

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

desáté
vydání
2008



Další informace najdete na stranách 6 a 7.



HOTEL IMPERIAL
Spa & Health Club

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu



Jako od mistra cukráře

Hotové mražené dorty od renomované švédské firmy Frödinge jsou revoluční novinkou ve „sladkém“ katalogu Vitana. Jsou připraveny výhradně z prvotřídních surovin, takže při dodržení doporučeného servisu se můžete spolehnout na jejich čerstvý vzhled a neodolatelnou chuť. Ať se jedná o dort **čokoládový, jahodový, karamelový, mandlový** nebo **Cappuccino dort**, vždy nadchnou i ty nejnáročnější hosty.



Vitana, hlavní
partner AKC ČR

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



THE CZECH ASSOCIATION
OF HOTELS
AND RESTAURANTS

Vitana, hlavní partner AHR ČR

Rieber & son
food service

Vitana food service, člen skupiny Rieber & Son, tel.: 315 645 282, e-mail: food.service@vitana.cz

*
CHILL
STAROPRAMEN®



* PROŠEL MRAZEM, ABY VÁS OSVĚŽIL *

Příjemné prožití vánočních svátků a úspěšný rok 2009

*Vám přeje výrobce růžového kaviáru
ze severoamerických lososů Lesy Kluboká nad Vltavou a.s.*

*Lépe je být smutný s láskou,
než veselý bez ní.*

*Johann Wolfgang von Goethe
1749–1832*



*Lesy Kluboká nad Vltavou a.s., Lesní 691, 373 41 Kluboká nad Vltavou
tel.: +420 387 846 311, +420 387 843 321, fax: +420 387 965 220
e-mail: sekretariat@lesykluboka.cz, www.kaviar.cz*

Takž já žádostivě sobě chodím, na všecko pohlédaje, co a jak se tu dělá: a vidím, že se jim ne všechněm jednostejně daří. Některý udělal příliš studený oheň, nedovařilo se mu. Jiný měl příliš prudký, rozpukly se mu nádoby a cosi vydmýchlo ven: on pravil, že mu azoth¹ vylétěl, a plakal. Jiný přelévaje rozlil aneb zle stemperoval².

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

¹ podle alchymistů duchovní podstata hmoty ² smíchal



Že se jim ne všechněm jednostejně daří



Zhusta není důležité, co se říká, ale kdo to říká a koho reprezentuje. Moudrostem bezdomovce málokdo dopřeje sluch. Zato kravinám z úst papalášů? Těm nejenže naslouchají, ale věří zástupy. Obdobně je tomu i v gastronomii. Jen odbornost a kuchařský um k prosazení se do obecného povědomí nestačí. Špičkoví čeští kuchaři a cukráři to mají ve své vlasti o hodně těžší, než tzv. přední pražští umělci, kteří se dali na psaní kuchařek. A aby obsadili čelná místa na světových kláních? Tak to musí být o moc lepší než jejich soupeři – kuchaři a cukráři z tradičně uznávaných zemí. Čas od času, a to nejen na

mezinárodních gastronomických soutěžích, nám totiž bývá dáváno najevo, že z Česka nemáme co nastolovat nějaké evropské nebo světové trendy.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

všudybyl

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

Tisk: Gaspo CZ, a.s.

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

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

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

- 6 Czech Republic's Leading Spa Resort 
- 8 Národní reprezentace kuchařů a cukrářů 
- 10 Electrolux Professional green&clean 
- 10 Kulinářská olympiáda 
- 11 Novoměstský pivovar 
- 12 Potrefená husa vlajkovou lodí 
- 14 Kaviár Imperátor v nejluxusnějších podnicích 
- 16 Skandinávské know-how Rieber & Søn 
- 19 Nejlepší menu v Plzni 
- 20 Na velké gastronomii 
- 21 Americká koktejl party 
- 26 Do podzemí po několika schodištích 
- 26 Jablka v županu 
- 27 Česká miss Dominikánskou republiku 
- 27 Šedesát let radosti Jaroslava Veselého 
- 28 Osmdesát miliard korun investic 
- 30 I truly recommend Ostrava 
- 33 GO a Regioutour 
- 34 Fun & Fit Day 2008 
- 35 Saint Croix Sekt 

OLYMPUS
Vaše Představy. Naše Budoucnost

Všudybyl fotí
zrcadlovkou
OLYMPUS E-3



Hotel Imperial potřetí Czech Republic's Leading Spa Resort

15. října 2008 večer předávala *The World Travel Awards* své prestižní „oskary“ nejlepšímu evropskému subjektu cestovního ruchu za rok 2008. Slavnostní ceremoniál, jehož se zúčastnilo přes sto padesát aktérů a hostů včetně generálního ředitele karlovarského Hotelu Imperial Ing. Jiřího Švaříčka a obchodního a marketingového ředitele společnosti Imperial Karlovy Vary a.s. Ing. Petra Milského, se uskutečnil na Slovensku v Popradu. Prezident asociace *The World Travel Awards* pan Graham Cook při té příležitosti uvedl, že o nominacích rozhodovalo přes deset tisíc renomovaných expertů a o volbě na sto šedesát sedm tisíc profesionálů cestovního ruchu ze sto osmdesáti devíti zemí.

S generálním ředitelem Hotelu Imperial Ing. Jiřím Švaříčkem se setkáváme během čtrnácti dnů podruhé. 15. října 2008 to bylo na Slovensku v Popradu, když *The World Travel Awards* udělala své ceny za rok 2007, a 28. října v Praze na „Koncertu pro republiku“ v Obecním domě, kde byla před devadesáti lety vyhlášena Republika československá a v němž zasedala první československá vláda i parlament. Inspirován výkonem symfonického orchestru i svou první profesí orchestrálního hráče jsem rozhovor s panem inženýrem zahájil poznámkou:

☐ Pane generální, na pódiu hrálo zhruba osmdesát velmi dobrých hudebníků, avšak k tomu, aby Smetanova „Má vlast“ skvěle vyzněla, bylo třeba dirigenta, aby z nich vytvořil jedno kompaktní hudební těleso. Váš Hotel Imperial byl asociací *The World Travel Awards* potřetí vyhlášen *Czech Republic's Leading Spa Resortem*. Zřejmě i proto, že je řízen tak, aby odváděl vynikající výkony.

☐ Být během čtyř let třikrát *Leading Spa Resortem* nějaké země (a že Česko je zemí lázeňství zaslíbenou) je podle prezidenta *The World Travel Awards* pana Grahama Cooka

naprosto ojedinělé, protože tzv. „hotelovými oskary“ se pyšní nejpřednější hotely světa. A je to ocenění celého Hotelu Imperial. Tedy v prvé řadě i jeho akcionářů, kteří do něj masivně investovali. Hotelové služby jsou hodné o personálu. O jeho profesní zdatnosti, vstřícnosti a o týmové spolupráci. Na lidi, s nimiž spolupracuji, jsem opravdu hrdý.



Nedávno zrekonstruovaný stylově zařízený neoklasicistní Hotel Imperial poskytuje vysoký zákaznický komfort i nejnáročnějším hostům.

Výběr vynikajících jídel z mezinárodní kuchyně nabízejí restaurace Praha a Paříž, příjemnou stylovou atmosféru lze vychutnat v kavárně Vienna a při společenských příležitostech či jednáních je možné využít také Prezidentský a Hudební salonek. Dále jsou zde k dispozici koncertní sál, beauty studio nebo krytý bazén. V bezprostřední blízkosti pak Sportcentrum a Indoor Golf Imperial. Hostům, kteří se chtějí seznámit s historií města a jeho okolím nebo navštívit karlovarské kulturní a sportovní akce, je v hotelu stále připraven vše zajistit concierge servis ve spolupráci s Cestovní agenturou Pentalog Tour.



HOTEL IMPERIAL *Spa & Health Club*

☐ Mezi lázeňskými subjekty Česka mám hodně přátel a nepochybuji, že jejich managementy rovněž intenzivně pečují o rozvoj lidských zdrojů, že školí personál, trénují, a motivují jej, aby podával co nejlepší výkony. Vaše opakované získání *Czech Republic's Leading Spa Resort* proto vnímám hlavně jako uznání světově renomovaných expertů i dalších profesionálů cestovního ruchu a jako jejich poděkování za nejlepší práci v této oblasti v Česku.

☐ V českém lázeňství opravdu působí řada subjektů vynikající úrovně. Pokud bych měl analyzovat, čím je Hotel Imperial tak výjimečný, že si získal přízeň hodnotitelů, řekl bych, že tím, že se nám podařilo sloučit čtyřhvězdičkové hotelové služby mezinárodního standardu s nadstandardní lázeňskou péčí. Ty tam jsou doby lázeňských sanatorií, kterým vládli primáři a kde se chodilo v bílých pláštích. Opakovaná ocenění asociace *The World Travel Awards*? Ta jsou důsledkem změn, které jsme realizovali v uplynulých letech. Ty nejmarkantnější byly zahájeny rekonstrukcí v roce 2003. Hned v následujícím roce 2004 byla realizována další velká investice. Vystavěl se noční podnik „Club Imperial“ s živou hudbou. Už

po řadu let v něm držíme tradici pátečních jazzových večerů se špičkovými interprety. Další investicí byla generální rekonstrukce balneoprovozů, odkud jsme úspěšně vymýtili nemocniční stigma. A pokud pomínu věci, jako je rekonstrukce hotelového parku v řádu milionů korun, čeká nás další velká věc, generální rekonstrukce restaurantů „Praha“ a „Paris“.

? To, že váš hotel zní řadou světových jazyků, nikoho nepřekvapí. Avšak dobré z hlediska domácího obchodu je, že vašich služeb využívá čím dál více Čechů.

! Ano, české klientely meziročně přibývá. V segmentech kongresové a incentivní turistiky i u krátkodobých wellnessových pobytů. Málokterý lázeňský hotel disponuje krytou halou se čtyřmi tenisovými kurty. Kvalitně vybaveným fit centrem. Velkým aerobic sálem. Indoor golfem atd. Spokojenost klienta totiž stojí na třech pilířích: zaprvé na léčení, zadruhé na stravování a zatřetí na ubytování. Všechny jsou stejně důležité. Do spa resortu klient primárně jezdí kvůli léčbě, pak za odpočinkem a dalšími aktivitami. Ale pokud od prvního pilíře oddělíme ostatní dva, zpravidla přijede jednou a naposled. A my máme v Imperialu čtyřicet procent opakovaných hostů.

? V minulém vydání Vřadybylu bylo interview s prezidentem Asociace hotelů a restaurací České republiky Ing. Pavlem Hlinkou, který kdysi začínal jako příbramský číšník a vypracoval se až na posty v hotelnictví nejvyšší. Tím, že jste za Hotel Imperial již potřetí přebíral „hotelového oskara“, jste pravděpodobně překonal další z významných met své profesní kariéry.

! Když jsem byl v Popradu s Petrem Milským přebírat ocenění Czech Republic's Leading Spa Resort, uvědomil jsem si, jaké jsem měl štěstí, že mne potkal takový osud, ačkoliv jsem ještě zdaleka nedosáhl toho, čeho pan inženýr Hlinka. Po absolvování Střední hotelové školy v Mariánských Lázních jsem také začínal jako číšník. No a pak jsem krok za krokem postupoval, až jsem měl tu čest přebírat za Hotel Imperial ocenění od The World Travel Awards. Tato cena nás však zavazuje také k tomu, abychom zabrali ještě víc. Protože být první znamená ukazovat či dokonce razit cestu těm za vámi. Být Czech Republic's Leading Spa Resortem je určitě povzbuzením pro další práci. Zúročíme změny, které naši akcionáři iniciovali investicemi do hotelové infrastruktury i do lidských zdrojů. Nejen do personálu, ale také do obchodních a marketingových aktivit, zejména do oslovování trhů. Zvyšuje se nám tak nejen procento opakovaných klientů a naše obsazenost, ale také průměrná cena inkasovaná za ubytování. To znamená, že cesta, kterou majitelé i zaměstnanci Imperialu nastoupili, je tou správnou, a já vím, že zdaleka ještě nejsme na konci. ■

www.imperial.kv.cz

www.worldtravelawards.com



*Překážky v nás vyburcují vlohy,
které by v nás za příznivých okolností zůstaly dřímat.
Horatius Quintus Flaccus (65 – 8 př.n.l.)*



Národní reprezentace kuchařů a cukrářů předvedla velice hezkou práci

? S prezidentem Asociace kuchařů a cukrářů České republiky panem Miroslavem Kubecem jsme se naposledy potkali 8. října v Karlových Varech, kde Asociace kuchařů a cukrářů ČR ve spolupráci s CzechTourism a Asociací hotelů a restaurací ČR propagovaly českou kuchyni.

