

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

druhé
vydání
2007



IMPERIAL

Více informací najdete na stranách 6–9.

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Where Global Business Happens.



The World's Leading
Travel Trade Show

7 – 11 March 2007
www.itb-berlin.com

Official Partner Country 2007
Incredible!ndia
www.incredibleindia.org

For tickets and a wide range of other services, please contact our representative:

Cesko-nemecká obchodní a průmyslová komora
Václavské náměstí 40 · 110 00 Praha 1
Tel: +420 221 490 305, 310 · E-mail: messe1@dtihk.cz

 **Messe Berlin**



Pravidelná letecká spojení z Prahy
do Santo Dominga, Havany, Cancunu...
a **nově i do Ria de Janeira,
Buenos Aires a Dakaru**

Nechte se nést na křídlech španělské
letecké společnosti Air Europa



AZUR REIZEN

cestovní kancelář

Tabarka

Bizerta

Tunisko

Egypt

Turecko

Na dovolenou poletíte, i když málo zaplatíte

SLEVY ZA VČASNOU REZERVACI

- dítě do 12 let pouze za **1,- Kč**
- týden s all inclusive za **9.990,- Kč** v 3* hotelu
- týden s all inclusive za **10.990,- Kč** v 3* hotelu
- cena pro juniora 12 - 26 let za **7.990,- Kč**
- single a dítě za **5.990,- Kč**
- 3. dospělá osoba na přistýlce za **8.990,- Kč**
- **sleva 20%** na dospělou osobu ve vybraných termínech
- **sleva 12%** na dospělou osobu ve všech termínech
- některé slevy platné až do **30.4.2007**

CLUB
AZURA



cestovní kancelář AZUR REIZEN, s.r.o.,
Revoluční 17, 110 00 Praha 1 • Tel.: 224 828 800, 224 829 028
Fax: 224 828 866 • E-mail: info@azurreizen.cz • www. azurreizen.cz

O to když on se mnou mluví, hle, teď po straně jakýsi – nevěděl sem, muž-li či žena (nebo divně jaks zakuklený byl a okolo něho jako mhlala se dělala) – k nám se přiloudě dí: „Všudybude, kam s tímto pospícháš?“ „Do světa ho vedu (dí on), prohlédnouti jej žádostiv jest.“ „A proč beze mne? (řekl onen zase). Víš, že tvá prováděti, má ukazovati, co kde jest, jest povinnost. Nebo Její Milosti královny vůle není, aby kdo do království jejího vejda, sám sobě, co vidí a slyší, dle líbosti vykládal a něco tu mudroval: než aby se jemu, co a k čemu která věc jest, povědělo, a on na tom přestal.“

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



Není vůle, aby kdo do království vejda, něco tu mudroval



Doba internetu přeje individuální organizaci cest a pobytů. Stále však bude existovat obrovská skupina lidí, kteří budou preferovat, aby jim dovolenou někdo připravil a oni se nemuseli o nic starat. Ostatně, díky špatné volbě cestovní kanceláře ještě u nás žádnému spotřebiteli exekutor nezabavil majetek či nepřišel o celoživotní rodinné úspory, což se u řady jiných v Česku vehementně vnucovaných komodit říci nedá.

A nikomu, a snad ani státu, to divně nepřipadá. Zato u cestovních kanceláří a nověji i cestovních agentur? Kdo ví...

Jaromír Kainc
nakladatel Všudybylu

všudybyl

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází v nákladu 10 000 ks.
Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc,
Chalabalova 1605/17, 155 00 Praha 13,
mobil: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906,
e-mail: jaromir.kainc@e-vsudybyl.cz

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Dornych 47, 617 00 Brno,
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Graspo CZ, a.s.

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

- | | | |
|-----|--|----------------------------|
| 6 | Czech Republic's Leading Spa Resort | IMPERIAL |
| 8 | Stříbro ze světové soutěže | IMPERIAL |
| 10 | Barceló pro firemní klientelu | Barceló Praha |
| 12 | Nový rok v hotelu Thermal | Thermal |
| 14 | Pravoslavné Vánoce v hotelu Adria | HOTEL ADRIA PRAHA |
| 15 | Vysoká úroveň samozřejmostí | LE PALAIS HOTEL PRAHA |
| 16 | Česko, atraktivní golfová destinace | CzechTourism |
| 20 | Situace se zlepšuje | Středočeský kraj |
| 20v | Den otevřených srdcí | LUMILLES |
| 21v | Koktejl party Ligy pro cestovní ruch | liga pro cestovní ruch |
| 22 | O kouzlu rozmanitosti | Zlínský kraj |
| 24 | Jednička na trhu leteckých zájezdů | EXIM tours |
| 26 | Už i do Bizerty, na Krétu a Rhodos | zur Reizen |
| 28 | Exotické zájezdy lákadlem | ESO |
| 29 | Přes tři miliardy korun v tržbách | 1920 Čedok |
| 30 | 007 s Air Europou | AirEuropa |
| 31 | Stabilně kvalitní přístup | PRAŽSKÝ KLUB ZALOŽENO 1990 |
| 32 | Vítejte v České republice | ACR Alfa |
| 33 | Plzeňský kraj, místo, kde vznikl život | PLZEŇSKÝ KRAJ |
| 34 | GO a Regiontour úspěšně | BVV Veletrhy Brno |
| 36 | Tarcu nebo Godeanu? | RoMania |

? Ředitel Spa Hotelu Imperial Jiřího Švaříčka jsem oslovil s tím, že tomuto hotelu bylo již druhým rokem po sobě mezinárodní nevládní organizací The World Travel Awards uděleno vysoce prestižní ocenění „Czech Republic's Leading Spa Resort“.

I The World Travel Awards je jednou z nejvýznamnějších globálně působících asociací cestovního ruchu. The World Travel Awards provozuje největší portál svého druhu umožňující volit on-line. O tom, komu budou výroční ceny uděleny, rozhodují hlasy více než deseti tisíc renomovaných profesionálů. Ti loni a letos opět rozhodli o tom, aby byl Spa Hotel Imperial vyhlášen „Czech Republic's Leading Spa Resort“.

? Z toho se dá usuzovat, že rok 2006 byl pro váš hotel úspěšný.

I S rokem 2006 určitě nemůžeme být nespokojeni. Průměrná roční obsazenost dosáhla 75,5 % při průměrné ceně za pokoj, která je jednou z nejvyšších v Karlových Varech. Průměrná doba pobytu činila cca 14 dní. Je ale stále co zlepšovat. V kvalitě, v přístupu k hostům a ve flexibilitě k novým trendům, a to nejen na úsecích F&B a Housekeeping, ale třeba i na zdravotnickém úseku. Ostatně, obdobně jako do většiny dalších oborů, i do léčebného lázeňství, úzce provázaného s medicínou, trvale promlouvá nejen vědecký a technologický pokrok, ale také módní trendy. Relativně dlouhá doba pobytu našich hostů je nejen příjemná, ale přináší i jisté závazky. Především nabídkou volnočasových aktivit pro naše hosty. Nabízíme široké portfolio zábravy od exkurzí, zájezdů, výletů až po jazzové koncerty. Sportovní aktivity včetně tenisu, jezdeckého sportu, golfu a využívání golfového trenažéru, půjčovny jízdních kol, fitness aj.



Czech Republic's Leading Spa Resort Lázeňský hotel Imperial, Karlovy Vary

? Hovoříme spolu v hotelové kavárně, v níž momentálně převažuje němčina.

I Jsme hotelem, v němž se setkávají národnosti celého světa. Nejvíce klientů již tradičně máme z ruský hovořících zemí a ze Spolkové republiky Německo. Čím dál častěji u nás ale lze slyšet také češtinu, už proto, že dalším ze segmentů, v nichž se pohybujeme, je kongresová a incentivní turistika. Čím dál více se dostává-

me do povědomí firem, ať už přes specializované agentury, nebo napřímo. Právě díky tuzemské klientele zaznamenáváme v tomto segmentu vysoké meziroční nárůsty.

? Jak dotvrzuje opakované udělení prestižního ocenění „Czech Republic's Leading Spa Resort“, léčit se, bydlet, sportovat a relaxovat v Spa Hotelu Imperial je in i pro české byznys-





The World Travel Awards

asociace byla založena v roce 1993 s cílem oceňovat nejlepší subjekty cestovního ruchu ve světě. O nominacích rozhodují hlasy více než deseti tisíc renomovaných akreditovaných profesionálů cestovního ruchu. Výroční ceny se vyhlašují celosvětově, podle kontinentálního a národního členění v kategoriích: „Leading Airport“, „Leading Airline“, „Leading First Class Airline“, „Leading Business Class Airline“, „Leading Budget / No Frills Airline“, „Leading Car Hire“, „Leading Casino Resort“, „Leading Conference Centre“, „Leading Conference Hotel“, „Leading Resort“, „Leading Golf Resort“, „Leading Hotel“, „Leading Boutique Hotel“, „Leading Business Hotel“, „Leading Castle Hotel“, „Leading Villa“, „Leading Family Resort“, „Leading Presidential Suite“, „Leading Hotel Brand“, „Leading Luxury Hotel Brand“, „Leading Safari“, „Leading Safari Train“, „Leading Spa Resort“, „Leading Tourist & Convention Bureau“, „Leading Tour Operator“, „Leading Destination“, „Leading Cruise Destination“, „Leading Ski Resort“, „Leading Beach Resort“. Výhradně v rámci celého světa pak: „Travel Technology“, „World's Leading Airline Website“, „World's Leading Corporate Travel Booking Website“, „World's Leading CRS/GDS System“, „World's Leading Inflight Entertainment“, „World's Leading High Speed Inflight Internet Service Provider“, „World's Leading Hotel Brand Internet Site“, „World's Leading Internet Booking Engine Technology Provider“, „World's Leading Low-Cost Airline Internet Site“, „World's Leading Mobile Wireless Technology Provider“, „World's Leading Provider of Communications Solutions“, „World's Leading Provider of High-Speed Internet Access“, „World's Leading Provider of Mobile Gadgets“, „World's Leading Tourism Authority Internet Site“, „World's Leading Travel Internet Site“ a „World's Leading Tour Operator Travel Site“.

meny a politiky. Ostatně rozsáhlá fotoreportáž ze znovuotevření Imperialu v pátém vydání Všudybylu 2003 s článkem o třech kamarádech (nejen Remarqueových) „Otvírejte s námi“ (zároveň i heslo pro full textový vyhledávač www.e-vsudybyl.cz) ilustruje, že Spa Hotel Imperial je místem, kde se zřejmě cítí dobře i náš prezident prof. Václav Klaus a paní Lívie Klausová.

■ Zmínil jste slavnostní znovuotevření našeho hotelu po generální rekonstrukci. Letos připravujeme upgrade jeho balneocentra, jehož se rekonstrukce v roce 2003 netýkala. Zakládáme si totiž nejen na vysoké odbornosti lidí, kteří u nás pracují, na vstřícném pří-



stupu k hostům a celkové pohostinnosti, ale i na tom, že lázeňské léčebné a rehabilitační procedury poskytujeme na špičkové úrovni a s využitím přírodních zdrojů. Nejen do Imperialu, ale i do dalších lázeňských hotelů akciové společnosti Imperial Karlovy Vary je čerpán minerální pramen, a to Vřídlo. Cílem rekonstrukce balnea tedy je umožnit přírodě, aby u nás i v příštích letech co nejučinněji uzdravovala, a to díky aplikacím nejmodernějších technologií a zvyšování komfortu

ší trendy typu Hot Stone Therapy, Shiat-su masáže, Thalasso Therapy atd. Léčebné lázeňství je jedním ze tří pilířů, o něž se opírá podnikatelská strategie akciové společnosti Imperial Karlovy Vary. Dalšími dvěma jsou hotelové služby (zejména ubytování a stravování) a servis firemní klientele, a to i v rámci firemních, kongresových a incentivních akcí včetně péče o volný čas všech našich hostů. Nejen generální rekonstrukce balnea dokresluje, že akcionáři podstatnou část finanč-



ních prostředků investují zpátky do firmy. Investují je i do růstu profesní způsobilosti lidí, kteří pro ni pracují. A že to nese své ovoce? To koneckonců dokládá i opakované vyhlášení našeho hotelu „Czech Republic's Leading Spa Resort“ v letech 2005 a 2006. ■

www.imperial.kv.cz

www.worldtravelawards.com

lázeňských hostů uplatňováním trendů wellness. Ač člověk „pouze“ léčí a uzdravuje příroda, řada stálých hostů k nám jezdí i kvůli našemu vedoucímu lékaři a dalším zhruba padesáti lidem z jeho týmu – lékařům, rehabilitačním sestram, fyzioterapeutům, masérům, lázeňským atd. Z klasické karlovarské lázeňské léčby neexistuje procedura, kterou bychom nedělali. A zvládáme i aktuálně nejmoderněj-



Zrodit se můžete jen v uskutečňování opravdového díla, neboť jenom takové dílo, které neslouží vám, ale naopak vás donutí, abyste sloužili vy jemu, z vás vydobude všechny síly. A umožní vám, abyste vystoupili sami ze sebe. Jak by se mohli zrodit velcí stavitelé nad díly, jež sama veliká nejsou?

Antoine de Saint-Exupéry 1900–1944

? S šéfkuchařem exkluzivního karlovarského restaurantu Paříž Spa Hotelu Imperial panem Rudolfem Špačkem se potkáváme záhy poté, co na světové kuchařské soutěži, na World Cup v Lucembursku, získal pro Českou republiku a rodné město Karlovy Vary stříbrnou medaili. Pane Špačku, ačkoliv jste členem Culinary Nestlé Teamu, který v Lucembursku hájil barvy Česka v týmech, váš zaměstnavatel – Imperial Karlovy Vary, a.s. – vás do otčiny zakladatele Karlových Varů, císaře a krále Karla IV. vyslal, abyste nás reprezentoval v individuální kategorii.

! Zřejmě i proto, protože Spa Hotel Imperial měl v Culinary Nestlé Teamu, který na World Cup vybojoval bronzové medaile, zastoupení v osobě dalšího ze svých kuchařů pana Milana Vilda. Já soutěžil v kategorii „B“ – „Culinary Art“.

? Co předcházelo tomu, než jste se stal šéfkuchařem VIP hostů Spa Hotelu Imperial? Splnil se vám tím váš klukovský sen?

! Jako kluk jsem zprvu chtěl být strojevedou-



cím. Můj pradědeček, dědeček i táta totiž byli „mašinfirové“ a měli jasno, že bych jím měl být i já. Jak dědu, tak určitě i otce zklamalo, že jsem nepokračoval v tradici. Už od malička mne to totiž táhlo nejen za tátou k mašinkám, ale také k vaření. Kromě běžných klukovských zálib, jako bylo lumpačení, houbaření, rybaření a malé motocykly, jsem se doma mamce pleťl do vaření. No, a když jsem už musel volit, zda pokračovat v rodinné tradici, rozhodl jsem se pro obor kuchař – číšník. Vyučil jsem se na Středním odborném učilišti v Karlových Varech a pracoval v několika podnicích ve Varech a v rámci tehdejšího Západočeského kraje. Poté jsem na Střední odborné škole v Plzni dálkově vystudoval maturitní obor hotelový management. S praxí v České republice jsem se loučil na pozici zástupce šéfkuchaře renomovaného čtyřhvězdičkového hotelu. Na podzim roku 2001 jsem totiž dostal nabídku jít pracovat do české restaurace Giardino v Sinsheimu v Bádensku-Württembersku. Potom mi bylo

nabídnuo jít pracovat do Francie, ale táhlo mne to domů do Varů. Celou tu dobu v nich na mne čekala má nynější manželka. V roce 2003, kdy jsme se brali, byl Imperial v rekonstrukci. Ještě v Německu jsem se dozvěděl o výběrovém řízení na pozici, kterou nyní zastávám. Přihlásil jsem se a byl vybrán. V restaurantu Paříž tak pracuji čtvrtým rokem.

