

průvodce  
labyrintem Českého  
cestovního ruchu



# všudylbyl

druhé  
vydání  
2001

Více se dočtete na straně 13

**TQ<sup>3</sup>**

**TRAVEL  
SOLUTIONS**

Nové jméno pro Hapag-Lloyd.

Pane doktore, byl jste úspěšný v zahraničním obchodu, pak jste se stal generálním ředitelem nejstarší české cestovní kanceláře, ředitelem vydavatelství Euronews, a.s. Loni jste byl jmenován náměstkem ministra pro místní rozvoj, a to pro cestovní ruch a evropskou integraci. Co Vaše jmenování znamenalo pro Vaši rodinu?

Pro rodinu žádná změna, tedy kromě příjmu. Rodina ale teď mnohem pečlivěji sleduje můj zdravotní, zejména psychický, stav. Jmenování jsem však přijal z jiných důvodů, než ekonomických. Děláním to jako koníčka a myslím, že člověk, který



# Co je koníčkem náměstka Sajdy?

6. prioritní osou Národního rozvojového plánu ČR je cestovní ruch • MMR aktivuje nástroje, které by měly podpořit zájem o Českou republiku

nemá koníčka, je o něco ochuzen. Zkrátka, chci mimo jiné dokázat, že k modernímu ekonomickému uvažování patří také promyšlený systémový rozvoj cestovního ruchu jako odvětví.

**Cestovní ruch ale není v Česku stále ještě vnímán jako hospodářské odvětví. Většina lidí jej spojuje především se zahraničními zájezdy.**

To je právě ono. Myslím, že cestovní ruch se stal nejpozoruhodnějším sociálně ekonomickým fenoménem minulého století a svoji pozici v tomto století ještě posílí. I v mnohých vyspělých státech je proto velmi váženým odvětvím národního hospodářství. Problém je trochu v posuzování jeho výkonnosti, protože je odvětvím otevřeným a měření mezinárodních příjezdů a příjmů z nich není zdaleka celým příběhem. Samozřejmě, že k tomu ještě zahraniční zájezdy, domácí turistika a celá série indikátorů musí být posouzeny společně



a jednotnou metodikou, abychom zjistili skutečný vliv tohoto odvětví na národní hospodářství. Proto je např. soubor mezinárodních standardů a definic obsažených v konceptu satelitního účtu cestovního ruchu tak důležitý. Při jejich aplikaci lze nejen vyhodnotit odvětví cestovního ruchu v té které zemi, ale také velmi důvěryhodně tyto výkony porovnat. A z porovnání se pak můžeme učit atd.

Důležité ale je, aby všichni národohospodáři pracovali s úplnou a vypovídající statistikou a z tohoto důvodu se zde na ministerstvu snažíme, aby se co nejvíce změnilo k lepšímu. Pak se velmi rychle změnilo i vnímání cestovního ruchu obecně, což se už mnohdy děje. I nám se již podařilo něco prosadit a udělat. Jeden z podstatných kroků správným směrem je, že součástí tzv. „Národního rozvojového plánu“ (což je stěžejní dokument ve vztahu k Evropské unii), je několik prioritních os. Našemu ministerstvu se podařilo, že jednou z nich je cestovní ruch.

Rád bych, pane náměstku, obrátil vaši pozornost k business travel, který je hlavním tématem tohoto vydání Všudybylu. Již jsem naznačil, že jste díky svému někdejšímu profesnímu zařazení poznal jeho služby na vlastní kůži. Jak je Česká republika pohostinná k lidem, kteří k nám přijíždí za byznysem?

To by se dalo rozebrat z mnoha hledisek. Nejsme na tom špatně, ačkoliv přemrštěný optimismus také není na místě. Často se říká, že jsme pohostinní, ale z vlastní zkušenosti vím, že v mnoha zemích jsou obecně k návštěvníkům mnohem pozornější. Zejména k těm, kteří tam přijíždějí investovat se chovají tak, aby měli pocit, že zamýšlenou investici stojí za to realizovat. Speciálně Orient, kde jsem několik let působil, umí pro tyto účely vytvořit velmi příznivé prostředí.

Samotný "business travel" je však zajímavá disciplína, která se velmi rychle vyvíjí a tvrdá konkurence se stará o to, aby cestování za prací bylo stále příjemnější všude na světě.

**Je možné péči o business klientelu ze strany vašeho ministerstva nějak systémově podpořit?**

Komfort a vstřícnost je věc obecná, ale v konkrétních službách je to záležitost podnikatelských subjektů. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR samozřejmě podporuje vytváření podmínek pro to, aby se

i tito zahraniční návštěvníci českých regionů cítili u nás dobře. Aby se dokázali orientovat a měli přístup k informacím. Aby u nás chtěli investovat. Vytváříme, či spíše aktivujeme nástroje, které by měly zájem o Českou republiku více podpořit. Např. v souvislosti s Českou centrálou cestovního ruchu děláme kroky, které zefektivní její činnost v zahraničí. Tzn. chceme lépe zpracovávat informace z regionů a přenášet je na zahraniční zastoupení. Ve specifické oblasti business travel se totiž oblast cestovního ruchu úzce prolíná s dalšími gescemi Ministerstva pro místní rozvoj ČR. S činností regionálních rozvojových agentur i s kroky našeho ministerstva ve směru evropské integrace. I v této souvislosti iniciujeme grantové programy a se snažíme se vytvářet motivující podmínky pro české subjekty, zejména pak pro střední a malé podnikatele.

>> [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)

Představení projektů

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu Všudybyl  
Internetový časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

e-vsudybyl.cz

Redakce a příjem inzerce: Chalabalova 1605, 155 00 Praha 13, e-mail: kalcin@mbox.dkm.cz, mobil: 0603/ 177 536, fax: 02/ 652 29 06

# Je business travel lukrativní disciplínou?

## Business travel je v zásadě

Business travel je v zásadě lukrativní záležitostí. Klienti vesměs cestují vyšší třídou do vzdálených teritorií. Bydlí v luxusních hotelích. Půjčují si automobily vyšších tříd. Mnozí z nich požadují VIP servis. Přední firmy orientované na business travel poskytují služby na velmi vysoké úrovni. Hlavně

poskytují důležité informace ze svého operačního systému tak, aby klienti každý měsíc dostávali přesné soupisy, jak kdo z jejich firmy cestoval. Jakými leteckými společnostmi. Kolik firma tímto cestováním uspořila apod. Klienti špičkových firem tak mohou dostat v kterýkoliv okamžik aktuální informace o naplňování své cestovní politiky. Business travel je oblastí vysoce kvalitních výstupů a drahých vstupů, a to nejen v oblastech souvisejících se samotným cestováním, ale i ve sférách motivace, výchovy a vzdělávání lidských zdrojů, prezentací a kongresových akcí.

## Cestovní politika

Klienty travel business operátorů v minulém století v České republice tvořily především pobočky nadnárodních společností, které již od počátku chápaly důležitost informací a špičkové kvality služeb. S blížícím se koncem tisíciletí se do tohoto procesu včleňovala řada dalších firem, a to i ryze českých. Firem středních a menších, které si začaly uvědomovat důležitost centrálního nákupu služeb a centrálního sledování ukazatelů. Dodnes ale u mnohých klientů - firem neexistuje jakákoliv cestovní politika. Zpravidla si v nich každý vedoucí pracovník, někde i pracovníci na nižších úrovních, může objednávat letenky či další služby na různých místech. Nedodržením racionální cestovní politiky se tak firmy zřikají možností dosahování příznivých cen, kumulovaných objemů letenek apod.

10 let na trhu,  
reference  
na webových  
stránkách.



### Cauffeur Service & Limousine Service

- ✦ Pronájem všech typů limuzín, minibusů, autobusů a osobních vozů s řidičem.
- ✦ Transfery z letiště do hotelu a zpět nebo dle individuálních potřeb klienta.
- ✦ Rezervace limuzín na území celé České republiky a na více než 350 místech po celém světě.
- ✦ V.I.P. a bodyguard service.
- ✦ Disponujeme profesionálně školenými, anglicky mluvícími řidiči vybavenými mobilními telefony.
- ✦ Rezervace on-line na webových stránkách [www.dvorak-rentacar.cz](http://www.dvorak-rentacar.cz).
- ✦ Každý požadavek je individuálně konzultován s klientem k jeho maximální spokojenosti.

Výstaviště - LDS 1/6, 170 05 Praha 7  
tel.: 02/3337 4130, fax: 02/2010 3625  
e-mail: [v.dvorak@telecom.cz](mailto:v.dvorak@telecom.cz)  
<http://www.dvorak-rentacar.cz>

**HOTEL ADRIA PRAHA**

- ★ Klasický čtyřhvězdičkový hotel, 88 pokojů včetně studií a apartmá
- ★ Lobby Bar, Café Neptun, secesní restaurant Triton ve stylu krápníkové jeskyně
- ★ Konferenční a cateringové služby
- ★ Internet room, sekretářské služby, hlídané garáže

**Václavské nám. 26, 110 00 Praha 1, Česká republika**  
tel.: +420/2/210 81 111, 210 81 200  
fax: +420/2/210 81 300  
e-mail: [mailbox@hoteladria.cz](mailto:mailbox@hoteladria.cz)  
[www.hoteladria.cz](http://www.hoteladria.cz)

### Názory na business travel

Názory té které osobnosti na business travel jsou determinovány postoji majitelů či zájmy vlastní firmy. Pokud by kdo nerozvíjel sám sebe a své manažerské aktivity v souladu s filozofií a strategií své firmy, bylo by to špatně. Kdo jde do business travelu, jde tam zpravidla z přesvědčení, že jde dělat byznys, tedy vydělávat peníze. To možná není zcela v souladu s tím, co je možné vidět u některých velkých hráčů na scéně světového business travelu. Ti v řadě případů právě produkt business travel propojují na své další produkty a vydělávají peníze v kombinaci těchto produktů. Na kombinaci služeb, ať už business travel - cesty za odpočinkem, business travel - finanční služby atd.

### Kvalita a cena služeb

Způsob, jak vydělávat čistě na business travel, je založen na tradičních hodnotách každého servisního odvětví. Je prvořadé, aby vlastní servis měl vysokou kvalitu. Musí mít takový obsah, že za něj klient zaplatí správnou cenu. Je třeba si uvědomit, jak leckde, zvláště pak v České republice, tohle nefunguje. Lidé neznají definici služeb obecně. Obtížně se orientují při výběru dodavatelů služeb a stejně tak těžce rozhodují o správné ceně za tyto služby např. v oblasti zájezdů, veřejného stravování apod. V balancování obsahu a kvality služeb na jedné straně a správné ceny na straně druhé je obrovský problém. Je to věc, kterou mnohem lépe znají v USA a v západní Evropě. To vše za použití nejmodernějších technologií a s vědomím, že se samotný obor i trh velmi změnil. Použití moderních technologií znamená komplexní řešení pro klienta. Od poskytování informací, přes rezervace, účtování, statistiku, vystavování a doručování dokladů. To je komplexní systém, kde klient musí být velmi jednoduchým pokud možno kompaktním systémem pokryt ve všech oblastech. Bez komplexního pokrytí nebude mít nikdo šanci hrát významnou roli, a to nejenom na trhu business travel, ale v jakémkoliv odvětví. Ve službách obzvláště.

### Vydělávat na samotném business travelu není jednoduché

Důležitý je pohled na globální trh z hlediska konkurence. I zde došlo k dramatickým změnám. Samozřejmě konkurence mezi servisními společnostmi je a bude. V branži na světovém trhu existuje jen několik velkých významných hráčů, což je z hlediska jiných odvětví docela neobvyklá situace. Pokud si klienti velké celosvětové firmy chtějí zadat zajištění servisu business travel jednomu velkému hráči, je jejich možnost výběru velmi omezená. To ale neznamená, že by

**CONDOR**  
ADVERTISING

**Nejlepší ceny  
reklamních předmětů**

plastikové propisovací tužky Kč 3,60  
kovové propisovací tužky od Kč 10,70  
vizitkovníky Kč 21,80  
stolní kalkulačky Kč 73,30  
a mnoho dalších  
potisk od Kč 1,20 za kus

Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH 22%.  
Cena potiska je limitována počtem a nezahrnuje grafickou přípravu.

Praha 2, Žitná 8  
Tel: 02-96 21 21 00 Fax: 02-22 23 22 26  
e-mail: imex@condor.cz  
www.condor.cz

tato situace byla jednoduchá. Už s ohledem na to, že právě největší hráči, pod tlakem obrovských celosvětových klientů, předkládají tak silné cenové nabídky, že vlastní segment business travel pro dané servisní společnosti znamená pokud ne ztrátu, tak buď žádný nebo minimální zisk. To je pak dorovnáváno tzv. cross - sale - napojováním dalších služeb na klienta, na nichž se vydělává především. Dostat se mezi celosvětové hráče, kteří takto postupují s filozofií, že vydělávat na samotném business travelu nemusí, rozhodně není jednoduché.

### Konkurence se rozšiřuje na dodavatele služeb

Nový fenomén na tomto trhu je, že se konkurence rozšiřuje i na samotné poskytovatele



**CONDOR**  
AIR TRAVEL SERVICE

**IATA**  
MEMBER

**AAA**  
HIGHEST RATING

**letenky denně \* air tickets daily**

**Máme pro Vás  
otevřeno 365 dní v roce,  
báječné ceny, skvělý servis,  
soutěž pro všechny klienty,  
a jsme nejbližší k Vám:**

**Praha: Žitná 8 Tel: 02-22 23 22 25**  
**Brno: Pekařská 18 Tel: 05-43 25 25 25**  
**Plzeň: Reisskova 3 Tel: 019-732 99 66**  
**Č. Budějovice: Pražská 1 Tel: 038-731 51 35**  
**Teplice: Benešovo nám 7 Tel: 0417-53 44 30**  
**Olomouc: Havelkova 7 Tel: 068-523 00 11**  
**Ostrava: Čs. legií 16 Tel: 069-611 50 70**  
**Praha: Letiště Ruzyně Tel: 02-20 11 38 08**  
**www.condor.cz**



**Přijmeme** referentku/referenta pro prodej zájezdů a do rezervačního oddělení.

**Požadavky:** znalost anglického jazyka, práce na PC a praxe v cestovní kanceláři.

**Kontakt:** 02/ 41090712, p. Solarová

služeb. Například na letecké společnosti. Dnes je třeba v USA prodej letenek produktem číslo jedna na internetu. Objemově tvoří největší podíl. Prodej jde i přes agentury a hodně přímo přes letecké společnosti. Řada velkých leteckých společností už má velmi sofistikované prezentace na internetu s možností přímých rezervací, plateb kreditní kartou, vystavení letenky nebo palubky na letišti. V zájmu uspořené 9 % distribučních nákladů letecké společnosti vymýšlejí nejen internetové prodeje, ale i různé varianty přímého kontaktu s klienty. Zde je opravdu velká konkurence společností orientovaných na business travel. Dochází k velkým změnám, k velkým houpačkám. Některé letecké společnosti zavrhly agentury a jaly se prodávat přímo klientům. Po dvou letech takového experimentu byl prezident jedné z nich odvolán a nahrazen novým a letecká společnost se vrátila ke spolupráci v oblasti agenturního prodeje. Na jednu stranu tedy partneři - dodavatelé a zprostředkovatelé služeb, na druhou konkurenti. Travel business operátor je ale vždy akceptovatelný, pokud přichází s řešením, které má pro leteckou společnost smysl v oblasti distribuce. Tzn., když distribuční náklady zůstanou na rozumné úrovni a letecká společnost má své výnosy. Když dokáže perfektně obsloužit klienta a ten zaplatí správnou cenu, s níž bude spokojen, protože za ni obdrží perfektní službu. Všechny tři strany - dodavatel služeb, zprostředkovatel služeb a zákazník se tak dostanou do souladu.

**Lidský faktor, největší trumf**

Přes všechny vymoženosti v komunikaci a její dynamičnost, nikdy žádná technika nenahradí osobní jednání. Strategická rozhodnutí se budou vždy odehrávat v nějakém setkání, na schůzích představenstva správní rady dané firmy, na něž lidé přijdou z různých koutů světa. Business travel bude, protože budou služební cesty včetně těch na nejvyšších úrovních. Obrovská část světa ještě není pokryta technologiemi. To je směr, kam všechny velké firmy směřují své rozvojové aktivity. Rusko, Čína apod. Tam všude se bude cestovat. Tam není a ještě dlouho nebude možné dominantně prodávat zboží po internetu. Věřím v budoucnost business travelu jako branže i v rozvoj cestovního ruchu vůbec.

