviny nebo antimikrobiální pro froté.

## Vebeba

Umí zpracovávat unikátní dezény a efekty, které třeba u froté zboží nikdo jiný při tkaní nedokáže. V České republice pouze VEBA disponuje technologií na mokrou úpravu froté zboží, která dává ručníkům větší jemnost a současně zajišťuje vyšší savost. Zvláštním segmentem je nabídka pro hotelový průmysl a veřejnou terciární sféru, a to v celém komplexu froté zboží, ložního i stolního prádla s garancemi kvality, dlouhé životnosti, stálobarevnosti i při praní v prostředcích obsahujících chlór.

Kvalitní zboží ze společnosti VEBA znají nejen africké a asijské celebrity, ale i newyorské butiky.



sortimentů však jdeme dál. Orientujeme se na to, co ne každý umí (a současně rozvíjíme sortiment, který až tak nesouvisí s domácím trhem, ale lze jej využít pro české butiky a módní salony), na africký brokát, který je dnes nejdynamičtěji se rozvíjejícím produktem naší společnosti. Jsou to speciální technologie, know-how, ať už v tkalcovské práci a zejména ve speciálních úpravách a vzhledu, kde je VEBA v přední linii. Díky tomu jsme schopni eliminovat případné výkyvy poptávky u ostatních sortimentů.

**?** Při orientaci řady zákazníků na šunt bez atestů a českým státem nepostihovaným pololegálním importům je to určitě rozumnější než vést cenovou válku s producenty levného textilu.

**!** V segmentu hotelnictví a lázeňství vnímáme dva typy zájmu zákazníka. Jeden je s to nakoupit co nejlacinější zboží, protože to údajně jeho hostům stačí. Druhý jde cestou kvality a svůj podnik jako kvalitní vybavuje komfortním zbožím, aby se u něj host cítil co nejlépe. Aby prádlo, ve kterém stráví podstatnou část svého pobytu, bylo co nejlepší. Pro tyto zákaznické typy jsme tu my.

**?** Produkce kvalitních, a ve vašem případě se nebojím použít termínu až luxusních textilií, sice není jednoduchou cestou k úspěchu, avšak kvalitu lze jen těžko dlouhodobě předstírat. A pokud, tak do opakovaného vyprání.

**!** Určitě to není laciná cesta. Jsme ale přesvědčeni o tom, že jediné vysoká kvalita má budoucnost. Nekvalitu dokáže každý, byť to zrovna nemusí být cílem jeho snažení. Naším programem je neslevit z tradice a trvale si budovat image spolehlivého partnera, který je vždy schopen nabídnout něco víc nejen z pohledu vlastností výrobku, ale i kreativity našich vývojářů, designérů a následného servisu.

**?** Africký brokát je, když...

**!** Africký brokát, to je něco diametrálně odlišného. Jsou to materiály, které jsou s velkou oblibou používány na černém kontinentě k odívání. Je to unikátní žakárský výrobek založený na extrémně hustě dostavené bavlněné tkanině z nejjemnějších přízí z egyptských bavln. Součástí úspěšného výrobního know-how společnosti Veba jsou originální africké motivy, specifické vazby a zejména speciální úpravy, které rozhodují o úspěchu a postavení brokátu z Broumova na trhu. Tyto náročné technologie nás posouvají dál i v klasickém sortimentu. Takže některé aplikace, ať už to jsou příze nebo dezény nebo barevnosti, postupně uplatňujeme i do klasických řad, což je damašek na ložní i stolní prádlo a nebo froté sortiment – ručníky, osušky, župany apod. Speciální program máme i pro hotelový segment.

**?** Vašimi zákazníky jsou nejen hotely, penziony, ale ve velké míře i nemocnice, zařízení pro seniory aj. Všude tam je třeba dbát na to, aby prádlo obstálo při náročných opakova-



ných pracích cyklech.

**!** Požadavky na údržbu ložního, koupelnového prádla a kuchyňských textilií vnímáme velmi pozorně. Máme vlastní zkušebnu příze a tkanin, spolupracujeme s průmyslovými prádelnami a vyřikáváme si, jaké parametry musí výrobek splňovat, aby byl opakovaně schopen obstát při údržbě. U ložního a stolního prádla totiž velkou položkou bývá cena za údržbu. Vnímáme, že výrobky sice musí být odlehčené, ale že musí dosahovat vysoké pevnosti, aby vydržely náročný proces mnohočetné opakovaného praní.



V brzké době budeme schopni u našich výrobků garantovat označení „Professional“. Výrobky určené pro terciární sféru jsou testovány ve velkoprádelně, která pere dvanáct až patnáct tun prádla denně.

**?** Když už jste zmínili hotelový program. Ve vašem předváděcím centru mne výrazně zaujaly vyvzorované trendové ložní a stolní soupravy, koupelnové a saunové sety.



**!** VEBA má vlastní vývojové pracoviště a oddělení návrhářů, jež sledují světové trendy jak v barevnosti, tak vzorování. Pravidelně navštěvují renomované oborové veletrhy v Itálii a ve Francii, kde čerpají inspiraci. Každoročně se společnost VEBA účastní prestižních zahraničních i tuzemských veletrhů a představuje svou novou luxusní trendovou kolekci damaškových a froté výrobků. V letošním roce to byl set Romantik, inspirovaný historickou ornamentikou, u něhož jsme zvolili barevnost hnědou a fialkovou. Dalším je set Tremolo s motivem rozechvělé linky v rytmickém střídání s klidnými plochami hladkého atlasu v neutrální šedé a chladných odstínech modré a fialkové růžové. Součástí tohoto setu je ložní prádlo s aplikací nežehlivé úpravy prezentované pod značkou GEON Easy Care Collection. Vysoce luxusní sortiment prezentuje společnost VEBA pod značkou CAREZZA, což je nová registrovaná obchodní značka právě pro vysoce jakostní zboží. Velmi atraktivní jsou ale i trendové kolekce „Go-In“ pro mladé nebo set „Sauna“ pro spa & wellness. Každoročně nabídku vzorování směřujeme i pro sezonní záležitosti, jako jsou vánoce, jaro apod. Vydáváme katalogy, kde jsou prezentovány speciálně vyvíjené a vyvzorované výrobky. Produkujeme všechny sortimenty ložního, stolního, kuchyňského a koupelnového prádla včetně předložek.

Reagujeme ale i na stesky spotřebitelů, kteří z důvodu údržby upřednostňují krep. Snadnou údržbu se tedy snažíme připravovat nejen pro domácnostní sektor, ale aplikujeme ji i u některých šarží pro hotelový sektor. Máme designérské pracoviště, kde je třicet pracovníků vzorujících dezény a osm návrhářů, kteří pracují na vývoji tkanin, jak co se materiálové struktury týče, tak grafického zpracování. Jsme tak schopni na základě zadání zpracovat zákaznickův námět do konečné podoby včetně toho, že může definovat, jaké materiály by se měly použít. Předložit skicu, po jejím schválení realizovat výrobu.

**?** V Česku nejenže platí normy Evropské unie, ale začínají se uplatňovat evropské zvyklosti. Zejména u špičkových hotelů je v kurzu co nejvyšší míra bezpečnosti. Ve svých interiérech proto aplikují textilie z tzv. nehořlavých přízí, striktně vyžadují zdravotní nezávadnost atd.

**!** Veškeré naše výrobky jsou zdravotně nezávadné. Jsou testovány nezávislou zkušebnou. Více než devadesát procent jich je vhodných pro děti do tří let. Jsou testovány na přítomnost škodlivin jako jsou formaldehyd, těžké kovy. Máme certifikát ISO 9001:2000, jsme držitelé licence SOTEX s právem využívat značku „ZARUČENÁ KVALITA“ a certifikátu ISO 14001:2004, takže se šetrně chováme i k životnímu prostředí. Bereme to tak, že je to podmínka nutná, nikoliv postačující, na což slyší řada zákazníků včetně těch z řad státní sféry. ■

[www.veba.cz](http://www.veba.cz)

O mnohé věci se nepokoušíme ne proto, že jsou těžké, ale těžké jsou proto, že se o ně nepokoušíme.

