Tu zajisté některé sem naříkati slyšel, že jim jídlo a pití ani šmakovati, ani do hrdla jíti nechce; kterýchž jiní litovali, a aby jim spomoženo bylo, museli kupci sem tam po světě, co by se k chuti najíti mohlo, vyhledávajíce běhati; museli kuchaří všelijakých mustrů svých, jak by lahůdkám zvláštní vůni, barvu, chut dadouc, do žaludka vlouditi mohli, ohledávati; museli lékaří, aby jedno druhému ustupovalo, zvrchu i zespod po trychtýřích nalévati.

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

Některé sem naříkati slyšel, že jim jídlo a pití ani šmakovati, ani do hrdla jíti nechce

Jak ilustruje současná doba, stále jsme zemí „specialistů na všechno“ v duchu hesla: „Kdo umí, umí, kdo neumí, učí, a kdo ani to ne, řídí“. Přesto, že v české gastronomii působí plno vynikajících odborníků. Kdo z našinců je zná? Kde se kdo dozví o úspěších české gastronomie, o předních umístěních českých kuchařů a cukrářů na světové scéně? Příprava profesionální kuchařky, a to nejen pro gastronomii, ale není o „specialistech na všechno“. Ale co se jídla týče, naši „univerzální specialisté“ dobře ví, kam jít. Pro ně neplatí: „Co sis navařil, to si sám sněz.“

Jaromír Kainc
nakladatel a vydavatel Všudybylu

Řekli jsme si, nejlepší v republice 6–7
Japonská kuchyně je radost 8–9
Máme důvod být hrdi na českou kuchyni? 10
Hotel „U koně“ 11
Královská přehlídka lanýžů a italských vín 13
O lidech, kteří dotahují věci do konce 14–15
Beaujolais villages nouveau 2002 16
Otevřeli U Pinkasů 16
Celostátní soutěž středních odborných škol 16
Klimatizované skříně EuroCave 17
Jak se volá do lesa 18
Českokrumlovská růže 18
Pro Italy je jídlo potěšením života 19
Legendární grál čejkovických chodeb 20–21
Firma, která slouží špičkovým kuchařům 22–23
Koníček osedlaný na celý život 23
Znovuotevření hotelu InterContinental Praha 23
Kdo máš lucernu, jdi první 24–25
Evening in Blue 26
Aer Ligus otevřeli Dablin - Praha 26
Oficiální leteckou společností Jamese Bonda 26
Catering pro letadlo japonského císaře 27
Vznik akciové společnosti České dráhy 28–29
Atraktivní Valle Aosta 30–31
Česká republika – poklad v srdci Evropy 32
Veselé veselení 32
Základní kámen z hory Říp 33
Venus Trade & Tours v roce 2003 33
Malý rodinný Olympus hrdinou Invexu 34
Šmitna v Kutné Hoře 35
Go & Regiontour 35
Rumunské magistrále 4 36

všudybyl
Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

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

Grafická úprava a sazba: IMidea s.r.o.
Tisk: Graspo Zlín

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

Řekli jsme si, budeme nejlepší v republice

AGROREAL si vybudoval přední postavení v oblasti šokového zchlazování pokrmů. Zabývá se jím sedm let. Zákazníkům zpracovává rozbory výdeje stravy včetně návrhů řešení podle Vyhlášky Ministerstva zdravotnictví č. 107/2001 Sb., kompletní analýzu možností výdeje pokrmů s prodlouženou zárukou a další. Díky bohatým zkušenostem a bezkonkurenčně nejširšímu sortimentu šokových zchlazovačů je vyhledáván zákazníky z celé České republiky. Stoprocentně česká firma AGROREAL byla založena ve Žďáře nad Sázavou v roce 1992. Zpočátku se jednalo o zařizování potravinářských prodejen, následně se činnost firmy rozšířila na kompletní vybavování gastronomických provozů. Má přímé obchodní vztahy s předními českými i zahraničními výrobci. V roce 1998 zprovoznila vlastní obchodní prostory. Vedle gastronomické techniky zde nabízí i spotřební materiál jako sklo, porcelán, drogerii a další drobné zboží pro restaurační a velkokuchyňský provoz. Pro mnoho zákazníků je však vnímám jako specialista na šokové zchlazování pokrmů.

V gastronomickém provozu je prioritou bezpečnost potravin. Majitele firmy AGROREAL Ing. Jaroslava Krejčího jsem se zeptal, proč se rozhodl specializovat se na šokové zchlazování.

Neodborné konzervování a manipulace s potravinami jsou jednou z hlavních příčin jejich znehodnocování. Navíc výdej tepelně dohotovených pokrmů do tří hodin v mnoha směrech omezuje nabídku, vede k různému „schovávání“ nevydaných pokrmů a ve svém důsledku i k možnému ohrožení hosta. V době, kdy jsme začínali, se u nás o šokovém zchlazování pokrmů mnoho nevědělo, ačkoliv již bylo samozřejmostí v leteckém cateringu a v gastronomických provozech na západ od nás rovněž. Před sedmi roky, když jsem se rozhodoval o další profilaci firmy, se mi vybavila slova pana profesora Kopečka, která k nám pronesl záhy po nástupu do prvního ročníku střední školy: „Hoši, pokud chcete v čemkoliv uspět, musíte se na něco specializovat. V něčem, ať je to cokoliv, musíte být lepší než ostatní, aby ti druzí měli důvod obrátit se právě na vás a zaplatit právě vám.“ Řekli jsme si, že v oblasti zchlazování pokrmů šokem budeme nejlepší v republice. Samozřejmě, tenkrát to bylo velmi odvážné předsevzetí.

Už jen uvedený zlomek výčtu vašich realizací napovídá, že jste přinejmenším na dobré cestě.

První zkušenost s šokovým zchlazováním se totiž stala díky neserióznosti rakouského dodavatele pro nás mementem. I proto jsme hledali firmu – dodavatele technologie s nekompromisním požadavkem maximální kvality. Cena této kvality byla při výběru obchodního partnera naprosto druhořadá. Potřebovali jsme výrobce techniky pro vysoce náročnou klientelu, která sama velmi dobře ví, že v konečném důsledku se vyplatí pouze vysoká jakost a profesionalita. Že jakékoliv "To nám stačí" se platí navícekrát. Při nákupu, při opravách a nakonec při předčasném vyřazení z provozu. Velmi jsme proto stáli o spolupráci s firmou Friulinox. Pozitivním signálem pro mne bylo to (vzdor paradoxu tohoto tvrzení), že nás zprvu odmítli. Nicméně po necelých dvou letech (kdy si nás i trh v České republice prověřovali) nás Friulinox sám vyzval, k navázání obchodní spolupráce. Dnes spolupracujeme již šestým rokem a neustále se utvrzujeme, že jsme se trefili do černého. U Friulinoxu nevíme, co je to závada způsobená nekvalitou výroby, nekorektní údaje v jakékoliv dokumentaci atd. Za jedenáct let, co v této oblasti obchodu podnikáme, jsme zastupovali několik výrobců. Dnes jsme se zřekli řady zastoupení a dominantně se věnujeme Friulinoxu. Získali jsme výhradní zastoupení pro Českou a Slovenskou republiku.

Dnes můžeme říct, že nenabízíme pouze zchlazování pokrmů, ale racionální systémy výdeje pokrmů včetně kompletních ekonomických kalkulací, a to nejenom pro jednotlivé subjekty, jako jsou hotely, restaurace či vývařovny, ale i pro hotelové řetězce, městská zastupitelstva a pro celé územní regiony apod. Zpracováváme studie distribuce pokrmů v teplém i studeném stavu, školíme odborný personál i management velkých společností nejen v odborných otázkách, ale i ve znalostech hygienických norem atd.

Čas od času se potkáváme na poli lobingu…

To proto, že jsme postupem času v oblasti legislativy začali zhodnocovat svůj intenzivní zájem o šokové zchlazování. Nám zejména vadí, že se přijme zákonná norma, kde spoustu ustanovení prostě splnit nelze. Pokud ovšem nemáme ambice jít proti fyzikálním zákonům, které, „zaplať pánbůh“, platí objektivně. Mám na mysli některé části Vyhlášky Ministerstva zdravotnictví ČR č. 107/2001 Sb. Obsahuje spoustu parametrů, které jdou nad rámec doporučení Světové zdravotnické organizace, míjí se účinkem a v konečném důsledku jsou naopak kontraproduktivní. Na druhé straně se nám podařilo navázat pozitivní kontakt s hlavním hygienikem České republiky panem MUDr. Michaelem. Měli jsme možnost vysvětlit naše připomínky v Poradním sboru hlavního hygienika, spolupracujeme s týmem připravujícím novelu této vyhlášky. Daří se nám zaangažovat do příprav i profesní svazy a asociace. Jednak proto, aby v diskusi zaznělo pokud možno co nejširší spektrum pohledů na danou věc, a taky

Velkoobchod a maloobchod

FRIULINOX – profesionální chladicí a mrazicí zařízení pro gastronomické provozy včetně zařízení k šokovému zchlazování a zmrazování pokrmů – šokery, skříně, stoly, miniboxy, vinotéky a saladety

● **TESTO** – registrace teplot a vlhkosti v závislosti na čase s přenosem do PC
● **ZOIN** – velmi široký sortiment potravinářských chladicích vitrín pro prezentaci masa, uzenin a mléčných výrobků – chladicí vitríny
● **SIRMAN** – široké spektrum nářezových strojů, mlýnků na maso, kutrů, krouhaček zeleniny a dalšího sortimentu pro bary, restaurace a potravinářské prodejny – nářezové stroje, krouhačky zeleniny, mlýnky na maso, kutry, grilovací desky, mixéry a šejkry
● **RETIGO** – digitální parní konvektomaty a pekařské horkovzdušné pece, šokery a doplňkový sortiment
● **ALBA** – profesionální varná technika
● **LOTUS** – profesionální varná technika
● **MBM** – profesionální varná technika
● systémy výdeje stravy, gastronádoby, termoporty, podnosy atd. ● nerezový nábytek – stoly, dřezy, regály, odsávače aj. ● škrabky brambor ● univerzální regálové systémy ● skladové regálové systémy ● nákupní košíky a vozíky, vstupní zařízení, drátěný program ● drobný sortiment – hotelové sklo a porcelán, příbory, mycí a oplachové prostředky a další.

Výběr realizovaných zakázek

Chladicí a mrazicí skříně: Restaurace McDonald's (celá ČR); reklamní chlazené regály: Best Foods CZ (celá ČR a SR); **šokové zmrazování:** Chemopetrol Litvínov, Kaučuk Kralupy nad Vltavou, Válcovny plechu Frýdek Místek, Žďárské strojírny Žďár nad Sázavou;
vinotéky Friulinox: vinárna San Francisco Praha a Bratislava, hotel U Solné brány České Budějovice;
šokové zchlazování: hotel a restaurace Pod Věží Praha, Zařízení služeb Ministerstva vnitra (v realizaci), Fakultní nemocnice Plzeň Lochotín, hotel Voroněž Brno, hotel Bohemia, hotel Polonia a hotel Zvon Mariánské Lázně, hotely Horizont 1 a Horizont 2 Železná Ruda, hotel Central a hotel Arnika Špindlerův Mlýn, hotely Fontána I a Fontána II Luhačovice, Lázně Sedmihorky, Zámek Hrubá Skála, Kojenecký ústav s Dětským domovem Plzeň, Kojenecký ústav Aš, Nemocnice České Budějovice, Mercedes - centrála Praha, Hamzova odborná léčebna Luže - Košumberk, Lovecká chata Pec pod Sněžkou, Sanatorium Topas Škvorec u Prahy, Řeznictví Malec Velké Meziříčí, Letištní restaurant Ostrava Mošnov, Baluren Praha, hotel Brixen Havlíčkův Brod, hotel Slavia Brno, Jídelna na Marjánce Kostelec nad Lesy, restaurace Českokrumlovská fontána Český Krumlov, Ferodo Kostelec nad Orlicí, Hanácké železárny a pérovny Prostějov, Nová huť Ostrava, Francouzská restaurace Praha 1, hotel Horal Kostelec u Jihlavy;
generální dodávky: Domov mládeže SPŠS Žďár nad Sázavou, Domov mládeže Tábor, hotel Cabreta Sušice, restaurace Halina Nové Město na Moravě, hotel Tálský mlýn Žďár nad Sázavou, Zámecká vinárna Náměšť nad Oslavou, prodejní markety bauSpezi, StavoArtikel, část prodejní sitě Jednota SD.

proto, aby vyjednávací pozice subjektů profesionální gastronomie byla silnější.

Co je principem šokového zchlazování?

Šokovým zchlazovačem se teplota jádra pokrmu sníží za méně než 90 minut z +70°C na +2°C. Při běžném provozu jsou dohotovené pokrmy určeny k přímému výdeji. Doba od dokončení tepelné přípravy jídel po jeho výdej nesmí překročit 3 hodiny, přičemž teplota nesmí během výdeje poklesnout pod +70 °C, jinak dochází k velmi významnému pomnožování nežádoucích mikroorganismů. Rychlým snížením teploty dohotovených pokrmů se tomuto pomnožování mikroorganismů podstatným způsobem zabrání. Šokem zchlazené potraviny lze uchovávat v chlazeném skladu při teplotě +2°C až 5 dnů. Vakuově balené pokrmy mohou být uchovávány i delší dobu. Rozlišují se dva základní cykly rychlého zchlazování „soft“ a „hard“. Cyklus měkkého zchlazování „soft“ je vhodný pro potraviny či pokrmy o síle méně než 20 mm nebo pro zvlášť křehké pokrmy náchylné k namrzání. Při tomto cyklu neklesá teplota v boxu nikdy pod 0°C. Tímto způsobem se zabrání namrazování okrajových ploch výrobku. Chladicí agregát zůstává v provozu tak dlouho, dokud není v boxu dosažena teplota 0°C. Potom je pomocí termostatu teplota automaticky regulována tak dlouho, dokud není dosažená teplota +2°C v jádře zchlazovaného pokrmu.
U pokrmů, kde nelze měřit teplotu jádra, je stanoveno rychlé zchlazení na maximálně 90 minut. Po rychlém zchlazení se program přepne automaticky do režimu „konzervace“ a přístroj funguje jako normální chladnička. Cyklus rychlého zchlazování „hard“je vhodný pro pokrmy o síle větší než 20 mm. Jde zejména o omáčky, polévky, zelí apod. Při tomto cyklu funguje chladicí agregát v první fázi na 100 % a zůstává v provozu tak dlouho, dokud není v prostoru zchlazovače dosažena teplota -15°C. Potom je teplota kompresoru regulována termostatem tak dlouho, dokud teplota v jádru produktu nedosáhne cca +10°C. Také v tomto případě se pomocí elektrotechnického nastavení teploty zamezí znehodnocení a namrazování vnějších ploch produktu. Potom se teplota v boxu přivede znovu na 0°C a je udržována tak dlouho, dokud teplota jádra v produktu nedosáhne +2°C.

A šokového zmrazování?

V šokovém zmrazovači se teplota jádra pokrmu sníží za méně než 240 minut z +70°C na -18°C. Opět zde rozlišujeme režimy „soft“ a „hard“ kdy je v prostoru skříně vyvíjena teplota až -40°C. Po šokovém zmrazení přepne program automaticky do režimu „konzervování“ a přístroj funguje jako normální mraznička a udržuje teplotu v prostoru od - 18°C do - 25°C. Výdejní doba takto ošetřených pokrmů je pak 3 měsíce. Mám-li však být upřímný, nejsem zastáncem šokového zmrazování pokrmům, ale pouze šokového zchlazování, kdy se pohybujeme stále v pozitivních teplotách a neměníme krystalickou strukturu pokrmu.

Poměrně často létám a vždycky se nejraději vracívám českými aerolinkami. Po často exotické stravě se totiž těšívám, že v letadle dostanu českou.

Ano, šokově zchlazené pokrmy jsou mikrobiologicky naprosto bezpečné, nutričně a biologicky srovnatelné s pokrmy vydávanými přímo, tzv. čerstvými. A hlavně, a to je z pohledu strávníka podstatné, zchlazené pokrmy chuťově a vzhledově mnohdy předčí pokrmy právě dohotovené, tzv. chuťově dozrají. Zchlazený pokrm si zachovává veškerou původní konzistenci, jídlo dobře vypadá i dobře chutná. Problematiku zachlazování pokrmů mnoho let konzultujeme s Ústředním vojenským zdravotním ústavem, s Vysokou školou chemicko-technologickou, s Vojenskou akademií ve Vyškově, se Společností pro výživu, s pracovníky hygienické služby na všech stupních. Jsem velmi rád, že můžeme našim zákazníkům nabízet služby a řešení, která nejsou pouze ekonomicky výhodná, ale která mohou i svým způsobem zachránit tradiční českou kuchyni.

➤➤ **www.agroreal.cz**

AGROREAL založeno 1992
Shop and restaurant facilities

Japonská kuchyně je radost

Pražský hotel Jalta byl svědkem mnoha pro náš stát dějinných událostí. Má strategickou polohu. Nachází se v horní části pražského Václavského náměstí v bezprostřední blízkosti sochy svatého Václava. Nejen proto a pro architektonické dispozice svých gastronomických středisek včetně letní terasy je hojně využíván jako místo četných schůzek, pracovních i nepracovních obědů, snídaní a večeří. Tradičně kvalitní kuchyně je k dispozici nejen hostům hotelu, klientům kongresového centra, ale velmi často právě lidem, kteří se chtějí „pouze" potkat a někde spolu pohovořit. Stravovací služby hotelu Jalta zahrnují širokou škálu možností. Od krátké přestávky na kávu nebo malého občerstvení v rámci tiskové konference přes komplexní gastronomické zajištění konferencí, služební obědy nebo koktaily až po sofistikované rauty a bankety. Tým gastronomického úseku dokáže v souladu s obchodními a estetickými záměry organizátorů na špičkové úrovni zajistit téměř jakékoliv občerstvení včetně akcí typu happeningových „Jahodových párty", o jejichž historii v hotelu Jalta se zmiňovalo osmé vydání Všudybylu (str. 11). Největší gastronomickou chloubou hotelu Jalta je ale teď, začátkem jednadvacátého století, japonská kuchyně. Je možné se zde posadit k teppanyaki a dát si rolované sushi, sushi nigiri, yakisobu, okonomiyaki, tonkatsu, teriyaki a další sice exoticky znějící, leč (nejen) českým mlsným jazykům chutnající japonské speciality.

