

všudybyl

třetí
vydání
2009

Další informace najdete na stranách 6 a 7.



Máme rádi léto



HAPPYLAND je dceřinnou společností CK HYDROTOUR Slovensko, která letos slaví již

15. výročí založení.



www.hydrotour.sk



www.happyland.eu
+420 224 946 220

OPTAGLIO®

OPTICAL MICROSTRUCTURE TECHNOLOGIES

Optaglio je přední světový výrobce holografických prvků a hologramů, které slouží více jak padesáti vládám světa při ochraně státních dokumentů. Řešení ochrany značky využívají také přední světové společnosti. Výroba společnosti je založena na vlastním dlouhodobém vývoji a výzkumu, neustále tak posouvá hranice bezpečnostních technologií založených na optických prvcích a rozšiřuje škálu nových bezpečnostních produktů sloužících k boji proti padělání. Mezi poslední úspěchy lze zmínit obdržení ceny Industrie 2008 v rámci projektu Česká hlava.

Cestovní pasy

Víza

Povolení k pobytu

Dálniční známky

Telefonní karty

Poukázky a vouchery

Identifikační karty

Ochrana značky

www.optaglio.cz



1. Cestovní pas | 2. Identifikační karta zaměstnance | 3. Dálniční známka | 4. Vízum | 5. Achromatický bezpečnostní prvek – ocenění Česká hlava 2008 v kategorii Industria | 6. OVSheid™ – nový kovový bezpečnostní prvek pro ochranu plastových dokumentů | 7. OVDot® – kovové mikročástice s holografickým reliéfem a variabilním kódem

Optaglio s.r.o. | Řež 199, 250 68 Husinec-Řež | Tel.: 220 941 075 | Fax: 220 941 077 | obchod@optaglio.cz

Wellness Hotel Frymburk
Frymburk 140
382 79 Frymburk
tel.: +420 380 735 208
fax: +420 380 300 310
email: info@hotelfrymburk.cz
www.hotelfrymburk.cz



Wellness Hotel Frymburk - ubytování, wellness a kongresové centrum



Relax



Sport



Gastronomie



Aquapark



Jachting



Inline skating



Já tedy umlкну, a přiopravě sobě brýlí, hledím pilně po nich a užřím věc nenadálou, že jmenovitě řídko který z nich všechny oudy měl, každému teměř něčeho potřebného se nedostávalo. Někteří neměli uší, jimiž by stížnosti poddaných vyslychati; jiní oči, jimiž by neřády před sebou znamenati; jiní nosu, kterýmž by šibalů proti právu uklady čenichati; jiní jazyku, kterýmž by za němě utištěné promlouvati; jiní rukou, kterýmiž by usudky spravedlnosti vykonávati mohli; mnozí ani srdce neměli, aby, co spravedlnost káže, konati směli.

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



Řídko který z nich všecky oudy měl



Drtivá většina sešlostí cestovního ruchu v Česku je o tom, že na nich lidé přesvědčení o významu cestovního ruchu přesvědčují obdobně přesvědčené lidi o jeho užitečnosti. A také v tom je „zakopaný pes“, upevňující již beztak v Česku zahnížděné povědomí, že cestovní ruch je věcí pouze lidí, kteří v něm pracují a podnikají. Cestovní ruch je v Česku v drtivé míře vnímán jen jako sféra utrácení našich peněz v zahraničí. To potvrzuje i absence jakékoliv zmínky ve zprávě Národní ekonomické rady vlády ČR i programů politických stran, že by jednou z možností jak přispět k zvládnutí finanční krize a rozhybání ekonomiky, tj. odbytu, mohla být podpora incomingu – kampaň na přilákání zahraničních spotřebitelů – turistů, aby přijeli utrácet zrovna do České republiky.

Sympatie společnosti totiž vzbuzují odvětví, u nichž lidé mají za to, že peníze přinášejí. Zkrátka, mnohým z našinců se nedostává, aby viděli, slyšeli a jakkoli vnímali, že cestovní ruch je užitečným zdrojem peněz i pro jejich existence, a jak moc je jeho výkonnost závislá na mezinárodním renomé jejich vlasti. Pokud bychom ale přiměli své papaláše, aby cestovní ruch podporovali s nemenším entuziasmem jako šifbu dotovaných montoven a daňové prázdniny zahraničních investorů, zřejmě by tím do české ekonomiky z těch nečeských dostali dalších mnoho set miliard korun ročně navíc, a ne obráceně, o tvorbě a udržení pracovních míst nemluvě.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

všudybyl

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

Tisk: Graspo CZ, a.s.

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

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

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

- | | | |
|----|---|--|
| 6 | Světový unikát z Hradce Králové | |
| 8 | Ta pravá výzva pro nás | |
| 10 | 15 rokov kvalitné zájazdy | |
| 12 | Mezi nejlepší v republice | |
| 14 | Na léta s Vladařem | |
| 14 | Budování společných podniků | |
| 15 | Globalizace a cestovní ruch | |
| 16 | Tato země potřebuje vzory | |
| 17 | Situácia by nás mala motivovať | |
| 18 | Proč má stát pomáhat incomingu | |
| 19 | Exportní kluby Ligy pro cestovní ruch | |
| 23 | Viliam Sivek Osobností roku | |
| 24 | Nemáme pověst, která by nás poškozovala | |
| 25 | Jak rozhybat incoming | |
| 26 | Podpora turistického ruchu je prvořadá | |
| 26 | Návrhy ACK ČR ministru Svobodovi | |
| 27 | European Urban Day | |
| 28 | Podpora domácího cestovního ruchu | |
| 30 | Audio průvodce | |
| 32 | Image film, nástroj k posílení identity firmy | |
| 33 | 120 českých cestovních kanceláří | |
| 34 | Turistům přátelské Thajsko | |
| 36 | Novoměstský pivovar | |
| 36 | Cestujte za folklorem | |

OLYMPUS
Vaše Představy. Naše Budovnost.

Všudybyl fotí
zrcadlovkou
OLYMPUS E-3

cení bezpečnosti kosmetického prostředku a je doložena Zhodnocením bezpečnosti kosmetických prostředků pro zdraví člověka. Dezinfekční účinnost a jeho dermatologická snášenlivost pak ve spolupráci se Státním zdravotním ústavem v Praze.

Obsahuje chlorhexidin digluko-nát, který v použité koncentraci vykazuje výrazný bakteriostatický a antimykotický efekt. PEG 12 – Dimethicone, jež na pokožce vytváří tenkou ochrannou vrstvu, která je na rozdíl od kožního mazu nemastná, prodyšná a při-



tom dostatečně chrání. Kombinaci urey, aminokyseliny glycinu, glycerinu a allantoinu, která posiluje přirozený faktor pokožky, tzv. NMF (natural moisturizing factor). Jeho dominantní složkou je směs vody a ethanolu, jež zvyšuje dezinfekční účinnost a umožňuje rychlejší odpařování vody, což vede k rychlému schnutí bezprostředně po aplikaci.



? Další část vašich produktů nanoACTIV tvoří bukální spreje.

! Ty se aplikují přímo do ústní dutiny. Jejich vysokou účinnost způsobuje to, že nanočástice skrz ústní sliznici pronikají přímo do krevního řečiště. Jejich účinnost se dá téměř přirovnat k aplikaci injekční stříkačkou. Máme připraveny multivitaminové varianty a varianty pro sportovce. Energie, vitamíny, doplňky stravy pro vegetariány, kardiaky atd.

? Nanospreje nabízíte a dodáváte i jako vysoce účinné reklamní předměty s firemními potisky pojišťovněm, cestovním kancelářím, výrobním a dopravním firmám, bankám atd.

! Už proto, že ne náhodou se dnes jedné z nejrozšířenějších infekčních nemocí v Česku, hepatitidě – žloutence typu A, říká „nemoc špinavých rukou“. A při cestách do zahraničí? Při nich je rovněž rozumné dbát na hygienu. Už jsi někde v letadle či ve vlaku nebo na čerpací stanici zažil bezdotykové splachování toalety? Bezdotykové otvírání dveří ze záchodu apod.? Ale nejen díky vysoké účinnosti unikátní práce vědců z Hradce Králové naše spreje nanoACTIV přitahují pozornost. Ze začátku snad svou jínakostí, ale rychle se z nich stávají předměty každodenní osobní potřeby, což umocňuje jejich atraktivitu i jako reklamních předmětů.

? AQUITA GROUP je na českém trhu zatím asi nejvíc proslulá distribucí kojenecké vody a energetickými nápoji značky „PARTY POWER“. Děláte i bio limonády pod značkou „DR.Bio“.

! Na rozdíl od výrobců jiných bio limonád jsme trošičku předběhli dobu a biolimonády děláme v plechovkách – citron, pomeranč, zelený čaj a dokonce i bioColu.

Základem našich energetických nápojů „PARTY POWER“ jsou kofein a taurin. Kofein je tzv. termogenní agent, který dokáže zvýšit rychlost metabolismu, takže tělo je schopno v potřebný okamžik využívat nejen rychlou energii z cukrů, ale i z tuků. Aminokyselina taurin má zase za úkol zlepšení celkového využití látek v těle (tzv. imitací inzulínu), a je schopná stimulovat tvorbu nervových vzruchů přenášením atomů draslíku, sodíku, vápníku a hořčíku do i z ner-

vových buněk. Nápoje „PARTY POWER“ jsou v řetězcích – TESCO, Interspar, Billa, Ahold, Makro. Dodáváme je tam v ekonomickém balení, v půllitrových plechovkách a litrových PET lahvích, jejichž cena je stejná jako u čtvrtlitrového balení konkurence.

? Ještě jsi nezmínil nejunikátnější z vašich nápojů „ACTIValeo“.

! Ten vyrábíme v licenci americké společnosti ALOECORP, která je největším světovým dodavatelem suroviny aloe vera pro zpracovatelský průmysl a je považována za dodavatele nekvalitnější aloe vera na světě. Její produkty byly jako první oceněny certifikátem 100% čistoty (IASC) a zároveň získaly známku „ACTIValeo“, která určuje nejvyšší standard jakosti na trhu. ALOECORP je vlastníkem tisíců akrů polí s aloe vera a zaručuje, že se z aloe vera do rukou zpracovatelských firem i koncových zákazníků dostanou vysoce kvalitní biologicky aktivní přípravky.

Aloe vera je jedním z nejužasnějších darů přírody, který co do léčivých vlastností nemá obdoby. Je výborným pomocníkem při detoxikaci lidského těla (např. i při odbourávání alkoholu). Existuje víc než dvě stě druhů aloe, ale pouze tři čtyři mají léčivé účinky. Za nejučinnější je považována Aloe Barbadensis Miller. Kvalita aloe vera se hodnotí podle obsahu vitamínů, minerálů, stopových prvků, enzymů, aminokyselin a dalších cenných látek, avšak za nejdůležitější se považují mukopolysacharidy, neboť ovlivňují biologickou aktivitu všech ostatních složek v extraktu. Současně se polysacharidy považují za nejsilnější imunostimulátory rostlinného původu vůbec. Naše produktová řada ACTIValeo nabízí to, co nemůže nabídnout zřejmě žádný další výrobek z aloe vera na českém trhu – zaručenou biologickou účinnost. ACTIValeo představuje nejkvalitnější extrakt aloe vera s garancí obsahu 10 % mukopolysacharidů, což je výsledkem výzkumu, vývoje a biologické aktivity, která je patentově chráněna. Spotřebitelé by proto při koupi výrobku měli vždy požadovat garance, že aloe vera v něm obsažená je biologicky aktivní. ■

www.aquita.cz

Ta pravá výzva pro nás

Obehodního ředitele světově renomovaného výrobce bezpečnostních optických a holografických prvků unikátní českou technologií společnosti Optaglio Romana Kmoníčka jsem oslovil nejen proto, abych se pozeptal na to, jak vnímá postavení cestovního ruchu v České republice, ale také, že značná část jejich patentů nalézá v tomto odvětví uplatnění. Ale nejedná se „pouze“ o ochranné prvky cestovních a platebních dokladů.

? Romane, za co jste dostali ocenění Industrie v rámci projektu „Česká hlava“, díky kterému Česká televize udělala výjimku a místo zpráv o tom, co se kde komu nepodařilo a co je kde špatně, prezentovala, že se české firmě cosi povedlo až tak, že je o její produkty zájem po celém světě?



Roman Kmoníček

! Za vyvinutí technologie, která posouvá hologram o řád výše. Naším záměrem bylo vytvořit technologii, která by přinesla takový bezpečnostní prvek, jenž by byl těžko padělatelný a pro veřejnost jednoduše rozeznatelný. Standardní holografické

prvky jsou náročné na světelné podmínky, kdežto naše nová technologie, které říkáme nanogravure, zobrazuje trojrozměrný obrázek prakticky při libovolném běžném osvětlení.

? Tuto technologii neumí nikdo jiný než vaše společnost v Řeži u Prahy?

! Nikdo další na světě. A využití je možné nejen na tebou zmiňovaných cestovních či platebních dokladech. Škála možností je široká,

počínaje bankovkami, cestovními pasy, řidičskými a technickými průkazy, přes dálniční známky apod., kde nabízíme několik různých řešení, až po zabezpečení papírové formy dokladů či dokladů na bázi polykarbonátu. Např. moderní pasová stránka z polykarbonátu s chipem nebo řidičský



či občanský průkaz. Patří sem i vstupní víza, která rovněž zabezpečujeme holografickými prvky.

Naše produkty a jejich vývoj jsou výsledkem práce skupiny lidí, kteří nejsou jenom z Řeže nebo České republiky, jako například ÚPT AV ČR. Do týmu patří i experti z Velké Británie. Mnoho projektů řešíme spolu s univerzitami ze západní i východní Evropy. Takže spolupráce pod patronátem české firmy z Řeže je mnohonárodní.

? Nanotechnologie, to je vesmír sám o sobě. Stačí, aby jeho stvořitel vdýchl molekulu navíc, a je to jinak. Prý se, když do tohoto vesmíru vstupujete, převlékáte za kosmonauty?

Hologram

je opticky proměnlivý prvek, který mění vlastnosti dopadajícího světla difrakcí (ohybem) světelných paprsků. Vhodnou kombinací několika motivů lze vytvářet obraz ve spektrálních barvách. Ten může mít nejrůznější dynamické či prostorové vlastnosti, které se společně s mnoha dalšími skrytými prvky bohatě uplatňují pro bezpečnostní účely. Pod mikroskopem na hologramu spatříme systém čar, který není tvořen nánosy barvy, ale jemnými vrypky do jeho povrchu. Hustota vrypů je větší než tisíc čar na milimetr, a díky tomu se mikrostruktura stává opticky aktivní. Tiskařská ani kopírovací technika proto není schopna hologram zapsat ani zkopírovat, protože pracuje s rozlišením o několik řádů nižším.



Optaglio s.r.o.

se specializuje na vývoj a výrobu špičkových bezpečnostních optických prvků a hologramů. Spolu s Optaglio Limited (Velká Británie) a Metallic Security (Česko) je součástí skupiny Optaglio Group. Je členem Mezinárodní asociace výrobců hologramů – IHMA (International Hologram Manufacturers Association), prostřednictvím které všechny své ochranné prvky registruje v centrálním bezpečnostním registru v Londýně. Jeho produkce je založena na vlastním vývoji a výzkumu. Neustále tak posouvá hranice



bezpečnostních
technologií
založených
na optických
prvcích a roz-
šiřuje škálu
bezpečnost-
ních produktů

sloužících k boji proti
padělení. Optaglio sídlí v Tech-
nologické parku v Reži u Prahy,
v němž jsou dodržovány mimo jiné
nejpřísnější bezpečnostní standardy
pro ochranu nukleárních zařízení.
Splňuje podmínky ceninového režimu
s 24 hodinovou ostrahou a striktní
kontrolou vstupů. Jeho produkty
nacházejí uplatnění ve více než pade-
sáti státech světa v různých oborech
a jeho zákazníci jsou především státní
institute, zejména ministerstva, ale
i světové firmy, chránící svoje značky.
Významnou část zakázek v Česku rea-
lizuje s ceninovými tiskárnami, jako
jsou Státní tiskárna cenin, Poštovní
tiskárna cenin a Victoria Security
Printing.

Produkty

Holografická fólie pro horkou ražbu;
samolepící holografická etiketa; tis-
koviny s hologramem; plastové karty
s hologramem; smršťovací kloboučky
s trhací holografickou páskou; Smart
Labels – inteligentní etikety.



Certifikáty a ocenění

ISO 9001:2000 – Quality System
Certificate; laureát 7. ročníku
soutěže Česká hlava 2008, držitel
ceny Industrie Kapsch s.r.o. za práci
ANGELES; ocenění Státní tiskárny
cenin (2007); ocenění z výstavy
Embax Print Brno 2007 za exponát
NANOGRAVURE™; ocenění ÁLLAMI
NYOMDA – State Printing Company
(2007); certifikát o vytvoření
českého rekordu „Nejmenší mapa
ČR – hologram“ (2005); IHMA -
Holography Awards 2004 – OV Metal
Hologram, Product Portfolio aj.

■ To je mediálně vděčné téma. Nicméně výroba hologramu jako takového neprobíhá v absolutně bezprašném prostředí a ve skafandrech. To, co se děje ve skafandrech, resp. v ochranných oděvech a v bezprašném prostředí, je práce na elektronovém litografu, kde se vytvářejí mastery, z nichž se hologramy vyrábějí.

❓ **Spotřebitelé se s vašimi produkty mohou potkávat i u tabákových či alkoholických výrobků...**

■ Samozřejmě.

Holografické bezpečnostní prvky jsou i součástí kolků na alkohol a cigarety. Hologramy tedy najdete nejen na dokladech či jiných státních zakázkách, ale i na komerčních, nestátních zakázkách. Jsou to aplikace typu zajištění ochrany značky, zamezení nežádoucího reexportu atd. Firmy, u kterých napodobováním jejich značek a výrobků dochází k značným škodám, jsou s to prostřednictvím našich ochranných prvků výrazně omezit jejich plagiaci. Pokud bych měl uvést jeden příklad za všechny, který se nebude dotýkat žádného konkrétního byznysu v Evropě, tak po umístění ochranného holografického prvku na kubánské doutníky stoupl jejich prodej o dvě stě procent, aniž by to bylo způsobeno zvýšenou spotřebou. Pouze se omezil černý obchod – jejich vynášení z fabriky.