! Naším cílem ve Varech bylo, společně s partnery, připomenout, že česká gastronomie stále existuje a je významným zdrojem domácího a zahraničního inkasa. Tam, kde dělá-

jí dobrou českou kuchyni, zpravidla nemá nouzi o hosty. Českým národním jídlem jsme při té příležitosti vyhlásili klasickou svičkovou s knedlíkem a hovězím masem. Jsme totiž přesvědčeni, že je třeba se trvale zabývat tím, jak česká gastronomie vypadá, jak se kde vaří a napomáhat tomu, aby se návrat k národním tradicím nezvrhl např. ve fastfoodový paskvil.

? Potkáváme se 29. října dopoledne v pražském hotelu InterContinental, v němž

Asociace kuchařů a cukrářů České republiky (AKC ČR)

je pokračovatelkou cechovní organizace založené v roce 1903, Svazu kuchařů. Sdružuje přes dvanáct set kuchařů a cukrářů v osmi regionálních pobočkách. Organizuje přednášky, semináře, tréninky, soutěže celonárodní i s mezinárodní účastí, výstavy atd. Tradičními se staly: „Kuchař roku“, „Cukrář roku“, „Gastro Junior“, „Gastro Hradec“, „Český kapr“, Oslavy sv. Vavřince aj. Národní reprezentační týmy – seniorský a juniorský a regionální týmy AKC ČR se úspěšně účastní mezinárodních soutěží. AKC ČR je členem WACS – Světové asociace kuchařských spolků.

České úspěchy na kuchařské olympiádě IKA 2008 Erfurt

Juniorský národní tým přivezl stříbro za studenou kuchyni a bronz za teplou kuchyni. Seniorský národní tým stříbro za teplou kuchyni, stříbro za cukrařinu a dvakrát bronz za studenou kuchyni. Culinary Nestlé tým bronzovou medaili. Makro tým získal bronzovou medaili. Zlatou medaili v kuchařské artistice přivezla Jana Dostálová, studentka třetího ročníku Střední školy gastronomie a služeb Nová Paka. Martin Havel bronzovou medaili. Carlsbad Plaza Team bronzovou medaili. Radek David zlatou medaili. Pavel Minář stříbrnou medaili. Radek Vach a Zbyněk Ženíšek z Top Hotelu Praha bronzové medaile za kompozice z vyřezávaného ovoce a zeleniny.



pracujete jako šéfkuchař. Před pár hodinami jste se vrátil z Hradu, kde se Asociace kuchařů a cukrářů ČR podílela na zajištění gastronomické části hradních oslav 90. výročí vzniku republiky.

! Ano, zajišťovali jsme „Dort republiky“, který jsme předali panu prezidentovi a první dámě. Nebyl laděn do tradičních českých receptur a postupů a la Magdalena Dobromila Rettigová: „vraž tam deset vajec...“, protože jídla na Hradě bylo dostatečné množství a vynikající kvality, takže bylo potřeba odlehčit i toto symbolické gastronomické vyvrcholení. Národní reprezentace kuchařů a cukrářů předvedla velice hezkou práci. Dort měl tvar republiky a doplnili jsme jej čtrnácti speciálními dorty s erby krajů Česka včetně hlavního města Prahy. K tomu jsme přidali minidezerty a cukrářské lahůdky. Troufám si konstatovat, že náš pan prezident byl nadšen. Vyfotografoval se s námi a poděkoval. Nejen náš dort, celý večer se odehrával ve znamení české gastronomie. K vidění bylo hodně lahůdek. Krásně pečená husa s haluškami se zelím. Výborný zvěřinový guláš. Tradiční české zvěřinové paštiky. Rolády z českých ryb, ze štiky, candáta, kapra, atraktivně aranžované na mísách aj. Zkrátka česká gastronomie byla v popředí zájmu.

? V úvodníku tohoto gastronomického Všudybylu mj. konstatuji: „Zhusta není důležité, co se říká, ale kdo to říká a koho reprezentuje. Jen odbornost a kuchařský um k prosazení se do obecného povědomí nestačí. Špičkoví čeští kuchaři a cukráři to mají ve své vlasti o hodně těžší než tzv. přední pražští umělci, kteří se dali na psaní kuchařek. A aby obsadili čelná místa na světových kláních? Tak to musí být o moc lepší než soupeři – kuchaři a cukráři ze správných zemí. Čas od času, a to nejen na mezinárodních gastronomických soutěžích, nám totiž bývá dáváno najevo, že z Česka nemáme co nastolovat nějaké evropské nebo světové trendy.

! Vystoupení českých kuchařů a cukrářů na mezinárodním poli ale rozhodně nejsou v nějaké temné uličce. Naše výkony jsou dobře vnímány. I teď na letošní gastronomické olympiádě IKA 2008 v Erfurtu byly české týmy velmi dobře hodnoceny. Ve vyjádřeních komisařů často zaznívalo, že o sobě dáváme v pozitivním smyslu čím dál více vědět. I když samozřejmě na tom, co jsi naznačil ohledně mezinárodní diplomacie, asi něco bude. Nicméně i na tomto poli Asociace kuchařů a cukrářů ČR udělala během posledních čtyř let obrovský kus práce. V Praze jsme uspořádali evropský kongres, zúčastnili jsme se dvou světových kongresů a na jednom z nich obdrželi poděkování za práci pro WACS – Světovou asociaci kuchařských spolků. ■

www.akc.cz



Nové Electrolux Professional green&clean myčky myslí zeleně a ekonomicky

? Ekologie začíná stále výrazněji vystřikovat růžky i v gastronomii. A není daleko doba, kdy bude jedním z rozhodujících faktorů při pořízení gastronomického zařízení. Tímto konstatováním jsem o vyjádření pořádal obchodního ředitele Electrolux, Food Service Equipment pana Vladimíra Koktu.



Vladimír Kokta

! Specialisté u Electroluxu s tímto vývojem počítají, a proto se na trhu objevují nové myčky, které se řadí k absolutní špičce v těchto zařízeních. Myčky tohoto typu jsou ideální pro restaurace, hotely, školy, kavárny, rychlá občerstvení a jiné provozy podobného typu. Nové myčky spotřebují méně vody, detergentů, energie a oplachových prostředků v porovnání se standardními myčkami. Současně zaručují nejlepší výkon ve své třídě a nízkou hladinu hluku.

Zcela nová technologie profesionálních myček Electrolux má označení **green&clean** a právě přichází na gastronomický trh. Hlavním magnetem zájmu zákazníků by měl být její menší dopad na životní prostředí a nižší provozní náklady. To je to Green a Clean znamená, že disponuje nejlepším výkonem ve své třídě.

Nové myčky Green and Clean mají podle zkušeností o dvacet procent nižší provozní náklady oproti standardním myčkám. Chloubou toho nejmodernějšího gastro zařízení je totiž nízká spotřeba vody, která vede ke snížení spotřeby energie při oplachu. Tři litry oplachové vody na jeden cyklus zajistí perfektní vyvážení mezi optimálním výkonem a nízkými provozními náklady. A ruku v ruce s tím je tím pádem zapotřebí i menšího množství mycích a oplachových detergentů.

V profesionálních kuchyních je hluk jeden z důležitých aspektů při výběru. I na to mysleli konstruktéři tohoto nového zařízení. Právě pokud jde o hladinu hluku, jsou myčky Electrolux Professional **green&clean** nejlepší ve své třídě. Mají totiž dvojitou izolaci, která zaručuje nízkou hladinu hluku, šetří energii a snižuje tepelné ztráty. Další trefa do černého v oblasti ekologie a ekonomiky provozu!

Program oplachu je také oproti konkurenci významně efektivnější. Zaručuje to atmosférický bojler se solenoidovým ventilem s bezpečnostním „čekacím“ zařízením (waiting boiler device) a oplachovým čerpadlem zajišťujícím konstantní vysokou teplotu a stálý a silný tlak pro oplach. Navíc jsou tyto nové myčky vybaveny kontinuálním změkčovačem vody. Ty zajišťují, že sto procent napájecí vody bude změkčeno, čímž se sníží problémy s usazováním vodního kamene. ■

www.electrolux.com



21. října 2008 se český Culinary Nestlé Team zúčastnil 22. olympiády kuchařského a cukrářského umění v Erfurtu. Získal tam bronzovou medaili v kategorii regionálních a individuálních týmů za studenou kuchyni. V individuální soutěži jeho člen, Luděk Procházka, získal zlatou medaili v kategorii kuchařské artistiky s technikou zeleninového carvingu.

Kuchařská olympiáda má historii trvající sto čtyři roky. V roce 2008 přivítala soutěžící z třiapadesáti zemí světa, čímž překonala rekordní účast z olympiády před čtyřmi roky, kdy se jí zúčastnilo jedenáct set kuchařů ze šestatřiceti států. Culinary Nestlé Team byl zformován začátkem roku 2003 gastronomickou divizí Nestlé Food-Services. Tvoří jej profesionální kuchaři a cukráři. Všichni působí jako opinion leaders. Výsledkem společné práce jsou mj. medaile z kuchařské olympiády v Erfurtu a ze soutěže individuálních týmů European Culinary Challenge v Basileji. V roce 2006 Culinary Nestlé Team ve Stuttgartu získal zlatou medaili a stal se vítězem dne. Culinary Nestlé Team se o své zkušenosti dělí se širokou veřejností formou odborných seminářů konaných v Kulinářském centru Nestlé-Electrolux v pražském sídle Nestlé Česko.

Kapitán Culinary Nestlé Teamu: Tomáš Konopka - culinary advisor, Nestlé Professional. Členové: Norbert Hojda – šéfkuchař restaurace Hospoda Domov Liberec; Milan Kladivko – šéfkuchař Hotelu Promenáda



Thinking of you

Electrolux

Kulinářská olympiáda

Karlovy Vary; Rudolf Špaček – šéfkuchař restaurace Paříž hotelu Imperiál Karlovy Vary; Andrea Lechnerová – cukrářka hotelu Clarion Congress Hotel Prague; Tomáš Hamrák – student Vysoké školy hotelové v Praze, oboru hotelnictví; Milan Vild – zástupce šéfkuchaře restaurace Paříž hotelu Imperiál Karlovy Vary; Jaroslav Václavěk – šéfkuchař restaurace Sorrento hotelu Carlsbad Plaza Karlovy Vary; Pavel Hruška – majitel designového studia – Luděk Procházka – majitel firmy Czech Carving Studia; Štefan Kiss – culinary advisor, Nestlé Professional Slovensko; Miloš Kopal – HoReCa specialista, Nestlé Professional. ■

www.gastronews.cz/cnt



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar je ojedinělou **gastronomickou raritou** v centru Prahy

Celková kapacita je **340 míst** v atraktivních rozsáhlých prostorách

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

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající **typicky česká** a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka **menu** pro turistické skupiny



Otevřeno denně

Po – Pá 10.00 – 23.30

So 11.30 – 23.30

Ne 12.00 – 22.00

Novoměstský pivovar s.r.o.

Vodičkova 20, 110 00 Praha 1

tel./fax: 222 232 448, 222 231 662,

602 459 216

e-mail: sales@npivovar.cz

www.npivovar.cz



Potrefená husa vlajkovou lodí gastronomického konceptu Pivovarů Staropramen



P Pivovary Staropramen a.s. se čím dál výrazněji prosazují ve velké gastronomii. Svědčí o tom nejen úspěšný koncept Potrefená husa a partnerství s Asociací hotelů a restaurací České republiky, ale i expanze jejich značkových pív do gastronomických a hotelových zařízení. Tímto konstatováním jsem zahájil interview s Branded Pubs Concept Managerem akciové společnosti Pivovary Staropramen panem Davidem Petříkem.



David Petřík

Zhodnocujeme poznatky z desetiletého působení značkových restaurací Potrefená husa na gastronomickém trhu a jejich využití v širší rovině při spolupráci s majiteli a provozovateli restaurací. V našich restauracích jsme si ověřili, jaké

jsou trendy prodeje piva a gastronomie v segmentu pivnic a restaurací, a hlavně jsme zjistili, jaké trendy budou dominovat v příštích letech. Ruku v ruce s tím, jakými přednostmi disponují

produkty naší pivovarnické skupiny InBev oproti zboží konkurentů. Takže to, proč jsme se rozhodli usilovat o generální partnerství s Asociací hotelů a restaurací České republiky, je mj. proto, že jsme došli k závěru, že úroveň prodeje piva bude stoupat s úrovní gastronomie. Podle celkem jednoduché rovnice: kvalita rovná se stabilita. Vytvořili jsme koncept „Mise On Trade“, v jehož rámci zkušenosti získané provozováním restaurací Potrefená husa předáváme obchodním partnerům z řad hospodských a restauratérů. A ať se jedná o obyčejnou hospodu či luxusnější restaurant, vždy je vnímáme jako celistvý provoz, v němž se spolu se stoupající kvalitou zvyšuje ekonomická stabilita. Pro Pivovary Staropramen je totiž takovýto ekonomicky stabilní podnik zárukou, že bude jeho úspěšným partnerem i v budoucnu. Zkrátka rozhodli jsme se nejít cestou jako většina dodavatelů, kteří se vesměs soustřeďují na momen-

tální prodej. V oblasti provozování gastronomických služeb totiž nastávají změny. Dochází k posunu na hodnotovém žebříčku zákazníků. Mění se jejich stravovací nároky. A to nejen v oblasti konzumace nápojů, ale i jídel a prostředí, které budou chtít navštěvovat.