J.K.Tyl

# Hotel „U Věže“



**Hotel nabízí:**

- 26 klimatizovaných apartmánů s výhledem na Prahu
- 2 lobby a 4 restaurační jídelny
- 1 luxusní apartmánský objekt s výhledem na Prahu a 2 jídelny a bar
- 2 klimatizované apartmány s kuchyňkami
- Agenturní bar
- Příjemné prostředí
- Vnitřní zahradu pro děti a starší lidi s 2000 m<sup>2</sup> zahradníkem
- Vnitřní bazén s výhledem na Prahu a výhledem na Prahu
- Prostor pro vyhledávání nákladů při zájezdech
- 2 jídelny
- Přístupnost k handicapovaným osobám a těmto
- Klimatizované sálky s 2000 m<sup>2</sup> sálky se střešním restauračním
- Restaurací parkoviště

**The hotel offers:**

- 26 individually appointed double rooms, 4 of which can have an extra bed installed if required.
- 1 luxury apartment, which amongst other amenities offers a whirlpool bath for two, bar & lounge
- 2 climate apartments with kitchenettes
- An agent bar
- A pleasant restaurant
- A nice garden for groups of up to 20 people, with nice setting of personal landscaped areas and spectacular views from the main house
- A heated indoor garden pool and spa, equipped with a hot tub of coffee or a glass of liquor
- A wheelchair accessible VIP lounge, with a fireplace
- A conference room for 20 people with latest technical facilities
- Extensive parking facilities



Hotel „U Věže“  
251 01 Nuspy  
okr. Praha - východ  
e-mail: hoteluvaze@hoteluvaze.cz  
www.hoteluvaze.cz

Tel.: +420 2 67 71 26 72  
Tel./fax: +420 2 67 71 26 73



## Restaurant Café Creperie

Rádi bychom Vám představili nový Restaurant Café Creperie. Nachází se u vyústění Karlova mostu bezprostředně u staroměstské mostecké věže v prostorách bývalého kláštera vedle kostela Sv. Františka.

Specialitou Creperie jsou francouzské slané i sladké palačinky podle starých receptur.

V romantickém prostředí na Vás dozajista dýchne atmosféra staré Prahy.

Po příjemném obědě, svačině či večeři máte možnost navštívit Galerii Rytířského řádu Křížovníků, kde jsou mimo jiné pozůstatky v Čechách nejstaršího kamenného Juditina mostu z 12. století.

Restaurant Café Creperie je otevřen každý den od 10 do 22.30 hodin.

Díky svým dispozicím je vhodný i pro pořádání menších až středně velkých obchodních akcí, prezentací, tiskových konferencí, rautů apod.

**Restaurant Café Creperie**

Křížovnické náměstí 3  
110 00 Praha 1  
tel./fax: 02/2110 8240

# Anketa

## Top managerů se Všudybyl ptal: Jaká je Vaše vize vývoje business travel v 21. století?



**Markéta Athanasiadová,**  
ředitelka Business Travel  
Centra Čedok

V důsledku rostoucí konkurence bude v celosvětovém měřítku docházet k dalšímu fúzí a k upevnování pozic mezinárodních uskupení, poskytujících skutečně komplexní servis. Čedok

na tento trend zareagoval vstupem do řetězce First Travel Management, jenž již dnes spojuje po celém světě řadu rozhodujících společností orientujících se na business travel.

V oblasti akvizice budou velké společnosti těžit ze své daleko větší schopnosti získávat klienty na úkor malých, kterou ještě umocní jejich aktivní, pozitivně agresivní přístup.

Přes trvale se zrychlující pokrok v oblasti zavádění informačních technologií bude i nadále sehrávat významnou roli individuální přístup k zákazníkům, ochrana informací a klientova soukromí. Bude pokračovat trend poskytovat maximálně komplexní servis, který klientům šetří čas a umožňuje jim plně se věnovat vlastním aktivitám. Stále větší roli bude hrát preventivní asistence zabraňující vzniku nepředvídaných situací či umožňující jejich promptní řešení.



**Viktor Dvořák, Dvořák,**  
Rent A Car, s.r.o.

Příliv zahraničních investic do české republiky provází stoupající množství obchodníků, kteří naši republiku navštěvují s tím, že očekávají obvyklý standard služeb - tedy, mimo jiné, i možnost

poohybovat se svobodně ve vypůjčeném automobilu. Manager neztrácí drahocenný čas tím, že by se snažil zorientovat v nabídce půjčoven automobilů až na

místě. Naopak, je zvyklý, že se po příletu plynule přesune do dalšího dopravního prostředku, který mu z jeho mateřské země objednal schopná asistentka. Nic si nenamlouvejme, většina našich managerů vyžaduje v cizině totéž. Společnost Rent A Car je schopna rezervovat vozy ve 350 pobočkách po celém světě. Zdá se, že využívání tzv. limousine servise na úkor běžné taxi služby, je dalším silným trendem klientely z řad obchodníků. Jedná se o běžný servis, který i u nás přestává být vyhrazen pro ty TOP V.I.P. a stává se normální očekávanou a vyžadovanou součástí života.



**JUDr. Josef Šesták Carlson**  
Wagonlit

Cestování za obchodem - moderně „business travel“ je historií prověřený způsob přátelské komunikace mezi národy. Je známou věcí, že kam nemůže politik - tam vždy může obchodník. Naopak si to

netroufám tvrdit. Moudrý politik ví, že rozvoj obchodu pomáhá jeho zemi a proto dělá vše pro jeho podporu. Má vize vývoje business travelu v 21. století je zcela jednoduchá. Business travel nezanimkuje, doprava se stane přístupnější pro více lidí a tím dojde i k oživení cestování. Cestovní kanceláře budou nuceny k podstatné změně ve své činnosti - přestanou být pouhými zprostředkovateli mezi leteckou společností a cestujícími, ale stanou se kvalifikovanou firmou s odborným poradenstvím pro klienty, kteří jí za úplatu svěří zajišťování a organizaci služebních cest. Proto bude cestovní kancelář placena klientem, nikoliv provizí z prodeje letenek, vlaků, hotelů...

O výběru kvalifikované cestovní kanceláře nebude v budoucnu rozhodovat referent - řídící se mnohdy vlastními zájmy, ale vedení firmy stejně tak, jak se rozhoduje například o firmě provádějící audit. Vzroste význam železniční dopravy, kdy moderní rychlovlaky bez zbytečného čekání na letišti (a bez výkyvů cen pohonných hmot) zajistí pohodlnost,

rychlost a bezpečnost. Můj pohled do 21. století je tedy optimistický - samozřejmě nejdůležitější pro business travel je klidná mezinárodní situace a hospodářská prosperita, které ale vlastně obchod pomáhá.



**Ing. Jana Brunnerová,**  
ROLLPA travel club, s.r.o.

Domnívám se, že se středně velké firmy orientované na business travel, pokud poctivě pracují, budoucnosti bát nemusí. Je sice pravda, že velké nadnárodní společnosti si svůj vliv udrží a stále budou

určovat, s kým budou spolupracovat jejich pobočky, ale... Je příjemným paradoxem, že s obrovským rozvojem informačních technologií spojeným s postupující dehumanizací všeho konání, sílí význam komunikace a osobního kontaktu s člověkem, a to zvláště u VIP klientů. A tady je právě naše parketa.

Cenové relace u menších travel business operátorů jsou téměř shodné a zdá se, že ani v novém tisíciletí nebude cena jediným rozhodujícím faktorem pro výběr partnera. V návaznosti na horečně probíhající proces integrace do (nejen evropských) globálních struktur vidím budoucnost business travel v České republice především v zajišťování kompletního servisu v rámci tuzemska, a to včetně prezentačních, kongresových a motivačních programů.



**Ing. Jan Kužel,**  
marketingový ředitel  
America Tours

Už poslední století minulého tisíciletí otevřelo brány všem lidem, kteří chtějí poznat cizí země a cestovat. Dle mého názoru už nemůže dojít k dramatickým změnám.

Budeme cestovat stále více, častěji, pohodlněji, levněji a s vyšší kvalitou v závislosti na ekonomické situaci země. Díky ostré konkurenci a internetu přežijí jen ti nejsilnější touroperátoři. Cestování za obchodem se v dohledné době zřejmě dramaticky

měnit nebude. Pomocí telefonu, internetu a faxu můžeme hodně vyřídit, ale z vlastní zkušenosti vím, že osobní rozhovor s obchodním partnerem nic nenahradí. Proto si myslím, že objem obchodního cestování bude spíše narůstat než stagnovat. Nová generace lidí, narozených ke konci dvacátého století, bere cestování jako samozřejmost a to je dobře. Pobyt v cizí zemi všechny obohatí novými zkušenostmi, nápady a pomáhá tak nepřímo vyrovnávat životní úroveň jednotlivých států v rámci procesu globalizace. Díky tomuto „stěhování národů“ pak nakonec většina lidí zjistí, že doma je stejně nejlépe, a to je nesmírně důležité pro duševní zdraví národa.



**Ing. Pavel Hlinka, generální ředitel hotelu Inter.Continental**

Budoucnost je o službách. V případě hotelů orientovaných na business klientelu, je jejím středobodem spokojenost firmy, která hosta vysílá, pořádá

oficiální večeri, kongres, seminář apod. Pochopitelně, platí přímá úměra: nespokojený host - nespokojená firma. Objektivní i subjektivně pocitová spokojenost klientů bude mít s vyrovnaností nabídky, s posilováním možností konkurujících si uskupení stále výraznější dopad na ekonomické výsledky. Kdo bude chtít uspět, musí poskytovat lepší služby a být korektní v jednání a příjemný ve vystupování. Tedy musí mít lepší předpoklady pro to, aby klientela chtěla služby právě jeho hotelu. Tím, v souvislosti s nároky na vybavenost v oblasti zajišťování služeb, porostou náklady, které jsou a budou povětšinou spjaty s technikou. Díky globalizaci bude ubývat hotelových řetězců. Ty samotné se pak budou koncentrovat pod méně majitelů. Byl-li kdysi hotelový řetězec Penta, Ramada, Renaissance, Ritz Carlton a Marriot, tak de facto dnes je to všechno Marriot. Zrovna tak jako byl dříve Holiday Inn, Crown Plaza, Inter.Continental a Forum, je nyní je vše Bass Hotels and Resorts. Trendem společností orientujících se na business travel v 21. století je získávat majoritu na trhu a vytvářet si tím optimální podmínky nejen pro přežití, ale pro další rozvoj a růst.



**Otokar Sojka**

Business travel půjde cestou vysoké kvality při zajišťování komfortu pro nás firmy, které tohoto servisu využíváme. Podle mého názoru bude u firem podnikajících v business travel čím dál větší nutností silně

ekonomické zázemí. Business travel se u nás rozvíjí a bude rozvíjet společně s ostatní ekonomikou. Je

velmi ovlivňován vztahy České republiky se zahraničními firmami. Služebně jezdím do zahraničí velmi často. Servis, na vysoké úrovni za rozumné ceny, mi zajišťuje Hapag-Lloyd. Korelace cena - kvalita bude sehrávat významnou roli při výběru či změně servisní firmy v oblasti business travel i do budoucna. Na trhu zůstane několik silných firem. Tento segment bude pro cestovní kanceláře stále velmi zajímavý. My, kteří těchto služeb využíváme, se můžeme těšit, že se vzájemné soupeření firem orientovaných na zprostředkování a poskytování služeb business travel bude pozitivně odrážet kvalitu servisu.



**Miloš Končický, ředitel společnosti Adria Neptun**

V současné době jsme svědky toho, že v České republice a především v Praze dochází k určité přeměně vlastnických vztahů v hotelnictví. Tento vývoj se bude postupně týkat i dalších větších

měst a menších hotelů. Hotelové řetězce staví další hotely pro klientelu, která jich využívá (velmi často) na základě celosvětových obchodních smluvních vztahů. Bude stupňován soubor o klientelu mezi „nezařazenými“ hotely v českých rukou a hotely vlastněnými silnými nadnárodními společnostmi. Co se týče malých hotelů orientovaných na business klientelu, jako je náš hotel Adria, budeme muset ještě více stavět na své lokaci, jedinečnosti, komornějším prostředí a osobním vztahu klientů k nám. Obchodní klientela bude i v příštích letech volit mezi globálně unifikovaným, někdy až sterilním prostředím hotelů daného celosvětového hotelového řetězce (kde, ať jste v Paříži, v Praze či v Buenos Aires, bydlíte v obdobně laděném hotelovém mobiliáři a z reproduktorů vám zní obdobná hudební kulisa apod.) a jedinečností atmosféry pohody daného místa. Obchodní klientela velmi mnoho a často cestuje. To, že zpravidla vydělává pro svoji firmu i pro sebe hodně peněz, je vykupováno neustálým odcizováním se jedné ze základních hodnot - rodinnému zázemí. Proto i do budoucna budou přemnoží z řad obchodní klientely intuitivně inklinovat k prostředí, které do značné míry dokáže suplovat intimitu domova.



**Ing. Jan Brázda, generální ředitel českého zastoupení American Express**

Business travel byl, je a bude. Bude do té doby, dokud bude existovat byznys, který společně s kulturou a dalšími oblastmi táhne svět

kupředu. Bude docházet k další koncentraci na trhu a v horizontu několika let bude velkou část trhu pokrývat několik málo společností, které budou

obsluhovat velké i menší zákazníky. Přijdou další a nové komunikační a distribuční technologie ve sféře objednávání přes internet, ale v průběhu několika příštích let nevidím možnost, že by byla role agentur nahrazena. Snad v oblasti objednávání jednoduchých cest z jednoho bodu do druhého a zpět může internet mít svoje místo na trhu, ale u klasického typu business travel se pouze prohloubí a zvýrazní role travel counsellora jako skutečného poradce při plánování služebních cest. Možná dojde k další specializaci zaměstnanců tak, aby operativněji reagovali na větší škálu požadavků zákazníků. Touto cestou se již nyní ubíráme v American Express a pokud mohu hodnotit podle průzkumu názorů našich zákazníků, tak velmi úspěšně. Budoucnost a roli naší agentury vidím velice optimisticky.



**Ing. Jiří Sysel, poradce**

„Business travel“ prodělal v posledních desetiletích minulého století ve světě dramatických vývoj.

Jeho klasická forma - cesta za obchodem, byla rozšířena o nové komodity - kongresovou, vzdělávací

a incentivní turistiku a na trhu se objevily zcela nové subjekty cestovního ruchu jako „PCO - profesionální organizátoři kongresů“, „DMC - manažeři destinací“ a další. Prakticky padly všechny teritoriální bariéry a z hlediska geografické rozšířenosti a rozsahu cest „business travel“ dosáhl obdobných parametrů jako jeho dvojče - „leisure travel“. Česká republika v devadesátých letech v této komoditě cestovního ruchu srovnala krok s Evropou a vyspělým světem. V 21. století budeme, dle mého soudu, svědky tvrdého konkurenčního boje mezi dodavateli služeb (leteckými a železničními přepravci, hotely a hotelovými řetězci, půjčovnami aut a dalšími společnostmi poskytujícími služby cestovního ruchu) a všemi typy organizátorů a prodejců o hlavní a důležité klienty a přímý kontakt s nimi. Uvidíme nové, promyšlenější a agresivnější marketingové strategie největších hráčů, ale i tvrdou denní akviziční práci malých a středních firem na tomto trhu. Zcela novou, přímou a nelitostnou konkurencí se pak pro všechny stanou nové technologie a internet. Věřím, že v 21. století zůstanou i na tomto trhu všichni ti, kteří budou poskytovat služby kvalitní a zejména naplňovat hezký výklad širší definice cestovního ruchu „hospitality industry“ - jako sféry pohostinnosti.

# Thomas Cook Global & Financial Services patří Travelexu

Zajímám se o budoucnost, protože v ní hodlám strávit zbytek svého života.  
Ch. F. Kettering



Pan Lloyd Dorfman (nalevo) si připíjí s panem Jiřím Krejčou.

## Nejstarší a nejprestižnější

Nejstarší a nejprestižnější cestovní kancelář světa, britská společnost Thomas Cook, prodělávala v uplynulém desetiletí neustálé změny, včetně střídání majitelů. Sledovat tyto změny není jednoduché ani pro zasvěceného. Zaměřili jsme se proto alespoň na popis současného stavu společnosti Thomas Cook, který - zdá se - bude již dlouhodobým řešením a přinese uklidnění a stabilizaci tohoto významného subjektu světového cestovního ruchu.

**Thomas Cook součástí skupiny C & N**

Britská cestovní kancelář Thomas Cook se po krátké „story“ v TUI Group stala součástí významné evropské skupiny C & N a její budoucnost je v zájezdové turistice.



Pan Lloyd Dorfman, majoritní vlastník společnosti Travelex, která koupila finanční služby Thomas Cook.

## Global & Financial Services součástí skupiny TRAVELEX

Koncem minulého roku byla z holdingu Thomas Cook vyčleněna divize finančních služeb, Global & Financial Services, která se stává součástí významné britské finanční skupiny s celosvětovou působností TRAVELEX. Směnárný Thomas Cook mají nadále právo používat tuto prestižní značku. Otázka společného označení směnárenských sítí Thomas Cook a Travelex, jakož i dalších společných

produktů a služeb bude řešena v průběhu roku 2001.

## Jiří Krejča nadále v čele

Akciová společnost Thomas Cook a.s. působící od roku 1992 v České republice se před dvěma lety stala součástí Global & Financial Services, přestala podnikat v cestovním ruchu a nyní patří Travelexu. Thomas Cook a.s. v České republice nemá s cestovním ruchem již nic společného s výjimkou osoby předsedy představenstva a generálního ředitele Jiřího Krejči, který je současně jednatelem a ředitelem cestovní kanceláře Hapag-Lloyd Business Travel s.r.o.