O povídání si, zejména o japonské kuchyni, jsem požádal šéfkuchaře hotelu Jalta pana Vladimíra Kožíška. Pane Kožíšku, jak dlouho váš dres zdobí znak hotelu Jalta?

Dvaatřicet let. V dnešní době se takováto vyznání asi nenosí, ale Jalta pro mne znamená strašně moc. Jestli jsem se něco naučil a měl možnost se k něčemu dostat, bylo to díky Jaltě a starým pánům kuchařům, kteří mi dali základy. Po privatizaci v roce 1992 majoritní vlastníci, japonské společnosti, začaly podporovat jednak modernizaci hotelu a jednak rozvoj nabídky japonské kuchyně. Z jejich kroků lze vysledovat, že jim jde o to, aby byl hotel kvalitní. To, že dnes máme předpoklady být jedni z nejlepších v japonské kuchyni, je rovněž jejich zásluhou.

Japonská kuchyně není na českém území až tak moc rozšířená.

Máte pravdu. My jsme s ní, japonskými snídaněmi, začínali v polovině devadesátých let. V japonských rodinách není zvykem vařit už proto, že Japonci velkou část dne tráví v zaměstnání. Také z tohoto důvodu podstatný díl japonské gastronomie stojí na polotovarech. Snídaně jsou záležitosti instantních polévek, nakládaných zelenin apod. Klasická japonská snídaně se skládá z polévky miso shiro, z nasucho opečené nesolené ryby, sázeného vejce nebo omelety tamago, řasy nori a samozřejmě rýže. Na rýži se sype Ochazuke nori, což je směs sezamu, mořských řas a koření. Všechny tyto ingredience se dají nakoupit již v jednoporcovém balení. Následně jsme si pořídili teppanyaki stůl. Na něm, na grilovací desce, kuchař přímo před hostem vše připravuje. Od zeleniny přes maso až po dezerty, např. palačinky. Flambuje ovoce. Poté, co jsme zvládli japonské snídaně a menu teppanyaki, jsme začali nabízet v naší restauraci jídla a la carte, např. Tempuru, Shabu-Shabu, Teriyaki z lososa, okonomiyaki aj.

Jaké je krédo šéfa japonské kuchyně, českého kuchaře Vladimíra Kožíška?

Nepodvádět. Mojí zásadou je nedávat zákazníkovi něco jiného, než co deklaruji. Když nabízím japonskou kuchyni, musí to být japonská kuchyně. Nepouštím se do něčeho a nenabízím to, dokud si nezjistím, jak to skutečně je, a nenaučím se to. V začátcích nám intenzivně pomáhali japonští odborníci z hotelu Okura Amsterodam. Dodnes spolu udržujeme velmi přátelské vztahy. Šéfkuchař pan Ošima byl několikrát v Praze a my u něho v Amsterodamu. Následně pak byli někteří z našich kuchařů na dlouhodobé praxi v Japonsku. Nemáme to tedy pouze z knížek. Management hotelu vynaložil nemalé prostředky na náš odborný růst přímo u japonských učitelů v japonském prostředí. Základem úspěchu je rozpoznání jakosti surovin. Japonský host je velmi citlivý na jakoukoliv záměnu. To prostě neexistuje.

Pokud bychom měli porovnávat českou a japonskou kuchyni, v čem jsou hlavní rozdíly?

Na japonské kuchyni se mi líbí perfektní zpracování surovin a obrovská možnost barevných variací. Velice v ní záleží na poměrech. Základem omáček bývá sojová omáčka či pasta a je třeba velice přesně chytit chutě. O japonské kuchyni se říká, že je velmi zdravá. Jistě je na tom dost pravdy. U nás se zpravidla všechno dlouho dusí, peče, smaží. V japonské kuchyni je snaha opačná. Konzumují se i lahůdky naprosto syrové, např.

Říkala, že japonská kuchyně je postavena na čistých proteinech a na minimálních úpravách surovin. Že konzervativně orientovaní Japonci většinu mléčných výrobků, sýrů apod. vnímají jako zkažené mléko. Že si velmi zakládají na tom, aby vše bylo čerstvé. Na jedné z recepcí prý jim přinesli langustu, u níž hostitelé demonstrovali, že je skutečně čerstvá. Poté, co po ní přejeli hůlkami a ona zahýbala tykadly, ji rovnou servírovali, protože už byla naporcovaná.

Některá japonská jídla jsou pro Evropana obtížně akceptovatelná. Ale to nejsou pokrmy, které by byly určeny hostům našeho hotelu. Co se týče korýšů, darů moře apod., je pravda, že když jsem byl v hotelu Okura, pozvali mne na slavnostní a asi hodně drahou ryze japonskou snídani. Než jsem na ni šel, řekl jsem si: "Raději ještě zajdu na evropskou, nevím, co by to se mnou na lačný žaludek mohlo udělat..."

Sashimi. Suroviny pro japonská jídla jsou tepelně co nejméně upravována a nepřechucována. Bývají v původním přírodním stavu. Zřejmě i obrovská koncentrace obyvatelstva přispěla k tomu, že vše, co nad zemí i pod zemí vypěstují (plody, oddenek, nať i kořeny) japonská kuchyně zužitkuje. Je to o krájení a zdobení. Japonci si velmi zakládají na dekorativnosti, barevnosti, na dokonalosti úpravy, uspořádání pokrmů a servisu. Oči prodávají daleko víc. Japonská kuchyně je radost.

Odrazuje vaše české a případně ostatní hosty používání hůlek?

Určitě ne. Naopak, bývá atrakcí, na niž se hosté těší. Používání hůlek ale není nezbytné. Nedovedu si však představit, dát si něco japonského a použít klasický příbor. Myslím si, že se změní celá atmosféra gastronomického zážitku .Vše je nakrájeno na malé kousky a upraveno ke konzumaci hůlkami. Japonská rýže se nesolí, ani se do ní nepřidává žádný tuk. Přesto, že je třikrát praná, není sypká a lepí.

Na univerzitě nám dějiny kultury přednášela profesorka Kožušníková. Nějaký čas jako manželka diplomata pobývala v Japonsku.

jednotlivé ingredience podle typu sushi. Sushi sake-maki je s lososem a je stejné v každém sushi baru, ať se nachází kdekoliv po světě. Na tom si Japonci

zakládají. Samozřejmě, jsou možné určité úpravy zeleninových sushi, ale základní sushi mají jednoznačné recepty a nikdo seriózní si nedovolí k jejich názvu přiřadit něco jiného.

Co budeme k sushi popíjet?

Bezesporu saké, což je víno, které má se zmíněným sushi spojitost. Nebo švestkové víno či japonské pivo. Ochutnat saké, to je nutnost. Může se pít ze skleničky, ale to není stylové. Japonci jej pijí z dřevěných krabiček buď z přírodního nebo

V japonské kuchyni prosazující se v západním světě proto obrovský úspěch slaví především sushi.

Co to je sushi?

Takové malé jídlo. Známe dvě skupiny. Jedna je nori-maki a druhá nigiri. Nori-maki je zabalené, rolované do řasy „nori" a sushi nigiri jsou válečky rýže, na něž se dávají syrové ryby, krevety, chobotnice, nebo přislazená, sojovou omáčkou ochucená, vaječná omeleta tamago a jiné. Základní surovinou sushi je okyselená rýže, japonský křen vasabi, zázvor, řasa nori a pak

lakovaného dřeva. Na okraj krabičky se nasype sůl a přes ni se saké pije. Nebo se může pít teplé saké v teplotě lidského těla, asi 37°C. To se dává do karafky a z ní do malého kalíšku. A na závěr samozřejmě zelený čaj.

➤➤ **www.jalta.cz**
➤➤ **www.volny.cz/nipp/japonsko.htm**

UTELL®

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

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

V romantickém prostředí na Vás dozajista dýchne atmosféra staré Prahy.

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

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

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

Restaurant Café Creperie
Křižovnické náměstí 3
110 00 Praha 1
tel./fax: +420 221 108 240

Anketa

Máme důvod být hrdi na českou kuchyni a na úspěchy českých kuchařů a cukrářů?

Milan Sahánek, šéfkuchař Unilever ČR s.r.o.

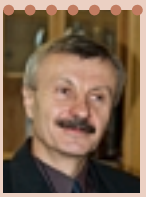
Zcela jednoznačně. Za současným renomé českých kuchařů a cukrářů je obrovská práce předchozích generací. Ostatně příští rok slavíme sté výroční české asociace kuchařů a cukrářů, která patří k jedné z nejstarších na světě. Ať se to líbí nebo ne, franšízový systém McDonald's vymyslel Čech. V rakousko-uherských kuchyních zase vládly české kuchařky. Obdobně jako Francouzi, které v gastronomii vnímáme jako nositele nejlepších tradic, jsme i my pyšní na své omáčky, protože obdobně jako u Francouzů jsou jedním z nosných pilířů naší kuchyně. Téměř všude ve vyspělém gastronomickém světě vědí, co to jsou české knedlíky, buchty nebo lívance. Čeští kuchaři a cukráři získávají přední umístění na světových kulinářských soutěžích. Do toho lze zahrnout i úspěchy českých pavilonů na světových výstavách, o jejichž popularitu se vždy velkou měrou česká gastronomie přičiňovala. Velký kus práce pro dobrý zvuk našich kuchařů ve světě odvedli hoteliéři, ať v Praze nebo významných lázeňských místech, kam se sjížděla klientela, která dobrou krmi uměla ocenit. A určitě by se nemělo zapomenout i na ty, kteří odešli za hranice a šířili gastronomickou slávu ve světě. Já doufám, že právě o spoustě takovýchto lidí se, už vzhledem ke zmiňovanému výročí, dočtu, a třeba se také i dozvím, čeho si v cizím kraji na naší kuchyni nejvíce cení, a spoustu dalších zajímavých věcí o historii a tradici českého kulinářství.

Marie Nováková, ředitelka Integrované střední školy a Centra odborné přípravy Frenštát pro Radhoštěm

Ano, a to i v zahraničí. Čeští kuchaři a cukráři dosahují na mezinárodních gastronomických soutěžích a bezesporu i při své zahraniční praxi vynikajících úspěchů. Studenti a učni naší integrované školy se účastní řady gastronomických soutěží. My sami letos pořádáme regionální kolo soutěže Gastrojunior. Účastníme se soutěží pořádaných Asociací kuchařů a cukrářů ČR, Společenstvem cukrářů ČR, asociací číšníků, barmanských soutěží apod. Na všech těchto akcích je zřejmé, že na českou kuchyni a úspěchy českých kuchařů a cukrářů budeme moci být hrdi i v budoucnu.

Sylvio Spohr, ředitel restaurantu Café Louvre

Určitě ano, a právě proto jsem přesvědčen, že by se měly najít zdroje a způsoby jak podporovat české nadějné kuchaře a cukráře. Pro stát, jeho propagaci, zahraniční obchod (neboť valnou část hostů českých podniků tvoří zahraniční zákazníci) i zdraví obyvatelstva je to vysoce návratná investice. Sleduji, že se ve světě prosazují nejen špičkoví čeští kuchaři a cukráři, ale že se zlepšuje úroveň gastronomie u nás doma. Za posledních dvanáct let zde došlo k výraznému posunu.



Otakar Špetlík, ředitel Obchodní akademie a Hotelové školy Tumov

Hrdost je namístě. Českou kuchyni bych ale specifikoval možná jinak než většina ostatních. Typicky česká kuchyně existuje pouze v některých vyhraněných oblastech a dělají ji pouze v některých restauracích. Česká kuchyně se obdobně jako francouzská a další internacionalizuje. To je jednoznačný trend. Pokud naši kuchaři a cukráři sbírají úspěchy na mezinárodní scéně, není to ani tak kvůli české kuchyni, ale díky nové, internacionální, prezentované českýma rukama a tvořivostí. V naší škole se poměrně dost věnujeme kuchařině. Svědčí o tom úspěchy našich studentů v soutěži Gastrojunior. V roce 2001 to bylo zlaté umístění mezi nejlepšími šesti a letos na jaře to bylo druhé místo v republice, kdy se nám podařilo prolomit hegemonii reprezentantů mezinárodních hotelů.

Michal Bakalík, ředitel hotelu Synot, Staré Město

Česká gastronomie je významnou součástí světové, což v minulosti prokazovala a i dnes prokazuje čelními umístěními našich kuchařů a cukrářů na prestižních mezinárodních soutěžích a výstavách. Můžeme být ale hrdi i na svou kuchyni v každodenním gastroprovozu. Osobně působím v regionu Slovácko. Je to folklorně stále živý kraj. Nejen v oblasti hudebního, tanečního a výtvarného folkloru, ale i tradiční gastronomie. Slovácko je krajem dobrého vína a typické slovácké kuchyně. Vysoká obsazenost hotelu Synot vychází z několika aspektů a gastronomie mezi nimi sehrává významnou roli. Pokud hovořím s našimi hosty, ať už přijíždějí do regionu za jakýmkoliv účelem, povětšinou se vždycky těší na naši kuchyni.

Václav Svoboda, managing director restaurantu Hybernia, Praha

Bezesporu máme, protože v těchto oborech jsou Češi jedni z nejschopnějších lidí na světě. Sám se o tom denně na práci našich kuchařů a cukrářů přesvědčuji. Mají obrovskou invenci. Právě díky kuchyni a atraktivnímu prostředí Restaurant Hybernia získává další a další klienty.

Hotel „U koně“ jsem nebudoval pouze pro hosty

Zatímco mnohé z vesnických hospod jsou dávno za zenitem, pan Jaroslav Sapík kvůli jedné takové opustil Prahu, aby prokazoval, že svět velké gastronomie není dán ani polohou ani tradicí hojně ohvězdičkovaných podniků, ale že se nachází tam, kde lidé špičkově ovládají gastronomické umění.

Pane Sapíku, proč jste se rozhodl pro Klokočnou?

Hotel „U koně“ jsem nebudoval pouze pro hosty, ale i pro sebe. Předtím jsem pracoval jako šéfkuchař v hotelu Ambassador v Praze na Václavském náměstí. Strávil jsem tam téměř třicet let. Jezdil jsem po světě a hodně se věnoval špičkové gastronomii. Už jsem ale cítil velkou psychickou únavu. Ve velkém hotelu nejste s hosty v bezprostředním kontaktu. Tady ano. Tady má člověk u dobrých zákazníků přehled, co mají rádi. Jak jim vyhovět. Proto je možné jim vytvořit kvalitní domácké prostředí.

Poprvé jsem restauraci hotelu „U koně“ navštívil před třemi lety, a to díky panu ministru Jaromíru Císařovi v době, kdy jsem působil coby poradce místopředsedy parlamentního podvýboru pro obchod a cestovní ruch. Pan ministr zde pořádal malou oslavu při příležitosti schválení Zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, jehož bylo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR předkladatelem. Při té příležitosti jsem zde potkal spoustu známých (a to i ve smyslu významných) lidí, kteří zde v intimním prostředí vašeho podniku trávili příjemné chvíle se svými obchodními partnery a přáteli. Ani se doktoru Dvořákovi nedivím, že si otevřel pětihvězdičkový hotel v Mariánských Lázních (viz Všudybyl 9/2002 str. 16), když podnik, v němž jste před tím působil, přichází díky vám o klienty.

No tak ... To nepadá v úvahu! V centru Prahy bude vždycky dost atraktivních hostů. A navíc, z těch, které jsem znal z dřívějška, sem za mnou jezdí ani ne desetina. To jsou už noví lidé, kteří si k nám našli cestu. Oproti Praze je pro nás jedna věc zavazující. Přes Klokočnou nevede hlavní komunikace. Náš personál se proto musí snažit vycházet hostům maximálně vstříc, aby sem měli důvod zajet a následně se vracet. Je to tu trochu složitější, ale o to hezčí.

Orientujeme se na lidi (jedno z které oblasti podnikání či profese), kteří ze sebe čas od času potřebují setřást tíhu velkoměsta. Proto jsme se zde v Klokočné, v klasickém venkovském prostředí a snadné dojezdové vzdálenosti od Prahy, rozhodli vytvořit podmínky pro jejich relaxaci. Včetně dobrých gastronomických podmínek, aby se dotyčnému vyplatilo k nám na venkov jet. Nejen proto, že se u nás dobře nají, ale i trošku zklidní.

Založili jsme tu sdružení osmnácti obcí „Region Ladova kraje“. Iniciovali vznik cyklistické stezky, a já, už proto, že jsem z gastronomie, se snažím, aby se v každé z členských obcí dělaly nějaké speciality. Aby si cykloturista řekl: „Támhle u Sapíků si dám Ladův plněný kotlet, u Sejků zabijačku ...“ Tak nějak by to mělo vypadat.

Proč jste se upsal kuchařskému umění?

U mě to bylo možná přímočařejší než u mnoha kolegů. Patřím k deváté generaci v řadě, která se věnuje pohostinství. Narodil jsem se v restauraci a odmalinka v ní celý život žil. Pro mne jít do učení nebyl přechod. Pouze jsme změnil domov za zaměstnavatele. Pocházím z Moravy. Děda měl čtyři dcery. Ty za socialismu nesměly pracovat pohromadě. Každá měla jednu restauraci a moji rodiče další, takže jsme již tenkrát v Brně vytvořili řetězec pěti restaurací. Ve všech se dobře vařilo, bylo čisto a pořádek. Potom jsem měl obrovské štěstí, že jsem nastupoval do Ambassadoru. Potkal jsem se tu s garniturou kuchařů, kteří měli obrovské zkušenosti ještě z první republiky. Ale byli tu už i noví lidé, kteří nám předávali zkušenosti ze světa, jako pan Štětina nebo Filip. Všechno to byli odborníci, kteří to tlačili správným směrem. Myslím, že už tehdy, v takovýchto pražských podnicích, nebylo, co se gastronomie týče, příliš rozdílu mezi Západem a Východem.

Když jsem před šéfkuchařem Francouzské a Plzeňské restaurace Obecního domu v Praze Jiřím Králem nadhodil provokativní rčení, že česká kuchyně je: nezdravá, těžká, ale dobrá (2/2001 str. 18–19), odpověděl: „Lze to tak říci. Přesto, že ji odlehčujeme ... Ale má-li někdo rád bůček, těžko ho budete přesvědčovat, aby si dal něco jiného a chutnalo to stejně jako dozlatova vypečený vepřový bok s knedlíkem a zelím. Toto lze řešit střídmostí.“ Jak to řešíte vy?