Lucius Annaeus Seneca 5–65



# Clarion Congress Hotel Prague

## splňuje očekávání náročného kongresového klienta

**S**tejný Senekův citát, kterým zahajují své povídání s generálním ředitelem Clarion Congress Hotelu Prague\*\*\*\*, panem Romanem Vacho, uvozoval mou rozmluvu s arcibiskupem pražským a primasem českým Miloslavem kardinálem Vlčkem (viz [www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz), heslo pro fulltextový vyhledávač: „Když dělám dobro, obdarovávám“). Vybavil se mi ale nejen proto, že pan kardinál ve zmiňovaném interview poznamenal: „...prezident Národní federace hotelů a restaurací České republiky pan Roman



Roman Vacho

Vacho konstatuje vysokou podzaměstnanost v podmínkách České republiky v oblasti služeb. Obzvláště trstinná je tato skutečnost v regionech disponujících velkým a přitom pramálo využívaným potenciálem přírodních krás, pamětihodností a dalších atraktivit s vysokou mírou nezaměstnanosti. V tomto by se Praha, co se směřování turistů týče, měla s nimi (obdobně jako sv. Mikuláš)

o svůj pomyslný plášť rozdělit.“

**?** Takže pane řediteli, neprotiřekáte si tím, že jste opustil malebný Karlovarský kraj a vrátil se do Prahy?

**!** Odpovím v obdobném duchu, novozákonním biblickým: „Tys řekl, pane.“ Ale jsem opravdu šťastný, že jsem dostal příležitost přijmout tuto výzvu a podílet se na uvedení do života a rozchození až tak nádherného dítěte. Clarion Congress Hotel Prague je po osmácti letech jedno z největších hotelových kongresových zařízení, jež bylo v Praze postaveno. Je součástí hotelového řetězce CPI Hotles, a.s. Tento jeden z nejmladších, velmi dynamických hotelových řetězců, začíná ukusovat z pomyslného koláče hotelového a kongresového byznysu nejen v Praze. CPI Hotels svoji činnost velmi správně zaměřuje na spojení hotelových služeb a servisu MICE. Tempo jeho expanze, a to i mimo hlavní město Prahu, je výraz-

### Clarion Congress Hotel Prague\*\*\*\*

skýtá nejvyšší standardy mezinárodní značky Clarion. Nabízí 559 pokojů včetně 25 luxusních apartmá. V sedmém patře je k dispozici hostům v executive pokojích Club Lounge a executive recepce s expresním check-in a check-out.

#### Club Lounge

pro své hosty na executive floor nabízí po celý den nabízí drobné občerstvení a nealkoholické nápoje. Cílem trendy baru je zajistit skvělé zázemí pro odpočinek, nebo naopak přispět k úspěšnému obchodnímu jednání. K dispozici je domácí i zahraniční tisk, PC s vysokorychlostním připojením k internetu a fax.

#### Brasserie Veduta

oslňuje prostorem a denním světlem. Restaurace pojme až 570 hostů a díky variabilnímu charakteru slouží i jako místo pro neformální setkání a semináře. Lze ji rozdělit na menší sektory, a zajistit tak soukromí pro obchodní jednání.

#### Restaurant Gourmet

A la carte Restaurant láká pravé gurmány svou nabídkou mezinárodní kuchyně, v níž se odráží trendy současné moderní gastronomie i vlastní ingredience a postupy kuchařů. Restaurant disponuje 100 místy.



#### Lobby Bar Tempus

bar na konferenčním patře je vhodný pro relax a načerpání inspirace během přestávky mezi jednáními. Umožňuje pozvat přátele či partnery na lehký oběd nebo večeři, dopřát si skleničku skvělého drinku aj.

#### Lobby Bar Chronos

jakoby není ohraničen časem ani prostorem. Je ideálním místem pro obchodní jednání. Jeho centrální poloha navazuje na myšlenku křižovatky hvězdných drah – ústředního motivu Clarion Congress Hotelu Prague.

#### Restaurant Citadela

vznikl v přilehlé tvrzí a pečlivě zachovává rustikální ráz. Vybavení a deko-



race dotvářejí starobylou atmosféru, umocněnou světlem odrážejícím barvu materiálů. Šéfkuchař připraví gastronomickou hostinu podle starých receptů místní kuchyně. Citadela pojme až sto padesát hostů a k posezení nabízí také terasu nebo zimní zahradu. Otevření se chystá na podzim tohoto roku.

### Kongresy, konference, bankety

Clarion Congress Hotel Prague disponuje 4000 m<sup>2</sup> kongresových prostor členěných do 18 salonků a sálů. Kapacita 2500 míst jej řadí mezi největší kongresová střediska v Česku. Vybavení sálů i salonků, kongresové zázemí a servis splňují nejvyšší standardy. Vysokorychlostní připojení, kongresová technika, stejně jako služby a jedinečný design dokládají cílevědomý záměr Clarionu být frekventovaným místem firemních, kongresových a společenských akcí.

### Wellness a fitness centrum I 'M FIT

má rozlohu přes 1200 m<sup>2</sup>. Jeho součástí je relaxační bazén a whirlpool, sauna, bylinná pára, jakuzzi, využít lze klasické i orientální masáže a kardiozónu s profesionálními trenéry.



### Parking

V podzemních garážích je k dispozici 630 parkovacích míst pro osobní automobily a 9 míst pro autobusy.

### Nákupní Galerie Fénix

s Clarion Congress Hotelem Prague je jedním z nejvýznamnějších projektů investorské a developerské skupiny Czech Property Investments. Do Galerie Fénix vede přímý výstup ze stanice metra B Vysočanská. Srdce obchodní pasáže, ve spodní části sedmi-podlažního podlažního komplexu, tvoří supermarket s rozlohou více než 1600 m<sup>2</sup>, prodejny s různorodým sortimentem a službami, kavárny Fabrique a Fénix s wi-fi zdarma, fast-food restaurace, pizzerie aj.



né. Jsem přesvědčen, že CPI Hotels a jeho „brandy“ budou do dvou let v každém z ostatních třinácti krajských měst.

**?** Fungování firem je postaveno na osobnostech, zejména těch v čele.

**!** Úspěch firem, snad kromě té vaší „one man show“, doktore, je založen na týmu lidí, kteří dotýčný projekt, v našem případě hotelový a kongresový komplex, realizují. Je jasné, že v každém funkčním týmu musí být nějaký lídr. Člověk, který mu dává řád. Osobnost lídra, v případě CPI Group předsedy představenstva a generálního ředitele pana Jana Kratiny, je klíčem k úspěchu. Ten vytváří základní podmínky, a já pak následně podmínky týmu Clarion Congress Hotelu Prague. U takovýchto nových projektů a tak mladounkého hotelu, jako je Clarion Congress Hotel Prague, by měl lídr být pro trh zárukou kvality. Ale stejně je to vždy otázkou zvládnutého řemesla a profesionality týmové spolupráce. I když je u nových projektů přínosné, má-li zákazník šanci jít za jménem, za značkou, za tím, s kým má dobrou zkušenost.

**?** V době, kdy spolu hovoříme (3. 4. 2008), v Bukurešti probíhá Summit NATO. Před šesti lety byl v Praze a kongresovou technikou jej zabezpečovala česká firma ProMoPro, jež takovému události zajišťuje po celé Evropě.

**!** ProMoPro je jedna z firem, s níž spolupracuji již od dob, kdy jsem působil v někdejší pražském hotelu Atrium a poté i v Karlových



CONGRESS HOTEL  
PRAGUE

Varecha spolupracuji s ní i zde. Včera jsme tu zrovna zajišťovali akci Microsoftu, kterou opět dělalo ProMoPro. Je to věc vzájemné výhodnosti. ProMoPro je excelentní partner, a tak klienti nemají obavy z úrovně technického zabezpečení svých akcí.

A pokud i ProMoPro dá doporučení: „To je opravdu dobrý hotel, ten vysočanský Clarion,“ výrazně to napomáhá obchodní politice CPI Hotels. Samozřejmě náš hotel spolupracuje i s dalšími profesionálními partnery jako je společnost Mikenopa, kterou standardně svým partnerům doporučujeme.

**?** Vysočanský objekt s Clarion Congress Hotelem Prague je nejen velkým čtyřhvězdičkovým hotelem s 559 pokoji, ale i obchodním a kongresovým komplexem.

**!** Idea investora, provázat několik samostatných projektů, je zajímavá a velmi nosná. Clarion Congress Hotel Prague je disponován nad obrovským nákupním centrem a velkokapacitními podzemními garážemi. V nákupní Galerii Fénix je pětadesát prodejních jednotek s příjemným food courtem, kde je wellness a fitness centrum I 'M FIT. Hotel byl od samého počátku stavěn jako kongresový. Kongresové patro disponuje 4000m<sup>2</sup>, přičemž vše je uzpůsobeno vysokým nárokům kongresové klientely, která má své specifické potřeby a přání. Jsem na sto a jedno procento přesvědčen, že tak, jak byl projekt realizován, splňuje očekávání náročného kongresového klienta. ■

[www.cchp.cz](http://www.cchp.cz)





*Svaz českých a moravských výrobních družstev zastupuje, prosazuje a hájí zájmy členských výrobních družstev. Zajišťuje společnou propagaci a marketing výrobních družstev. Zprostředkovává kontakty s obchodními partnery. Poskytuje široký rozsah poradenských a podnikatelských služeb.*

## Podporovat MICE a uplatnit v něm dodavatelská výrobní družstva

**?** S předsedou Svazu českých a moravských výrobních družstev Janem Wiesnerem se setkáváme v Praze na Slovanském ostrově těsně po vyhlášení výsledků soutěže „Manažer roku 2007“.