❓ **Romane, jak vnímáš postavení cestovního ruchu v Česku?**

■ Já jsem se tímto tématem intenzivněji zabýval naposledy před patnácti lety na Vysoké škole ekonomické. Nicméně jsem přesvědčen, že cestovní ruch dnes vytváří zajímavou porci hrubého domácího produktu a že rovněž, na rozdíl od jiných exportních odvětví, která generují zahraniční inkaso, se dosud jeho odpovídající alikvotní část nevrací zpátky do jeho podpory. Tedy že ostatní odvětví zahraničního obchodu jsou v Česku daleko více ctěna než cestovní ruch. Zatím se ke mně nedostala informace, že by tomu bylo jinak.

❓ **Bohužel, nejen v cestovním ruchu u nás nikdo není doma prorokem. Ostatně, Optaglio většinu své produkce uplatňuje na zahraničních trzích.**

■ V letošním roce to bude víc než devadesát procent. Ale to je dané něčím jiným. Tím, že každý z trhů má nějakou úroveň nasycení zabezpečení dokladů a zboží, které je třeba chránit bezpečnostními prvky. Je to způsobeno i tím, že některé země mají tuto problematiku vyřešenu ke své spokojenosti. Jsou ale i státy a firmy, které si uvědomují, že se jedná o permanentní souboj s padělateli cenin,



OPTAGLIO®

OPTICAL MICROSTRUCTURE TECHNOLOGIES

dokladů a zboží a snaží se být vždy o několik vývojových etap před nimi. Uplatňují proto nejprogresivnější bezpečnostní technologie a nové ochranné prvky. A to je pro nás ta pravá výzva. ■

www.optaglio.cz



15 rokov kvalitné zájazdy Hydrotouru

S predsedom predstavenstva a generálnym riaditeľom spoločnosti Hydrotour, a. s., Ing. Mikulášom Milkom sa stretávame v spoločenskej sále PKO v Bratislave vo štvrtok 22. januára. Krátko po skončení večera k 15. výročiu cestovnej kancelárie som ho požiadal o rozhovor.

? Pán predseda, na váš spoločenský večer k 15. výročiu prišlo veľa ľudí.

! Podobné podujatia pri príležitosti konania veľtrhu cestovného ruchu SLOVAKIA-TOUR organizujeme pre svojich partnerov každý rok. No tohtoročné bolo výnimočné, pretože sme ním chceli vzdať úctu partnerom, poďakovať cestovným kanceláriám a cestovným agentúram, leteckým spoločnostiam a všetkým, ktorí s Hydrotourom počas pätnástich rokov jeho existencie spolupracovali.

? V auditóriu som videl veľa známych tváří, a to aj z vysokej politiky, vrátane premiéra pána Dzurindu.

! Potešilo ma, že naše pozvanie prijalo toľko osobností verejného života. Predovšetkým sme tam však mali ľudí zo všetkých sfér biznisu. Boli pozvaní nielen preto, že sú významnými politikmi, pedagógmi, umelcami, lekármi, vedcami alebo podnikateľmi, ale najmä preto, že sú našimi klientmi, ktorí počas uplynulých sezón dávali Hydrotouru dôveru a využívali naše služby.

? Mnohým čitateľom Všudybylu, a to nielen tu na Slovensku, je známe meno Ivan Čarnogurský. No a pán Čarnogurský mal ten večer, spolu s vami, hlavné slovo.

! V čase, keď sa Hydrotour zakladal, bol Ing. Čarnogurský podpredsedom Národnej rady Slovenskej republiky, ale súčasne aj generálnym

riaditeľom Hydrotouru. Ten bol v čase nášho založenia majoritným vlastníkom Hydrotouru. Pán Ivan Čarnogurský bol veľmi za to, aby sa takáto inštitúcia vytvorila, a bol človekom, ktorý mi dal dôveru. Doteraz má veľmi pekný vzťah k našej cestovnej kancelárii.

? Aký bol rok 2008, pätnásty rok cestovnej kancelárie Hydrotouru?

! Považujem ho za veľmi úspešný. V našej doterajšej histórii sme dosiahli najväčšie tržby. A aj z hľadiska kvalitatívnych ukazovateľov dopadol dobre. To podstatné, čo sa nám darí, je, že vo vnútri firmy funguje dôvera. Máme tu veľmi otvorené vzťahy. Možno je tu až prílišná demokracia, no je dobre, že každý, kto má svoj názor, ho povie aj ostatným. A že sa s týmito námetmi pracuje. Pochopiteľne, samotné rozhodnutie musí urobiť len jeden alebo dvaja manažéri. No dôvera, ktorá panuje tu, v centrále, a aj vo vzťahu k pobočkám, je tou najväčšou devízou, ktorou cestovná kancelária Hydrotour disponuje. A verím, že sa prenáša i do vzťahov s našimi províznymi predajcami. Snáď aj to bol dôvod, prečo sme obsadili vďaka ich hlasom prvé miesto v ankete časopisu Cestovateľ o najserióznejšieho touroperátora za rok 2008.

? Pani Helena Vondráčková dnes večer nielen spievala, ale aj ako v predchádzajúcich rokoch krstila nový katalóg zájazdov Hydrotouru.

! Pani Vondráčková je moja dlhoročná priateľka a patrí aj medzi priaznivcov našej cestovnej kancelárie. Je to človek, ktorého si veľmi vážim, pretože je bežcom na dlhý trať. Umelkyňou, ktorej hviezda stále jasne žiari, a pritom stojí nohami pevne na zemi, čo je v brandži,

Pobytové zájazdy

Cyprus – Ayia Napa, Protaras; **Dominikánska republika** – Bayahibe, Punta Cana; **Egypt** – Hurghada, Sharm el Sheikh, Taba; **Grécko** – Kefalónia, Korfu, Kos, Kréta, Rodos; **Kapverdy** – Boa Vista a Sal; Keňa – Mombasa; **Kuba** – Cayo Santa Maria, Varadero; **Maldivy** – Addu, Južný Ari Atol, Baa Atol, Lhaviyani, Severný Malé Atol; **Maurícius** – východné pobrežie a západné pobrežie; **Mexiko** – Akumal, Cancún, Cozumel, Playa del Carmen; **Španielsko** – Formentera, Fuerteventura, Ibiza, Malorka, Menorka; **Taliansko** – Sicília; **Thajsko** – Bangkok - Ko Samui, Bangkok – Phuket, Pattaya - Ko Chang; **Turecko** – Antalya – Belek, Antalya – Side, Izmir – Kusadasi, Marmaris, Turunc.

Poznávacie zájazdy

Brazília, Francúzska Polynézia, India – Nepál, Kostarika. Kuba, Peru, Sicília, Srí Lanka, Thajsko - Laos – Kambodža.

Lyžiarske zájazdy

Francúzsko – Paradiski - Les Arcs, Val d'Isere; **Rakúsko** – ladovec Mölltaler, Nassfeld, ladovec Hintertux, Kaprun, Heiligenblut, Pitztal, Dachstein West, Saalbach Hinterglemm; **Švajčiarsko** – Crans Montana; **Taliansko** – Arraba - Sella Ronda, Val Gardena - Sella Ronda, Alta Badia - Sella Ronda, Val di Fiemme, Folgaria, San Martino di Castrozza, Montecampione, Val di Sole Marilleva/Folgarida, Madonna di Campiglio, Plan de Corones – Kronplatz, Bormio – Livigno, Passo Tonale, Cortina d'Ampezzo.



v ktorej sa pohybuje, veľmi vzácna vlastnosť. Každoročne s nami cestuje. Vždy sme poctení, keď aj so svojimi priateľmi využije naše služby, a aj preto už po niekoľký raz krstí naše katalógy tu, v Bratislave, a napokon v posledných rokoch aj v Happylande v Prahe.

? Všudybyl bol prvý, kto priniesol interview s jeho riaditeľkou, pani Evou Matolínovou (viď www.e-vsudybyl.cz, heslo pre fulltextový



vyhľadávač: „Happyland Bohemia nastupuje“). Tá v januári 2005 na otázku, aké sú najväčšie prednosti cestovnej kancelárie Happyland Bohemia, odpovedala: „Silné ekonomické zázemí a čo sa týče tvorby zájazdů vynikajúcej výchozí pozice díky úzkému sepětí s Hydrotourem, který patří do desítky nejoblíbenějších slovenských cestovních kanceláří. V anketě, ve které

hlasují zástupci cestovních agentur a cestovních kanceláří, získal Hydrotour ocenění Nejserióznější touroperátor“ a navíc je nositelem ceny „Čin roku“ za aktivity v humanitární oblasti. Velkou předností cestovní kanceláře Happyland Bohemia je i to, že se výrazně orientuje na rodinnou rekreaci.“

! A my sa usilujeme, aby Happyland v Česku ponúkal podobné produkty ako Hydrotour na Slovensku. Snažíme sa v Českej republike presadiť tú istú filozofiu, ponúkať kvalitné zájazdy a kvalitné služby. Za každú cenu kvalitné. A to je vec, ktorá v každom segmente vyžaduje istú dávku trpezlivosti a dlhší čas než pri masových produktoch.



? S čím novým tohto roku prichádzate na trh?

! Náš katalóg je obohatený o nové destinácie. V tých doterajších sme hotely, ktoré nás nepresvedčili, vymenili za nové, o ktorých sme

obchodu, vymenoval pána Viliama Síveka.

! To je obojstranné. Veľa Čechov sa úspešne etablovalo na Slovensku, a je teda prirodzené, že to platí aj opačne. Je perfektné, že nielen cestovný ruch je oblasťou, ktorá nás spája. Určite je to i vďaka silným kultúrnym väzbám. Slováci stále milujú české filmy i českú hudbu, Česi obľubujú slovenské divadlo. Verím, že dobré vzťahy nás budú spájať i v budúcnosti. ■

www.hydrotour.sk



presvedčení, že lepšie uspokojia potreby našich klientov. Čo sa týka noviniek, tak tou absolútnou na Slovensku budú Kapverdské ostrovy s odletmi z Bratislavy a rovnako po prvýkrát sa od nás bude v lete lietať na Fuerteventuru v Kanárskom súostroví.

? V rozličných oblastiach podnikania v Česku, vrátane cestovného ruchu, úspešne pôsobí plejáda Slovákov. Napokon, Exportný klub Lígy pre cestovný ruch za osobnosť roka, ktorá sa výrazne zasadila o emancipáciu cestovného ruchu ako odvetvia zahraničného





Frymburk, mezi nejlepší v republice

? Generální ředitel Wellness Hotel Frymburk pan Jaroslav Fischer je spoluzakladatelem České asociace wellness a členem jejího představenstva. Pane Fischere, nakolik se setkávají cíle České asociace wellness a Wellness Hotelu Frymburk?



Jaroslav Fischer

! Česká asociace wellness má zájem, aby Česká republika jak v hotelích, tak mimo ně disponovala wellness provozy na úrovni kvalitních zařízení západní Evropy a aby si vydobyla renomé oblíbené wellness destinace. Ve spolu-

práci s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR proto připravuje certifikaci wellness zařízení, aby si potenciální návštěvník mohl udělat přehled, v jaké kvalitě wellness služby v České republice dostane.

? Pane Fischere, to, že jste jedním z těch, kdo prosazuje cíle České asociace wellness, je na Wellness Hotelu Frymburk znát.

! Nevím, jestli je to znát zrovna díky tomu. Pokud, určitě je to zásluhou konceptu investora. Nicméně kdybych se o wellness po mnoho předchozích let nezajímal a před nástupem sem nebyl u zrodu jednoho z úspěšných wellness zařízení, zřejmě bych k realizaci wellness konceptu přistupoval jinak. Wellness, kterým náš hotel disponuje, patří mezi nejlepší v České republice. Nicméně i tak musíme respektovat další a další nastupující trendy a náš wellness doslova vymazlit do co nejdokonalejší dimen-

ze zážitku – příjemného pocitu, který od špičkového zařízení zákazník očekává.

? Disponujete rozsáhlým kongresovým zázemím i zázemím pro pořádání firemních akcí.

! Ano, od akcí komorního charakteru až po kongresy se stovkami účastníků. Eventů, různých timebuildingů apod. V souvislosti s kapacitou hotelu, jeho kongresovým zázemím, wellnessem, aquaparkem, outdooringem, který celý náš region jak v létě, tak v zimě nabízí, si dovoluji konstatovat, že jsme jedním z mála českých hotelových rezortů, který na svém pozemku může nabídnout téměř cokoliv.



? Když se lámal letopočet, pracoval jsem v Thajsku. Velmi jsem si dával záležet, abych se přitom co nejdůkladněji seznámil s thajskou kuchyní. Je vynikající. Mohu podotknout, že jsem ji, na rozdíl od kolegy fotografa z redakce Všudybylu, nešidil. A když ji i on na jedné z našich kulinářských seancí přestal šidit, tak mu hned po prvním soustu vyhrkly slzy dojetí. Dnešní jídlo ve vaší thajské restauraci sice nebylo tak ostré,

Komplex Wellness Hotelu Frymburk

na břehu Lipenské přehrady na ploše 6,5 ha v nadmořské výšce 740 m nabízí vysoký standard ubytování (192 pokojů), gastronomických služeb, wellness a spa služeb. Disponuje moderně vybaveným kongresovým centrem (největší sál pojme až 280 osob), aquaparkem, fitness centrem, squashem, bowlingem aj. Díky své koncepci je ideálním místem pro rekreační a sportovní pobyty, pořádání kongresů, vzdělávacích kurzů a firemních akcí.

ale stejně si za něj váš thajský šéfkuchař pan Peerapan Fongkam zaslouží velikánskou pochvalu.

! Thajská kuchyně našich thajských kuchařů je skutečně thajská a není poevropštělá. Ale



to není jen thajská kuchyně. V našem wellness centru podáváme originální thajské masáže, zaměstnáváme pět thajských masérek. Právě díky nim je nabídka ve wellness vysoce kvalitní a atraktivní. Jejich nesporný přínos pro hotel ilustruje fakt, že uvažujeme o získání dalších thajských expertů, abychom byli s to uspokojit zvyšující se poptávku po thajských masážích



a dalších relaxačních procedurách, které právě v podání Thajců mají něco navíc.

? Velký čtyřhvězdičkový Wellness Hotel Frymburk má vlastní aquapark. Jak ladí wellness s tobogany?

! Wellness a aquapark, to jsou dva naprosto rozdílné světy, a proto i u nás fungují odděleně. Wellness je o emocích, uvolnění a zážitku. Aquapark o akci a aktivním pohybu s širokou skupinou návštěvníků.



jak jsou pozitivně nabuzeni a jak se už těší, až se zase vrátí na Lipno.

? Na Lipně máte příznivé podmínky i pro sjezdové a běžkové lyžování. A v létě pak nepřeborné množství cyklotras a pěších túr.

Skiareál Lipno je pro rodinné lyžování ideální. Díky investici, která do něho koncem roku šla, je nejmodernějším lyžařským střediskem v České republice se tře-



? Patříte k nemnoha českým hotelům, které mají vlastní přístav.

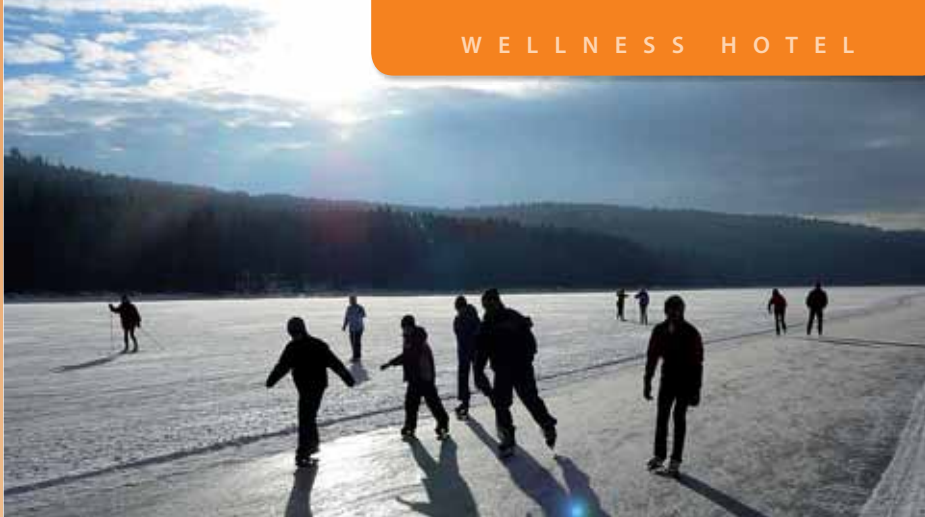
! Nejen přístav, i vlastní pláž. Pro své hosty jsme schopni zajistit výlety po Lipenském jezeře kajutovými plachetnicemi nebo parníčkem pro deset osob včetně cateringu. Jednotlivé možnosti výletů po jezeře budou součástí balíč-



ků, které připravujeme na letní sezonu. Jezero je ale zajímavé i v zimě, kdy zamrzá. Jeho ledová plocha je ideální pro řadu zimních sportů. Unikátní novinkou této zimy a prvořadou atrakcí je bruslařská dráha dlouhá 10922 metrů. Je zapsána v Guinnessově knize rekordů jako nejdelší bruslařská dráha na světě. Končí kousek od hotelu. Pro naše hosty je to nový adrenalinový zážitek, což bych dokreslil na jednom z příkladů. V pátek přijelo několik hostů z Prahy a ještě ten večer za tmy s čelovými svítilnami vyrazili na bruslařskou dráhu. Bylo nádherné bezmračné mrazivé počasí, a tak je záhy vypnuli a svištěli si to jen za svitu měsíce a hvězd. Poté, co na bruslích urazili oněch víc než dvacet kilometrů tam a zpátky, relaxovali v našem saunovém světě. Druhý den o půl deváté už zase stáli na bruslích a to samé si dali za denního světla. Pak vyprávěli, kolik endorfinu se jim uvolnilo,



Vedle zmíněné nejdelší trvale upravované bruslařské dráhy vede rovněž upravovaná běžecká trasa. No a pro letní cykloturistiku, na rozdíl od západní části Šumavy, nemají zdejší terény tak strmá stoupání a klesání. Zřejmě každý u nás nalezne trasu, která bude svým profilem odpovídat jeho kondici. Naprosto novinkou pro rok 2009 je úzká spolupráce s třemi golfovými hřišti, která jsou od hote-



lu ve vzdálenosti do 50 km. Domnívám se, že naše nové „golfové balíčky“ budou pro nový segment hostů rovněž velmi zajímavé.