Takže poznatky z vámi franšizovaných podniků Potrefená husa využíváte ve prospěch obchodních partnerů akciové společnosti Pivovary Staropramen.

Ano. Chtěli jsme znát, do jakých směrů se budou profilovat hospody. Do jakých trendy poznatků pak vytvářet koncepcce prodeje. Takže nejenže víme, po jakých produktech je poptávka, jaká piva mají v daném segmentu šanci na největší výtoč, ale svým obchodním partnerům – provozovatelům gastronomických podniků – poskytujeme i další servis. Aby věděli, jaké budou jejich

**PIVOVARY
STAROPRAMEN**

provozní náklady a výnosy v souvislosti s tím, jaké zákazníky budou oslovovat. Pro nás, coby partnery jejich podniků, je to reálný předpoklad, že budou stát na zdravých základech. Samozřejmě, že pokud naši obchodní zástupci jednájí o spolupráci, vždy zjišťují, jaké má provozovatel či majitel restaurantu záměry, a analyzují, zdali odpovídají možnostem lokality. Jaký je tamní potenciál trhu, kupní síla zákazníků apod.

? V současné době provozujete tři typy konceptu Potrefená husa. Potrefená husa – restaurace, Potrefená husa – sport bar a Potrefená husa – beer point.

! Každý z těchto konceptů má své tržní a lokální zacílení. Restaurace Potrefená husa, které jsou naší vlajkovou lodí, se snažíme umísťovat do historických center měst. Cíleně vybíráme města s více než



s konceptem pro potřeby sídlišť, který má jiné nároky na servis. Objevili jsme tu prostor na trhu. Satelitní sídliště totiž byla hodně koncipována jako „noclehnárny“, jejichž obyvatelé za zaměstnáními i zábavou a gastronomií jezdí do centra. Rozhodli jsme se proto nabídnout obyvatelům sídlišť příležitost v místě bydliště. Tedy, aby až se vrátí z práce, neprchali jinam. Přišli jsme s konceptem sportovního baru, který má designově i strukturou přizpůsobený výraz sídlišť a menším městům.

? Co koncept Potrefená husa – beer point?

! Ten s sebou přinesl rozvoj nákupních center. Uvědomili jsme si, že si zaslouží specifický koncept. Potrefená husa – beer point je imageová záležitost, orientovaná na segment mladších zákazníků, kte-



né prostředí akceptované i dámskou klientelou. Dívali jsme se na to z trochu jiného pohledu než konkurence. Proto si dovoluji tvrdit, že koncept Potrefená husa je nadčasový a stále úspěšný.

? Začal jste restauracemi, kterých máte sedmáct. Dalším konceptem je Potrefená husa – sport bar.

! Vznikl, protože jsme hledali koncept provozny, který uspěje i v aglomeracích s méně než



padesáti tisíci obyvateli. Plocha restaurace Potrefená husa by měla činit čtyři sta až pět set metrů čtverečních. Lokality, v nichž je zřizujeme, musí splňovat kritéria vizibility a atmosféry. Preferujeme nárožní objekty s velkými výklady. To je jeden z důvodů, proč jsme s konceptem Potrefená husa úspěšní. Vyšebalí jsme se vnitroblokovým prostorům na předměstích a hned od prvopočátku vytipovali ty, které měly na to vyzářovat na pouliční kolemjdoucí atmosféru pohostinnosti, obdobně jako je tomu u renomovaných kaváren. Dříve byly hospody spíše takové ty „zabedené lokály“. My ale přišli s revoluční myšlenkou, aby kolemjdoucí viděli, co se děje uvnitř podniku. Druhá myšlenka byla vytváření atmosféry trochu jinak. Klasické hospody byly dominantně koncipovány pro pijáky piva, a my se v rámci konceptu Potrefená husa orientovali na vyváženost tří faktorů: piva, jídla a příjemné atmosféry. Pro nás je samozřejmě důležité, aby i z interiérového designu bylo zřejmé, že jde o pivní koncept. Zároveň však, že se zde dá kvalitně najíst a lze sem pozvat kohokoliv, komu chcete dát najevo, že si ho vážíte, ať už se jedná o obchodní partnery nebo o návštěvu s rodinou a přáteli. Že to nejsou primárně budované hospody pouze pro chlapy, ale že nabízejí příjem-



padesáti tisíci obyvateli. Nechtěli jsme jít cestou kompromisů, tedy že na objekty budeme pouze všet cedule Potrefená husa, když daná místa nebudou splňovat kritéria kupní síly. Přišli jsme

rým jsme v nich chtěli nabídnout kus „pivní hospody“. Koncept Potrefená husa – beer point se osvědčil. Byť se zprvu někomu zdál pošetilý, protože návštěva nákupního centra pro něj znamenala dopravu autem. A prý, kdo vám tam bude chodit na pivo? Proto jsme volili nákupní centra dostupná nejen automobily, ale i městskou hromadnou dopravou a vytvořili v nich něco, co v Česku ještě nikdo nezkusil. Primárně si vybíráme plochy, které nejsou součástí food courtů, ale někdy jsou i lehce bokem. To bychom necílili pouze na lidi, kteří jdou jenom okolo, ale aby se k nám hoště rádi vraceli. Na základě všech těchto zkušeností jsme si uvědomili, že jsme tyto poznatky schopni aplikovat v daleko širší rovině a své zkušenosti poskytovat partnerům, s nimiž zatím obchodujeme jen v rámci prodeje piva. Dnes máme vyzkoušenou a ověřenou spoustu prvků, ať v oblasti práce s personálem, jako je jeho trénink a motivace, ale i tvorbu dispozic, architektonických studií, studií ekonomické návratnosti, výběru dodavatelů a sortimentu. To vše se snažíme využívat v rámci spolupráce se stávajícími i potenciálními zákazníky. Uvědomujeme si tedy, že majitelé a provozovatelé restaurací nebudou chtít jenom dodavatele, kteří jim složí zboží před hospodou, ale že jako standard budou vyžadovat daleko širší poradenský servis a podporu. ■

www.pivovary-staropramen.cz



Kaviár Imperátor v nejluxusnějších podnicích

? V rámci rozhovoru s prezidentem Asociace kuchařů a cukrářů České republiky panem Miroslavem Kubicem v tomto vydání přináší Všudybyl informaci, že Asociace kuchařů a cukrářů České republiky stála u zrodu výročních ocenění „Kuchař roku“, „Cukrář roku“, „Gastro Junior“, „Gastro Hradec“, „Český kapr“, které také realizuje.



Ing. Eduard Levý

Rozhovor s Ing. Eduardem Levým z akciové společnosti Lesy Hluboká nad Vltavou jsem proto zahájil konstatováním, že jejich společnost na většině z nich participuje a u některých je iniciátorem.

! Společnost Lesy Hluboká nad Vltavou, jako producent kaviáru Imperátor, se v souvislosti s partnerstvím s Asociací kuchařů a cukrářů České republiky zaměřila na mladé lidi. Na nastupující generace kuchařů, cukrářů a budoucích F&B manažerů.

Tedy i studenty odborných a hotelových škol a učilišť. Děláme pro ně odborně tematicky zaměřené přednášky a demonstrace, podporujeme soutěže mladých kuchařů a číšníků. Rád bych se v této souvislosti zmínil o jedné z nejmladších soutěží „Český kapr“. Ta se koná u nás v jižních Čechách na Zvíkově a letos proběhne její třetí ročník. Hlavním tématem je „kapr ve středoevropské kuchyni“. Spolu s některými u nás vyvinutými recepturami na pokrmy ze sladkovodních ryb se tam uplatňuje i náš kaviár.

Kaviár děláme z divokého lososa bez chemických konzervantů a stabilizátorů, a proto jsme si zažádali o udělení značky „bio“. Náš kaviár Imperátor je ceněn i v nejluxusnějších podnicích. Mezi naše klienty patří Carlsbad Plaza, který je v současné době naším největším odběratelem, Francouzská restaurace Obecního domu v Praze, Grandhotel Pupp, hotel Atom, brněnský International a Voroněž, Zlatá hvězda Liberec, InterContinental Praha a další a další přední gastronomické podniky.

? Ve velké gastronomii jste nejúspěšnějším producentem růžového kaviáru ze

Marinovaný kapří hřbet s kaviárem IMPERÁTOR pro 4 osoby

Ingredience:
kaviár IMPERÁTOR (65 g),
kapří hřbet bez kůže
(500 g), 200 g cukru krupice,
100 g soli, vícebarevný
pepř, ochucený olivový olej,
sezonní salát, citron, jablko,
celozrnné pečivo, máslo.



Zfiletovaný kapří hřbet bez kůže cca 500 g naložíme do misky se směsí cukru a soli (2:1) cca na 12 hodin.

Nedoporučuje se delší marinování než 24 hodin. Poté maso opláchneme, osušíme, obalíme hrubě namletým barevným pepřem a zabalíme do fólie. Takto naložený hřbet necháme v lednici odpočinout cca 12 hodin. Před použitím je dobré hřbet nechat v mrazicím boxu cca 2 hodiny. Ztuhlé maso se lépe krájí na velmi tenké plátky. Nakrájené plátky zakapeme ochuceným olivovým olejem, dozdobíme plátkem citronu s lososovým kaviárem. Podáváme s celozrnným pečivem.





severoamerických lososů v Evropské unii. Nicméně máte i svá rybářská hospodářství a honitby a v nich lovecké chaty, v nichž zajišťujete vynikající catering s jedinečnými zvěřinovými a rybími lahůdkami.

! Máme připravený program na ryby, kde chceme a doufáme, že v brzké době budou odstraněny poslední překážky k tomu, aby výrobní činnost naší společnosti byla roz-



šířena i o výrobky studené kuchyně z českých ryb. Máme připraveny recepty na rybí utopence, paštiky ze sladkovodních ryb. Zaměřujeme se zejména na kapra, kde je třeba obzvlášť v našem regionu podpořit oblibu této tradiční ryby. V současné době je bohužel na jídelničních restauracích vidět minimálně. Rybí paštiky jsou velmi dietní, bez konzervantů. Máme je koncipovány pro potřeby



i menších rodinných podniků, např. penzionů, ale uplatní se i ve snídaňových bufetech velkých mezinárodních hotelů a v cateringu.

Protože součástí naší firmy jsou i vámi zmíněné honitby, tedy i bažantnice, v nichž se připravuje zvěř k lovu – divoké kachny a bažanti, míváme tu hodně domácích i zahraničních hostů, povětšinou ze sféry firemní klientely, ale i hlavy států. Pro ně naše cateringové středisko zajišťuje komplexní celodenní servis. Samozřejmě, že v jeho rámci dominují zvěřinové a rybí pokrmy.

? Hodně navštěvovaná je vaše prodejna v historickém centru Hluboké nad Vltavou.

! Ano, lidé tam rádi nakupují zboží s loveckou, lesáckou a koňskou tematikou, náš kaviár a kaviárovou kosmetiku. Ta

má hojivě a výrazně regenerační účinky. Její pravidelnou aplikaci dochází k vyhlazení drobných mimických vrásek a zpevňování určitých partií těla. Pokožka se stává vláčnou, pružnou a získává mladistvý vzhled.

Naše podniková prodejna v Hluboké nad Vltavou se tak pro řadu zákazníků a jejich příznivců stala jistou adresou. Kaviárovou kosmetiku s bezkonkurenčně nejvyšším obsahem kaviárové hmoty jsme vyvinuli ve spolupráci s výzkumnými pracovišti renomovaných firem. Máme ji schválenou Státním zdravotním ústavem. Látky, které jikra lososa obsahuje, kombinujeme s ingrediencemi podporujícími regeneraci a hydrataci kůže a podkoží. V distribuci je pletové mléko, pletový krém a pletová maska. ■

www.kaviar.cz



**LESY HLUBOKÁ
NAD VLTAVOU, a.s.**



Know-how, které Rieber & Søn načerpal ve Skandinávii, přenášíme do Česka

? S Vitanou a jejími tradičními českými i skandinávskými produkty se setkávám na mnoha prestižních profesních akcích velké gastronomie. Jak v souvislosti s Asociací kuchařů a cukrářů ČR, s Asociací hotelů a restaurací ČR, tak coby podporovatele profesních soutěží a akcí pro studenty odborných a hotelových škol. Prezentace, v jejímž rámci hovořím s marketingovým ředitelem Food Service Vitana, a.s. Ing. Jiřím Fabianem, se uskutečnila 5. listopadu 2008 v OREA Hotelu Pyramida Praha a byla určena F&B manažerům a šéfkuchařům hotelového řetězce OREA Hotels.