Jeho kuchyni jsme s kolegy vypip-



Stříbro pro Imperial ze světové soutěže



lali od nuly, protože do té doby tu žádná VIP kuchyně neexistovala. Práce se mi líbí. Stále je co vymýšlet.

❓ Jak probíhal „World Cup“?

❗ U kategorie „individuální soutěžící“ devadesát procent soutěžních výrobků vezete uvařených „z domova“. Vystavují se hotová teplá a studená jídla (za studena). Soutěžní exponáty se glazírují několika vrstvami aspiku. Jedna věc tedy je jídlo uvařit, druhá, která trvá přibližně stejně dlouho, připravit je k prezentaci tak, aby v plné kráse vydrželo dvanáct hodin na stole, neztrácelo na tvaru, barevnosti atd. Příprava na soutěž začíná přibližně tři dny před odjezdem. Ta byla v neděli, takže jsem začínal v pátek ráno zeleninou a hrubou úpravou masa. Během přípravy se většinou nespí. Maximálně tak dvě hodinky v šatně nebo v křesle. Oxidace totiž neúprosně kazí suroviny. Vše se proto dělá v co nekratším předstihu před soutěží. Dílčí práce musí navazovat. Poté, co se potravina tepelně upraví, rychle se

zchladí, naporcuje a naglazíruje, aby se co nejméně dostala do styku se vzduchem.

❓ A to vše jste absolvoval sám?

❗ Všechno ne. S organizačními záležitostmi mi hodně pomohl šéfkuchař celého Imperialu pan Martin Lukáš, a protože část exponátů byla i z oblasti cukrařiny, tak i náš šéfcukrář pan Jiří Vojtek.

❓ Čím je výjimečná kuchyně restaurantu Paříž?

❗ Už tím, že k našim občasným hostům patří pan prezident Václav Klaus s první dámou České republiky. Našimi dennodenními hosty je na šedesát nejnáročnějších klientů Spa Hotelu Imperial. Plnit jejich zadání bývá někdy velmi složité. Ale jak v „Citadele“ napsal Saint-Exupéry: „Zrodit se můžete jen v uskutečňování opravdového díla, neboť jenom takové dílo, které neslouží vám, ale naopak vás donu-



tí, abyste sloužili vy jemu, z vás vydobude všechny síly,“ je to úžasná škola života, jež nám umožňuje pracovat s tak nákladnými surovinami a postupy, jež si v každodenní běžné praxi může dovolit jen málokterý restaurant. Občas chce něco výjimečného i host z vedlejší restaurace Praha, a od toho jsme tu zase my. Svým kolegům proto vštěpuji základní myšlenku, že pokud je to v našich silách, neexistuje hostu říci: „Nemám, neudělám, nechce se mi...“ Vždy se snažíme vyhovět. Zřejmě i díky tomuto přístupu jsme byli v loňském roce vybráni, abychom při příležitosti oficiální návštěvy prezidenta Ruské federace vařili na Pražském hradě pro Vladimíra Vladimiroviče Putina a Václava Klause. Dalším takovým vyznamenáním bylo, že jsme na zámku v Lánech vařili pro čtyři prezidenty Vyšegrádské čtyřky. ■

www.imperial.kv.cz





Barceló Praha pro firemní klientelu

? S generálním ředitelem pražského hotelu Barceló Praha panem Ericem Staubem jsme se potkali při příležitosti zprovoznění nových konferenčních prostor. Pane řediteli, jak ilustrují obrázky, hotel Barceló Praha zkrásněl.



Eric Staub

! V průběhu loňského roku u nás probíhalo rozšíření a modernizace konferenčních interiérů. Firemní a obchodní klientela je totiž hlavním důvodem, proč jsme úpravy realizovali. Hotel Barceló Praha firemní klientele poskytoval záze-

mí i v minulosti, a i v současné době ji vnímáme jako vysoce perspektivní. Se stejným cílem, tedy co nejlépe uspokojovat její potřeby, bude letos probíhat modernizace pokojů. Upgrade hotelu jsme zahájili částečnou modernizací lobby. Pokračovali jsme interiéry restaurací „Buffet Praha“ a „Mediterráneo“. Rád bych využil této příležitosti a poděkoval společnosti Amber Interier, zejména její majitelce paní Andree Dufkové, za vysoce tvůrčí spolupráci. Moc mne potěšilo, když jsem zjistil, že interiéry hotelu Barceló Praha navrhovala a realizovala firma, která se podílela na tvorbě soukromých prostor Kramářovy vily – sídla českých ministerských předsedů.

Nové konferenční prostory zabírají plochu cca 430 m². Jedná se o čtyři vzájemně propojitelné sály. Můžeme tak vytvořit čtyři, tři nebo dva sály či jeden velký sál. Jsou vybaveny audiovizuální technikou poslední generace. Kromě sálů máme dva salonky pro menší akce, porady, obchodní schůzky apod. Vedle restaurace, v níž se již v minulosti odehrávaly svatby, bankety apod., se teď budou obdobně společenské a rodinné

události konat i v nových sálech. Jejich koncipováním jsme se snažili maximálně reflektovat potřeby firem, které v našem okolí sídlí a i těch, které vzhledem k perspektivnosti lokality sídlit brzy budou. Už od předchozího roku ve společných prostorách, jako je hala, lobby či restaurace, a na třech ubytovacích patrech poskytujeme WiFi připojení pro hotelové hosty zcela zdarma. Ve prospěch podpory prodeje nových konferenčních prostor a orientace na firemní klientelu jsme reorganizovali obchodní oddělení hotelu. Začali jsme spolupracovat s panem Milošem Záreckým, který řídí oddělení Sales a Marketingu. Koncem ledna nebo začátkem února budeme realizovat „Den otevřených dveří“ nejen pro zvané, ale i pro příchozí. Pro představitele firem, kteří budou mít zájem navštívit nové konferenční prostory a seznámit se s jejich dispozicemi. Ten samý den, zřejmě v odpoledních hodinách, se skutečně zahajovací koktejl.

? Naším národům českému a španělskému (k nimž, „jak ilustrují“ naše příjmení německého původu – „Kainc“ a „Staub“, náležíme) po dlouhou dobu vládla dynastie Habsburků.

! Když žijete a pracujete v cizině, a i když máte spolupracovníky na vysoké profesionální úrovni, jste limitován odlišným kulturním prostředím. I z toho důvodu jsem si dal osobní závazek začít se učit česky. Samozřejmě, že i díky pobytu

tu v České republice si uvědomuji řadu obdobných rysů Česka a Španělska. Když jsme loni v hotelu Barceló Praha organizovali mezinárodní malířskou soutěž, předseda umělecké poroty prof. Štěpánek vždy zdůrazňoval význam společných historických kořenů Španělského království a Zemí koruny české. V příštím roce plánujeme zúčastnit se mnoha akcí organizovaných španělským kulturním oddělením při Velvyslanectví Španělského království v České republice, jejichž cílem je nejenom propagovat španělskou kulturu, ale především zlepšovat vzájemné česko-španělské vztahy. Samozřejmě, stěžejní činností společnosti Barceló Hotels & Resorts, a tedy i hotelu Barceló Praha, je hotelnictví. S otevřením nových konferenčních prostor se změnila nabídka hotelu Barceló Praha, a to, jak jsem již zmínil, zejména ve prospěch firemní a obchodní klientely. Prostřednictvím dalších gastronomických událostí chceme pokračovat i v propagaci španělské kuchyně. Ty se budou odvíjet buď podle sezony nebo tematicky. Líbilo by se nám mít vyhra-

Barceló

Praha

Barceló

Hotels & Resorts

Společnost Barceló Hotels & Resorts patří mezi 30 největších hotelových společností na světě. V současné době nabízí přibližně 34 tisíc pokojů ve 126 hotelích a je zastoupena ve 14 zemích světa.

Hotel

Barceló Praha****

se 198 pokoji a 15 suite, v klidné obytné a obchodně administrativní zóně v Praze 4 na Pankráci (městskou hromadnou dopravou 15 minut od centra), je ideální pro obchodní i turistickou klientelu. Prosvětlené elegantní pokoje skýtají panoramatické výhledy na Prahu (klimatizace, koupelna s vanou a vysoušečem vlasů, telefon s přímou volbou, barevná TV/SAT, pay TV, bezpečnostní schránka, minibar). Suite jsou prostornější (některé mají dvě ložnice), kromě standardního vybavení je hostům k dispozici kávový/čajový servis. Hotel zajišťuje čtyřladvacetihodinový room service, prádelnu, směnárnou, informace o kulturním dění, rezervaci vstupenek, organizaci okružních cest a výletů, zprostředkování půjčovny vozidel, zajištění kurýrní služby, posílání faxů, cybercorner, potvrzení letenek, zajišťování informací o dopravním spojení, hotelový taxiservis, catering atd. V à la carte restauraci „Mediterráneo“ se lze setkat s fascinujícím světem rozmanitých chutí, druhů a vůní a vynikajícím výběrem španělských i střeoevropských vín (otevřena denně na business snídani, obědy a večere). V restauraci „Buffet“ je možné ochutnat rozmanité studené i teplé speciality. Příjemné prostředí lobby baru „Las Brisas“ spolu s perfektní obsluhou přispívá ke zdárnému průběhu obchodních schůzek a skýtá příjemné posezení i pro neformální setkání s přáteli. Lobby bar také nabízí malá občerstvení: sendviče, malé saláty, španělské speciality – tapas i výtečné cukrářské výrobky. Nové konferenční centrum „Balears“ s variabilním uspořádáním v konfiguraci čtyři, tři nebo dva sály či jeden velký sál plus dva salonky umožňuje pořádání akcí až pro 450 účastníků.

zen jeden den v týdnu gastronomii některé z oblastí Španělska. Rádi bychom u nás zahájili tradici nedělních brunchů. Jejich konání budeme oznamovat s předstihem.

? Když jsme spolu dělali první interview pro Všudybyl (čtvrté vydání 2005 str. 14 – 16), „Úsměv pro Prahu“ (viz stejnojmenné heslo pro fulltextový vyhledávač Internetového časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu www.e-vsudybyl.cz), zmiňoval jste,



že společnost Barceló Hotels & Resorts hodlá odtud s podporou Prahy expandovat do střední Evropy. Jak jsou tyto ambice naplňovány?

! Do portfolia mé působnosti patří oblast Evropy od Pyrenejí na východ. Plány společnosti Barceló Hotels & Resorts jsou vysoce ambiciózní. Pracujeme na tom, abychom v centru Prahy otevřeli další hotel. Vzhle-



dem k atraktivitám Brna, a zejména jeho výrazné akceleraci v rámci evropské integrace s dalšími evropskými metropolemi díky rozvoji letecké přepravy a z kvalitnějšího železničního spojení, se díváme i na možnosti investovat právě zde.



Smlouvy o smlouvách budoucích máme podepsány v Německu ve Frankfurtu nad Mohanem. V Německu dokonce probíhají jednání o koupi celé hotelové sítě. Rozběhlé projekty jsou na Slovensku v Bratislavě, v Maďarsku v Budapešti. V teritoriu mé působnosti, v důležitých evropských metropolích, chceme do roku 2010 otevřít nejméně deset nových městských hotelů. Projektů je mnoho. Vedeme řadu jednání



a intenzivně vyhledáváme příležitosti expanze. Mohl bych zmínit Berlín nebo Varšavu, kde již smlouvy o spolupráci a o otevření nových hotelů máme podepsané. Roli Prahy ilustruje skutečnost, že již téměř rok tyto aktivity koordinuje expansion manager společnosti Barceló Hotels & Resorts pan Lukáš Noga. Jeho cílem je vyhledávat příležitosti zejména v nově integrovaných zemích Evropské unie. Hotelová společnost Barceló Hotels & Resorts realizuje projekty nejenom v rámci střední Evropy, ale probíhají i jednání o nových projektech, např. v Římě, Londýně či Bruselu. ■

www.barcelo.com



Nový rok v hotelu Thermal

Rok 2007 je pro Thermal jubilejním. Slaví 30 let od svého otevření a vše nasvědčuje, že do dalších let vstoupí důstojně a ambiciózně, jak se na třicátníka patří.

? Lázeňský hotel Thermal vkročil do nového roku odvážně a s mnoha novinkami. Na to, co se podařilo v roce minulém a jak bude vypadat ten letošní, jsem se zeptal generálního ředitele hotelu Josefa Neufuse. Pane řediteli, přestože jste do stávající funkce nastoupil až v dubnu 2006, došlo od té doby v Thermalu k mnoha významným změnám.



Josef Neufus

! Rok 2006 jich byl plný. Pracovat jako generální ředitel takto disponovaného a proslulého komplexu by bylo výzvou zřejmě pro každého. Já nejsem výjimkou. Předchozího tři čtvrtě roku rozhodně rozšířilo mé poznatky o hotelnictví a lázeň-

ství. Změny, které zde za tu dobu nastaly, byly nezbytné pro stabilizaci a zajištění růstu společnosti. Přesto jsou pouhým začátkem. Přípravou na realizaci kompletního inovačního programu. Soustředili jsme se zejména na to, abychom ekonomicky zefektivnili provoz všech hotelových středisek, zvýšili kvalitu služeb a zlepšili vybavenost hotelu. Vyústěním této snahy je opětovně zařazení Lázeňského hotelu Thermal do čtyřhvězdičkové kategorie, byť máme ještě (dle oficiální klasifikace České republiky) rezervy v oblasti nepovinných parametrů. I v Thermalu platí pravidlo, že hotel dělají lidé. Největší úspěch loňského roku tak spatřuji v tom, že se mezi mými současnými spolupracovníky našli kreativní jedinci, kteří chtějí dělat věci lépe a kteří jsou srozuměni s tím, že tu jsme, abychom sloužili hostům, a ne, aby hosté vykonávali naše příkazy. Těchto kolegů si vysoce vážím.



letošního veletrhu Futur.

! Cena International Tourism Trophy je udělována Trade Leaders Clubem, a to zpravidla za výrazný kvalitativní nárůst a přínos pro rozvoj cestovního ruchu. Mj. je dokladem marketingové práce společnosti, která hotel Thermal provozuje. Nominace na International Tourism Trophy provádějí odborní novináři spolu s experty na různé oblasti cestovního ruchu.

? Marketing je o komunikaci produktu, takže s čím (zejména novým) do roku 2007 vstupujete?

? Důsledkem zkvalitnění služeb je prestižní ocenění, které jedete převzít do Madridu u příležitosti konání

! Především s novými přístupy v oblasti komunikace se zákazníkem i potenciálním hostem. Se záměrem oslovovat nové trhy, k čemuž chceme využít moderní a vysoce účinné informační distribuční kanály, už proto, že rezervace přes internet výrazně narůstají. Současně razíme trend připravovat konkrétním zákazníkům služby na míru. Vzhledem k rostoucí popularitě golfového sportu a úžasnému potenciálu Karlových Varů, co se tohoto sportu týče, jsme nově zavedli golfové pobyty a „využili vzedmuté vlny“ iniciované kampaní agentury Czech Tourism na podporu České republiky coby turistické golfové destinace. Rozšířili jsme repertoár relaxačních a wellness pobytů pro seniory a nabídku přizpůsobili potřebám tuzemské klientely. Rádi bychom přivítali více našinců. Významnou kapitolou pro nás je kongresová turistika. Vzhledem k možnostem hotelu Thermal jsme pracovali na tom, abychom byli schopni uspokojit i nejnáročnější zákazníky. Na přelomu února a března tak např. bude hotel Thermal dějištěm prestižní Škoda World Dealer's Conference. Novinek bude mnoho. Finální přípravy a testovací provoz jsme začali už koncem minulého roku. Významnou skutečností je pro nás instalace nového softwaru skladového hospodářství, účetnictví a pokladního systému, který nám mj. umožní flexibilně reagovat na poptávku zákazníků a bude poskytovat kvalitní informace pro řízení a kontrolu. Vedle vynucených investic do řešení havárií, oprav technologií a infrastruktury se v roce 2007 soustředíme zejména na obnovu vybavení hotelové haly, recepce a kavárny. Změna se nejvýrazněji projeví v kavárně, která tak bude mít multifunkční využití s možností celodenního plnohodnotného stravování a nabídkou vlastní cukrářské výroby.