# Velký třesk na světové scéně business travel

V pondělí 5. února 2001 v 15 hodin místního času byla z Londýna vyslána do celého světa tato zpráva: Tři významné společnosti, působící v oblasti business travel - Maritz Travel Company, TUI Business Travel (Hapag-Lloyd / First Travel Management) a Internet Travel Group (ITG) se spojili, aby změnili situaci na světovém trhu služeb business travel.

## Pod jednou střechou, pod jednou značkou

Maritz Travel Company, TUI Business Travel a Internet Travel Group vytvořili novou organizaci - TQ3 Travel Solutions - s cílem nabídnout kvalitní zajištění pracovních cest po celém světě pod jednou střechou a pod jednou značkou.

## Dva tisíce poboček v 50 zemích

Nová celosvětová síť zahrnuje kromě výše uvedených zakladatelů další špičkové společnosti z dané oblasti. Ve 2 000 pobočkách v 50 zemích světa pracuje na 12 000 zkušených odborníků. Kombinací mezinárodních zkušeností a znalostí místního prostředí bude dosahováno vysoké kvality

**TQ<sup>3</sup>**  
**Hapag-Lloyd**  
**TRAVEL SOLUTIONS**

a na míru šitých řešení. Předpokládá se využití nejmodernějších technologií včetně e-commerce. Hlavním konkurenčním momentem bude dodání takového rozsahu a kvality služeb, jak bylo přislíbeno v nabídkách klientům.

## V České republice Hapag-Lloyd Business Travel s.r.o

V České republice reprezentuje značku TQ3 společnost Hapag-Lloyd Business Travel s. r. o., což je dceřiná společnost jednoho ze zakladatelů sítě



TQ3, německé TUI Business Travel. Hapag-Lloyd Business Travel s.r.o. působí v České republice již několik let. Na čelní místa českého trhu business travel se dostala tato společnost v roce 1999 převzetím divize cestovních služeb Thomas Cook a.s. a následným rozvojem v roce 2000.

## Tři pobočky TQ3 - Hapag-Lloyd v České republice

V současnosti provozuje TQ3 - Hapag-Lloyd v České republice 3 pobočky. Hlavní provozní základnou je Business Travel Centre v budově Motokovu v Praze 4 - Pankráci. Na pražském letišti je další plně vybavená provozovna, nabízející služby cestovatelům 7 dnů v týdnu od 6 do 20 hodin. Třetí pobočka je umístěna v prostorách sídla společnosti Český Mobil (Oskar) a slouží výhradně potřebám této firmy.



Když Manager International Business Development TUI Business Travel paní Katja Flockerzi hovořila o změnách, které provázejí společnost Hapag-Lloyd a TUI v oblasti business travel, zejména pak o celosvětovém joint venture s americkým Maritzem a s tím souvisejícími obrovskými organizačními a personálními přesuny a vším, co souvisí s budováním celosvětové sítě, prohlásila: „Přes všechny změny je ve firmě jedna konstanta - jedna věc, která se nemění - a tou je náš Managing Director pro Českou republiku pan Jiří Krejča a my věříme, že tou stálíci i zůstane.“ V té chvíli hovořila i za společnost Thomas Cook, s níž se Hapag-Lloyd dohodl, že budou i nadále využívat služby tohoto manažera v České republice společně. Napravo Mark Smith - ředitel společnosti Thomas Cook Financial Services pro Evropu a uprostřed Jiří Krejča.



- **Prodejní oddělení:** Na strži 63, Praha 4
- telefon: 02/6114 2543
- **Vedení společnosti:** Národní 28, Praha 1
- telefon: 02/2110 5371

Kongresový turista utrací přibližně 350 - 400 USD denně. Nevyplatí se tedy pro propagaci Česka, coby prvotřídní kongresové destinace, udělat ještě něco navíc? Že by to za nás už opravdu udělali všechno naši předkové?

# Utrácí 350 až 400 USD denně

Je v zájmu České republiky podporovat velké mezinárodní kontrakty?

Společnost Guarant patří mezi přední české subjekty, které se specializují na kongresovou turistiku. Pane řediteli jak začala cesta společnosti Guarant od podnikatelského záměru až do světové extratřidy, kde jste své postavení obhájili úspěšnou

zajištěním překladů, tiskovými službami apod., přes VIP servis, ubytování, dopravu, stravování, zajištění recepcí, pokongresových výletů, společenských programů a doprovodných výstav. To, že dodáváme kompletní služby, rozhodlo i o našem dnešním postavení.



**realizací Výročních zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky v Praze v loňském roce?**

Uvědomili jsme si, že je třeba se specializovat a rozhodli se pro stěžejní oblast kongresů a konferencí a jako doplněk pak i incentivní turistiku. Zadavateli kongresových zakázek jsou firmy, profesní, zájmové či státní instituce včetně mezinárodních. Od, dejme tomu, České lékařské komory až po OSN. Všechny tyto akce zajišťujeme nejenom z hlediska vlastní realizace, ale poskytujeme i celkovou logistiku. Tzn. naplánování od prvního akvizičního kroku, přes přípravu, realizaci až po vyúčtování a zhodnocení akce. Zároveň garantujeme rozpočet a veškeré nasmlouvané služby související s přípravou a realizací. V technické oblasti pak počínaje pronájmem sálu, tlumočnické techniky,

**Významnou součástí ekonomického krytí většiny kongresových akcí je sponzorování.**

Ano, sponzorování hraje u řady akcí skutečně významnou roli a my pochopitelně máme zkušenost i s jeho získáváním. Umíme sami či ve spolupráci s klientem identifikovat potencionální sponzory a subjekty, které by mohly o tento způsob spolupráce projevit zájem. Víme, jakou formu prezentace jim nabídnout, aby pro ně byla dostatečně atraktivní. Pro klienta jsme pak samozřejmě schopni zajistit kompletní management takového sponzorování.

**Velké kongresy jsou stavěny na velkých osobnostech.**

Česká republika se může pyšnit celou řadou světově uznávaných odborníků, kteří, a to je pro

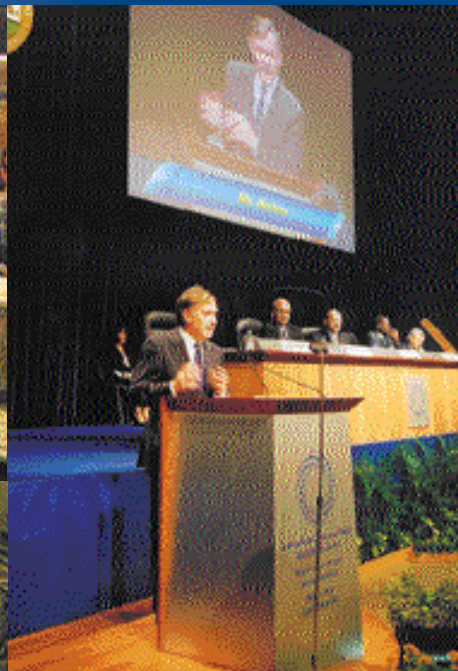
naši ekonomiku dobře, mají i zájem svoje poznatky a znalosti komunikovat dál a konfrontovat je s kolegy z jiných zemí. Jsou tudíž aktivně zapojeni do činnosti mezinárodních organizací a asociací a snaží se rovněž přivést do Prahy jejich kongresy či alespoň naši snahu v tomto směru podpořit. Standard služeb, které dnes u nás nabízíme je na světové úrovni, máme dostatečné materiálně technické zázemí a z komunikace a kooperace s některými zahraničními organizačními výbory je evidentní, že naše úroveň je minimálně srovnatelná s ostatními organizátory i těch největších kongresů.

**Připravit špičkový kongres je záležitostí specialistů. Je nemyslitelné, aby si i ta nejbohatší firma držela takový tým odborníků, pro jejichž špičkové schopnosti se najde uplatnění jednou za dva roky.**

**Rovněž je nepravděpodobné, že by si takto využívání specialisté udělali špičkovou odbornost. I u nás už končí éra „univerzální specializace“.**

Jak jsem řekl Guarant se již dlouho orientuje na kongresy a konference. Toto vyprofilování nám dalo možnost velmi podrobně do celé oblasti proniknout, seznámit se i s malými detaily, potřebnými ke zdárnému zvládnutí kongresové akce. Často je organizace kongresu založena i na našem odborném odhadu, protože jednotlivé destinace nejsou stejné a tak její výběr může dosti ovlivnit například počet účastníků. Příprava takové konference je poměrně náročnou záležitostí a její perfektní zvládnutí vyžaduje dobré zázemí a kvalitní a zkušené pracovníky. Guarant v tomto směru má rozvinutou firemní politiku zaměřenou na to, aby si tyto kvalitní zaměstnance vychovával a udržel.

V okamžiku, kdy je Česká republika jen jednou z řady několika kandidátských zemí začínají naše aktivity už samotnou akvizicí, na které se pracuje i několik let dopředu. V této fázi jsme schopni pro národního pořadatele připravit celou prezentaci a zajistit ji i po programové stránce. Kandidáta umíme vybavit potřebnými materiály, informacemi nebo jej podpořit přímo účastí někoho z vlastního týmu, kdo pomůže prezentovat Českou republiku a zpravidla Prahu tam, kde se o budoucím místě konání kongresu rozhoduje.



v mezinárodních tendrech, se neobejdou bez výrazné podpory států. Kongresová oblast takovou podporu nejen potřebuje, ale určitě si ji i zaslouží.

Při pohledu, jak k této problematice přistupují naši sousedé - Vídeň, Budapešť, Berlín i další



**Guarant je členem a Vy osobně místopředsedou, Pražské asociace kongresové turistiky, ale i dalších renomovaných mezinárodních institucí.**

Taková sdružení, jako je Pražská asociace kongresové turistiky, existují ve všech zemích, kde je zájem rozvíjet tuto nesporně atraktivní a zajímavou disciplínu cestovního ruchu. Každý stát těží přímo z ekonomického přínosu kongresových turistů, jejichž průměrná útrata se pohybuje kolem 350 - 400 USD denně, avšak existují i další pozitivní efekty organizace kongresů. Prvním cílem Pražské asociace kongresové turistiky je podpořit obecnou informovanost o Praze jako kongresové destinaci. Pokud klient nebo potenciální organizátor přijede do Prahy nebo zvažuje, kde by se taková akce mohla konat, musí dostat kompletní a kvalitně prezentované informace.

Guarant je kromě PAKT-u členem i jiných sdružení, nejvýznamnějším je pak firma International Conference Network (INCON) - síť předních profesionálních organizátorů konferencí v 16 zemích světa. Jsme tak v permanentním styku s kolegy z předních firem našeho typu v zahraničí, můžeme porovnávat, učit se, rozvíjet nadále naše schopnosti a udržovat se tak na světové úrovni.

**Jaká je podle Vás role městských zastupitelstev či států v oblasti kongresové turistiky?**

Často velmi významná, ne-li stěžejní. Nejedná se ani tak o podporu finanční, spíše o to, aby daná destinace či země vystupovala kompaktně, aby představitelé států podpořili snahu prosazovat Českou republiku jako kongresovou i turistickou destinaci. Ani jiné velké kontrakty, mají-li obstat

evropská města - zjistíme, že tato města působí společně se svými představiteli na velké mezinárodní kongresy a snaží se je získat právě pro svou destinaci.

O uskutečnění kongresu se rozhoduje často i více jak na 5 let dopředu. Bude-li mít kongresová turistika podporu od komunálních po nejvyšší orgány, budeme mít větší šanci je do České republiky dostávat. Kdo je bude realizovat, to je už záležitostí obchodní politiky a schopností každého z komerčních subjektů. Prvním krokem je to, abychom měli šanci se o ně vůbec ucházet.

➤➤ [www.guarant.cz](http://www.guarant.cz)



Řada firem preferuje někdejší prvomájový přístup, že není důležité rozumět, ale zúčastnit se.

# Když chceš víc, tak můžeš

Správný výběr a kvalita komunikační techniky se výrazně odráží ve výsledcích prezentací

**Společnost ProMoPro v minulém roce zajišťovala technickou stránku Výročního zasedání mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky. Byla to bezesporu dosud největší a nejnáročnější kongresová akce v Česku. Čím byla pro Vás objemná?**

Určitě svým rozsahem. Dále potvrzením odvěkého axiomu, že všechno je jinak. To, co se tři roky připravovalo a neustále potvrdovalo při našich

(sluchátek). 30 tlumočnických kabin pro 2 tlumočníky, 18 pro 3 tlumočníky, 130 tlumočnických stanic DCN a 350 digitálních kongresových mikrofonů DSN, 25 klopových a 30 mikroport mikrofonů. 30 ozvučovacích souprav, 30 datových projektorů, 30 pláten, 10 plazmových panelů, 7 Betacam kamer, 3 robotické kamery, 20 videorekordérů, 2 videomixy, 25 barevných televizí, betakamerové studio. 30 minidiskových rekorderů, 60 kazetových magnetofonů a nahrávací studio. Nakoupili jsme

videokamery, které jsme instalovali na strop sálu Fórum. V sále bylo nainstalováno 60 digitálních diskusních mikrofonů, které pomocí speciálního softwaru ovládaly tyto kamery. Každý řečník měl svoji pozici v počítači a při přihlášení do diskuse byl automaticky snímán jednou z kamer. Snímaný obraz byl přenášen na obří plátno přímo v sále a zároveň jsme z něj ve studiu pořizovali záznam.

**Kongres Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky Praha 2000 je za námi. Co takhle další klienti ze sféry kolem business travel?**



osobních konzultacích ve Washingtonu i ve stovkách faxů mezi Washingtonem a Rubeškou, bylo ve fázi finálních požadavků na realizaci diametrálně jiné. Velké zasedání proběhlo tak, jak mělo. Doprovodné akce, semináře a tiskové konference však vznikaly za pochodu. Požadavky na jejich technické zajištění jsme mnohdy dostávali i méně než 10 minut před zahájením.

**Jaké technické vybavení jste museli kvůli tomuto kongresu zajistit?**

Dohromady 4.600 přijímačů



spoustu nové techniky. Měli jsme jí tam za cca 180 milionů korun. Obsluhovalo ji na 90 techniků.

Tlumočnická zařízení, kabiny, přijímače a zářiče jsme doplnili od kolegů z Dánska, Řecka a Německa.

**Zmínila jste robotické kamery. Co to je?**

Během uzavřených přípravných jednáních nesměli být v sále kameramani a vůbec žádný člověk, který neměl zvláštní povolení. Proto jsme zakoupili tři počítačově ovládané robotické

Třeba využití robotických kamer? Firemní a kongresové akce často probíhají na několika místech současně. Ve spojení např. s plazmovými panely je pak možné přenášet zvuk i obraz do dalších místností. Výhodou je, že kamery díky stropním držákům nikomu nepřekáží a dokáží umocnit atmosféru prezentace či zážitky u akcí incentívního charakteru.

U kongresů, prezentací, seminářů, školení, ale i u dalších podobných akcí, totiž velmi záleží na důkladné přípravě. Bohužel se stále značná část firem domnívá, že když si objedná salonek v hotelu, chlebičky a kávu, je to už vše. Komunikace, a o tom



takovéto skupinové či hromadné akce jsou, je ale o vytváření podmínek pro optimální příjem informací. Technika, čas a kapacita věnovaná zabezpečení kvalitní komunikace se velmi výrazně odráží ve výsledcích. Její podcenění rovněž. Ale, jak jsem již řekla, řada firem, či jimi pověřených pracovišť ba dokonce P.R. agentur preferuje někdejší prvomájový přístup, tj. že není důležité vidět, slyšet, rozumět, ale udělat si čárku - zúčastnit se.

**Předpokládám, že by firma ProMoPro, např. při pokládání základního kamene nové průmyslové zóny kdesi na severní Moravě, dokázala na zelené louce zajistit postavení zatepleného stanu, vybavit jej sanitárním zázemím, bēhouny, židlemi, šatnami, audiovizuální a tlumočnickou technikou.**

Přesto, že to není zcela naše parketa, samozřejmě ano. Společnost ProMoPro se orientuje především

**v ledovém hokeji, volby Miss, vyhlásování nej, nej... tam všude jsou Vaše velkoplošné projekce a lidé.**

Technické zajištění mnoha prestižních akcí je u nás objednáváno právě proto, že některé přístroje, jimiž ProMoPro disponuje (hlavně Barco projektor) jsou jediné v České republice. Nebáli jsme se a nebojíme investovat do techniky. To nás odpíchlo z českého průměru do mezinárodní extraligy, jejímiž jsme oficiálními členy. Malých projektorů je jen po Praze spousta. Ale velká projekce na špičkové úrovni ...? Nikdo další se v Česku neodvážil tak velkoryse investovat. Přístroje jsou velmi drahé kolem 7 milionů Kč za kus. To je ale pouze první krok. Následný je, že musíte mít klientelu, která vám důvěřuje a která si je od vás pronajímá.