? Pane řediteli, přijal jste pozvání ruského obchodního rady pana Grigorije Sarišviliho na poslední akci Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch.

! Co říci k tomuto setkání? Čím víc, tím líp. Potkal jsem se tam se spoustou lidí, kteří si uvědomují, že i když pracují či podnikají v jiných odvětvích, že participují na postavení českého cestovního ruchu, jeho výkonnosti a spolu s tím i synergiích. Pro mne to bylo především o nových setkáních s řadou lidí, k nimž bych se jinak těžko dostával. Projekt Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch je podle mne nadčasový a co se týče navazování obchodních kontaktů pro Wellness Hotel Frymburk přínosný. ■

www.hotelfrymburk.cz



Budování společných podniků je jednou z našich priorit

Rozhovor s obchodním radou Ruské federace PhDr. Grigorijem Sarišvilim začínám konstatováním:

? Pane Sarišvili, byl jste jedním z pořadatelů poslední party Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch, na níž jsme vyhlášovali Osobnost roku 2008, jež se výrazně zasadila o emancipaci cestovního ruchu. Tedy, aby byl v České republice uznávaným odvětvím zahraničního obchodu.

! Jsem potěšen, že na stránkách časopisu „Všudybyl“ mohu ještě jednou blahopřát panu Viliamu Sívekovi. Je opravdovou osobností a nesmírně pracovitým a schopným organizátorem, což prokazuje i jako prezident hokejové Sparty. Rada jeho podnikatelských incomingových aktivit je orientována na obchodní spolupráci s Ruskem. Ne náhodou jeho EuroAgentur Hotels & Travel každoročně vystavuje na veletrhu cestovního ruchu MITT v Moskvě a vyvíjí velkou aktivitu při propagaci Česka v Rusku. Např. v červnu loňského roku cateringově zajišťoval propagační roadshow České republiky po Transsibiřské magistrále z Moskvy do Vladivostoku, jejíž prestiž podtrhla účast vašeho ministra. Je dobře, že naši hosté, účastníci Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch, už svou účastí vyjadřují podporu hospodářskému odvětví cestovního ruchu a usilují o uznání faktu, že je významnou součástí vašeho zahraničního obchodu. Česko-ruské obchodní vztahy v této podnikatelské oblasti i trvalá poptávka ruských zákazníků po komoditách vašeho průmyslu cestovního ruchu totiž mohou být pro řadu dalších odvětví a exportérů inspirující. Na Exportním klubu jsem měl tu čest se vidět a seznámit se se spoustou úspěšných lidí. V první řadě bych rád jmenoval majitele hostitelské restaurace Mount Steak pana Martina Nováka. Z odvětví cestovního ruchu pak ještě předsedu představenstva akciové společnosti Lázně Františkovy Lázně Dr. Douchu, předsedu Komise cestovního ruchu Hospodářské komory ČR a hoteliéra – majitele velkých pražských hotelů Albion a Top Hotel Praha Ing. Dohnala, generálního ředitele Wellness Hotelu Frymburk pana Fischera, ředitele Cestovní kanceláře FISCHER Ing. Rokose a předsedu představenstva ESO travel Ing. Cikána. Dále marketingového ředitele Orea Hotels, pana Pavelku, obchodního ředitele vysoce prestižní letecké společnosti ABS Jets Ing. Váňu aj. Pozdravil jsem se také s lidmi z ostatních oblastí a oborů, jako např. s předsedou vaše-



ho Nejvyššího kontrolního úřadu Ing. Dohnalem, šéfem Checkpoint Systems pro Česko a Slovensko panem Burešem, generálním ředitelem Delta Energy Systems Ing. Koutenským, s obchodním ředitelem spolupřítelnicí firmy – českým zastoupením největší úvěrové pojišťovny světa – Euler Hermes Čescob Ing. Hynkem Rasochoou, s ředitelem firmy MATTHES panem Schweikou, s majitelem Autosalonu Klokočka Centrum panem Klokočkou, s Dr. Aušovou z firmy VIA Praha a mnoha dalšími. Jako obchodní rada Ruské federace si uvědomuji význam odvětví cestovního ruchu pro Rusko i jeho iniciační potenciál pro mezinárodní obchod jako takový.

? Jakou roli Ruská federace přikládá obchodní spolupráci s naším malým Českem a proč?

! Asi každý ví, že Česká republika je oblíbeným místem lázeňských a turistických pobytů ruských občanů. A co se týče dalších hospodářských odvětví, tak tedy, kromě již zmíněného cestovního ruchu a vysoké atraktivnosti Česka coby turistické destinace, jste vysoce konkurenceschopní v mnoha odvětvích a oborech, jako jsou strojírenství, chemický průmysl, farmaceutický průmysl, nanotechnologie, zateplovací systémy, automobilový průmysl atd. Rusko má však zájem nejen o import mnoha vašich produktů, ale zejména o spolupráci, jako např.

v případech (když už jsem zmínil zateplovací systémy) Stomixu, který má na našem území, a to i za Uralem, řadu dceřiných firem – společných rusko-českých podniků. A budování společ-

ných podniků je jednou z našich priorit. Proto máme zájem o investice českých firem. Naopak mnohé velké ruské firmy mají zájem investovat v Česku v odvětvích, ve kterých jsme zase silní my. Např. v jaderné energetice.

? Vždy, když bylo Československo na vrcholu hospodářského rozkvetu, se výrazně orientovalo na nesaturované trhy, jako byly např. Latinská Amerika, Indie nebo Rusko. Záhy po listopadu 1989 naše tehdy ještě státní firmy ale většinu ruského trhu za ovací zahraniční konkurence direktivně vyklidili.

! Obchod, a zejména velký obchod, je o získávání a držení perspektivních trhů, a tak jste se stali jeho odbytištěm i vy. Ale abych nebyl tak jedovatý. Hospodářská spolupráce našich zemí v oblasti průmyslu a dopravy se datuje dávno před vznik Sovětského svazu. Pod vedením českého inženýra, profesora Polytechnického ústavu ve Vídni Františka Antonína Gerstnera byla v letech v 1835 až 1837 vybudována vůbec první ruská železnice Sankt Petěrburg – Carskoje Selo – Pavlovsk. Máme společné slovanské kořeny a v řadě ohledů i historii. Naše obchodní spolupráce byla zpravidla vždy prospěšná pro obě naše země. Poté, co se Česko dominantně přeorientovalo na obchodní spolupráci s tzv. vyspělými státy, jsme vy i my hodně ztratili. Je otázkou, zdali to byl rozumný krok. Prostor na ruském trhu, který vaše české a slovenské podniky vyklidily, totiž okamžitě obsadily západoevropské, americké, japonské a korejské firmy a Česko a Slovensko se stalo jejich subdodavatelem. Výrobnou komponentů, montovnými všeho možného a zdrojem vysoce kvalifikované levné pracovní síly. Sleduji, že řada vašich podnikatelů i státníků to už pochopila, a zaznamenáváme vaši snahu o návrat do vyklizených pozic. Obchodní zastoupení Ruské federace v Česku tento trend těší a budeme vás na této cestě podporovat. ■

www.rustradecz.ru

Globalizace a cestovní ruch



Letošní rok bude pro cestovní ruch velmi těžký. Lidé na celém světě čtou noviny, dívají se na televizi a hlavní zprávou dne je již dlouhou dobu ekonomická krize. Protože málo které odvětví je tolik spojeno s médií jako cestovní ruch, bude rozhodování vašich zákazníků tímto mediálním obrazem krize značně ovlivněno. Proto také akce, jako jsou veletrhy cestovního ruchu, nabývají na ještě větší důležitosti. Prezentace vystavovatelů dokazují, jak obrovská konkurence v tomto odvětví panuje. Na nás politiků je, abychom v dobách, kdy nějakému ekonomickému odvětví hrozí propad, včas zareagovali. Ta doba nastala.

Bohužel vedle už zmíněné krize a obrovské konkurence navíc všechny podnikatele drtí podmínky, ve kterých své podniky provozují. Podle nejnovější studie Světové banky Doing Business 2009 se u nás za poslední rok prostředí pro podnikání značně zhoršilo. Zatímco před rokem Česko obsadilo 65. místo ze 181 sledovaných zemí, letos jsme se umístili na 75. místě. Přitom v roce 2006 jsme byli na 50. místě ze 175 hodnocených zemí. Společně s Polskem jsme dvě země s nejhorsími podmínkami pro podnikání v celé EU. V žebříčku jednoduchosti zahájení podnikání Česká republika obsadila 86. místo, Slovensko je 48. a před Českem je například i Nepál. V náročnosti placení daní si Česko také pohoršilo a jsme až na 117. místě. V komplikovanosti a časové náročnosti plateb daní a sociálního pojištění dokonce až na 118. místě,

v obtížnosti bankrotu jsme na 113. místě a problémy ve vymahatelnosti kontraktů nás řadí na 95. místo.

Jestliže byla až dosud pro stabilizaci a rozvoj podnikání v cestovním ruchu značně omezující špatná dostupnost kapitálu, co lze očekávat v nynějším prostředí zasaženém krizí? Přitom právě cestovní ruch je tou oblastí, kam by měla směřovat v době krize prvořadá podpora. Například na Slovensku vláda ve svém programu na překonání globální finanční krize přišla s myšlenkou systému rekreačních poukázek na podporu domácího cestovního ruchu na principu vícezdrojového financování ze strany státu, zaměstnavatelů a zaměstnanců. To však není jen případ Slovenska. V celém vyspělém světě se čím dál víc nahlas hovoří o podpoře místně vlastněných podniků, které užívají místní zdroje, zaměstnávají místní pracovníky za odpovídající mzdu a slouží hlavně místním trhům. I pro nás je cesta od globalizace k lokalizaci směrem ke zlepšení podmínek našich podnikatelů cestou k zabránění ekonomických propadů, cestou ke znovunastartování prosperity.

Globalizace a cestovní ruch přitom spolu jdou ruku v ruce. Globalizace však bohužel není založena na nějakém vnitřním řádu, není řízena a nemá vlastně ani sídlo, ani pravidla, není tudíž nikdo, kdo by byl schopen globalizaci korigovat a chránit místní podnikatele. Masivní globalizace je také příčinou možné ztráty schopnosti politicky ovlivňovat místní prostředí. Přitom právě účinná politika má být ochráncem podnikatelského prostředí, má podnikatelům zajišťovat rovné podmínky při jejich působení na trhu, pomáhat jim při vymahatelnosti práv vzniklých ze smluvních závazků a samozřejmě také podporovat ta odvětví, která jsou pro danou politickou reprezentaci prioritní. Úspěšný podnik se zase pro změnu neorientuje jen na krátkodobý zisk, ale orientuje se i na sociální, environmentální a další aspekty svého podnikání, mezi kterými právě orientace na lokální pojetí začne hrát stále důležitější roli. Hotely, restaurace, golfové rezorty a všichni jejich dodavatelé – to jsou podniky, kterým vysokým vlivem na lokální ekonomiku, na prostředí, kde působí. A proto si také zaslouží pozornost politiků, a také pomoc, která jim pomůže jejich podniky udržet.

Z projevu předsedy ČSSD Jiřího Paroubka 5. února 2009.



Nevezal si s sebou válečnou sekeru a meč, ale Ištařiny dary, jež dostal při nástupu na trůn: obruč a hůlku z posvátného dubu, který srazila bouře do vod Eufratu. Zastavil se až u brány Nergalova podsvětího domu, tam usedl na zem a volal Enkidua. Brána se otevřela, až se zatřásla země, a v té chvíli mu obruč s hůlkou spadla do podsvětí. „Kdo mi přinese z podsvětí obruč, kdo mi přinese hůlku?“ volal a nařikal. „Kdo mi přinese Ištařiny dary, jež mají kouzelnou moc?“ V tom se objevil Enkidu, jak si ho přál před sebou vidět.

Gilgameš a Enkiduův sestup do Podsvětí říše (tabulka dvanáctá)



Na léta s Vladařem

Na léta s báječným člověkem JUDr. Josefem jsme se sešli, jeho kamarádi a kamarádky, zavzpomínat 12. února 2009 v pražském Money Clubu České spořitelny.

MONEY CLUB
tel: 224 224 275
e-mail: bkoubek@csas.cz



Tato země potřebuje vzory

Ing. Júlia Kudlu, předsedu představenstva a generálního ředitele Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s. jsem coby partnera Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch požádal o rozhovor.

? Pane předsedo, před tím, než vás Euler Hermes Kreditversicherungs-AG angažoval v České republice, jste působil v různých oblastech. Mj. jste byl jedním z těch, kdo zakládal naše diplomatické vztahy s Jihoafrickou republikou. Jak jsme tam byli začátkem devadesátých let minulého století vnímáni?



Ing. Július Kudla

! Zažil jsem tam ještě apartheid, kdy lidé nemohli nikam cestovat. Kdy každý člověk z Evropy byl pro ně exotický. V té době jsem pochopil, že bez vzájemného navštěvování se a poznávání se nedá v mezinárodním obchodě příliš

uspět. Tj. důkladně poznat a pochopit mentalitu zahraničního partnera. Můžete přečíst spoustu bedekrů, podívat se na filmy či obrázky, ale pokud do dané země nezajedete a nevstřebáte místního ducha, jdete do velkého rizika, že se vám váš byznys zhatí.

? Zahraniční obchod bývá velice citlivý na pověst země, která chce vyvázet. Je-li nějaká země podceňovaná nebo dokonce záporně vnímána, zahraniční firmy se k obchodování s ní moc nemají.

! Souhlasím. Začátkem 90. let k nám do Prahy přiletěl jeden takový partner. Byl to klasický obchodník. Čekal jsem na něj v hotelu InterContinental Praha. Portýr odnášel jeho kufr a myslil, že mu upadnou ruce. A tak se ho ptám: „Co tam vezete? Nějaké kameny nebo co?“ Zrudnul a říká: „Víte, podle toho, co jsem četl, jsem se bál, že tady nebude co jíst. Tak jsem si přivezl konzervy.“ Za několik dní, na večeri ve Zlaté Praze, mi vykládal, jak se stydí, že nás podceňoval, protože díky návštěvě Československa poznal, že jsme hospodářsky i kulturně rozvinutou zemí. Že i přes jisté chyby máme fantastické lidi a je u nás všeho dostatek.

? Kvalitní image země je obrovskou devizou.

! Na celosvětových setkáních naší skupiny, kde se setkávám s kolegy generálními řediteli ze zhruba osmdesáti dalších zemí, se každý

jeden z nás snažíme co nejlépe prezentovat zemi, kde působíme. A protože lidé rádi slyší o krásné zemi a dobrých lidech, přispívá to k vytváření pozitivní image daných zemí. Různé agentury vydávají ratingy zemí, ale ten nejlepší pro Česko je, když od kolegů, kteří už Česko navštívili, slyším: „Hele zase bychom k vám chtěli brzy zajet.“ Na pozitivním obrazu České republiky se, už jen v zájmu exportujících firem, musí trvale pracovat. Už proto, že cizinci jsou zpravidla toho mínění, že kladně vnímaná a oblíbená země nebude produkovat špatné výrobky a služby. Stále ale málokdo o České republice ví. O světově unikátních vynálezech a attributech, kterými Češi obohatili svět. Že je např. celosvětovou špičkou v nanotechnologiích. Že bez českého Jáchymova by zřejmě nejznámějším platidlem dneska nebyl americký dolar. O unikátních památkách, malebných městech, přírodních krásách, gastronomii, špičkovém strojírenství, designérství, zateplovacích technologiích atd. atd. Zdejší lidé umí fantastické věci, které nejsou šablonovité, a pokud se česká improvizace nepřehání, pak i ta přispívá k pozitivnímu vnímání České republiky v zahraničí.

? Každý z rezortů (i mnohý subjekt v jejich rámci) jde, co se propagace Česka týče, svojskou cestou. Díky tomu není tento stát z investic do své propagace s to vyzískat tolik, kolik by mohl. Ať co se týče mezinárodní prestiže, tak ruku v ruce s ní zahraničního inkasa.

! Nechci vyzdvihovat jiné země, ale mnohé, když se do něčeho napřou, razí ucelený koncept svých prezentací, dělají jednotné masivní reklamní kampaně v celosvětových i lokálních médiích apod. Takové ty naše pokusy, že si každý dělá, co chce, tu se udělá nějaká akce, tam nekoordinovaně další, to obvykle bývá nejenže neekonomické, ale i neefektivní. Pokud by se tyto kroky zkoordinovaly, určitě by se to pozitivně projevilo v platební bilanci České republiky.

? I teď, v době finanční krize?

! No samozřejmě! Jenomže ve zdejších končinách je to „ode zdi ke zdi“. Ale ono zpravidla není jenom černé nebo jenom bílé. A „ode zdi ke zdi“ je bohužel vidět i na současném pohledu na řešení finanční krize. Ještě před půlrokem skoro každý možnost finanční krize popíral. Teď se naopak kdekdo předhání, kdo by jí koho víc vyděsil. Ekonomická krize je ale záležitost cyklická, která potřebuje nějaké regulátory. Vystrašenost, pasivita a rezignace, a na opačné straně

Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.

v České republice působí dvanáct let. Na scéně exportních i tuzemských obchodních aktivit je všeobecně uznávaným velkým hráčem. Nabízí pojištění komerčních rizik platební nevůle a platební neschopnosti, krátkodobých dodavatelských úvěrů (tzv. pojištění pohledávek), pojištění záruk a ve své dceřiné společnosti Euler Hermes Čescob Service, s.r.o. inkaso pohledávek. Prostřednictvím svého akcionáře Euler Hermes Kreditversicherungs-AG je součástí nadnárodního uskupení – největší pojišťovací skupiny ve své kategorii – Euler Hermes S.A, která pokrývá 35,75 % světového trhu úvěrového pojištění a je členem skupiny Allianz. Její ratingové ohodnocení Standard & Poor's je AA-



EULER HERMES
ČESCOB



ať čímkoliv odůvodňovaný voluntarismus v nakládání se státními finančními rezervami, ale nejsou těmi správnými postoji. Je třeba zachovat si jistou míru serióznosti a dívat se na krizi jako na věc řešitelnou. A o to víc budovat image úspěšné, tj. oblíbené země, kam je radno cestovat, kde je příjemné pobývat, investovat a s níž je dobré dělat obchody.