Ing. Jiří Fabian

! Spolupracujeme s řadou prestižních hotelových a gastronomických řetězců i samostatných podniků. V roce 1994 totiž Vitana založila divizi catering, která se začala starat o gastrozařízení. Do té doby zhruba sedm-
desát let působila

pouze v oblasti retailu. Po založení gastr jsme se začali orientovat na institucionální zákazníky ve sféře společného stravování a na HoReCa gastronomii, kde naše produkty nachází vět-

ší a větší uplatnění a oblibu. Díky tomuto směřování si nás obě prestižní společenstva – Asociace hotelů a restaurací České republiky i Asociace kuchařů a cukrářů České republiky – vybrala za své hlavní partnery.

? Možná i kvůli nim teď Vitana obohacuje své produktové portfolio nejen o dehydratované potraviny, ale i o mražené.

! Ne možná, určitě! V tomto je nám obrovskou oporou náš norský majitel. Know-how, které Rieber & Søn Food Service načerpal ve Skandinávii, se nám daří přenášet do Česka a na Slovensko. Částečně přejímáme i jejich dodavatele a sortiment, což nám směle otevírá dveře do nejvyšších pater gastronomie. Našimi stěžejními komoditami v tomto jsou mražené ryby, pastovité výrobky vyvíjené ve spolupráci s norskou divizí. Naše produktové portfolio je postaveno na základě norského modelu – kdy norský zákazník či host gastronomického podniku až tak nehledí na cenu. A to nejen proto, že



Vitana, a.s.

je moderní potravinářskou firmou. Je sice českou značkou, ale už několik let je součástí renomované norské skupiny Rieber & Søn. Svůj rozsáhlý sortiment vyrábí v Byšičích, ve Varnsdorfu a v Roudnici nad Labem. Je nositelkou ocenění „Nejdůvěryhodnější potravinářská značka v České republice“, získala prvenství v soutěžích „Nejúspěšnější novinka na trhu“ a „Volba spotřebitelů – nejlepší novinka“ aj. Je držitelkou certifikátů ISO 9001:2000, systému HACCP dle Dutch code a EMS dle ISO 14001:2004. Je hlavním partnerem Asociace kuchařů a cukrářů České republiky a zároveň hlavním partnerem Asociace hotelů a restaurací České republiky. Činnost zahájila v roce 1920 jako malá výrobní sladových výtažků v Praze – Podbabě. Dnes, kromě tradičních dehydratovaných polévek, produkuje instantní polévky, hotová jídla, instantní hotová jídla, koření a kořenící směsi, omáčky, bujóny a minutky. Další její skupinu tvoří přílohy: rýže, luštěniny, těstoviny, knedlíky a bramborové výrobky.

Vitana je silnou značkou i v sladké kategorii, kterou tvoří moučníky, přípravky na pečení a pudinky. Některé výrobky jejího produktového portfolia nesou značku akvizičních firem Bask a koření J.C. Horn. V sortimentu Vitany lze nalézt i rybí konzervy King Oscar a mražené ryby sesterských firem ze skupiny Rieber & Søn.

Rieber & Søn

(založen v roce 1839) má centrálu v Norsku v Bergenu. Má devatenáct výrobních jednotek ve dvanácti zemích a prodejní aktivity v Evropě, Austrálii a USA. Na všech klíčových trzích má vedoucí nebo druhou pozici. Od akvizice Vitany v roce 1992 do její modernizace investoval přes 3 miliardy korun s tím, že veškerý vytvořený zisk byl reinvestován v České republice. Vitana je dlouhodobě ziskovou firmou, která v nosných kategoriích zlepšuje svůj tržní podíl. Nyní zaměstnává téměř tisíc zaměstnanců.

se jedná o bohaté obyvatelstvo. V první řadě je pro něj rozhodující jakost a až na druhém místě (pokud vůbec) hraje roli, jak často si ji může dovolit.

? Norsko je zemí, kde velmi dbají na ochranu svého životního prostředí a preferují biopotraviny. Jak se to slučuje se zaměřením vaší norské matky na gastronomické konvence?



Nechceme se chlubit, ale turnaj firem (za účasti našich konkurentů) na akci Fanyho velmi zábavné odpoledne, což byla party pro obchodní partnery a zákazníky VO Fany, jsme vyhráli :o)

! Už tím, podle nakolik striktních kritérií si Rieber & Søn vybírá dodavatele. Co všechno musí splňovat a trvale prokazovat. Není možné, aby do koncernu, jehož je Vitana součástí, prošla surovina, která by nebyla 100% v souladu s našimi požadavky. Samozřejmostí je absolutní zákaz používání geneticky modifikovaných surovin. Na každý vstup máme obsáhlou škálu parametrů, které se sledují u každé dodávky. Tzn., že suroviny použité ve výrobním procesu jsou tak kvalitní, že je až líto dát je „jenom“ do polévky nebo omáčky...

? Součástí vašeho dnešního menu, které chutnali šéfkuchaři a F&B manažeři hotelového řetězce OREA Hotels, byla houbová polévka.

! Jedním z nástrojů naší cesty do sfér HoReCa jsou pastovité výrobky, které děláme v kooperaci s mateřskou společností. Houbová polévka se slaninou je zatím posledním výrobkem této řady. Hned po uvedení na trh se stala vlajkovou lodí této kategorie. Extrémně vydařený výrobek! Podíl nosných surovin je v ní daleko vyšší, než nebývá u konvenčních potravin v Česku zvykem. V průběhu její tvorby jsme se snažili trochu brzdit – hlídat nákladovost vstupů, ale protože se vyrábí v Norsku, musí být akceptovatelná pro oba trhy. Norové nás donutili, aby polévka vypadala tak, jak vypadá, a nám se to vyplácí. Hned po uvedení na trh se dostala na špičku prodejnosti ve své kategorii. Je možné ji uplatnit nejen na jakékoliv slavnostní akci, ale



i při ostatních příležitostech v nejširším spektru gastronomických provozů. A mohu prozradit, že pro rok 2009 už chystáme další překvapení.

? Ve sféře food service jsou vašimi obchodními partnery i menší rodinné podniky, jejichž hosté si potrpí na tzv. domácí stravu.

! Bude-li kdo dělat tzv. domácí kuchyni z prvotních surovin, stejná jídla mu pravděpodobně vyjdou pokaždé trošku jinak. Naše konvence garantují stabilní kvalitu. Kdykoliv uvařím např. naši houbovou polévku, vždy bude chutnat stejně lahodně. Takže jedním z přínosů konvencí z Vitany je, aby hosté, kteří navštíví gastronomické provozy, v nich



Tento tým vařil slavnostní oběd pro Kongres evropských prezidentů WACS (22.–23. 2. 2008). Zleva: Olav Strømstad – product manager Rieber & Son food service Norsko Drahomíra Bečvářová – šéfkuchařka Vitana FS Thierry Michel – šéfkuchař Rieber & Son food service Norsko a spolu s ním Miroslav Kubec – prezident AKC ČR

Rieber & søn
food service



V srpnu 2005 Václav Klaus otevíral Vitane novou část výroby.



našli to, co očekávají. Konvenience jako takové jsou možná při pouhém porovnání ceny vstupních surovin o trochu dražší, ale finální pokrm z nich je levnější. Doba zhotovení vývaru z prvotních surovin je nesrovnatelně delší a energeticky náročnější než z konvenience. Velkou roli hraje i cena lidské pracovní síly. Majitel penzionu, mluvíme-li o této skupině zákazníků, je nucen počítat se všemi náklady spojenými s přípravou pokrmu. Potom se mu jistě nevyplatí hradit mnohonásobně větší částky za energie a zaměstnance.

🔍 Otevření jednoho z vašich výrobních komplexů v Byšicích se konalo za účasti prezidenta Václava Klause.

📌 Ano. Důležitosti a velikosti této investice odpovídala i účast hlavy našeho státu a dalších významných osobností při jeho spuštění do provozu. Norové do Vitany investovali opravdu mnoho prostředků. Do firmy jsem nastoupil v roce 1995, a když si promítnu, co jsem tu vídával, a porovnám s dneškem, kdy disponujeme nejmodernějšími technologiemi např. na výrobu hydrolyzátů, které jsou základní složkou nejen našich výrobků, ale prodáváme je po celém světě... Když se podívám na technologie, které se u nás používají k míchání výrobků, systém skladování, ať už



na vstupu surovin, tak na výstupu, je to obrovský posun vpřed. V Česku je aplikován tentýž model jako v norském mateřském závodě v Bergenu. Bezpečnost potravin je v koncernu Rieber & Søn na prvním místě. Většina jeho investic proto směřuje do této oblasti a nemalé prostředky vkládá do ekologie.

🔍 Vylpáci se Vitane být hlavním partnerem hned dvou nejprestižnějších českých oborových asociací?

📌 S Asociací kuchařů a cukrářů ČR spolupracujeme sedmým rokem a s Asociací hotelů a restaurací ČR od jejího vzniku, což do značné míry odpovídá na vaši otázku, nakolik to



Norsko-český management.

zleva:

Pavel Vejmla – ředitel food service ČR a SR, Ing. Jiří Fabian – marketing ředitel, Harald Gjerding – business development manager food service, Nina Skage – food service director



5. listopadu 2008 se v OREA Hotelu Pyramida Praha na prezentaci Vitany, kterou vedl Josef Příbyl, manager HoReCa Vitany, a.s. food service (obrázek uprostřed nahoře), sešli šéfkuchaři (horní obrázek) a F&B manažeři (dolní obrázek) hotelů řetězce OREA HOTELS.



považujeme za prospěšné. V čele obou asociací jsou lidé, kteří v daných oborech něco znamenají a chtějí je posouvat dopředu. Svou práci dělají srdcem. Každý člověk v každém oboru na sobě musí pracovat, vzdělávat se, informovat se o trendech, popř. konfrontovat své poznatky. Dostávat se k informacím není až tak jednoduché. Také v tomto je činnost Asociace kuchařů a cukrářů ČR a Asociace hotelů a restaurací ČR vysoce přínosná.

🔍 Velkým benefitem, díky kterému si Vitana drží přízeň trhu, a to jak u malo-spotřebitelů, tak ve velké gastronomii, je fakt, že chuť výrobků je vnímána jako ryze česká ...

📌 Ano. Jedním z hlavních bodů vize koncernu Rieber & Søn je, že všechny jeho obchodní jednotky, ať už se nacházejí v kterékoliv části Evropy, mají za úkol být místním chuťovým šampiónem. To v praxi znamená, že ačkoliv jsme nadnárodním koncernem působícím v mnoha zemích, v každé z nich se jedná o individuální přístup k místnímu trhu. Pro každou zemi ale existuje nezávislé lokální vývojové oddělení, které s marketingem připravuje výrobky tak, aby byly akceptovatelné na tamním domácím trhu. ■

www.vitana.cz



angelo Hotel Pilsen

se nachází tři sta metrů od železničního Hlavního nádraží přímo proti symbolu světově proslulého pivovaru – hlavní bráně Plzeňského Prazdroje, s nímž jej spojuje lávka pro pěší. Angelo na první pohled upoutá výjimečným designem. Nabízí kvalitní ubytování, styl a komfort. Jeho moderní design dotváří vyvážená kombinace sytě černých, korálově červených, žlutých a bílých tónů v kombinaci s nábytkem a doplňky z Dálného východu. Vychutnejte si eleganci a příjemné prostředí od hotelového lobby přes hotelovou restauraci s letní slunnou terasou, konferenční

Jeho menu v Plzni nejlepší

? V rozhovoru s ředitelem CzechTourism Ing. Rostislavem Vondruškou v minulém vydání Všudybylu jsem konstatoval, že na zahajovací party angelo Hotelu Pilsen v Plzni 9. října jsem se stihl pouze mihnout a že víc mi sled akcí Karlovarského týdne nedovolil.

! Byl jsem velice rád, že jsme se tu moh-

li potkat. Slavnostní otevření proběhlo úspěšně. Zúčastnilo se jej na čtyři sta hostů. Jeho první část se odehrála v areálu Plzeňského Prazdroje, kde k nám pohovořil předseda představenstva Plzeňského Prazdroje pan



Petr Nešpůrek, MBA

Mike Short. Pak následovala prohlídka pivovaru s ochutnávkou. Poté hosté přešli k nám do hotelu, kde proběhl hlavní program.

? Když jsi pracoval pro OREA Hotels, řídil jsi dva harrachovské hotely najednou. Byl jsem u toho, když jsi s extrémním nasazením dokončoval rekonstrukci a znovu otevřel hotel Sklář. Nyní se setkáváme v rodném městě mého táty, kam jsem jezdil na prázdniny za babi a dědou. Takže hezky po plzeňsku: Copa tě sem přivedlo?

! Nabídka Vienny International, která je nejrychleji se rozvíjícím hotelovým řetězcem ve střední Evropě. Vlastní hotely od Paříže až po Jekatěrinburg. Během příštích dvaceti let jich otevíráme dalších dvacet. Pracovat jako ředitel takhle moderního městského hotelu byla pro mne velká výzva. Navíc po pěti letech to chtělo změnu.