Také k nám na jídlo chodí mnoho lidí, kteří dbají na svoji životosprávu a na rovnováhu příjmu a výdeje energie. Je jasné, že když ke mně přijde někdo, kdo např. dělá v bance, nebude mít chuť na sedm knedlíků, ale dá si kvalitní svíčkovou omáčku, která nebude zahuštěná moukou, lehké knedlíky – dva tři, k tomu ne moc prošpikované maso. I česká kuchyně se dá dělat na úrovni zdravé racionální výživy.

Sám jste coby kuchař sjezdil celý svět a není vás možné podezírat, že neovládáte mezinárodní gastronomii. Kam ve srovnání s ní podle vás kráčí naše, česká?

Všichni mí kolegové ví, že jsem tvrdým zastáncem české kuchyně. Česká gastronomie je velice dobrá. Ale bylo zde poválečné období a s ním nedostatek surovin, předělávaly se normy, na nichž se posléze negativně podepsala i epocha socialismu. Pravá, klasická česká kuchyně je hodně podobná francouzské. K té se dnes opět přibližuje, protože jsou zde opět k dostání všechny potřebné suroviny. Česká se dá dělat na stejně špičkové úrovni jako francouzská nebo italská. Jsem přesvědčen, že kuchyně se nedají škatulkovat. Buď je kuchyně špatná, nebo dobrá, a je jedno, kterému národu či zemi je přisuzována. Záleží na přístupu a dovednosti personálu, kvalitě a zpracování surovin.

HOTEL „U koně“
Rodina Sapíkova
Klokočná 8, tel./fax: 323 641 186

Královská přehlídka lanýžů a italských vín

se uskutečnila 13. 11. 2002 večer ve Francouzské restauraci v Obecním domě v Praze. Menu pro tento příjemný večer sestavil šéfkuchař Francouzské restaurace Jiří Král se svým týmem, vína a lanýže dodávané firmou Cortelazzi hosté ochutnávali pod taktovkou Ing. Vladimíra Orčíka a Enrico Prozera.

FRANCOUZSKÁ RESTAURACE
v OBECNÍM DOMĚ

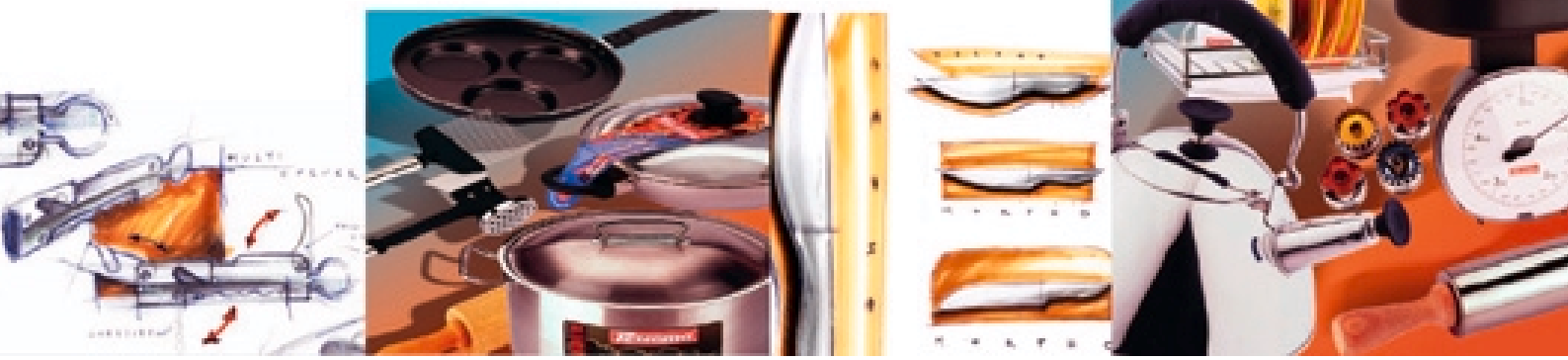
>> www.frenchrest.obecnidum.cz

Cortelazzi Praha s.r.o.
Nademlejnská 1a, 198 00 Praha 9
tel.: 281 861 525, 281 862 467
fax: 281 862 693

- Dovážíme čerstvé i sterilizované lanýže a veškeré další výrobky z lanýžů
- Spolupracujeme při vytváření lanýžového menu, a to i pod vedením našeho šéfkuchaře s odbornou instruktáží
- Dodáváme kompletní výběr italských potravinářských výrobků, čerstvých i konzervovaných
- Nabízíme vysoce kvalitní italská vína
- Zařízení pro pizzerie a italské restaurace

Veškeré informace o lanýžích vám podá ***Enrico Prozer*** *mobil: 603 338 791*

O lidech, kteří dotahují věci do konce



Pane Vaculíku, značkové nádobí TESCOMA je vyráběno tak, aby přečkalo věky.

Nerezové nádobí sice není věčné, ale vydrží minimálně dvacet až třicet let. I když kvalitní nerezové nádobí vydrží třeba i celou generaci, je dokázáno, že většina domácností si nádobí obměňuje asi za pět let. Není to tím, že by nádobí nevydrželo déle, ale je to snaha lidí, kteří rádi a dobře vaří, o modernizaci svých kuchyní a domácností.

Ale Jára Cimrman prohlásil, že: „Budoucnost patří aluminiu!" Údajně inspirován Karlem Marxem, který (tuším ve dvě hodiny odpoledne) před výlohou hračkářství, v níž se proháněl elektrický vláček, prorocky pronesl cimrmanovsky geniální: „Budoucnost patří elektrické jiskře." Nám oběma je ale určitě jasné, kdo koho inspiroval. Jak je to s aluminiem v potravinařině?

Na rozdíl od Járy Cimrmana, kterého mám rád, to v kuchyních bude trochu jinak. Již před několika lety nastoupil trend nahrazovat aluminiové nádobí, zejména v profesionálních kuchyních, nerezovým. Důvod je především hygienický. Není to o tom, že by aluminium bylo škodlivé, ale je to otázka tvrdosti materiálu. Aluminiové nádobí se brzy poškrábe a v nerovnostech se zachytávají nečistoty, které v myčkách nelze umýt. Především z toho důvodu, ale také pro další užitné vlastnosti, se nerezové nádobí stává celosvětovým trendem.

TESCOMA září na nebi prestižních firem, jako by tam byla odnepaměti. Kde se tam vzala?

Tak (jako v jednom filmu) to vám můžu říci naprosto přesně. TESCOMA vznikla v roce 1992, kdy dnešní spolumajitelé, pan Petr Chmela a Jiří Vaculík, měli rockovou kapelu „Symfonic Rumpál". (Dnes se skupina jmenuje „Rumpál".) Přemýšleli, jak získat peníze na kvalitní hudební nástroje, a v té době, před deseti lety, přišel shodou okolností obrovský nárůst cen vody. Od myšlenky nebylo daleko k realizaci, a prostředkem k tomu se stal dnes již nepostradatelný spořič vody. S jeho distribucí začali oba společníci podomním způsobem a vysvětlovali byt po bytu jeho výhody a přednosti. Když oba zjistili, že o tento výrobek je nečekaný zájem, zaměstnali první obchodní zástupce. Ke spořičům začalo postupně přibývat další zboží do kuchyně a domácnosti. Postupně pro firmu TESCOMA pracovalo víc a víc obchodních zástupců a sortiment se rozšiřoval až do dnešní podoby komplexní nabídky výrobků do kuchyně.

Výrazný podíl na jakémkoliv úspěchu, včetně obchodního, sehrává organizace a zvládnutí lidské dimenze. Nepodceňování lidského faktoru. O chování lidí, obdobně jako o fotbalu, se říkává, že nemá logiku, což v politice dokazuje nejeden náš rybník, na němž si žáby již tradičně svým králem volí čápy. Naštěstí ve světě podnikání je souvztažnost cena – kvalita daností rovnocenně nekompromisní vůči všem účastníkům hospodářské soutěže. V podnikání, na rozdíl od politiky, jsou sympatie a přízeň cílové skupiny lidí faktorem, o nějž musí podnikatelský subjekt každodenně usilovat kvalitou organizace práce, zboží a prodejní cenou. Z tohoto pohledu je dnes město Zlín nejen městem Baťovým. O povídání si při příležitosti slavnostního otevření logistického centra a nového sídla společnosti TESCOMA jsem požádal vedoucího obchodního oddělení této firmy Dr. Ing. Ladislava Vaculíka.

Na základě čeho TESCOMA vybírá své zaměstnance?

Při obsazování funkcí ve firmě není výhradním kritériem, kdo má jaké vzdělání. Hlediskem je spíše to, co člověk dokázal, a u čerstvých absolventů škol, jakým dojmem působí. A zejména to, jakým způsobem jsou lidé schopni dotahovat věci do konce. Jestliže chcete firmu rozvíjet, musíte mít nejen dobrého ředitele, ale na všech pozicích lidi, kteří jakoukoliv věc, malou nebo velkou, dovedou úspěšně zrealizovat.

Již od roku 1994 se naše zboží distribuovalo pod značkou TESCOMA, ale opravdový zlom nastal před třemi lety, kdy za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu ČR vzniklo TESCOMA DESIGN CENTRUM. To, co nás odlišuje od konkurence, je především vlastní vývoj výrobků, který pochází z vlastního designérského studia. Vytvořil jej ing. arch. Petr Stibora a pracují v něm absolventi katedry designu Umělecko-průmyslové školy ve Zlíně. Takový přístup je v našem oboru ojedinělý i v evropském měřítku. Řekl bych, že letos, kdy jsme vytvořili více než dvě stě nových a inovovaných výrobků, začínáme sklízet plody této velké investice.

Dnes už nabízíte i speciální řadu nádobí pro kuchyně penzionů, hotelů, restaurací apod.

S nádobím „PROFESSIONAL" pro velkou gastronomii jsme začali letos od října. Vyvíjeli jsme jej zhruba půl roku, aby vyhovovalo nejen po stránce funkčnosti, ale také z hlediska ergonomie. Je určeno pro klasický i indukční ohřev. Oblast profesionální gastronomie vidím jako logické směřování značky TESCOMA. Cestovní ruch neznamená pouze památky a historii. Podle toho, jak turistům u nás chutnají naše české speciality, je to také o tom, že láska prochází žalud-

Sortiment značkových výrobků TESCOMA

TESCOMA je ryze česká firma zabývající se výrobou, prodejem a distribucí kuchyňských výrobků a potřeb pro domácnost. K nosnému sortimentu značkových výrobků patří především nádobí a výrobky do kuchyně z nerezové oceli, kuchyňské nože, příbory a ucelený sortiment kuchyňského nářadí a pomůcek do kuchyně. V nabídce firmy nechybí ani pánve a formy s antiadhezním povlakem, výrobky z plastu, dřeva a kuchyňské doplňky.

Dominantní na trhu kuchyňských potřeb

TESCOMA dodává výrobky do více než tří tisíc prodejních míst v Česku a Slovensku včetně největších obchodních sítí supermarketů a hypermarketů. V minulém roce se stala dominantním partnerem většiny odběratelů s rozhodujícím podílem na trhu kuchyňských potřeb. Každým dnem sílí její pozice také na trzích východní a západní Evropy. Kromě centrály ve Zlíně a expozitury v Praze má vlastní zastoupení na Slovensku, v Polsku, Itálii, Španělsku, Rusku a Ukrajině. Výrobky s logem TESCOMA lze stále častěji vidět v prodejnách a sítích největších hypermarketů v Německu, Portugalsku, Francii, Finsku, Estonsku, Lotyšsku, Litvě, ale také v Maďarsku a Bulharsku, Rumunsku, na Maltě či Kypru. Mezi další významné země, do kterých TESCOMA vyváží, patří Slovinsko, Chorvatsko, Jugoslávie a Bosna, Rusko, Bělorusko, Moldávie a Gruzie. S řadou výrobků pronikla na vzdálené trhy, jako je Indie, Mexiko, Ecuador, Uruguay, Libanon a Spojené arabské emiráty. TESCOMA podle nezávislých průzkumů patří mezi pět nejvýznamnějších evropských firem určujících trendy a vývoj na trhu výrobků s kuchyňskými a domácími potřebami.

Podstatou úspěchu

Podstatou úspěchu firmy TESCOMA je, kromě špičkové kvality a perfektního designu jejích výrobků, vyloučení zbytečných mezičlánků při prodeji. Obvyklý obchodní řetězec výrobce-dovozce-distributor vytváří TESCOMA kompletně sama. Tím se zboží vzdor nadprůměrné kvalitě může stát mnohdy cenově bezkonkurenční. Rozhodující podíl na úspěchu značky TESCOMA má vlastní designerské a vývojové studio. Téměř tisíc výrobků ročně je pravidelně zdokonalováno v souladu s potřebami zákazníků a vývojovými trendy. Před uvedením na trh jsou prototypy testovány v mnoha domácnostech i profesionálních provozech.

Diváci mohli shlédnout hudební vystoupení zpěvačky Alice Konečné

kem A dobré jídlo se pochopitelně nedá dělat na nekvalitním nádobí.

Váš sortiment není pouze v nerezu. Poplatni zdejším tradicím nabízíte i dřevěné zboží a pochopitelně široký výběr plastového, vyráběného kosmickými technologiemi.

Přeci jenom jsme u nás na Valašsku dál než před sto a více lety. Vařečky již nemusí být nutně dřevěné. Zákazník si může vybrat i jiné materiály. Posled-

Celou slavnost uvedla třemi skladbami Filharmonie Bohuslava Martinů Zlín

ní dobou je velmi oblíbený například nylon, který snese teplotu až 230 oC. Dalším materiálem je melamin, a k nejodolnějším kuchyňským nářadí se řadí silikonové. Plastové nářadí je hygienicky daleko lépe ošetřitelné než dřevěné. Dá se čistit manuálně i v myčkách. Ale pochopitelně do tradičních rustikálně laděných kuchyní dřevěné nářadí patří.

Na urbanistice Zlína, obdobně jako na Sezimově Ústí II, kde jsem prožil první část svého dětství, se výrazně podepsal vliv Tomáše Bati. 13. listopadu jste ve Zlíně slavnostně otevřeli své nové logistické centrum. I z jeho koncepce lze vysledovat jistou kontinuitu.

Zlín je totiž zvláštní město. Jeho počátky jsou svázány s rodinou Baťů. Na začátku 20.století zde bylo pouze pár dřevěnic, louky, seníky a salaše. Baťa sem zavedl nejen pásovou výrobu, v níž se vzhlédl u Forda, ale i urbanistický koncept a architekturu. S touto určitou tradicí souvisí i myšlení lidí, je zde hodně obchodních firem. TESCOMA se snaží na tuto tradici navazovat, a to jak koncepcí svého vývoje, tak systémem samotné práce. Chtěli jsme, aby logistické centrum TESCOMA zapadalo do původní architektury. I když se jedná o moderní budovu, kdokoliv sem přijde, může v ní objevit prvky Baťovy architektury.

Podílíte se na druhém nejsledovanějším pravidelném pořadu televize Prima.

Před dvěma lety se nám podařilo vstoupit do pořadu „Mňam aneb Prima vařečka“. Kompletně jsme změnili scénu televizního studia a významné prvky přinášíme i do dramaturgie. Přes týden má pořad sledovanost kolem pěti set tisíc diváků, o víkendu se šplhá téměř k milionu. Tato možnost je pro nás vhodnou příležitostí prezentovat nové linie kuchyňského nádobí a vybavení, jeho výhody, ošetřování a zásady správného používání. Ve spolupráci s TV Prima a Ottovým nakladatelstvím pak vznikla kuchařka, kde se prezentují nejúspěšnější televizní recepty. Nyní je na trhu její druhé pokračování „Mňam aneb Prima vařečka 2“, které navazuje na

Otevření nového centra TESCOMA WORLD se zúčastnil ministr průmyslu a obchodu Jiří Rusnok, který slavnostně přestřihl pásku.

loňský první díl, kterého se prodalo přes sto padesát tisíc výtisků.

TESCOMA je sponzorem prvoligového fotbalového týmu Zlína.

Ke sponzoringu fotbalového mužstva FC TESCOMA Zlín přispěla shoda okolností. Loni ještě druholigový tým se po šesti letech dostal do první ligy, a tím se otevřela možnost mediální prezentace spojená se zlínským fotbalem. Proto se TESCOMA ocitla v názvu

Jako vzácného hosta přivítal Jan Čenský také Jiřinu Bohdalovou

fotbalového klubu, který, jak věřím, bude dělat svými výsledky naší značce dobré jméno.

Na závěr mi dovolte položit ještě jednu „závažnou“ otázku. Kde berete inspiraci pro nové nápady?

Ne všechny dobré nápady musí nutně vznikat za pracovním stolem. To je samozřejmě známá věc a z tohoto důvodu (i když nejen proto) jsme založili sommelierský klub „VinZlin“ a podle počtu již degustovaných lahví začínáme být velmi konkurenceschopní.

➤➤ **www.tescoma.com**

Otevřeli U Pinkasů

Pouhých pět měsíců po zahájení rozsáhlé rekonstrukce byla 22. října po poledni znovu otevřena legendární pražská Restaurace U Pinkasů o jejíž historii a rekonstrukci jsme psali v sedmém vydání Všudybylu (str. 29) Společnost Adria-Neptun s.r.o., která je novým vlastníkem této vyhlášené restaurace, tak navazuje na slavnou tradici čepování plzeňského piva, kterou v roce 1843 založil první majitel Jakub Pinkas. Špičkově ošetřené a tradičním způsobem točené pivo U Pinkasů nabízejí ve třech podlažích.

➤➤ **www.upinkasu.cz**

U PINKASŮ

Turnov hostil celostátní soutěž středních odborných škol

Obchodní akademie a Hotelová škola v Turnově hostily 7. listopadu účastníky 5. ročníku celostátní soutěže středních odborných škol zaměřených na výuku cestovního ruchu. V Turnově se tak kromě domácích sešli reprezentanti a realizační týmy s doprovodem z Třebechovic pod Orebem, Žďáru nad Sázavou, Žatce, Jihlavy, Šumperku, Rýmařova, Náchoda, Prahy, Jablonce nad Nisou, Teplic v Čechách, Pardubic, Benešova u Prahy, Třebíče a z Frenštátu pod Radhoštěm.