Vědomi si nutnosti zvyšovat komfort ubytování, zejména individuálních hostů a business klientely, vybavíme část pokojové kapacity ve vyšším standardu – větší obrazovky, možnost připojení k internetu, Pay TV atd.

❓ A co lázeňství?

❗ Také zde se snažíme zvýšit komfort a rozšířit nabídku. V prvním patře jsme již zahájili technologicky náročnou realizaci vybudování zastávky výtahů v tomto podlaží. To výrazně přispěje k pohodlí hostů, protože v tomto pat-



plexního centra sportu, relaxace a zábavy, v němž budou hosté trávit podstatně delší dobu než jen hodinu v bazénu. S úspěchem už nabízíme celodenní a půldenní vstupné. Samozřejmě nezapomínáme ani na obyvatele Karlových Varů, jimž jsou určeny cenově atraktivní měsíční až celoroční programy pro jednotlivce nebo rodiny. Ostatně před mým nástupem, ještě na jaře 2006, byly u nás pobyty dětí pod 15 let zakázané! Dnes už samozřejmě ne! A protože je nám jasné, že pro děti léčebný pobyt rodičů není

❓ Krátce po vašem nástupu jste hovořil o nutné „nehmotné“ rekonstrukci.

❗ Rok 2006 byl v tomto ohledu obdobím organizačních změn, zavádění nových forem řízení a interní komunikace. Někdy i nepopulárních opatření ve smyslu snižování počtu zaměstnanců. Rok 2007 je naproti tomu určen stabilizaci, upevnění nových pracovních návyků a systému vnitřní kooperace. Tento proces je vedle vzdělávacích aktivit, tréninků a stáží podporován postupnou implementací tzv. Standardů kvality, které poměrně přesně definují nároky na práci jednotlivých pozic a posilují tolik potřebnou kontinuitu a vysokou a stálou jakost poskytovaných služeb. V oblasti řízení procesů jsme již v prosinci začali s přípravou na certifikaci ISO. Nyní jsme v etapě zpracovávání a popř. doplňování chybějící dokumentace. Cílem tohoto úsilí je vytvořit profesionální hotelový tým, jehož společným cílem bude spokojený host a radost z práce. Teprve potom skutečně zúročíme investice do lidí, vybavení a technologií. ■

www.thermal.cz



moc zábavný, rozhodli jsme se zřídit dva dětské koutky. Jeden v dolní (hlavní) části budovy a druhý v horní, u bazénu. Součástí dětského programu bude vědomostní hra pro děti, kterou mohou hrát za podpory rodičů. Díky ní se více dozví o Karlových Varech, lázeňství a České republice. Na děti nezapomínáme ani v gastronomické nabídce. Nejpozději v létě pak chceme nabídnout veřejně přístupné zázemí pro maminky k přebalování a kojení dětí.



ře je spojovací můstek do sportovně relaxačního areálu s bazénem. Lázeňské služby vracíme zpátky do prostor, kam původně patřily. Tím se nám nabízí možnost rozšíření nabídky. Do nové lázeňské sezony tak budeme nabízet tři další nové druhy procedur. Revitalizací dříve umrtveného prostoru získáme možnost instalace solné jeskyně a další sauny. Tím bychom se přiblížili k cíli, kterým je vytvoření kom-



Pravoslavné Vánoce v hotelu Adria

4. 1. 2007 a 6. 1. 2007

Hotel Adria spolu se svým Triton Restaurantem se letos předem připravil na očekávaný příliv hostů z Ruska a nachystal jim překvapení – oslavu pravoslavných Vánoc podle dávných ruských tradic. Nabídka v pražských podnicích neobvyklá, a o to více ze strany ruských návštěvníků vítaná. Původní dvanáctichodové menu, zdobení stromku, ruská tradiční hudba, dárky... 6. ledna by tak náhodný host Triton Restaurantu nepoznal, že se nachází v srdci Prahy. Akce se letos konala poprvé a setkala se s velkým ohlasem. Oslavit Vánoce dle pravoslavných tradic přišli nejen rodilí Rusové, ale i hosté jiných národností včetně Čechů. Měli tak jedinečnou příležitost zjistit, jak dřív chutnaly Vánoce na východ od nás. Pro samotné hosty bylo menu nachystáno ve skutečný den pravoslavných Vánoc – na Tři krále. O dva dny dříve se v hotelu Adria sešli významní obchodní partneři hotelu, aby menu také ochutnali a vyzkoušeli si starý ruský zvyk (podobný českému) – lití z vosku a věštění budoucnosti. „Ovesné vločky, lívance, kaviár – s tak netradičními kombinacemi surovin běžně v restauraci nepracujeme.

O to zajímavější bylo ponořit se do tajů receptur staré ruské kuchyně“, říká Michal Novák, šéfkuchař hotelu. ■



Menu

Káňa s ovocem a medem
Ruské vejce s useným lososem
Ryba v aspiku se salátem Šubij
Grilovaný lilek a hříby na smetaně
Bliničky s lososem kaviárem a kakaem na smetanu
Soljanka se zelím
Pelmeně se škeplovým masem
Hovězí svíčková "Stroganoff" podávaná s tvarohem čístečím
Sušička z květe, pšeničný brambor
Rolláda z vepřového masa s červenou řepou
Kisiel z borůvek s jablečným zále
Variace zákusků



www.hoteladria.cz



2 Dynamicky se rozvíjející rakouská managementová společnost Vienna International Hotels & Resorts řídí třicet dva hotelů v Evropě. Hotel Le Palais Prague je jedním ze sedmi, které řídí v České republice. Generálního ředitele tohoto hotelu, dvojnásobného držitele ceny „Leaders Club Award“ oceněného The Leading Hotels of the World (v letech 2004 a 2005), pana Jiřího Gajdošíka jsem navštívil v souvislosti s tím, že byl Národní federací hotelů a restaurací České republiky vyhlášen „Hoteliérem roku 2006“ v kategorii „řetězové hotely“. Pane Gajdošíku, k tomu, že vaši práci již dvakrát ocenila zahraniční klientela, se přiřadila skutečnost, že jste byl zvolen zřejmě nejmladším „Hoteliérem roku“, kterého kdy Národní federace hotelů a restaurací vyhlásila. A pak, že doma není nikdo prorokem...



Vysoká úroveň a kultivovanost samozřejmostí

1 Po dvou letech, co jsme dělali úspěšnou zahraniční politiku, jsme se zaměřili i na národní a jsem moc rád, že nese ovoce. Nedávno jsem majitele hotelu Le Palais informoval o tom, že se (a to vzdor tomu, že při předávacím ceremoniálu „Hoteliéra roku 2006“ figurovalo mé jméno) jejich hotelu tohoto ocenění dostalo. Majitelé mi položili otázku: „Čtyři roky je Le Palais otevřen a každý rok získává ocenění. Co na nás chystáte příští rok?“



Jiří Gajdošík

Velmi nerad bych šel bič na zaměstnance a na sebe. Určitě však budeme dělat vše pro to, abychom se drželi nastoupené cesty maximální kvality, že je spolu s jistou dávkou štěstí základním předpokladem pro to, být mezinárod-

ně i na domácí úrovni ceněným hotelem. Když se mne při natáčení klipu, který pak byl prezentován v rámci ceremoniálu při vyhlášení „Hoteliéra roku 2006“, ptal sekretář Asociace hotelů a restaurací České republiky pan Václav Stárek, komu za tento úspěch nejvíc poděkovat, jednoznačně jsem odpověděl, že spoluzaměstnancům, majitelům a mé rodině, která mi vytváří úžasné zázemí. Právě ta umožňuje, abych to, co dělám rád, mohl dělat s radostí a naplno. A jak jste naznačil, pravděpodobně jsem nejmladším ze zvolených „Hoteliérů roku“ a za celou éru NFHR ČR ve své kategorii určitě posledním. To proto, že se koncem loňského roku Národní federa-

ce hotelů a restaurací ČR sloučila se Sdružením podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu HO.RE.KA., aby společně vytvořily silnou Asociaci hotelů a restaurací České republiky. Je dobře, že takovýto stavový subjekt vznikl, už proto, že se u nás trvale polemizuje, zda vůbec něco turistům České republiky přináší.

2 Co byste vzkázal mladým lidem, kteří začali pracovat v hotelnictví?

1 Neodcházejte z oboru! Zůstaňte, protože hotelnictví vám to v plné míře vrátí. Jsem přesvědčen, že obor, který děláme, má obrovské kariérní možnosti. Do určité míry je to i díky fluktuaci, která je pro hotelnictví příznávná. Když je člověk schopen zhodnocovat předchozí praxe a díky nim nabyté dovednosti a zkušenosti a trvale se učít, je to nenahraditelný osobní kapitál. Vlastní vzdělání, aktivita, chuť do práce a především chuť dávat klientům něco navíc je základem toho, jak můžete postupně v našem průmyslu růst.

2 Sedíme u krbu ve stylové hotelové anglické knihovně, a snad si mohou dovolit podotknout, že tyto prostory jsou čím dále častějším místem setkání exponovaných lidí. Obdobný trend lze využít i u konferenčních prostor, fitness zázemí atd. Takže nejen ocenění zahraničních hostů korunované dvojnásobným „Leaders Club Award“, ale také tuzemská klientela oceňuje kvality Le Palais.

1 Hotel byl otevřen před bezmála pěti lety, a téměř všichni mi tenkrát říkali, že to sice bude hezký hotel, ale handicapovaný tím, že není v centru. Kde je ale v Praze dnes centrum? Jsem přesvědčen, že Le Palais v zorném poli hostů, ať místních nebo zahraničních, už v tomto smyslu dávno posunul hranice. Konstatoval jste, že jsme hotelem čím dál vyhledávanějším tuzemskou klientelou. Ano, jsme, stáváme se, a ruku v ruce s tím chceme být centrem setkávání se obchodní klientelou tady na Vinohradech. Byznys děláme především dobrým jménem, kul-

vaným prostředím, dobrými službami a tím, že striktně ctíme soukromí hostů.

2 Dalšími významnými důvody, proč jste oblíbeným místem, je hotelová kuchyně vedená panem šéfkuchařem Radkem Šubrtem a velmi pozorný personál.

1 Největším trumfem (popř. zřejmě „noční můrou“) každého ředitele hotelu či hoteliéra bývá šéfkuchař. Pan Šubrt je vysoce erudovaný profesionál, ambiciózní dynamický člověk, který se mnou před pěti lety hotel Le Palais otevřel. Spolu s dalšími devíti šéfkuchaři se podílel na tvorbě a vydání kuchařky „Excellent menu“, která se dle mého názoru pro řadu lidí stane vodítkem, jak se v Praze a jejím okolí dobře najíst. Jídelní lístek hotelu Le Palais není příliš široký. Zato klade me obrovský důraz na to, kde a jaké vstupní suroviny nakupujeme. Kvalitu ingrediencí pak tým pana šéfkuchaře zhodnocuje svým kulinářským uměním. A pozorný personál? To je dennodenní samozřejmost, kterou jsme našim hostům povinovani. Když jsme otevřeli, byli jsme určitě stylem našich služeb pro mnohé lidi příjemným překvapením. Dnes už to pro nás musí být samozřejmost a povinností a hosté to od nás očekávají. Pro nás je to ovšem povinnost milá a příjemná. ■

www.palaishotel.cz

www.lhw.com



LE PALAIS
HOTEL PRAGUE

Propagace Česka v zahraničí jako atraktivní golfové destinace

V pátek 12. ledna 2007 se v rámci odborného doprovodného programu 17. mezinárodního veletrhu průmyslu cestovního ruchu GO a 16. mezinárodního veletrhu turistických možností v regionech Regiontour na Výstavišti uskutečnila panelová diskuse s názvem „Propagace České republiky jako golfové destinace v zahraničí“. V sále Morava konferenčního centra pavilonu A se sešla nejen plejáda novinářů a reportérů, ale i zástupci firem a dalších institucí působících a podnikajících v rámci golfové turistiky včetně manažerů golfových hřišť, developerů, komunálních a krajských politiků pečujících o volnočasové aktivity mládeže a rozšiřování možností na trhu práce v rámci svých sídel a regionů. Přivítali je zástupci pořadatelské České centrály cestovního ruchu – CzechTourism – ředitel Rostislav Vondruška a koordinátorka pro golfovou turistiku Helena Kopecká. Novináři a další účastníci přišli diskutovat také s prezidentem International Association of Golf Tour Operators Peterem Waltonem, prezidentkou Czech Golf Travel Association (CGTA) Marií Jehličkovou, Jaroslavem Kunzlem z České golfové federace, resp. její servisní organizace Czech Golf Consulting, golfistkou Annou Zemplerovou a Radmilou Kuzicovou z České spořitelny – banky, jejíž (i na tomto panelu prezentovaný) přístup mohl u zasvěcenějších evokovat odpověď na otázku, proč menší Rakousko oproti Česku každoročně generuje zhruba desetinásobek inkasa z cestovního ruchu. Panelovou diskusi velmi věcně řídil Tomáš Kulman z KPMG Česká republika.

Panelovou diskusi

„Propagace České republiky jako golfové destinace v zahraničí“ agentura CzechTourism společně s partnery uskutečnila s cílem vyvolat debatu, jak by měla vypadat státní propagace České republiky coby golfové turistické destinace i samotného golfu a jaký servis od České centrály cestovního ruchu v souvislosti s tím soukromý sektor očekává. CzechTourism totiž neskrýval záměr zapojit soukromý sektor do příprav akcí na podporu golfové turistiky pro rok 2007 s tím, že záměry státní agentury CzechTourism, byť konzultované s Českou golfovou federací a Czech Golf Travel Association, mají daleko větší šanci na úspěch, budou-li ještě před závazným vyhlášením otevřeny připomínkám a návrhům podnikatelských subjektů, kterých se aktivity spjaté s cestovním ruchem a golfem týkají. Diskuse byla zahájena koordinátorkou CzechTourism pro golfovou turistiku Helenou Kopeckou, jež přítomně seznámila s aktivitami CzechTourismu v oblasti golfové turistiky v roce 2006 a základními pilíři golfového marketingového plánu na rok 2007. Poté hovořil Peter Walton, který představil pro-

jekt tříleté oficiální spolupráce CzechTourism a International Association of Golf Tour Operators. Jejím záměrem je učinit z České republiky etablovanou golfovou turistickou destinaci. Součástí spolupráce bude příprava marketingové strategie, přičemž Česká republika, potažmo CzechTourism, jako bonus od International Association of Golf Tour Operators obdrží v roce 2007 zdarma inzertní prostor v evropských golfových časopisech v celkovém objemu 15.000 € a Czech Golf Travel Association výraznou slevu na členský příspěvek (a individuální příspěvky členů) a právo navýšit v rámci International Association of Golf Tour Operators svou členskou základnu na padesát členů. To je pro rozvoj golfového cestovního ruchu v Česku zpráva, která ilustruje úspěšnost realizované strategie CzechTourism opřít propagační snahy České republiky v oblasti golfové turistiky o bohaté zkušenosti světově renomované Association of Golf Tour Operators.