? Angelo Plzeň je moderním designovým hotelem a je přímo proti slavné bráně Plzeňského Prazdroje, se kterým je přes frekventovanou magistrálu spojen lávkou pro pěší. Ledva jsem k vám vstoupil, hned jsem se ocitl v baru-recepci.

! Vstupní jazzový bar-recepcie je v designu angelo hotelů. Každý čtvrtek tu máme hojně navštěvované jazzové večery se špičkovými jazzmany.



angelo
HOTEL ★★★★★ PILSEN

? Disponujete velkým a pro velkorozměrné exponáty přístupným kongresovým zázemím.

! To mohu potvrdit. V polovině října se u nás konal sled předváděcích akcí automobilky Škoda Auto. Hostili jsme tu novináře z celého světa. Byla to velká promotion nejen pro automobilku, potažmo pro angelo Hotel Pilsen, ale i pro celou Plzeň. V kongresovém sále byly

místnosti a salonky až po nadstandardně vybavené pohodlné pokoje a apartmány. V docházkové vzdálenosti od hotelu se nachází mnoho zajímavých historických památek města Plzně, jako pivovarské muzeum, historické centrum nebo židovská synagoga aj.

- 144 pokojů a apartmánů
- à la carte restaurace
- lobby bar
- fitness centrum se saunou, párou a wellness barem
- konferenční sál s kapacitou až pro 350 osob (s možností rozdělení do 4 menších místností)
- 3 konferenční salonky
- hotelová garáž a parkoviště

vystaveny tři automobily: old timer – oktávka z padesátých let minulého století. Pak designová studie, na níž si účastníci prezentace mohli vyzkoušet řemeslo designéru, a všemu na otáčecím pódiu vévodila nová Škoda Octavia.

? Váš Sunlight restaurant je typickým podnikem pro byznys klientelu.

! Proto v něm děláme i nedělní brunch. Na našeho šéfkuchaře pana Kamila Zelenku jsem opravdu hrdý. Není to Plzeňák, ale Pražák, ale jeho gastronomické umění už jej proslavilo v řadě měst včetně Vídně. Jeho menu je momentálně v Plzni nejlepší. ■

www.angelo-pilsen.cz





Americká koktejl party Ligy pro cestovní ruch

Americká koktejl party Ligy pro cestovní ruch, jejíž součástí byly oslavy 15. výročí společnosti Vector International, se ve čtvrtek 6. listopadu 2008 večer měla konat v Americkém baru, ale týden před datem konání byla přesunuta do jednoho z podniků amerického hotelového řetězce, do designového hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre. Hostitel, viceprezident Microsoftu Corporation pro Evropu Ing. Jan Mühlfeit, v jejím úvodu (na své poměry neskutečně stručně) zhodnotil světové poměry ve vztahu k českému průmyslu cestovního ruchu. Generální ředitel hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre JUDr. Jan Filip sympaticky stručně popřál účastníkům Ligy příjemný večer a Ing. Attila Balogh, jednatel firmy Vector International, upozornil, že se z vložných vizitek budou losovat malé velké pozornosti jejich společnosti. Např. LCD televizor Philips 42" (107 cm), žehliče kalhot Corby Statesman, designový minibar Dometic RH023LDAG aj. Catering Amerického baru firma FRENCH – REST přenesla do Holiday Inn Prague Congress Centre. Pila se italská vína ROCCA velkoobchodu Víno Salivar Dalibor a káva Dallmayr firmy Alois Dallmayr Automaten – Service. Nejen dárky a sešlost byly skvostné, což se dosud o postavení odvětví cestovního ruchu v Česku říci nedá. Kormidelníkům české ekono-



- www.holidayinn.cz
- www.francouzskarestaurace.cz
- www.minibar.cz
- www.vinosd.cz
- www.aloisdallmayr.cz

? Od 1. listopadu 2008 přešla pelhřimovská restaurace Na Kolíbce pod správu nového provozovatele, firmu LISOFT a.s., což byl důvod, abych její ředitelku paní Hanu Zdeňkovou, šéfkuchaře podniku pana Jaroslava Aichingera a pana Milana Jůzu navštívil v Pelhřimově a požádal o rozhovor.



Hana Zdeňková



Jaroslav Aichinger

! Objekt, kde se restaurant nachází, je secesní. Byl zrestaurován v roce 2004. V restauraci je 58 míst a 45 míst na zahradě. Přímo nad restaurací je kavárna, kterou začneme provozovat od 1. ledna 2009, a ta má rovněž 45 míst. Její terasa disponuje 60 místy. Náš dům i zahrada se nachází v přímém kontaktu s městskými hradbami vedle městské brány „Kolíbka“. Proto naše podniky nesou jména „Na Kolíbce“. Cílem bylo vytvořit v těchto unikátních pro-

storách restauraci orientovanou na kvalitní gastronomii. Náš šéfkuchař, pan Jaroslav Aichinger, s ní totiž má bohaté zkušenosti. Jak ze svého působení v Německu, tak z praxe v Česku.

? Z ulice se váš podnik jeví jako jakýkoliv další pelhřimovský dům. Avšak interiér restaurace na mne dýchá geniem loci středověkého města. Obdobně jako je tomu u domů v historickém centru mého rodného Tábora nebo v Českém Krumlově. Určitě i proto, že sály a salonky vaší restaurace prostupuje kamenné zdivo městských hradeb. V restauraci jste obnažili nejen původní cihlové zdi, ale i valenou cihlovou klenbu. A celkový dojem? Úžasný. To se zkrátka nedá nakamuflovat tapetou ani novou vestavbou, jež by beztak vyzněla „jako jako“. Tohle je doopravdy.

! Objekt je poctivě zrekonstruován. Nejen fortelně vystavěn našimi předky, kteří dům vkomponovali do městských hradeb, z čehož těží interiéry restaurace, exteriéry zahradní restaurace a naše terasy. Přes svoji „středověkost“ jsou restaurace i kavárna „Na Kolíbce“ supermoderně plně klimatizované. Máme tu podlahové topení a vzduchotechniku s řízením teploty a rekuperací odchozího tepla. Podnik disponuje nejen špičkovým šéfkuchařem, ale i špičkově vybavenou kuchyní tak, aby zvládla provoz spojený s denním menu



Pelhřimovský restaurant „Na Kolíbce“ si zakládá na velké gastronomii

a večerním provozem. Cenově jsme velmi dostupní. Dokonce bych řekl že podnormální – ve srovnatelné kvalitě levnější než konkurence. Zakládáme si na velké gastronomii a na tom, aby neodrazovala drahotou. Říkám-li „velké gastronomii“, míním tím vysokou kvalitu pokrmů, nápojů a obsluhy.

? V brzké době otevřete kavárnu.

! Ano, nachází se nad restaurací o patro výš. Rovněž i ji chceme koncipovat v duchu nejlepších tradic. Aby si tam host mohl přijít odpočinout, dát dobrou kávu, přečíst noviny a potkat se s přáteli. Rovněž kavárna má nádhernou venkovní terasu. Rádi bychom na ní pořádali nejen gastronomické, ale i kulturní akce a společenská setkání. Kavárna bude přívětivá i pro maminky s dětmi a kočárky.



? Nemáte obavy že vám takhle elegantní koncept bude kazit obchody? Odrážet „obyčejné hosty“?

! Trochu ano. Když jsme se v Pelhřimově rozhodli otevřít restaurant „Na Kolíbce“, možná jsme předběhli dobu. Vyrovnávání se s tím, že k nám lze přijít i s nemnoha penězi a „jen“ v džínách, může mít u řady potenciálních hostů dlouhodobější průběh. Tedy než se jim o tom dostanou reference od lidí, kterým věří. Od známých a kamarádů, a osmělil se nás navštívit. Ale je to jako v obdobných restauracích na západ od českých hranic, kde hostům není bráněno, aby přišli jakkoliv oblečení, pokud nejsou špinaví. Tak i my, zde v jihočeském Pelhřimově, budeme vítat všechny hosty. Ti, kteří už testovali umění našeho šéfkuchaře pana Jaroslava Aichingera, nešetřili chválou. Naše prostředí se líbí a lidé jsou spokojeni. Děláme a chceme zde dělat velkou gastronomii pro široké spektrum hostů. Lidé se tak o nás dozvídají prostřednictvím referencí. A mám radost, že se o nás říká: „Tam se dobře jí, dobře sedí, je tam příjemně...“

? Než jste podnik převzali, byla v místě nynější restaurace tzv. „Hodovna“.

! A podle toho to tu také vypadalo. Sice se



to jsme se rozhodli nabídnout jim i francouzské sýry, různé druhy šunek, ať už ze Španělska nebo Itálie, a vytvářet mezi nimi povědomí, že jít v Pelhřimově do restaurace není jen o smažáku a o hranolkách. Že gastronomie je i o estetickém dojmu, tedy i o tom, jak tabule a talíř vypadá. A součástí velké gastronomie určitě jsou i kvalitní vína. My zvolili Moravský výběr vinaře pana Mádla a výborná francouzská vína. ■

www.nakolibce.cz



k ní vztahovala slušná gastronomie, ale ve stylu, který odpovídal jejímu vybavení. My jsme se však rozhodli, že pro Pelhřimov vytvoříme něco, kam se lidé budou moci jít navečereť, rádi chodit na pracovní setkání s klientem či obchodním partnerem nebo dělat firemní akce. Děláme velmi kvalitní gastronomii. Jak tradiční českou kuchyni, tak kuchyni světovou. Pečeme vlastní chléb. Nicméně, gastronomie je během na dlouhou trať. Mnozí lidé mají zažitá stereotypy a bojí se objevovat nové kombinace chutí. Ale je spousta skvělých věcí, které stojí za to ochutnat. Pro-



Do podzemí po několika schodištích

2 V souvislosti s hlavním tématem jsem o rozhovor požádal obchodního ředitele pivovaru Poutník Pelhřimov – partnera Ligy pro cestovní ruch – pana Jiřího Vacka.

1 Některá piva se od většiny ostatních liší tím, že jsou nepasterizovaná a bez stabilizátorů. Komplex vitamínů v nich obsažených má blahodárny vliv. Kde taková hledat? U nás v Pelhřimově. Základem jsou kvalitní suroviny: voda z Křemešnicku, slad z Moravy a chmel z Čech. Pivo vaříme v měděných kotlích, v nichž se slad smíchá s vodou, a tím dochází k štěpení škrobu na zkvasitelné cukry. Po přidání chmele vznikne mladina, která se zakvasí kulturními kvasinkami. Na 1 hl mladiny je zapotřebí 1/2 litru kvasinek. Do podzemí, kde probíhá hlavní kvašení – spilka, se sestupuje po několika schodištích. Teplota vzduchu je tu 7°C. Hlavní kvašení trvá sedm až deset dní a jeho cílem je převést cukry na alkohol. Ležácké tanky jsou v nejlubším místě pivovaru, kde je teplota vzduchu ještě asi o 1°C nižší než ve spilce. V ležáckých tancích probíhá dokvácení piva, sedimentace kvasinek a doladování chuti. U desetistupňového piva to trvá dvacet až třicet dní, u dvanáctistupňového padesát až šedesát dní a u čtrnáctistupňového Speciálu sedmdesát až osmdesát dní. Stupňovitost piva nepředstavuje stupně alkoholu, ale množství zkvasitelného extraktu. Po ukončení dokvácení proběhne odfiltrování kvasinek a pivo se stáčí do transportních obalů. V našem pivovaru uvaříme ročně 28 tisíc hektolitřů piva, přičemž polovinu stáčíme do sudů a polovinu do lahví. V letošním roce jsme za náš Speciál získali zlatou a stříbrnou medaili na jedné z neobjektivnějších degustačních soutěží Pivní pečeť 2007. Soutěže se účastnil rekordní počet 45 pivovarů. Soutěžní

degustace probíhaly v devíti kategoriích a degustováno bylo na sto osmdesát piv. Nad regulérností třídních degustací bděla kontrolní a testovací firma SGS, která má sídlo ve Švýcarsku. ■



PIVOVAR
POUTNÍK
PELHŘIMOV

www.pivovarpoutnik.cz



Jablka v županu



Suroviny pro 4 osoby:

4 jablka, 0,5 kg listového těsta, 1 vanilkový cukr, rozinky, citronová kůra, rybízová zavařenina, skořice, hřebíček, cukr, 1 žloutek, moučkový cukr.

a) Běžný pracovní postup:

Jablka oloupeme a zbavíme jádřinců, vzniklý otvor ve středu jablka vyplníme směsí připravenou z rozinek, rybízové zavařeniny, citronové kůry a vanilkového cukru.