Beaujolais villages nouveau 2002 v hotelu Expo, Praha

Stejně jako mnozí další po celém světě pozval i ředitel hotelu Expo****, Praha Zdeněk Chládek 21. listopadu na beaujolais villages nouveau 2002 na stovku klientů a obchodních partnerů do kongresového sálu v 5. patře. Co na tom, že tento rok bylo 21. listopadu v Praze NATO. Beaujolais villages nouveau je každý rok.

Klimatizované skříně EuroCave

Firma MIKA CZ na český a slovenský trh dodává francouzské klimatizované skříně EuroCave k uchování vína, sýrů a doutníků. Skříně dodává v různých barevných i v dřevěném provedení. Jejich technická data umožňují různé variace sestav. Do sklípků a domácích vinoték nabízí pak společnost MIKA CZ i skladové regálové systémy a speciální klimatizační jednotky.

Chce-li být kdo in

V posledních letech enormně narostla poptávka po instalacích klimatizovaných skříní ve firemních reprezentačních prostorách a v bytech. Prezentovat se kvalitním, správně ošetřeným vínem se stává nejen soukromou záležitostí, ale často už i věcí společenské prestiže, ať doma či při pracovních jednáních. Klimatizované skříně na víno jsou proto kromě restauračních zařízení čím dál více záležitostí i bytů a rodinných rezidencí. Klimatizované skříně francouzské firmy EuroCave jsou špičkovými zařízeními, které slouží nejen pro archivaci a ukládání vín, ale díky možnosti regulace teplot v jedné skříni od 6°C do 18°C se v nich dají uchovávat najednou vína bílá, růžová a červená a zároveň teplota odpovídá sommelierským zásadám pro podávání vína.

Klimatizované skříně

V nabídce firmy EuroCave je čtyřiašedesát variant výrobků s integrovanou klimatizací, které lze využít ve všech prostorách restaurace, bytu, sklepě nebo v garáži . Jejich modulární systém umožňuje instalovat jedno-, dvoj-, tří- nebo víceřadové, velké i komplexní nábytkové stěny. Coby vestavný nábytek se

dají sladit s téměř jakýmkoliv prostředím. Klimatizované skříně na víno je možné libovolně kombinovat s klimatizovanými skříněmi na sýry a na doutníky. Pohledem dovnitř se tak může potěšit oko každého gurmána, a přitom se podaří uchovat všechny, i ty nejcennější vlastnosti uskladněných pokladů. Nábytkové provedení je provedeno s největší pečlivostí z ušlechtilého dřeva. Doplňky a rozšíření dle přání zákazníka ve stejném stylu a barevném odstínu nejsou u EuroCave ničím nemožným. Zákazník si může vybrat dveře z masivního dřeva nebo z dekorativního kouřového skla s ochranou proti ultrafialovému záření. Může si vybrat mezi jednozónovou nebo vícezónovou skříní, skříní s barem, s přihrádkou na sklenice a mezi nejrůznějšími typy regálových systémů tak, aby výsledný efekt odpovídal jeho představám. Novinkou, kterou společnost MIKA CZ pro český a slovenský trh nabízí, je dřevěný modulový exkluzivní regálový systém pro sklep nebo degustační místnost. Dodávají i klimatizační jednotky pro místnosti až do 50 kubických metrů.

Kvalitní vína zaslouží kvalitní uskladnění

Na víno nesmí přijít denní světlo, ale zrovna tak by na něj nemělo přijít ani světlo z žárovek. Proto společnost MIKA CZ nabízí skříně s dveřmi s tvrzeného skla, s UV fitrem a chladným diodovým osvětlením, které vínům neškodí. Tyto skříně mají oproti ostatním chladícím skříním zhruba o padesát procent nižší spotřebu elektrické energie. Kvalitní vína si zaslouží kvalitní uskladnění, a také proto se lze s chladicími skříněmi EuroCave setkat v prestižních hotelích jako jsou např. Grandhotel Pupp Karlovy Vary, International Brno, Hoffmeister Praha, Palace Praha, Casino DUPLEX Praha, Restaurant Lví dvůr Praha a u stovky spokojených soukromých zákazníků.

MIKA CZ, s.r.o.
Černovická 2b
617 00 Brno
tel.: 545 234 507
fax: 545 234 508
e-mail: info@mika.cz
➤➤ www.mika.cz
➤➤ www.eurocave.cz

Jak se do lesa volá,
tak se z lesa ozývá.
České přísloví

Když si do Lesů zavoláte o kaviár

Kdo jiný by měl realizovat jeden z nejexcelentnějších potravinářských programů v České republice, zásobovat nejluxusnější restauranty, a to nejen na našem území, než Lesy Hluboká? A tak co se stane, když si dnes do Lesů zavoláte např. o růžový kaviár, jsem se zeptal generálního ředitele akciové společnosti České lesy a.s. Ing. Miloše Baláka.

Lesy Hluboká nad Vltavou a.s. si asi nezaslouží až takovouto vizitku, ale pravdou je, že produkujeme potravinu, která svými parametry přesahuje nejen rámec České republiky, ale i Evropy. Je jí lososový kaviár Imperátor. Technologie jeho výroby je nejen naší chloubou, ale i strategickým trumfem oproti ostatním producentům tzv. „růžového kaviáru“.

O kaviáru IMPERATOR jsme již v článku „Jak má chutnat kaviár“ velmi barvitě rozprávěli s Ing. Eduardem Levým. Ostatně právě o vydání tohoto Všudybylu (7/2001 str. 24–25) byl obzvláště velký zájem. S vaším kaviárem se lze setkat v hotelích, jako jsou Inter.Continetal, Holiday Inn, Grandhotel Pupp, u renomovaných caterérů obsluhujících belgické krále, japonské císaře apod. Kromě kaviáru se prý chystáte pokračovat nastoupeným směrem produkcí dalších exkluzivních gastronomických komodit, a to za účinného přispění odpadního tepla blízké světově známé elektrárny.

Ano. Ta elektrárna se jmenuje Jaderná elektrárna Temelín. V současné době máme zpracovánu předprojektovou dokumentaci využití odpadního tepla pro ohřev vody farmy intenzivního chovu krevet a mořských ryb. V blízkosti elektrárny jsme odkoupili část pozemků. Technologická a marketingová studie projektu se momentálně zpracovává v zahraničí. Produkce farmy by v první fázi měla dosahovat čtyř set tun, což je pro český trh poměrně vysoké číslo. Znamená to, že minimálně 70 % až 80 % produkce bude určeno na export.

A když si do Lesů zavoláme o vynikající červená vína?

Jsme výhradním dovozcem makedonských vín z oblasti Povardarie. Dovážíme je ve spolupráci s firmou Saveli Hradec Králové. Vozíme kolem sedmi druhů, lahvované i v cisternách.

Odborníci oceňují jejich vysokou a stabilní kvalitu. Vínům byla udělena řada prestižních ocenění. Velký zájem obchodníků poutá pochopitelně nejen vysoká kvalita, ale i cenové relace poplatné poměrům země původu.

Vzhledem k tomu, že jsme si v české kotlině úspěšně vyvraždili velké predátory (pochopitelně pouze v přírodě), museli jejich roli nahradit lidé. Ostatně není tomu tak dávno, co jsem rozverně rozprávěl s jedním velmi úspěšným kamarádem z velkého byznysu, který se svěřoval, že by si rád tady někde na léto koupil loveckou chatu. Přesto, že se bezesporu dominantně zabýváte i lesním hospodářstvím, další oblastí, spadající spolu s gastronomií do byznysu cestovního ruchu, je lovecká turistika.

Jedna z našich společností ze skupiny podniků České lesy a.s., Lesy Hluboká nad Vltavou a.s. spravuje přímo zde v Hluboké nad Vltavou bažantnici. Intenzivně tu chováme bažanta obecného a kachnu divokou. Lovecká turistika má obrovskou tradici. Sahá až do schwarzenberských dob, kdy zámek Hluboká nad Vltavou, potažmo blízký lovecký zámeček Ohrada, byly letními sídly, která sloužila této (tehdy) panské zábavě. Dnes je lov koníčkem, který někoho oslovuje, někoho ne. V každém případě je přínosem pro ekonomiku nejen naší společnosti. Lovečtí hosté do našeho regionu přivážejí peníze z Německa, Rakouska, Ruska, Kanady, USA a mnoha dalších zemí. Poptávkou po doprovodných službách a zboží vytvářejí podmínky pro vznik a udržení podnikatelských a pracovních příležitostí tady na Hluboké i v okolí.

➤➤ **www.caviar.cz**

Lanýž je diamant kuchyně.
Alessandro Dumas

Pro Italy je jídlo potěšením života

Společnosti Cortelazzi Group, mezi něž patří v Česku působící Cortelazzi Praha s.r.o., Ital Sýr a C.E. Consulting Praha s.r.o., se specializují na potravinářský sektor. Jejich cílem je v duchu italské tradice přispívat k rozšíření chutí a kvality italských specialit za hranice Itálie. Neuspokojují se pouze výběrem nejlepších italských potravin a jejich uvedením na trh, ale díky pozitivním zkušenostem se rozhodli osamostatnit ve výrobě pro zahraniční trhy a seznamovat veřejnost s nejtypičtějšími výrobky italské kuchyně.

Ředitelka firmy Cortelazzi Praha Silvie Cortelazzi společně s Ing. Vladimírem Orčíkem (napravo) a Enrico Prozerem (nakevo) zahajují „Královskou přehlídku lanýžů a italských vín“ ve Francouzské restauraci v Obecním domě v Praze (13. listopadu 2002).

Ředitelky firmy Cortelazzi Praha slečny Silvie Cortelazzi jsem se zeptal, díky čemu jejich firma objevila Česko.

Původně jsme chtěli začít v Rumunsku, ale situace tam nebyla příliš příznivá. Dali jsme na doporuční zaměstnanců firmy Cortelazzi, kteří se na svých turistických cestách nadchli pro Českou republiku. Na setkání s Českem jsem se velmi těšila a rozhodně mne nezklamalo. Cortelazzi Group je rodinnou firmou. Existuje již třetí generaci. Založili ji moji prapradiče. Dědeček Cortelazzi oblast jejího podnikání rozšířil o prodej uzenin. Poslední majitel, můj otec Ernando Cortelazzi, pak o celkovou službu v široké škále sortimentů na poli gastronomie. Naše firma dokáže s poměrně malým počtem lidí úspěšně zvládat to, co jiné, mnohem početnější. Cítíme se zde jako doma, stále jako rodina, a máme chuť obchodně expandovat.

S reprezentantem vaší firmy panem Enricem Prozerem jsem se poprvé potkal ve Francouzské restauraci v Obecním domě v Praze na předpremiéře prezentace italských vín a lanýžů.

Co se týká vín, které jsme měli tu čest prezentovat ve Francouzské restauraci při příležitosti galavečeře z lanýžů, záměrně jsme vybrali vína rodiny Cassata Monfort, což je rovněž rodinná firma. Nabízí špičková vína, je stabilním dodavatelem a je zárukou vysoké kvality. Nejen v současné době a v Itálii, ale všude na světě je důležité vybírat si takové obchodní partnery, kteří vám zajistí kontinuitu dodávek, tzn. abyste jeden rok nenabízeli vína, která již další nebudou k mání, nebo jejichž kvalita bude kolísat. Právě v tomto případě je vše garantováno seriózností a vysoce kultivovaným charakterem rodiny Cassata Monfort. Nejde nám pouze o obchod, ale i o charakter. Když vezmete třeba špagety, můžete nabídnout různé druhy a velikosti, ale pokaždé to lidé znají jako špagety. Když ale určité víno nabídnete do hotelů a ono se tam zavede, nemůžete druhý rok říci, že tato vína již nejsou. U vín vždycky musí být cosi, co udržuje charakter a věrnost.

Proč jste se ve Francouzské restauraci v Obecním domě v Praze rozhodli prezentovat lanýže?

Protože tento výjimečný podnik zasluhuje něco výjimečného. Vždy, když je něco výjimečné, je to přitažlivější, než to, co je běžně dostupné. Výjimečnost lanýže, i když je to v houba, je dána tím, že si o něm lidé myslí spoustu věcí, z nichž mnohé spadají do sféry báchorek. Specifičnost lanýže je v naprosto fantastické chuťové nezaměnitelnosti. Na každého působí poněkud jinak. (Podle toho, jak zkažené má chuťové pohárky.) Disponuje celým spektrem chutí. Uznávali jej již antičtí římští císaři. Dnešní skutečnost je ale mnohem lepší. Především není cenově nedostupný. Jsou druhy, které v podobě pomazánek a omáček může konzumovat i obyčejný smrtelník, zejména z letního černého lanýže.

Jak se lanýže hledají?

Za pomoci psů či vepřů. U pejsků to zpravidla nebývá žádná výjimečná rasa. Nejlepší bývají pouliční směsky – oříšci. Svému majiteli dokáží vyhledat lanýže v hloubce až půl metru pod zemí. Psi jsou, narozdíl od vepřů, přátelštější, protože dokáží lanýže najít, ale už jej neponičí, kdežto pokud coby prospektora máte prasátko, musíte jej ve finále přeprat a lanýže mu vzít. Občas se stává, že prase vítězí.

Jak se vám žije v Česku?

Získala jsem zde obrovskou zkušenost, osobní i profesní. Zamilovala jsem se především do Prahy. Praha je nádherným městem. Česká republika nabízí mnoho možností. Je zde spousta krásných restaurací, dobře se mi tu pracuje. Možná, že občas dochází k jistým střetům mezi naší italskou mentalitou a českou, ale to naprosto nezpůsobuje žádné problémy. Velkým zadostiučiněním správné volby – jít do Česka – jsou velké možnosti šíření naší italské kuchyně a potravinářských produktů. Je příjemné vidět, jak pozitivně je zde italská gastronomie přijímána.

Ano, italská kuchyně má v Česku skutečně vysoký kurs. Co ale říkáte české?

Česká kuchyně je dobrá, ale poměrně hutná, obzvláště pro nás, kteří přicházíme se země, kde je nabídka lehčích jídel daleko rozmanitější. Navíc u nás s jídlem nikam nespěcháme. Naše stolování je posvátné. Jít s přáteli na večeři či oběd je o tom, mít nejen gastronomický, ale i společenský zážitek. Rozprávět a k tomu konzumovat dobroty. Pro nás Italy je jídlo jedním z potěšení života.

FOOD SERVICE CATERING
Cortelazzi Praha

>> www.cortelazzipraha.cz

Legendární grál čejkovických chodeb

Historie templářských sklepů v Čejkovicích sáhá až do XIII. století. Je spojena s příchodem řádu templářských rytířů v roce 1232 z Francie. Ti v Čejkovicích současně s tvrzí vybudovali vinné sklepy, o jejichž mohutnosti dodnes kolují legendy. V roce 1936 vinohradníci v Čejkovicích založili vinařské družstvo, které si sklepy pronajalo. Činnost družstva však byla násilně ukončena komunistickým režimem v roce 1952. Až do jara 1994 zde "hospodařil" státní statek. V rámci privatizace přebralo sklepní hospodářství obnovené vinařské družstvo. To navázalo na úspěchy z minula. Vhodné klimatické a geografické podmínky pro pěstování révy v návaznosti na tradici kvalitního zpracování a uchování vína v templářských sklepích tak opět řadí Čejkovice k nejvýznamnějším vinařským místům.

S farmářskými družstvy se můžeme setkávat již sto padesát let nejen v západní části evropského kontinentu, ale i v USA, a to dodnes. Po převratech na našem území vždy padly zábrany. Kdo rychle krade, dvakrát krade, bylo zákonem i po osmačtyřicátém roce. „Ekonomická transformace" opět doběhla právní, a čejkovické družstvo majitelů – vinařů bylo zlikvidováno. Ředitele současného vinařského družstva Templářské sklepy Čejkovice Ing. Pavla Pastorka jsem se v adventním, předvánočním čase zeptal, proč se rozhodl věnovat téměř veškerou svou energii obnovení tradice produkování kvalitních vín v Čejkovicích.

Každý člověk, když vyrůstá, má přerůzné představy, co by chtěl dělat. Většinou je to široké spektrum povolání a předmětů činností. Původně jsem si nemyslel, že ze mě bude zemědělec. Nicméně v tomto prostředí jsem vyrostl a po vystudování zemědělských škol jsem nastoupil jako technik v zemědělském družstvu. Tím pádem jsem byl naplno vtažen do víru zemědělské prvovýroby a souvisejícího koloběhu dění na vesnici. Čejkovice jsou obcí s jednou z nejdéle historicky dokumentovaných tradic pěstování vinné révy a výroby vína na Moravě. Obnovení družstva vinařů jsme proto chápali jako jejich pokračování. Na mne pak připadlo být ředitelem obnoveného spolku včetně řešení obrovského balíku problémů a nepochopení týkajícího se znovurozjetí firmy. I přes hektičnost doby jsem si vždycky našel čas, abych si uvědomoval, že po staletí opakující se dění v přírodě je pro nás obrovskou inspirací. Pohybuji se ve společnosti lidí, pro něž se víno stalo nejen předmětem živobytí, ale i koníčkem a osudem. Je nás zde zhruba sto šedesát soukromých vinohradníků a jsme jediným zpracovatelským družstvem na zpracování hroznů a výrobu vína v rámci celé České republiky. Takováto uskupení v zahraničí fungují dodnes a jsou jedním z ekonomických pilířů celého agrárního sektoru tamních států.

Čejkovice jsou nejen malebnou a výsostně vinařskou obcí, ale pokud použiji terminus technicus i turistickou destinací s nadstandardní infrastrukturou cestovního ruchu.