? Na prvním letošním setkání Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch, kterého se Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s. jako jeden z pořadatelů zúčastnila, byl za přínos pro zrovnoprávnění cestovního ruchu jako odvětví zahraničního obchodu Osobností roku 2008 vyhlášen pan Viliam Sivek. Slovenský velvyslanec Ing. Peter Brňo mu v interview pro VŠudy byl blahopřál a zmínil se, že je Slovák. Vy také...

! Je dobře, že se vyhlasují osobnosti. Tato země potřebuje vzory. Máme sice spousty expertů, spousty analytiků, ale opravdových osobností je na můj vkus pomálu. To, že je Viliam Sivek ze Slovenska, je pro mne potěšující. Nikdo by neměl zapomínat na zemi, odkud pochází. Když se mě ptají, kde bych si přál znovu prožít dětství, říkám: „Na rodnej Orave,“ protože tam je nejkrásněji. V Praze jsem od roku 1987. A že spousta Čechů působí na Slovensku? Např. jeden z mála trumpetistů světa, který je schopný špičkově interpretovat Bachův Brani-borský koncert č. 2 F dur (se Symfonickým orchestrem Slovenského rozhlasu jej nahrál na CD) Petr Lagarde z Chebu? A že řada neméně úspěšných Slováků působí v Česku? To je dobře. Je to přínosem jak pro zemi, odkud dotyčný člověk pochází, i pro jeho nový domov, protože se tím obohacuje kultura, tříbí názory a má to mnohé další synergie. ■

www.eulerhermes.com

Situácia by nás mala motivovať k oveľa vyššej aktivite

? Jeho excelenciu veľvyslanca Slovenskej republiky v Česku Ing. Petra Brňa som oslovil s tým, že v Českej republike pôsobí veľa úspešných podnikateľov slovenského pôvodu.

! Áno, v Českej republike je mnoho úspešných Slovákov, či už v podnikaní – majiteľov veľkých stavebných, chemických, strojárnských, potravinárskych a iných firiem, vrátane firiem cestovného ruchu, alebo tiež vedcov, umelcov, pedagógov, politikov atď.

Čo sa týka odvetví cestovného ruchu na Slovensku, keďže česká koruna oslabuje a finančná kríza doľahla na našu tradičnú klientelu z Poľska, Ruska a Ukrajiny, musíme sa o to viac usilovať prezentovať Slovensko na českom trhu, aby sme nestratili klientelu, ktorá je pre nás jednou z najdôležitejších a čo sa týka počtu najväčšia.

? V tomto vydaní VŠudybylu je interview s predsedom predstavenstva a generálnym riaditeľom cestovnej kancelárie Hydrotour, a.s., Ing. Mikulášom Milkom.

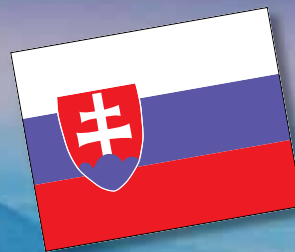
! To je môj dobrý priateľ. Držím im palce. Absolvoval som s nimi niekoľko dovoleníek. Za tých pätnásť rokov vytvorili firmu s pevným postavením na slovenskom trhu aj s dosahom do blízkeho zahraničia. Dúfam, že k tým pätnástim rokom pribudne ďalších pätnásť a že sa im bude dariť.



? Pán veľvyslanec, pred rokmi nás zoznámil Ing. Július Kudla – predseda predstavenstva a generálny riaditeľ úverovej poisťovne Euler Hermes Čescob. S touto poisťovňou sme koncom januára 2009, spolu s obchodným radou Ruskej federácie, pánom Sarišvilim, ktorý pôsobil aj u vás, na Slovensku, robili zatiaľ poslednú akciu Exportného klubu Ligy pre cestovný ruch. Na nej bol Osobnosťou roka 2008 za prínos pre emancipáciu cestovného ruchu ako odvetvia zahraničného obchodu vyhlásený predseda Asociácie cestovných kancelárií Českej republiky, predseda predstavenstva a prezident klubu HC Sparta Praha, a.s., a predseda predstavenstva EuroAgentur Hotels & Travel, a.s., pán Viliam Sivek.

! To ma teší. A nielen preto, že sa narodil na Slovensku. Jeho úspešné podnikateľské aktivity u vás aj na Slovensku, ako aj spoločenská angažovanosť a to, že svoj hokejový klub dokázal dva razy po sebe priviesť k víťazstvu v českej extralige, môžu byť pre mnohých inšpiráciou. Skrátka, nemali by sme upadať do depresie. Naopak. Situácia, ktorá je dnes z hľadiska hospodárstva vrátane odvetví cestovného ruchu kritická, by nás nemala utlmať, ale motivovať k oveľa vyššej aktivite tak, aby sme tie najhoršie časy prežili a dostali sa do pozitívnej nálady a hospodárskych výsledkov. ■

www.slovakiatourism.sk



S prezidentem HC Sparta Praha Viliamem Sívekem se potkávám těsně po svém návratu z Velké Fatry v pondělí 2. února 2009. Táboření ve sněhu v nádherně mrazivé horské přírodě mi umožnilo meditovat i o tom, jak hodně Všudybyl i Exportní klub Ligy pro cestovní ruch podporují Slováci a lidé se slovenskými kořeny. Ostatně k zimmému přejezdu mne inspirovala páteční bratislavská návštěva u Ing. Mikuláše Milka, s nímž jsem dělal povídání k 15. výročí jeho cestovní kanceláře Hydrotour, a jeho zmínka, že si udělal radost skialpinistickými lyžemi. A tak ještě ten samý pátek v noci jsem po mezipřistání v pražské Tesla Aréně na hokejovém zápase Sparta - Kladno vyrazil zpátky na Slovensko. Ráno do Bešeňovej a poté na Malinô Brdo.

? Takže Vildo, jak je to s tvým slovenským původem?

! Že jsem Slovák, je jasné, mám to v rodném listě. Jen jsem se za těch 56 let, co žiji v Čechách, naučil říkat „ř“. Ale teď vážně. Slovák Miki Milko na Slovensku slavil 15 let Hydrotouru a já bych rád letos oslavil 20 let Euroagentury. Tedy, jestli bude co oslavovat v kontextu s tím, čím český incoming a mezinárodní cestovní ruch v současnosti prochází.

? Počátkem ledna při příležitosti mezinárodního veletrhu cestovního ruchu Regiontour v Brně, byl za účasti hejtmanů České republiky zorganizován kulatý stůl, kterému předsedal prezident asociace hejtmanů pan Michal Hašek.

! S potěšením jsem přijal jak aktivní přístup předsedajícího, tak i zapojení se pozvaných hejtmanů a našeho primátora do diskuze k aktuální problematice cestovního ruchu. Myslím, že jsem za Asociaci cestovních kanceláří České republiky dostatečně zdůraznil, že cestovní ruch je v souvislosti se světovou ekonomickou a finanční krizí v České republice ohrožen. A že teď, nebo nikdy je třeba zesílit společné hlasy profesních sdružení. Nechápu, jak mohl na mé vystoupení prezident AČCKA pan Škrabánek reagovat slovy – „o jaképak krizi hovořím a že žádná krize neexistuje“. Co na to říct? Vždyť si takovýmto jednáním sami podřezáváme větev, na které sedíme.

? A je, Viliame, opravdu krize?

! Tak to si děláš legraci, nebo mě chceš naštvat. Krize je. Strach ochromil tok peněz. Všichni vyčkávají, co bude, a byznys (nejen odvětví cestovního ruchu) chradne. Každý, kdo přijede do našeho hlavního města, jde do Židovského města, na Karlův most a na Pražský hrad. Takže, jestliže česká prvořadá turistická atraktivita Pražský hrad má oproti lednu 2008 o 32 % méně návštěvníků, je to jasný příklad, že turisté nejsou! V rámci Asociace cestovních kanceláří České republiky jsme napsali dopis Národní ekonomické radě vlá-



Proč má stát pomáhat českým incomingovým firmám

dy ČR, že bychom jí rádi pomohli, že jí dáme náměty na opatření. Psali jsme panu premiéru Topolánkovi, že bychom mu rádi předložili konkrétní návrhy, jak krizi čelit, kam směřovat finanční prostředky. Prozatím bez odezvy. Svoji profesní pomoc jsme nabídli i našemu novému panu ministrovi JUDr. Cyrilu Svobodovi. Tady je třeba říci, že okamžitě reagoval a během tohoto týdne budeme mít možnost s ním o dané problematice hovořit.

? Od počátku ledna zastáváš i funkci předsedy Asociace cestovních kanceláří České republiky. Stiháš?

! Chceš slyšet, že mám hodně práce?

? Mimo řízení své firmy, která patří bezesporu k nejvýznamnějším českým podnikatelským subjektům cestovního ruchu, jsi přijal řadu funkcí...

! Tak za prvé. Nejsem na to sám. V práci mám manažery, které jsem si vychoval. Na Spartě taky. A v Asociaci cestovních kanceláří České republiky? Tam se to teď snažím také pořádně rozpoehybovat. Jak profesionální sekretariát, tak představenstvo. Myslím, že to půjde. Oporou je také to, že máme dobré a silné partnery, za všechny uvedu Asociaci hotelů a restaurací České republiky. S Ing. Hlinkou se setkáváme na řadě komisí a v poradních sborech a oběma je nám jasné, že teprve spolupráce a společný tah na branku, přinášejí výsledky.

Za obrovský posun považuji skutečnost, že na úrovni Pražského magistrátu byla dostatečně zaregistrována hrozba krize. Jsou vytvořeny menší akční skupiny, ať již na úrovni primátora či radního Ing. Milana Richtera, odpovědného za oblast cestovního ruchu v Praze. Teď se dává rychle dohromady souhrn tvrdých opatření k okamžitě podpoře incomingu do Prahy. Všichni by si měli uvědomit, že když

E A 
EuroAgentur Praha

začnou turisté jezdit do hlavního města, mnozí z nich budou pokračovat i do regionů.

? A ty se domníváš, že do značné míry stále xenofobní Češi budou naléhat na to, aby stát dělal něco pro to, aby k nám jezdilo více turistů?

! Domnívám. I když lidé cestovní ruch vnímají jako cestování. To je stejná blbost, jako kdyby bankovníctví vnímali jako utrácení peněz (a la „ Vy jste bankéř? Tak jak se vám utrácelo?“). Incoming urgentně potřebuje okamžitou efektivní podporu, jinak zbývající turisté budou jezdit utrácet peníze do jiných zemí a Česko přijde o další miliardy zahraničního inkasa, a další spousty lidí, i těch, kteří v cestovním ruchu i nepřímo pracují, přijdou o práci.

? A co navrhuješ?

! Co navrhuje Asociace cestovních kanceláří České republiky, v jejímž čele stojím? Potřebujeme okamžitou pomoc s prezentací Prahy, zabezpečit inzerci v inflight materiálech význačných leteckých společností. Je třeba prezentovat „10 důvodů, proč navštívit Prahu“. Nutné je podpořit tuzemské incomingové cestovní kanceláře, vždyť tady u nás platí daně. Dát jim příspěvek na jejich účast při zahraničních veletrzích, příspěvek při vydávání cizojazyčných katalogů. Okamžitě je nutné začít využívat cílené reklamy spotů na vybra-

ných televizních kanálech, reklamy na světových internetových portálech, reklamy při významných světových sportovních kláních – například u nás je MS v lyžování a v Praze není nikde ani zmínka. Nebo si myslíš, že by Liberec dostal MS, kdyby nebylo Prahy? Je řada možností, jak podpořit cestovní ruch, a změnit tak dopady nadcházejícího období. Není čas na dlouhé přešlapování, a tak znovu a znovu opakuji, potřebujeme inzerovat v palubních časopisech zahraničních leteckých společností, nebo vidíš v materiálech (vyjma ČSA) nějakou propagaci inspirující k návštěvě České republiky? Incomingové agentury investují obrovské částky do propagace České republiky. Proč by jim stát neměl pomáhat v akviziční činnosti? Proč Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR stále přispívá na výstavní plochu firmám, prosazujícím českou produkci v zahraničí? A proč tyto příspěvky byly incomingovým firmám orientovaným na prodej zboží a služeb těm samým zahraničním zákazníkům zrušeny, když generují to samé zahraniční inkaso jako klasičtí exportéři? Pro české incomingové agentury to znamená, obzvláště za této tíživé situace, že nebudou jezdit po veletrzích. Nebudou nabízet Českou republiku, protože na to nebudou mít finanční zdroje. Vezmi si marži cestovních agentur a kanceláří. Proč

je zatížena 19 % DPH a ne jako u ubytovacích služeb 9 %. Podpora cestovního ruchu s ohledem na situaci, v níž toto hospodářské odvětví v České republice je, je nelogická.

? Takže mi dovol řečnickou otázku:

„A jaká by měla být?“

! Abychom žili, tak musíme tuto situaci zvládnout. Abychom ji zvládli, potřebujeme okamžitou neodkladnou pomoc a zároveň také změnu střednědobého plánování. Jako příklad uvedu Vídeň, která patří mezi nejnavštěvovanější města Evropy. Proč je tak navštěvovaná? Je krásnější než Praha? Není! A přesto patří ke špičce navštěvovaných měst. Jedním z důvodů je právě to, co dokáže nabídnout v kultuře. Výstavy Vincenta van Gogha, Dürera, Picassa, Maleviče a mnoha jiných umělců viděly miliony lidí. Jen na poslední výstavu Gogha přijelo každý den neuvěřitelných 6000 návštěvníků. Tady – v kultuře, v zážitcích, v nabídce je cesta k prosperitě, jen to chce nebát se podpory soukromých subjektů. A znovu opakuji donekonečna. Dostaneme-li zahraniční turisty do Prahy, je již kousek k tomu, abychom jim ukázali celou naši zemi. A jak říká Pitkin: „A vo tom to je.“ ■



www.ackcr.cz

www.hcsparta.cz

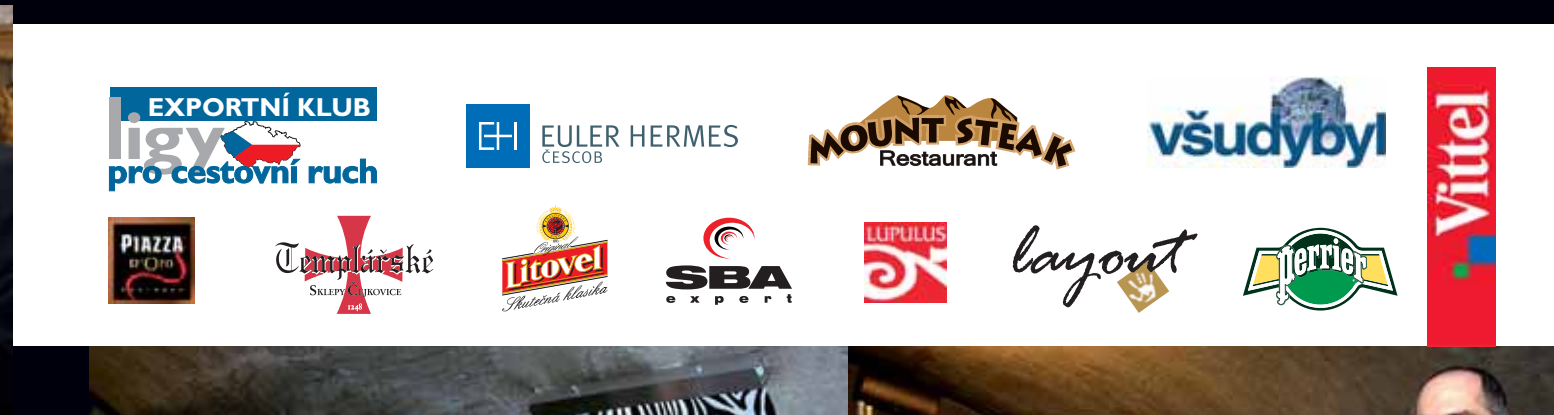
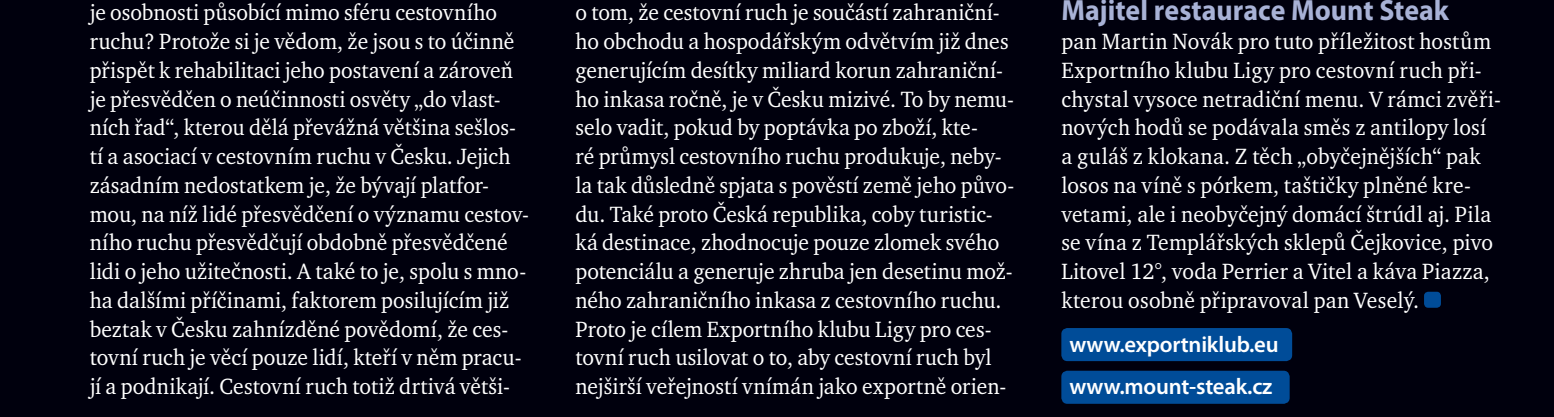
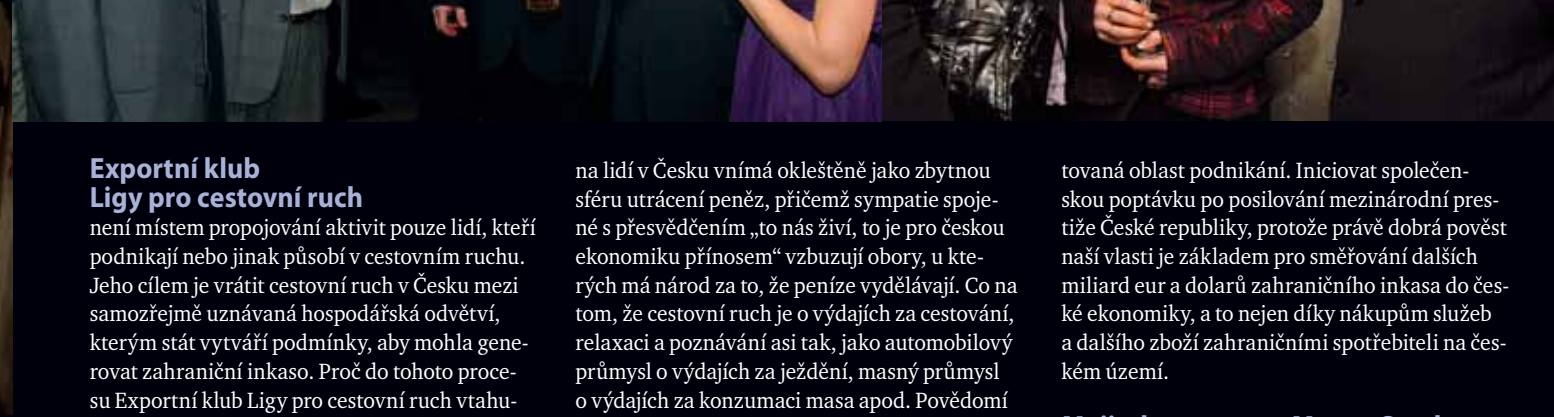
www.euroagentur.cz