Ing. Jan Wiesner

**!** Je to patnáctý ročník jedné z nejregulárnějších soutěží, ve které se hodnotí nejen podle ekonomických výsledků podniků, ale i podle manažerských schopností. Jak si soutěžící dokáže získat lidi. Jak jím řízený podnik pečuje o svoji budoucnost. Jak se

jeho zaměstnanci vzdělávají atd. Příjemné na tom je, že to není přehlídka pouze největších podniků, ale že je zde i kategorie malých a středních podniků. Manažer malého podniku musí leckdy zvládat daleko náročnější úkoly a musí uplatnit daleko více manažerských dovedností než manažer velkého podniku, který na to má tým.

**?** Svaz českých a moravských výrobních družstev je nejen podporovatelem této akce, ale řada top manažerů jeho členských firem už získala ocenění „Manažer roku“.

**!** Ano. Patří mezi ně i Ing. Jiří Majer z Dřevozpracujícího družstva z Lukavce, paní Edita Šimáčková ze Severochemy, družstva pro chemickou výrobu z Liberce, a paní Jana Malá z Moravské ústředny Brno, družstva umělecké výroby. I to je ilustrace toho, že ve svých řadách máme velice schopné manažerky a manažery. U nás to má ještě ta specifika, že ve funkci předsedy nebo místopředsedy, tj. v top managementu, je v rámci našich dvě stě sedmdesát členských družstev zhruba pětasedmdesát žen. To, co se všude jinde nosí, že je absence žen v rozhodovacích pozicích, u nás neplatí.

**?** Kam se od loňska, kdy jsme spolu dělali interview, posunulo české výrobní družstevnictví?

**!** Řada našich členských podniků jde dynamicky dopředu. Je to vidět i na takovýchto soutěžích, kdy v užším výběru pětadesáti nominovaných bylo devět našich reprezentantů. Mnohé z členských firem se stabilizovaly a mají zajištěnou výrobu. Jak objíždím družstva po celé republice, předsedové si stěžují, že by měli ještě více zakázek, ale že nemají další lidi. To je obrovský posun oproti minulosti, kdy byl přebytek pracovních sil a bylo třeba je propouštět, protože nebyly výrobní programy. Dneska spousta našich manažerů našla prostor na trhu a jemu odpovídající výrobní programy. Samozřejmě, že to nelze paušalizovat, protože trh se v rámci globalizace radikálně mění a za půl roku může být jinak. Nicméně dnešní situace napovídá, že si dokázali najít své místo na slunci.

**?** Jste předsedou Sdružení korektního podnikání a předsedou Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a v čelné pozici dalších asociací a komisí včetně celosvětových. Účastníte se kongresů, konferencí apod. To mj. znamená, že takřka neustále cestujete a využíváte služeb z oblasti cestovního ruchu. Jaký význam přikládáte MICE (meetings, incentives, congresses & exhibitions industry)?

**!** Rozvoj této sféry cestovního ruchu je třeba podporovat a najít v ní prostor i pro naše členské firmy nejen z pozice klientů, ale i dodavatelů. Řada našich družstev a jejich výrobních programů se totiž může tzv. chytit v této službové oblasti. Je to velmi efektivní a ekonomicky přínosná oblast, neboť domácí a zejména zahraniční klienti MICE akcí velmi velkoryse utrácejí peníze nejen za služby, ale i za zboží materiální povahy. MICE je jednou z oblastí, kde jsem z titulu svých funkcí jednal o rozvojových programech, pro-

tože tam se mohou naše členské podniky uplatnit. Některé služby a na ně navazující činnosti nejsou na patričné úrovni, a přitom by mohly být ekonomicky velmi lukrativní.

**?** Zřejmě nejpřísnější soutěží ze všech je sám život. A to, že si vás výrobní družstva opětovně zvolila do čela svého Svazu, je i o tom, že během předchozího volebního období byl Svaz českých a moravských výrobních družstev úspěšný.

**!** To ale nezáleželo pouze na mně. Ale hlavně na tom, s jakými lidmi tam mám tu čest spolupracovat. V rámci Svazu se podařilo dát dohromady kvalitní tým, jehož členové pracují zodpovědně, samostatně a chtějí pro náš rezort – výrobní družstevnictví – něco udělat. To je alfa i omega jakékoliv manažerské činnosti. Dnes jsme tady měli možnost se utvrdit, že ten, kdo si vychová a dá dohromady schopný tým lidí, prosperuje. Jeden člověk nikdy nic neutáhne. Může dát impulzy, určit směr, ale bez dalších lidí to nejde. Proto je potřeba věnovat se lidským zdrojům, pečovat o odborný růst pracovníků atd. I já se tedy snažím, aby pracovníci Svazu českých a moravských výrobních družstev měli zájem o svůj odborný růst a šli s dobou. Jedním z našich základních posláních je znát vývojové trendy dílčích výrobních oborů. K tomu máme prostředky, konexe atd., abychom směřovali naše členská výrobní družstva tam, kde by mohly být cesty pro jejich podnikatelské aktivity. To je to podstatné na servisní činnosti Svazu. Čili musíme být stále o krok dopředu. Musíme získávat a předávat informace, a to i v ekonomických věcech, daních, právníčíně. Prostě ve všem. A hlavně získat příslušné vedení výrobního družstva pro to, aby na tyto náměty reagovalo a prakticky z nich čerpalo. Dnes, při využití některých programů financovaných z Evropských fondů, je k tomu jedinečná, avšak časově ohraničená možnost. ■

[www.scmvd.cz](http://www.scmvd.cz)



# Manažer roku 2007



Soutěž „Manažer roku“ vyhlašuje Česká manažerská asociace, Svaz průmyslu a dopravy ČR a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Hodnocení zajišťuje Manažerský svazový fond. Generálním partnerem ročníku 2007, jenž se konal pod záštitou předsedy vlády České republiky Míra Topolánka, byla Česká spořitelna, a.s. Hlavními partnery byly LeasePlan ČR, s.r.o. a TNT Express Worldwide, s.r.o. Vítěze z 68 finalistů vybrala národní komise složená z vyhlašovatelů, organizátorů a manažerů oceněných v předchozích ročnících. ■

[www.manazerroku.cz](http://www.manazerroku.cz)

[www.msf.cz](http://www.msf.cz)

## TOP 10

**Ing. Vladimír Mráz**  
Kooperativa pojišťovna a.s.

**Viliam Sivek**  
EuroAgentur Hotels & Travel

**Ing. Eva Kárníková, MBA**  
DINERS Club Czech, s.r.o.

**Ing. Jiří Grund**  
GRUND a.s.

**Prof. MUDr. Jan Pírk, DrSc.**  
Institut klinické a experimentální medicíny

**Ing. Pavel Knorr, MBA**  
LEGO Trading s.r.o.

**Doc. MUDr. Leoš Heger, CSc.**  
Fakultní nemocnice Hradec Králové

**Ing. Kateřina Čapková, MBA**  
EXCON a.s.

**RNDr. Vladimír Velebný, CSc.**  
Contipro Group s.r.o.

**PhDr. Dana Čapková**  
PB - Vyšší odborná škola a SŠ Managementu, s.r.o.

## Manažeri odvětví

**Vladimír Rod**  
Družstvo vlastníků Batelov

**Ing. Jiří Grund**  
GRUND a.s.

**Ing. Martin Čudka**  
Wiesner-Hager Bohemia s. r. o.

**RNDr. Vladimír Velebný, CSc.**  
Contipro Group s.r.o.

**Ing. Miroslav Bruk, MBA**  
Vesuvius Česká republika, a.s.

**Luboš Malý**  
Brück AM, s.r.o.

**Ing. Emil Beber**  
KOVOBEL, výrobní družstvo Domažlice

**Ing. Jaroslav Doležal, CSc.**  
Honeywell, spol. s r.o.

**Ing. Michal Štefl**  
OHL ŽS, a.s.

**Ing. Bořivoj Míňář**  
Stomix, s.r.o.

**Ing. Lubomír Motyčka**  
VESNA, a.s.

**Viliam Sivek**  
EuroAgentur Hotels & Travel

**Ing. Vladimír Mráz**  
Kooperativa pojišťovna a.s.

**Ing. Eva Kárníková, MBA**  
DINERS Club Czech, s.r.o.

**JUDr. Vít Bárta**  
ABL, a. s.

**Ing. František Vágner**  
ENVINET a.s.

**Dr. Miroslav Doležal**  
Bankovní institut vysoká škola, a. s.

**PhDr. Dana Čapková**  
PB - Vyšší odborná škola a SŠ Managementu, s.r.o.

**Prof. MUDr. Jan Pírk, DrSc.**  
Institut klinické a experimentální medicíny

**Ing. Kateřina Čapková, MBA**  
EXCON a.s.

**Kpt. Ing. Jindřich Vodička**  
České přístavy, a.s.



Společnost STOMIX razí výrobní strategii postavenou na kvalitních zateplovacích systémech (ETICS). Té podřídila přísný výběr dodavatelů surovin, výstupní kontrolu, výzkum a vývoj, výrobní technologie i zákaznický servis. V případě zateplovacích systémů hraje důležitou roli aplikace. Proto všichni zákazníci STOMIXu dostanou nejen výrobek, ale také odborný servis a bezplatnou pomoc při realizaci.