Čejkovice mají z hlediska geografie cestovního ruchu velmi výhodnou polohu. Nacházejí se deset kilometrů od dálnice Brno-Bratislava (sjezd na Velké Pavlovice), 20 km od hranic s Rakouskem. Na nedostatek návštěvníků si rozhodně nemůžeme stěžovat. Jsme tomu rádi a snažíme se v obci přiložit ruku k dílu, abychom mohli turistům nabídnout co nejvíce v co nejvyšší kvalitě. Pochopitelně, nejstarší strategickou pamětihodností, spolu s tvrzí, jsou templářské sklepy. Rozšiřujeme ale i počet a délku vinařských turistických a cykloturistických stezek. Snažíme se zvýšit zdejší celkovou ubytovací kapacitu, aby nebyla vázána pouze na Hotel Zámek. Pořádáme kulturní i společenské akce, které mají podtext vína a vinohradnictví. Pokud vzpomenu Čejkovické vinné trhy se sedmiletou tradicí, ty se každoročně konají v druhé půlce května. Jsou svátkem milovníků dobrého vína, kteří si mohou vybrat z velkého množství druhů a ročníků. Jsou to ale i výstavy vín a odborné přednášky. Pro širší veřejnost pak národopisné slavnosti jako např. tradiční hody. Pochopitelně, Čejkovice jsou pro návštěvníky nejlákavější v období vinobraní a burčáku. Jak známo, burčák se nesmí vozit, za burčákem se musí přijet. V čase burčáku bychom proto potřebovali, aby den měl alespoň čtyřicet hodin.

Víno díky vám, sdruženým vinohradníkům, opět dozrává ve sklepech, které byly za tímto účelem vykopány před více než 750 lety.

K historickým chodbám se vztahuje řada legend a pověstí. Také k hluboké studni na tvrzi, k samotné obci Čejkovice a jejímu okolí. Templářské sklepy byly na tehdejší dobu něčím naprosto výjimečným. Dnes je přístupný komplex více než šesti set metrů chodeb. Legendy zmiňují, že vedly až na Slovensko do města Skalica, které je odsud vzdáleno 24 km. Má to jistou logiku, protože Skalica byla opěrným bodem na jantarové obchodní stezce. Pověsti se vztahují i k zaniklým vsím v okolí. V Dolních Bojanovicích, které jsou zhruba 10 km vzdáleny, se rovněž nachází sklep s obdobnou charakteristikou klenby o délce několika desítek metrů. Každý návštěvník se může přesvědčit, že templářskými sklepy může projet ozbrojenec na koni či vůz naložený zbožím. Proč je řád templářů takto dimenzované vybudoval, je nabíledni, ačkoliv ve středověku nemohl předpokládat, že budou jako úkryt civilní obrany sloužit i v našem věku. Jedna z chodeb, která se jmenuje Křivá (což dokumentuje několikeré lomení), zřejmě měla i obranný význam. Jedna z pověstí říká, že někde v labyrintu čejkovických chodeb je uschován legendární grál templářských rytířů.

Před nějakým časem jste se rozhodli investovat do ambaláže včetně etiket z ručního papíru. Jak se tato nemalá investice osvědčuje?

Před půldruhým rokem jsme se začali vážně zabývat myšlenkou, co udělat pro to, abychom svá vína obchodně zatraktivnili. Proto jsme se rozhodli zapracovat na designu. Jak se říká, obal prodává. Spolupracujeme s designerskými studii, s historiky a heraldiky, abychom věrohodně dokázali představit spotřebiteli kvalitu naší lokality. Podle obchodního

Templářské
Sklepy Čejkovice
1248

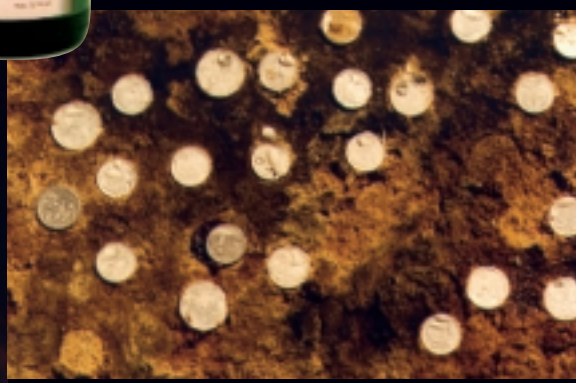
z celostátní otevřené mezinárodní výstavy vín, z Brna z Vinexu atd.

In vino veritas – ve víně je pravda. Jsou ale všechna moravská a česká vína vpravdě moravská a česká?

Vína z Templářských sklepů Čejkovice rozhodně ano. Co se ale týče produkce vinic, polovina vína realizovaného na českém trhu se musí dovézt, protože vinice České republiky jej nejsou s to vyprodukovat v dostatečném množství. Jižní Morava patří k nejseverněji položeným oblastem pěstování vinné révy. Z toho plyne snaha, aby v rámci integračních jednání byly naše vinice zařazeny do „zóny A“. Naše klimatické a půdní podmínky jsou jedinečným předpokladem pro produkci bílých vín tak, jak je známe - efektu to byl jednoznačně krok správným směrem. Změnili jsme typ lahve, vizáž etiket s tím, že jsme vsadili na zvýraznění historie templářských sklepů. Některé partie vín jsou navíc označovány originální pečetí a u některých řad s limitovanou produkcí jsou etikety označovány pořadovými čísly, abychom zákazníkům zaručili co nejvyšší jedinečnost produktu.

Vaše vína již na výstavách a soutěžích získala nejedno ocenění. Kterých si nejvíce vážíte?

Každého. Nejenom formou medaile, diplomu, plakety. Nesmírně mne těší neformální ocenění spotřebitelů, kdy nás informují, že jim naše víno velmi chutnalo, že se víno líbilo jejich přátelům či hostům apod. To jsou pro nás ocenění, která se nedají vyvážit plaketou či medailí. Ale pokud jsem zmínil tato oficiální, zúčastňujeme se řady výstav a vozíme z nich i tato ocenění. Např. z Valtických vinných trhů, ale i ze zahraničí z italského Tramínu, ze Slovenska z Prešova nebo ke sladění charakteru aromatických látek a kyselin. Tím jsou naše vína charakteristická, výjimečná a nenahraditelná. Bylo by obrovskou chybou, kdybychom si svoji jedinečnost nechali vzít nebo ji dovolili utlumit v zájmu byznysu povětšinou nadnárodních koncernů (zabývajících se na našem území distribucí levnějších importovaných vín) či pod záminkou vstupu do Evropské unie.



Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo
696 15 Čejkovice
tel.: 518 362 628, 518 362 801, 518 362 705
tel./fax: 518 362 628, mobil: 602 718 227
e-mail: info@templarske-sklepy.cz
➤➤ **www.templarske-sklepy.cz**

Firma, která slouží špičkovým kuchařům

Oblast profesionální gastronomie je neodmyslitelně spojena s přísnými hygienickými normami. Před Ing. Petrem Kubešem, CSc., jednatelem zastoupení předního světového výrobce profesionálních myček nádobí Winterhalter Gastronom pro Česko a Slovensko, jsem si ale na úvod dovolil poznámku, že Kubešova šumavská dechovka je rovněž velmi známá.

Kubešovu dechovku mám rád, i když to není můj příbuzný. Ale vážně, přemýšlím i o tom, že bych její nahrávky dával jako osobní pozornost obchodním partnerům. Mnoho z nich mne totiž začalo důvěrně oslovovat: „pane Winterhalter“. Často si ale řada našich partnerů jméno firmy spojuje s mojí rodinou z toho důvodu, že ve firmě Winterhalter Gastronom-CS, spol. s r.o. pracuji se svými syny a pracovala v ní i manželka. Naše firma vznikala před více než deseti lety podobně jako mateřská firma skutečného pana Winterhaltera. Ten také začínal sám s manželkou. Dnes jsou vedoucí firmou na evropském trhu profesionálních mycích strojů. My jsme rovněž začínali doma. Vystěhoval jsem jednu místnost, skladoval myčky v garáži a náhradní díly ve sklepě. Rozvoj firmy je vidět a chystáme to tak, aby byl vidět ještě více.

Takže de facto „Kubeš & synové“ s nemenší rodinnou razancí šíří proslulost značky Winterhalter.

Jako všechno na světě je to shoda náhod. V tomto oboru dělám dlouhou dobu a firmu Winterhalter Gastronom GmbH jsem znal z dřívějška jako jednu z kvalitních a solidních zahraničních firem. Nabídka na spolupráci mne zaujala v době, kdy mne ani nenapadlo, že budu jednatelem jejího zastoupení. Takže ano, k dnešnímu dni světově uznávanou

značku Winterhalter na českém a slovenském trhu úspěšně prosazuje také naše rodina.

Vašimi zákazníky nejsou pouze velkokapacitní kuchyňské provozy, mezinárodní hotely, velké restauranty, nemocniční, závodní kuchyně apod., s nimiž se dá dělat byznys ve velkém. Pokud se pohybuji v terénu, setkávám se se značkou Winterhalter i v řadě penzionů, bister a vesnických hospod.

Je to tak. Na českém a slovenském trhu působíme více než deset let. To takové, řekl bych, „stavění dálnice z kamínků“ bylo velmi náročné. I když jsme aktivity začínali ve velkých podnicích mezi top managery, kteří značku Winterhalter znali, postupně jsme se dostávali do povědomí dalších profesionálů. Velmi často to jsou, zrovna jako my, rodinné firmy, které uvažují v dlouhodobých, vícegeneračních perspektivách – zajistit svým dětem budoucnost.

Když si chcete udělat radost, co děláte? Kam si zajdete?

Mou největší radostí jsou vnouček a vnučka, a tak se jim věnuji. Čas od času si ale zajdu i do nějaké hospůdky. Musím říci, že rád chodím tam, kde mají naše myčky, protože k takovému podniku mám větší důvěru. Už jsem víc gurmán, protože jsem pán v letech. Dřív jsem snědl jídelní lístek odshora dolů. Dnes si dám raději něco v menším množství, ale kvalitnějšího.

Jaká je perspektiva vašeho oboru z hlediska obchodu?

Každé podnikání je dobrodružství. Dnes to jde velmi dobře a jsem přesvědčen, že máme i dobré vyhlídky do budoucna. Ale jak mnoho, to se dá těžko odhadnout. Dnešní svět je rychlejší, propojenější. Řadu věcí nejsme s to ovlivnit. Ale tendence směrem k cestování, poznávání, k využívání volného času sílí a budou sílit. Poslední dobou jsme uvedli na trh myčky, které se téměř hodí i do domácností. I u nás je jistá skupina lidí, kteří se rádi setkávají. Mají slušné zázemí, bazény a na party k nim chodí více lidí. Myslíte, že se jim vyplatí mýt nádobí v myčce pro domácnost a čekat na skleničku dvě hodiny?

Oblast gastronomie vidím z dlouhodobého hlediska jako perspektivní, s vzestupným trendem, ale těžko se dá odhadnout strmost vzestupu. Klíčem k úspěchu bude vždy kvalita. Snažíme se, aby se díky našim službám, prostřednictvím čistotou zářícího nádobí a skla, dostala až k hostovi. Aby povědomí kulturnosti v gastronomii bylo větší než v intencích štětky na mytí pivního skla.

Česká gastronomie a její představitelé včetně národního reprezentačního týmu kuchařů a cukrářů jsou v zahraničí velmi úspěšní, ale že by o jejich úspěších byla veřejnost adekvátně informována, to ani náhodou.

Nejen špičkové výkony našich kuchařů a cukrářů

v zahraničí, ale celá oblast cestovního ruchu není v Česku vnímána jako důležitá. Vzdor tomu, že okolním zemím, už jen díky obecnému povědomí o ekonomických přínosech turismu, přináší obrovské sumy. Co se týče firmy Winterhalter Gastronom, právě přes kvalitní jídla šéfkuchaře (a že jich znám osobně mnoho) se dostáváme ke konečnému spotřebiteli. Jsme firmou, která slouží špičkovým kuchařům.

Winterhalter Gastronom-CS
Černokostelcká 65, 251 01 Říčany u Prahy
tel.: 323604537, fax: 323604536
e-mail: winterhalter@winterhalter.cz
➤➤ **www.winterhalter.cz**

Winterhalter Gastronom je výrobcem profesionálních myček nádobí. Neustálé inovace jej přivedly k vedoucímu postavení na trhu se zařízením pro hotely, restaurace, pekárny, cukrárny, řeznictví, závody společného stravování (školní a závodní jídelny) a ostatní gastronomické provozy. Winterhalter Gastronom CS, spol. s r.o. dodává mycí stroje včetně systémů kompletních dodávek a komplexního sortimentu příslušenství pro profesionální kuchyně. Jde o myčky na sklenice a myčky pro bistra, myčky na nádobí a myčky kuchyňského nádobí k zabudování do linky, průchozí myčky na nádobí (přímé i rohové provedení); myčky na černé nádobí pro mytí hrnců, gastronádob, kuchyňského nádobí, přepravek, plechů; mycí stroje s automatickým posuvem košů; a to vesměs s inteligentní elektronikou a inteligentním diagnostickým systémem, dále pak stoly, podstavce, koše do myček, třídicí stanice a další příslušenství; mycí a oplachové prostředky určené pro mytí v profesionálních mycích strojích. Winterhalter Gastronom vyvíjí a dodává zařízení na úpravu vody pro myčky nádobí a sklenic, které odstraňují usazeniny vápna a kotelního kamene při vyšší tvrdosti vody. Zařízení na částečné či úplné odsolení vody se používají tam, kde jsou kladeny vyšší nároky na výsledky mytí a nestačí použití změkčovače. Zatím nejdokonalejší alternativa úplného odsolení vody je zařízení pracující na principu reverzní osmózy, které při stejném výsledku úpravy, zvláště při velmi tvrdé vodě, pracuje s nízkými provozními náklady.

Mezi zákazníky firmy Winterhalter Gastronom CS, spol. s r.o. patří hotely: Holiday Inn Brno, International Praha i Brno, Bohemia Gold Český Krumlov, Corinthia Towers Hotel Praha, Panorama Praha, Palace Praha, Holiday Inn Praha, Meteor-Best Western Praha, Regina Praha, Arnika Špindlerův Mlýn, Harmony Špindlerův Mlýn, Olympic Praha, Letiště Prahy Ruzyně, Grandhotel Pupp, Bohemia lázně Karlovy Vary; pražské restaurace: Flambee, U Vladaře, TGI Friday's, Staroměstská restaurace, U kamenného stolu, U Prince; restaurace Na Točně České Budějovice, síť restaurací Jarmark a Coloseum; Ministerstvo obchodu a průmyslu ČR, Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo dopravy ČR, Benzina Praha, řada závodních a školních jídelen, nemocnic atd.

winterhalter

Koníček osedlaný na celý život

Ruku v ruce se snoubí teorie s praxí, a přece je to docela něco jiného než sbírání vědomostí ve školních škamnách. Důvod? Jde o prestiž, o to být lepší než můj spolužák, dokázat především sám sobě, že už něco umím. A o tom to je…

Ve Středním odborném učilišti U Krbu v Praze 10 - Malešicích jsou soutěže důležitou součástí přípravy budoucích číšníků, cukrářů a kuchařů. Pro ty posledně jmenované se před nedávnem zvedla opona klání, které mělo jedinou podmínku – použít špenát či tvaroh při přípravě studeného pokrmu ve dvou verzích – degustační a aranžované přímo na prostřené stoly v jídelně učiliště. Možná vám chybí receptura, ta však byla výhradně plodem fantazie účastníků. Odborná porota při konečném hodnocení samozřejmě oceňovala dodržení soutěžních podmínek: vzhled, nápaditost a úpravu včetně aranžmá. Na jednom ze stolů byla jako součást aranžmá k vidění i láhev červeného vína v hodnotě 8000 Kč, leč největší úskalí představovala chuť pokrmu. A právě ta mnohé účastníky nakonec odsunula z vítězných příček. Důležitým aspektem při prezentaci byl název výrobku. Měl vyjadřovat použité suroviny, jeho povahu či chuťové vlastnosti, neboť host je tvor zvídavý. O originální pojmenování tak nebyla nouze. Palmu vítězství si odnesl Jaroslav Šebánek, žák druhého ročníku, leč slova uznání zaslouží všichni. Zvítězit chtěl určitě každý, ale zároveň každý všem jasně řekl: „Kuchařina není jen řemeslo, ale koníček, kterého jsem si na celý život osedlal.“ Však se v očích ředitelky Středního odborného učiliště Mgr. Hany Líbalové zračila nelíčená radost a zdravé sebevědomí. Nad tím, že má kolem sebe nejen schopné a učenlivé žáky, ale

také pedagogy a mistry odborného výcviku, kteří dovedou podobné akce zorganizovat. V letošním roce to potvrdili již počtvrté.

-mih-

InterContinental 4. listopadu

4. listopadu se po dokončení obnovy interiéru hotelové haly a Duke's Bar & Café uskutečnilo znovuotevření hotelu InterContinental Praha. Tiskové konference pořádané při této příležitosti se zúčastnili ředitelé hotelu – generální, obchodní a technický.

➤➤ **www.interconti.com**

Kdo máš lucernu, jdi první.
Japonské přísloví

Personál, který vyzařuje ochotu splnit přání hostů

Holiday Inn Brno byl prvním zástupcem světového hotelového řetězce Bass Hotels & Resorts v České republice. Je situován v těsné blízkosti brněnského výstaviště, několik minut automobilem od středu města. Nabízí 195 elegantně zařízených dvoulůžkových pokojů a 10 apartmá, lobby bar, dvě restaurace s kavárnou, saunu, fitness, hlídané parkoviště apod. Je účastníkem programu Holiday Inn Conference Network, který garantuje hladký průběh seminářů, školení, konferencí a dalších společenských událostí. Disponuje třemi plně klimatizovanými salonky, které pojmou až 160 osob, a kongresovou halou s kapacitou až 600 osob.