Jablko položíme na připravený čtverec z listového těsta, posypeme mletou skořicí, mletým hřebíčkem a cukrem. Rohy listového těsta spojíme na vrcholu jablka a potřeme rozšlehaným žloutkem. Jablko pečeme na pečicím papíru při 180 °C asi 12 – 20 minut (dle velikosti). Hotové jablko vyjmeme a posypeme moučkovým cukrem. Podáváme jako teplý dezert.

b) Pracovní postup podle hotelu Adria:

Zahod' starosti a vydej se do podzimní přírody. Chvilí se broď spadným barevným listím a vnímej vůně a barvy kolem sebe. Najdi jablň – nejlépe starou - a utrhni z ní pět jablek, která tě zaujala až na druhý pohled – ta bývají nejlepší.

Zavolej své matce či babičce a nauč se od ní dělat listové těsto – čas s ní strávený při předávání zkušeností jistě v budoucnu oceníš.

Vezmi čtyři jablka, oloupej je a zbav jádřinců. Slupky ani jádřince nevyhazuj do popelnice, ale na kompost či do přírody – příroda je zužitkuje. Otvory vzniklé ve středu jablek vyplň směsí připravenou z rozinek, rybízové zavařeniny, citronové kůry a vanilkového cukru. Jablka polož

na čtverce z listového těsta od babičky, posyp mletou skořicí, mletým hřebíčkem a cukrem. Rohy těsta spoj na vrcholu jablka a potř rozšlehaným žloutkem. Použiješ-li libovolnou z uvedených surovin od domácího výrobce, o to víc bude výsledek lépe chutnat. Pokud má tvá maminka nebo babička slepice, schovej pro ně skořáčku z vajíčka, odvděčí se ti dalšími vajíčky s pevnou skořáčkou. Jablka peč na pečicím papíru při 180 °C dle velikosti 12–20 minut, máš-li možnost, vyber spíš troubu plynovou než elektrickou, plyn je nyní levnější a k okolí šetrnější než elektrina. Hotová jablka vyjmi z trouby a posyp moučkovým cukrem. Nevětrej, ať si co nejdéle užiješ vůni z pečení a zbytečně neplýtváš vytvořeným teplem. Pokud Ti po přípravě zbudou nějaké prázdné obaly, přemýšlej, kam je hodíš. Dnes už jsou popelnice na separovaný odpad na každém rohu. Až budeš mít nádobí, nepouštěj zbytečně příliš vody, příroda ti tvou péči jednou určitě vrátí.

Pozvi své přátele, rodinu či kohokoliv blízkého a společně teplý dezert snězte. Budou-li tví blízcí chtít něco k dezertu přinést, popros je o čerstvé šípky na šípkový čaj – najdou je tamtéž co ty svá jablka, tedy v podzimní přírodě. U dezertu si vyprávějte o tom, co jsi při jeho přípravě zažil, a pak společně uložte zbylé páté jablko do chladna se společným slibem, že se spolu opět sejdete nejspíše o Vánocích při jeho tradičním rozkrajování pro štěstí. Měj při tom na paměti, že tobě i tvým blízkým přeje dobrou chuť hotel Adria, držitel Ekoznačky „The Flower“.

www.hoteladria.cz



Top manažeři akciové společnosti ESO travel Martina Cikánová (nalevo) a Tomáš Cikán (napravo) s Českou miss 2008 Eliškou Bučkovou (uprostřed).

Česká miss 2008 Dominikánskou republiku

Cestovní kancelář ESO travel je už třetím rokem partnerem soutěže „České miss“, jejíž vítězky díky tomuto partnerství cestují do některé z exotických zemí dle vlastního výběru. Česká miss 2008 Eliška Bučková si vybrala Dominikánskou republiku a byla hvězdou prezentační akce Dominikánské republiky v České republice. Tu za podpory Bahia Principe Clubs & Resorts a leteckých společností Air France a KLM Royal Dutch Airlines pořádaly 4. listopadu v pražské restauraci Austria cestovní kancelář ESO travel a Dominican Republic Tourist Board, pro Evropu zastoupený paní Petrou Cruise. Dominikánská republika je českými turisty druhou nejnavštěvovanější destinací v Karibiku.

Avšak očekává se, že bude číslem jedna poté, co se Kuba otevře občanům USA a podstatně zdraží. Proto už teď hodně investuje do své propagace – dle německých turistů – nejkrásnější plážové destinace světa. Dominikánskou republiku navštěvuje na devět tisíc českých turistů ročně a v příštím roce v ní ESO travel uskuteční svou největší incentivní akci. Velkou motivaci měli i účastníci „Dominikánského večera“. Typické míchané nápoje, báječný program i společnost a tombola, jejíž hlavní cenou byl zájezd do Dominikánské republiky pro dvě osoby. ■

www.exotika.cz

www.godominicanrepublic.com



Petra Cruise, ředitelka Dominican Republic Tourist Board pro Evropu.



Šedesát let plných radosti Jaroslava Veselého



29. října 2008 v Kongresovém centru Praha slavil své šedesátiny spolujatel firmy ProMoPro pan Jaroslav Veselý.

„Ano, viděl jsem také člověka, jak s potěšením odpovídá. Básníka, jak spí pod palmami. Viděl jsem bojovníka, jak popíjí u kurtizán čaj. Tesaře, jak vychutnává na zápraží sladkost večera. A zdá se být plni radosti. Ale jak jsem ti říkal: to právě proto, že byli unaveni lidmi. Právě že to byl bojovník, kdo naslouchal písním a hleděl na tance. A básník, kdo snil v trávě, A tesař, kdo vdechoval vůni večera. Oni se uskutečnili jinde. Tou významnou částí života zůstávala pro každého z nich práce. Neboť co platí o staviteli, který se stává člověkem a prostoupen nadšením nabývá svého plného významu tehdy, když pozvedá do výšky chrám, a ne, když odpovídá u hry v kostky, to platí o každém. Pokud čas ušetřený z práce není prostě jen oddech, uvolnění svalů, které se předtím namáhaly, anebo spánek ducha, který vynalézal, je to čas mrtvý. Potom jsi rozdělil život na dvě nepříjemné části: na práci, která je pouhou dřinou, jaké se člověk nikdy neodevzdá celý, a na volno, které je pouhou prázdnotou.“

Antoine de Saint-Exupéry, Citadela



ProMoPro

Během pěti let osmdesát miliard korun investic

? S primátorem Ostravy Petrem Kajnarem se setkáváme 23. října 2008 při slavnostním otevření hotelu Park Inn Ostrava, který je součástí administrativního komplexu Orchard na Hornopolské ulici v Moravské Ostravě.

! To, co předvedla irská developerská společnost Red Group, provozovatel komplexu Orchard, je unikátní. Pozemky koupili od soukromníka již s inženýrskými sítěmi a na město Ostravu neměli žádné požadavky. Postavili a nás pozvali až na dnešní zahájení. Red Group jako investor komplexu kancelářských prostor a hotelu je něčím, co je možná v Praze samozřejmostí. Pro Ostravu jsou ale přelomovou záležitostí. Dostat k nám před pěti lety investora? To bylo velmi složité. Dnes se investoři o Ostravu intenzivně zajímají. Nedávno jsme např. prodávali několik tisíc čtverečních metrů pozemků na Seidlerově nábřeží na výstavbu. A cena? Z odhadní dva tisíce korun vystoupala na téměř dvacet tisíc korun za metr čtvereční.

? Mým prvním zaměstnavatelem byla Posádková hudba Olomouc, a protože Ostrava spadala do jejího rajonu, jezdili jsme sem hrávat. V oněch sedmdesátých letech minulého století byla městem nadstandardně vydělávajících lidí. Po revoluci, coby oběť restrukturalizace, kdy Československo nejenže vyklidilo atlasy světa, ale jeho firmy direktivně svá tradiční odbytíště, se dostala téměř na dno. Dnes je v pozici hospodářsky nejdynamičtější se rozvíjející krajské metropole.

! Ostrava skutečně prožila bolestný útlum. V devadesátých letech tu zavřeli poslední

uhelný důl jako nerentabilní. Produkce železa z původních dvanácti milionů tun spadla na jednotky milionů tun. Hutní a strojírenské podniky propustily obrovská množství lidí. Nezaměstnanost na přelomu milénia vylétla na dvacet procent. Sice přicházeli investoři a říkali, že se jim u nás líbí, protože Ostrava byla infrastrukturou (od divadel po pozemní komunikace, vysoké školy atd.) dimenzována na milion obyvatel. Jenže když se zeptali, co jim můžeme



Primátor statutárního města Ostravy Petr Kajnar (napravo) zkouší 23. října 2008 moderátora Leoše Mareše (nalevo).

nabídnout, byly jim nabízeny kancelářské prostory ze sedmdesátých let. Oni se však během pár měsíců chtěli nastěhovat do moderních prostor. Nic takového tady nebylo. A tak do Ostravy nešli a o Ostravu neměli zájem ani developři, protože nevěřili, že by k nám nějaký investor chtěl přijít. Takže na městě Ostravě bylo, aby toto zhroucení trhu prolomilo. V roce 2004 jsme začali nabízet průmyslové plochy. První moderní objekt Ostrava vytvořila v Porubě ve Vědeckotechnologickém parku Vysoké školy báňské. Byl obsazen ještě před dokončením. Podařilo se nastartovat příliv investorů a pozemky začaly získávat na bonitě. Velmi nám v tom pomohl vstup do Evropské unie. Během pěti let se do kraje podařilo dostat zhruba osmdesát miliard korun investic.

? Co se turistické atraktivity týče, není Ostrava na české poměry žádnou popelkou.



Pokud pomínu business travel iniciovaný hospodářským bohem, pak i tím, že se na území Ostravy odehrává řada prestižních sportovních a kulturních událostí. Takže, pane primátore, co Ostrava a cestovní ruch?

! Na přelomu osmdesátých devadesátých let jsem se dostal do politiky jako odpůrce minulého režimu a velmi záhy jsem z ní odešel. Po několika letech jsem se vrátil, protože mi připadalo, že se podceňuje úloha městské samosprávy při vytváření předpokladů, aby do ní přicházely peníze. Finanční zdroje bývají vždy omezené, a Ostrava potřebuje s jejich minimem dosáhnout maxima. V době, kdy jsem stál před úkolem jak to řešit,





nebylo odvětví cestovního ruchu tou první volbou. Ostrava totiž už od dob rakouského mocnářství patřila k průmyslově nejrozvinutějším metropolím Evropy a světa. Toto její po staletí výsadní postavení se nemohlo neodrazit na lidských zdrojích, a u řady Ostravanů už je asi i genetiky zakódované. Průmyslová tradice tak na jedné straně odcházela, ale na druhé byla dostatečně

tovo pravidlo říká, že s dvaceti procenty zdrojů se dá dosáhnout osmdesátiprocentního efektu. A potom, na těch zbylých dvacet procent efektu potřebuji zbývajících osmdesát procent zdrojů. Dnes už ale začíná doba, kdy je třeba se věnovat rozvoji dalších hospodářských odvětví, která v Ostravě nejdou nastartovat ze dne na den, a tudíž nemohou držet krok s jejím průmyslovým boomem. Mezi ně patří i podpora dalších aktivit domácího a zahraničního obchodu, jejichž významnou součástí cestovní ruch je. Ačkoliv toto odvětví není tak náročné na suroviny a energii jako těžký průmysl a strojírenství, ale hlavně na lidské zdroje (neboť dominantně obchodu-



obchodních a na ně navazujících aktivit na svém území. Základem ale je, aby se turisté, tito zpravidla za obyčejné věci neobyčejně utrácající spotřebitelé z jiných zemí a míst, vůbec dozvěděli, že existujeme. Aby je pověst Ostravy nejenže neodrazovala, ale aby zatoužili nás navštívit a strávit v Ostravě pár dní. Já v tomhle městě žiji dlouho. A být mi řada věcí nepřipadá až tak atraktivních, připouštím, že to, co nám připadá všední, může být pro řadu turistů zajímavé. Navíc má Ostrava na svém území škálu unikátních technických památek, z nichž řada na své využití teprve čeká, kam zatím nemůžeme nikoho pustit. Nicméně v rámci projektu „Programové balíčky města Ostravy aneb Objevujte Ostravu aktivně, dobrodružně, tradičně i netradičně“, který je spolufinancován Evropskou unií a Moravskoslezským krajem, už nyní nabízíme řadu atraktivních programů a zážitků. Jsou určeny turistům – návštěvníkům Ostravy, jejím stálým obyvatelům, firemní klientele i zájmovým skupinám. Z pestré palety si může vybrat téměř každý. Milovníci historie, kultury, relaxace, hudby, příznivci aktivit v přírodě, sportu nebo dobré gastronomie aj.

? Zmínil jste gastronomii, která je hlavním tématem tohoto vydání Všudybylu. A protože mi chutná Ostravar, rád bych zavedl řeč na pivo, jenž ve svém názvu nese jméno vašeho města.