**?** 17. dubna 2008 v rámci slavnostního vyvrcholení patnáctého ročníku soutěže „Manažer roku“ byl v kategorii „Manažer odvětví“ „Výroba stavebních a chemických materiálů“ vyhlášen vítězem generální ředitel společnosti STOMIX, s.r.o. a předseda Krajské hospodářské komory Olomouckého kraje Ing. Bořivoj Minář, jehož jsem vzápětí po vyhlášení požádal o rozhovor.



Ing. Bořivoj Minář

**!** Je to velké uznání toho, co STOMIX za patnáct let své existence dokázal. Tedy i práce mých kolegů. Když mě nominovali do soutěže, vůbec mě nenapadlo, že bych mohl nějakou cenu získat. Mile mne to překvapilo. A stalo se tak

v době, kdy STOMIX slaví patnáct let od svého založení. O to větší důvod k oslavě.

**?** Vaše firma z obce (jež byla nedávno povýšena na město) Žulová na úpatí Rychlebských hor a Jeseníků expandovala nejen v rámci Evropy, ale až za Ural do Asie.

**!** Ano, v současné době působíme na rozhodně větším prostoru, než o jakém jsme kdy v jejich začátcích uvažovali. Když jsme ji před patnácti lety zakládali (a dnes, když jsem přebíral cenu, jsem si na to znovu vzpomněl), představovali jsme si, že budeme firmou s regionální působností. Vůbec nás nenapadlo, že z Žulové budeme řídit dceřině společnosti po celé republice, natož po Evropě, a už vůbec ne, že bychom kdy překročili hranice Evropy. V současné době máme čtyřicet obchodních společností pod obchodní značkou STOMIX. Kromě jedenácti v Česku tři na Slovensku, po jedné v Litvě, Pol-

## 15 let úspěšného úsilí o renesanci podané ruky a čestného slova

sku a na Ukrajině, v Ázerbajdžánu a Kazachstánu a pět v Ruské federaci, kde jsme si postavili závod na výrobu suchých směsí.

**?** To mj. znamená, že jste téměř stále na služebních cestách, protože stěžejním posláním v hierarchii velké firmy nejvýše postaveného manažera je vytvářet své společnosti prostor na trzích. Zkrátka dělat obchodní politiku, přednášet na odborných konferencích a kongresech (ostatně i na nich se čas od času setkáváme), navazovat formální i neformální vztahy se směřovatými osobnostmi regionů a zemí.

**!** No, doma moc nepobudu. Na cestách strávím hodně času a v centrále v Žulové jsem stále méně a méně. Byl jsem sice oceněným manažerem odvětví za společnost STOMIX, ale firmu de facto řídí top manažeri kolem mne. Já dělám vše pro to, aby měli práci. Aby bylo kde realizovat produkci STOMIXu a kam expandovat.

**?** Patnáct let existence firmy STOMIX, to byl velmi intenzivně využitý čas.

**!** Po celou dobu se snažíme reagovat na trendy,



kteří jsou ve světě in. Děláme nejen zateplování, ale i omítky, barvy, lepicí hmoty, laky a základní nátěry a vyrábíme materiály i pro sanace. Do své nabídky jsme tak každoročně začleňovali další nové technologie, zateplovací fasádní systémy, barvy a reliéfní tapety i progresivní aplikační postupy. Ve prospěch STOMIXu se nám totiž podařilo angažovat (dnes už se neobávám říci)

světové kapacity výzkumu a vývoje našich oborů. Máme vlastní vývojové a výzkumné základy. Samozřejmě tím, jak se STOMIX stává čím dál známější, je stále větší nutností být krok před konkurencí. Teď proto zahajujeme výstavbu nového střediska výzkumu a vývoje. To by mělo být hotovo do konce roku. V současné době do své nabídky připravujeme zařazení zateplovacích technologií nové generace na bázi speciálního izolantu a pracujeme na dalších supermateriálech. Díky tomu můžeme realizovat nové produkty v duchu celofiremního směřování STOMIXu - být významným evropským producentem a dodavatelem zateplovacích systémů.

**?** Protože se už nějakou tu dobu známe, snad mi odpustíte prostořeké konstatování (aniž bych co zlehčoval), že je to všechno pravda, ale že největší předností, to, čím především si získáváte nové zákazníky a trhy a udržujete dlouhodobé partnery, je bezplatné poradenství a servis. Tedy že stěžejní pilíř úspěchu a vysoce dynamické expanze STOMIXu je o přístupu lidí k lidem.

**!** To si uvědomujeme. V našem byznysu, který je velmi složitý a jehož produkty jsou nepřilíš levné, zákazníkům a partnerům vytváříme takové podmínky, aby byli schopni realizovat produkty STOMIXu s maximální účinností. Dovolil bych si uvést aktuální podobenství o tom, že vynikající nástroj (a naše produkty splňují nejvyšší certifikáty světové kvality) ještě nemusí znamenat vynikající výkon. Na závěr dnešního slavnostního ceremoniálu předávání cen „Manažer roku 2007“ nám hrál houslový virtuos Václav Hudeček. Jeho interpretace „Čtvera ročních období“ od Antonia Vivaldiho byla vynikající. Určitě nikdo alespoň nepatrně soudný nepochybuje o tom, že to nebylo pouze proto, že jeho housle – Guarnerky – jsou špičkovým nástrojem. Zákazníkovi či partnerovi (stavební realizační firmě) vytváříme takový prostor a podmínky, aby byl náš výrobek s to realizovat v maximální kvalitě, tj. s co nejvyšší účinností. Tzn., že jej tzv. vezmeme za ruku a provedeme labyrintem pro něj možných složitostí našeho oboru.

**?** V tomto vydání publikuji rozhovor s držitelem ocenění „Manažer roku“ z jednoho z předchozích ročníků JUDr. Martinem Romanem, předsedou představenstva a generálním ředitelem ČEZ, a.s., v němž říká: „Každá země, která bude mít dostatek elektrické energie, bude mít velkou výhodu, což je bezpochyby i o její strategické bezpečnosti.“ Nicméně jeden moudrý a velmi movitý člověk mi kdysi na dotaz, co je klíčem k jeho úspěchu, řekl: „Bohatí lidé jsou bohatí ne proto, že by tolik vydělávali, ale že zbytečně neutrácejí.“ A tímto se vracím do vašeho oboru, k tomu, že neplýtvat energiemi je racionální a že díky růstu cen energií mají investice do tepelných auditů a zateplování budov čím dál rychlejší návratnost.

**!** Samozřejmě je nepřijemné, že ceny energií rostou, a jenom bloud by si mohl myslet, že se to



dá administrativně zastavit. Jestli žijeme v otevřeném ekonomickém prostoru, je růst energií daný už tím, že roste poptávka a energií je nedostatek. Takže očekávat snižování jejich cen je nesmysl. Z toho titulu je v současné době určitě nejlepším vkladem investice do úspor energií. Určitě bych neinvestoval do polštáře, ale do zateplování budov a snižování energetické náročnosti.

**?** Pane generální řediteli, ještě bych se vás zeptal, co Olomoucký kraj a Hospodářská komora.

**!** Velkým tématem posledního období, nejen v Olomouckém kraji, ale v Česku a v dalších zemích Evropské unie, je nedostatek pracovních sil. Česká ekonomika nabírá stále větší a větší obrátky a její dynamiku brzdí nedostatek pracovníků. V oblasti přípravy lidských zdrojů podnikatelé z našeho regionu našli podporu u hejtmanství Olomouckého kraje. Společnými silami se snažíme vytvářet podmínky pro to, aby se tato situace zlepšila. Chceme toho dosáhnout zefektivňováním vzdělávací soustavy Olomouckého kraje a popularizací místních podnikatelů, aby se lidé, kteří z našeho regionu odcházejí za prací jinde, o práci ucházeli i v Olomouckém kraji. To je velmi významnou výzvou i pro STOMIX. Nežrídka se setkávám s tím, že nás lidé ještě neznají. Popularizace a zviditelňování českých firem, to je záležitost, které se nám ve srovnání se zahraničními firmami a podnikateli v západoevropských zemích nedostává. Určitě se nemáme za co stydět, ale trochu nám překáží skromnost, která v tomto případě není na místě. Malá schopnost prosazovat se do obecného povědomí tam, kde podnikáme.