Atraktivní akční rádius a jiskra,

to byly atributy dvouhodinového jednání, o něž se přičinil nejen pořadatel CzechTourism, ale



i všichni diskutující, a zejména pak moderátor Tomáš Kulman z KPMG Česká republika. Marie Jehličková popsala dlouhou cestu, než se Česku podařilo zapojit státní sektor do propagace České republiky jako golfové turistické destinace a získat titul „Neobjevená golfová destinace roku 2007“. Jaroslav Kunzl prezentoval dvouletý vzdělávací program České golfové federace, jehož cílem je zvýšit odbornost a profesionální přístup lidí poskytujících servis v oblasti golfové turistiky. Radmila Kuzicová hovořila o golfových developerských projektech a jejich financování. Velká část příspěvků byla věnována infrastruktuře - golfové i všeobecné turistické. O své zkušenosti s cestováním za golfem se podělila naše bývalá vynikající reprezentantka, golfistka Anna Zemplerová. Z řady příspěvků vyplynulo, že ačkoliv kvalitou golfových hřišť Česká republika dosahuje evropských standardů, v oblasti golfové turistické infrastruktury



Česko má potenciál stát se přední evropskou golfovou destinací a golfová turistika dalším z nových velmi významných zdrojů jeho příjmu, iniciačním faktorem pro tvorbu tisíců nových pracovních míst. Agentura CzechTourism proto jako hlavní cíl v oblasti golfové turistiky od svého zřizovatele Ministerstva pro místní rozvoj České republiky dostala za úkol posilovat image Česka jako golfové destinace. V roce 2005 se tak Česká republika, a to i díky spolupráci CzechTourism a Czech Golf Travel Association (CGTA), poprvé zúčastnila veletrhu golfové turistiky International Golf Travel Market a již při své první účasti byla v rámci 6. ročníku IAGTO Awards (vyhláší organizace International Association of Golf Tour Operators) nominována na prestižní ocenění „Neobjevená golfová destinace roku“. V následujícím roce 2006 jej získala. Podle průzkumu KPMG patří Praha mezi TOP 5 evropských golfových destinací. V roce 2005 tvořil podíl České republiky 57 % východoevropského golfového trhu. Vzdor razantnímu zvýšení ekonomických přínosů z golfové turistiky, do roku 2020 se očekává mírné snížení tohoto podílu na 42 %, což bude způsobeno rozvojem dalších golfových destinací. Pozici nejsilnějšího si však Česko udrží.

ry má hodně co dohánět. „Není to jen otázka infrastruktury,“ konstatoval Jaroslav Kunzl, ale i organizace, nastavení standardů, které golfový turista očekává.“ V souvislosti s tímto tématem byl zdůrazněn význam regionálních letišť a i z úst prezidenta International Association of Golf Tour Operators Petera Waltona pochvalně zaznělo, že Česká republika je v tomto směru na tom velice dobře. ■

www.czechtourism.cz/tmp/golf

www.czechtourism.com

www.iagto.com



Panelová mozaika z (některých) redakčně upravených fonetických přepisů diskusních příspěvků

Peter Walton, International Association of Golf Tour Operators

Dnes jsem zde proto, že jsem za International Association of Golf Tour Operators slíbil plnou podporu agentuře CzechTourism a Czech Golf Travel Association v jejich golfových snahách. V příštích třech letech by se Česká republika měla z neobjevené golfové destinace proměnit v etablovanou golfovou destinaci. Chci pomoci to celé rozjet a potvrdit, že International Association of Golf Tour Operators bude po tři následující roky podporovat českou golfovou turistiku. A pokud se mne ptáte, zdali to bude úspěšné? Jsem přesvědčen, že ano. V rámci předávání našich výročních „IAGTO Awards“ jsme loni oceňovali Britskou Kolumbii na západě Kanady. Ta byla vyhlášena „Golf Destination of the Year – North America“ roku 2007, a to ve velmi tvrdé konkurenci států USA. Před třemi roky byla vyhlášena (obdobně jako teď Česko) „Undiscovered golf destination of the Year“. Od té doby s námi úzce spolupracovala a připravila správnou strategii. To jsou pro „Neobjevenou golfovou destinaci roku 2007“ – Českou republiku – dobré zprávy. Ti z vás, kteří pracujete v této sféře, víte, jak je golfová turistika důležitá. Ale je třeba to vysvětlovat ostatním, kteří neznají ekonomické, ekologické, hospodářské, sociální a další přínosy z gol-

v nichž budou moci realizovat tuto svoji prioritu – hrát golf. Proč chtějí, aby hráči golfu přijížděli do České republiky? Hlavním důvodem je, že každý golfista, který cestuje do jiné země, utratí o padesát procent více peněz než běžný zahraniční turista. Golfovní turisté vydávají více peněz i za návštěvy muzeí, galerií, v barech, restauracích atd.

Marie Jehličková, Czech Golf Travel Association

Mám velkou radost, že Česká republika získala prestižní ocenění International Association of Golf Tour Operators „Neobjevená golfová destinace“. V minulých letech jsem vždycky záviděla cizím touristboardům, když si tato ocenění přebíraly, a myslela si, že by o ně Česká republika rovněž měla usilovat. No a loni



se to podařilo. Když jsem k nám před osmi lety zvala zahraniční golfové touroperátory a přesvědčovala je, aby k nám vozili golfové turisty, že tu máme nádherná golfová hřiště, tukai si na čelo a říkali: „V České republice? To jsme v životě neslyšeli. To není možné.“ Přitom díky návštěvám panovníka Spojeného království Velké Británie a Irska (v letech 1901 až 1910) Edwarda VII. (1841 – 1910) máme v Mariánských Lázních již 101 rok jedno z nejstarších golfových hřišť v kontinentální Evropě. To, že Česká republika Mezinárodní asociaci golfových touroperátorů stála za až takovou pozornost a byla vyhlášena „Neobjevenou golfovou destinací“, je ale nejen věcí prestiže. Zavazuje nás to zhodnotit tuto devizu a udělat maximum pro to, aby světové gol-

fové turistiky. Proto něco statistických údajů. Jenom v Evropě je přibližně sedm až osm milionů hráčů golfu. Polovina z nich jezdí na dovolené s cílem hrát golf. Jedna třetina těchto golfistů pojede letos na dovolenou do jimi dosud nenavštívených destinací,

fovi touroperátoři naši zemi zařadili do svých golfových brožur. Zkrátka, udělat z Česka objevenou golfovou destinaci.

Jaroslav Kunzl, Czech Golf Consulting

Golfovou turistiku chápeme jako jeden ze zásadních podílů řešení toho, co (ač se nám před patnácti lety zdálo neuvěřitelnou záležitostí) trápí kluby a golfové investory. V roce 1990 u nás byla skutečně skromná základna. Zhruba pět až sedm golfových hřišť. Do roku 2007 vstupujeme se sedmdesáti, nepočítaje v to in-doory a drivingy, ale pouze hřiště, na kterých se dá golf hrát. Je to až k nevíře, že jsme se v první polovině devadesátých let potýkali s nesaturovaným zájmem golfových hráčů, že nám česká golfová infrastruktura nestačila. Dnes je to obráceně. Ve srovnání nám vychází, že na jedno hřiště máme relativně málo tuzemských golfistů. Naši členové říkají: „Pomozte nám. Domluvme se, jak na naše hřiště, která jsou napříč celou republikou ve výjimečných prostředích, přivést hráče.“ Samozřejmě, že vidíme i cestu ve zvyšování počtu tuzemských hráčů. V podpoře domácího golfového turismu, ale je to i otázka přílivu zahraničních golfových turistů a vhodného doplnění tradičních komodit odvětví cestovního ruchu právě golfovou turistikou. Statistiky jsou až neúprosně výmluvné. Pokud je v ekonomicky solidně situované rodině rozhoduje o destinaci, kam na dovolenou, zpravidla v ní bývá někdo, kdo říká: „Jedině někam, kde je golfové hřiště. Nechci prožít čtrnáct dní jenom prohlídkami památek, chci si také zahrát golf.“ Infrastruktura golfových hřišť se stále rozšiřuje. Je zestavěna minimálně další desítky hřišť. Vzniká spousta záměrů. Musíme se proto zaměřit, aby fungovaly v kompletní provázanosti. Od dopravců přes hotelová a stravovací zařízení. Všechny prvky, které přijdou do styku s golfovým turistou. Není to tedy jen otázka infrastruktury, ale i organizace, nastavení standardů, které golfového turistu očekává. Golfového turistu je zajímavý i tím, že bývá ekonomicky nadprůměrně dobře situovaný. A proto stojí za to o něj bojovat.

Marie Jehličková, Czech Golf Travel Association

Nejde „jen“ o to postavit golfová hřiště, ale i o to, aby golfový servis na nich byl té úrovně, na niž jsou golfisté zvyklí ze zahraničí. Počínaje veškerými službami v hotelu, stravováním přes přepravce, průvodce až po golfové kluby a golfové touroperátory. Aby každý věděl, o čem golfová turistika je. A v tom je v Česku velká meze. Golfová turistika není turistika jako každá jiná. Tedy, že jezdí skupiny, absolvují okružní prohlídku Prahy, večer v pivovaru a jedou zpátky. Golfová turistika má svá specifika. Proto jsem ráda, že se Česká golfová federace přičiňuje o to, aby se profesní úroveň a odborné vzdělávání v golfově turistice šířily. O tom je i dvouletý vzdělávací projekt, který se rozbíhá s podporou evropských strukturálních fondů. Slibujeme si od něj zvýšení profesionální úrovně lidí pracujících v subjektech zajišťujících řetězec služeb tak, aby golfového turistu mohl být v golfo-



vé destinaci Česká republika spokojený. Aby se golfovi touroperátoři mohli spolehnout na to, že když do Česka přivedou své klienty, že všude budou vědět, jak se k nim chovat. Spokojený golfový turista se vrací a to je pro danou zemi ekonomicky nesmírně významné. Věřím, že takovýto vzdělávací projekt, který má trvat rok a půl a zatím je jen pro Středočeský kraj, uvítají i další kraje. K tomu, aby se movití golfové turisté do Česka vraceli, musíme vytvářet podmínky také tím, aby se jim dostávala řada podnětů a oni chtěli poznávat celou Českou republiku.

Peter Walton, International Association of Golf Tour Operators

Česká republika má cosi jedinečného. Když mne k vám paní Marie Jehličková před třemi lety pozvala, abych se přijel podívat, jaká tu máte golfová hřiště, uvědomil jsem si bohatou a dlouhou historii českého golfu. Že zde máte tři zhruba stoletá hřiště. To je jedinečné. Nejprve bychom ale měli být schopni povzbudit golfové turisty, aby k vám do České republiky vůbec přijeli. Aby si ji zvolili za svoji destinaci. Ku prospěchu dosažení tohoto cíle nutno podotknout, že v Česku je spousta atraktivních míst. A to jak sídel, tak co se týče krajiny. Musíte se zaměřit na golfovou turistiku jako produkt. Abychom v ní mohli být úspěšní, musíme mít patřičnou kvalitu, cenu a propagaci. Kvalita golfových hřišť je u vás v Česku obecně dobrá. Musíme se ale ujistit, že vysokou kvalitu má každé golfové hřiště, které láká zahraniční golfové turisty. Mezi golfisty se totiž reference šíří velice rychle. Pokud zde budete mít i hřiště, která nebudou mít odpovídající kvalitu, bude to mít výrazně negativní vliv na celkovou reputaci golfové destinace Česká republika. Co se týče kolonky „kvalita služeb“ do Česka zatím ještě moc zahraničních golfistů nejedí. To má za následek, že kvalita služeb pro golfové turisty nebývá tak velká jako pro členy klubu. Může se, např. v restauracích, vyskytnout personál, který nebude schopen komunikovat německy či anglicky. Možným řešením je přivést do Česka lidi, kteří již pracují ve srovnatelných golfových destinacích (např. ve Walesu) a ovládají získávání si golfové turistické klientely, a kteří by vám předávali zkušenosti.

Rostislav Vondruška, CzechTourism

Je třeba, aby byly české veřejnosti golf a golfová turistika představovány se všemi pro ni pozitivními efekty: jak přispívají ke zvyšování jejich životní úrovně, jak vytvářejí podmínky

pro vznik nových pracovních a podnikatelských příležitostí, co znamenají pro využití volného času mládeže a pro vytváření bariér proti sociálním tendencím mezi mladými lidmi. Určitě by to přispělo ke kladnému vnímání golfu nejen coby sportu, ale i k pozitivnímu rozvoji hospodářských aktivit s vazbami na golfovou turistiku. I z hlediska rozvoje mládežnického sportu je potřeba téma golf odtabuizovat. Děti se dnes věnují mnoha neméně finančně a časově



náročným sportům. Dnes, a to nejen u vrcholově realizovaného sportu, není rozdíl ve finanční náročnosti zabezpečení mládežnického fotbalu, hokeje, tenisu, lyžování, cyklistiky nebo golfu.

Tomáš Kulman, KPMG Česká republika

Stále se setkávám s tím, že golf je považován za cosi exkluzivního a nedostupného pro širší vrstvy obyvatel včetně dětí a mládeže. My víme, že tomu zdaleka tak není. Obdobně nákladné a možná i nákladnější sporty jsou např. hokej, tenis, krasobruslení, snowboarding, cyklistika aj. Z vlastní zkušenosti ale vím, že i řada vysokých úředníků golf doposud vnímá jen jako zábavu elity.

Jaroslav Kunzl, Czech Golf Consulting

Všechno má nějaký průběh. Současných cca třicet tisíc českých golfistů už je síla. Nicméně je třeba, a to i za pomoci médií, aby se golfu podařila sejmut nálepka snobství, jíž se tomuto sportu počátkem devadesátých let dostalo. Jsem přesvědčen, že se to daří.

Peter Walton, International Association of Golf Tour Operators

V počátcích byla golfová turistika převážně mužskou záležitostí. Věcí skupin mužů, kteří cestovali na short breaks nebo týdenní zájezdy, aby hráli golf. Nyní jsou nejčtenějším uskupením golfových turistů páry – muž a žena, kteří oba hra-



jí golf. Nebo skupiny párů. Samozřejmě vedle nich to nepřestaly být smíšené nebo čistě ženské skupiny. Cestující rodiny jsou nejnovější formou v golfovém cestovním ruchu. Zpravidla to u nich bývá nějak tak, že např. tři z pěti členů rodiny hrají golf. Pro ty je důležité, aby měli k dispozici dostatečnou infrastrukturu zahrnující tréninkové louky nebo golfové akademie. A samozřejmě různé standardy. To podle svého sociálně ekonomického postavení a finančních možností. V Česku ale (podle mého názoru) stále chybí některá podpůrná zařízení. Např. lázeňské služby spojené s golfem nebo gastronomie – poskytování kvalitního vína, jídla. Proto bychom v rámci rozvoje golfové turistiky měli podporovat nejen golf, ale i doprovodné služby, kterých by cestující páry a rodiny mohly využívat. Nikdy bychom se neměli vyhraněně specializovat na jedinou ze skupin golfových turistů. Golfovní turisté by měli mít na golfová hřiště přístup i o víkendech, kdy se obvykle konají golfové turnaje, což je věcí nejen organizace, ale i konceptů a od nich se odvíjejících dispozic golfových areálů.