**Když se nechce, je to horší, než když se nemůže. Občas se to v oblasti lidských zdrojů nakumuluje tak, že se nechce a nemůže dohromady. Pak jde jakákoliv technika do háje.**

Technik po nástupu ke společnosti ProMoPro začíná malými akcemi. Pokračuje většími. Zpravidla



adekvátní. Zpravidla navrhujeme několik variant. Ne všichni ale doporučení akceptují. Vzpomínám na pána, jehož firma usilovala o velký kontrakt u zahraničního partnera. Při příležitosti jeho návštěvy v Česku se rozhodla realizovat velkolepý banket a prezentaci toho, co všechno již dokázala. Prezentace měla probíhat v otevřeném stanu při denním světle. Proto jsme pánovi doporučili použití plazmových panelů. Jsou účinné i za slunečního protisvětla. Dotyčný se však rozhodl šetřit na nepravém místě a nechal nainstalovat televizory, na jejichž obrazovkách nebylo téměř nic vidět. Možná i tato blamáž, přispěla k tomu, že z mnohamilionového kontraktu sešlo.

**Paní Veselá, něco optimistického na závěr...**

Zaslouženě optimistického? Co když čtenáře Všudybylu vyzvu: potřebujete-li kvalitní a spolehlivé technické zabezpečení firemních či společenských



na zajišťování kongresů. Ale i hangárový stan, mobilní vytápěcí jednotky atd. dokážeme zajistit v kooperaci s dalšími spolehlivými partnery. Již zmiňovaný kongres mne utvrdil v tom, že dokážeme víc, než jsem si kdy uměla představit.

**Jsmeli zpátky u Kongresu 2000, dovolte mi konstatování. Ne náhodou společnost ProMoPro vyhrála mezinárodní výběrové řízení. V České republice, je-li kde instalována videoprojekce, je u toho zpravidla ProMoPro - stabilní partner televizních společností i té „veřejnoprávní“. Návrat fotbalových vicemistrů světa, příjezdy mistrů světa**

se vyprofiluje a pak již převážně dělá to, co mu sedí nejlépe. Není pravda, že by ke společnosti ProMoPro nastupovali experti, spíše naopak. Elitu techniků si firma vychovává sama.

**Půjčovna kongresové techniky Rubeška je nejen důstojným zázemím společností ProMoPro, ale je i místem, kam se lidé často obrací s žádostmi o konzultace v oblasti audiovizuální techniky.**

Lidé a jejich firmy se na nás obracují i v případech, když si zařizují vlastní technické zázemí. Konzultují současné trendy, dodavatele, techniku, tak, aby byla pro jejich prostory a potřeby

akcí, obraťte se na ProMoPro. Pomůžeme vám uspět.

*Všudybyl rozprávěl se spolujatelkou společnosti ProMoPro paní Milenou Veselou.*

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



# Král kuchařem, kuchař králem?

Jiří Král je šéfkuchařem Francouzské a Plzeňské restaurace v Obecním domě v Praze. Ve svých 29 letech je nejmladším členem celorepublikového představenstva Asociace kuchařů a cukrářů České republiky. Od roku 1997 je členem reprezentačního týmu České republiky. Je držitelem řady ocenění např.: Kuchař roku 1996, zlaté medaile Gastro Hradec 1996, stříbrné medaile Gastro Hradec 1997, zlaté medaile Intergastro Stuttgart 1997, stříbrné medaile Expogast Luxemburg, stříbrné medaile Igeho Basilej 1999, kapitánem vítězného týmu celorepublikové soutěže Křišťálová vařečka 2000, dvou zlatých medailí Intergastro Stuttgart 2000, stříbrné medaile IKA Olympiada Erfurt 2000. K získání tolika ocenění přispělo i absolvování stáží, praxí ve Francii, Švýcarsku, Norsku Skotsku a v Itálii.

Francouzskou restauraci v Obecním domě v Praze přechází pověst nejkrásnější secesní restaurace v Evropě a možná i na světě. Pod zámkou získání informací z úspěšného vystoupení české reprezentace na 100. světové kuchařské olympiádě IKA loni v Erfurtu jsem se obrátil na šéfkuchaře zdejší kuchyně. Pane Králi, chtěl být jste vždycky kuchařem?

Ano i ne. Chtěl jsem dělat všechno možné. Myslím ale, že mezi uvažovanými profesemi byl i kuchař, ale také truhlář, instalatér, kosmonaut a mnoho dalších zaměstnání a to včetně závodního jezdce, protože jsem jezdil motokros. Nakonec přece jenom vyhrál kuchař a vyučil jsem se v hotelu Beránek na Tylově

náměstí v Praze. Praxi jsem absolvoval v řadě v té době vyhlášených pražských podniků - U kalicha, v Beogradu, v restauraci Peking na I. P. Pavlova. Po vyučení to byla Pálava na Vinohradech. Chvilí jsem byl v Německu. Po návratu jsem nastoupil k jedné z největších cateringových společností v Česku jako řadový kuchař. Po 7 letech jsem se propracoval na post zástupce šéfkuchaře. Z této firmy jsem odešel, protože přišla nabídka z nejzajímavějších, tedy pracovat jako vedoucí výroby ve Francouzské a Plzeňské restauraci v Obecním domě. Úkol nikterak jednoduchý vzhledem k prestiži a velikosti samotného provozu. V podstatě se jedná o dvě z největších restaurací v naší republice a současně s tou nejlepší gastronomií.

Loňského roku se, velmi zdařile pro Českou republiku, uskutečnila olympiáda v německém Erfurtu. Olympiáda je pořádána jednou za 4 roky. Schází se na ní světová elita gastronomických oborů - cukráři, kuchaři, umělci cukráři a kuchaři, kteří mj. soutěží v tesání z ledu, v modelování z cukrářských hmot.

Ano, je to velice zajímavá a prestižní záležitost jak pro odborníky tak i pro „amatéry“ a všechny příznivce moderního kuchařského umění. Světová špička je velmi široká. Čeští reprezentanti se jí zúčastnili již poněkolkáté a přesto jsme stále vnímáni jako „taková postkomunistická země“. Evidentní to bylo

u juniorského národního týmu, kterému bezdůvodně srazili body. Podali jsme protest, ale „bylo nám vysvětleno“, že se s tím nedá nic dělat. Když jsme srovnávali, co vytvářeli Němci, Švýcaři, Američané... rozhodně jsme nebyli horší. Mně takováto xenofobní předpojatost naznačuje, že naše evropská integrace není záležitostí jednoznačně chtěnou.

**Do Erfurtu jste tentokrát nejel za národní tým přesto, že se v současné době, coby jeho člen, připravujete na Skotsko.**

Během roku jsme se připravovali ve Francouzské a Plzeňské restauraci a tyto restaurace jsme v Erfurtu samozřejmě s cukrářkou slečnou Sulanskou reprezentovali.

A reprezentovali jsme velice úspěšně. Získal jsem stříbrnou medaili a slečna Sulanská bronzovou, což v celosvětové konkurenci vedle Američanů, Švýcařů či Singapurců hájících barvy gastronomických velmocí s úžasným technickým zázemím, určitě není špatné.

Tyto gastronomické týmy mají k dispozici letadlo, z kterého vyjede kamion a 30 lidí pak zajišťuje vykládání.

Další se starají o chladicí kontejnery, mobilní kuchyně, stoly, dekorace prostě o vše, co je nutné. Běhá kolem toho mnoho techniků,





aranžérů, pomocníků, než je vše hotovo. Teprve potom nastupují páni kuchaři a mohou soutěžit. Když se dozvíte další podrobnosti, jak to v ostatních zemích funguje... Tak třeba, že národní tým USA se připravuje půl roku na speciálním olympijském soustředění, pak si připadáte trochu jako Popelka. Pro ně je světová gastronomická olympiáda nesmírně prestižní záležitostí. V technologii jsou bezkonkurenční. Co se týče výsledků, tam už takový rozdíl není.

**Čím to je, že jsme tak málo hrdí na českou kuchařskou a cukrářskou elitu? Absencí národního povědomí? Nebo tím, že se o úspěchy českých kuchařů a cukrářů na světových kolbištích nikdo, tím méně převážně mrchožroutsky orientovaná, a to i veřejnoprávní česká média, nezajímá? Opravdu by mne potěšilo, dozvědět se za koncesionářské poplatky o tom, jak a kde česká gastronomie úspěšně reprezentovala moji vlast.**

Dříve byly gastronomické úspěchy československých kuchařů medializovány, protože to bylo řečneme ve státním zájmu...

**Omlouvám se, ale při tomto tvrzení mne okamžitě napadá, že dnes zřejmě není úspěšná reprezentace České republiky ve státním zájmu, a to ani v jiných oborech. Nejste-li tedy zrovna fotbalovým či hokejovým týmem.**

Národní reprezentační tým kuchařů skutečně není hokejovým týmem ani drahým fotbalistou či nevěrným hercem nebo politikem, proto asi media nemají o náš obor zájem. Ale je to škoda protože člověk potřebuje stravu několikrát denně, fotbalistu nebo hokejistu těžko. Např. Francouzi všeobecně znají špičku svých kuchařů, ta je vysoce populární a jsou na ni právem pyšní. Je to zřejmé i na francouzském životním stylu, na jeho postoji ke Gastronomii jako k něčemu velmi krásnému, co nás nejenom zasytí, ale i obohatí o nevšední gastronomický zážitek.

**Dovolím si ještě jedno provokativní rčení: česká kuchyně je nezdravá, těžká, ale dobrá!**

Lze to tak říci. Přesto, že ji odlehčujeme... Ale má-li někdo rád buček, těžko ho budete přesvědčovat, aby si dal něco jiného a chutnalo to stejně, jako dozlatova vypečený vepřový bok s knedlíkem a zelím. Toto lze ale řešit střídmostí. Naše babičky a prababičky se stravovaly velmi střídme. Jedly tučná masa, knedlíky, husté polévky,

ale mezi tím jedly mnohem více potravin rostlinného původu. Maso nebylo každý den. Takže si dovolím oponovat česká kuchyně je tak zdravá, jak si ji my připravíme. Je to jen a jen na nás.

**Ale co když ji nechci odlehčenou? Nemyslím si, že je nutné vše české modifikovat tak, aby to nevybočovalo z řady. Vybavuje se mi anekdotický obrázek Vladimíra Jiráčka, na němž vesnický chasník v holínkách a rádiovce hlásá: „Cizinci jsou smušní. Nestyďte se vypadat česky!“**

To je vtipné a často to není od věci. Skutečně bychom potřebovali více sebevědomí, jako např. Američané. Ti se rozhodně americky vypadat nestydí. Když někam přijedeme, právě oni často umí sotva polovinu toho, co dokážeme my. Mají minimálně znalosti. Umí jenom anglicky. Častokrát však svým drzým sebevědomím překonávají lidi, kteří umějí daleko více. Nebo když jsem pobýval delší dobu ve Francii? Francouzi jsou hrdí na to, že jsou Francouzi! Jejich gastronomie je úžasná. My zde v Česku se snažíme vycházet cizincům vstříc, přizpůsobovat se. Na jednu stranu je to pochopitelné, obchod je obchod. Prodávát se musí, ale myslím, že ne za každou cenu. Ve Francii to určitě, alespoň v gastronomii neexistuje. Když vám naše francouzská kuchyně nechutná, tak pardon, nejzte. My jsme Francouzi, vy jste ve Francii, a tohle je francouzské jídlo a je výborné.



Domnívám se, že by nám něco z takové hrdosti neškodilo. Samozřejmě byla řeč o kvalitním jídle v kvalitní restauraci s příjemnou obsluhou.

**Kdybyste byl mediálním magnátem v Česku. Co byste udělal pro českou gastronomii?**

Určitě bych chtěl začít popularizovat špičkovou českou gastronomii. I když se nedá říct, že by media neměla o naší gastronomii vůbec žádný zájem. Při návratu z olympiády jsme pořádali tiskovou konferenci. Novinářů přišlo opravdu hodně, připravený raut zmizel (všem prý moc chutnalo) a informace o úspěších na olympiádě? Zmizely také, ale nevím kam. V tisku se neobjevilo téměř nic.

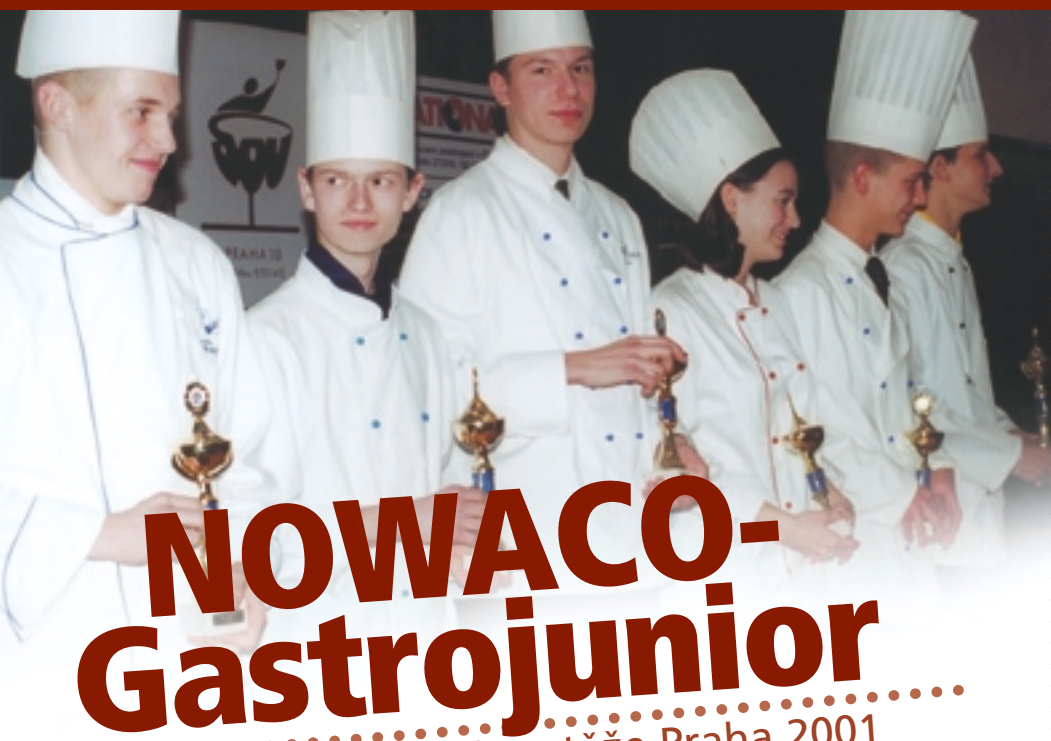
**Ale máme v gastronomii plno vynikajících odborníků...**

Kdo je českého národa zná? Ten zná spíše paní C. a nějakého dalšího herce, který podepsal nějakou kuchařku. Tu však sestavil kdoví kdo z receptů několika jiných kuchařek. Umělec podepíše takovou kuchařku a půlka národa vaří s paní C. Další půlka s paní R. Velkoproducent drůbeže dá dohromady knížku, známá hvězda se podepíše a půlka národa vaří kuřecí speciality.

**Jak ilustruje naše současná oficiální elita, jsme zemí specialistů na všechno.**

Příprava profesionální kuchařky je ale o něčem jiném. Český člověk na tom stále ještě není tak dobře, aby uznal, že špičkový český kuchař je ve svém oboru, rozuměj „kuchařina a cukrařina“, velmi pravděpodobně fundovanější, než herec nebo zpěvák. Ano, je to i o tom, že kuchařské řemeslo, na rozdíl od hereckého, není tak popularizováno. Kdybych mohl, určitě bych s tím něco udělal. Psalo by se více (kdybych byl mediálním magnátem) o úspěších české gastronomie, o předních umístěních českých kuchařů a cukrářů na světové scéně. Úspěchů rozhodně není málo a bude jich určitě ještě více. A my bychom měli být hrdí na dosažené úspěchy v gastronomii.

- **Francouzská a Plzeňská restaurace**
- **v Obecním domě**
- tel.: 02/2200 2770, fax: 02/2200 2778
- e-mail: sales@obecnidum.cz
- >> **www.obecnidum.cz**



# NOWACO-Gastrojunior

IV. ročník regionální soutěže Praha 2001  
Praha 18. - 19. ledna 2001.

## Obor kuchař

1. David Kubec, SPV hotelu Hilton Praha
2. Petr Stochl, SOU Mariánské Lázně
3. Jan Davídek, SPV hotelu Inter.Continental Praha

## Obor cukrář

1. Jindřich Novotný, SOU Vrbova Praha 4
2. Martin Koblížek, SPV hot. Inter.Continental Praha
3. Klára Kalíková, SPV hotelu Ambassador Praha

O vyjádření jsem požádal moderátorku soutěže, Ing. Věru Pavlíkovou, zástupkyni ředitelky Středního odborného učiliště U krbu v Praze 10:

Pořadatelem akce je Asociace kuchařů a cukrářů Prahy a Středočeského kraje.