Za to, jak Všudybyl vypadá, může vzdor mému vkusu paní Ivana Mitáčková a její brněnské grafické studio Imidea s.r.o. Ostatně, obdobně tak může i za nejnovější tvář reprezentativní publikace o Česku „Praha a perly České republiky“, která je o tři ligy krásnější než všechny předchozí. To zase vzdor Blance Langerové a jejím klientům. Bývá prospěšné dát na lidi, kterým je dáno vidět dál a jasněji než nám. Také proto jsem si dovolil coby motto použít japonské přísloví: „Kdo máš lucernu, jdi první.“ Zdařilý marketing je také o takové lucerně, za níž by mohl následovat úspěšný obchod. Obchodní a marketingovou ředitelku hotelu Holiday Inn Ing. Beatrici Putnovou jsem navštívil během jedné z četných návštěv Brna. V rozporu s obsahem úvodní meditace (kterou nemohla slyšet, protože jsem ji doplnil až poté v redakci) jsem rozhovor zahájil konstatováním: „Pokud kdekoliv vstoupíte do hotelu Holiday Inn, je to Holiday Inn. Takže hovořit o brněnském Holiday Inn, že by byl jiný...? Zkrátka je to luxusní čtyřhvězdičkový evropský hotel mezinárodní třídy. Ale přesto, od té doby, co jsem v něm byl naposledy, je ten váš jiný.“

Není tomu tak dávno, co jsme adaptovali jeho vstupní prostor. Měsíc máme zprovozněnu novou hotelovou halu. Stálí hosté, kteří k nám po letních dovolených přijíždějí, v ní přemýšlejí, jsou-li správně tam, kam měli namířeno. Jejich ohlasy napovídají, že jsme docílili větší útulnosti. Vstupní prostory jsme rozšířili, vybavili novým mobiliářem a interiéru dali ještě přívětivější tvář včetně osvětlení a akvária. Co se týče gastronomických středisek, i ta jsou stálým návštěvníkům příjemným překvapením. Kromě baru, u něhož sedíme, je za rohem útulný koutek na skleničku, doutník a příjemné posezení u knížky. Spolu s větší restaurací, v níž podáváme snídaně, obědy a večeře, je zde ještě jedna. Ta je koncipována tak, aby si z ní host odnášel nevšední zážitky.

Vaše klientela je ale z velké části obchodní klientelou a byznysmen chce přijít do hotelu, jíst zpravidla to, na co je jeho žaludek zvyklý. Čím jste tedy v oblasti gastronomických služeb, včetně cateringu, jiní?

Pochopitelně, že nabízíme špičkovou mezinárodní, moravskou i českou kuchyni. Jak jsem ale zmínila, naše nová restaurace Prominent se profiluje jako zážitková. Příprava jídel se děje přímo před zraky hostů ve velice milém prostředí s ještě milejším personálem. Co se týče cateringu, máme zázemí a možnosti zajišťovat své služby mimo hotel až pro tisíc osob. Naší velkou výhodou je těsné sousedství brněnského výstaviště, kde řadu z nich realizujeme.

Jaké to je být top managerkou mezinárodního hotelu v České republice?

Ještě před ukončením vysoké školy jsem sem nastoupila do rezervačního oddělení. Považovala jsem to (a dodnes považuji) za velkou šanci pracovat v hotelu začleněném do mezinárodního řetězce. V Brně to byla příležitost jedinečná. Přinášela kontakt s novým, moderním obchodním světem, který k nám koncem devadesátých let vstupoval. Začala jsem od referentky. Postupem času jsem si kompletně „osahala“ praktický hotelový život. To, že jsem top managerem, bych zatím o sobě netvrdila. K tomu mám ještě daleko.

Máte pravdu. Nechte to na ostatních. Za svůj pohnutý život jsem poznal velmi mnoho těch, co se vzájemně poplácávali po ramenou a la: „Ty seš dobrej. A jakej jsem já?“ „No ty seš taky dobrej.“ A i tak neprozíravých, kteří místo toho, aby použili moudré finty: „Mládí vpřed, staří na svých místech,“ hájili své pozice hlava nehlava, až o tu svoji (sice ne hlavu, ale sesli) přišli. Ale zpátky k hotelnictví. Vnímáte v tom českém nějaké generační pnutí?

Ani ne. Poslední dobou mám pocit, že je dávána poměrně velká šance mladým. Spíše je to o tom, dát do obecného povědomí, že se dveře otvírají. Kdo má zájem a chce si cestu najít, má možnost. Ono je to v Brně, oproti hlavnímu městu, složitější. Všechno se centrálně soustřeďuje v Praze. Včetně státních institucí a oborových či profesních sekretariátů asociací. Mimopražské pobočky a sekce mají daleko menší přímý operační prostor zasahovat do asociačního dění. Představte si, že mimo svoji práci chcete být aktivní, a dojíždějte pořád na jednání do Prahy...

To si umím představit docela živě. A že jich znám... Nicméně bavme se o těch, kteří chtějí naplno vykonávat svou odbornou profesi. A je jedno kde, v Českém Krumlově, Brně, Opavě nebo Praze. Ostatně každý, kdo v Praze něco znamená, je velmi často z Brna. Tím, že jedni Brňané přesídlují do Prahy, jakoby ztěžují život těm, kteří v Brně zůstali...

Pokud si z vaší nepatřičné poznámky vezmu to, že jsem zůstala v Brně, musím konstatovat, že to rozhodně není jednoduché. A platí to pro jakékoliv další místo mimo Prahu. Dělat obchod ve městě, které není ve světě tak známé, je daleko těžší. Když se cizince zeptáte, co v České republice navštíví, na prvním místě řekne Prahu. To je obrovská výhoda pro tamní hoteliéry. Jednou mi bylo pražskými kolegy řečeno, že jsme daleko šikovnější než oni, protože pro nás je daleko těžší „prodat Brno" a atraktivity Jihomoravského kraje. Nicméně na tomto úkolu se spolu s námi, brněnskými hoteliéry, poslední dobou čím dál intenzivněji podílí jak Jihomoravský kraj, tak statutární město Brno. A není to pouze o nejnověji zapsané památce UNESCO vile Tugendhat. Zjišťujeme, že obě instituce se čím dál víc snaží prosazovat Brno a Jihomoravský kraj jako turistickou destinaci. Bezesporu významnou roli v tom hraje i akciová společnost Výstaviště Brno. Vím, že jihomoravský hejtman, Ing. Juránek, resp. Jihomoravský kraj, má velmi aktivní sekci pro podporu cestovního ruchu. Právě v této době, kdy spolu hovoříme, probíhá v našem kraji pro zahraniční touroperátory a novináře první část projektu na podporu incomingu „Česká republika - poklad v srdci Evropy".

Kromě toho, že se Brno díky vile Tugendhat dostalo na seznam míst památek UNESCO, existuje ještě jeden velmi prestižní seznam, a to hotelů mezinárodního řetězce Holiday Inn. I ten je o vysoké bonitě místa. Při vší úctě k mému téměř rodnému Sezimovu Ústí si zatím nedovedu představit, že by v něm Holiday Inn měl svůj hotel, přesto, že stávající hotel MAS si na nezájem hostů rozhodně stěžovat nemůže. Je to o obchodě. O světě, kde se jednoznačně hraje na výsledky a návratnost investic. Takže i z tohoto úhlu pohledu má již Brno díky Holiday Inn punc velmi perspektivní turistické destinace.

Asi ano. Přijíždí-li zahraniční turista na individuální prohlídku Evropy a začlení-li do ní Českou republiku, často hledá ubytování podle jemu známých hotelových řetězců, u nichž má jistotu, co se mu v nich dostane za služby. Spolu s Holiday Inn v Praze jsme se proto nedávno rozhodli udělat promotion akci pro centrálu Six Continent. Jejím prostřednictvím chceme seznámit pracovníky rezervačních oddělení, kteří mají velký vliv na doporučování destinací, s tím, proč doporučovat Brno i Prahu a naše hotely Holiday Inn coby kvalitní, důvěrně známé a bezpečné zázemí pro poznávání atraktivit České republiky.

Brno je nejen městem krásných dívek a paní, k čemuž jsem intenzivními empirickými výzkumy došel již před patnácti a více lety, když jsem zde po čtyři roky zasedával v Orlí ulici na Programových radách Mezinárodního folklorního festivalu Strážnice. Je nejen městem, které za třicetileté války odolalo Švédům, památky UNESCO, Leoše Janáčka apod. Od dvacátých let minulého století je také městem veletržním. S brněnským výstavištěm máte společný nejen plot, ale i to, že zde hostíte spousty doprovodných veletržních akcí. Co Holiday Inn a kongresové zázemí?

Je tomu teprve dva roky, co jsme otevřeli kongresovou halu. Uvědomili jsme si totiž nutnost nabídnout hostům něco víc než jen ubytování a stravovací služby. Našli jsme prostor na pozemku hotelu a postavili moderně vybavený sál. Spolu s našimi salonky tvoří vysoce kvalitní zázemí pro organizátory kongresů, seminářů, slavnostní vyhlašování výsledků soutěží apod.

V loňském devátém vydání Všudybylu (str. 14) prezident Národní federace hotelů a restaurací ČR a generální ředitel Holiday Inn Congres Centre Praha JUDr. Jan Filip konstatoval: „Faktem je, že se v českém hotelnictví snažíme využívat techniku nejvyšší úrovně, což je správné, neméně důležité je však věnovat pozornost tréninku zaměstnanců a nepodceňovat lidský faktor. Opravdu významnou roli mimo jiné hraje, jak hosta přivítám, jak mu dám najevo, že si jej vážím, že o něj pečuji ve všech detailech. Ne každý pracovník je ochoten tuto filozofii chápat. Prvorepubliková tradice společenského chování, jednání, pochopení významu slova služba zejména v gastronomii a hotelnictví v minulých desetiletích utrpěla vážná pokřivení. Proto je na nás, abychom všem, kdo jsou v kontaktu s hosty, popř. návštěvníky daného města či země vysvětlovali, aby se nebáli pozitivního jednání, chování. Pokud zde dojde k jakémukoliv, byť jen malému dílčímu posunu, bude to mít i znatelný příznivý ekonomický efekt. Zafixovat si: úsměv můj je úsměvem tvým. Není to o ničem jiném než o vzájemném pozitivním vztahu, ale i o pozitivním vztahu k sobě samému."

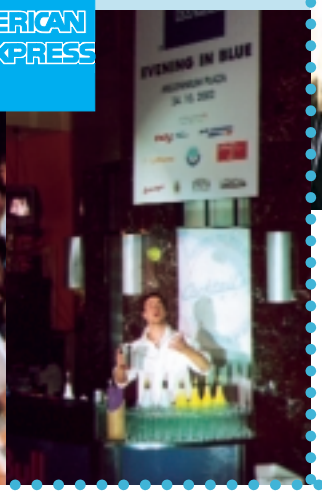
Ano, není to pouze o úrovni hotelového vybavení, ale o lidech. Ve smyslu ochoty personálu, onoho úsměvu a snahy vyjít hostu vstříc. Jedna věc je standard služeb. Ten je u všech evropských hotelů Holiday Inn jasný, ale jak jste se mohl sám přesvědčit, personál, který je v našem brněnském Holiday Inn, ze sebe vyzařuje ochotu, vstřícnost a úsměv, snahu splnit přání hostů.

➤➤ www.hibrno.cz
➤➤ www.holiday-inn.com/brnocze

Evening in Blue

American Express pořádal 24. října večer v prostorách Millenium Plaza-Shopping Mail „Evening in Blue“. Zúčastnilo se jej více než 300 hostů – převážně mladých dam odpovědných za rezervace služebních cest v klientských organizacích společnosti American Express. V rámci atraktivního programu zhlédli barmanskou Free Style Show zakončenou majestátním ohňostrojem a představení vlasového studia Twins, které předvedlo nejnovější trendy ve vlasové kosmetice. Zřejmě největší pozornost na sebe poutala přehlídka módního salonu Taiza světově proslulého návrháře Osmanyho Laffity. O bohatý raut se postaral Rendez-vous Restaurant. Výtečné víno zajistily Vinné sklepy Lechovice. Vyvrcholením večera byla tombola sponzorovaná leteckými společnostmi Austrian Airlines, ČSA, Air France, KLM, Lufthansa, Swiss, Alitalia, předními pražskými hotely a restauranty, společností L'Oreal, Vinnými sklepy Lechovice a vlasovým studiem Twins. Ceny předával Country Manager American Express Jan Brázda společně se zástupci jednotlivých společností.

AMERICAN EXPRESS



Aer Ligus otevřeli Dablin-Praha

Při příležitosti zahájení provozu linky Aer Ligus Dablin - Praha velvyslanec Irské republiky Jeho Excelence pan Joseph Hayes uspořádal 14. listopadu na půdě irského velvyslanectví v Praze recepci.

Obchodního ředitele Aer Ligus pro Evropu, kterým je pan Enda Corneille, jsem při této příležitosti požádala o krátké vyjádření. Přímé lety Aer Ligus z Dublinu do Severní Ameriky a mnoha evropských zemí jsou běžnou záležitostí. Dnes létáte již i do Prahy do Česka. Proč?

Aer Lingus
Ireland

Protože Irsko je u vás v Česku stále populárnější, zejména u mladých lidí. Zajímají se o Irsko, nechávají se inspirovat kulturou naší země a životním stylem.

Pro české občany ale ani před zahájením linky Aer Ligus nebyl problém navštěvovat vaši zemi.

Ano, nebyl. Mnoho lidí od vás do Irska cestuje a cestovalo s Českými aeroliniemi. V době, kdy jsme uvažovali o otevření této linky, byly ale lety z Prahy pro cestující do Dublinu vedeny s přestupem v Amsterodamu nebo Londýně, což samozřejmě trvalo déle než přímé lety a pasažéry to stálo více peněz. Rozhodli jsme se proto nabídnout výhodnější a pohodlnější způsob, přijít na trh s nižšími cenami a vyšší kapacitou, což umožní zvýšit zájem realizovat návštěvy Irska. Pochopitelně to bude obdobně fungovat i z irské strany, protože Praha a Česká republika za to stojí.

Připravila Kateřina Kamasová

British Airways oficiální leteckou společností Jamese Bonda

Tajný agent 007 létá výhradně s leteckou společností Jejího Veličenstva

Tajný agent Jejího Veličenstva s číslem 007 je distingovaný, sofistikovaný a ženy mu padají k nohám. Navíc miluje svůj oblíbený nápoj protřepaný, ne promíchaný. „Protřepat-nemíchat“, i tento známý výrok zazní v jubilejním dvacátém Bond filmu Die Another Day / Dnes neumírej. Hlavní představitel Pierce Brosnan si i tentokrát vychutná své oblíbené martini s vodkou na palubě první třídy British Airways. Záběry z paluby letadla byly natáčeny v hangárech British Airways na londýnském letišti Heathrow v březnu letošního roku. Oblíbený nápoj tajnému agentovi 007 servíruje Debra Moore, která si ve filmu zahrála roli letušky British Airways. Debra je dcerou Rogera Moore, jednoho z předchozích představitelů Jamese Bonda. Již od února 2003 bude nová bondovka exkluzivně promítána na dálkových letech British Airways. Martin George, Director of Marketing and Commercial Development British Airways, k tomu dodává: „Jsme skutečně všichni nadšeni, že jsme měli možnost být součástí tohoto skvělého filmu.“ Geoff Freemna, Unit Publicist, ze společnosti, která zastupuje EON Productions-výrobce filmu, jej doplnil: „Jamese Bonda jsme skutečně nemohli nechat letět jinou leteckou společností. British Airways nám byly maximálně nápomocny a bez jejich spolupráce bychom tyto záběry nebyli schopni natočit.“

Debra Moore servíruje tajnému agentovi 007 /Pierce Brosnan/ oblíbený nápoj. Musí dodržet jedno pravidlo: protřepat-nemíchat.

BRITISH AIRWAYS

➤➤ **www.britishairways.com**

Catering pro letadlo japonského císaře

V sedmém vydání letošního Všudybylu (v srpnu letošního roku) bylo řečeno, že si letiště Praha-Ruzyně uchovalo daleko větší dynamiku než většina ostatních letišť ve světě a že České aerolinie, které reprezentují 58 % využití jeho kapacity na tom mají lví podíl. V minulém Všudybylu pak viceprezident ČSA JUDr. Václav Král konstatuje, že za leden až srpen 2002 vykázalo letiště Praha-Ruzyně zhruba 2% nárůst pravidelné letecké přepravy, přičemž u ČSA ale tento nárůst činí 8 %. Ředitele cateringu ČSA Ing. Stanislava Březiny jsem se zeptal, zda se nižší či dokonce záporná dynamika některých dopravců létajících z/do Prahy projevila na hospodářských výsledcích úseku, který řídí.

Cateringový úsek Českých aerolinií zajišťuje palubní catering nejen pro letadla ČSA. Vzdor celosvětovému útlumu v letecké dopravě, ukončení činnosti Sabeny a Swissairu, loňským i letošním neblahým událostem (11. září, povodním a kampani, po níž svět uvěřil, že je celá Praha a Česko pod vodou), jsme stále zaznamenávali zvyšující se poptávku, i když jsme loni při zpracovávání výhledu na letošní rok rozhodně počítali s větší dynamikou jejího růstu.

Přesto, že si mnoho našinců říká: „Všude dobře, tak co doma“, ba dokonce: „U sousedů, tam je tráva zelenější,“ co se týče návratů ze zahraničí, vždycky se těším domů do Česka. Pokud se vracím s ČSA, obvykle si Česko vychutnávám již za letu, a to díky jídlu, jež dodáváte na paluby.

Nejen vy. Díky palubnímu personálu, a věřím i našemu jídlu, se s Českem na palubách našich letadel setkávají a do Česka těší i ohromné množství zahraničních pasažérů. Důkazem toho je prestižní ocenění, které letos na jaře v průběhu slavnostního otevření nového administrativně provozního centra převzal z rukou generálního ředitele londýnské agentury Skytrax Research pana Edwarda Plaisteda prezident ČSA Ing. Miroslav Kůla. České aerolinie, co do kvality poskytovaných služeb, stanuly na nejvyšší příčce v kategorii leteckých společností východní Evropy. Každoroční průzkum Skytrax Research vychází z celosvětově největšího dotazování cestujících. V období od srpna 2001 do března 2002 byly sebrány více než 4 miliony odpovědí. Údaje se shromažďovaly prostřednictvím on line odpovědí, dotazníků a rozhovorů na palubě letadel a na letištích.

Ano, generální ředitel Skytraxu Edward Plaisted ve svém komentáři k výsledkům tehdy uvedl: „Úroveň a kvalita odpovědí našich zákazníků v průzkumu pro rok 2002 nás ohromily. Události 11. září způsobily, že cestující byli daleko sdílnější ve svých pohledech a názorech, a proto konečné číslo získaných vyjádření převyšuje 4 miliony.“

Děláme vše, aby se pasažérům na palubách letadel ČSA líbilo. S každou sezonou, kdy připravujeme koncepci palubních menu, se snažíme přicházet s něčím novým. Myslím, že se nám to daří. Soudím tak nejen podle počtu pochval pasažérů a výsledků spotřebitelských průzkumů, jako toho od Skytrax Research, ale i proto, že získáváme další zákazníky z řad cizích leteckých společností, zatím poslední je Finnair, který si dlouhá léta z domovské stanice vozil občerstvení pro zpáteční let z Prahy do Helsinek.