Tomáš Kulman, KPMG Česká republika

Česká republika figuruje v rámci východoevropského regionu. Spolu s námi je v něm např. Estonsko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Slovensko, Slovinsko atd. Naše studie uvádí, že v posledních patnácti letech počet golfových hřišť vzrostl na 134. Z dalších informací vyplývá, že osmdesát procent dotázaných v nejbližších letech plánuje významné investice. Finanční výkonnost, kterou respondenti očekávají, je ta, že 40 % z nich očekává excelentní finanční výkonnost svých hřišť a 26 % dobrou. To ilustruje, že provozovatelé golfových hřišť vidí svou budoucnost pozitivně. Jejich úspěšnost pochopitelně souvisí nejenom s rozvojem samotných hřišť, ale především doprovodné infrastruktury, která je nezbytná pro to, aby mohli poskytovat tří, čtyř, pětihvězdičkové služby.

Radmila Kuzicová, Česká spořitelna

Banky považují hotelnictví a leisure segment za poměrně riskantní odvětví a přilíže se do jeho financování nehrnou. Postoj České spořitelny je trochu odlišný. Je tomu zhruba šest let, co byl u nás vytvořen odbor, který se prioritně zabývá financováním hotelů. V posledních letech také financováním leisure projektů, mezi něž patří i golfové facility. Současnou situaci v golfu a golfovém cestovním ruchu bych mohla přirovnat

ke stavu na pražského hotelového trhu před pár lety. K dobám, kdy se všeobecně objevovaly velké nářky na kvalitu infrastruktury a služeb. V tomto segmentu v posledních letech došlo k výraznému pozitivnímu posunu. Svědčí o tom např. velký nárůst průměrné ceny za ubytování. Česká spořitelna se tohoto procesu zúčastnila a financuje řadu pražských hotelů. V posledních dvou letech se nám zdá (a tím směrem se ubírá i strategie České spořitelny), že je nutné přesunout investice a na ně navazující financování jednak do mimopražských regionů, a to do hotelového



segmentu a s ním spojených leisure aktivit.

V hotelové infrastruktuře, pokud vezmeme v úvahu celou Českou republiku, vidíme neuvěřitelný potenciál, co se týče investic a na ně navazujícího financování bank. Zdá se nám, že není ani tak problém z hlediska množství projektů, ale největší riziko tohoto podnikání vidíme v jejich kvalitě a hlavně v následném managementu projektů. Česká spořitelna se rozhodla, že se budeme věnovat těm z nich,



které pro nás představují jistý koncept, v nichž je golf jen jednou (i když důležitou) ze složek. Velmi proto vítáme, pokud se na nás obrazejí klienti, kteří chtějí nejen provozovat golfové hřiště, ale jsou si vědomi toho, že k nim musí poskytnout velmi kvalitní navazující služby. A to jak hotelové, dopravní i ve sféře doprovodných programů. Je jich potřeba nejen kvůli zahraničním, ale i domácím golfovým turistům. Další záležitostí, kterou posuzujeme, je míra vlivu sezonnosti na zdařilý chod jejich byznysu. Takže když hovoříme o konceptech, snažíme se najít takové, které jsou schopny potenciálním zájemcům nabídnout nějaké na golf navázané aktivity nejen v rámci hlavní golfové sezony, ale v průběhu celého roku. Velmi důsledně posuzujeme profesionální managementu dané facility. Zda je facility schopna řídit a přizpůsobovat tomu, co se zrovna

žádá. Jedna obava, kterou jako bankovní instituce můžeme mít, je, že golfový servis v rámci golfové turistiky může jako každý jiný druh podnikání podléhat módě. Tedy, že se může jednat o „trendy aktivitu“. Co tím míním. V Praze jsme v posledních letech byli svědky obrovského nárůstu britských turistů v rámci tzv. pivní turistiky. To je ale velmi přechodná záležitost. Takže velkou výzvou pro golfové investory a operátory golfové turistiky je udržet Českou republiku trvale přitažlivou jako turistickou golfovou destinaci.

Velmi zajímavé je spojení golfové a rezidenční infrastruktury. Zatím se to týká především Prahy, ale už ji následují i další regiony. Jsou k dispozici údaje o tom, že pokud existuje projekt, který nabízí rezidenční část a k tomu golfové hřiště, případně tenisovou facilitu nebo ještě další, tak už v úvodní fázi projektu je tím velmi pozitivně ovlivněno cenové zhodnocení pozemků a rezidenčních jednotek. Golf nevnímáme jako exkluzivní záležitost. S tím, jak se zvyšuje celková životní úroveň, jsme si vědomi, že je potřeba volný čas trávit tak, aby se lidé nejen bavili, ale ruku v ruce s tím přispívali ke své dobré psychické a fyzické kondici.

Peter Walton, International Association of Golf Tour Operators

Co se týče trendů a subjektů bankovního sektoru, kterým záleží na tom, aby golfovní turisté přicházeli do Česka: Od roku 1990 do roku 2001 se růst golfové turistiky oproti běžné turistice zvýšil trojnásobně. Po roce 2001 se celková dynamika růstu cestovního ruchu snížila, ale golfová turistika pouze o polovinu oproti poklesu dynamiky celkového cestovního ruchu. V rámci vývoje po 11. září se dynamika rozvoje golfové turistiky opět zvýšila. V roce 2005 dosáhla úrovně, kterou měla před 11. zářím. V příštích letech je očekáván její globální růst. Golf se stal sportem, který je in. Dříve to byla záležitost pouze pro bohaté lidi, ale nyní je běžným módním sportem dětí. Na tento trend reagují golfové kluby na celém světě. Až bude těmto dnešním dětem třicet čtyřicet let, způsobí to obrovský nárůst golfové turistiky. A pokud by mi byla položena otázka, zda přijedou za golfem i do České republiky, odpovídám: Pokud budete pokračovat v započatém trendu, tj. že státní i soukromý sektor bude reagovat na poptávku na trhu, přilákáte k vám golfové turisty a banky budou moci podpořit více bezpečných investic, tak by tu mělo být řečeno, že ano. ■



Situace se zlepšuje, ne moc rychle, ale zlepšuje



2 Hejtmana Středočeského kraje Ing. Petra Bendla jsem navštívil v polovině prosince 2006, abych se ho zeptal, co říká tomu, že ministr pro místní rozvoj Petr Gandalovič převedl další kompetence týkající se resortu cestovního ruchu na krajské úřady.

! Jsem přesvědčený, že to je správný trend. Že by Ministerstvo pro místní rozvoj ČR mělo postupně měnit svoji tvář a předávat na regiony kompetence, které jsou evidentně regionální. A pokud jsou lokální, pak na města a obce. Přístup pana ministra Gandaloviče vysoce oceňuji. Hospodářsky i organizačně je lepší a obecně prospěšnější spravovat resort cestovního ruchu z míst, kterých se jeho aktivity týkají a kde vytváří hodnoty, než z ministerstva.

2 Ačkoliv na území Středočeského kraje máte např. Kutnou Horu, místo zapsané na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO, nebo zřejmě nejnávštěvovanější hornické muzeum v Evropě na Březových Horách v Příbrami, či Karlštejn atd., je třeba i ve prospěch takovýchto prvořadých turistických cílů (a podnikatelských aktivit na ně navazujících) zabezpečovat servis, který přesahuje rámec krajské samosprávy, ba někdy i státu. Ostatně, čas od času se proto středoevropské země spojují v rámci kampaní „navštivte střední Evropu“ při oslovování vzdálených trhů, např. japonského, čínského, amerického apod.

! Je třeba odlišit od sebe dvě věci. Jednou je organizace cestovního ruchu a druhou majetková správa pamětihodností – turistických cílů. Jsem toho názoru, že je ku škodě, že leckde není možné, aby samosprávy měly větší vliv na fungování památek. Kdysi jeden pan ministr kultury proklamoval, že je připraven převést památky na kraje, a následným prohlášením: „Já Bendlovi Karlštejn nedám,“ sebe sama pasoval do role jejich držitele a mocnáře. Středočeský kraj na to reagoval, že mu nejde o to za každou cenu vlastnit národní kulturní památku, ale aby

Národní památkový ústav a památkáři v Česku více reflektovali potřeby obyvatel a jejich samospráv. Přece jen dosažitelnost z kraje na památkový ústav (ať už regionální či národní) je hodně komplikovaná. Preferovali jsme větší legislativní propojení a možnosti koordinace toho, co se v našich krajích s památkami děje. Ne za každou cenu vlastnit, ale být otevřenější veřejnosti.

2 V šedesátých letech minulého století, kdy byla životní úroveň v Československu vyšší než v Rakousku, byl cestovní ruch označen za oblast strategických hospodářských zájmů této spolkové země. Dnes tak Rakousko z cestovního ruchu generuje zhruba desetinásobek inkasa oproti Česku, které má daleko rozmanitější a četnější síť turistických atraktivit a cílů. Vzдор tomu Rakousko nemá spolkové ministerstvo cestovního ruchu, ale tento resort řídí zemské vlády.

! Iniciativy v resortu cestovního ruchu jsou v Česku hodně různorodé. Stát, obce i soukromé osoby, všichni mají v tomto systému místo. To, co někdy vadí, je tedy roztržitost přístupu. Zvláště u malých obcí a rodinných firem, jež nemají takové možnosti, příp. finanční prostředky, aby k sobě dostatečně směřovaly turistickou poptávku. Proto jim Středočeský kraj pomáhá v řadě oblastí. Jednou z nich je poskytování grantů za účelem propagace a vyšší míry zhodnocování daných turistických lokalit. Další možností je využití finančních prostředků ze Společného regionálního operačního programu, který Středočeský kraj spravuje, a kde si jako jednu z priorit nastavil podporu odvětví a podnikatelských aktivit cestovního ruchu. Přiležitostí je celá řada, a je na lidech, jak si s tímto poměrně administrativně náročným systémem poradí.

2 No, nemůže to být „cohcárna“, v níž si každý dělá co chce. A „cohcárnou“ by neměl být ani byrokratický aparát – úřad, i když mívá snahu zaměstnávat sám sebe, aniž by cokoliv produkoval. To proto, že

tuto tendenci zpravidla omezují vrcholový management – volení politici, kteří povětšinou reflektují na společenskou poptávku. To, proč je Česko na zhruba desetinu možného inkasa z cestovního ruchu, je ale právě proto, že taková společenská poptávka, aby cestovní ruch vydělával na výdaje Česka a jeho obyvatele, není. Ostatně drtivá většina našich si neuvědomuje hospodářské dimenze cestovního ruchu, takže v čele jejího žebříčku priorit cestovního ruchu figurují požadavky: omezit příjezdy turistů ze Společenství nezávislých států (přitom právě tito u nás mívají nejvyšší útraty); zrušit víza do Ameriky, a když to nejde, zavést je Američanům (to abychom přiškrtli další ze zdrojů, z nichž k nám proudí příjmy), mít co nejtvrdší korunu vůči euru a dolaru (aby se Čechům v zahraničí radostněji utrácelo), a odradit tak spoustu turistů, pro něž se tím v Česku zdraží služby atd. To, proč stát k odvětví cestovního ruchu donedávna přistupoval jako k „Popelce“, bylo proto, že politici až příliš důsledně respektovali „vox populi“ – hlas lidu.

! Nemám pocit, že by nebyla společenská poptávka, aby cestovní ruch na nás vydělával. Těch, kteří se zajímají o možnosti získat finance do cestovního ruchu, je čím dál víc. Stejně, jako je čím dál více subjektů, které nabízejí nějaký produkt nebo službu turistům. Na cestách, které pravidelně v rámci Středočeského kraje dělám, vidím, jak se obce a města mění k lepšímu, jak krásní. Jak se zvelebují turisticky atraktivní lokality, v nichž nejsou podmínky, aby se prosazoval jiný průmysl. Jak vznikají nové kvalitní ubytovací a restaurační kapacity, parkoviště a orientační systémy. Cyklostezky, zejména podél řek. Středočeský kraj do cykloturistické infrastruktury a rozvoje aktivit cestovního ruchu ročně investuje miliony korun. Jiná věc je, že někdo může namítnout, že to je pomalé a že by to mohlo být rychlejší. Přesto musím konstatovat, že se situace zlepšuje. Ne moc rychle, ale zlepšuje. Např. teď děláme novinku, která zatím jin-

de moc nebyla, kdy poměrně značnou finanční částkou přispíváme starostům na realizaci tzv. „Košské stezky“. Hodně obyvatel i návštěvníků Středočeského kraje se totiž věnuje jezdeckví a koňářině vůbec. Vznikají in-lineové dráhy. Denně se přesvědčuji, že čím dál víc obyvatel si uvědomuje, že turistický ruch a podnikatelské aktivity cestovního ruchu jsou (nejen u nás ve středních Čechách) cestou, jak do svých obcí a měst přivádět hospodářské oživení. Jak generovat pracovní příležitosti, aby lidé nemuseli jezdit za prací a mohli pracovat v místě trvalého bydliště.

27. května 2006 jsme se potkali v Lánech. První dáma tam slavnostně otvírala naučnou stezku k ukázkové části Lánské obory. Bylo to vůbec poprvé, co byla částečně zpřístupněna veřejnosti.

Jsem rádi, když paní prezidentová nebo pan prezident (kteří jsou svým bydlištěm příslušní do Lán, a tudíž Středočeši) realizují takovéto projekty. Když se osobně vydají do regionů podpořit aktivity tohoto druhu. Pro nás je to o to příjemnější, protože podpora cestovního ruchu je jednou z priorit Středočeského kraje i do budoucna.

O tom svědčí i jedno z našich předchozích setkání ve Španělském sále Pražského hradu, kde jste se v přítomnosti prezidentského páru osobně zhostil předávání ocenění v rámci vyhlášení prestižní ankety „Českých 100 nejlepších“.

Jako středočeského hejtmána mne potěšilo, že jsem se tam sešel s řadou středočeských firem, což jsou v podstatě naši reprezentanti. Např. ŠKODA AUTO a.s. Mladá Boleslav, která je ve Středočeském kraji velkým zaměstnavatelem, se v rámci českých top 100 umístila na druhém místě. Ale na středočeském trhu práce se významně podílejí i další firmy, jež figurovaly mezi oceněnými. A protože všechno souvisí se vším, významně podporují i podnikatelské aktivity cestovního ruchu. Nejen v outgoingu tím, že si v nich jejich zaměstnanci vydělávají na zimní lyžařské zájezdy do Alp či letní dovolené u moře, ale sférou služebních cest a firemních akcí a z hlediska domácího cestovního ruchu.

Rád bych se teď vrátil hodně zpátky. 28. února 2001 (viz čtvrté vydání Všudy-bylu 2001, str. 15) jsem byl účastníkem rozlučkového večírku, kde jste se loučil s kolegy zákonodárci Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. V jeho průběhu jsem oslovil prof. Václava Klause, zdali mu není líto, že se společně s Ing. Josefem Jalůvkou zříkáte poslaneckých mandátů. Pan Klaus tehdy řekl: „Když se na to dívám jako předseda, který věděl, že když poslanci přijdou, že jim trvá určitou dobu, než se zorientují, než dozrají, pak ano. Teď už bych chtěl sklízet plody jejich dozrání, a oni odcházejí. Určitě je to škoda. Na druhé straně je evidentní,

že využijí svých poslaneckých zkušeností a že v krajských funkcích osvědčí, že se tu ledačco naučili.“ Vzápětí jsem se ptal vás, s jakými pocity odcházíte dělat na plný úvazek hejtmána Středočeského kraje, a vy jste odpověděl: „Smíšenými. Odcházím proto, že jsem to v případě svého zvolení hejtmánem slíbil, a sliby se mají plnit. Smíšenými proto, že tu mám spoustu známých a kamarádů. Od kamarádů a známých se těžko odchází, být to v mém případě není příliš daleko.“ Tehdy jsem přemítal, máte-li zapotřebí jít do takové nejistoty. Pane hejtmáne, bylo to správné rozhodnutí?