Jedná se o jedno ze čtyř regionálních kol soutěže mladých kuchařů a cukrářů, z nichž se nejlepší utkají v celostátním kole v Brně v březnu tohoto roku. Naše škola byla pověřena organizací soutěže pro pražskou, středočeskou, západočeskou a část severočeské oblasti. Využili jsme velmi dobré spolupráce s hotelem Duo v Praze 9, který nám nabídl prostory a umožnil zajistit akci



Ing. Věra Pavlíková se svým někdejšíým žákem, současným moderátorem TV Prima Ivanem Vodochoodským.

na vysoké úrovni. Soutěž byla slavnostně zahájena 18. ledna večer a probíhala celý den 19. ledna.

Zúčastnilo se jí 19 kuchařů a 8 cukrářů - žáků středních odborných škol a učilišť.

Hlavním sponzorem byla firma NOWACO, dalšími pak Intergast, který poskytl technické zázemí, hotel Duo, firma Fiala, Znovín Znojmo, Českožrout a Českomoravský odborový svaz pohostinství, hotelů a cestovního ruchu. Průběh

soutěže se mnou slovem provázel můj bývalý žák Ivan Vodochoodský, populární moderátor televizního pořadu „Prima vařečka“. Přestože odborné komise bedlivě sledovaly každého soutěžícího, atmosféra tady v sále byla velmi pěkná, přišlo i hodně diváků, kteří fandili.



## Tříkrálová v Adrii

Dne 8. ledna t.r. uspořádal hotel Adria Praha pro své největší obchodní partnery již tradiční Tříkrálové setkání. Večer byl pojednán, jako tomu bylo i u setkání předcházejících, velmi neformálně, s celou řadou překvapení. Především neplatilo obvyklé pravidlo, že host musí být obdarován hostitelem, naopak tentokrát měli dárek hostitelům přinést hosté a jejich dárkem byl úsměv. Právě šíře úsměvu pak byla rozhodující pro vyhlášení třech vítězů soutěže. Všichni hosté byli při příchodu dekorováni korunami králů a jako dvojhlasný



sbor zazpívali píseň vězící se k tématu večera. Ze zpěvu bylo patrné, že účastníci jsou vesměs odborníky v jiném oboru, přesto však výsledný chorál zněl velmi hezky. Nakonec, po kvalitním občerstvení sestaveném v duchu tradic povánočního období, byl každý z návštěvníků přece jen obdarován dárkem. Po loňské simulaci problému Y2K pořadatelé opět dokázali příjemně pobavit. Věřme, že jim nápady vystačí i pro pořádání dalších akcí.

-hA-



Ředitelka SOU U krbu s ředitelem hotelu Duo JUDr. Vladimírem Vyhnišem

### JUDr. Vladimír Vyhniš, ředitel hotelu DUO

S organizátorem IV. ročníku soutěže Středním odborným učilištěm U krbu dlouhodobě spolupracujeme. Jeho žáci se u nás připravují po praktické stránce. Zvolili jsme trochu jinou formu, než u ostatních regionálních kol. Spojili jsme možnosti a organizační schopnosti učiliště se zázemím našeho hotelu. Akce byla úspěšná.

## VÍNO Z JIŽNÍ AFRIKY



Kamýcká 234, Praha 6 Sedlec  
tel.: 02/24311892-4, fax: 02/24311895  
e-mail: info@vamar.cz; www.vamar.cz





# To byla zase jízda

Chiron by se divil

## Bugatti step

V roce 1931 vystupovalo na brněnském výstavišti Osvobozené divadlo s pány Werichem, Voskovcem a Ježkem. Ve stejné době se jela na Masarykově okruhu Velká cena, kterou vyhrál Louis Chiron. Závod viděla i parta herců z Osvobozeného divadla. Jaroslav Ježek byl tak nadšen bravurní jízdou, že na počest vozu, na kterém Louis Chiron zvítězil, neprodleně složil skvělou, dynamickou a dodnes hranou a oblíbenou klavírní skladbu Bugatti step.

## Již popáté

V pátek 12. ledna 2001, ředitel hotelu Slovan, Ing. Jan Bernatík mohl po odeznění Bugatti stepu přivítat na 150 hostů z incomingových agentur, hotelů, restaurací, uměleckých agentur, Brněnských veletrhů a výstav, z řad umělců či divadelníků, z hradů, zámků, Moravského krasu a muzeí. Večer sponzorovali Znovín Znojmo, Douwe Edbergs, Starobrnno, umělecké agentury M-agency - rodina Mazalova, Harold - paní Křížanová a Rex



(šermíři) pan Dufek. Kromě ochutnávky osmi druhů vína se podávaly i gastronomické zajímavosti jako například úhoř, seskládaná + plněná krůta a kachna, selátko, šunka a flambovaný moučník - Královská broskev.

-IS-

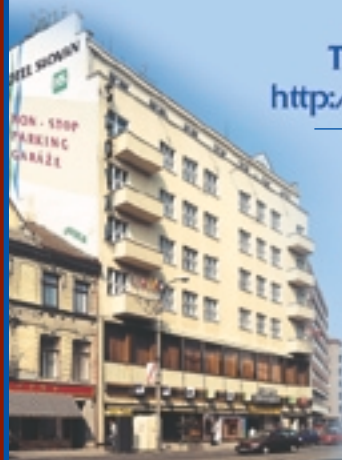


# HOTEL SLOVAN

Lidická 23, 659 89 Brno

Tel.: 05-41212020, 41321207, Fax: 05-41211137

<http://www.hotel-slovan.iol.cz>, e-mail: [hotel-slovan@iol.cz](mailto:hotel-slovan@iol.cz)



★ Tříhvězdičkový hotel (96 pokojů) s vlastními garážemi v centru města. Tradice od roku 1928. Dokončení rekonstrukce v roce 1999.

★ Člen Národní federace hotelů a restaurací České republiky. Člen regionálních hotelů České republiky.

★ Restaurace Bugatti (150 míst), noční klub, pivnice, biliárová herna, Kongresový sál (150 míst), Zrcadlový sál (60 míst), salonek Dvoranka (40 míst), salonek President (18 míst), myčka aut, copy centrum, studio „Slender for live“.

## Ceny pro skupiny - rok 2001

V cenách pokojů je zahrnuta snídaně ve formě table d'hôte.

Kryté garáže (141 míst)	190,- Kč/den.
Jednolůžkový pokoj	780,- Kč
Dvoulůžkový pokoj	980,- Kč
Přistýlka	400,- Kč
Příplatek za polopenzí (menu o třech chodech)	200,- Kč

**Zajištění kompletních služeb pro klienty cestovních kancelářů po celé Moravě, včetně vícedenních programů.**

Další informace, fotografie, mapy příjezdů ... na: [www.hotel-slovan.iol.cz](http://www.hotel-slovan.iol.cz)

# Veletřhy jsou brněnským fenoménem



konstatuje, generální ředitel akciové společnosti Brněnské veletrhy a výstavy Ing. Jiří Škrla

**Pane generální řediteli, tématem druhého vydání Všudybylu tohoto roku je business travel. Co má podle vás tato oblast společného s veletrhy?**

Veletřhy a business travel jsou dvě strany jedné mince. Veletřhy jsou významnou veličinou rozvoje

Celosvětový trend totiž nutí nejen jednotlivé veletržní společnosti, ale veletržní byznys vůbec, aby bojovaly o místo na slunci s jinými marketingovými aktivitami. Díky privatizaci a včlenění BVV do soukromého sektoru, se naše společnost stala součástí světové extraligy, a to i co se týče výkonů.



**V roce 1999 jsem ale zaznamenal redukcí veletržního programu.**

Program jsme skutečně redukovali. Tento krok se pozitivně projevil již v následujícím roce 2000. Během něho se naše akciová společnost etablovala na přijatelné úrovni. Mohu konstatovat,



regionu, kde jsou pořádány. Věřím proto, že i v příštích letech budou sehrávat tuto roli tak, aby Brno bylo v očích nejen české, ale i zahraniční veřejnosti ještě výrazněji zapsáno jako město, do něhož kvalitně organizované veletrhy lákají statisíce návštěvníků ročně. Jako místo konání veletrhů, na nichž odborník působící v určitém oboru nesmí chybět. Říkám to záměrně. Naše akciová společnost staví na symbióze s městem a na jeho rozvoji. Akciová společnost Brněnské veletrhy a výstavy má, díky velmi silnému zahraničnímu vlastníkovi, velkou perspektivu.

že redukcí byla přínosem nejen pro nás, ale i pro české výstavnictví a ekonomiku. Vstup Messe Düsseldorf má za následek logické propojení na město Brno. V současné době vrcholí přípravné kroky fúze mezi akciovou společností Brněnské veletrhy a výstavy a novou společností Veletřhy Brno, v níž se bude jednou třetinou majetkově

## Křest Všudybylu

Nový časopis dostal staré (za)chráněné jméno

Na stánku Všudybylu B1 206 se rozdalo několik tisíc Všudybylů nového



tisíceletí. Jen jeden nich je jako relikvie dodnes pečlivě uschován. Jeho obálka je trošku lepkavá a voní Soare sektem. Kmotry prvního vydání Všudybylu 2001 (ve čtvrtek 11. 1.) byli místopředseda podvýboru pro obchod a cestovní ruch Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR pan Josef Jalůvka (napravo) a generální ředitel Českých drah pan Dalibor Zelený (druhý zprava). Zcela napravo rodička Internetového časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu [www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz) Mirka Navrátilová, majitelka firmy [www.Tours.cz](http://www.Tours.cz). Druhý zleva otec obou bratří časopisů: Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu Všudybyl a již zmiňovaného internetového e-vsudybyl.cz Jaromír Kainc. Za objektivem fotoaparátu, kterým byl tento záběr dělán, je pak další tatínek internetového časopisu e-vsudybyl.cz Martin Herčík.



účastnit město Brno. To je rozumný signál pro kombinování některých aktivit města s veletržním kalendářem. Věřím, že tak podpoříme pokračování mnoha dalších, již dobře nastartovaných procesů. Ať to jsou vklady zahraničních investorů do podnikání v Brně, nárůst ekonomických aktivit, zvýšení koupěschopné poptávky v městě Brně. To jsou přednosti, které jdou ruku v ruce se současnou existencí naší společnosti a jejím spojením s městem Brnem. Model je to německý. Je odlišný do toho, který se dnes praktikuje v Praze. BVV, a.s. je společností, která z každé koruny, jež tu vystavovatel či návštěvník veletrhu nechá, rozumně investuje do dalšího rozvoje a již za loňský rok to bylo výrazně vidět.

➤➤ [www.bvv.cz](http://www.bvv.cz)

### Profi GO 2001

7. ročník soutěže mladých odborníků v oblasti cestovního ruchu se konal pod záštitou ministra pro místní rozvoj ČR, pana Petra Lachnita. Byl určen mladým lidem od 18 do 30 let se zájmem o cestovní ruch. Zúčastnilo se 39 soutěžících. Titul „Profi GO 2001“ získalo 5 soutěžících. Tomáš Borský, Ondřej Turek a Renata Rosecká studují Školu ekonomiky a cestovního ruchu ve



BVV  
  
 Veletřhy  
 Brno

Žďáru nad Sázavou. Vladimír Langer je z Gymnázia na Křenové v Brně a Radim Wajshajtľ z Obchodní akademie a vyšší odborné školy cestovního ruchu v Karlových Varech. Poprvé byla udělena „Cena Hanuše Podmely“, kterou získal Jan Pošvář z Vyšší odborné školy mezinárodního obchodu v Jablonci nad Nisou.

### Region Regina 2001

(3. ročník) Cílem soutěžní přehlídky dívek a žen prezentujících regiony a města České a Slovenské republiky je zvýraznění tradic a turistických krás regionů a měst. Zúčastnilo se 13 dívek z 11 regionů a měst obou republik. Titul „Region Regina 2001“ získala reprezentantka města Ostravy Petra Stillerová.

*Podrobněji o obou akcích včetně konkrétních umístění v Internetovém časopise lidí a o lidech v cestovním ruchu*

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

*Foto: Jaroslav Rektor, e-mail: efektmedia@volny.cz*

# Brno - město uprostřed Evropy

**Pane primátore, hovoříme spolu v rámci prezentační tiskové konference projektu „Brno - město uprostřed Evropy ... festival zábavy pod hrady Špilberk a Veveří 2001“**

Brno se rozhodlo inspirovat se v budování svého přístupu a vztahu k hostům pohodou a pohostinností jihomoravského venkova. To jsou základní atributy mezilidských vztahů, jež si jako člověk, který se tam narodil, s vesnicí spojuje. Ve městech se však vytrácí. Budme jihomoravskou veletržní metropolí, ale zachovejme si individuální přístup ke každému návštěvníku.

**Brno je veletržním městem. Tyto ambice ale má řada velkých evropských měst.**

Přeci jenom bych si na určitý rozdíl dovolil upozornit. U nás v Brně se o výstaviště velmi pečlivě pečuje. Výstaviště se rozvíjí. Každý, kdo veletrhy v poslední době navštívil, jistě zaregistroval řadu pozitivních změn. Ty ale nevedly k tomu, že by musel návštěvník více zaplatit. Stále lepší služby za rozumnou cenu signalizují, jak hodně nám záleží na dlouhodobém rozvoji veletržního areálu a nikoliv jen na okamžitém zisku. Veletrhy a vše, co s nimi ve veletržní metropoli souvisí, chceme rozvíjet s dlouhodobou perspektivou. Z toho důvodu klademe maximální důraz na pohostinnost a služby. Jedná se nejen o služby poskytované přímo v areálu výstaviště, ale i mimo něj. Mám na mysli komfort dopravního spojení, hotelový servis a nabídku kulturních programů.



SERVICE INSIDE *feel the world*

## Road show - léto 2001

Prezentaci letních katalogů FTI pořádala pro své prodejce v hotelu Diplomat v Praze 15. ledna dceřiná společnost rakouského koncernu Verkehrsbüro AG Wien - AUSTROPA Verkehrsbüro, s.r.o. - generální zástupce rakouského touroperátora FTI. Na prezentaci se podílely společnosti Austrian Airlines, Hertz a Allegro Resorts. Na ty, kterým přeje Štěstěna a padá los, pak v závěru večera čekaly ceny v tombole: letenka do Dominikánské republiky pro 1 osobu, pobyt v Dominikánské republice pro 2 osoby v Allegro Resorts a hlavní výhra - okružní plavba luxusní lodí po Středozemním moři pro 2 osoby.



**Pane Morávku, společnost SNIP & CO. se déle než 8 let úspěšně zabývá prezentačními akcemi, oslavami regionálních jubileí apod. Velmi často je tomu ve spolupráci s městem Brnem, BWV, a.s. a dalšími subjekty. Vaše propagační projekty staví na rozmanitosti, na atraktivních tématech, a to i v oblasti incomingového a domácího cestovního ruchu. Jaký je cíl nejnovejšího ročníku projektu „Brno - město uprostřed Evropy ... festival zábavy pod hrady Špilberk a Veveří 2001“?**

Přilákat do Brna co nejvíce turistů a návštěvníků, pobavit a potěšit co nejvíce místních občanů jejich přátel a hostů. Projekt je marketingově postaven na dlouhodobé perspektivě workshopů, nabídek nejenom samotného města Brna, ale i dalších oblastí jižní Moravy. Budou se zde prezentovat města Slavkov, Břeclav a další. V dlouhodobější perspektivě by pak měl tento pilotní projekt zvat na další projekty, které jsou na jižní Moravě, ale v dalších regionech České republiky pořádány pro turisty i místní obyvatele.

➤➤ [www.brno.cz](http://www.brno.cz)

**www.TOURS.cz**  
Celý svět pod jednou střechou.

Internetový server cestovního ruchu s tradicí od 1.1.1997.

- výroba internetových a multimediálních prezentací
- zveřejňování nabídek CK ve speciálních sekcích jak podle typu zájezdu tak podle tématického zaměření
- individuální propagace každého produktu CK
- internetové reklamní kampaně
- správa domén CK
- komplexní poradenství v oblasti internetu a výpočetní techniky

Kontakt:  
Tel.: 0604/796550 e-mail: magenta@tours.cz



# Ukažme si na nás ně prstem

Vyhodnocení  
turistické sezóny  
z pohledu Asociace  
cestovních kanceláří  
České republiky

● Výjezdy českých občanů do zahraničí ● klienti stále vyhledávají všechny typy slev ● rostoucí poptávka po nejdražších zájezdech ● Chorvatsko na špici ● stagnace u poznávacích zájezdů po Evropě ● 15 - 40% nárůst výkonů ● NEplnění tíme sharingových firem ● pokračování příznivého vývoje výjezdové turistiky ● renesance domácího cestovního ruchu ● 79,098 milionů zahraničních návštěvníků ● 84,8 mld. Kč z cestovního ruchu ● „Tento způsob léta...“ ● opět papežštější ● incoming negativně ovlivňují letité neřešené jevy ● výhled na rok 2001



## Výroční zasedání plnilo kapsy také cestovním kancelářím

Poslední rok tisíciletí završil vývoj cestovního ruchu České republiky v globálu úspěšně. Zahraniční turisté překonali všechny nástrahy, včetně nešťastného zavedení cizineckého zákona, a po letech hubených naplnili opět centra cestovního ruchu. Hotely často doslova praskaly ve švech. K renesanci domácí turistiky přispěla nejen snaha značné části obyvatel šetřit, ale také mimořádně teplé a krásné jaro. Až se zdálo, že zájezdy do zahraničí budou méně žádané. Deštivý červenec a okolnosti spojené se zasedáním MMF však situaci otočily a outgoingové cestovní kanceláře tak uzavřely sezónu vypisováním a spontánní vlnou prodeje dodatečných zájezdů.