**?** Co dalšího kromě nové generace zateplovacích materiálů a technologií ještě STOMIX dostane ke svým narozeninám?

**!** „Manažer roku“ a řízení vůbec je o tom, dosahovat úspěchu prostřednictvím lidí, které řídíte. Abychom mohli efektivně pracovat, musíme investovat do rozvoje lidských zdrojů, do vzdělávání lidí. Mezi základními hodnotami, které STOMIX vnímá, je respekt vůči zaměstnancům a zákazníkům, rozvoj lidí a růst společnosti. Usilujeme o renesanci podané ruky a českého slova, o to, aby, když už jsme něco řekli, to tak i bylo. Proto, abychom měli kde vzdě-

lávat své pracovníky, školit obchodní partnery a zákazníky, jsme se rozhodli rekonstruovat nádherný secesní objekt v městě Žulová (rekonstrukce bude dokončena v květnu t.r.). Zároveň bude komfortním zázemím pro naše partnery. Jeho součástí je relaxační centrum zahrnující mj. fitness, saunu a tenisové kurty, které budou využívat naši zaměstnanci.

**?** Čím si získáváte klienty v Ruské federaci, Kazachstánu atd.?

**!** Naivní člověk by si mohl myslet, že se tam dá prodat cokoli. Opak je pravdou. Rusové, stejně jako Kazachstánci a další lidé z těchto zemí si jsou ochotni připlatit za kvalitu. Tím, že STOMIX nabízí materiály s vysokou přidanou hodnotou vysoké kvality, je začátek vždy o tom, že se musíme obracet na cílovou skupinu, která tyto atributy vyžaduje. Pak už je postup na trhu vel-



mi zajímavý. Musíte si vybudovat dobré jméno, ne nejnižší cenou, ale nejvyšší kvalitou. STOMIX respektuje konkurenci, ale nemá z ní obavy. Meziválečné Československo bylo jednou z nejprůmyslovějších zemí světa. Retardace, kterou jsme utrpěli za komunismu, a i devastace našeho průmyslu krátce po sametové revoluci, kdy jsme ze zjištěných důvodů vrcholových představitelů firem, včetně firmy zvané Československo, překotně opouštěli svá tradiční odbytiště, leccdy budovaná už od dob Rakouska-Uherska, se díky podnikatelským aktivitám soukromého sektoru ubrzdila. Ne náhodou proto česká ekonomika zažívá výrazné oživení. Konstatoval jsem, že máme problém s tím, že se neumíme pochválit. Na druhou stranu jsem přesvědčen, že je to naší velkou konkurenční výhodou. Že se na nikoho nevytahujeme a nikoho nepodceňujeme. Uspěť na trzích Ruské federace nebylo vůbec snadné, protože vlády západoevropských zemí, např. Německa, vytvořily pro své dodavatelské firmy takové podmínky a image, že si Rusové dlouho mysleli, že pouze to, co je německé či západní, je kvalitní. Obchodní výsledky současných českých firem na ruských trzích ale napovídají, že jsme je přesvědčili, že to byl pouhý mýtus. ■

[www.stomix.cz](http://www.stomix.cz)

**STOMIX**

# Tatrováci trumfem kopřivnické Tatry



**?** S předsedou představenstva a generálním ředitelem akciové společnosti TATRA, a. s. Ronaldem Alanem Adamsem se spolu s obchodní manažerkou American Express Business Travel pro Česko a Slovensko Karolinou Kaiserovou potkáváme 29. dubna 2008 v pražském hotelu Marriott. Pane Adamsi, proč jste si za místo svých investic a podnikání vybral Česko a kopřivnickou Tatru?

**!** Protože jsem byl na počátku 90. let požádán, abych sem přijel a seznámil se se společností, jež potřebuje kapitál. V České republice jsem viděl obrovský strojírenský a výrobní potenciál, který však postrádal potenciál finanční a marketingový i zkušenosti. Viděl jsem příležitost tyto prvky sem přinést a s tímto strojírenským a výrobním potenciálem je zkombinovat. Od tohoto náhodného setkání jsem se začal o Tatru, která měla v průběhu 90. let příliš mnoho vlastníků a příliš mnoho různých manažerů, většinou neúspěšných, zajímat. V roce 2002 vstoupila do Tatry jako vlastník společnost Terex a počala plnit obtížný úkol restrukturalizace Tatry, aby tak zastavila její ztráty. Nakonec se však ukázalo, že Tatra se do modelu jejich podnikatelských aktivit nehodí, a tak se Terex rozhodl její akcie prodat. Dal jsem tedy dohromady čtyři investory a v září 2006 jsme firmu koupili. Zaměřili jsme se na to, jak změnit model jejího zmenšování v model jejího růstu. Místo toho, abychom pouštěli lidi a realizovali další restrikce, využili jsme příznivého načasování, protože v té době opět začala být velká poptávka po těžkých terén-

ních nákladních automobilech. A nejen pro civilní sektor, ale i pro armádní. A protože TATRA je proslulá po celém světě, bylo poměrně snadné získávat nové klienty a vracet se k původním. Ukázalo se, že problémem nejsou odbytiště a nový byznys, ale to, jak konsolidovat akciovou společnost TATRA, aby udržela krok s poptávkou a plnila všechny své zakázky.

**?** Vzhledem k tomu, co všechno se po roce 1989 s dosud prosperující kopřivnickou Tatrovou dělo, než jste se, pane Adamsi, ujal jejího vedení, mi na mysli vytanul citát z Páté knihy Mojžíšovy, kap. 8, odst. 5: „Ne pro spravedlnost svou a pravost srdce svého ty jdeš, abys dědičně obdržel zemi jejich, ale pro bezbožnost národů těch Hospodin, Bůh tvůj, vyhání je od tváří tvé, a aby splnil slovo, kteréz s přísahou zaslíbil Hospodin otcům tvým...“

**!** Nechci se vyjadřovat k Mojžíšovi, ale když jsme do Tatry vstupovali, bylo naprosto nezbytné obnovit víru v Tatru a v její zaměstnance. Do té doby totiž společnost zažila tolik změn v managementu a v proklamovaných strategiích, že zaměstnanci ztráceli naději, že by to kdy mohlo být lepší. To, co jsme oproti předchozím garniturám managementu udělali jinak, bylo, že jsme okamžitě tváří v tvář oslovili stovky našich spolupracovníků a vysvětlili jim svou firemní strategii. Klíčem k úspěchu, k maximální produktivitě práce a k účinné motivaci zaměstnanců se stala přímá, otevřená a upřímná komunikace. Vysvětlili jsme, že jsme ke koupi firmy použili své vlastní peníze. Nepoužili jsme ani jedinou korunu z peněz Tatry. Podařilo se nám jim vysvětlit, že máme plán, který bude fungovat. Jakmile jsme začali být úspěšní, jejich osobní motivace a ruku v ruce s ní i výkonnost se znásobily. Tatrováci jsou totiž nejvýznamnějším bohatstvím kopřivnické Tatry. Špičkové výrobní technologie, ty se dají koupit; je možné si rovněž koupit nebo postavit nové budovy, ale kvalifikovaní lidé s invencí a chutí vyrábět nejlepší těžké terénní nákladní vozy...? Ty nelze koupit za všechny peníze světa. A v tom je Kopřivnice, v níž se řemeslo dědí z generace na generaci, jedinečná. Klíčem k tomu, abychom jako investoři uspěli, bylo tyto lidi si udržet, tj. poskytnout jim a spolu s nimi vytvořit podnětné pracovní prostředí s maximem výhod. Domnívám se, že se nám

podařilo vytvořit nejen jiné pracovní prostředí, ale i firemní kulturu vyznačující se novým přístupem k těm, kdo tvoří hodnotu a integritu. Pochopitelně jsme museli učinit řadu těžkých rozhodnutí a vyměnit některé z představitelů top managementu. Bylo to nezbytné, protože klíčem našeho úspěchu byla zásadní změna v přístupu k lidem. Veškeré peníze vydělané výrobou vracíme nyní zpět do společnosti ve formě nového vybavení, rekonstrukcí a zkvalitňování celého areálu. Nakupujeme moderní technologie, investujeme do výrobních hal, do vývoje a výzkumu, ale hlavně, což je pro mě nejdůležitější, investujeme do profesního růstu našich zaměstnanců. Předtím, než jsme do Tatry vstoupili, měla řada jejich zaměstnanců poráženeckou náladu. Museli jsme je přesvědčit, že právě oni budou vítězi. Podařilo se nám využít jejich velmi vysokou úroveň integrace. Vytvořili jsme Obecní fond Tatry, který podporuje sportovní a kulturní aktivity, handicapované lidi atd. A nebojím se tvrdit, že dnes jsou tatrováci na svoji firmu a na to, co vytvářejí, hrdí.