Poslanecká činnost je složitá a těžká. Zákonodárce, který chce pracovat, má opravdu hodně práce. Činnost hejtmána je ale akčnější než zákonodárce. Protože jsem před tím byl starostou, zastesklo se mi po tomto rušnějším životě. Být u vzniku krajských samosprávných celků je obrovskou zkušeností. Když si představíte, že jsme na začátku měli čtyři zaměstnance a čtyřicetimilionový rozpočet a během šesti let převzali všechny samo-

Ruzyň Středočeský kraj“. Nejvýznamnější české mezinárodní letiště totiž ze dvou třetin leží v katastru Středočeského kraje, avšak sídlo státního podniku Letiště Praha je v pražské třetině. Nám to ale nevadí. Rozvoj letiště není definován jen rozhodnutím pražského zastupitelstva, ale také Středočeského kraje.

Když jsem poprvé letěl do Curychu do Švýcarska (ještě Swissairem), zavazadla, která jsem odbavil na letišti v Praze a Středočeském kraji, mne čekala v Ženevě v hotelovém pokoji v République et Canton de Genève. Bylo to nejen díky švýcarské preciznosti, ale také proto, že letiště v Curychu má vlastní nádraží. Jsem přesvědčen, že je obrovskou chybou, že letiště v Praze-Ruzyni nemá rychlíkové nádraží, odkud by cestující mohli pokračovat do ostatních míst Česka (nejen), a že kromě železniční vlečky není napojeno na železniční síť České věci veřejné – tj. republiky.

Nevím, jestli to přímo souvisí s vašimi kufry, ale jsem přesvědčen, že by ruzyňské letiš-

Středočeský kraj

správné povinnosti a funkce a vybudovali instituci s téměř šestnáctimiliardovým rozpočtem. Že se podařilo zrušit okresní úřady a převést jejich pracovníky, takže dneska zaměstnáváme přes šest set lidí. Že zřizujeme a spravujeme stovky organizací. Řídíme střední školství, dopravní obslužnost (většinou autobusovou). Že v oblasti kultury spravujeme galerie, muzea. Řídíme oblast sociálních věcí, ústavy sociální péče, domovy důchodců, dětské domovy, domy pečovatelské služby. Že máme na starosti krajské zdravotnictví a všechny problémy, které s tím souvisí, je to obrovská zkušenost. Svěho kroku z roku 2001 nelituji. Konečně jsem tehdy slíbil, že v případě zvolení hejtmánem složím funkci poslance. Jsem přesvědčen, že by člověk neměl sedět na více židlích. Vývoj mi dal zapravdu. Bylo potřeba, abych se coby hejtmán Středočeského kraje vzniku krajského úřadu a všemu, co s tím souviselo, věnoval na „full time“. Někdejší praxe zákonodárce je mi velmi užitečná. Do sněmovny totiž předkládáme návrhy zákonů. Hledáme prostor, jak na základě zkušeností z krajů optimalizovat legislativu. Práce hejtmána mne naplňuje také proto, že se zde na Středočeském krajském úřadu sešel vysoce kvalitní tým lidí.

Velký význam pro Středočeský kraj má pražské letiště.

Kdo se podívá na mapu, vidí, že území katastru Prahy směrem k letišti má jakýsi hrb vložený do Středočeského kraje. Takže airport by se spíše měl jmenovat „Letiště Praha-

tě mělo být napojeno na systém drážní dopravy. Stejně tak na metro. Železnice má výhodu, že může přepravovat i cargo a že pražské metro těžko kdy povede až do Kladna. Nepovažují do budoucna za řešení, aby cestující nastoupil na Kladně do auta, nechal jej před Prahou, tam nastoupil do metra a pokračoval do centra. Když už někdo jede automobilem, má snahu dojet až do cílového místa. Určitě bude lepší, když nastoupí na Kladně do vlaku a dojde na letiště či do centra Prahy, aniž by musel komplikovaně cestovat veřejnou dopravou nebo volit dopravu individuální. V každém případě platí, že naše nejvýznamnější letiště by mělo být napojeno jak na drážní systém, tak na metro. Věřím, že se nám to v následujících letech podaří. Projekt rychlodráhy se zpracovává od roku 1992, a jak se oddaluje, je dražší a dražší, a to je škoda. Je potřeba sladit noty Ministerstva dopravy ČR, Magistrátu hl.m. Prahy a Středočeského kraje a najít už schůdnou variantu. Už proto, že do roku 2013 můžeme na drážní systém čerpat evropské peníze. Na pražské metro ne. Praha má tak vysokou úroveň hrubého domácího produktu, že má minimální šanci na ně dosáhnout. Na rozdíl od Středočeského kraje! Ten je, co se hrubého domácího produktu týče, mnohem níž a má šanci je čerpat. Tak bychom mohli peníze z evropských strukturálních fondů využít nejen pro Středočechy, ale i pro Pražany a pro posílení rozvoje cestovního ruchu ve všech regionech České republiky. ■

www.kr-stredocesky.cz



Den otevřených srdcí

Posláním Nadačního fondu manželů Lívie a Václava Klausových je podpora humanitárních aktivit fyzických a právnických osob, zaměřených především na podporu projektů a aktivit sociálně zdravotního charakteru a v oblasti vzdělávání. A ačkoliv v Česku existují desítky různých nadací, naše čtení a ideje se nejvíce shodují s posláním právě této nadace. Konkrétněji pak s jejím projektem „Startovné do života“, zaměřeným na děti z dětských domovů, kterým jim pomáhá ve složitém okamžiku přechodu do „normálního“ života po dosažení plnoletosti. Od počátku je tento projekt koncipován nejen jako materiální pomoc, ale také jako výchovná lekce, podporující samostatnost a aktivitu společensky znevýhodněných mladých lidí při jejich vstupu do „skutečného“ života. Cíli „Dne otevřených srdcí“ jsou nejen peněžní sbírka ve prospěch Nadačního fondu manželů Lívie a Václava Klausových, ale také kulturní rozvoj dětí (mj. umožněním jejich přístupu na koncerty v pražském Rudolfinu atd.) a snaha o zajištění možných pozic v zaměstnání. Kampaň ke „Dni otevřených srdcí“ byla za podpory hejtmana Středočeského kraje Ing. Petra Bendla zahájena 3. ledna 2007 v České národní bance a slavnostně vyvrcholí 20. března 2007 v Rudolfinu za přítomnosti dětí z dětských domovů.

Emilii Čechová – Lupulus Music Arts Management Agency



Koktejl party Ligy pro cestovní ruch

Liga pro cestovní ruch, Sekce cestovního ruchu Hospodářské komory hl.m. Prahy, Královský pivovar Krušovice, Lesy Hluboká nad Vltavou, Templářské sklepy Čejkovice, Pamětní mince – Ing. David Mička, SBA Expert, Compag Mladá Boleslav, ProMoPro, Zátisí Group, Lupulus, Layout a nakladatel časopisu Všudybyl pořádali pod záštitou hejtmana Středočeského kraje Ing. Petra Bendla další z řady Koktejl party Ligy pro cestovní ruch. Tentokrát v rámci projektu „Den otevřených srdcí“, podporujícího Nadační fond manželů Lívie a Václava Klausových. Koktejl party se uskutečnila 3. ledna v kongresovém centru České národní banky v Praze. Fanfárami Pavla Josefa Vejvanovského účastníky spolu s hostiteli a moderátory Emilii Čechovou a Jaromírem Kaincem uvítal Pražský žestvotý soubor doprovázený orchestrem Virtuosi di Praga v čele s dirigentem Oldřichem Vlčkem. Módní přehlídka Módního domu Magic Helena pak uvedla osobně jeho majitelka paní Helena Kohoutová. Skvělá byla nejen společnost a předváděné modely, ale i catering v podání Zátisí

- www.kr-stredocesky.cz
- www.compag.cz
- www.pametni-mince.cz
- www.zatisigroup.cz
- www.sbaexpert.cz
- www.francouzskarestaurace.cz
- www.lupulus.cz
- www.hkp.cz
- www.pivo-krusovice.cz
- www.kaviar.cz
- www.promopro.cz
- www.templarske-sklepy.cz
- www.virtuosidipraga.cz
- www.cnb.cz



ČNB Česká národní banka | liga pro cestovní ruch | Středočeský kraj

LESY HLUBOKÁ NAD VLTAVOU, a.s. | COMPAG CZ | všudybyl

Templářské sklepy Čejkovice | ZÁTISÍ GROUP | KRUSOVICE

ProMoPro | SBA EXPERT | LUPULUS | FRANCOUZSKÁ RESTAURACE

O kouzlu rozmanitosti s hejtmanem Liborem Lukášem

? Rozhovor s hejtmanem Zlínského kraje panem Liborem Lukášem jsem otevřel tématem, co říká tomu, že ministr pro místní rozvoj pan Petr Gandalovič přesunul značnou část kompetencí v resortu cestovního ruchu na kraje.



Libor Lukáš

! Měl jsem do toho hodně co říkat. Českými hejtmany jsem byl totiž určen jako jejich vyjednávač. S panem ministrem Gandalovičem to nebylo až tak jednoduché. Byl to boj. My hejtmani máme snahu, aby se proces decentralizace veřejné správy

nezastavoval. Jsme přesvědčeni, že kompetence v rámci resortu cestovního ruchu jsou v drtivé převaze lokální záležitostí. Vždycky jsem ministrům pro místní rozvoj, kteří byli před ním, říkal: „Ano, co se týče marketingu České republiky, je to úloha národní reprezentace a specializované státní agentury.“ A souhlasil jsem i s tím, aby kraje, města a obce měly ve vládě silného ministra, který bude účinně hájit naše zájmy. Z tohoto pohledu pan ministr Gandalovič sehrál výrazně pozitivní roli. Jsem rád, že jsme jej přesvědčili o tom, že decentralizace v rámci resortu cestovního ruchu je prospěšná. Že v samosprávné sféře pracuje obrovské množství kreativních lidí, kteří o toto odvětví dokáží kvalifikovaně pečovat. Že se nám nechce s každou záležitostí jezdit do Prahy a přesvědčovat úředníky na Staroměstském náměstí např. o tom, že dvěstěmetrový vlek na Horní Výšnou je pro rozvoj v dané lokalitě přínosem. My hejtmani jsme rádi, že tento názor převážil, a že se Ministerstvo pro místní rozvoj ČR bude věnovat celorepublikovým marketingovým aktivitám – vytváření obrazu o možnostech cestovního ruchu v České republice v zahraničí a tvorbě pozitivního image domácího cestovního ruchu. To, co se u nás děje lokálně, který kopec

zasněžit, kde dát příspěvek na posílení ubytovací kapacity, na to jsme dostatečně vybaveni, abychom rozlišili, co je rozmar a co rozvojový prvek.

? Čerstvý držitel ocenění „Gentleman Pro“ v rámci „Českých 100 nejlepších“ Tomáš Baťa, „Brand manager roku“ marketingový ředitel Starobrna Jiří Imrýšek, předseda představenstva zastoupení největšího nebankovního finančního ústavu Travelex Jiří Krejča, primář Baťovy nemocnice ve Zlíně oftalmolog MUDr. Pavel Stodůlka, americká podnikatelka Ivana Trumpová, „Hoteliér roku 2006“ a dvojnásobný držitel ceny „Leaders Club Award“, udělované The Leading Hotels of the World, generální ředitel pražského pětihvězdičkového hotelu Le Palais atd. atd., ty všechny už jsem měl ve Všudybylu. Čím to, že právě od vás, z území Zlínského kraje, pochází taková spousta úspěšných lidí?

! Použil bych slogan: „Kouzlo rozmanitosti“. Pohostinné Slovácko s kulturou pěstování vína, pracovitě Valašsko a uvážlivá Haná. Ne nadarmo se Kroměříž přezdívá Moravské Athény. Takže možná díky tomuto mixu, který na našem území historicky vznikl, se „semo tam“ vyskytne persona, která se neztratí ani v globál-



Zlínský kraj

ním pohledu, jako je např. pan Tomáš Baťa, kterého jste zmínil, nebo Ivana Trumpová.

? Kroměříž hrála v historii „mých národů“ naší někdejší habsburské monarchie významnou kulturní a politickou roli. Ostatně poslední akce Ligy pro cestovní ruch 3. ledna v České národní bance byla zahájena fanfárami slavného kroměřížského skladatele, kapelníka a clarinisty Josefa Pavla Vejvanovského.



! Kroměříž je historicky správním a vzdělanostním centrem olomouckých biskupů. Možná i odtud pramení onen typický hanácký konzervativně pragmatičtější přístup k životu a zodpovědnost za sebe sama. Západní křesťanská kultura má u nás silné zázemí. Nejen Kroměříž figurující na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO, ale i Baťův kanál na sebe váže značnou část podnikatelských aktivit cestovního ruchu. Tomáš Baťa tuto vodní cestu, čítající šedesát kilometrů, postavil za čtyři roky. Za minulého režimu byla

Zlínský kraj

je proslulý přírodou, památkami a folklorními tradicemi. Jeho osu tvoří údolí řeky Moravy. Na západě se zvedají Chřiby. Směrem na východ Hostýnské a Vizovické vrchy a hraniční pás Bílých Karpat, Javorníků a Beskyd. Co název, to pojem. Příznivci historie mohou obdivovat památky Velké Moravy, výstavné zámky a hrady, důležitá poutní místa, objekty moderní architektury a množství lidových staveb. Ve Zlínském kraji jsou dodnes živé národopisné tradice Slovácka, Kroměřížska, Valaška a Zlínska. Zavítáte-li na Slovácko, můžete se ocitnout uprostřed archeologických památek z dob Velké Moravy, obdivovat majestátnost hradu Buchlov, rozjímat ve velehradské bazilice nebo posedět v některém z vinných sklípků. Malebný kraj Jana Ámose Komenského, bukové lesy, rozkvetlé louky Bílých Karpat a skaliska Chřibů je možné poznávat na kole, na koni, pěšky nebo v zimě na běžkách. Po Baťově kanále se dá plout proti proudu až do Otrokovic. Baťovská funkcionalistická architektura je dalším z lákadel. Nelze opomenout ani pohádkový zámek v Lešné, obklopený zoologickou zahradou, vizovický zámek nebo proslulé lázně Luhačovice s perfektně rekonstruovaným luxusním lázeňským domem Jurkovič. Nedaleko odtud už leží hranice Valaška. Kdo by neznal Beskydy – Pustevny a Radhošť. A který opravdový milovník lidové architektury by odolal pokušení navštívit Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm? Přes historická města Vsetín nebo Valašské Meziříčí je možné pokračovat na východ do úrodné hanácké roviny. Směr neomylně ukáže poutní vrch Hostýn. Cestou do Kroměříže je možné navštívit unikátní židovské památky v Holešově a zdejší zámecký park, skanzen v nedalekých Rymicích nebo chropýňský zámek. Srdcem této části kraje je sídlo olomouckých arcibiskupů – město Kroměříž. K jeho dominantám patří arcibiskupský zámek s překrásnými zahradami zapsanými na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO.

dlouhou dobu opomíjenou technickou památkou, a až v devadesátých letech minulého století ji nadšenci zbavili marasmu a bahna, které se po léta ukládalo v plavebních komorách a v jeho korytu. Dnes tak Baťův kanál do Zlínského kraje přivádí spousty turistů a je příležitostí, aby kdokoliv, kdo chce poznat kouzlo rozmanitosti na Slovácku, mohl obdivovat práci Baťových inženýrů a dělníků.

? Baťův kanál k vám z Hodonína vede Strážnici, proslulou mezinárodními folklorními festivaly.