Viliam Sivek Osobností roku

**Obchodní rada
Ruské federace Grigorij Sarišvili,**

člen představenstva a obchodní ředitel Euler Hermes ČESCOB, úvěrové pojišťovny, a.s. Hynek Rasocha a prezident Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch Jaromír Kainc zvali na první letošní akci Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch. Ta se uskutečnila 28. ledna 2009 v Praze, jen pár kroků od Malostranského náměstí směrem ke Karlovu mostu v Josefské ulici, ve stylových historických prostorech restaurace Mount Steak. V jejím úvodu organizátoři vyzdvihli význam exportních obchodních aktivit pro české národní hospodářství a pro tvorbu a udržení podnikatelských příležitostí a pracovních míst. Projev obchodní rady Ruské federace podtrhl význam mezinárodní obchodní spolupráce a užitečnost orientace českých exportérů na perspektivní trhy. Osobností, která se v roce 2008 výrazně zasadila o emancipaci cestovního ruchu, aby byl i v České republice opět uznávaným odvětvím zahraničního obchodu, pak vyhlásili předsedu Asociace cestovních kanceláří České republiky, předsedu představenstva a prezidenta klubu HC Sparta Praha a.s. a předsedu představenstva EuroAgentur Hotels & Travel a.s. pana Viliama Siveka.

EXPORTNÍ KLUB
ligy
pro cestovní ruch



Exportní klub Ligy pro cestovní ruch

není místem propojování aktivit pouze lidí, kteří podnikají nebo jinak působí v cestovním ruchu. Jeho cílem je vrátit cestovní ruch v Česku mezi samozřejmě uznávaná hospodářská odvětví, kterým stát vytváří podmínky, aby mohla generovat zahraniční inkaso. Proč do tohoto procesu Exportní klub Ligy pro cestovní ruch vtahuje osobnosti působící mimo sféru cestovního ruchu? Protože si je vědom, že jsou s to účinně přispět k rehabilitaci jeho postavení a zároveň je přesvědčen o neúčinnosti osvěty „do vlastních řad“, kterou dělá převážná většina seslostí a asociací v cestovním ruchu v Česku. Jejich zásadním nedostatkem je, že bývají platformou, na níž lidé přesvědčení o významu cestovního ruchu přesvědčují obdobně přesvědčené lidi o jeho užitečnosti. A také to je, spolu s mnoha dalšími příčinami, faktorem posilujícím již beztak v Česku zahřívající povědomí, že cestovní ruch je věcí pouze lidí, kteří v něm pracují a podnikají. Cestovní ruch totiž drtivě větši-

na lidí v Česku vnímá okleštěně jako zbytečnou sféru utrácení peněz, přičemž sympatie spojené s přesvědčením „to nás živí, to je pro českou ekonomiku přínosem“ vzbuzují obory, u kterých má národ za to, že peníze vydělávají. Co na tom, že cestovní ruch je o výdajích za cestování, relaxaci a poznávání asi tak, jako automobilový průmysl o výdajích za ježdění, masný průmysl o výdajích za konzumaci masa apod. Povědomí o tom, že cestovní ruch je součástí zahraničního obchodu a hospodářským odvětvím již dnes generujícím desítky miliard korun zahraničního inkasa ročně, je v Česku mizivé. To by nemělo vadit, pokud by poptávka po zboží, které průmysl cestovního ruchu produkuje, nebyla tak důsledně spjata s pověstí země jeho původu. Také proto Česká republika, coby turistická destinace, zhodnocuje pouze zlomek svého potenciálu a generuje zhruba jen desetinu možného zahraničního inkasa z cestovního ruchu. Proto je cílem Exportního klubu Ligy pro cestovní ruch usilovat o to, aby cestovní ruch byl nejširší veřejností vnímán jako exportně orientovaná oblast podnikání.

Initiovat společenskou poptávku po posilování mezinárodní prestiže České republiky, protože právě dobrá pověst naší vlasti je základem pro směřování dalších miliard eur a dolarů zahraničního inkasa do české ekonomiky, a to nejen díky nákupům služeb a dalšího zboží zahraničními spotřebiteli na českém území.

Majitel restaurace Mount Steak

pan Martin Novák pro tuto příležitost hostům přichystal vysoce netradiční menu. V rámci zvěřinových hodů se podávala směs z antilopy losí a guláš z klokanů. Z těch „obyčejnějších“ pak losos na víně s pórkem, taštičky plněné krevetami, ale i neobyčejný domácí štrůdl aj. Pila se vína z Templářských sklepů Čejkovice, pivo Litovel 12°, voda Perrier a Vittel a káva Piazza, kterou osobně připravoval pan Veselý.

www.exportniklub.eu
www.mount-steak.cz



2 S ředitelem CzechTourism Ing. Rostislavem Vondruškou se setkáváme v Bratislavě na Slovakiatouru. Pane řediteli, Slovenská republika je pro Česko z hlediska zahraničního obchodu důležitým partnerem. A dokládá to i velkoryse pojatý koncept české národní expozice na zdejším veletrhu.



Ing. Rostislav Vondruška

! Česká republika je tady největším vystavovatelem co do počtu vystavujících. A tak tomu bývá tradičně. Je to důsledkem toho, jakou pozornost věnujeme slovenskému trhu. Slovensko, jako jedna ze sousedních zemí,

je naším logickým obchodním partnerem i v případě, že se opravdu začne projevovat finanční krize, která bude vyvolávat tlak na ceny leteckých dopravců atd. Zdrojové trhy, které jsou nám blízko jak geograficky, tak kulturně a jazykově, jsou jednou z možností, jak částečně řešit pokles poptávky ze zámořských a vzdálených zdrojových trhů.

2 Předchozí Všudybyl přinesl fotoreportáž ze slavnostního ceremoniálu, který se uskutečnil při příležitosti vstupu Slovenské republiky do eurozóny. Tisková agentúra Slovenskej republiky při té příležitosti informovala, že náš premiér Mirek Topolánek Slovensku nezávidí euro, ale skutečnost, že se jeho zavedení podařilo dosáhnout na základě celospolečenské shody (viz www.e-vsudybyl.cz heslo pro fulltextový vyhledávač: „Dovidenia koruna, vitaj euro“). Česká koruna vůči euru výrazně oslabuje. Je to dobře?

! Pro české exportní aktivity bezesporu dobře. Z hlediska incommingu změkčující se koruna není žádný problém. Naopak. Je nástrojem k tomu, aby Česká republika – země bez jednotné evropské měny – byla atraktivnější. Tak, jako se v létě zpevňující koruna obracela proti nám, její měnění se kurz způsobuje, že by Čes-

Nemyslím, že by Česká republika měla pověst, která by ji poškozovala

ká republika opět mohla být atraktivnější pro ty, kteří u nás budou platit eurem, a k těm od letošního roku patří i Slováci.

2 Vazby mezi Slovenskem a Českem jsou tradičně velmi úzké. Dokládá to i fakt, že spousta Čechů působí na Slovensku a řada Slováků v Česku. Mnozí z nich podnikají v cestovním ruchu.

! Na Slovakiatouru mne zaujalo, jakou pozornost věnovala slovenská oficiální místa veletrhu. Slovakiatour zahajoval slovenský prezident Ivan Gašparovič. To je samo o sobě uznáním

dovolené v tuzemsku, nebo nakolik budou mít tendence věřit, že cestovní ruch se odehrává pouze u moře nebo v Alpách a budou své peníze utrácet v zahraničí, je o pověsti naší vlasti. A to je fenomén, který dalece překonává dimenze rezortu cestovního ruchu. Na pověsti naší vlasti se podílí všechna odvětví a rezorty a v podstatě každý. Zvláště pak ti, kteří jsou vidět nejvíce. Bohužel i tací, kteří přímo trčí, neboť záporná reklama má daleko vyšší účinnost než kladná.

! Vůbec si nemyslím, že by Česká republika měla pověst, která by ji poškozovala obecně nebo z hlediska chuti přijet do České republiky jako turista. Pokud se o České republice mluví, tak spíš pozitivně. Pokud narážíte na to, jakým způsobem se prezentovalo dílo Davida Černého v Bruselu, tak mně na tom nejvíce vadilo, že uvedl vládu v omyl. Že to nebylo dílo společné, ale pouze jeho. To je opravdu odsouzenifhodné.



nejen veletrhu a organizátora, ale zejména důležitosti prezentovaného hospodářského odvětví. Pokud se podívám na návštěvnost tohoto veletrhu, je tradičně velmi vysoká. Nejen já, ale i ostatní pracovníci státní agentury CzechTourism zaznamenávají velký zájem nejen o oficiální národní expozici, ale o Česku republiku obecně.

2 CzechTourism v posledních letech vykazuje vysoké nasazení na poli propagace České republiky. Zahraniční obchod, i to, zdali Češi budou trávit své



Jak rozhybat incoming



Jinak ta témata? Ta jsou o nadhledu. A nadhled k dnešní době určitě patří.

? Na 18. mezinárodním veletrhu turistických možností v regionech Regiontour v Brně proběhla jednání CzechTourism s Asociací krajů České republiky.

! Ano, poprvé jsme v tak reprezentativním zastoupení jednali s českými hejtmany o cestovním ruchu. V některých případech jsme už domluvili konkrétní věci. A čekají nás s nimi schůzky na téma, na něž v průběhu Regiontour nezbyl prostor. Jsem velmi rád, že si hejtmani uvědomují důležitost našeho hospodářského odvětví pro své regiony v situaci, kdy výrobní podniky mají problémy. Z toho pramení i jejich velký zájem o cestovní ruch, který jak doufám, přetavíme v úspěšné projekty. ■

www.czechtourism.cz



Lednový Klubový den Asociace cestovních kancelářů ČR její předseda Viliam Sivek zahájil informací, že ACK oslovila premiéra Topolánka a nabídla mu součinnost s Národní ekonomickou radou vlády s tím, že cestovní ruch je odvětvím, které je schopno přinášet byznys ostatním. Každá koruna vložená do incomingu pomůže s odbytem nejen ostatním službám, ale i výrobnímu a spotřebnímu sektoru. ACK chce vyvíjet tlak, aby to národohospodáři nejen pochopili, ale podle toho konali. Na krajských úřadech zasedli noví hejtmani. I ti byli ACK osloveni s nabídkou spolupráce.

U stravování chce ACK prosadit, aby na stejné služby byla stejná sazba HDP bez ohledu na to, jestli je prodává hoteliér, cestovní kancelář nebo lázně, tedy aby cestovní kanceláře nebyly znevýhodňovány.

ACK poukazuje, že akviziční úsilí incomingových agentur bývá mařeno přístupem některých konzulátů k udělování víz v Rusku, Číně a v jihovýchodní Asii. Bude na tyto závady upozorňovat a o každém konkrétním konzulátu jednat na Ministerstvu zahraničí ČR.

Bylo konstatováno, že na celostátní úrovni chybí kvalitní koncepce cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR sice zpracovalo materiál, ale ten nikdy nebyl dotažen do konkrétních záměrů.

Diskuze se zaměřila na náměty, jejichž realizace by přinesla užitek co nejdříve. Kdekerý stát přijímá razantní podpůrná opatření pro přilákání turistů (např. příspěvky na tisk katalogů s nabídkou dotyčné destinace). V takové konkurenci je třeba využít všech možností. Počínaje předsednictvím EU, vytvářením lepší image Česka, organizováním akcí, které přitáhnou pozornost, a propagací České republiky na letištích, v materiálech leteckých společností, na internetu a v televizi. ■

www.ackcr.cz

-ack-



Ministr Svoboda: Podpora turistického ruchu je prvořadá

6. února 2009 se na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR uskutečnilo jednání ministra Cyrila Svobody s předsedou Asociace cestovních kanceláří České republiky Viliamem Sivekem. Hlavním tématem bylo navázání kontaktů mezi Asociací cestovních kanceláří ČR a novým ministrem pro místní rozvoj. „Sektor cestovního ruchu je pro mě jednou z priorit a příkládám mu velkou důležitost,“ uvedl po jednání ministr Cyril Svoboda. V průběhu jednání se mimo jiné debatovalo o možnosti snížení DPH u gastronomických služeb nebo o sporných pasážích v připravovaném Občanském zákoníku – především v části týkající se „náhrady újmy za ztrátu radosti z dovolené“. Schůzky se rovněž zúčastnil náměstek pro cestovní ruch Jiří Koliba a ředitelka příslušného odboru Blažena Krížová.

Zpráva tiskového odboru
Ministerstva pro místní rozvoj ČR

Opatření k rozvoji cestovního ruchu na území ČR - okamžitá

1. Cílená inzerce v inflight materiálech zahraničních leteckých společností („10 důvodů proč navštívit ČR“).
2. Cílená reklamní kampaň - televizní spoty na vybraných zahraničních televizních stanicích a internetu (vč. „Cestovat do ČR se vyplatí“).
3. Prostřednictvím ACK ČR zajistit ekonomickou podporu tuzemským incomingovým cestovním kancelářím při akviziční činnosti a jejich účasti na zahraničních workshopech a veletrzích.
4. Zahájit intenzivní podporu domácího cestovního ruchu – školní akce (ozdravné + k poznání ČR) – (dotační programy ke snížení finanční náročnosti těchto akcí pro rodiče dětí – např. podpora školám, poskytovatelům služeb pro školáky).

Opatření nezbytná k rozvoji CR v ČR v krátkodobém horizontu

1. Zpracovat seznam kulturně-společenských a sportovních akcí v Praze pro rok 2009, 2010 a stěžejních akcí v ČR v r. 2010.
2. Iniciovat na úrovni příslušných orgánů a kulturních subjektů



Návrhy ACK ČR předložené jeho předsedou Viliamem Sivekem ministru JUDr. Cyrilu Svobodovi

- zkvalitnění úrovně nabídky kulturních zážitků. Využít zkušeností Vídně z výstavní činnosti a podpořit příslušné subjekty v této činnosti.
3. Aplikovat u služeb poskytovaných cestovními kancelářemi stejnou sazbu DPH jako při poskytnutí této služby provozovatelem (např. DPH ubytovacích služeb při poskytnutí služby cestovní kanceláří/cestovní agenturou na úroveň uplatňovanou ubytovacím zařízením - snížená sazba) a snížit sazbu DPH na gastronomické služby (opět shodně pro gastronomická zařízení i CK/CA).
 4. Okamžitě vyhodnotit dostupnost zahraničních autobusů do jednotlivých částí Prahy. Zajistit možnost „míst“, kde řidič zaparkuje, vypustí odpad, napustí čistou vodu, vysype odpadové koše a pod. Zároveň zajistit cizojazyčné informace na webovou stránku reprezentující Prahu (ACK řeší s MHMP).

Problémy k řešení v outgoingu

Návrh Občanského zákoníku – v kapitole Zájezd jsou sporná ustanovení – nejzávažnější týkající se náhrady újmy za ztrátu radosti z dovolené (§ 2350), což je v našem právním řádu nedefinovaný pojem, který by způsobil vlnu (leckdy účelově vyvolaných) reklamací a následně zbytečných soudních sporů (jak tomu bylo např. v Německu, když něco podobného zavedli). Pro cestovní kanceláře by zahlcení těmito reklamacemi vedlo k prodražení, případně až k likvidaci jejich činnosti. Proti tomuto ustanovení protestovaly ACK, SOCR, Hospodářská

komora, rozpor podalo MMR a MPO. Přes snahy jednat o problému s ministrem Pospíšilem bylo jednání odmítnuto a návrh Občanského zákoníku je předkládán do jednání vlády s rozporovanou pasáží. Návrh Občanského zákoníku by měl být ostatně přepracován i v pasáži timeshare, kde nereflexuje nově přijatou Směrnicí 2008/112/ES.

Ad Občanský zákoník – citace návrhu do vlády:

§ 2350

(1) Při porušení povinnosti, za niž odpovídá, nahradí pořadatel cestujícímu vedle škody na majetku také újmu za ztrátu radosti z dovolené, zejména byl-li zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen.