**?** Minulý Všudybyl (str. 34-35) připomněl 130. výročí narození našeho geniálního konstruktéra a tvůrce tatrovácké koncepce Ing. Hanse Ledwinky jako pozvánky k návštěvě tatrováckého technického muzea, jehož jste předsedou správní rady.

**!** Co bych rád v souvislosti s naším muzeem viděl, je více návštěvníků. Tatrovácké muzeum je opravdu unikátním místem. Unikátním v rámci celé Evropy. Chceme sem iniciovat službami kompletně pokryté turistické zájezdy z Prahy i dalších evropských měst, aby si jejich účastníci mohli toto báječné muzeum prohlédnout a seznámit se s historií tatrovácké výroby. Máme řadu záměrů, jak turistům zprostředkovat exkurze do výrobního závodu, aby se mohli seznamovat s tím, kde a jak proslulé tatrovácky vznikají. Jsem přesvědčen, že většina Čechů už ví, že TATRA má v Kopřivnici své muzeum na světové úrovni, a tak je dalším z našich cílů pracovat na tom, aby do Kopřivnice v daleko větší míře jezdili turisté i z dalších zemí. ■







# Tatra staff – a triumph of the Kopřivnice based Tatra company

**?** We met Ronald A. Adams, TATRA, a. s., Chairman of the Board of Directors and CEO, and Karolína Kaiserová, American Express Business Travel Sales Manager for the Czech and Slovak Republic, at the Prague Marriott Hotel on April 29, 2008. Mr. Adams, why did you choose to invest and do business in the Czech Republic and the Kopřivnice based Tatra company?

**!** Because at the beginning of the 90s, I was asked to travel here to meet with a company in need of capital. What I saw here in the Czech Republic was a tremendous engineering and manufacturing capability but without much financial or marketing capability or experience. I saw an opportunity to bring those two elements to be in combination with the engineering and manufacturing capabilities. By chance meeting, I became interested in Tatra which, during the 90's, had too many owners and too many different managers. Most were unsuccessful. In 2002, Terex came in as an owner and began the difficult task of restructuring Tatra to stop its losses. But Tatra finally did not fit into the Terex business model, so when they decided to sell their shares, I put together three other investors and together we purchased the company in September 2006. We focused our effort to get out of the shrinking and into the growth mode. Instead of dismissing people and carrying out further restrictions, we utilized the favorable timing because at that time there was a beginning of strong demand for heavy off-road trucks again. And not only for the civil sector, but for the military one as well. And since TATRA is famous worldwide, it was not so difficult to attract new customers and to return to the original ones. As it turned out, the problem was not to enter new markets, but to consolidate TATRA to keep up with the demand and fulfill all of its orders.

**?** Considering everything that, after 1989, happened with Tatra, which had been

a prospering company till then, and with respect to everything that happened there before you, Mr. Adams, took it over, a quotation from the Fifth Book of Moses, Chapter 8, paragraph 5 crossed my mind: "Not for the justice of mine and purity of my heart, you are going to hereditarily acquire their country, but for godlessness of those nations the Lord, the God is driving them out of your face, keeping the word the Lord given with the oath to the fathers of yours..."

**!** I don't comment about Moses, but when we were entering Tatra, it was very necessary to return confidence to Tatra and its staff. Till then the company had experienced so many changes in management and many diverse strategies, that the workers were losing hope that it could ever be better. What we did differently, compared to the former management teams, was that we immediately, face to face, tried to speak to hundreds of our fellow-workers to explain our company strategy. The key to success, to maximum work productivity and to efficient staff motivation, is straight and honest communication. We explained that we used our own money to buy the company. We did not use any koruna of the company's money. We managed to explain that we had a plan that was going to work. When we started to be successful, personal motivation and, hand in hand with that, workers' efficiency multiplied. Tatra staff is actually the very most important asset of the Kopřivnice Tatra company. It's possible to buy new state-of-the-art equipment, and it's possible to buy or build new buildings, but skilled people with inventiveness and a desire to produce the finest off-road heavy duty trucks...? Impossible

to buy with all the money in the world. And this is why Kopřivnice, where a craft is inherited from generation to generation, is unique. The key for us, as investors, to be successful was to keep such people, i.e. to provide them with a successful workplace and create with them as many benefits as

possible. I think we managed not only to create a different work environment, but a different company culture, characteristic in a new approach to those creating value and integrity, as well. Of course, we had to make a lot of difficult decisions and replace some management members. It was necessary to do it because the key to our success was a substantial change of our approach to people. All the money earned in production is now being returned to the company in the form of new equipment and facility improvements. We buy new technologies, invest in production halls, research and development, and, most important to me, we invest in our staff's professional growth. Before we joined Tatra, a lot of its employees were in defeatist mood. We had to persuade them that they were the ones to win. We managed to utilize their very high integration level. We established the Tatra Community Fund to support local sports and cultural activities, handicapped people, etc. And I'm happy to say that today Tatra people are proud of the company and of what they create.

**?** The previous Všudybyl magazine (pages 34-35) remembered the 130th birth anniversary of our brilliant designer and creator of a Tatra concept, Mr. Hans Ledwinka, and invited readers to visit the famous and very interesting Tatra Museum in Kopřivnice, where you are now the Board Chairman.

**!** What I'd like to see in connection with our museum is a bigger number of visitors. The Tatra museum is really a unique place. Unique within all of Europe. We want to initiate tourist trips from Prague and other European cities to come here and see this great museum and its history of Tatra production. We have a lot of intentions to arrange field trips around our production plant for tourists to give them opportunity to see where and how the famous Tatra vehicles are produced. I believe that the majority of Czech people already know that TATRA has a world-class museum in Kopřivnice, so it is our goal to get more tourists from other countries to arrive in Kopřivnice. ■

[www.tatra.cz](http://www.tatra.cz)



# Kongresové centrum Babylon

**K**ongresové centrum Babylon je ideálním místem podnikových mítinků, teambuildingových akcí a velkých několikadenních kongresů. Polyfunkční komplex disponuje v České republice největším mimopražským hotelem s kongresovým zázemím a kapacitou přesahující tisíc lůžek. Je zde unikátní tematický aquapark, wellness a fitness a další prostory pro relaxaci, rekreaci a využití volného času. Restaurační provozovny, výstavní plochy, ubytování, kongresové i zábavní prostory jsou všechny pod jednou střechou. Více než čtyřicet jednacích a společenských prostor se vyznačuje rozmanitým interiérem, pestrostí, barevností a originalitou. Navazující byznys centrum poskytuje zařízené kanceláře, technické a administrativní zázemí. Součástí Centra Baby-

lony jsou také kytary. Druhé je stylizováno jako tropická zahrada lemovaná palmami. Nechybí luxusní apartmány s nadstandardním vybavením, rodin-

V dalších prostorách komplexu je gastronomický servis zajišťován formou cateringu.

Liberec je z Prahy snadno dosažitelný po dálnici. Z mezinárodního letiště v Ruzyni nebo Drážďan za půldruhou hodinu jízdy. Za půl hodiny jste v Německu, Polsku a ještě dřív v moderním areálu zimních sportů Ještěd. Ne náhodou je Liberec spojen s konáním Mistrovství světa v klasickém lyžování v roce 2009 a CENTRUM BABYLON se zázemím sportovců a organizátorů. ■



né pokoje s oddělenou ložnicí, bezbariérové pokoje, lobby bar, kasino a noční Gold Club. Snídaně, formou bufetu s bohatou nabídkou jídel a nápojů, jsou podávány v suterénu jednoho z atrií. Hoteloví hosté mají volný vstup do aquaparku, lunaparku a do interaktivního zábavně-naučného centra iQparku. Gastronomické služby poskytuje více než deset restauračních provozů různých velikostí a kategorií včetně oblíbeného Lunch & Dinner Buffetu.



lon je i kryté parkoviště a venkovní stání.