! Folklor je naší velkou radostí. Snad žádný z krajů České republiky nemá tolik folklorních festivalů jako Zlínský kraj. Mezinárodní folklorního festivalu v sousedním kraji ve Strážnici se účastním osobně. Znáám řadu jeho laureátů, i ty poslední z Bojkovic – Světlovan, kteří prokazují, jak hluboce jsou ve Zlínském kraji zakořeněny národopisné tradice Moravských Kopanic. Mohu zmínit řadu dalších folklorních událostí. Na Valašku ve Frenštátu, v Liptále. Řada akcí, zejména dětské festivaly, se odehrává v proslulém lázeňském městě Luhačovicích, kde se léčebné lázeňství prolíná s národopisem. Mohli bychom se vypravit i na Velehrad, který je jedním z nejpamátnejších míst České republiky. Také v této oblasti je spousta památek. Na Velkomoravskou říši i na keltské období, které jí předcházelo. Archeoskanzen v Modré produkuje řadu pořadů. Nový krásný hotel, který snad

už bude letos zprovozněn v jeho sousedství, dává příležitost navštívit nejenom Národní pouť na Velehradě, ale i Den dobré vůle aj. Historie, památky a folklor, to je naše pýcha. Svědčí o bohatosti a rozmanitosti Zlínského kraje. Ale také o pohostinnosti obyvatel a kultuře včetně kultury vína.

? Nejen vína. Pozor, pozor! Ze Zlína budu odjíždět vlakem, který přijíždí na třetí kolej z Vizovic. A jak jsem konstatoval v rozhovoru

s marketingovým ředitelem firmy RUDOLF JELÍNEK Zdeňkem Chromým (Všudybyl 6/2005 str. 6), jejich slivovice patří do portfolia typicky českých produktů, jakéhosi našeho rodinného stříbra.

! Výroba destilátů ve Vizovicích má více než čtyři sta let dlouhou tradici. První písem-



né doklady o existenci tamní palírny jsou z doby okolo roku 1660, ale dle nepřímých indicií lze usuzovat, že se ve Vizovicích páliło už předtím. Zajímavé je, že firma RUDOLF JELÍNEK do USA nejen vyváží vizovickou koscher slivovici, ale bere odtud některé suroviny. Rovněž ovocné destiláty včetně každoročního trnkobraní pořádaného „Kulturně společenským sdružením Vizovické trnkobraní“ přivádí do Zlínského kraje tisíce návštěvníků, kteří navštěvují právě tuto oblast Valaška. Projekt DISTILLERY LAND místní líkárky pak nabízí nejen exkurze do historie a současnosti individuálním turistům a skupinovým zájezdům, ale i zajímavé prostředí pro firemní akce, semináře a incentivní programy, jež se rovněž řadí k výrazným podnikatelským aktivitám cestovního ruchu Zlínského kraje. ■

www.kr-zlinsky.cz

www.batacanal.cz

www.rjelinek.cz

EXIM tours jednička na trhu leteckých zájezdů



Ing. Stanislav Zima

? První vydání Všudybylu, i to z roku 2007 v rámci fotoreportáže z předávání „Českých 100 nejlepších“ (viz heslo pro fulltextový vyhledávač Internetového časopisu lidí

a o lidech v cestovním ruchu www.e-vsudybyl.cz „Českých 100 nejlepších“) ilustrují, že česká cestovní kancelář EXIM tours dlouhodobě patří do elity podnikatelských subjektů České republiky. Rozhovor s marketing managerem této firmy Ing. Stanislavem Zimou jsem zahájil konstatováním, že největší česká cestovní kancelář EXIM tours má vysokou růstovou dynamiku i v roce 2006.

! Cestovní kancelář EXIM tours i v roce 2006 udržela několik let stabilní úroveň dynamiky a ještě víc upevnila pozici leadera na trhu leteckých pobytových a poznávacích zájezdů. Podle předběžných výsledků roku 2006 prodala své služby 235 tisícům klientů. V roce 2005 jich bylo 208 tisíc. To, co je ale ve světě podnikání nejdůležitější, je, že zůstáváme zdravou společností. S obrátem a rostoucím počtem klientů roste i náš zisk. EXIM tours tak zaujímá i post nejziskovější cestovní kanceláře České republiky, a to s velkým odstupem. Nicméně i pro tento rok je naším prvořadým cílem produkovat natolik kvalitní letecké zájezdy s výrazně příznivým poměrem cena / kvalita ve prospěch účastní-

ků našich zájezdů, které nám umožní, aby tento růst neustrnul. Nejedná se nám pouze o růst počtu klientů, ale i o upevňování kvality služeb v rámci vysoce konkurenčních spotřebitelských cen. Tedy i o posílení jistot klientů EXIM tours.

? Oněch zhruba dvě stě třicet pět tisíc turistů vyvezla za rok 2006 „pouze“ cestovní kancelář EXIM tours Česká republika. Kolik je to za celou skupinu operující v rámci Evropské unie?

! Zbytek naší skupiny – EXIM tours Polska, KARTÁGO tours na Slovensku, EXIM tours Hungaria a EXIM tours Romania – souborně vykazuje obdobný výsledek jako český EXIM tours. Celá skupina EXIM tours tak prodala zájezdy více než čtyři sta třiceti tisícům zákazníků.

? Koncem roku 2006 jste v Polské republice zakoupili podíl v letecké společnosti.

Pro skupinu EXIM tours je letecká doprava klíčovou. Sto procent našich zájezdů ji zahrnuje. Vstoupili jsme proto do nástupnické společnosti Fischer Air, do firmy Prima Charter. Ta disponuje natolik zajímavými technickými prostředky, že jsme se rozhodli mít v ní největší podíl. Věříme, že to umožní další posílení našich pozic.

? Historie možná tento krok ocení jako strategicky zlomový. Již dnes česká cestovní kancelář EXIM tours vytěžuje nejen veškeré kapacity, jí vyčleněné strategickým partnerem, českým národním dopravcem – Český-

mi aeroliniemi, ale využívá i kapacit největší české soukromé letecké společnosti Travel Service a dalších společností.

! Exkluzivní spolupráce s naším největším leteckým přepravcem – ČSA si nesmírně ceníme mj. pro vysoké garance kvality služeb, jejichž je tato značka synonymem. Naše potřeby letecké přepravní kapacity jsou ale tak veliké, že nám nezbyvá než využívat služeb dalších přepravců. Do Spojených arabských emirátů proto naši klienti létají s Travel Servicem, a zejména u zájezdů do Tuniska, kam své klienty vozíme celoročně, využíváme další letecké společnosti.

? Potkáváme se v pražském hotelu Diplomat, kde obchodním partnerům – provizním prodejčům – prezentujete svůj produkt na rok 2007.

! Efektivní spolupráce s prodejci, je pro EXIM tours klíčová. Realizují významný díl našich prodejů. Cílem série akcí v Praze, Brně a Ostravě, jichž je tato součástí, je nejen prezentace produktů, ale i proškolení obchodních partnerů. Je to nutné také proto, že u tak obrovského objemu zájezdů někdy dochází ve stávajících destinacích ke změnám, a navíc každým rokem přidáváme destinace nové. Zatímco loni jsme přidali Kapverdské ostrovy, pro zimní exo-



EXIM tours

tickou sezonu 2006/2007 to jsou Spojené Arabské Emiráty, kam vypravujeme týdenní lety z Prahy. Jedná se o jedinou leteckou linku z České republiky. Kromě toho je velmi užitečné, aby se vrcholový management EXIM tours osobně



zí cen na tamním trhu. Jsem rád, že mohu konstatovat, že naši klienti oceňují i další tzv. exotické destinace. Z Karibiku ještě Venezuelu-Isla Maragarita a Dominikánskou republiku.

? V roce 2007 prostřednictvím cestovní kanceláře EXIM tours vycestuje miliontá zákaznice či zákazník...

! Je to pro nás významný mezník, vlastně pro celou branži. Podle údajů, které máme k dispo-

zájezdů k moři. Konkrétně u vánočních a silvestrovských pobytů to reprezentovalo třicetiprocentní meziroční nárůst poptávky. A to přesto, že tyto zájezdy bývají vzhledem k rozšířeným službám dražší než v jiných termínech. Vysvětlují si to ale nejen již zmiňovanými málo přízni-



setkával s managementem partnerských firem. Zjednodušeně řečeno chceme, aby naši obchodní partneři rostli společně s námi a dosahovali stejně pozitivních obchodních výsledků.

? Zmínil jste exotické zájezdy. Jak zvládáte obrovský zájem o Kubu?

Obliba tohoto karibského ostrova u českých klientů je mimořádná. Zřejmě na tom mají podíl i spekulace, že se tam může změnit situace, což bude v každém případě znamenat zvýše-



vými sněhovými podmínkami v Alpách a dalších zimních horských střediscích, ale zejména silící koupěschopností klientů v České republice a nižší cenou těchto pobytů, které se EXIM tours podařilo dosáhnout tím, že služby v pobytových místech nakupujeme ve velkých objemech. Díky této strategii EXIM tours svým zákazníkům dokáže kvalitní zájezdy prodávat za vysoce konkurenční ceny. ■

www.eximtours.cz



zici, se tak stane v prvních třech čtyřech měsících roku 2007. Co se týče počtu klientů, reprezentuje to bezkonkurenčně největší celkový objem prodaných leteckých zájezdů vyprodukovaných jedinou cestovní kancelář v polistopadové historii svobodného podnikání.

? Teplé počasí na přelomu let 2006 / 2007 lákalo české turisty k teplým mořím.

! Spíše jim neumožnilo absolvovat pobyt spojené se zimními sporty zejména lyžováním. Myslím, že to je jeden z důvodů, proč jsme v tomto období zaznamenali tak citelný nárůst



Azur Reizen už i do Bizerty, na Krétu a Rhodos

❓ Jaký byl pro Azur Reizen rok 2006?

! Stejně zdařilý jako rok 2005. Celkem sedmáct tisíc klientů. Mj. proto, že jsme neposílili svou kapacitu letecké přepravy ani nezvětšili počet destinací. Letos, v roce 2007, jsme však tyto základní kroky, nezbytné pro expanzi, učinili rozšířením nabídky o Krétu a Rhodos.

❓ Hovoříme spolu na stánku Azur Reizen na Mezinárodním veletrhu průmyslu cestovního ruchu GO na Výstavišti v Brně. Jednou z jeho zajímavostí je prezentace programu: „Zapněte si svůj bluetooth“.

! To je na českém trhu novinka. Prostřednictvím tohoto programu klientům (včetně potenciálních) předáváme řadu informací. Kdo si u některé z našich poboček zapne bluetooth, dostane na mobilní telefon přehled veškerých slev. Kolemjdoucí si tak mohou nahrát informace o lastminutové nabídce nebo o právě probíhající výherní soutěži o zájezdy. Tento způsob komunikace je vysoce účinný zejména u mladé klientely, která si zvykla stahovat přes bluetooth informace, neboť tento přenos dat je pro ni nejlevnější.

❓ Prezentujete zde svůj Club Azura s tím, že největších obchodních výhod lze dosáhnout při zakoupení pobytu v něm do 30. dubna.

! Azur Reizen je jednou z mála cestovních kanceláří, která je důsledná při dodržování avizovaných obchodních výhod vázaných na dětské klienty. Když nabízíme poukaz pro dítě za jednu korunu, je to skutečně za jednu korunu. Náš dětský zákazník (samozřejmě v dopro-

❓ V souvislosti s hlavním tématem druhého vydání Všudybylu 2007 jsem navštívil majitele cestovní kanceláře Azur Reizen Mgr. Adela Dridi. Pane řediteli, dostal se mi do rukou váš nový katalog. Nabízíte v něm tuniské destinace Tabarku a Bizertu, Egypt, Turecko a řecké ostrovy Krétu a Rhodos. Stablně velký zájem českých klientů o Řecko je podivuhodný. Tendence zákazníků v rámci české outgoingové turistiky totiž směřují k nákupům služeb all inclusive. V Řecku ale je relativně drahá pracovní síla, a tak zdejší all inclusive pobyt bývají dražší, a přitom ne až tak velkoryse koncipované jako např. v Egyptě, Turecku nebo Tunisku.

! Je tomu tak z důvodů, které jste naznačil. V této členské zemi Evropské unie, co se jídla týče (a řecká kuchyně je vynikající) a servisu vůbec, panují poněkud jiné pořizovací cenové relace než v ostatních destinacích, kam Azur Reizen vozí své klienty. Nicméně o dovolené v Řecku je mezi Čechy trvale vysoký zájem. Právě proto jsme svoji nabídku rozšířili o dva řecké ostrovy Krétu a Rhodos.



Mgr. Adel Dridi

zen vozí své klienty. Nicméně o dovolené v Řecku je mezi Čechy trvale vysoký zájem. Právě proto jsme svoji nabídku rozšířili o dva řecké ostrovy Krétu a Rhodos.



vodu rodičů nebo dvou dospělých osob) má v ceně jedné koruny zahrnutou letenku, ubytování v hotelu, letištní taxu, pojištění i palivový příplatek. Nehrajeme si tedy se slovíčky a neslibujeme „dítě zdarma“, a klient pak k tomuto „bezplatnému“ pobytovému poukazu musí doplatit letenku, jídlo, letištní taxu atd. Komplettní cena za dítě je u Azur Reizen jedna koruna česká.

❓ Azur Reizen je oblíbenou cestovní kancelář a i u provizních prodejců.

! Svým obchodním zástupcům se trvale snažíme usnadňovat spolupráci s námi. Tzn., aby naše zájezdy mohli rezervovat při co nejvyšším uživatelském komfortu. Technickým řešením a podporou snižujeme jejich i své provozní náklady. Se současným rezervačním a distribučním systémem pracujeme čtvrtým rokem. Autorizovaní provizní prodejci mohou rezervovat a svému klientovi prodat náš zájezd přímo z webu, aniž by s námi museli nějak jinak komunikovat. Obdobný servis poskytujeme i konečnému zákazníkovi. I ten se prostřednictvím svého počítače může seznamovat nejen s aktuální nabídkou cestovní kanceláře Azur Reizen, ale vybrat si a koupit zájezd. Pokud si přeje dodat voucher a letenky domů a nestát frontou na letišti, stačí aby v rámci našeho systému kliknul na



požadavek, a my mu je pošleme na jeho e-mailovou adresu a on si je vytiskne. To je další podstatnou výhodou pro zákazníky, kteří u cestovní kanceláře Azur Reizen nakupují on-line.

❓ Azur Reizen se daří nabízet pobytová místa, která jiní nemají. Velmi exoticky pro mě zní název tuniského letoviska Bizerta.

! Bizertu zatím nedělá téměř žádná další česká cestovní kancelář. Přitom se nachází pouze šedesát kilometrů od letiště hlavního města Tuniska a vede k ní solidní nová dálnice. Tunisko dělá hodně českých cestovních kanceláří, ale my jsme zde, obdobně jako kdysi Tabarku, začali nabízet



novou destinací – Bizertu. Díky tomu, že máme ve svých tuniských pobytových místech velkou koncentraci klientů, můžeme pro ně dělat mnoho věcí na míru včetně zajištění českých hovořících animátorů, kteří působí i v dětských klubech.

? Tunisko bylo pro mne a moji rodinu, obzvláště v době, kdy byly mé děti hodně malé, zemí zaslíbenou. Pro mne zejména z hlediska kvality, pestrosti kuchyně a množství jídla.

! Pro Tunisko jsou cestovní ruch a zemědělství strategickými hospodářskými odvětvími. Je zemí oplývající ovocem a zeleninou a zároveň je nesmírně pohostinné. Turistům proto nabízí to nejlepší, co má. Tedy i aby se najedli tak pořádně, jako sami Tunisané.

? No „pořádně“ se umí najíst nejen Tunisané. V Česku si my Češi stále ještě nejvíce považujeme takové restaurace, kde dávají tak obrovské porce, že nejdou sníst. Pro české turisty, rekreující se v jen trochu slušných hotelích, je tedy Tunisko zemí zaslíbenou i z hlediska lásky procházející žaludkem.