! Rád bych začal tím, že jsem pracoval v Ostravských vodárnách. Ostrava je vodou zásobovaná z několika stran. Z Jeseníků, z Nové Vsi a z Beskyd a ještě má svůj vlastní strategický zdroj. Ve vodovodní síti se tyto vody různých



je se službami a zážitky), jsou produkty cestovního ruchu ještě víc než snad jakékoliv jiné nabízené zboží závislé na pověsti země a místa původu. No a co si budeme povídat. Budování image Ostravy a jejího mezinárodního renomé v podmínkách Česka je daleko těžší, než realizace průmyslových zón. V tuto chvíli ale nastává doba, ve které by se Moravskoslezský kraj i statutární město Ostrava měly na cestovní ruch o trochu více soustředit, a podpořit tím rozvoj



silná, aby se rozvinula na podobných principech v jiných oborech nebo se na ni navázalo. Proto jsme se zaměřili na investory, kteří byli průmysloví, chtěli spolupracovat s Technickou univerzitou Ostrava a byli s to využívat lidských zdrojů, které byly zvyklé v průmyslu pracovat.

? Což se projevilo výrazným hospodářským oživením Ostravska včetně návratu zdejších firem na tradiční trhy.

! Cestovní ruch nemohl být tím, na co se z počátku soustřeďovala naše pozornost. Pare-

OSTRAVA!!!



vlastností přetlačují podle toho, jak velký zrovna je v té které části města odběr, a pivovar, který se nachází někde zhruba uprostřed vodovodní sítě, s tím mívá problémy. Do doby, než začal disponovat vlastní špičkovou úpravnou vody, jsme neustále řešili kvalitu vody. Kvalita piva totiž velice závisí právě na ní. Podle toho, jak je dnes Ostravar stabilně dobrý, mohu s potěšením konstatovat, že tento zádrhel vyřešili. Prostě jsou šikovni a zvládli to. Jsem rád, že mne zvou na slavnosti piva, na které se jako ostravský patriot vždycky těším. Bohužel, nějaká vyšší moc mi pak zpravidla zabráni je navštívit, ale věřím, že těch příštích se zúčastním. ■

www.ostrava.cz



Philippe Clarinval, General Manager of the new hotel Park Inn Ostrava, is Swiss. He grew up speaking French and German, however his English is perfect as well.

? The mayor of Ostrava, Petr Kajnar, has said in this very issue of *Všudybyl*: “It’s quite a breakthrough what the real estate developer Red Group has done. They bought this land privately, complete with engineering infrastructure and, without any requests of the city of Ostrava, created this Orchard office complex. Then they invited us to the Grand Opening. Red Group, the investor of this complex of office buildings and a hotel, has really created something unique in Ostrava.



Philippe Clarinval

! Red Group is a renowned developer with several subsidiaries, one of which is Orchard a.s., owner of this business park and our hotel. The Rezidor Hotel Group operates the Park Inn; we opened two months ago. So, as

you see, everything around you is new.

? What brought you to the Czech Republic?

! Before coming here, I was working as Director of Operations at the Radisson SAS Hotel in Basel (also operated by the Rezidor Hotel Group). One day I got a call from the headquarters in Brussels, with the offer to open the first hotel Park Inn in the Czech Republic as its General Manager. They assured me it would be a first-class hotel and explained that it would be built by a serious developer in a new business park in Ostrava, close to the Beskydy and Jeseníky Mountains and the Polish border. I was familiar with the Park Inn Hotel chain: I had already been the General Manager of one in Switzerland. For this 33-year old, it represented a fantastic challenge. I had always wanted to open my own hotel and form my own team and

I truly recommend Ostrava

now was the chance. When I arrived, all this was a muddy construction site and I knew I had my work cut out for me. I started looking for an assistant and was lucky to have found Mr. Michael Seifert, our current F&B Manager. Our first task was to go through 1600 job applications, from which we selected over 500 for interviews. It wasn’t easy but we conducted all those interviews and put together the perfect team. Mr. Seifert and I have a very similar vision and I’d like to add here in *Všudybyl* that it has been a privilege to work with someone so professional. Not only has he been an indefatigable translator but also a great negotiator.

? To what extent were you free to influence the design of the hotel?

! Well, not a whole lot; the plans were already approved. I was comfortable in knowing that Red Group is a quality developer and that they would build me a great hotel; moreover they have plans to build a Park Inn in Prague and a Radisson in Brno. As you see, the furniture, fixtures, televisions, etc. are all of the highest quality.

? By chance, I took a taxi from the train station that had the Park Inn logo on its doors.

! That’s nice! We have an agreement with Taxi Sprint: they provide us with their services of our highest standards. And brand awareness of Park Inn, as you just so tastefully mentioned.

? What about the language barrier?

! In my line of work it’s necessary to be flexible and travel wherever needed. Be it Japan or Czech, I love the work. For the most part the staff all speak English. But I’m learning a bunch of words; it’s not the easiest language here. You’re pretty good at it, it seems.

? I took my grammar book to the pub every day and found people to teach me on the spot. A great way to learn a language. I like to learn the language wherever I go, so when I’m travelling you can find me in the pub. But when I go home to Brooklyn, people ask me what is that strange accent I have now. But we can talk about that a different time. In the pub?

? Right. So, back to work. Tell me, what is the first thing a hotelier has to do when he arrives in a new country with a muddy construction site and blueprints for a new hotel?

! After getting a good pair of boots, you have to immediately put together the best team possi-



ked for Ernst and Young, also had no hotel work experience. Maybe it was a bit of a risk to fill these management positions with people from other industries. I don't think so. These people were often clients and guests at nice hotels, they know what the customer wants. I'm more than satisfied with our choices for personnel.

? How do you view the future of the hotel business in the Czech Republic?

! In Prague, the hotel boom was enormous, nearly to the point of saturation. In Ostrava, however, there is a market shortage of quality hotels. Red Group wanted to bring the 21st century to this city. The Orchard Ostrava office complex we're situated in has proven this. The first office building is fully occupied, the second building is at 70% and construction of the third is nearing completion.. More and more busi-

nesses are coming to Ostrava and with it the need for quality hotel service.

? How do you like it here in Ostrava?

! Really very much. We're near the mountains; we have theatres, museums, a zoo, the lovely Ostravice, and more. There is so much to do here. We've got a fine university and economically we're the fastest-growing city in the Czech Republic. Real estate values have risen. Businesses are moving here. Ostrava may not have the best reputation among Praguer and Brnoites: they see us as a dark, industrial city, but I feel very good here. The people are nice. I spent the summer here and it was great. I truly recommend Ostrava to anyone.

The interview with Philippe Clarinval was conducted by Howard Rokofsky.

park inn

Hotel Ostrava

le. In my case, I'm not a chef or a bartender or a housekeeper or a service technician. But I have to recognize one when I meet one. I'm lucky to have an intuition for this, actually I'm proud of it. Take our HR Director for example. She had fine experience in other sectors but she'd never worked in a hotel. She's proven to be a great motivator, leader, with a passion for hospitality. Our Financial Controller, who had previously wor-



Ostravu všem opravdu doporučuji

Generální ředitel nového hotelu Park Inn Hotelu Ostrava pan Philippe Clarinval je Švýcar. Vyrostl ve frankofonním a německy hovořícím prostředí, a i jeho angličtina je perfektní.

? Pane řediteli, primátor Ostravy Petr Kajnar v tomto vydání VŠudybylu říká: „To, co předvedla developerská společnost Red Group, provozovatel komplexu Orchard, je unikátní. Pozemky koupili od soukromníka již s inženýrskými sítěmi a na město Ostravu neměli žádné požadavky. Postavili – a nás pozvali až na dnešní zahájení. Red Group jako investor komplexu kancelářských prostor a hotelu je něčím, co je možná v Praze samozřejmostí, ale pro Ostravu je přelomovou záležitostí.“

! Developerská společnost Red Group má několik dceřiných společností. Jednou z nich je Orchard a.s., která je majitelem zdejšího byznys parku, jehož součástí je náš hotel. Park Inn. Hotel provozuje Rezidor Hotel Group. Otevřeli jsme jej před dvěma měsíci. Proto je tu všechno kolem zcela nové, a jsme rádi, že i přelomové.

? Co vás přivedlo právě do Česka?

! Než jsem přijel do vaší země, pracoval jsem v Radisson SAS Hotel v Basileji (rovněž provozovaném Rezidor Hotel Group) jako Director of Operations. Jednoho dne jsem měl telefonát z ústředí z Bruselu, zda bych prý nechtěl otevřít první hotel Park Inn v Česku a pracovat v něm jako generální ředitel. Řekli mi, že bude

prvotřídním ostravským hotelem, nacházejícím se nedaleko Beskyd a Jeseníků, blízko hranic s Polskem. Že bude v moderním administrativně obchodním parku a že developer je seriózní společnost. Řetězec Park Inn jsem znal už ze Švýcarska a v jednom z jeho hotelů pracoval jako generální ředitel. Pro třiatřicetiletého mladíka to znělo jako lákavá nabídka a výzva. Vždycky jsem toužil otevřít úplně nový hotel a dát dohromady jeho tým. Teď jsem dostal příležitost. Hotel Park Inn Ostrava, v němž sedíme, byl v té době stavenišťem plným bláta. Začal jsem hledat asistenta, a měl štěstí. Prvním úkolem pana Michaela Seiferta, který tu v současné době pracuje na pozici F&B manažera, bylo projít na šestnáct set životopisů. Na jejich zákla-



dě jsme si na pohovor pozvali přes pět set uchazečů. Pan Seifert i já máme obdobnou vizi, a tak se nám podařilo dát dohromady skvělý tým. Rád bych i prostřednictvím Všudybylu panu Seifertovi složil poklonu. Je skvělým vyjednavatelem. Odvedl kvalitní práci. A ke všemu musel velmi často tlumočit

? Do jaké míry jste mohl ovlivnit finální podobu hotelu?

! Plány už byly dané. Ale co se týče interiéru, do něho jsem měl co mluvit. Hlavní slovo ale samozřejmě měla Red Group. Byl jsem si však jistý tým, jak hodně dbají na kvalitu, a věděl o tom, že plánují výstavbu hotelů Park Inn v Praze a Radissonu v Brně. Byl jsem si jist, že v Ostravě staví skvělý hotel. No, a sám vidíte, že všechno – nábytek, příslušenství atd. je v nejvyšší kvalitě.

? Z ostravského nádraží mne vezl taxík, který měl na dveřích logo hotelu Park Inn.



! To je hezké! S firmou Taxi Sprint, jež poskytuje služby v mezinárodním standardu, máme domluvenu spolupráci. A to i při šíření povědomí o značce Park Inn, o čemž jste se právě přesvědčil.

? Co jazyková bariera?

! V mém oboru je třeba být flexibilní a cestovat kamkoliv je právě potřeba. Ať Japonsko nebo Česko, mám tu práci rád. Téměř všichni v našem týmu hovoří anglicky. Ale už se učím česká slovíčka. Není to zrovna nejlehčí jazyk. Zdá se, že vy jej docela dobře zvládáte.



theorchard
ostrava

? Bral jsem si gramatiku každý den do hospody a tam si vybral lidi, od nichž jsem se zrovna chtěl učit. Skvělý způsob. Rád se učím místní jazyk, kamkoliv jedu. Takže pokud jsem na cestách, můžete mne najít v hospodě s gramatikou. Ale když se vrátím domů do Brooklynu, lidé se mne ptají, co to mám za divný přízvuk. Ale to můžeme probrat jindy.

! V hospodě?

? Jasně. Ale zpátky, k práci. Řekněte mi, co první musí top manažer hotelu udělat, když se ocitne v cizí zemi, na staveništi plném bláta nad plány nového hotelu?

! Poté, co si koupí dobré boty, musí dát dohromady nejlepší možný tým. Nejsem kuchařem, barmanem, pokojskou, ani servisním technikem. Ale musím poznat, kdo a na jaké úrovni je v tom kterém oboru profesionálem. Jsem rád, že mám dobrou intuici. Vlastně jsem na to

i pyšný. Jako na naši personální ředitelku. Přestože nikdy nepracovala v hotelnictví, má spoustu užitečných zkušeností z dalších oborů a velkou motivaci. Ukázala, že je nejen skvělou vůdčí osobností, ale i nakolik u zaměstnanců preferuje to, co je pro každý slušný hotel základem, proklientský přístup a vstřícnost. Obdobně tomu je i s naším finančním ředitelem, který předtím pracoval pro Ernst and Young. Možná bylo trochu riskantní angažovat všechny tyhle lidi, avšak intuice mne nezklamala. Co se týče ostatního managementu, řada z jeho členů už pracovala pro renomované mezinárodní hotelové řetězce.

? Jak vidíte budoucnost hotelového průmyslu v Česku?

! Hotelový development v Praze byl obrovský. Prakticky do přesycení trhu. V Ostravě však je prostor – deficit kvalitních hotelů. A Red Group si vytýčil přinést 21. století i do Ostravy. Naši budoucnost tady vidím jako velmi slibnou a kancelářský komplex The Orchard Ostrava to už ukazuje. První budova je plná, druhá ze sedmdesáti procent obsazená a stavba třetí je téměř dokončena. Do Ostravy přijdou nové společnosti, spolu s nimi další byznys a klientela i další poptávka po kvalitních hotelových službách,

? Jak se vám líbí v Ostravě?