Čtyřhvězdičkový hotel se skládá ze tří vzájemně propojených částí. Hotel Wellness, stejně jako další část hotelu, tvoří převážně dvoulůžkové klimatizované pokoje. Každý pokoj Business a Family hotelu má jiný interiér. Jsou situovány do dvou tematicky pojatých krytých atrií. V tom, do kterého můžete vstoupit ústy obrovské hlavy thajské ženy, je umístěno velké terárium s exotič-



**CENTRUM BABYLON, a. s.**  
Nitranská 1, 460 12 Liberec  
tel.: 485 249 778, fax: 485 249 404  
e-mail: kongres@centrumbabylon.cz  
[www.kongresybabylon.cz](http://www.kongresybabylon.cz)

**KONGRESOVÉ  
CENTRUM  
BABYLON  
LIBEREC**



# 165 let plzeňského U Pinkasů

*Povozník Salzman jistě netušil, jak velkou tradici zakládá, když v roce 1843 přivezl hostinskému Pinkasovi dvě bečky piva, které před nedávnem, přesně v říjnu roku předcházejícího, v Plzeňském pivovaru prvně uvařili.*



Účastníky i aktéry happeningu k 165. výročí nikdy nepřerušené tradice čepování Plzeňského Prazdroje v restauraci U Pinkasů vítal její ředitel pan František Novotný v nově otevřeném prostoru pro dvě stě osob, který řadí jeho restauraci z pohledu kapacity k největším v Praze. Hosté se nechávali unášet pohádkovými příběhy o Dařbujánu a Pandrholovi, Hloupém Honzovi a řadě dalších. Bylo možno přát si cokoliv a vše bylo splnitelné, jako v pohádkách. A tak létali pečení holubi do huby, na stromech rostly jaternice a jelita a ve studánce tekla slivovice. Přidáme-li k tomu skvělé pivo, čepované nejlepšími výčepními, a pokrmy, které dokazovaly mistrovství kuchařů, byl to nádherný večer, který pracovníci restaurace U Pinkasů pro své nejlepší zákazníky připravili. Přišla popřát i řada hostů, kteří také patří k pravidelným návštěvníkům, jako např. Barbora Špotáková, mis-

tryně světa v hodu oštepem a atletka roku 2007, a skupina Tři sestry v čele s Lou Fanánkem Hágenem. I jim byla splněna pohádková přání. Konečně, to se může stát každému z návštěvníků této vyhlášené restaurace. ■

[www.upinkasu.cz](http://www.upinkasu.cz)



## PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar je ojedinelou gastronomickou raritou v centru Prahy

Celková kapacita je 340 míst v atraktivních rozsáhlých prostorách

Vlastní výroba 11° piva – kvasnicový nefiltrovaný světlý a tmavý ležák

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající typicky česká a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka menu pro turistické skupiny



Otevřeno denně  
Po – Pá 10.00 – 23.30  
So 11.30 – 23.30  
Ne 12.00 – 22.00

Novoměstský pivovar s.r.o.  
Vodičkova 20, 110 00 Praha 1  
tel./fax: 222 232 448, 602 459 216  
e-mail: sales@npivovar.cz  
[www.npivovar.cz](http://www.npivovar.cz)

# Caliman 5



## Bouře z několika stran

**Sobota 11. srpna 2007 07.50** Vstávám. Nad ránem pršelo, ale stan je téměř suchý. Co ale ne, tráva, větve keřů a stromů. 08.20 Jsem po snídání. Balím a fotím. 09.40 Od Dvanácti apoštolů odcházím po červeném terči. 10.20 Svačím. 11.10 Vrhám se na brusinkové lány. 11.56 Vynořuji se v místě, kde jsem bydlel ze 6. na 7. srpna. Přicházejí tři Češi. Už mi nevadí. 12.13 Po obědě odcházím trasou, kterou jsem šel nedávno. Ale že bych se byl prodíral takovým houštím? 14.10 Kousek před rozcestím pod Pietrosulem začíná krápat. Dávám na bágl protidešťový futrál a беру bundu. Za chvilku ji sundávám. Krápaní přestalo a je v ní vedro. Než dojdu na boční hřeben, kde jsem ze 7. na 8. srpna nocoval, prší. Oblékám bundu. Jdu pomalu, abych se tolik nepotil. Na Cestě Marie Terezie, po níž vede červený terč, mne chytil intenzivní déšť.



Usoudil jsem, že je záhodno vzít si gatě. Jsou s kšandami. Takže nejdřív vyndat jednu ruku z lepícího se mokrého rukávu bundy a vrátit ji zpátky. Pak druhou. A pak jednu nohu do nohavice a zpět do pohory a druhou zrovna tak. Ještě že máme jen dvě nohy. Kymácím se a kleji jak věčně opilý kapitán „kátěru“ na Pečoře (ale to byl jiný čundr). 15.49 Začala mne bolet hlava a přestalo pršet. Vytáhl jsem lékárnu a pozřel dva paraleny. Sundal jsem bundu a mokrý triko, dal do báglu a vzal si suché. Dnes jsem se chystal byd-

let na Pietrosulu, ale ne s horečkou. Šest minut před sedlem Negoiu nabírám vodu. 16.39 Jsem v sedle. Slunéčko svítí, a tak po již suchých větvích kosodřeviny rozvěšuji části oděvu a spacák. Stan si oblíbili okřídlení mravenci. Stovky se jich slétají k reprodukčním hrátkám. Nechci rušit. Vařím venku a stan nechávám zapnutý. Mezitím se od Ratitisu hrnou černá mračna a hřmí. Sem tam blesk. 18.20 Než jsem dovařil rýži, mračno je nade mnou a krápe. Mravenci nemravenci, rychle házím věci do stanu. Regulérně prší. Asi je správně, že nebydlím na Pietrosulu, nad nímž se potkávají bouře z několika stran současně. 22.00 Boční víchřer lijavec zkouší, kolik „G“ Gema vydrží. 22.30 Je to rachot. Až jde z té spousty vody strach.

## Kdo si chce hodně užít přírodu

**Neděle 12. srpna 2007 04.30** Vzal jsem si třetí dvojici paraleny. Poryvy vichřice nepřetržitě testují geniální koncept brněnské Gemy. Neprší. 07.40 Probouzím se do inverzního, lehce pošmourného dne. Stan je suchý. Dávám na něj větrat spacák. Viditelnost báječná. Občas horní vrstvou mraků prokukuje slunéčko. Dolní vyplňuje údolí. 08.25 Jsem po snídání. Přelévám část benzínu z plechovky do Primusu. Vařič má tak malou spotřebu, že zásobní plechovku ponesu ještě aspoň dva dny. Po nočním běsu zpytuji svědomí, co tu pohledávám, a hlavně, co bych dělal, kdyby... Česká Šumava je stále jak dva dny stará. Odkrajuji další krajíc chleba, a nedrobí se. 09.33 Mám sbařeno a jdu do úbočí Vf. Negoiu Unguresc pro vodu. 09.50 Začínám stoupat na Pietrosul. Rozjímám, zda v goretexových kalhotách nebo ve slípech. Vzhledem k doznívající horečce volím