Brát od někoho zboží, a zvlášť v oblasti leteckého cateringu, není jen o tom, že je nejchutnější, že nejlépe vypadá, ale také o tom, že dotyčný caterer dokáže konkurovat cenou.

Cenová vyjednávání jsou pokaždé velmi náročná. Řadu tendrů vyhráváme ale nejenom tím, že je u nás ve srovnání s řadou evropských států pracovní síla přece jen o něco levnější, ale že se nám trvale daří zvyšovat vedle kvality dodávaných jídel a souvisejícího servisu také produktivitu práce.

Jak často tvoříte kmenové menu?

V zásadě dvakrát ročně. Pro letní a zimní letový řád. Inovujeme je ale i v průběhu sezony. Pro spoje ČSA každý týden. Je to závislé na typu linek a druhu podávaného občerstvení. Nemělo by se stávat, aby cestující, který létá každý týden, dostával to samé.

Váš úsek zajišťuje catering nejen v oblacích. Čas od času se s ním setkávám např. v Obecním domě a na dalších poměrně prestižních místech a akcích.

Zajišťování recepcí, rautů či gastronomických částí kongresových akcí je pro nás doplňkovou záležitostí. Naši kuchaři i ostatní personál se na takové akce vždycky těší a přistupují k nim nejen s vysokou profesionalitou, tedy zodpovědností, ale zároveň jako k velkému hobby. Také proto se okruh našich zákazníků v této sféře trvale rozšiřuje. Letecký catering ale u nás bude vždy na prvním místě.

Nejen u vás, také u řady dodavatelů potravinářských surovin, polotovarů a nápojů včetně producentů vín, kteří velmi usilují o to, aby se zákazníci s jejich produkty seznamovali všude tam, kam ČSA létají. Jak často mohou dostat šanci např. dodavatelé vína?

Každé dva roky. Dvouletá smlouva, kterou máme se současnými, končí a vbrzku budeme vyhlašovat nové poptávkové řízení. V České republice rostou a produkují se velmi dobrá vína. Ať poptávkové řízení dopadne jakkoliv, bezesporu vybereme zase kvalitní od spolehlivých dodavatelů.

Pokud pan prezident na Pražském hradě pořádá recepci apod., podávají se zásadně vína tuzemské provenience. Jak je tomu na palubách ČSA?

Pouze v byznys třídě na dálkových linkách do Severní Ameriky nabízíme k moravským a českým vínům v omezeném množství i francouzská. Je ale jen málo pasažérů, kteří řeknou: „Dejte mi raději francouzské.“

Co vám v poslední době udělalo největší radost?

Pokud budu hovořit pracovně, pak to, že jsme úspěšně zvládli zajištění cateringu pro japonského císaře, který nedávno navštívil Prahu. Příprava byla velmi náročná a byla prováděna s japonskou důkladností. O tom, že jsme uspěli, svědčí i oficiální uznání.

➤➤ www.csa.cz

ČSA CZECH AIRLINES

Vznik akciové společnosti České dráhy

Se začátkem roku 2003 se současná státní organizace České dráhy přemění na akciovou společnost. Obchod, přepravu a provoz zajistí České dráhy, a.s., za železniční infrastrukturu ponese zodpovědnost stát, který si k tomu zřizuje státní organizaci Správa železniční dopravní cesty (SŽDC). Údržbu, opravy a modernizaci dopravní cesty bude za úplatu na základě smlouvy provádět akciová společnost České dráhy. Akciovou společnost povede představenstvo a bude ji kontrolovat dozorčí rada.

Přeměna státní organizace se uskuteční podle Zákona č. 77/2002 Sbírky

Konkrétní kroky vedoucí k realizaci schválila vláda České republiky. Transformační zákon přináší dvě zcela zásadní změny proti současnému stavu. Poprvé v historii se hospodaření Českých drah jednoznačně oddělí od státu. Cokoliv bude stát od Českých drah požadovat (a nejde jen o osobní dopravu ve veřejném zájmu), musí být přesně definováno ve smlouvě a také řádně zaplaceno. České dráhy budou samy rozhodovat o rozvoji svého podnikání a ponesou také plnou odpovědnost za výsledky svého hospodaření. A za druhé? České dráhy již nebudou mít hospodářskou odpovědnost za rozvoj, údržbu a provoz infrastruktury, která je, podobně jako cesty silniční a vodní, otevřena pro podnikání různých dopravců. Vlastníkem železniční infrastruktury zůstává stát prostřednictvím SŽDC.

Okruhy podnikání

Akciová společnost České dráhy bude samostatně podnikat ve čtyřech hospodářsky (účetně) oddělených okruzích:

- nákladní doprava
- osobní doprava
- provozování železniční dopravní infrastruktury (řízení provozu na dopravní cestě, její provozování a rozvoj)
- jiné podnikatelské aktivity věcně podporující činnost dopravce (např. cestovní kancelář)

České dráhy budou integrovanou železniční společností

To znamená současně provozovatelem drážní dopravy i železniční dopravní cesty. Provozování obou činností národním dopravcem s sebou nese výhodu spojení hned několika aktivit, které může dělat jeden člověk. Například výpravčí v menší stanici může řídit provoz na dopravní cestě a současně prodávat jízdní doklady. Zároveň nebude narušen princip budování jednotného evropského železničního systému. Ten spočívá ve sjednocování technických a provozních parametrů, a tím i ve vzájemném využívání prostředků jednotlivými železničními společnostmi.

Údržba a provoz dopravní cesty

Údržbu a provoz dopravní cesty budou České dráhy provádět na objednávku a na náklady státu podle smlouvy se SŽDC. Za užívání státní infrastruktury pro dopravní podnikání budou České dráhy platit státu poplatky za stejných podmínek a ve stejné výši jako jiní dopravci. Tím se dotvářejí podmínky pro konkurenci v železniční dopravě. Dosud totiž České dráhy samy odpovídaly za hospodaření dopravní cesty a pokrývaly náklady na její údržbu a řízení provozu. Jiní dopravci jim za její užívání platili poplatky stanovené Ministerstvem financí ČR. Ty ale nepředstavovaly úměrný podíl na nákladech.

Organizační struktura

Organizační struktura nové společnosti nebude kopírovat čtyři základní okruhy podnikání. Divize obchodně provozní bude provozovat nákladní a osobní přepravu, bude řídit dopravní provoz a doplňkově podnikat. Divize dopravní cesty bude udržovat infrastrukturu pro stát a další zájemce. Zvlášť bude propracována organizace doplňkových činností. Pro mnoho z nich budou založeny dceřiné společnosti s účastí soukromého kapitálu. Jednotlivé části podnikání se budou prolínat.

Infrastruktura a vozidlový park

České dráhy již v roce 1993 zdědily infrastrukturu a vozidlový park v dosti zanedbaném stavu, který neodpovídá moderním standardům. V polovině 90. let jsme zahájili s pomocí státem garantovaných úvěrů a dnes již ve značné míře uskutečňujeme modernizaci národní sítě železničních koridorů. Jsou součástí IV. a VI. panevropského koridoru a na našem území vedou z Děčína (hranice s Německem) do Břeclavi (hranice s Rakouskem a Slovenskem) a z Petrovic (hranice s Polskem) do Břeclavi. I nadále však chátraly ostatní tratě i vozy. Stát nám téměř deset let nedoplácel ztrátu v osobní přepravě (přepravě ve veřejném zájmu, tak jak to funguje všude v Evropě). Oněch asi 40 miliard korun jsme museli po celou tu dobu pokrývat ze zisku z nákladní dopravy a jiných činností. Tyto peníze tedy nemohly být použity na modernizaci vozů, tratí a budov či na investice pro úsporu lidské práce. Takovéto „křížové financování“ však odporuje normám Evropské unie. Přesto jsme však plnili veškeré své povinnosti vůči státu (odvody daní, úhrady na sociální a nemocenské pojištění apod.). Dluhy z dopravní činnosti (zejména to jsou opožděné platby za energii, pohonné hmoty a opravy kolejových vozidel) dnes činí asi 4 miliardy korun. Zadlužení z investičních úvěrů na dopravní cestu (přes 30 miliard korun) je nutné považovat za dluh státu. Ten je vlastníkem infrastruktury a přístup na ni mají všichni železniční dopravci.

Personální oblast

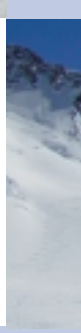
Nová akciová společnost bude usilovat o zachování platové úrovně svých zaměstnanců a o její další zvyšování. To bude do značné míry záviset na snižování spotřeby lidské práce v jednotlivých činnostech. Musíme je tedy racionalizovat a modernizovat technické vybavení, abychom produktivitu práce zvýšili. České dráhy, a. s. budou rozvíjet programy pro uplatnění zaměstnanců uvolňovaných z rušených pracovních míst. Především půjde o rekvalifikační programy. Bude rovněž pokračovat sociální program. I nadále zůstane možnost předčasného odchodu do důchodu v souladu s příslušnými zákony.
S rozvojem doplňkového podnikání však vzniknou také nová pracovní místa. Do roku 2005 hodláme přijmout několik tisíc perspektivních mladých lidí, díky nimž snížíme dosavadní nepříliš příznivou věkovou strukturu našich zaměstnanců.

Během nadcházejících vánočních svátků vám přeji mnoho štěstí a pohody a věřím, že se i v příštím roce budu moci s mnohými z vás setkat ve vlacích akciové společnosti České dráhy. Budete našimi vítanými klienty.

Dalibor Zelený,
generální ředitel
Českých drah, s.o.

Atraktivní Valle Aosta

Skitur pro nadcházející zimní sezonu výrazně rozšířil nabídku zimních lyžařských pobytů v Itálii, Švýcarsku, Francii a Rakousku a přidal novou destinaci Slovinsko a Slovensko, které nabízí ve spolupráci s dalším touroperátorem. Česko zůstává v obdobném rozsahu jako minulou sezonu. Mezi velmi atraktivní, a od nás zatím málo navštěvované oblasti, patří západ Itálie – údolí Valle Aosta (1200–3383) mezi francouzsko-italsko-švýcarskými hranicemi. Vzdálenost z Prahy do oblasti údolí Valle Aosta přesahuje jedenáct set kilometrů. Mezi nejznámější střediska, která se tam nacházejí, patří Courmayeur na úpatí masivu Mont Blanc, jenž kabinová lanovka přes Aig du Midi (3842) spojuje s francouzským Chamonix. Dole na jihozápadě je to italské středisko La Thuile a přes hřeben francouzské La Rosiére. Na severu pak jsou nejznámější italská Cervinia a švýcarský Zermatt, propojené lanovkou přes Malý Maternhorn (3883). Tato místa patří k nejvyšší části Evropy, kde se dá za pomoci lanovek a vleků lyžovat.



Terény

Mimořádností je zde především příroda vysokých nadmořských výšek. Lyžař se pohybuje zhruba o půl kilometru výše než v jakémkoli jiném evropském zimním středisku. Ve výškách nad tři a půl tisíce metrů je věčný led a sníh. Na hranicích se Švýcarskem je druhá nejvyšší hora Evropy Monte Rosa (4634), kde se provozuje heliski. Maximální výška, z níž je reálné lyžovat, je 4550 m.

Na italské straně hřebene převládají terény pro spíše rodinné lyžování. Na švýcarské straně jsou tři oblasti: Gornergrat (3100), Top Horn (3405), Sunega (2290), která je přístupná podzemní dráhou. Až do výšky 3100 m na Gornergrat jezdí ozubená železnice, dále pokračují lanovky. Doprava v kombinaci lanovka vlak je zde zcela běžnou záležitostí. Oba propojené regiony disponují obrovskou přepravní kapacitou i počty a délkou sjezdových tratí. V této lokalitě se nachází 69 km sjezdových tratí modrých, 55 km červených a 39 km černých na straně italské. Švýcarská strana nabízí 43 km modrých sjezdovek, 63 km červených a 103 km černých. Z výčtu jednoznačně vyplývá, že švýcarská strana je strmější. Hřeben, přes který se lyžař přesouvá, je jednou z nejvyšších částí Evropy. Je zde 11 čtyřtisícovek.

Ubytování

Kdybychom porovnávali ceny Švýcarska s Itálií, italská strana je výrazně příznivější. Potraviny, permanentky i ubytování. Pravda je, že Zermatt je Mekkou Švýcarska a dominanta Matterhornu je

jednou z věcí, za niž se platí. Hotel tři hvězdičky, šestidenní permanentka a sedm nocí s polopenzí reprezentuje částku zhruba třicet tisíc korun. Na italské straně v Cervinii přijde stejný rozsah služeb o 5000 Kč levněji. Apartmán pro čtyři osoby v centru Cervinie přijde v sezoně na 48 000 Kč. Za stejný apartmán vzdálený 10 až 15 km od střediska zaplatíte 19 000 Kč. Převážná většina zájemců o tuto oblast se proto spokojí s dojížděním z Valtournenche na vzdálenost 9 km, neboť cenový rozdíl pro rodinu představuje úsporu kolem 20 000 Kč oproti pobytu v Cervinii. Jsou zde apartmány jak privátní, s nimiž disponují místní agentury, tak rezidence a množství velmi kvalitních hotelů. Vybavenost je standardně velmi dobrá. Je zde vše, co člověk potřebuje, aby se mohl stravovat a dobře bydlet v podmínkách mnohdy výrazně lepších, nežli je vlastní bydlení v České republice. U nejlevnější varianty (apartmán pro čtyři osoby) vyjde pobyt na osobu kolem 12 000 Kč. U hotelu se tato částka pohybuje za stejné služby kolem 18 000 Kč na

osobu. Místními skibusy mezi středisky Valtournenche a Cervinií se dá jezdit na permanentku. Níže pod Valtournenche jezdí místní doprava. Pravidelná linka jezdí několikrát denně. Jízdné se pohybuje kolem 1,20 € na vzdálenost 20 km.

Stravování

Stravování je během dne možné kdekoliv. Je zde množství samoobsluh. Jídlo se dá koupit za ceny o 5 až 10 % vyšší než v Česku, a není proto rozumné dovážet s sebou základní potraviny. Ovoce je levnější než u nás.

Adrenalinové sporty

Tato místa jsou jasnou ilustrací toho, že narůstá zájem o adrenalinové sporty. Je zde množství terénů s volnými prostory, které se dají srovnávat s vysokohorskými oblastmi na Kavkaze. Terén je obtížný a málo přehledný. Zcela určitě a vždycky jsou všem zájemcům, kteří vyhledávají tento druh lyžování nebo snowboardu, doporučovány služby místních horských

vůdců. Cena u skupiny pěti až sedmi lidí s horským vůdcem pro průjezd volným terénem z výšek kolem 4000 m a délkou jízdy kolem 16 km se pohybuje od 40 € na osobu.

Heliski

Denní heliski s horským vůdcem se pohybuje od 150 € za osobu při skupině sedmi osob. Není podmínkou, aby to byla jedna sedmičlenná skupina. Mohou to být dvě skupiny či sedm jednotlivců apod. Pokud je vás méně, nebývá problém vás přiřadit do skupiny s dalšími. Kapacita vrtulníku je zpravidla pro čtyři pasažéry.

Pohodové rodinné lyžování ve Val di Sole

Kdo má zájem o pohodové lyžování v podmínkách velmi příjemných – upravené tratě, dobrý servis, bydlení za dostupné ceny – zcela jistě se mu bude líbit oblast Trentina, speciálně Val di Sole (900 – 3018), kde se dá týdenní pobyt na osobu v apart-

mánu pořídit už od 2700 Kč. Nájem celého apartmánu pro čtyři osoby na týden je od deseti tisíc korun. Jedná-li se o organizovanou skupinu, dá se bydlení pořídit od 340 Kč na osobu a den v domě s velkou kuchyní, který je zaveden na skupinové vaření. Skupina má možnost si dovézt kuchaře a stravování zajišťovat ve vlastní režii. S plnou penzí se tak dá celý pobyt pořídit kolem 6000 Kč včetně permanentky.

Cestovní kancelář Skitur
Pasáž Millennium Plaza, V celnici 10, 117 21 Praha 1
tel.: 221 033 435, 221 033 436
mobil: 606 613 731, fax: 221 033 446
e-mail: skitur1@skitur.cz
➤➤ **www.skitur.cz**

Česká republika

poklad v srdci Evropy

Na realizaci projektu konaného pod záštitou místopředsedy vlády a ministra zahraničních věcí JUDr. Cyrila Svobody a ministra pro místní rozvoj Mgr. Pavla Němce se kromě obou ministerstev podílí Správa českých center, Česká centrála cestovního ruchu a řada subjektů z oblasti veřejné správy i komerční sféry.

czechtourservice
Official Czech Tourist Information

Projekt „Česká republika – poklad v srdci Evropy“ na podporu cestovního ruchu v regionech České republiky byl představen 24.10.2002 odpoledne v hotelu Voroněž – Congress Centre v Brně. Jeho slavnostní zahájení se uskutečnilo večer v brněnském Besedním domě. Během tří následujících dnů se 58 novinářů a 14 touroperátorů z 15 zemí seznamovalo s charakterem regionu, jeho typickými atributy a produkty. Kromě Brna navštívili Olomouc, Bouzov, Lednici a Šatov. V Brně to byl, kromě Besedního domu, Špilberk, kde se v rámci programu „Oživené kasematy“ dozvěděli o historii i současnosti hradu, v Olomouci historické centrum včetně morového sloupu Nejsvětější Trojice. Následoval hrad Bouzov s ukázkou historického šermu a rautem v historickém stylu. Program pokračoval na zámku v Lednici s nově otevřeným skleníkem a ve vinných sklepích Znovínu Znojmo v Šatově. Na úvodní část projektu „Česká republika – poklad v srdci Evropy“ navazuje dalších šest, v jejichž rámci se představí lázně, zimní hory, folklor, západní i jižní Čechy a Praha s okolím. Cílem je ukázat našim i zahraničním novinářům a touroperátorům bohatství a rozmanitost turistického potenciálu České republiky a podpořit vytváření podmínek pro jeho využití.