! Hodně. Z Ostravy je blízko do Beskyd. Máme tu divadla, muzea, ZOO, nádhernou řeku Ostravici atd. Je tu obrovský prostor v oblasti využití volného času a pro seberealizaci. Ostrava sice nemá nejlepší reputaci mezi mnohými Pražany a Brňany, neboť nás vnímají pouze jako průmyslové město, avšak kromě průmyslu má i řadu dalších dimenzí, a já se tu cítím moc dobře. Strávil jsem tu už i uplynulé léto, a bylo hezké. Ostravané jsou vstřícní. Máme tu vynikající vysoké školství a jsme ekonomicky nejdynamičtěji se rozvíjející metropolí Česka. Ceny nemovitostí stoupají. A další byznysy? Ty přijdou. Ostravu všem opravdu doporučuji. ■

S Philippem Clarinvalem hovořil Howard Rokofsky

www.ostrava.parkinn.cz





GO a REGIONTOUR 2009

Veletrhů GO a REGIONTOUR se každoročně účastní významné tuzemské cestovní kanceláře i agentury, téměř všechny regiony Česka, regiony ze zahraničí, zahraniční touroperátoři, cestovatelé i další významné osobnosti. Všechny tyto skutečnosti z veletrhů vytváří obchodní a informační centrum cestovního ruchu. Kromě prezentace cestovních příležitostí a turistických možností v jednotlivých regionech České republiky bude pozornost věnována několika aktuálním tématům – kongresové a incentivní turistice, kulturní turistice a golfu.

2. ročník veletrhu kongresové a incentivní turistiky

představí soustředěnou přehlídku aktuálních možností uskutečnění MICE akcí v jednotlivých krajích. Prezentace proběhne ve dnech 15. – 16. 1. 2009 a vzhledem k charakteru veletrhu se zaměří především na zástupce tuzemských produkčních agentur a zahraniční odborné návštěvníky. V návaznosti na téma kongresové a incentivní turistiky je organizován i workshop Meeting Point, který bude tentokrát uspořádán v pavilonu G1. Stejně jako v minulých ročnících se na dvoudenním workshopu setkají zahraniční touroperátoři, kteří prodávají turistické možnosti Česka v zahraničí. Zvány jsou především subjekty se zájmem o segment kongresové a golfové turistiky. Veletrh doplní odborná konference, cíleně zaměřená na danou problematiku. Záměrem konference je podrobně informovat o krocích, které je třeba uskuteč-

nit k tomu, aby se jednotlivé regiony v ČR staly z hlediska připravenosti vhodnou destinací pro konání kongresů i dalších setkání tohoto druhu.

Golfová turistika

Golf je další oblastí, které je v nadcházejícím ročníku věnována zvýšená pozornost. Téma bude představeno formou prezentace golfových klubů a hřišť, nabídek zájezdů s golfovou tematikou, služby předvedou také ubytovací a ostatní subjekty spojené s golfovou turistikou. Druhou částí je pak přehlídka golfového vybavení (hole, bagy, oděvy, obuv...) a vybavení golfových hřišť a interiérů. Také zde se počítá s kvalitním doprovodným programem určeným pro odborníky i veřejnost. V pavilonu H si návštěvníci budou moci vyzkoušet základy golfové hry.

Turistické regiony z tuzemska i zahraničí

Aktuální jsou již přípravy všech krajů a turistických regionů na veletrh REGIONTOUR. Silný je především nárůst vystavovatelů ze Slovenska – nově se samostatně představí Nitrianský a Bratislavský kraj, Banská Štiavnica, Komárno a také množství lázeňských měst. Z českých regionů a měst se nově prezentuje město Havířov, Nová Paka, Lázně Bělohrad a řada tuzemských hotelů a penzionů. Ke zvýrazněným tématům veletrhu patří kulturní turistika. Přehlídka kulturního dědictví našich regionů (hrady, zámky, galerie, muzea) si klade za cíl podpořit incoming a domácí cestovní ruch. Vybrané

kulturní památky budou prezentovány v rámci expozičních regionů. Uskuteční se zde také odborná konference se zaměřením na využití kulturního dědictví v regionech. Projekt je realizován v úzké spolupráci s Ministerstvem kultury ČR.

Za atraktivní dovolenou na GO

Na veletrzích každoročně prezentují své expoziční významné cestovní kanceláře a agentury. Na příštím ročníku již potvrdily účast cestovní kan-



celáře jako Sunny Days, Vítkovice Tours, Firo Tour či Neckermann. Nově se na GO 2008 budou prezentovat např. CK Alpina nebo Jesenia Tour. Lze přepokládat, že zájem ze strany cestovních kanceláří dále poroste. Veletrhy se však nesoustřeďují jen na krásy České republiky, nechybí zde ani zahraniční vystavovatelé. Návštěvníci se budou moci seznámit s nabídkou zahraničních centrál - z Egypta, Chorvatska, Rakouska a Slovenské republiky. Zastoupeny jsou také regiony z Itálie, Německa (rekreační středisko IFA Schöneck) i Rakouska. ■

www.bvv.cz/go

15.–18. 1. 2008

BVV



Veletrhy
Brno





Group 4 Securicor Fun&Fit Day 2008



Přátelská atmosféra, sportovní turnaje, dětské soutěže, atraktivní prezentace. Takový byl 14. ročník Group 4 Securicor Fun & Fit Day pro klienty a obchodní partnery Group 4 Securicor a jejich nejbližší v sobotu 8. listopadu.

www.group4securicor.cz







Saint Croix Sekt BRUT

Sekt zasvěcený poslednímu templářskému velmistrovi Jacquesovi de Molay (vládl řádu 1293-1314). Tento rytíř zemřel upálením po ukončení soudního procesu, který byl vyvolán Filipem IV. Sličným a papežem Klimentem V.

Složení sektu: 90 % Chardonnay a 10 % Pinot Blanc.

Tento sekt nás nadchne světle zelenavě žlutou barvou a jemným dlouhotrvajícím perlením. Ve vůni dominuje medově nasládlý tón přezrálého ovoce a liskového oříšku. Chuť nás osloví svojí vytříbenou a břítkou svěžestí s jemným dovětkem zeleného jablka v harmonické dochuti. Zcela zřetelně však postřehneme dominantní mladost Chardonnay, doplněnou pevnou kyselinkou Rulandského bílého.

Sekt doporučujeme podávat jako aperitiv při slavnostních příležitostech a oslavách. Vhodně doplňuje například kaviár či mořské speciality.



Saint Croix Sekt DEMI ROSÉ

Sekt zasvěcený předposlednímu templářskému velmistrovi Theobaldu de Gaudinovi (1291-1293).

Složení sektu: 90 % Chardonnay a 10 % Pinot Blanc.

Sekt se světle žlutavou barvou a intenzivním perlením jemných bublinek. Nasládlý výraz vůně přezrálého žlutého ovoce se přirozeně snoubí se sladkým cukrovinkovým aroma. Chuť je sladká, plná, s dlouhou dochutí, tvořená tónem přezrálých hroznů odrůdy Chardonnay a příjemně sladěna se svěží kyselinou Pinot Blanc.

Sekt doporučujeme podávat k ovocným salátům a jahodovým zákuskům. Svým charakterem se hodí pro jakoukoliv slavnostní příležitost.



Saint Croix Sekt DEMI BRUT

Sekt zasvěcený templářskému velmistrovi Wiliamu de Beaujeuovi (1273-1291).

Složení sektu: 55 % Merlot a 45 % Cabernet Sauvignon.

Tento atraktivní sekt rosé nás potěší lososově růžovou barvou s nádechem cibulové slupky. Vůně je tvořena ideální harmonií malin a kandovaného ovoce. Je vyváženou kombinací odrůd Cabernet Sauvignon a Merlot, které do chuti vnášejí kořenitost bílého rybízu a lahodnost přezrálých malin.

Sekt doporučujeme podávat při rodinných oslavách ke šlehačkovým dezertům, a neváhejte jej také vyzkoušet v kombinaci se sušenou parmskou šunkou.

Templářské
SKLEPY ČEJKOVICE
1248

Templářské sklepy Čejkovic
CZ 696 15 Čejkovic 945

tel.: +420 518 362 628
fax: +420 518 362 705

e-mail: info@templarske-sklepy.cz
www.templarske-sklepy.cz

Mým cílem bylo mít zářivější nádoby
a zelenější svět

Dokázal jsem to



Dokázal jsem to díky Electrolux Professional myčkám nádobí green&clean

- Nejlepší ve své třídě v mytí a v hygienickém oplachu při 84 °C
- Jsou ekologické a šetří peníze! Méně energie, vody a mycích prostředků pro nižší provozní náklady
- Velmi nízká hluchnost a tím příjemné pracovní prostředí

Navštivte nás na našich stránkách www.electrolux.cz/foodservice
Share more of our thinking at www.electrolux.com

Thinking of you
Electrolux

Cestujte s profesionály!



ESO travel - nejlepší exotika

ESO travel největší česká cestovní kancelář specializující se na dálkové exotické destinace. Nabídka exotických zájezdů čítá již 106 zemí a nemá obdobu v celém středoevropském regionu. ESO travel vydává pro rok 2009 celkem 8 katalogů, což představuje dohromady 1360 stran atraktivního čtení. Z nejzajímavějších novinek stojí za zmínku především charakterové lety s odletem z Prahy, které se letos týkají těchto exotických zemí – Thajsko, Kuba, Srí Lanka, Maledivy a Keňa. ESO travel má své oficiální zastoupení na Slovensku, v Thajsku, v USA a na Kubě.

Kvalita naší práce není hodnocena pouze zájmem klientů. Společnost ESO travel pravidelně získává ocenění profesionálů v cestovním ruchu TTG Awards. Konkrétně v letech 2001–2008 celkem osmkrát obdržela ocenění „Nejlepší touroperátor pro Asii a Ameriku.“ V letech 2005, 2006 a 2007 byla vyhodnocena v prestižní anketě „Českých 100 nejlepších“.

ESO travel a. s.

Centrála

Korunovační 22
170 00 Praha 7
tel.: 233 377 711
fax: 233 377 716
info@esotravel.cz

VIP centrum

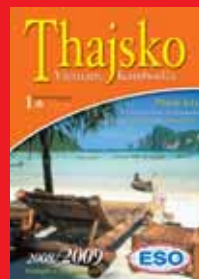
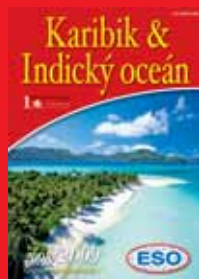
Revoluční 13
110 00 Praha 1
tel.: 222 316 994
fax: 224 803 361
revolucni@esotravel.cz

Klientská centra

Václavské nám. 56
110 00 Praha 1
tel.: 222 211 120
tel./fax: 222 211 121
vaclavak@esotravel.cz

ORANGE travel – ESO travel
Galerie Vaňkovka
602 00 Brno
Tel.: 543 254 655 (755)
Fax: 543 255 783
brno@esotravel.cz

Pan'Europ – ESO travel
Masarykovo nám. 14
702 00 Ostrava
Tel.: 596 121 662
Fax: 596 121 655
ostrava@esotravel.cz



První hotel
mezinárodního
hotelového
řetězce

REZIDOR HOTEL GROUP v Ostravě

Hotel Park Inn Ostrava patří k největším hotelům čtyřhvězdičkové kategorie v Ostravě a okolí a spolu s touto charakteristikou poskytuje elitní úroveň veškerých nabízených služeb.



- nachází se v blízkosti historických památek – Hornické muzeum, radnice s rozhlednou a Slezskoostravský hrad
- pár minut od hotelu naleznete divadlo, velké nákupní centrum, moderní kino s celodenní projekcí a Stodolní ulici se spoustou barů a restaurací
- v těsném sousedství administrativní komplex Orchard s mezinárodní korporátní klientelou



- 185 pokojů a junior apartmá s nezměnitelným designem v pestrých barvách
- prostorná restaurace s terasou 221 m² s nabídkou mezinárodní a místní kuchyně
- moderní lobby bar
- room servis
- posilovna a wellness centrum (vířivá vana, klasická i parní sauna, relaxační zóna)
- pevné i bezdrátové připojení na internet v prostorách hotelu
- šest jednacích místností disponujících až 433 m² plochy s moderním technickým vybavením
- plně vybavené business centrum
- hodinové asistenční a poradenské služby
- prostorné parkoviště



Hotel Ostrava

Park Inn Ostrava, Hornopolská 3313/42, 702 00 Ostrava
tel.: +420 595 195 000, fax: +420 595 195 555
e-mail: info.ostrava@rezidorparkinn.com

Rezervace: tel.: +420 595 195 509, fax: +420 595 195 511
e-mail: reservations.ostrava@rezidorparkinn.com

www.ostrava.parkinn.cz