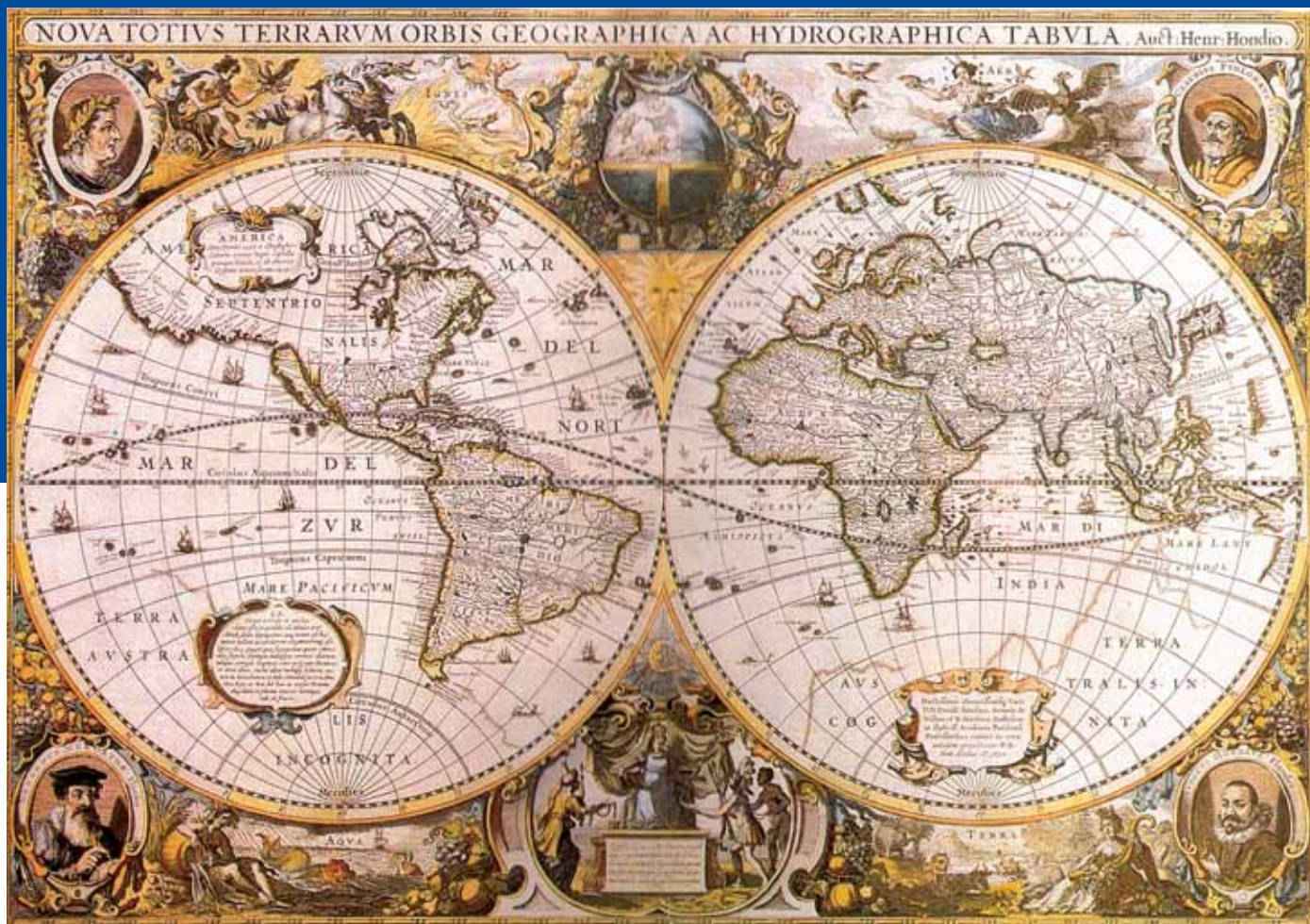


gatě. 10.00 Začíná poprchávat. Dávám na bágl špricku. 10.20 Svačím. Začíná pršet. Oblékám bundu. Liják. Každému, kdo si chce hodně užít přírodu, doporučuji trasu od Vf. Tamaului přes sedlo Negoiu na Magyar Negoj. Nejlépe v dešti nebo po dešti. Je sice regulérně značená, ale hustým porostem. Ještě že jsem si nechal gatě. 11.30 Za hranicí kleče mne vítá slunce. 12.00 Obědvám na Pietrosulu (2100). 12.30 Zatahuje se. 12.40 Pokračuji po červeném pruhu. 13.04 Obrovský mrak. Viditelnost cca 5 m. Jdu kamsi po úzkém hřebínku a říkám si: „Mám toho zapotřebí? Až bude jen trochu příhodné místo, zatabořím.“ A jak řekli, tak udělali. 13.20 V mlze, lijáku a kosodřevině stavím stan. Házím do něj bágl a pak i sebe. 13.40 Slunce. Bouřím stan a pokračuji po červeném pruhu. 14.40 Opět jsem zabloudiv. Jakýmsi žlebem k pomníku. Kolem 15. hodiny odsopda přichází banda Čechů. Společně se dezorientujeme podle maďarské mapy, na níž pomník není zakreslen. Vracím se vzhůru, kdežto oni pokračují po Cestě Marie Terezie údajně po žlutém kříž. Téměř až v horní části žlebu jsem našel místo, kde jsem sešel ze značené cesty. Prodírám se kosodřevinou, ale jdu správně. Pochvíli se má cesta napojuje na pohodlnou Cestu Marie Terezie, na níž se v 15.50 potkávám s partou Čechů u zdroje vody. Solečně travíme noc na Vf. Gruiu (1882),



kam dorážíme před pátou hodinou. K večeri mám fazole. Tentokrát dovařené. V dobré společnosti čas příjemně utíká. 21.30 Così bydlí pod podlážkou mého stanu a děsně dupe. Půl hodiny trpím a pak se stěhuji. Při evakuaci jsem se háčkem pohorky zahákl za druhou. Padám. Děsný rachot, neb jsem nesl nádobí a vařič. Čelovka letí kamsi. Naštěstí nepřestala svítit a z vařiče se neztratila žádná součást. 22.10 Bydlím o 20 metrů dál. Nebe je plné hvězd a po dlouhé době vidím Mléčnou dráhu. ●

# VÁŠ PARTNER V GLOBÁLNÍM SVĚTĚ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU



VYUŽIJTE ZKUŠENOSTI TERIS, A.S.  
S REALIZACÍ OFICIÁLNÍCH I FIREMNÍCH  
PREZENTACÍ V 70 ZEMÍCH SVĚTA  
NA 5 KONTINENTECH



**KOMPLEXNÍ REALIZACE FIREMNÍCH  
VÝSTAV A PREZENTACÍ, SEMINÁŘŮ,  
KONFERENCÍ A KONGRESŮ, INCEN-  
TIVNÍCH PROGRAMŮ, ZAHRANIČNÍCH  
SLUŽEBNÍCH CEST I DOVOLENÉ**

TERIS, a.s.  
Štětškova 18  
140 68 Praha 4

tel.: +420-261210325  
fax: +420-261218992

e-mail: [teris@teris.cz](mailto:teris@teris.cz)  
[www.teris.cz](http://www.teris.cz)



The Best Place for Meeting and Conference in Brno

## Best Western Premier HOTEL INTERNATIONAL BRNO

### Kongresové centrum - Congress centre



Best Western Premier Hotel International Brno je moderní budova situovaná v historické části města pod hradem Špilberkem.

Best Western Premier Hotel International Brno is a modern 4-star hotel, perfectly situated in the historical district below the Špilberk castle.

Všech 256 klimatizovaných pokojů je vybaveno internetovým připojením LAN a pokryto WiFi signálem, který je k dispozici i v ostatních prostorách hotelu.

All 256 comfortable rooms are airconditioned and equipped with LAN internet connection and covered with WIFI signal as well as public and meeting areas.

Kongresové centrum je tvořeno dvěma velkými sály pro 250 a 350 osob, které jsou vzájemně propojitelné, s možností auditoria až pro 500 osob a pěti konferenčními místnostmi (4 propojitelnými) pro 20–69 osob.

The Congress Centre is comprised of two inter-connectable congress halls for 250 and 350 people, with the option of an auditorium for as many as 500 people, 5 conference rooms (4 connectable) for 20–69 people all with the most modern technical equipment.

Všechny kongresové prostory jsou vybaveny nejmodernější dostupnou technikou.

All these areas are air-conditioned.

Veškeré prostory jsou klimatizovány.

*A new  
Standard  
of Excellence*



**Veba**

[www.veba.cz](http://www.veba.cz)

...kvalita pro vaše hosty...

garantovaný dodavatel



VEBA, textilní závody a. s., Přadlácká 89, 550 17 Broumov, Tel.: 491 502 300, [callcentrum@veba.cz](mailto:callcentrum@veba.cz)



## ZATEPLENÍ PLUS

### Ochrana Vaší investice do zateplení.

Balík služeb Zateplení PLUS je jedinečný systém ochrany Vaší investice s cílem ušetřit peníze za vytápění a zvýšit hodnotu svěřených nemovitostí.

#### Jako jediní Vám:

- Doporučíme nejvhodnější řešení zateplení včetně financování na míru
- Poskytneme kompletní odbornou asistenci po celou dobu projektu
- Dohlédneme na stavební práce pro dosažení maximálního výsledku

STOMIX je přední český výrobce zateplovacích systémů s 15letou tradicí a první český držitel Evropských technických schválení (ETA). Ve všech kontaktních zateplovacích systémech používáme pouze ty nejkvalitnější materiály.

Předpokládaná životnost kvalitně provedeného zateplení domu, 30 let a více, zvýší nejen kvalitu Vašeho bydlení, ale i hodnotu Vaší nemovitosti.

Kontaktujte naše nejbližší poradenské centrum, nebo volejte bezplatně na 800 555 300, kde Vám naši odborníci ochotně a rádi připraví návrh řešení zateplení Vašeho domu na míru ZDARMA.

#### Poradenská centra

STOMIX, spol. s r. o., Žulová  
Tel.: +420 584 484 111

STOMIX Brno, s. r. o.  
Tel.: +420 545 563 241-3

STOMIX České Budějovice, s. r. o.  
Tel.: +420 387 222 107

STOMIX Děčín, s. r. o.  
Tel.: +420 412 540 912

STOMIX Hodonín, s. r. o.  
Tel.: +420 518 321 033

STOMIX Hradec Králové, s. r. o.  
Tel.: +420 495 591 181

STOMIX Olomouc, s. r. o.  
Tel.: +420 585 313 235

STOMIX Ostrava, s. r. o.  
Tel.: +420 596 237 077

STOMIX Plzeň, s. r. o.  
Tel.: +420 377 422 690

STOMIX Praha, s. r. o.  
Tel.: +420 251 010 263

[www.stomix.cz](http://www.stomix.cz)

Volejte zdarma: 800 555 300



*Váš dům v lepším teple.*