## 15 - 40 % nárůst výkonů

Cestovní kanceláře zaznamenaly vesměs nárůst výkonů, členové ACK ČR ve výši 15 - 40 %. Napomohla tomu celkově klidná politická situace v cílových zemích, na rozdíl od předchozího roku, náznaky hospodářského růstu a s ním přece jen větší sklon ke spotřebě, stejně jako fakt, že v uplynulém ani předchozím roce nenastaly problémy s krachy cestovních kanceláří výraznějšího rozsahu. Otázkou je, zda se na objemech posledního čtvrtletí odrazí blokády hranic s Rakouskem. Ty ale omezily, resp. odradily spíše individuálně cestující občany než klienty předem prodaných zájezdů, kterým při nejhorším nezbylo než blokádu objet přes vzdálenější přechody.

Plně znění reportu si můžete přečíst  
v Internetovém časopise lidí a o lidech  
v cestovním ruchu

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

**Atis** a.s.  
Vaše cestovní kancelář

**OREA**  
HOTELS



# Bílá vrána s ptáčkem Atisákem

aneb 67 % klientů s dětmi

15. ledna se v hotelu Pyramida náležícího do řetězce Orea Hotels konala prodejní hojně navštívená prezentace nových katalogů cestovní kanceláře Atis. Atis se zde prezentoval domácí pobyty i zahraniční zájezdy, ve velmi sympatické konstelaci jedinečně směřované zejména těm, na něž málokdo takto velkoryse pamatuje.



## „Dovolená s dětmi“ a „Dovolená pro zralý věk“

jsou výraznými programovými řadami produktů cestovní kanceláře Atis se sídlem v Bruntále. Společnost Atis se během desetileté existence vyprofilovala ve výrazného touroperátora, a to i v oblasti domácího cestovního ruchu. Její produkty řadu sezón nabízí na půldruhého tisíce prodejců. Atis velmi šikovně zaplnil uprázdněný prostor po specialistech na rodinnou rekreaci a na seniorské programy. Speciálními logy jsou v katalogích společnosti Atis označeny některé objekty, u nichž Atis klientům garantuje nadstandardní podmínky, jako jsou dětské programy, hlídání i výrazné slevy pro děti. V tuzemsku je takovýto nadstandard považován za bílou vránu. Ta se nyní spojila s vysoce kreativním pestrobarevným ptáčkem Atisákem. Atisu se podařilo dosáhnout toho, že ve speciálně označených objektech jsou děti do 5 let zdarma a děti do 15 let mají 50% slevu. Pokoje určené pro rodiny s malými dětmi jsou vybaveny plastovou vaničku na koupání i dalšími úpravami

či dovybavením sanitárních zařízení tak, aby je mohli používat malé děti. Výrazná péče je v nich věnována bezpečnosti dětí. Na pokojích jsou plastové záslepky elektrických zástrček, okenní pojistky proti samovolnému otevření. Objekty disponují úschovnými kočárky, přípravnou sunaru apod. Děti mají k dispozici vnitřní herny, ale i venkovní dětská hřiště.

- CK Atis, a.s.
- Fügnerova 7, 792 11 Bruntál
- tel.: 0646/ 787 111
- Eurotel: 0602/ 704 804
- Paegas: 0603/ 562 640
- e-mail: [dispecink@atis.cz](mailto:dispecink@atis.cz)
- >>> [www.atis.cz](http://www.atis.cz)

# Sezame otevři se

## ISO 9000

Na sezamu není nic zvláštního. Přesto v jedné z Pohádek tisíce a jedné noci otevírá přístup k nesmírnému bohatství. Zrovna tak kvalita. Také na ní není nic zvláštního. Je nebo by měla být samozřejmostí. Přesto i ona, na stejném principu jako heslo „sezame otevři se“, umí otevírat přístup k prosperitě. Oním „sezame otevři se“ ve světě podnikání, je celosvětově uznávaný a čím dál tím více vyžadovaný certifikát kvality ISO 9000.

### Uplatnění norem ISO v cestovním ruchu

Systémy jakosti se uplatňují ve výrobních podnicích a organizacích poskytujících služby bez ohledu na výrobní programy, sféry působnosti a velikost. Existují příklady úspěšně fungujících systémů jak v nadnárodních korporacích, tak v malých rodinných firmách.

Jsou již běžnou součástí řízení podniků a organizací v české ekonomice. Ve výrobních oborech, jako je strojírenství, stavebnictví a elektrotechnika, se staly již prakticky standardem. Modely řízení budované na systémech jakosti podle norem ISO začínají pronikat i do oblasti služeb a organizace v nich působící je postupně zavádějí. Příkladem mohou být organizace poskytující služby závodního stravování, organizace poskytující úklidové služby a služby managementu budov. V oblasti cestovního ruchu jsou však dosud podniky a organizace s vybudovaným, funkčním a certifikovaným systémem jakosti spíše výjimkou. Jedním z důvodů tohoto stavu je i míra informovanosti managementu o systémech kvality a možnostech jejich implementace v tomto oboru.

### Co jsou systémy jakosti podle norem ISO 9000

Normy ISO 9000 vznikly v polovině osmdesátých let a v současné době jsou platné jejich revidované verze z roku 1994.

Systém řízení jakosti podle norem ISO 9000 je promyšlený a normalizovaný systém řízení, který vychází z:

- Dokonalého definování organizace (odpovědnosti, pravomoci, vazby, rozhraní)
- Specifikování postupů pracovních a kontrolních
- Důsledného provádění specifikovaných postupů
- Následné kontroly postupů
- Řízení postupů směrem k jejich vylepšení

### Charakteristickým rysem norem ISO 9000 je

- Důraz na pořádek a disciplínu ve všech činnostech souvisejících s jakostí
- Dokumentovatelnost veškerých postupů, které souvisejí s výrobkem nebo službou a jejich jakostí
- Záznamy o realizaci postupů
- Prosazování zpětné vazby

### Systémy jakosti pomáhají

tradičním i nově se konstituujícím podnikům při uspořádání nebo změně organizace, kde musí existovat odpověď na otázky

- Kdo - odpovídá za konkrétní činnosti od hledání trhu až po servis u zákazníka
- Co - v daném okamžiku má každý pracovník dělat, jaké existují priority z hlediska celkového zájmu podniku
- Jak - jakým způsobem má při tom postupovat, aby veškeré činnosti byly koordinovány
- Kdy - dokdy má být která činnost hotova, aby na ní mohly navazovat činnosti další
- Za kolik - u všech procesů musí existovat kalkulace ceny, za kterou proces může být realizován pokud nenastanou nepředvídatelné problémy

### Organizace se zavedeným systémem jakosti

vystupuje před zákazníkem s jasným přehledem o rozsahu své způsobilosti a možnostech, které může bez rizika nabídnout, jedná na základě dobře propracovaných smluv a záruk, které chrání zákazníka a i jeho vlastní pracovníky. Systém jakosti zajišťuje zastupitelnost zejména klíčových pracovníků a minimalizuje možnosti nepředvídatelného chování organizace jako celku a i jejich jednotlivých pracovníků. Standardizuje komunikaci mezi útvary i jednotlivci a pozitivně působí na vnitropodnikovou kulturu. Normativně vyžaduje zvyšování kvalifikace managementu a zaměstnanců.

### Revize standardu z roku 2000

V roce 2000 byla ukončena revize norem ISO 9000 a v prosinci byla uvolněna



k používání verze ISO 9000:2000 v anglické verzi. Ta bude s příslušným překladem zaváděna do národních systémů, včetně systému České republiky v letošním roce. Přínosem revidovaných standardů je skutečnost, že potlačují rigorózní normativní přístupy a více se orientují na zákazníka, marketing a procesní přístupy v řízení organizace. Vycházejí z těchto osmi principů:

- Organizace orientována na zákazníka
- Zapojení vedení
- Zapojení pracovníků
- Procesní přístup
- Systémový přístup k managementu
- Neustálé zlepšování
- Rozhodování založené na faktech
- Vzájemně výhodné dodavatelsko - odběratelské vztahy

Touto novou filosofií jsou evropské standardy více uplatnitelné v organizacích působících v oblasti služeb a vhodné pro management jakosti v hotelech, cestovních kancelářích a dalších organizacích cestovního ruchu.

Celé znění článku najdete v Internetovém časopise lidí a o lidech v cestovním ruchu  
 >>> [www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz).



Ing. Jiří Sysel  
 poradce a auditor - Systémy managementu jakosti  
 e-mail: [jsysel@iol.cz](mailto:jsysel@iol.cz)

# Dík za návrat světla

Tradiční oslava skandinávského svátku světla spojená s prezentací letecké společnosti Scandinavian Airlines System se již třetím rokem, a to na sklonu uplynulého tisíciletí 14. prosince 2000, uskutečnila v Crystal Ballroom hotelu Radisson SAS Alcron v Praze. Ředitele zastoupení letecké společnosti SAS v Praze, Ing. Jiřího Matouška, jsem požádal, aby čtenářům Všudybylu připomněl historii švédského svátku LUCIA.

## Ve Švédsku

Později byla tato legenda spojena ve Švédsku s tradičním půstem, konaným v nejkratší den roku. Od těch časů Švédové zavedli svátek Lucie jako dík za návrat světla, které se pochopitelně těší v severských zemích velké úctě. V současnosti švédské děti oblečené do bílých kostýmů, probouzejí svoje rodiče 13. prosince ráno tím, že jim přinášejí až do postele snídaní složenou ze zázvorových perníčků a kávy, a přitom prozpěvují tradiční lidové písně. Nejstarší dcera - představitelka Lucie - nosí na hlavě korunu se svícem a po celý den jsou na školách, ve firmách i na zvláštních oslavách korunovány „Miss Lucie“.



Alcron v Praze. Je totiž mezinárodně uznávaným pedagogem (autorem učebnice „Bar - provoz & produkt“) a odborníkem v oboru míchaných nápojů. Navíc je potěšitelné, že obdobnému renomé, jako v zahraničí, se mezi svými kolegy těší i u nás v České republice.

## Lucie noci upije...

Letecká společnost Scandinavian Airlines System pořádá tyto oslavy již tradičně v místech svých zastoupení po celém světě i na palubách svých letadel. Myslím, že SAS Praha má ještě jeden důvod navíc - mezi českými příslovími je jedno, které hovoří o Lucii, a tak snad právě proto je náš „pražský“ Gloegg tak populární.



## Byla to legenda o Lucii,

kteřá dala vzniknout tomuto tradičnímu a pro obyvatele Švédska významnému svátku. Slaví se každoročně 13. prosince, a to již do roku 1753. Legenda pochází z počátků křesťanství z Itálie, kde se sicilská dívka rozhodla zasvětit svůj život Bohu a odmítla sňatek s místním bohatým šlechticem. Rozezlý nápadník ji označil za čarodějnici a Lucie byla 13. prosince roku 304 upálena.

## Lucia Gloegg

Podává se také speciální horký nápoj - Lucia Gloegg, který je směsí červeného vína, vodky a koření. Je oblíbený pro svou originální chuť a teplo, které dodává konzumentovi v chladném prosincovém počasí. Jeho popularita již dávno přesáhla hranice Švédska. A to i díky panu Alexanderu Mikšovicovi, který jej pro naši party tradičně připravuje. Ne náhodou zmiňují pana Mikšovice, Bar Managera hotelu Radison SAS



A STAR ALLIANCE MEMBER



- Scandinavian Airlines System
- Aviatcká 12, P.O.Box 112, 160 08 Praha
- tel.: 02/2011 5001, fax: 02/2011 5306
- e-mail: sasprg@sas.dk
- >> [www.scandinavian.net](http://www.scandinavian.net)

- SAS Business Hotel
- Radisson SAS Alcron Praha
- Štěpánská 40, 110 00 Praha 1
- tel.: 02/2282 0111, fax: 02/2282 0120
- e-mail: sb@traveller.cz

# Pan Novák má své ČSA rád

aneb Jak se létá  
za obchodem

Již v minulém vydání Všudybylu jsme panu Novákovi přisoudili roli člověka, který má své ČSA rád. Vzhledem k hlavnímu tématu druhého vydání Všudybylu roku 2001, začnu konstatováním, že ČSA má rádo business klientelu. Proč? Protože prodávat co nejvíce letenek business class je snem každého leteckého dopravce i agentury. Na druhou stranu - pan Novák se na obchodní jednání potřebuje dostat ve formě, odpočatý, spontánně reprezentující solidnost záměru i postavení své firmy. Ono vystoupit z turistické třídy a být takto obchodním partnerem vnímán, k děláni obchodů rozhodně nepřispěje.

**Obchod je mocná čarodějka a mírotvorce. Byl a je pravou příčinou válečných konfliktů i mírových operací. Světový obchod byl ten, kdo nejhlasitěji tleskal Československu vyklízejícímu v posledním naivním tažení nejen atlasu světa, ale především svá tradiční odbytiště zbrání jiným, zřejmě pokrokovějším a humánnějším zbrojařským uskupením. Rovněž evropská integrace je především o obchodu.**

Obchod, zejména velký obchod, je o získávání perspektivních trhů. A Česká republika je velmi perspektivní trh! To dokládá obrovský schodek její platební bilance. Dost ale černého humoru. Hledání odbytišť a expanze českých výrobků na zahraniční trhy je do značné míry také o létání. Jaký je zájem obchodních cestujících o služby ČSA?



Počet cestujících přepravených v business class ČSA rok od roku stoupá. Jak absolutně, tak i relativně, tedy jejich podíl na celkovém počtu přepravených cestujících ČSA se zvyšuje. Bohužel, na linkách provozovaných letadly A310 je počet míst v přepravní třídě business limitován kapacitou této třídy. Naštěstí na linkách provozovaných letedly Boeing jsme schopni uspokojit i zvýšenou ad hoc poptávku po přepravě v této třídě.

Samotný business travel bych nedoporučoval zplošťovat pouze na cestování v přepravní třídě business. Obchodní klientela, která létá na poměrně krátkých evropských linkách, může a také volí i při cestách na relativně krátké časové období během pracovních dnů v týdnu, přepravu v turistické, resp. travel class, kde ČSA nabízejí poněkud nižší ceny letenek. Pan Novák může na svoji obchodní cestu letět i v ekonomické třídě. České aerolinie poskytují kvalitní služby i v turistické, resp. travel třídě, ale přece jen zde bezesporu citelný rozdíl v celkové atmosféře a pohodlí je. V pohodlí sedaček i v jejich konfiguraci. V business třídě ČSA jsou zásadně širší sedačky v režimu/konfiguraci 2 + 2 a nikoliv 3 + 3 jako v turistické/travel třídě. Rovněž rozteče mezi řadami jsou větší než u travel class. K business class pochopitelně náleží i vyšší standard občerstvení a nabízeného menu a intenzivnější péče personálu, VIP salonky či kluby na letištích apod. Ale to jistě pan Novák, coby věrný klient ČSA a jemu podobní, ví.

**Neustále stoupá prodej letenek přes internet. Proč by leteckým společenstvem mělo záležet, na budování a udržení kvalitní sítě agenturních prodejců letenek?**

Nejdříve k internetu. ČSA zavedly prodej letenek přes internet. Prodej se docela úspěšně rozběhl a jsem rád, že mohu konstatovat, že po „internetových prodejkách“ ve Velké Británii jsou „internetové prodeje“ v ČR hned na druhém místě po britském trhu. Jsou ale jistá omezení. Prodeje se realizují výhradně při použití platebních karet. Ne všichni

zákazníci v České republice jsou natolik vybaveni a ochotni jejich prostřednictvím po internetu nakupovat. Nejen proto, ale i přesto cestovní kanceláře zůstávají našimi hlavními partnery pro prodej letenek ČSA v ČR. Rád bych zdůraznil, že posláním našeho útvaru je organizovat prodej letecké přepravy v České republice především linkami ČSA a partnerů s cílem vystavit cestujícím letenky z České republiky v podstatě kamkoliv na světě. Našimi partnery jsou zejména IATA agentury. Ty mohou samy vystavovat letenky a inkasovat za ně. Pan Novák, nemusí mít hlubší znalosti letového řádu a celé problematiky knihování tarifů a prodeje



letenky. Pracovníci IATA agentur, stejně jako pracovníci ČSA, jsou vysoce kvalifikovaní lidé, kteří mu jsou schopni spoustu věcí vysvětlit a vše dle jeho přání zajistit.

Z pohledu svých zkušeností za ta léta, kdy jsem ve funkci ředitele pro obchod ČR, mohu říci, že se agenturní prodejci ČSA stali nezastupitelnými partnery ČSA na českém trhu. V současné době se na prodeji ČSA, realizované v České republice, agentury podílejí cca 69 %. Když jsem začátkem devadesátých let nastupoval do funkce, bylo to pouze 10 %.