(2) Odstoupí-li cestující od smlouvy nebo uplatní-li právo z vady zájezdu, není tím dotčeno jeho právo na náhrady podle odstavce 1.

Informace k zájezdům do zahraničí

Kombinace slabé koruny a krizového očekávání českých občanů zhoršuje prodejnost zájezdů kontrahovaných v létě 2008 před vypuknutím krize. Cestovní kanceláře, které nezafixovaly v létě kurz koruny, což je většina, se tak dostanou do potíží, které vzhledem k dlouhodobě nízkým maržím bez úpravy smluvních podmínek povedou k zániku mnohých cestovních kanceláří. Bylo by proto vhodné prostřednictvím MMR podpořit renegociaci smluv českých cestovních kanceláří s hotely v zahraničí. ■

www.ackcr.cz www.mmr.cz

European Urban Day

? Jsou evropské fondy úplatkem eurobyrokratů v Bruselu vůči obyvatelům obcí v jednotlivých koutech Evropy? Jsou starostové spokojeni s možnostmi čerpání strukturálních fondů? Zohledňuje evropská kohezní politika potřeby velkých měst? Nezapomínáme na evropský venkov? To byly otázky, o kterých na konferenci European Urban Day (Evropský den měst) ve dnech 6. – 7. února 2009 diskutovali zástupci samospráv a odborné veřejnosti s ministrem pro místní rozvoj Cyrilem Svobodou, zodpovědnou komisařkou Danutou Hübner a poslanci Evropského parlamentu. Významná část čerpání evropských fondů ve stávajícím programovacím období (2007-2013) je spojena s tzv. městskou dimenzí strukturální a kohezní politiky. Evropští představitelé tvrdí, že města jsou motory růstu, a chtějí jejich postavení posílit. Proč se pozornost soustřeďuje právě na města? To byla otázka na poslance Evropského parlamentu a předsedu Svazu měst a obcí České republiky Ing. Oldřicha Vlasáka.

! V Evropské unii města generují 70-80 % produktu, žije v nich přes 80 % Evropanů. Je proto logické, že se pozornost evropské regionální politiky obrací na městské celky a že města patří mezi priority evropského zájmu. O potřebě zvýraznit roli měst ve strukturální politice se začalo hovořit již na neformálním zasedání ministrů pro regionální rozvoj Rady Evropské unie v Bristolu v roce 2005. Silným impulzem bylo přijetí Lipské charty během německého předsednictví. Od té doby uplynul čas a je třeba zhodnotit, kde se městská dimenze strukturální politiky nachází a hlavně, zda jsou se stávajícími podmínkami spojena samotná města.

? V Evropském parlamentu připravujete z vlastní iniciativy zprávu „Městská dimenze kohezní politiky v novém programovacím období“, o které by se mělo hlasovat na plenárním zasedání v rámci širší debaty o budoucnosti kohezní politiky v březnu 2009.

! Přestože se to bude zdát neuvěřitelné, v Bruselu se už začínají rozdávat karty, podle kterých se budou evropské prostředky rozdělovat po roce 2013. Mým cílem je podívat se na budoucí politiku soudržnosti a její žádoucí vývoj optikou měst. Chtěl bych podpořit roli místních samospráv v celém procesu soudržnosti tak, aby města získala ve vztahu k národním vládám a evropským institucím stejnou pozici, jakou dnes mají regiony. Budoucí kohezní politika by měla lépe reagovat na potřeby měst a metropolitních oblastí.



? V souladu s nařízeními upravujícími strukturální fondy je již dnes možné z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF) financovat integrované strategie zaměřené na řešení ekonomických, sociálních a environmentálních problémů ve městech. Členské státy rovněž mohou svěřit management a implementaci některých operačních programů místním orgánům, a to formou subdelegace prostředků. Tolik vzletná slova a složitě termíny bruselské byrokracie. Jsou města s podmínkami čerpání evropských peněz spokojena?

! Přestože evropská legislativa umožňuje „svěřit“ správu evropských prostředků městům, aby je mohla rozdělovat na základě integrovaných rozvojových plánů, je tato možnost v členských státech využívána pouze okrajově. „Městská dimenze“ není povinná a je sporné, do jaké míry dobrovolný rámec funguje. Podle mého názoru je třeba se přestat na města dívat pouze jako na konečné příjemce, ale jako na subjekty, které spravují území. Města, která stejně jako kraje a státní orgány disponují vlastním rozpočtem tvořeným daněmi, musí získat ve strukturální pomoci vyšší odpovědnost za programování a distribuci evropských fondů. Městská dimenze by se měla stát povinnou. Je třeba také jasně stanovit minimální prostředky, které by měly jít na integrované plány měst tak, aby byl zajištěn princip koncentrace. Jinak budeme připravovat ve městech vzletné plány, ale nebudou na ně peníze.

? Dalším novým finančním nástrojem, o kterém skoro nikdo neví a který mohou města využít, je Jessica. Myslíte si, že je to krok správným směrem?

! Kohezní politika byla dosud založena výhradně na systému dotací (nevratných grantů). Organizace i jednotlivci předkládající projekty si tak zvykli, že evropské peníze (a prostředky národních rozpočtů určené na kofinancování) dostávají „zadarmo“. Prioritou je často samotné čerpání, nikoliv účelné investování a zhodnocení dostupných zdrojů. Dotační princip tak někdy vede k tomu, že část strukturální pomoci není efektivně využita. V současném programovacím období došlo zavedením finančního instrumentu Jessica k vytvoření prostoru pro systémovou změnu politiky soudržnosti. Je skutečností, že tento prostor nebyl příliš využit. Do budoucna bych proto rád více podpořil využití bankovních produktů (revolvingových fondů poskytujících úvěry) při distribuci evropských prostředků namísto tradičního dotačního principu. Měli bychom si uvědomovat, že nic není zadarmo.

? Obráťme nyní pozornost na současnost. Na období 2007 až 2013 České republice připadlo 26,7 miliardy eur, z alokace pro léta 2004 až 2006 zbývalo ke konci roku 2008 ještě dalších 357 milionů eur. Jste jako představitel obcí a měst spokojen s čerpáním evropských peněz?

! Čerpání evropských fondů v novém programovacím období zatím nabíhá pouze postupně. V zásadě se daří generovat projektové žádosti, rezervy však máme ve vyplácení prostředků. Zkušenosti z minulých let ukazují, že umíme čerpat prostředky zejména na tzv. tvrdé projekty, na rozvoj silnic, zlepšování infrastruktury vodního hospodářství, ochrany ovzduší apod. Naopak v případě tzv. měkkých projektů, jako je modernizace veřejných služeb zaměstnanosti, rozvoj dalšího profesního vzdělávání apod., je čerpání fondů výrazně pomalejší. Efektivnímu čerpání dnes brání velmi komplikovaný systém zděděný z dob minulých vlád. Pamatují si na jeden z minulých průzkumů STEMu, podle kterého je čerpání pomoci z fondů EU natolik administrativně náročné, že to odrazuje téměř 80 % zájemců. Poskytování prostředků tak má nejen pro naše města image byrokratismu. Česká republika má 24 operačních programů, naše řídicí orgány musí vyhlásit více než 222 výzev. Pro města a zejména pak menší obce tak není jednoduché se v labyrintu strukturálních fondů orientovat. Podmínky čerpání evropských fondů pro města je třeba zjednodušit. ■

Blanka Rokosová





Podpora domácího cestovního ruchu je pro Prahu důležitá

? Rozhovor s ředitelkou Pražské informační služby Ing. Lucií Ramnebornovou jsem zahájil tématem, jak je cestovní ruch vnímán v České republice.

Paní ředitelko, že by Pražané byli z turistů, zvláště pak z cizinců, odvázaní, to asi ne...



Ing. Lucie Ramnebornová

! Ano, někdy se setkávám s tím, že si lidé na cizině stěžují. Podle nich Italové dělají binec, Angličané se opjetej v hospodách a tropí výtržnosti... Tyhle stereotypní představy o zahraničních turistech jsou ale samozřejmě velmi zavádějící, protože většina cizinců k nám jezdí kvůli památkám a neopakovatelné atmosféře historického centra města. A navíc jsou jejich útraty významným zdrojem peněz pro české zahraniční inkaso, a proto je třeba cizinecký cestovní ruch podporovat. Nicméně v dnešní době už není rozdíl, zda do české ekonomiky přitečou peníze zvenku prostřednictvím útrat zahraničních turistů, nebo zda je v Praze nebo jinde v České republice vydají čeští občané místo toho, aby je potráceli v zahraničí. Proto je, obzvláště za dnešní ekonomické situace, z hlediska Prahy vedle podpory incommingu důležitá i podpora domácího cestovního ruchu. Je běžné, že řada Čechů tráví víkendy v evropských metropolích, a je na nás, směřovat jejich pozornost na Prahu, kte-

rá rovněž nabízí nepřeberné množství památek, galerií, muzeí, kulturních a sportovních akcí.

? Nám nejbližším zahraničním sousedem je Slovensko.

! Samozřejmě, že aktivity Pražské informační služby směřujeme i na naše východní sousedy. Tradičně dobré vztahy udržujeme s Bratislavským kulturním a informačním střediskem a společně organizujeme výměnné akce „Dny Prahy v Bratislavě“ a „Dny Bratislavy v Praze.“ Slovensko totiž disponuje obrovským potenciálem lidí, kteří Prahu opakovaně rádi navštěvují.

? Paní ředitelko, jaký byl pro Pražskou informační službu loňský rok?

! V řadě ohledů úspěšný. Stoupl zájem o naše informační centra, která navštívilo 707 982 osob, což je o zhruba padesát tisíc víc než v roce 2007. Výrazně pozitivně se přitom projevilo otevření informačního střediska na ruzyňském letišti, o němž informoval minulý Všudybyl. Rovněž prohlídku Staroměstské radnice absolvovalo téměř o 24 tisíc lidí víc (celkem 456 002) než v roce 2007. Z dalších památek, které spravujeme, si polepšily i Prašná brána a zámek Ctěnice. Historický areál s přilehlým zámeckým parkem ve Ctěnicích se totiž stává oblíbeným cílem výletů rodin s dětmi a láká také cyklisty a příznivce jezdeckého sportu. Areál, jehož součástí je i unikátní muzeum kočárů, si vloni prohlédlo téměř 15 tisíc návštěvníků. Za Staroměstskou radnicí se jako každoročně na seznamu nejnavštěvovanějších objektů objevily Pet-

Pražská informační služba

je členem Pražské asociace kongresové turistiky, Asociace turistických informačních center České republiky, European Cities Marketing a Central European Experience. K jejím hlavním úkolům patří propagovat město, seznamovat domácí i zahraniční zájemce s jeho památkami, kulturou i historií, shromažďovat a poskytovat kvalitní a objektivní informace. Pro návštěvníky města zajišťuje komplexní rezervační služby - od ubytování přes zajištění stravování a vstupenek na kulturní pořady a sportovní akce až po průvodcovské služby.

Památky v majetku města

Pražská informační služba spravuje a zpřístupňuje památky v majetku města. Pořádá v nich



výstavy a zajišťuje odborný výklad. Jsou to Staroměstská radnice (spravuje Magistrát hl. m. Prahy), Prašná brána, Staroměstská mostecká věž, Malostranské mostecké věže, věž chrámu sv. Mikuláše, Petřínská rozhledna, Bludiště a zámek Ctěnice s kočárovnu. Její „Vlastivědné vycházky“ s odborným výkladem na zajímavá místa jsou určeny zejména pro českou klientelu.

Informace

PIS poskytuje informace prostřednictvím telefonních čísel 12 444 nebo 221 714 444, a to i přes skype, ve všední dny od 9 do 18 hodin. Lidé mohou zajít i do jejích informačních středisek, která se nacházejí ve Staroměstské radnici, v Rytířské 31, v hale hlavního nádraží, v Malostranské

mostecké věži a na ruzyňském letišti, v Terminálu II – Sever, v přeletovém celním prostoru letů ze států Evropské unie. Další významným zdrojem informací jsou internetové stránky www.pis.cz a www.prague-info.cz v šesti jazykových mutacích.

Vydavatelská činnost

Bulletin „Přehled kulturních pořadů v Praze“, který Pražská informační služba vydává, je



k dispozici v prodejnách a stáncích s novinami a lze si ho objednat na jejich internetových stránkách. Ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy se podílí na vydávání turistických brožur pro návštěvníky Prahy, pro touroperátory i pro propagaci Prahy na veletrzích a dalších prezentačních akcích na celém světě.



Profesní vzdělávání a tlumočnické služby

Pražská informační služba vychovává vysoce kvalifikované průvodce. Součástí jejich kurzů jsou jazyková výuka a praktická cvičení. Poskytuje i tlumočnické služby, překlady běžných a odborných textů, zprostředkovává práci hostesek znalých světových jazyků.



řínská rozhledna a sousední Bludiště. Vysokou návštěvnost má již zmíněná Prašná brána, kterou před dvěma lety oživila expozice představující život ve středověké Praze. Všechny devět historických objektů, které spravujeme, v roce 2008 navštívilo celkem 1 207 097 lidí. Navštěvuje je hodně škol a statisíce zahraničních turistů, jimž se věnují naši průvodci, z nichž někteří zvládají až šest jazyků a jeden



dokonce i esperanto. Nicméně celková návštěvnost památek ve správě Pražské informační služby se ve srovnání s rekordním rokem 2007 o trochu snížila. Zatímco předloni je navštívilo 1 293 945 lidí, vloni to bylo 1 207 097. Rozhodně se však nejedná o dramatický propad, což je patrné ze srovnání s předchozími lety. Předloňský rekordní rok byl navíc v mnoha ohledech výjimečný. Nárůst turizmu za rok 2007 byl oproti roku 2006 8,3 % a Praha tehdy předehнала mnohá evropská města.

? Od svého založení v roce 1958 udržujete tradici vlastivědných vycházek.

! Ano, každý měsíc v bulletinu „Přehled kulturních pořadů v Praze“ pod názvem Pražská vlastivěda zveřejňujeme jejich program. Ročně se jich zúčastní na třicet tisíc lidí. Realizujeme prohlídky významných historických objektů, jako např. Národního divadla, Stavovského divadla, Státní opery, Rudolfiny, Národní kulturní památky Vyšehrad či Staroměstské radnice. Zájemcům přibližujeme i méně známá místa na okrajích Prahy a v jejím blízkém okolí. Během vycházek se seznamují s historií hlav-

ního města, památkami, přírodními zajímavostmi i osobnostmi, které zde žily nebo Prahu navštívily. Od loňského roku jsme se zaměřili i na pořádání vycházek pro děti a jejich rodiče. U nich je výklad přizpůsoben dětskému publiku tak, aby historii a památky přibližoval poutavou formou. Od září loňského roku se tak její dětsší účastníci mohli seznámit s Kampou, památkami Židovského města, Novým světem, Petřínem, Staroměstskou radnicí, Pražským hradem, takže teď dokáží správně odpovědět i na otázky typu: na jaký pohon původně fungovala lanovka na Petřín, jakou délku má pražský loket nebo kolik leďnáčků je vytesáno na Staroměstské mostecké věži.



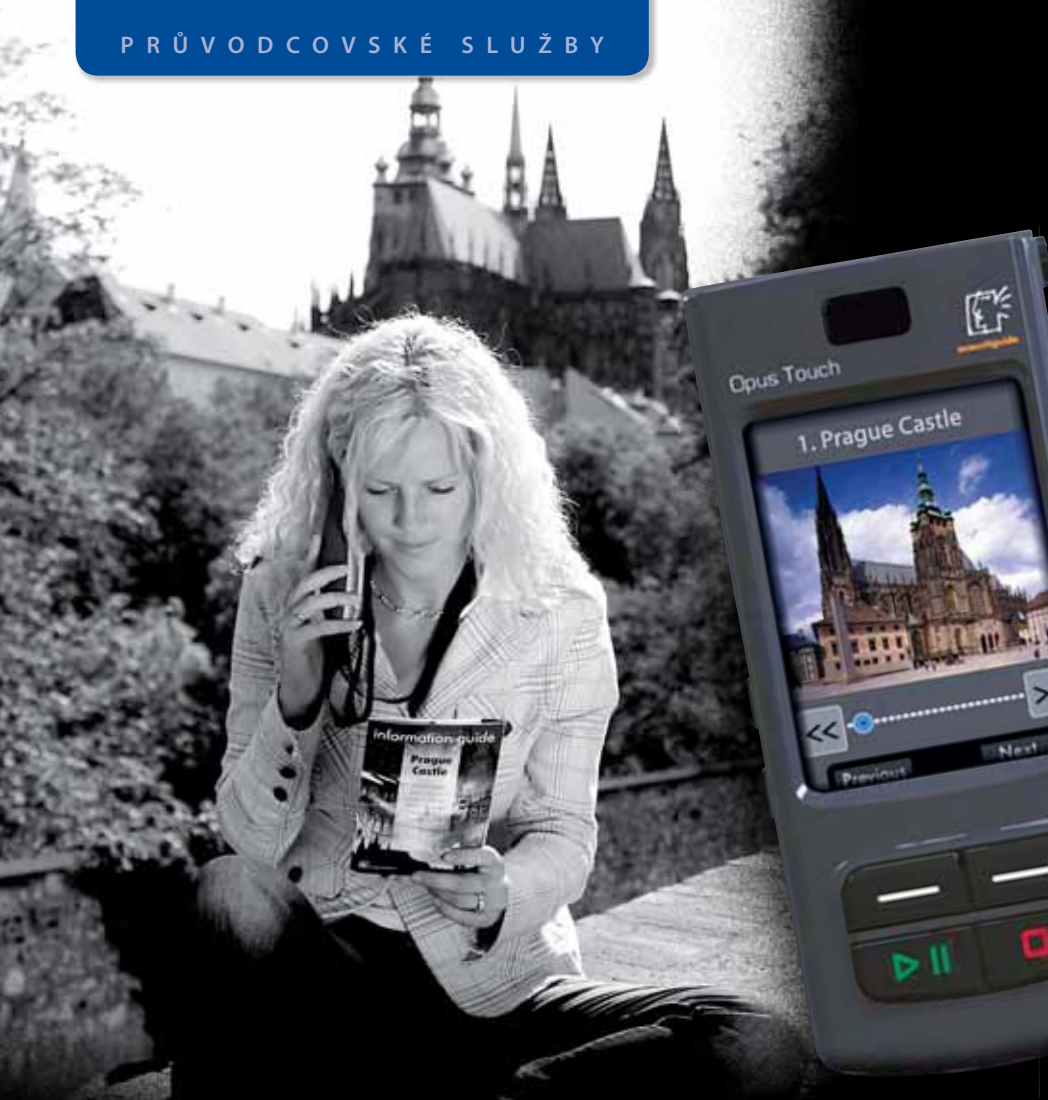
? „Pražskou vlastivědu“ již šestým rokem doplňuje populární vzdělávací cyklus s názvem „Pražská univerzita pro každého“.