➤➤ **www.czechtourservice.cz**

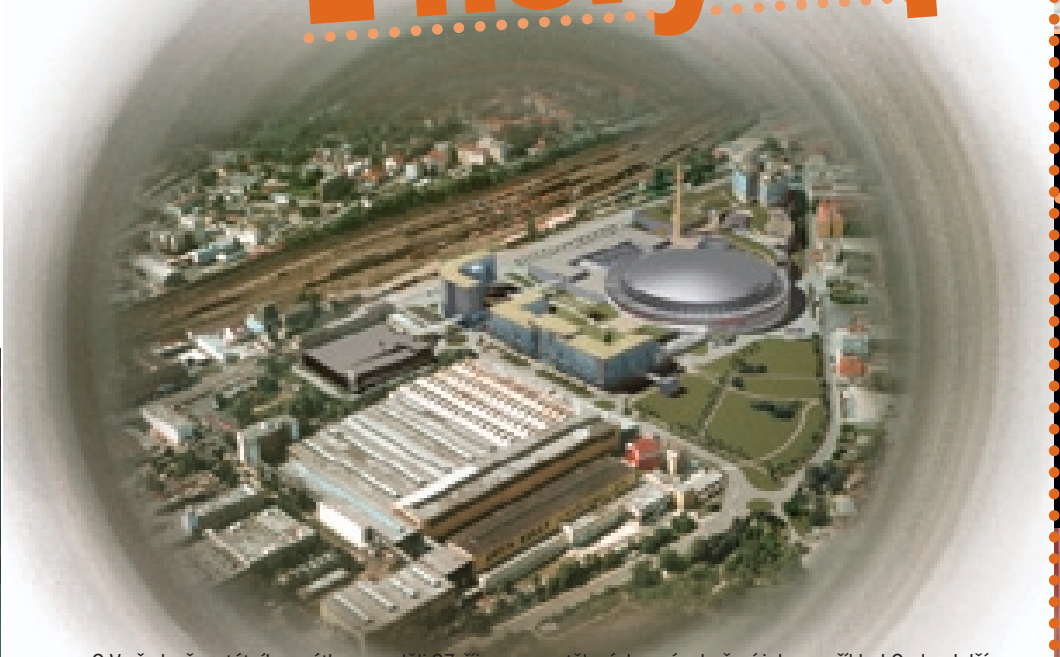
Veselé Veselení

26. října bylo ve vyhlídkové restauraci Top Hotelu Praha & Congress Centre plno veselí. Jednatelka společnosti ProMoPro paní Milena Veselá zde spolu s přáteli slavila devatenáctiny.

➤➤ **www.promopro.cz**

ProMoPro

Základní kámen z hory Říp



O V předvečer státního svátku, v neděli 27. října 2002, předseda představenstva akciové společnosti SAZKA JUDr. Aleš Hušák společně s dalšími osobnostmi, mezi nimiž byly olympijská vítězka Dana Zátopková a mnohonásobná mistryně světa a paralympijská vítězka lyžařka Kateřina Teplá, slavnostně poklepal na základní kámen víceúčelové HALY-SAZKA. Vedle základního kamene, pocházejícího z Řípu, zde byly uloženy i pamětní kameny, reprezentující čtrnáct krajů České republiky. Např. opukový kvádr ze sklepení Staroměstské radnice, původní stavební prvek z funkcionalistické architektury Zlína i kameny z Moravského krasu, Českého středohoří, Vysočiny, řečiště Labe, podhůří Kleti a Králického Sněžníku, bludný kámen z řeky Odry, jehož stáří odborníci odhadují na dvě a čtvrt miliardy let, či unikátní, deset tisíc let starý vřídlovec z Karlových Varů. Pamětní kameny věnovali krajští hejtmani, tělovýchovná sdružení jako například Orel a další subjekty. Slavnostního položení základního kamene HALY-SAZKA byli přítomni představitelé vlády a parlamentu České republiky, hejtmani, zástupci hlavního města Prahy a Městské části Praha 9, představitelé sportovních sdružení a svazů i řada

osobností z oblasti sportu a kultury, mezi nimi i prezident Mezinárodní hokejové federace IHF René Fasel a dvojnásobná mistryně světa v krasobruslení Ája Vrzáňová. V rámci programu účastníci slavnostního aktu shlédli sestřih z nejvýznamnějších okamžiků českého sportu a videoprojekci, demonstrující proměnu vysočanské tovární lokality v jednu z nejmodernějších víceúčelových arén světa.

>> www.halasazka.cz

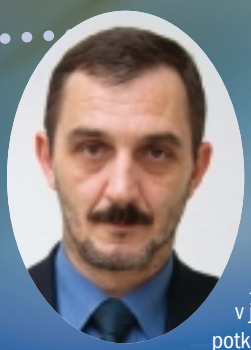
Venus Trade & Tours v roce 2003

Cestovní kancelář Venus Trade & Tours již tradičně organizovala při příležitosti zahájení prodeje zájezdů sezony 2003 pro své obchodní partnery informativní setkání v Praze, Plzni, Brně a Ostravě. Pro příští rok nabízí destinace Kypr, Krétu, Peloponés, Eginu, Rhodos, Kos, Korfu a Egypt.

>> www.vtt.cz

Malý rodinný Olympus hrdinou Invexu

Naším zájmem je přicházet s inovací stávající techniky, vytvářet nové standardy a technologie, aby byl život našich zákazníků jednodušší.



S marketingovým ředitelem OLYMPUS C & S spol. s r.o. Ondřejem Typoltem jsme se potkali v Brně na Invexu a dlužno podotknout, že tento veletrh byl pro Olympus velmi úspěšný.

Ano. Získali jsme zde čtyři oficiální ocenění. Dvě z nich jsme mohli rámcově ovlivnit tím, že jsme do soutěže vyhlašované Veletrhy Brno přihlásili dva exponáty. Dvě žhavé novinky, které byly deset dnů před Invexem v celosvětové premiéře představeny na veletrhu Photokina v Kolíně nad Rýnem. Rodinný digitální fotoaparát s rozlišením 5 milionů obrazových bodů Camedia C-50ZOOM a systém paměťových karet „xD-PictureCar“ ve spojení s poloprofesionálním digitálním fotoaparátem Camedia C-5050ZOOM. Akademie informačních technologií oba exponáty ocenila Křišťálovým diskem. Za dvanáctiletou historii udělování Křišťálových disků to bylo podruhé (poprvé se to povedlo Microsoftu), kdy někdo dostal v rámci jednoho ročníku dva Křišťálové disky. Třetí ocenění se nazývá The Best of Invex 2002. Uděluje ho skupina odborných novinářů. Ti si rovněž vybrali Camedia C-50ZOOM. Náš malý foťáček se tak stal největším hrdinou Invexu, protože si odnesl dvě prestižní ceny.

Čtvrtá cena nám dělá největší radost. 1. místo v elektronické čtenářské anketě Volba 2002 pořádané časopisy Chip, Level a Počítač pro každého v kategorii nejoblíbenějších produktů z oblasti informačních a telekomunikačních technologií. Získal ji náš digitální fotoaparát Camedia C-2100 UZ.

Jaké jsou vaše pocity z veletržního Brna?

Atmosféra je tam vždycky pěkná. V době kolem Invexu trávím v Brně devět dnů. Jedu tam o dva dny dříve a snažím se, aby byl náš stánek pro návštěvníky co nejpřitažlivější. Letos jsem měl pocit, že daleko větší roli začaly sehrávat softwary pro domácnost nad technologickou částí. Invex, možná stejně jako každý jiný veletrh (u něj je to naprosto zřejmé), je příležitostí pro to, aby se v jednu chvíli na jednom místě potkali všichni, kteří jsou z dané branže. Zahajovací večer, na němž jsme se v hotelu International potkali, je krásná chvíle a příležitost vidět se v klidu a ne ve stresu na stáncích při itinerářem limitovaných schůzkách.

Sebedokonalejší technologie či početnost realizačního týmu nedokáží zastřít povrchnost, pokud to, co je produkováno, je pouze jako, a ne doopravdy. V tom je obrovská přednost řady projektů a pravděpodobně i Všudybylu. V nevypočitatelném lidském faktoru. Čím prostší technické prostředky, tím větší prostor, ba dokonce nezbytí prokázat, co v kom je. Tím větší šance dát dílu lidskou dimenzi ... Nejen brněnský Invex a dvojnásobný úspěch malého fotoaparátu pro volný čas a rodinu Camedia C-50ZOOM ale ohlašuje soumrak „obyčejných“ fotoaparátů.

Jsem přesvědčen, že obavy z digitálních fotoaparátů už nejsou namístě. Mezi digitálními fotoaparáty najdete všechno to, co nacházíte u fotoaparátů na kinofilm. Můžete si vybrat jak mezi plnoautomatickým fotoaparátem, kde za vás všechno udělá elektronika, až po fotoaparáty, kde veškeré parametry můžete nastavovat sám. Jde jen o to najít správnou míru či kombinaci vašich potřeb a schopností fotoaparátu. Již zmiňovaný digitální foťáček Camedia C-50ZOOM může pracovat jako plně automatický. Vyndáte jej s kapsy, zapnete, vyfotíte, vypnete, strčíte do kapsy, Stejně tak může fungovat jako plně manuální fotoaparát. Můžete nastavovat jednotlivé režimy snímání, čas, clonu ...

Lobovat za obor a podmínky podnikání v rámci vlastních řad, přesvědčovat poučené, je nošením dříví do lesa. Proto projekt Všudybyl dbá na to, aby fungoval mezi lidmi s vysokými rozhodovacími pravomocemi i mimo rámec cestovního ruchu. Všichni tito dohromady jsou potenciálními uživateli vašich přístrojů. Tím teď ale rozhodně nemám na mysli pouze produkty Olympus pro zdravotní diagnostiku a je v roli pacientů. Spíše cosi, co se snad dá shmout pod pojem kancelářská technika.

Víte, není to úplně to, co si lidé okamžitě představí pod pojmem kancelářská technika. Pod tím si představí faxy, kopírky, tiskárny. Tohle my neděláme. Děláme věci, které pomáhají lidem, kteří si potřebují zaznamenat buď určité myšlenky nebo situace. Máme digitální a analogové fotoaparáty. Analogové a digitální záznamníky zvuku všeobecně nazývané diktafony. Vezmu-li si kombinaci záznamníku zvuku a obrazu, dokáži si představit modelovou situaci, při níž jsem schopen si s nimi plně vystačit. Digitálním fotoaparátem si nafotím poznámky přednášejícího z obvykle používaného posteru či tabule a až se vrátím domů, přenesu si je do počítače.

A záznam zvuku? Ve vedlejších prostorách právě probíhá jednání zástupců pětadvaceti partnerů, kteří se podílejí na výstavbě našeho nového sídla. Koordinují jednotlivé činnosti od výstavby až po zasíťování, vybavení interiérů apod. Těch pětadvacet lidí se musí nějak domluvit. Musí si stanovit koordinovaný harmonogram dílčích kroků. Ne všichni si ale jsou schopni zapamatovat šestihodinové jednání do všech detailů. Tak jsem kolegům půjčil diktafon, který má dobu záznamu od jedenácti do dvaadvaceti hodin. Každý z účastníků, než začne hovořit, řekne své jméno, a takhle to půjde zhruba těch šest hodin. Potom kartičku se zvukovým záznamem dáme do počítače a pro každého uděláme kopii.

Když se bavíme o tom, co dělá společnost Olympus, pak bych si to dovolil charakterizovat, že naším zájmem je přicházet s inovací stávající techniky, vytvářet nové standardy a technologie, aby byl život našich zákazníků jednodušší.

➤➤ **www.olympus.cz**

OLYMPUS
THE VISIBLE DIFFERENCE

KŘIŠŤÁLOVÝ DISK

the best of Invex 2002

Šmitna v Kutné Hoře

Technologie zpracování stříbrné rudy až po konečnou ražbu mince v královské mincovně kutnohorského Vlašského dvora byl složitý výrobní proces, rozdělený na samostatné výrobní fáze. Jednotlivé pracovní etapy byly již od nejstarších dob vysoce specializovány a profesionalizovány. Celý proces se nazýval mincovní dílo – verk – a skládal se ze tří hlavních pracovních etap: dílo přípravné, dílo mincířské a dílo pregéřské.

V mincířské kovárně

Druhá pracovní etapa, dílo mincířské, se uskutečňovala téměř celá na jednom pracovišti, v tzv. mincířské kovárně – šmitně. Jednalo se zejména o úpravu cánů na mincovní pláty, stříhání plátů na mincovní střížky a plátky, kvečování, klopování a bělení mincovních plátků. Kolem prostorného nádvoří byly vějířovitě rozmístěné úzké pracovní komory, jejichž název vznikl z německého *Schmieden=kovárna*. Každá šmitna byla samostatným objektem, podle E. Lemingera měla fronta za sebou postavených šmiten vzhled „úzkých přízemních domků, řadou za sebou běžících“.

Ve Vlašském dvoře

Prohlídkový okruh ve Vlašském dvoře se od 17. prosince rozšiřuje o repliku mincířské kovárny: navržený prostor se velmi podobá původnímu prostoru historické šmitny, navíc se nachází v původních prostorách úřadovny Mince, v části Vlašského dvora nejméně zasažené novodobou přestavbou. V neposlední řadě nová část expozice plynule navazuje na stávající expozici „Královská mincovna“. Návštěvník tak uvidí při práci mincíře, který na kovadlině roztepává stříbrný cán na plech, i mincíře-střihače, který mincířskými nůžemi vystřihuje farfule a plíšky; pozná úředníka mince, který právě vstupuje do šmitny z osvětleného nádvoří, aby dohlédl na průběh prací a vše zaznamenal do verkových register... Uslyší také o incidentu z roku 1552, který způsobili „ožralí“ mincíři, kteří ze sklenice nemírně víno při práci popíjeli.

Konečně i ve Vlašském dvoře tak dostanou návštěvníci možnost vidět skutečnou podobu provozu královské mincovny, vychutnat si co nejautentičtější atmosféru a emotivní formou vnímat nové poznatky a informace.

➤➤ **www.kutnohorsko.cz**

Rumunské magistrále 4

V nádherném panoramatu

18. 7. 2002 Ráno v nádherném panoramatu v poklidu vařím, zašívám spacák a takové běžné věci. Své krtečkovské gatě zatížené kameny jsem zanechal v místě táboření. Z vodorovné trhliny se totiž stala neustále se rozšiřující obrovitá skoba. Golfky zůstaly v kouzelném vysokohorském prostředí, přesně takovém, kvůli kterému jsem si je před dvaceti lety ušil. Místo posledního spočinutí jim rozhodně závidím.

Bobek na vrcholu

Obědvám po dvanácté hodině před strmým stoupáním na nejvyšší horu Rumunska – Modloveanu, nad níž, zatímco já na výsluní, se hrozivě stahují černá mračna. Do strmých serpentin prvního vrcholu hřebene s Modloveanem, Vîştea Mare (2527), jsem nasadil strojové tempo. Než jsem se nadál, byl jsem kolem půl druhé nahoře. Zespodu mi výstup připadal daleko těžší. Po červeném terči jsem se pak vydal na sám vrchol Rumunska (2544), kam jsem dorazil ve 13:45. Rozhodně jsem tu nebyl první. Vedle označení vrcholu

Vlastenecky uvědomělí psi

Odcházím v 9:15. Přecházím Arpaşul Mare (2474) a potom strmým sešupem k jezeru Podul Giurgului (2250). Část plesa a odtoku zakrývá ledovcový krunýř. Potom zase vzhůru do sedla Şaua Podragu. V sedýlku na vrcholku stoupání mne již čekali dva bačové a psi. Uvědoměle štěkají, avšak poté, co ode mne bača dostal dvanáct marlborek, jako když utne. Na druhé straně procházím prosluněnou strání obrovským stádem ovcí a horských koz.

trůnila ovčí značka. Vzájemně se fotíme s rumunskými turisty. Chtěl jsem zavolat ženě a dětem a taky čerstvému expertu přes Rumunsko Pavlu Langovi. Signál sice byl, ale neustále mi vypínal Siemense.

Adrenalinová noc inspirací

Při sestupu z Virfului Vîştea Mare mne chytá krápání. Zapadám do cihlového refugiu v sedle Vîştei (2304). Jsou v něm dvě patra letišť, temno a nevlídno. Schovávám se tu před deštěm spolu s dalšími, převážně rumunskými turisty. Ač stále zataženo, odcházím do dalšího sedla. Včerejší adrenalinová noc mi byla inspirací. Scházím do nejvyšších partií ledovcového karu a za deště stavím stan. Rovněž na vyvýšenině. Tentokrát jej kotvím velmi důkladně. Už vím, k čemu se také vláčím s těžkou rumunskou lžící.

O slávě Interbusu

Kolem osmé hodiny za mnou odněkud odspodu přišel bača na kus řeči a cigára. Tak jsem mu jich dal plnou hrst. Ležel jsem ve stanu a klábosili jsme. Než odešel, naznačil, abych mu zapálil. Učinil jsem tak reklamním zapalovačem Interbus, který mi dal osobně jeho majitel pan Josef Zvoníček. Protože jsem měl ještě jeden záložní, tak jsem jej bačovi věnoval. Pán měl obrovskou radost, až mne tím přivedl do velkých rozpaků. Padl na kolena tak rychle, že než jsem stačil jakkoliv zareagovat, poceloval mi ruku, jako kdybych byl nějaký pánko velkomožný. To by jeden neřekl, jaké že to má Interbus ve světě renomé.

Óda na leukoplast

Celý večer i noc děsivý dunivý rachot. Blesky. Hromy si to mydlily o štíty velehor. Tentokrát se zřejmě zlobil Moldoveanu.

19. 7. 2002 Ráno mi z brýlí, které jsem dostal od Rahana, vypadlo sklíčko plexisklíčko a šroubek v... Ten už jsem nenašel. Opravuji je nití a leukoplastí z Chemopharmy Ústí nad Labem. Leukoplast, ta by si jistě zasloužila samostatné pojednání, ne-li ódu. Kolikrát už mi a mým přátelům během čundrování pomohla z bryndy. Nejenže je nejlepší prevencí proti puchýřům, ale funguje dobře i na zlomené běžky, přeražené lyžařské hůlky, rozervané kalhoty. Dokázala zabránit ostrým hrotům maček, cepínu či ledovcových skob proříznout mi kletr atd. Nyní mne nově zachránila. Od záhuby zblouděním, protože bez brýlí z mapy nic nevyčtu.

Romania
Come as a tourist, leave as a friend