- České Aerolinie
- Obchod ČR
- Kolejní 550/2
- 160 00 Praha 6
- tel.: 02/2431 3608, fax: 02/2431 3609
- e-mail: jaroslav.ulman@csa.cz
- >> [www.csa.cz](http://www.csa.cz)





Toho dne ráno jsem při přestupování v pražském metru z trasy „B“ na trasu „C“ (an jsem ze Stodůlek jel na Pankrác do České podnikatelské pojišťovny) nasedl do soupravy jedoucí opačným směrem. Uvědomil jsem si to až na konečné v Holešovicích. „Á, pan doktor se zase kochal,“ by možná bylo takoveto duševní rozpoložení komentováno ve „Vesničke mé střediskové“. Díky nádherným scénériím Českomoravské pahorkatiny je všem jasné, proč se pan doktor ve filmu kochá, ne tak v mém případě, v temné díře metra. Kochal jsem se zvukomalebností maďarského jazyka.

Na rozdíl od filmového pana doktora jsem však pouze přejel, leč nehavaroval. Po neutuchajících smřstích každodenních recepcí, rautů, vánočních párty, beaujolais nouveau 2000, kumulujících se ve stejné dny na stejnou hodinu v závěru starého tisíciletí, jsem se už od rána těšil, s kým že se to večer potkám při sklence vína v nových prostorách Malévu v Praze v Dětském domě.

# Do nového milénia v novém



Do nového milénia v novém bylo heslem dne otevřených dveří nové kanceláře zastoupení letecké společnosti Malév v Praze 5. ledna 2001. V podvečerních hodinách byla akce ukončena rautem a tříkrálovým programem. Při této příležitosti jsem ředitele zastoupení Ing. Jana Štrupa požádal o krátké vyjádření.

Cílem akce je ukázat novou kancelář Malévu v objektu Dětského domu. Pozvali jsme obchodní partnery, cestovní kanceláře a letenkové agentury. Přesto, že jsme sem přesídlili již v závěru loňského roku, rozhodli jsme se pro tento termín. Pro spojení tradice předvečera tříkrálového, který je o přátelství a dobrých vztazích a popovídání si, s tím budoucím, co pro nás představuje nové milénium. Někdo si k dalšímu tisíciletí vybere novou ženu, my jsme si pořídili novou kancelář.



**A co, je u vás ještě nového? Malév, zrovna tak jako náš český národní letecký přepravce, nepatří ke gigantům. Do jaké aliance máte namířeno?**

V současné době je nutností tento trend zachytit. Integrovat se do některé ze vznikajících globálních aliancí tak, jako se to stalo v případě dalších srovnatelných středoevropských leteckých společností. V případě vstupu LOTu do seskupení

Qualiflyer spolu se Swissairem. V případě ČSA do Sky Teamu. Malév podobný krok, doufám, v dohledné době čeká. Pochopitelně, rozhodování je na majiteli, ÁPV Rt. (Fondu národního majetku Maďarské republiky) a na nejvyšším vedení společnosti.

**Jsmo v novém tisíciletí. Maďarská republika je z hlediska kroků v oblasti evropské integrace pozitivně hodnocena. Jaký byl pro vaše zastoupení poslední rok 20. století v Česku?**

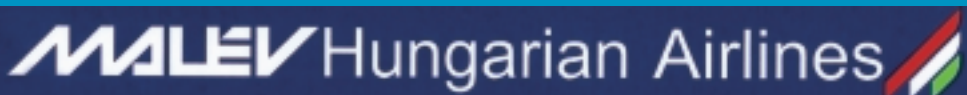
Přesto, že nemáme kompletně zpracované vyhodnocení, je možné konstatovat, že došlo k nárůstu zhruba o 8 %. Pokud jde o prodeje Malévu prostřednictvím agentur i vlastních prodejů v České republice, měl v loňském roce obdobnou 8 - 10 % dynamiku. Jak říká básník, nikdy nebylo tak dobře,

aby nemohlo být lépe. Naše spokojenost s předběžnými výsledky loňského roku je tedy v mezích normy.

- MALÉV Hungarian Airlines
- Dětský dům, Na Příkopě 15
- 110 00 Praha 1
- tel.: 02/2422 4471-2
- fax: 02/2422 4473
- e-mail: prague@malev.hu

● >> [www.malev.cz](http://www.malev.cz)

● >> [www.malev.hu](http://www.malev.hu)



# Ve znamení novinek

Autosalon 2001  
Brno 9. - 14. června

## Předzvěst novinek

Magnetem návštěvníků všech velkých a prestižních mezinárodních motoristických show jsou jistě novinky. Letos jich bude v Brně nespočet. Představí se zde např. Jaguar X-Type. Tradiční motoristická přehlídka představí automobily dalších zvučných značek jako jsou Ford, Citroen, Peugeot, Renault, BMW, Mercedes, Honda či souhvězdí wolfsburského koncernu Volkswagen, Audi včetně nejúspěšnější české značky Škoda. Ostatně Škoda auto a.s. zde představí nejen modely Fábria a Octavia, ale i u ní se návštěvníci mohou těšit na žhavé letošní novinky. Zpestřením budou modely např. ve stylizaci 60. let PT Cruiser od Chrysler Jeep a malosériových tuzemských značek Gordon a Kaipan.

## Století motorismu

Vedle tradičních doprovodných akcí připravil pořadatel Autosalonu, akciová společnost BVV, rovněž několik novinek. Retrospektivním ohlédnutím za 20. stoletím bude unikátní expozice - „Století motorismu“. Je pojata ve dvou rovinách. První: „Z českých zemí do světa“ představí nemalý přínos českých zemí světovému motorismu. Naopak v části „Ze světa do českých zemí“ bude možné shlédnout „báječné stroje“ a vynálezy nesoucí pokrok k nám.

Vrcholem sportovních akcí v rámci Autosalonu budou:

**5. - 6. května Zámecký vrch Autosalon 2001** - tradiční závod seriálu Mistrovství ČR v závodech automobilů do vrchu.

**27. května Autosalon Rallye** z kalendáře mistrovství republiky ve Sprint Rallye. Jeho trasa povede areálem BVV a městem Brnem.

**26. května Start veteránů** a paralelně rovněž divácky atraktivní **Rallye show** na trase kolem pavilonu Z. Zajímavá bude technická přejímka i představení vozů a jezdců ze seriálu Mistrovství ČR

Konkrétní ucelené informace o dění na veletrhu Autosalon 2001 naleznete na  
 >>> [www.bvv.cz/autosalon](http://www.bvv.cz/autosalon)  
 >>> [www.autosalon.cz](http://www.autosalon.cz)



# Vůz pro každou pořádnou cestovatelku

Každá pořádná cestovatelka s sebou vleče blíže neurčené množství zaručeně potřebných a praktických předmětů, které sice nikdy nepoužije, ale má. D.P.

neurčené množství zaručeně potřebných a praktických předmětů, které sice nepoužiji, ale mám. „Omezuje“ mě jen objem zavazadlového prostoru použitého vozu.

## Můj tatínek byl ze všeho nejraději turistou

Možná i automobilistou, protože obě dvě záliby (kromě své návštěvy Egypta v polovině šedesátých let, kdy přece jen použil letadlo) zásadně spojoval. Díky tomuto důslednému propojování jsme získali mnoho přátel v tehdy dostupné Evropě. Třeba, když nám při cestě do Jugoslávie v Maďarsku praskl list od pera (takovou součástku už dnes asi v autě nenajdete). Ztroskotali jsme u jakési hájovny, maďarského slova neznajíce a přesto jsme s pomocí skvělých Maďarů do té Jugoslávie dojeli. Navíc jsme získali přátele, s nimiž jsme se pravidelně navštěvovali a žvanili prostřednictvím několika desítek německých slov nezatřetí gramatikou o všem možném a nemožném.

## Na svou další výpravu kamkoliv si chci vzít Ford Galaxy

Je pravda, že výrobce jistě cílil svůj produkt do jiné skupiny zákazníků, ale mně to nevaadí. Je totiž skvěle použitelný téměř pro cokoliv, tedy i pro mé poznávací „spanilé“ jízdy. Je sice šíleně bezpečný, promyšlený a spolehlivý, takže přátele po vzoru mého tatínka si s ním asi nevyrobím. Ale nevadí. Využiji inovovaného multimediálního zábavného a informačního systému vozu Ford Galaxy a budu všechny domorodce zvát na video a hry.

## Sympatická jsou mi auta, jejichž maska připomíná obličej

takže ford se svými očima (světlomety ve tvaru kapky) mi připadají příjemné a mám pocit, že se s nimi mohu domluvit lidskou řečí. Všechno ostatní, co má Ford Galaxy pod i nad kapotou, je samozřejmý vysoký standard. Osvědčená kvalita a promyšlené plnění snů o pohodlí cestujících. Navíc je tu, kromě běžných, ještě spousta skvělých úložných kapes, schránek, poliček a vůbec místeček, takže s sebou mohu vést několik spolucestujících, psa, kocoura, část knihovny, kompoty od maminky, pivo v různých baleních a k tomu všemu i kompletní garderobu pro příležitostnou návštěvu kasína, party, plesu, horolezecký prvovýstup a potápění. Z mého pohledu ideální dopravní prostředek, takže ještě zjistit jaké jsou k dispozici barevné odstíny a jestli mi skutečně stačí řídičský průkaz skupiny B. Pokud i vy o Galaxy zatoužíte věděte více, včetně technických parametrů i to, kdo vám případně zajistí leasing, pak si otevřete  
 >>> [www.ford.cz](http://www.ford.cz)  
 >>> [www.fordcredit.cz](http://www.fordcredit.cz)  
 nebo volejte infolinku: 02/72 109 109.



## Na mně se nadšení pro cestování přeneslo

možná výchovou možná geny. Ale v trochu modifikované formě. Vždycky jsem totiž chtěla v čase vyměřeném pro výpravu vidět co nejvíce a všechno si vlastnoručně ohmatat. Nezáleží mi na komfortu, tedy, ideální spojení s automobilismem. Nemusím své plány podřizovat žádné skupině. Nemusím se zdržovat s hotely či kempy, s výjimkou případů, kdy je třeba učinit za dost bazální hygieně. Navíc s sebou mohu (jako ostatně každá pořádná cestovatelka) vleci blíže

# EUROTUNNELEM spolehlivě, rychle a levně

Přeprava EUROTUNNELEM je opět rychlejší, a to odbavení i přejezd, levnější a bezpečnější.

## Eurotunnel opět populárnější

Stejně jako v loňské sezóně i letos nabízí cestovní agentura CHECK-IN s. r. o. alternativní přepravu z Francie do Anglie využitím EUROTUNNELU. Ten je stále častějším řešením přejezdů. Trajektová přeprava je sice tradiční a vyvolává romantické představy, ale spokojenost pasažérů je velmi závislá na momentální přízni počasí. To je jen jeden z důvodů, proč je přeprava EUROTUNNELEM stále populárnější a vyhledávanější českými cestovními kancelářemi i společnostmi provozujícími autobusové linky. Dalším z důvodů je vstřícná cenová politika společnosti EUROTUNNEL. Při stanovení ceny nehraje roli počet cestujících a také administrativa je nenáročná - např. není nutné poskytovat seznamy cestujících.

## Výhodné traify pro rok 2001

Na základě dobré spolupráce



cestovní agentury CHECK-IN s. r. o. a EUROTUNNELU, se podařilo, tak jako v minulém roce, i pro letošní sezónu získat výhodné tarify pro skupinové zájezdy z České republiky. A jak postupovat při objednávce? Stačí zaslat e-mail na [check-in@volny.cz](mailto:check-in@volny.cz). Zde je třeba uvést datum a čas odjezdu dle Vašich potřeb a kontaktní informace. CHECK IN s. r. o. následně potvrdí objednávku, zašle fakturu a voucher.

Věříme, že naši současní klienti budou spokojeni i v tomto roce a těšíme se na spolupráci s klienty novými.

*Andrea Gabonay*

## CHECK-IN travel agency

Generální zástupce Stena Line  
a obchodní zástupce Eurotunnel  
Jindřišská 7, 110 00 Praha 1, Česká republika  
Tel+fax: 02/2421 7163, mobil: 0603 16 76 36  
e-mail: [check-in@volny.cz](mailto:check-in@volny.cz)  
<http://www.volny.cz/check-in>  
kontaktní osoba: Andrea GABONAY



**EUROTUNNEL**  
Calais - Folkestone

**Sezóna A** 1. 1. - 31. 3. 2001 a 1. 10. - 31. 12. 2001  
**Sezóna B** 1. 4. - 30. 9. 2001 (kromě dnů v sezóně C)  
**Sezóna C** 12. 4. - 16. 4., 24. 5. - 27. 5. a 25. 8. - 26. 8. 2001

### Cena jízdného v DEM

Sezóna	Jednosměrná jízda	Zpáteční jízdné do 2 dnů	Zpáteční jízdné do 5ti dnů	Zpáteční jízdné nad 5 dnů
A	550	700	800	990
B	620	800	900	1150
C	790	900	1050	1450

Platí pro všechny velikosti autobusů

### Zvýhodněný noční tarif:

Při realizaci jízdy ve směru Calais - Folkestone v době od 22.00 - 06.00 platí mimosezónní cena po celý rok. Toto zvýhodnění se týká jen obousměrné jízdy. Čas návratu není rozhodující.



## STENA LINE

Frederikshavn - Oslo  
Grenaa - Varberg

Frederikshavn - Goeteborg  
Gdynia - Karlskrona, Anglie a Irsko



# (Už vím) Proč se švédským stolům říká švédské aneb za rybařením do Norska



## Konečně na cestě

Po všech přípravách, kompletaci vybavení a rybářské techniky, jsem se ocitl v autobuse a vydal se na cestu za vzdálenými norskými fjordy.

## O lodích jsem měl různé představy

Když jsem však uviděl loď, která zajišťovala trajekt, přesvědčil jsem se opět o síle lidského ducha. Loď pojme až 2000 cestujících, několik desítek aut a autobusů. Je to vlastně takové malé městečko. V devíti patrech najdete snad vše, na co si dokážete vzpomenout. Všechny možné druhy služeb, od kadeřnictví přes kosmetiku, masáže až po nespočet různých obchodů a obchůdků s potravinami,

Velké množství různých mořských plodů, ryb různě upravených - uzený losos, makrely, krevety, několik druhů kaviáru, dále pak spousta zeleniny, ovoce atd. Také pečivo, koláče, dorty a další cukrářské výrobky stojí za pozornost. Nabídka je završena velkým výběrem alko i nealko nápojů.

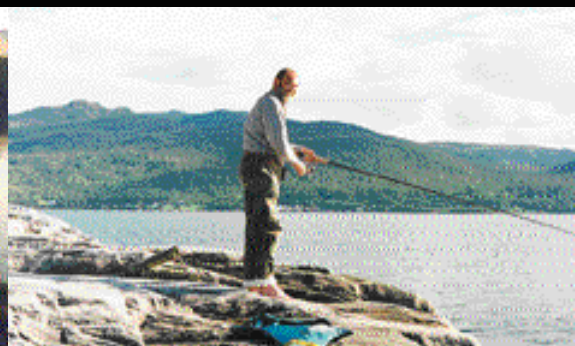
## Norsko - země nádherných přírodních scenérií

Po absolvování takovýchto kulinařských orgií rádi složíte své tělo v kajutě. A protože plavba do Osla trvá přibližně 10 - 12 hodin, máte dost času si odpočinout. Po vylození v Oslu byla před námi ještě několikahodinová cesta, ale za okny ubíhající překrásná přírodní scenérie vylučovala pocit nudy.

s parťákem zastihla na volném moři. Velké vlny se vzdouvaly a narážely na příď, z nebe črčila voda a vodní tříšť se valila do člunu. Parťák pumpoval a pumpoval, já jsem ze všech sil držel loď příď kolmo k vlnám. Jako malý kluk jsem v mnohých knihách četl o podobných situacích, ale tady jsem prvně na vlastní kůži pocítil hluboký respekt k síle moře. Po návratu jsem měl opravdu chuť políbit matičku Zemi a děkovat Bohu, že jsem přežil, tak, jak se to psalo v těch příbězích.

## Přítulné kozičky

Norské fjordy ale nejsou jen o rybaření. V okolních lesích a ostrůvcích jsme i sbírali hojnost plodů - houby, obrovské borůvky a brusinky. Velmi poetický



průmyslovým zbožím a samozřejmě s upomínkovými předměty.

## Kterak láska prochází žaludkem, a to i na lodi

Přes všechny možnosti, jak si zpesířit pobyt na lodi, bylo největším lákadlem jídlo. V ceně lodního lístku je občerstvení, i když to, co nabízela tato trajektová společnost, by bylo možné nazvat labužnickým rájem. Švédské stoly nabízejí tolik lahůdek, že je snad v nadlidských silách vše být jen ochutnat.



Hory, řeky, jezera, vodopády, lesy, no prostě jedním slovem nádhra. Konečně jsme přijeli do místa určení. Tím byla srubová základna, ze které jsme se každé ráno vydávali do ústí k vodě, kde už čekaly motorové čluny.