! Ano, její frekventanti se účastní celoročního cyklu přednášek a vycházek po Praze, které na sebe tematicky navazují. Tato forma vzdělávání nachází stále víc příznivců. Už tradičně opakujeme cyklus „Praha v toku dějin“, ve kterém lektori účastníky seznamují s dějinami Prahy od jejich počátků po vznik Československa. V loňském roce jsme zaznamenali velký zájem o cyklus „Pražské zajímavosti“, zaměřený na náměstí, pasáže a průchody, vyhlášené kavárny, vinárny a pivnice. Věnujeme se i zajímavostem z oblasti hudby a literatury. V dalším cyklu, „Architektura je uměním prostoru“, se věnujeme osobnostem architektury 20. a 21. století, které významně ovlivnily podobu Prahy. Během vycházek představujeme architektonická díla kubismu, funkcionalismu i socialistického realismu. Připomínáme činnost architektů na Pražském hradě i architekturu Prahy současné. A připravujeme i témata zaměřená na pražské obvody, na jejichž území je možné nalézt nepřehledné množství zajímavých míst a staveb různých stavebních slohů. ■

www.pis.cz



**P r a ž s k á
i n f o r m a č n í
s l u ž b a**



Audio průvodce – módní hračka, nebo užitečná pomůcka?

Rozhovor s ředitelkou společnosti Gallery service, s.r.o. Ing. Miroslavou Kholovou jsem začal vzpomínkou na doby, kdy jsem se coby ředitel cestovní kanceláře čas od času drze stylizoval za průvodce. To ale bylo krátce po revoluci, takže se mi o audio průvodcích nemohlo ani zdát.

? Paní ředitelko, nehrozí vám ze strany průvodců – lidí, něco podobného, jako když dělníci v době jejich nástupu rozbíjeli textilní stroje, protože byli přesvědčeni, že jim berou práci?

! Myslím, že nehrozí. Naše přístroje výrazně zvyšují atraktivitu navštěvovaných památek, muzeí a galerií, aniž by jejich provozovatelům navyšovaly mzdové náklady, takže při dobře zorganizovaném provozu v nich najdou uplatnění jak elektroničtí průvodci, tak lidé, kteří se touto profesí živí. Vždy budou návštěvníci, kteří raději zvolí přímý kontakt než přístroj. Navíc audio průvodce už teď průvod-

cům – lidem pomáhá. Například průvodce na zámku, kterým nelze volně procházet, provádí skupinu v češtině a cizincům dá k dispozici audio průvodce v jejich jazycích. Výklad v jiném jazyce tak neobtěžuje ostatní. Děti mohou dostat sluchátko s dětským výkladem, kterému lépe rozumí a nenudí se při výkladu pro dospělé.

? Audio průvodce je nepochybně užitečný. Každý, kdo provozuje muzeum, galerii, památku či informační středisko, si však asi položí otázku, co lze od této „hračky“ očekávat.

! Samozřejměou věcí je, že zvukový průvodce poskytne výklad ve zvoleném jazyce. Délku prohlídky si návštěvník určuje sám a je jen na něm, kolik času bude věnovat jednotlivým exponátům či částem prohlídky. Náš audio průvodce však tyto informace eviduje a provozovatel je může statisticky

Gallery Service Group

je sdružením firem, které se zabývají komplexní péčí o klienty v oblasti audio průvodců. Na českém trhu působí od roku 1995 a návštěvníkům kulturních památek, muzeí a galerií nabízí individuální výklad o navštíveném místě prostřednictvím audio průvodce.

Po řadu let spolupracuje s nejvýznamnějšími kulturními institucemi, jako je Národní galerie v Praze, Správa Pražského hradu, Biskupství brněnské, Karlova universita, Národní muzeum, Židovské muzeum, Pražská informační služba, Slovenské národní muzeum v Bratislavě a mnoha dalšími – viz www.audioguide.cz.

Poskytuje komplexní servis v oblasti audio průvodců – od výběru nejvhodnější technologie přes odbornou spolupráci při tvorbě textů, prohlídkových okruhů až po nabídku alternativních forem výkladu pro běžné turisty, odborníky, děti či handicapované návštěvníky.

Je výhradním zástupcem pro dovoz a distribuci elektronických audio průvodců vyráběných mezinárodní firmou Espro Acoustiguide v České republice a Slovenské republice.





Co je to audio průvodce?

Audio průvodce je elektronické zařízení ve formě sluchátka, umožňující získat návštěvníkům památkových objektů, výstav, galerií a muzeí individuální výklad o navštíveném místě. Audio průvodce má mnohé výhody:

- Je jednoduchý a snadno použitelný pro každého.
- Zajímavý výklad doplněný hudbou, obrázky či videem je v tom kterém jazyce namluven rodilým mluvčím.
- Audio průvodce může využít široké spektrum návštěvníků – od rodin s dětmi až po odbornou veřejnost, pro každého je připravena specifická nahrávka, včetně osob s poruchami sluchu a zraku.
- Návštěvník si sám volí trasu a délku prohlídky. Může ji kdykoliv přerušit, např. zajít na kávu, a poté pokračovat.
- Audio průvodce každý dobře uslyší, aniž by ve skupině s dalšími turisty musel bojovat o místo v doslechu živého průvodce a nepotřebuje nasazovat brýle, aby si přečetl popisky.

vyhodnotit a marketingově zužitkovat. Ráda bych zdůraznila, že elektroničtí průvodci, které naše firma nabízí, již nejsou jenom zvukové, nýbrž multimediální, takže umožňují nejen poslech nahrávky, ale i prohlížení obrázků, mapek a dokonce i přehrávání videa, což přináší další dimenze využití. Vděční jsou zejména pro dětské prohlídky, které v populární zvukové i obrazové podobě přiblíží dětem informace, jež by je jinak těžko zaujaly. Jak víme, děti elektronické hračky milují, a zde je cesta, jak jim přes jejich přirozenou zvědavost přiblížit historii či umělecká díla. Další možnosti, kterou nabízí video, je prohlídka ve znakové řeči. Máme zkušenost i s prohlídkami pro osoby se zrakovým postižením, které audio průvodce současně navádí po návštěvnícké trase. Audio průvodce řeší i problém s nedostatkem živých průvodců. Ti jsou obvykle k dispozici pouze v některých jazycích. Audio průvodce je k dispozici vždy a ve všech potřebných jazycích. Když si provozovatel propočte mzdo-



vé náklady, v dlouhodobém horizontu zjistí, že audio průvodce přinese jejich výraznou úsporu. Vydávat zařízení může stejný personál, který prodává vstupenky či trhá ústřížky při vstupu. S obojím máme dobré zkušenosti. Obsluha audio průvodce je tak jednoduchá, že ji zvládne i neškolený personál.

❓ Lze počítat se ziskem z jejich zápůjček?

! Tady bych byla opatrná. Audio průvodce se může vyplácet muzeu či památce, kde je velký počet návštěvníků. Samozřejmě také záleží na jejich skladbě. Tam, kde převažují školní výpravy, lze těžko předpokládat velké tržby z elektronického průvodce. Naopak cizinci považují prohlídku s audio průvodcem za samozřejmost a cena 3 až 5 euro pro ně není problém. V posledních letech jsme zaznamenali zvýšený zájem i ze strany českých návštěvníků, zejména těch, kteří již elektronické průvodce vyzkoušeli.

❓ Takže menší muzea, galerie, památky a města s menším počtem návštěvníků jsou odsouzena nabízet tištěné průvodce?

! Nemusí tomu tak být vždy. Dnes se nabízí velká příležitost v oblasti grantů z Evropské unie, které takového projektu podporují. Zejména pokud umožní prohlídku handica-

povaným osobám. Naše firma proto pomáhá i při přípravě žádosti o tuto podporu. Několik projektů jsme již takto realizovali.

❓ Jaká je životnost vašich zařízení?

! Sami používáme sluchátka v mrazu, horku i dešti již 10 let bez větších problémů. Pro klienty, kteří si od nás audio průvodce koupí, je výhodou, že jim nabízíme odkoupení starších typů zařízení v návaznosti na prodej nových, dnes již multimediálních, za cenu sníženou o cenu starého zařízení. Naše zařízení se většinou nestačí úplně opotřebovat, spíše se objeví nový, atraktivnější model, o který mají návštěvníci muzeí, galerií a památek zájem.

❓ V čem je vaše firma oproti jiným dodavatelům audio průvodců jiná?

! Na prvním místě tím, že nabízíme multimediální zařízení speciálně vyvinuté pro tento účel. Srovnatelný systém nikdo další nenabízí. Existují sice různé upravené PDA, iPody a podobně, které však nejsou audio průvodci, ale pouze je suplují. Tyto nahrávky nemají potřebnou ochranu proti ukradení či zničení, takže v konečném důsledku vyjdou provozovatele drahé. Oproti nim je náš systém odolnější proti špatnému a neodbornému zacházení, snadněji se používá a má podstatně delší životnost. Navíc má zabudovaný systém proti krádeži, a pokud by ho přece jen někdo odnesl, k jinému účelu mu neposlouží. Po vybití je nefunkční.

Za druhé bych zdůraznila technický servis. Máme k dispozici tým techniků, a vzhledem k tomu, že jsme začali masivní spolupráci se slovenskými muzei a památkami, zřídíme v tomto roce technickou podporu i přímo na Slovensku. Máme uživatele již i v Německu a Polsku; tam zatím děláme údržbu formou výměny za funkční výrobek. V prvních 5 letech je totiž potřeba technické údržby minimální.

❓ A co nahrávky?

! Ty dodáváme „na klíč“. Zakládáme si na jejich kvalitě. Již deset let spolupracujeme s týmem překladatelů, kteří jsou rodilí mluvčí a zároveň znají českou historii a umění. Naše nahrávací studio nahraje také hudbu a zvukové efekty. Klademe velký důraz i na vyřešení právních náležitostí nahrávek, které se týkají autorských i reprodukčních práv.

❓ No, ještě se chcete dál chválit?

! To bych už raději nechala na uživatelích, mezi nimiž je již téměř padesát renomovaných subjektů. Ti mohou podat reference a dozvíte se o nich z našich webových stránek. ■

www.audioguide.cz

 **GALLERY SERVICE**



Image film, účinný nástroj pro posílení identity firmy

? Image film je významným nástrojem prezentace korporátní identity firem, turistických destinací, hotelů, ale i památek. Tento trend je patrný i při pohledu na zahraniční webové stránky nebo při návštěvě veletrhů. Už delší dobu se stává standardem i v tuzemském PR. Jednou z prvních českých agentur, která se image filmem profesionálně zabývá, je televizní a reklamní společnost TVF z Brna. Proto jsem oslovil režiséra a ředitele společnosti Oldřicha Brýžu.



! Základním smyslem image filmu je vytvořit u diváka požadovaný obraz, představu (image) o uvedené společnosti nebo produktu. Cílem videofilmu není sdělit maximální množství odborných informací, ale předat atmosféru, a díky ní vytvořit vazbu mezi divákem a produktem. Jako funkčního prostředku se proto využívá tzv. působení na city – sublimální emocionální percepce. Aniž by věc příliš promýšlel, zaujímá divák při sledování audiovizuálního sdělení pozitivní názor a vytváří si k němu emocionální vazbu.

? Výsledky výzkumů dokazují, že tato mediální vazba se zřetelně projevuje při nákupním chování diváka. Externí komunikace s veřejností formou image filmu je oproti klasické televizní reklamě mnohem jemnější a citlivější, a proto má výsledný efekt trvalejší charakter.

! Divák sice po čase zapomene obsah filmu, ale výsledný vjem si uchovává velmi dlouho. Při pohledu na logo společnosti, její produkt, obrázky turistické destinace nebo jemu již známé turistické památky si jej opět vybaví. Jestli je televizní reklama sprint, image film je maratón pro zkušené běžce, kteří vědí, co chtějí dnes, a hlavně, kam nabídku směřují.

? V čem se image film liší od běžné reklamní produkce?

! Z formálního pohledu využívá nástrojů moderních komunikačních technologií, zejména digitálního videa. Důležitý je v tomto ohledu princip, který se projevil již při prvním promítání slavného „Příjezdu vlaku“ bratří Lumierů. Fascinace pohyblivým obrazem. Image film tedy nejenom že působí jako vítané „pohyblivé“ zpestření na statických webových stránkách, veletržních expozicích či mnohdy nudných přednáškách či

prezentacích, ale často je díky digitální postprodukcí i nositelem moderního přístupu k věci. Rychlý střih, barevné korekce, různé typy vizuálních triků, multiplikace obrazu, využití rytmu hudebního podkresu působí jako určité vizuální novum, což zase vede k zapamatování si a vytváření zmíněné emoční vazby.

? Jak by měl být dlouhý?

! Jeho stopáž variiuje v závislosti na mediu. Pro umístění na webové stránky doporučujeme jednu až čtyři minuty, protože internetový divák je netrpělivý a má potřebu neustále „překlikávat“ jinam. Naopak u DVD nosiče se očekává delší stopáž přesahující i patnáct minut. Většina klientů si nechává dělat minimálně dvě verze image filmů. Jeden krátký vizuálně intenzivní pro web a delší pro obchodní prezentace. Image film je výborný také k otevření obchodní debaty nebo jako dárek na DVD.

? Který máš nejráději?

! „Krásy České republiky a světa“. Byli jsme jednou z prvních agentur, která udělala moderní image filmy de facto o celém Česku. Od prvního dílu uplynulo více než deset let, a edice se stále dobře prodává. Zákazníci ji dávají obchodním partnerům nebo klientům, jelikož jde o reklamu doplněnou jejich logy, slogany a sekvencemi.

? Stále mluvíš o edici.

! Původně vznikly samostatné videofilmy o památkách, městech, regionech. Pak přicházela ocenění ze soutěží a festivalů, např. z Tourfilmu v Karlových Varech, a tak jsme si řekli: „Proč nepokračovat?“ Nakonec vznikla edice, která byla oceněna jako celek. Z množství zajímavostí Čech, Moravy a Slezska jsme se snažili zachytit to nejzajímavější - historická města, lázně, hrady, zámky, přírodu a sport. Nezapomněli jsme ani na kongresovou turistiku, veletrhy, výstavy a folklor. Asi nejvyhledávanější tituly jsou: „Památky UNESCO v ČR“, „Česká republika“, „Praha“, „Morava“, „Brno“, „Perly jižní Moravy“, „Lednicko-valtický areál“, „Vila Tugendhat“ a filmy s napoleonskou tematikou „Slavkov-Austerlitz 1805“, „Z Brna do Vídně po stopách Napoleona“, a tak bych mohl pokračovat. Všechny tituly jsou k dispozici v různých jazykových verzích. Čeština, angličtina, němčina a ruština jsou základ, ale máme k dispozici i další jazykové varianty.

? Produkce image filmů není jedinou náplní TVF.

! Hlavní tvoří výroba televizních a rozhlasových reklam a videoporaďů na řadě nosičů. Zákazníky jsou výrobní podniky, obchodní společnosti, hotely, regiony, města a jiné subjekty. Působíme i jako mediální agentura. Nami vyrobené nebo zákazníkem dodané snímky a reklamy můžeme odvysílat v celoplošných televizích, tedy na TV Prima, NOVA a ČT nebo také v regionálním vysílání, případně v síti kabelových a nových digitálních televizí. ■



www.tvf.cz

e-mail: bryza@tvf.cz

120 českých cestovních kanceláří

Sčlenkou představenstva Union poistovne, a. s., a riaditeľkou sekcie neživotného poistenia Ing. Elenou Májkovou a vedúcim oddelenia poistenia pre cestovné kancelárie Ing. Petrom Ferjenčíkom sa stretávame hneď po tom, čo predseda predstavenstva a generálny riaditeľ cestovnej kancelárie EXIM tours, a. s., Ing. Ferid Nasr na Pražskom hrade prevzal z rúk podpredsedu vlády Českej republiky Ing. Jiřího Čuneka ocenenie Českých 100 najlepších v kategórii cestovný ruch za rok 2008.



Ing. Elena Májková

? Pani riaditeľka, rok 2008 bol veľmi úspešný aj pre vašu poisťovňu, lebo práve v ňom sa táto najväčšia česká cestovná kancelária stala vašim klientom. No nie je to prvá česká cestovná kancelária, ktorá s Union poisťovňou

spolupracuje. Mimochodom, ako sa vám podarilo stať sa partnerom práve EXIM tours?

! Pravdepodobne vďaka našej práci na českom trhu, kde podnikáme vyše troch rokov. Na Slovensku už pôsobíme sedemnásť rokov a sme tam jednotkou v cestovnom poistení. Kvalita našich produktov bola potvrdená opätovným získaním prvého miesta v súťaži Zlatá minca 2007 v kategórii cestovné poistenie. Je teda na nás, aby sme tieto skúsenosti zúročovali aj u vás, v Česku. Určitú rolu v tom iste zohrala náhoda, pretože stretnúť sa v pravý čas s príslušnými ľuďmi v čase, keď rozmýšľajú o zmene poisťovne, je aj o šťastí.

? Čím si Union poisťovňa zaslúžila také silné postavenie na trhu cestovného poistenia?

! Azda tým, že sme dokázali zúročiť skúsenosti, ktoré každým rokom získavame. Vždy sme totiž hľadali ďalšie cesty predaja, vrátane inovácií produktov. Ak prax priniesla novú situáciu, boli sme schopní na ňu flexibilne reagovať. Napokon, na Slovensku sme boli prví, kto zaviedol on-line predaj cestovného poistenia, a to ako pre cestovné kancelárie a agentúry, tak aj pre individuálne cestovné poistenie. Svoju inovatívnosť a schopnosť prinášať na trh novinky sme opätovne potvrdili uvedením možnosti uzatvárať cestovné a horské poistenie (poistenie nákladov na zásah horskej služby) prostredníctvom SMS (mobilných telefónov). Union je doteraz jedinou poisťovňou na Slovensku, ktorá to vie. Klienti si už na SMS kontraktáciu zvykli a patrične ju využívajú. A aj naďalej sa usilujeme hľadať najprogresívnejšie cesty, kto-

ré by klientom a partnerom zjednodušili prístup k našim produktom. Napokon, medziročný nárast hrubého predpísaného poistného o 9,4 % sme dosiahli nielen vďaka pokračujúcim dobrým vzťahom s cestovnými kancelárkami a priamemu predaju prostredníctvom siete vlastných pobočiek, ale práve aj s príspevom rýchle rastúceho priameho predaja prostredníctvom internetu, kde nárast predstavoval až 92 %. Kryjeme všetky klasické riziká, ktoré patria do cestovného poistenia. Od liečebných nákladov, cez straty či poškodenie batožiny, storno zájazdu, až po meškanie lietadla, či nevydarenú dovolenku. Meno Union poisťovne, a. s., sa v oblasti cestovného poistenia dostáva do povedomia klientov a potvrdil to aj rast predpísaného poistného aj u vás, v Česku, o 125 %. Vďaka zvýšenej intenzite spolupráce s českými tour operátormi a rozvoju priameho predaja cestovného poistenia cez internet predpokladáme zvýšenie trhového podielu aj v Českej republike.

? Koľko českých cestovních kancelárií sa už rozhodlo pre Union poisťovňu?

! V dnešnej dobe ich je okolo stodvadsať. Ich počet sa každým dňom zvyšuje, lebo prichádzajú nové, ktorým končia zmluvy s ich dovtedajšími poisťiteľmi, ako v prípade cestovnej kancelárie EXIM tours.

? Pri on-line systéme medzi Union poisťovňou a cestovnými kancelárkami by som vyzdvihol váš reporting.

! Cestovným kancelárkam ním uľahčujeme administratívu. Pri zájazdoch tak môžu poistenie nahlasovať aj on-line. Majú svoje prístupové heslá, pomocou ktorých sa dostávajú do systému. Súčasne si ale môžu zvoliť aj vypisovanie klasických formulárov a mať ich ako súčasť prihlášky účastníka zájazdu. S niektorými väčšími cestovnými kancelárkami máme spoločný dokument, ktorý je cestovnou zmluvou, poisťkou a dokladom o poistení insolventie - čiže klient jedným podpisom získa tri dokumenty. To šetrí prácu ako cestovkám, tak aj nám.

? Čo likvidácia poistných udalostí?

! Odozvy od cestovních kancelárií, ktoré využívajú produkty Union poisťovne, od firmiem a aj od individuálnych poistencov hovoria o tom, že keď k nejakej poistnej udalosti dôjde a klient na prvý raz predloží všetky doklady, má do 10-14 dní poistnú udalosť zlikvidovanú a peniaze na svojom účte. To je naša veľká konkurenčná výhoda, lebo to nie je bežná prax u mnohých iných poisťovní. Union poisťovňa má vysoko kvalitnú asistenčnú službu – EuroCross International, ktorá poskytuje nepretržitú celosvetovú

Eureko B.V.

je medzinárodná skupina poskytujúca finančné služby so sídlom v Holandsku. Má spoločnosti v trinástich krajinách a viac ako dvadsaťpäť tisíc zamestnancov. Ponúka široké spektrum poistení – životné a neživotné a dôchodkové produkty, zdravotné poistenie, ako aj správu aktív a bankovníctvo.

Union poisťovňa, a. s.,

bola založená v roku 1992 a je zakladajúcim členom Slovenskej asociácie poisťovní. V roku 1997 do nej vstúpil majoritný akcionár, finančná skupina Eureko B.V. Union poisťovňa ponúka viac ako 80 produktov životného a neživotného poistenia pre individuálnu a firemnú klientelu. Union poisťovňa, a. s., je dlhodobo lídrom na slovenskom trhu cestovného poistenia s podielom cca 50 %. V tomto segmente vstúpila aj na český trh.

Union

P O I S Ť O V Ň A

asistenciu klientom v situáciách, keď potrebujú pomoc. Spolupracujeme s ňou vyše desať rokov. EuroCross International začal podnikat v Holandsku. V Prahe má pobočku, ktorá zodpovedá za asistenciu poistencom Union poisťovne z oboch našich krajín. Keď nastane poistná udalosť, klienti s operátormi EuroCrossu hovoria, ak sú Česi, po česky, ak Slováci, po slovensky. Úroveň jej asistenčných služieb naši klienti hodnotia veľmi vysoko, čo charakterizujú slová majiteľa nemenovanej českej cestovnej kancelárie, ktorá s nami v oblasti cestovného poistenia spolupracuje už tretí rok: „Mali sme vážnu poistnú udalosť v Taliansku. Zavola som na EuroCross a to, čo nasledovalo, to bol ozajstný koncert.“ A to sa dobre počúva. Naším cieľom je budovanie trvalých a dôveryhodných vzťahov so zákazníkmi a partnermi, tvorba a aktualizácia poistných produktov podľa ich potrieb a poskytovanie vysoko profesionálneho prístupu vo sfére servisu. Naplnením tohto poslania rozširujeme počet spokojných klientov, ktorí si vyberú Union poisťovňu za spoľahlivého partnera, tak ako to urobila akciová spoločnosť EXIM tours, ktorej blahoželáme k obhajobe nielen jej pozície v Českých 100 najlepších a na českom trhu, ale aj k upevneniu pozícií ich dcérskych cestovních kancelárií v Rumunsku, Maďarsku, Poľsku a u nás, v Slovenskej republike. ■

www.union.sk

Thajsko 2

Všichni se usmívají

a jsou příjemní. Mračit se? To snad jen já nebo někdo z našinců. Buddhistické Thajsko je veskrze pozitivní. Je zemí plnou zajímavostí. Můžete navštívit sever, kde sice nevidíte moře, ale jsou tam krásné deštné pralesy. Můžete podniknout několikadenní trekking, poznat život v typických vesnicích nebo navštívit hlavní město Bangkok, kde uvidíte nejen nádherné chrámy, ale i to, jakým způsobem žijí místní obyvatelé. To vše v kontrastu s moderními obchodními domy. Nebo vyjet na Pattayu, což je přímořské středisko dvě hodiny jízdy pod Bangkokem. I tam vládne nejen noční život, ale i rušný denní na městských plážích a v restauracích. Je tu hodně hotelů. Dá se tu odpočinout, ale zároveň užívat kulturního života či vodních sportů (jen pro zajímavost, vodní skútr mě v přepočtu stál 350 Kč na půl

hodiny). Ti, kdo vítají větší klid, mohou přeletět na jih Thajska, kde jsou proslulá letoviště na ostrovech Phi Phi, Ko Lanta, Krabi, Phuket atd., kde lze trávit dny na krásných plážích. V Thajsku našinec pozná jinou kulturu, kuchyni, a jsou tu velmi příznivé ceny jídla, oblečení a doplňků. Jídlo je bezpečné. Thajci si i při pouličním prodeji potrpí na naprosto čistý gril či pánev. Není třeba se bát střevních problémů. Proto mohu doporučit stravovat se (nejen kvůli levnějším cenám jídel) v pouličních stáncích, kde jste konfrontováni s typickými thajskými jídly, jimiž se stravují místní obyvatelé.

Krokodýlí show

Pondělí 21.12.2008 Po snídani přejíždíme na Pattayu. Po cestě v Samut Prakanu navštívíme zoopark s Krokodýlí farmou a show, kterou Vláda Bureš okomentoval: „Krokodýli se

nechali ukecat ke spoustě vtipných skečů.“ V zoo je k vidění spousta ptactva, ještěrek, ale hlavně tygrů. Je až k neuvěření, že mláďata jsou zde tak běžná oproti tomu, jak u nás každé oslavujeme. Hodně se mi líbilo u domestikovaných slonů, i když i oni mají v thajských národních přírodních parcích desetitisíce svobodně žijících příbuzných. Jen pro zajímavost, vycvičení slona pro práci trvá až pět let. Úterý 22.12.2008 Dopoledne jsem věnoval kompenzaci časového posunu. Z postele mne dostali, až když už ráno dorazilo i do Česka. Odpoledne jsme s Vladimírem a delegátkou ESO travel Kristýnou věnovali putování po pamětihodnostech Pattaye – focení a obhlížení města. Nutno podotknout, že tak činila ve svém volnu, a tímto jí také děkujeme. Večerní procházka po osvětlené pláži nás zavedla do centra s výbornou thajskou kuchyní.





Na řeku Kwai

Středa 23.12.2008 Vstáváme brzičko a nasedáme do autobusu. Zaplatili jsme si totiž fakultativní zájezd na řeku Kwai. Rozhodně jsem však neočekával, že jej vyhodnotím jako nejužasnější zážitek z celé thajské mise. První atrakcí, kterou absolvujeme, je návštěva trhu v Kanchanaburi v kolejišti železniční tratě. Zažili jsme i rutinní evakuaci markýz, zboží a lidí víc než těsně před vlakem a návrat trhu na koleje. Poté absolvujeme tržičku na vodě Damnoen Saduak – plavbu soustavou kanálů a řezbářskou a nábytkářskou manufaktu-

ru sponzorovanou králem Ráhmou IX. na podporu zaměstnanosti. Navštěvujeme i válečný hřbitov a jedeme se podívat na most přes řeku Kwai. Poté nás autobus přemístuje do národního přírodního parku Sai Yok, kde nás ubytovávají v plovoucích bambusových bungalovech. Na restauračním pontonu absolvujeme plavbu po řece Kwai k vodopádům. S končícím dnem pak pralesní krajinou, čím dál víc posedlou tmou, plujeme zpátky ke svým obydlím. Atmosféra je nádherně romantická. ■

www.thajsko.net

www.esotravel.cz





PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar je jedinečnou gastronomickou raritou v centru Prahy

Celková kapacita je 340 míst v atraktivních rozsáhlých prostorách

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

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající typicky česká a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka menu pro turistické skupiny



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

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



Cestujte za folklorem!

Ne náhodou platí naše země ve světě za velmoc v oblasti lidové kultury. V Česku se každým rokem konají stovky folklorních festivalů, přehlídek, jarmarků, lidových zábav a slavností. Lidová kultura je u nás organickou součástí života mnoha lidí, kteří umí vnímat poezii lidových písní, rozveselit se s lidovou hudbou a ocenit uměleckou zručnost lidových tvůrců. Také zahraniční turisté touží poznat kromě architektonických památek kulturu země, kterou navštívili, a tedy i její kořeny. Vynikajícím vodítkem pro incomingové cestovní agentury a všechny příznivce folkloru, kam za pravou lidovou muzikou, tanci, písněmi a tradičními zvyky, jsou publikace, které počátkem roku vydalo Folklorní sdružení ČR.

Reprezentativní katalog **CESTY ZA FOLKLOREM 2009** v českém a anglickém jazyce obsahuje pozvánky na 70 významných folklorních festivalů a lidových slavností, pořádaných v letošním roce v celé České republice. Popis akcí doplňuje množství krásných fotografií. Součástí průvodce je i kalendárium více než 180 folklorních festivalů a přehlídek, setkání muzik, jarmarků, hodů, posvícení, pomlázek, dožíněk, vinobraní, adventních a vánočních koncertů s odkazy na webové stránky pořadatelů. Katalog, který připravilo Folklorní sdružení ČR ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR, obdrží organizátoři festivalů a slavností, zastupitelské úřady ČR a Česká centra v zahraničí, městská a krajská informační centra, členské soubory FoS ČR, budou k dispozici rovněž v centrech Czech Tourism, na veletrzích cestovního ruchu v ČR i v zahraničí.



Současně s průvodcem Cesty za folklorem vyšel pravidelný **KALENDAŘ FOLKLORNÍCH AKCÍ V ČR pro rok 2009**. Je v něm kalendářně řazených přes 800 folklorních akcí ze všech regionů České republiky: folklorní festivaly, národopisné slavnosti, setkání muzik, přehlídky hudeb, výroční koncerty, krojové bály, předvádění lidových řemesel, masopustní obchůzky, velikonoční výstavy, koledování, májové veselice, pálení čarodějnic, jízdy králů, řemeslnické trhy, poutě, tradiční hody, jarmarky, dožínky, vinobraní, mikulášské zábavy, vánoční trhy, vánoční výstavy a koncerty. Kalendář vyšel v českém, anglickém, španělském a ruském jazyce.

Obě publikace jsou k dostání v Informačním centru FoS ČR, Jeruzalémská ul., Praha 1, nebo je lze objednat písemně na adrese: Folklorní sdružení ČR, Senovážné nám. 24, 116 47 Praha 1, foscr@adam.cz.

www.folklornisdruzeni.cz



První multimedialní průvodce na českém trhu

www.audioguide.cz



- Vícejazyčné zvukové nahrávky
- Obrázky a fotografie
- Video
- Sběr statistických dat a návštěvnické průzkumy
- Specializované nahrávky pro handicapované osoby



GALLERY SERVICE

Na Fialce II 1658/1, 163 00 Praha 6
tel.: 602 228 251, e-mail: info@audioguide.cz

www.audioguide.cz



Bydlete bez starostí a v pohodě!

Společnost PONTREMOLI s.r.o. v letošním roce zahajuje výstavbu polyfunkčního domu přímo v centru města Mnichovo Hradiště.

Projekt zahrnuje:

26 bytů 1kk – 3kk o velikostech 25 – 110 m² včetně využití hotelových služeb 20 hotelových pokojů v kategorii 3* a 4* komerční prostory – banka, obchod, restaurace, kavárna podzemní parkování

ideální poloha dostupnosti:

mateřská škola a jesle	20 m
základní škola	50 m
domov dětí a mládeže	100 m
tělocvična	300 m
pošta	50 m
autobusová zastávka	20 m
městský úřad	50 m
městská policie	50 m
státní policie	400 m
lékárna	30 m
potraviny	150 m



Obchodní kancelář:
Pontremoli s.r.o.
 Jiráskova 371, 295 01 Mnichovo Hradiště
 kontaktní osoba: Mgr. Leoš Najman
 e-mail: najman@sbaexpert.cz



CHYBÍ VÁM PENÍZE NA ROZVOJ FIRMY? ZÍSKEJTE JE Z OPERAČNÍHO PROGRAMU PODNIKÁNÍ A INOVACE A NECHTE SVOU FIRMU PROSPEROVAT.

Aktuální přehled programů OPPI s vyhlášenými výzvami				
Název programu I pořadové číslo výzvy	Min. výše podpory	Max. výše podpory	Ukončení příjmu registračních žádostí	Ukončení příjmu plných žádostí
ICT v podnicích II	0,5 mil. Kč	20 mil. Kč	28. 2. 2009	31. 5. 2009
Eko-energie II	0,5 mil. Kč	100 mil. Kč	28. 2. 2009	30. 4. 2009
Inovace – Patent I	10 tis. Kč	1 mil. Kč	30. 4. 2009	31. 7. 2009
Potenciál II	1 mil. Kč	100 mil. Kč	30. 9. 2009	30. 11. 2009
Spolupráce – Klastry I	3 mil. Kč	80 mil. Kč	28. 2. 2009	30. 4. 2009
Prosperita I	1 mil. Kč	300 mil. Kč	31. 7. 2009	31. 12. 2009
Školící střediska I	200 tis. Kč	100 mil. Kč	28. 2. 2009	30. 4. 2009
Poradenství I	100 tis. Kč	0,5 mil. Kč	28. 2. 2009	31. 7. 2009
Rozvoj II	1 mil. Kč	20 mil. Kč	15. 7. 2009	15. 9. 2009
ICT a strategické služby II	1,5 mil. Kč	80 mil. Kč	2. 10. 2009	15. 1. 2010
Nemovitosti	1 mil. Kč	500 mil. Kč	Příjem RŽ dočasně pozastaven	
Nemovitosti – projekt. dokumentace	0,5 mil. Kč	50 mil. Kč	Příjem RŽ dočasně pozastaven	

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Řídicí orgán Operačního programu Průmysl a podnikání a Operačního programu Podnikání a inovace, pořádá v měsících únor - duben sérii regionálních seminářů, zaměřených na problematiku ukončování Operačního programu Průmysl a podnikání a využití dosavadních zkušeností v novém programovacím období 2007 - 2013 v Operačním programu Podnikání a inovace.

Semináře se budou konat v následujících městech:

- Karlovy Vary
- Pardubice
- Ústí nad Labem
- Plzeň
- Mladá Boleslav
- Zlín
- Hradec Králové
- Ostrava
- Olomouc
- Praha
- Jihlava
- Liberec
- České Budějovice
- Brno

Bližší informace a konkrétní termíny jednání naleznete na www.mpo.cz

Více informací o programech a možnost registrace prostřednictvím aplikace eAccount naleznete na oficiálních internetových stránkách Operačního programu Podnikání a inovace www.mpo-oppi.cz.



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

www.mpo-oppi.cz 800 800 777



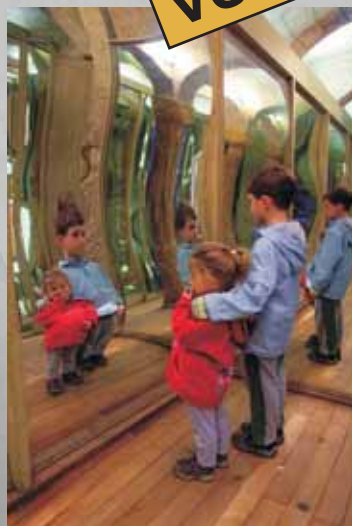
Pražská
informační
služba

S dětmi na Petřín

Nevíte kam o víkendu s rodinou? Navštivte „pražskou Eiffelovku“ a zrcadlové bludiště.



Novinka
od 1. dubna
výhodné
RODINNÉ
VSTUPNÉ



Podrobné informace
získáte na:

12 444, 221 714 444
e-mail: tourinfo@pis.cz

<http://www.pis.cz>