## Norské fjordy jsou bohaté na nejrůznější druhy ryb

Podle ročního období zde můžete ulovit tresky, mňiky, makrely, pstruhy a na podzim táhnoucí lososy. Výjimečně, při troše štěstí, vám uvízne na háčku třeba i mořská kočka nebo dokonce i žralok. Pro něj se však musíte vydat na volnější moře. Zkrátka - je to rybářský ráj i pro začínající rybáře, při rybaření můžete používat nejrůznějších rybářských technik. Počasí jsme měli vcelku pěkné, i když pro norské fjordy je jinak typické velmi proměnlivé a mění se během minuty.

## Bouře

Mým nejrůznějším zážitkem byla bouře, která nás

byl zážitek na jednom fjordu - stádo volně pasoucích se koziček. Jsou to polodivoká zvířata, která tam člověk zanechává od jara do podzimu na volné pastvě. Jsou velmi roztomilá, přítulná a zvědavá. Klidně se vám usadí v klíně a nechají se mazlit.

## Troll - nápad na alternativní dovolenou

Po nádherných deseti dnech byl čas pomýšlet na návrat, a tak jsem chtěl pro své blízké zakoupit nějaký suvenýr. Nejzajímavějším suvenýrem je jednoznačně Troll. Je to lesní skřítek, národní talisman. Všude je mají v nejrozmanitějších velikostech a kreacích. Je to takový strážce lesů, hor a vod, které jsou na první pohled drsné, ale učarují každému, kdo miluje čistou, nepokojenou přírodu. Tuto svoji alternativní dovolenou si určitě příští rok zopakují. Mohu ji každému vřele doporučit. A nejen rybářům!

➤➤ [www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)

-AG-

# Roháčema táhnou dříví

## Rozklepané nohy

**/27. 9. 2000/** Na trávníku jinovatka. Fouká. Opustil jsem nebeské já a zalezl zpátky do Gemičky pod spacák. Sigg příjemně šumí. Idylka. Možná. Snídani si vařím sám. Je po deváté. Dolů do mlhy se mi nechce. Cesta z vrcholu Velkého Choče na Vyšný Kubín je šílený sešup. Co chvíli jdu pozpátku. Poslední etapa je povlovná. Hrají si do kroku Radeckého marš v osobní úpravě pro zobcovou flétnu. Zvonce. Stádo krav a pastevec. Z rozpustlosti imituji fujaru. Peru to, co mi plíce stačí. Flažoletové tóny a překysličený mozek mne přivádějí do stavu ještě více blaženého. Docházím ke státočce do Kubína. Nastupuji do autobusu a nechávám se odvézt proti proudu řeky Oravy až do Podbielu. Odtud dalším autobusem na Zverovku.

## Slovenský Maternhorn

V podzimních Roháčích jsem po 15 letech. Po žluté přes Volovec. K Jamnickým plesům docházím po slunce západu. Vařím téměř do devíti. Nádherná hvězdná obloha. Opět velká paráda. Ostrý Roháč je ostrý i v noční hladině plesa.

**/28. 9. 2000/** I ráno bylo nádherné. Blankytně modrá obloha s cirrostratusy. Ostrý Roháč v plné sluneční záři. Den jako za odměnu. Vzhůru na první řetězy.



se tvoří fronty. Zatím, co čekám, až vůdčí samec čtyřčlenné smečky radou a pobídkou přiměje jednu ze svých dcer, aby samostatně použila řetězu k slezení strmého úseku, paní čekající přede mnou nad řetězem se ptá: „...a která je ta kopa naproti?“ Vměšuji se do hovoru a dopovídám: „řek bych, že třicátá...“ Ihned jsem šéfem vysokohorského botaskového týmu (jenž přerušil poučování dcery kam že si má strčit jednu ze svých čtyř končetin) rezolutně s neskrývaným despektem opraven: „To není pravda. To je Hrubá Kopa.“ Ve dvě hodiny pak sedím na Baníkové (2178 m), kochám se a básním sonet:

## Lidé, kterým přebýval den

U Plačlivého si chvíli povídám s Vyškovákama. Prý jim přebývá jeden den. (Jak mě by se to kolikrát hodilo...) Zaujalo je vyprávění o tajuplném hradu Likava, „hotelu“ pod Velkým Chočem a rozhledech z vrcholku hory. Stejně se prý vracejí přes Ružomberok. Za dobrý tip a konzultaci nad mapou se revanžují domácí slivovicí. Nádherný den.



## To se to běhá nelehko... a mladý

Docházím do Smutného sedla. Kolena bolí jako blázen. Kupodivu jen při strmých klesáních (jiná tady nejsou). Naopak strmá stoupání mi nedělají problémy. Dávám řeč s náctiletým mladochem, jenž „utekl“ o mnoho let rozumnějším členům skupiny. Přiznávám mu, že v jeho letech a ještě dlouho poté, mne také skoro každý zdržoval. Ale teď, že už jsem rozumný a nechal jsem se vyfotit. Projevil žádost potěžit si můj kletr. Souhlasím. Podklesla mu kolena. V duchu jsem si řekl: „To víš, běhat nalehko...“

## Vážná kopa

O některých lidech se říká: „To je ale veselá kopa.“ Já se ale střetl s rozpoložením hrubě vážnou. To bylo tak. Nahoru, dolů. Nahoru, dolů... Tri Kopy - první kopa, druhá kopa... nevímužkolikátá. U řetězů

## Roháčema táhnou dříví

*Roháčema táhnou dříví,  
omráčeni krásou hor,  
stáda různých divých lidí  
normošům všem z nížin vzdor.*

*Normálům od dobrých bydel,  
existencím sazných měst,  
plných za peníze chtidel,  
co hypermarketů je fest.*

*Přesto, že jste v obchodčících,  
na Roháčích není klid,  
všude za vším byznys vězí.*

*Z nížin valí vyletáci,  
na vrcholy obořit,  
štosují se pod řetězy.*



Cabo de Sao Vincente  
a Sagres - nejzápadnější místo  
Evropy

# Portugalsko



**Portugalsko:** República Portuguesa, republika  
**Rozloha:** 92 069 km<sup>2</sup>  
**Počet obyvatel:** 10 506 880 (včetně Madeiry a Azor)  
**Hlavní město:** Lisabon (831 500 obyv.)  
**Měnová jednotka:** escudo ( PTE) - 100 centavos  
**Úřední jazyk:** portugalština (domluvíte se anglicky  
i francouzsky)  
**MPZ:** P

## Cestovní dokumenty

Cestovní pas. Platí bezvízový styk pro pobyt do 90 dnů. Při vstupu je nutné se prokázat finanční částkou ve výši 20.000 PTE na osobu a dále částkou 6 000 PTE na každý den pobytu (neprokazují se osoby se zajištěnou stravou a ubytováním). Hranice mezi Španělskem a Portugalskem vlastně neexistuje a turisté mají tudíž volný pohyb.



V pobřežních útesech a jeskynních komplexech

## Doklady pro řidiče a motorové vozidlo

Řidičský průkaz, osvědčení o technickém stavu vozidla, mezinárodní poznávací značka CZ a tzv. zelená karta. U obytných vozů a přívěsů na zavazadla je dobré mít písemný seznam předmětů, vybavení a zavazadel v anglickém nebo francouzském jazyce. Pojištění odpovědnosti je na nízké úrovni a tudíž se doporučuje havarijní pojištění nepodceňovat.

## Celní předpisy

Bezcelně je povolen dovoz předmětů osobní potřeby a spotřeby odpovídající délce pobytu, ročnímu období a účelu cesty. Alkohol a tabákové výrobky není dovoleno dovážet osobám mladším 17 let. Limit pro ostatní zboží je 34 400 PTE pro osoby starší 15 let a 17 700 PTE pro osoby mladší 15 let. Kočky, psi a další domácí zvířata musí mít potvrzení vystavené veterinářem ze země, odkud přicházejí. Dovoz cizí měny je limitován sumou 1 000 000 PTE. Je možno dovést nadlimitní množství cizí měny, ale musí být deklarováno. Pro vývoz měn platí limit 100 000 PTE nebo se limit řídí množstvím deklarovaným při příjezdu. Dovoz benzínu v kanystrech je dovolen do objemu 10 litrů.

## Rychlostní limity

	v obci	mimo obec	na dálnici
osobní automobil bez přívěsu	50 km/hod	90 - 100 km/hod	120 km/hod
osobní automobil s přívěsem	50 km/hod	70 - 80 km/hod	100 km/hod

Minimální rychlost na dálnicích je 40 km/hod. Řidiči s praxí kratší než 1 rok, nesmí překročit rychlost 90 km/hod a vzadu na vozidle musí mít



umístěn žlutý terč s nápisem „90“.

## Parkování

Vozidlo musí být zaparkováno po směru provozu. Parkovací disky se v Portugalsku nepoužívají. V „modrých“ zónách fungují parkovací automaty a doba stání je omezena. V centrech měst se používají parkovací hodiny (30 minut = 50 PTE, 1 hodina = 80 PTE, 3 hodiny = 300 PTE. V Lisabonu a Portu je za hodinu 220 PTE resp. 140 PTE. Odtažení či botička jsou provázeny pokutou.

## Obsah alkoholu v krvi

Povolené množství 0,5 promile.

## Postihy za dopravní přestupky

Policie má právo udělit na místě pokutu od 5 do 200 tisíc PTE a vyžaduje ji v domácí měně.



Odmítnete-li zaplatit pokutu i složit záruku za přestupek, kterého jste se dopustili, může vám být zabaveno vozidlo.

### Nehody

Policie musí být u nehody, při které dojde ke zranění. Při škodách na vozidle je lépe mít od policie zprávu o nehodě a vyloučit možné komplikace na hranicích. Jako všude v cizích zemích protokol podepisujte pouze v případech, že přesně víte co obsahuje a plně s tím souhlasíte.

### Povinné vybavení

Používání bezpečnostních pásů povinné, děti do 3 let pouze v autosedačce.

### Pneumatiky s hroty a sněhové řetězy

Používání pneumatik s hroty je zakázáno.

### Důležitá dopravní pravidla

Vozidla jedoucí po kruhovém objezdu mají přednost, světelná houkačka znamená: jedu první, chodec na přechodu má přednost.

### Dálniční síť, dálniční poplatky

Poplatky hotově či kartou (Visa Elektron, Multibanco)

### Stopování

Je rizikové jako jinde ve světě, na dálnici neexistuje.

### Tísňové volání

**První pomoc:** 115, 150, 301 77 77

**Policie:** 115 v Lisabonu 3466141,3474730

**Hasiči:** 115, 342 22 22, 60 60 60

**Silniční služba:** 521074, 8340001

### Pohonné hmoty

typ	počet oktanů	cena/litr
benzín bezolovnatý	95	183,00
	98	192,00
nafta		130,00



Impozantní gotický klášter v Batalze

Při použití kreditní karty k ceně paliva poplatek 100 PTE.

### Důležité kontakty

#### Velvyslanectví České republiky v Lisabonu

Embaixada da República Checa,  
Rua Pero de Alenquer 14, 1400 Lisboa - Restelo,  
Portugal,  
tel.: 003511-3010487, 3013529 fax: 003511-3010629

#### Honorární konzulát v Portu:

Consulado Honorário da República Checa, Rua Senhora do Porto 930, 4200 Porto, tel.: 003512-819041, fax: 003512-810341, 8302974

### Směnárny

Nejlepší kurs bývá na pobřeží v bankách. Manipulační poplatky jsou vysoké (až 1000 PTE), takže se vyplácí měnit částky nad 500 USD. Malé sumy raději vyměňujte v hotelu nebo v pouličních směnárnách. Dobrý kurs mají DEM a eurošeky.

### Lékařské služby

Ceny služeb ve zdravotnictví jsou vysoké, zajistěte si pojištění na cesty a pobyt.

### Turistické informace



#### ICEP - obchodní velvyslanectví Portugalska

Karlovo náměstí 17, 120 00 Praha 2

tel.: 02/219 86 200-1

fax: 02/219 86 202

e-mail: icp-turism@mbox.vol.cz

>> [www.portugal-insite.pt](http://www.portugal-insite.pt)

# Kvíz o letecký zájezd pro 2 osoby do Portugalska

Na anketní otázky laskavě odpovídejte prostřednictvím internetového časopisu [www.e-vsudybyl.cz](http://www.e-vsudybyl.cz), kde se nachází odpovědní formulář. Anketa bude vyhodnocena 15. března 2001. Jméno vylosovaného výherce - autora správných odpovědí přineseme ve třetím vydání **Vsudybylu 2001** a v internetovém [e-vsudybyl.cz](http://e-vsudybyl.cz).










- 1 V kterém roce Alfonso I. Henriques zvítězil nad Maury, odtrhl dobýt území od Kastilie a Leónu, prohlásil se králem a tím de facto založil Portugalské království?
- 2 Jaké státní zřízení je v Portugalsku nyní?
- 3 Které asijské město patří k území Portugalska?
- 4 Jaká měna je v Portugalsku používána?
- 5 Existuje mezi ČR a Portugalskem vízová povinnost?
- 6 Jak se jmenuje hlavní město provincie Algarve, která je nejčastějším cílem českých turistů i místem, jež si pro své letní sídlo vybral prezident Václav Havel?
- 7 Kolik hodin slunečního svitu ročně zaznamenávají průměrně v Algarve podle informací v katalogu pobytových zájezdů Čedoku na léto 2001?
- 8 K Portugalsku patří též ostrov s hlavním městem Funchal a s celoročně příznivými klimatickými podmínkami. Jak se jmenuje?
- 9 Čedok prodává zájezdy též na splátky. S kterou společností v tomto směru spolupracuje?
- 10 Jaké je číslo bezplatné telefonické Modré linky Čedoku, která klientům poskytuje rezervační a informační servis?

## Mobilpress Servis v síti Eurotel

Aktuální informace o dopravní situaci na našich silnicích poskytuje služba GSM InfoText společnosti EuroTel Praha. Mobilním telefonem získáváte informace o průjezdnosti silnic, o nenadálých překážkách v silničním provozu, o nehodách, o měření radarem, o policejních kontrolách apod. Informace jsou rozlišena klíčovými slovy podle území na Prahu, Čechy, Moravu a dálnice. Pro bezpečnou a plynulou jízdu slouží dopravní informace společnosti Mobilpress Servis v síti Eurotel.

- Informace poskytuje
- **MOBILPRESS Servis, s.r.o.**
- V Podluží 7, 140 00 Praha 4
- e-mail: mobilpress@mobilpress.cz
- tel.: 02/66193232
- mobil: 0604/967 386, 0602/654 664



	Sloven. „stvoření“	1. díl tajenky	Paznehtník	Rekre-ační obydlí	Planetka		Knižní klub (zkratka)	Dobrá nálada	Darebák	Ocásek (řídce)	Hovo-rovy souhlas		Tenká a měkká bavlněná látka	Výkvět	2. díl tajenky	Hospodář. komise pro Afriku (zkratka)							
Synova man-želka						Dělo						Řeže SPZ aut Mělníka											
Vydávat tiskové zvuky						Bibliofil Vápen-cové území																	
Štych v kar-tách							Zkr. ident. čís. orga-nizace Papoušek				Značka mýdel Mužské jméno												
Otvory ve zdi					Část ruky Chem. zn. barya							Sloven. „kdo“ Iniciály Redforda				Snaziti se utajit							
Obyvatel staré Récie				Tlako-měr Paní								Jednání Vespodu											
Značka aktinia			Shluk hmoty Lakotný člověk					Úkolová práce					Celní kód Vanuatu Likérnik										
	Ozvěny Výplň oken												Pobít po po-vrchu										
Možná																			Horní část zástěry				
Podpěr. článek v antické architekt.																			Domácky Ernesta				
Značka litratmo-sféry																			Mokroty	Cel. kód Etiopie Bělorus. sídlo			
Koně (básn.)				Časté jméno psa																Chlapi			
	Druh pepře Úzeji																			Anglicky „starý“			Sůl kyseliny cínaté
Sloven. „úděl“																				Hadřík (zast.) Vida			
Sloužící k žeti												Opice	Zdrho-vadlo	Dezin-fekční prostředek		Záře	Mikroor-ganismus	Rádi si hrající SPZ okr. Olomouc					
Iniciály býv. pre-zidenta Beneše			Domácí zvíře Šplhavý pták												Lesklá černá hmota Žen. jm.						Osobní zájmeno Na levé straně		
	Před-ložka Ukryt vojáka			Pijavka Na které místo																Viola (zkratka) Situace			
Jiným způso-bem					Hromad. zděšení Letmý do-tyk míče								Sokolská slavnost Stovky										
Dobývat v zemi						Cenný papír Chem. zn. niklu						Sloven. „stěna“ Chem. zn. kryptonu											
Oplo-dnit									Žák oktávy														
Polovina				Špatné počasí					Výborně!							Pomůcka: VU, IacI, kyma, Ullá, ECA.							



Čedok

Na Příkopě 18, 111 35 Praha 1  
tel.: 02/2419 7777  
bezplatná informační linka: 0800/112 112  
[www.cedok.cz](http://www.cedok.cz)