! Když se český turista dostane do kontaktu s rozmanitou tuniskou gastronomií, obvykle mívá snahu ochutnat od každého něco. Velmi často si proto dává několikacho-



dovou večeři nebo oběd, než přijde na to, co mu nejvíc chutná. A potom? Potom obvykle také. Až do konce pobytu. My to svým klientům přejeme a umožňujeme jim, najíst se, co hrdlo ráčí.

? Azur Reizen létá z více míst České republiky.

! Létáme ze tří českých mezinárodních letišť. Z Prahy, Brna a Ostravy. Do Tunis-



ne. V našem systému si zákazník vybere, co chce, a e-mailem obdrží pokyny, kde a jakým ze způsobů může zaplatit. Pokud nechce platit bankovním převodem, může tak učinit na některé z našich poboček.

? V Česku se stává běžnou praxí užívat si dovolené u moře a zájezd platit na splátky. S tím Azur Reizen počítá. Spolupracujeme



s finančním domem, jehož prostřednictvím je možné zaplatit před odjezdem pouze třicet procent celkové ceny zájezdu a zbytek doplatit na sedm splátek bez navýšení ceny. Této možnosti hojně využívají mladí lidé a rodiny s malými dětmi. ■

www.azurreizen.cz



ka máme přímé lety do Tabarky, Tunisu a Monastiru. Do Egypta létáme s ČSA do Hurgahady a do Sharm al Sheiku. Na řecké ostrovy létáme letadly SmartWings a s ČSA z Prahy. Do Turecka také pouze z Prahy s ČSA do Antalye, Bodrumu a Dalamanu.

? Kamenem úrazu u on-line prodeje zájezdů bývá placení.

! Když děláme on-line prodej, je to opravdový on-line. Není to na bázi e-mailování si, že nám klient pošle svoji žádost, na niž mu odpovíme, a on potvrdí, zdali to chce nebo



Exotické zájezdy obrovským lákadlem

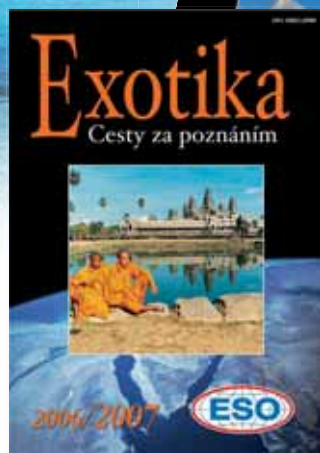


? Ředitele cestovní kanceláře ESO travel Ing. Tomáše Cikána jsem požádal o rozhovor na téma poznávací zájezdy do vzdálených exotických destinací.

! V tomto segmentu je ESO travel na českém trhu již šestým rokem bezkonkurenčním lídrem, protože koordinujeme naše zájezdy společně se svými partnery, kterými jsou především partneři z charterových projektů do exotických destinací. Jedná se o spolčovníka cestovní kancelář Čedok, cestovní kancelář FIRO-tour a slovenský Hydrotour.

? Jaký je trend posledních dvou tří let? Které destinace nejvíce lákají poznávací české turisty?

! Jsou to zejména tři oblasti. První s přímo geometrickou křivkou nárůstu je od roku 2002 asijská. A není to na českém trhu tolik populární Thajsko či Indonésie, ale Čína. Čína má nárůsty nejenom na českém trhu. Je turisticky nejnárůstovější destinací dnešního světa. V kategorii poznávacích zájezdů se již propracovala na sedmé místo mezi všemi zeměmi planety. Čínu vzala útokem nejen celá západní Evropa, ale i asijské státy, jako Japonsko a Jižní Korea. Rovněž i Severní



Amerika. Čína na českém trhu v posledních dvou letech

zaznamenala neuvěřitelný boom. Do Číny v rámci poznávacích zájezdů organizovaných českými touroperátory vycestovalo více než tři a půl tisíce našich turistů. To je podle mého názoru výzva pro národní přepravce ČSA. Zamyslet se, není-li na čase otevřít linku do Pekingu nebo Šanghaje. Pro zajímavost, do Číny zcela běžně létají Rumuni, Maďaři, Poláci či Finové. Česko je jednou z posledních zemí, která nemá s Čínou přímé letecké spo-



jení. Na druhém místě je rájem organizátorů poznávacích zájezdů Jižní Amerika. Především pak Brazílie. Ta byla v Česku zpopularizovaná před třemi roky zásluhou otevření charterových letů létaných společností Travel Service do letoviska Fortaleza. Mluvím-li o poznávacích zájezdech, cestovní kanceláře využily propadu cen letenek na chartrech, a to oproti letenkám na pravidelných linkách cca o polovinu. Tím pádem šly dolů

i ceny poznávacích zájezdů. Na poznávací zájezdy do Brazílie odvážíme kolem šesti set turistů ročně. Zmíním-li, že jejich průměrná cena je kolem pětasedmdesáti tisíc korun, je to pro ESO travel velmi příjemný počín. Nejvýznamnějším hitem (a pro nás poměrně překvapivě) je vzrůstající obliba afrických destinací. Nemám tím ale na mysli pobřeží severní Afriky – koupací destinace, jako Tunisko, Egypt či Maroko. Je to obliba jižní části afrického kontinentu, o jejíž prvotní zmapování a poznání se tolik zasloužil holický rodák, cestovatel a sběratel MUDr. Emil Holub. Jižní Afrika se stala velkým hitem posledních let. Okruhy Jihoafrickou republikou po jistém útlumu po pádu apartheidu na počátku devadesátých let opět nabývájí na ohromné síle. Jižní Afrika je po Číně druhou nejnárůstovější turistickou destinací na světě. Příliv turistů je doslova odevšad. I z Česka. Na zájem o tuto destinaci promptně reagujeme tím, že vydáváme nový specializovaný katalog s názvem „Jižní Afrika“. Jeho obsah však nezužujeme na Jihoafrickou republiku. Prezентuje širokou nabídku poznávacích zájezdů obsahující Jihoafrickou republiku v kombinaci se Zambíí, Mosambikem, Zimbabwe, Botswanou, Namibií. Určitě je z čeho vybírat.

? Čím jižní část černého kontinentu tak láká?

! Především fantastickou tropickou přírodou. Množstvím národních přírodních parků, od tak známých, jako je Krugerův, až po menší privátní, kterých vyrostlo mnoho a mnoho. Průměrný soukromý park bývá rozlehlý asi jako dva české okresy. V téměř každém z nich nalezneme velkou pětku: slony, žirafy, nosorožce, lvy a buvoly.

? A co exotické koupací pobytové zájezdy?

! U těch v posledních letech nastal boom, který neočekávali největší optimisté. Ještě v roce 2002 létal z Prahy do vzdálené exotiky jediný charter, a to do Thajska. V roce 2003 přibýlo letadlo do Brazílie. Dnes létají v zimní sezoně charterové do Keni, na Zanzibar, do Indie, na Jamajku, Kubu, do Dominikánské republiky či Venezuely. Tuto zimní letovinu a turistickou sezonu 2006/2007 se lze z Prahy dostat bez přestupů do dvanácti tropických zemí. Poprvé tak od nás za exotikou vycestuje více než sto tisíc turistů. A cestovní kancelář ESO travel je samozřejmě patřičně hrdá na to, že je to právě ona, kdo určuje trendy a cíle těchto exotických zájezdů. ■

www.exotika.cz





Čedok přesáhne tři miliardy korun v tržbách

? Rozhovor s generálním ředitelem Čedoku Ing. Miroslavem Resem jsem zahájil dotazem, jaká byla pro nejstarší českou cestovní kancelář její šestaosmdesátá sezona.

! Mohu říci, že loňský rok byl pro Čedok opět úspěšný. V oblasti tržeb překročíme hranici tří miliard korun, hospodářský výsledek za rok 2006 se bude blížit čtyřiceti milionům korun. Daří se nám posilovat postavení Čedoku na trhu a tím naplňovat naši dlouhodobou strategii, která spočívá ve zvyšování tržního podílu při současném dosažení plánované ziskovosti. V absolutních číslech to znamená, že nárůst v tržbách (v roce 2005 činily 2,8 mld. Kč) bude činit dvě stě milionů korun.

? Teplé počasí letošní zimy a nedostatek sněhu prý zvyšuje poptávku po zimním koupání v mořích a oceánech...



Ing. Miroslav Res

! Máte pravdu.

V letošní zimní sezóně sledujeme dva protichůdné trendy. Katastrofální nedostatek sněhu se na jedné straně negativně odráží v poptávce po lyžařských pobytech. Prodávají se pouze lyžařské zájezdy do míst s jistotou sněhu,

tedy do oblastí s nadmořskou výškou nad 1500 m a k ledovcům. Kromě toho klienti našeho specializovaného oddělení Exklusive Travel Čedok nyní ve větší míře poptávají zájezdy do amerických a kanadských lyžařských středisek, kde letos panují ideální sněhové podmínky. Na druhé straně zaznamenáváme v letošní zimě enormní poptávku po exotice – zájezdech k teplým mořím a oceánům. Z tohoto pohledu nám letošní počasí spíše nahrálo, neboť jsme měli připravenou rozsáhlou nabídku exotických zájezdů postavenou na cenově výhodných charterových letech. Právě využití charterové letecké přepravy v kombinaci s posilující korunou činí nabídku exotických zájezdů Čedoku cenově dostupnou stále širšímu okruhu klientů. Naprostým hitem letošní zimy je Kuba,

kde máme prakticky všechny termíny vyprodané. Dalšími zajímavými destinacemi jsou Jamajka, Keňa s možností safari, nedaleký Zanzibar – ostrov koření a jako novinka indická Goa. Velký zájem je tradičně o Thajsko, kam vypravujeme charterové lety již několikátou sezónou. Kromě uvedených vzdálených cílů nabízíme jako osvědčenou celoroční destinaci Egypt – letoviska u Rudého moře, kde jsme v těchto lednových termínech překvapeně nezvykle vysokou poptávkou.

? Opusťme zimní počasí. Začátkem prosince Čedok zahájil prodej zájezdů na léto 2007.

! Ano, od počátku prosince jsou na našich pobočkách a u našich obchodních zástupců k dispozici nové letní katalogy Čedoku. Zmínil bych se o tom nejoblíbenějším, a to o katalogu pobytových zájezdů – Letadlem k moři. V jeho koncepci došlo ke změnám, které přispěly k výraznému zvýšení uživatelského komfortu našich zákazníků. Inovovali jsme grafiku i členění, jež jsme podřídili jednoduché orientaci z hlediska destinací, cen a základních informací o konkrétním zájezdu. Jako naprostou novinku uvádíme u každého zájezdu v katalogu web kód, po jehož zadání získá zákazník na internetu aktuální informaci o zájezdu – především o případných změnách, ke kterým může po určité době od vydání katalogu dojít. Tiš-těný katalog je „statické“ médium, které vydáváme v prosinci, a vyjma dotisku s ním pracujeme prakticky po celou sezónu, během níž přestávají platit některé údaje a naopak v platnost vstupují jiné. Jedná se zejména o položky, jako jsou bezpečnostní, palivové a jiné příplatky, které letecké společnosti mohou v průběhu sezóny měnit. Po zadání web kódu na internetových stránkách Čedoku se klientovi zobrazí aktuální informace o zájezdu včetně kalkulačky, která mu vypočte cenu.

? Vy jste navíc vydali monotematický katalog „Turecko“.

! Turecko považuji za jednu z nejlepších zemí pro letní dovolenou u moře. Najdete zde krásné přírodní scenerie, čisté moře s příznivou teplotou i v okrajových termínech letní sezony a moderní ubytovací kapacity s vysokým standardem služeb. K tomu všemu je třeba přidat zásadní argument pro výběr této destinace, a tím jsou mimořádně příznivé ceny. Chceme nabídku letní dovolené v Turecku podrobněji přiblížit našim klientům, proto jsme se zde rozhodli rozšířit nabídku ubytovacích kapacit

a ve spolupráci s naším zahraničním partnerem vydat speciální katalog pouze na Turecko.

? Jaké trendy nyní u zájezdů a poptávky po nich převládají?

! Dlouhodobě registrujeme posilování zájmu o vyšší standard služeb, zákazníci jsou ochotni si za vyšší kvalitu služeb připlatit. Stoupá poptávka po čtyř a pětihvězdičkových ubytovacích kapacitách a po službách all inclusive. Roste podíl leteckých zájezdů a dále zájemců o individuální cestování - dovolené šité na míru. Co se týče destinací, největší boom jsme loni zaznamenali u Řecka, jak kontinentálního, tak u ostrovů, dále u kontinentálního Španělska, Sardinie a Sicílie. Kromě samotné kvality zájezdů hraje stále významnější roli kvalitní komunikace s klientem při výběru a rezervaci dovolené. V loňském roce jsme dokončili redesign většiny poboček Čedoku. Jejich nové ztvárnění zpracoval architektonický ateliér „De.Fakto“ v čele s panem architektem Sladkým. V rámci rozvoje pobočkové sítě Čedoku jsme se zaměřili na velká nákupní centra, kam směřuje stále více lidí. Tyto pobočky se setkávají s velmi příznivou odezvou klientů.

? Zmínil jste se o vlastní pobočkové síti. Jak hodnotíte spolupráci s obchodními zástupci Čedoku – cestovními agenturami? Neklesá podíl prodeje přes tento prodejní kanál?

! Právě naopak. V loňském roce jsme zde zaznamenali téměř 5% meziroční nárůst prodeje. Podíl obchodních zástupců na našich prodejích dosahuje téměř třiceti procent. Výrazně roste i podíl prodeje u dovolené na míru. Je to způsobeno jednak rostoucí poptávkou po tomto typu produktu, jednak i motivací našich prodejců, kteří mohou získat v absolutních číslech vyšší provizi. Tak jako doposud i v nadcházejícím období chceme dále posilovat spolupráci s našimi obchodními zástupci a vytvářet jim stále lepší podmínky jak v oblasti provozně technické, tak v oblasti obchodní formou zajímavých provizí a doplňkových motivačních programů. V neposlední řadě našim obchodním zástupcům nabízíme sedmaosmdesátiletou tradici Čedoku, která je obrovskou marketingovou výhodou, protože pro klienta je koupě zájezdu i věcí důvěry. ■

www.cedok.cz

1920 Čedok



007

Rio de Janeiro, Buenos Aires a Dakar s Air Europou

? Těžiště byznysu dnešních cestovních kancelářů je nemyšlitelné bez letecké dopravy. Letošní „zima“ přeje cestám na jižní polokouli zemského glóbu. I to byl důvod, proč jsem o rozhovor poprosil GSA španělské letecké společnosti Air Europa pro Česko a Slovensko paní Andreu Stránskou. Andreo, s čím Air Europa vstupuje do roku 007?

! 007? „007“ ve mně evokuje asociace na divácky vděčné filmy, a to nejen s agentem 007 Jamesem Bondem, ale i s Jean Paul Belmondem, jako byly „Muž z Acapulca“ nebo „Muž z Ria“. Rok 007 jsme totiž zahájili novými destinacemi. Mezi letenkáři a řadou pasažérů je známo, že Air Europa spojuje Prahu s Madridem. Leč... Leč od letoška přes Madrid i s dalšími novými destinacemi Air Europy. Ke stávající jihoamerické – Salvador de Bahia, kam Air Europa létá již dlouhá léta, přidáváme pravidelnou linku do Rio de Janeira a Buenos Aires. Tím ale expanze Air Europy na jižní polokouli nekončí. Další od letošního roku námi naléтанou destinací jižně od rovníku je africký Dakar. Všechno to jsou velmi žádané frekvence. Je pravdou, že letošní, na severní polokouli pohříchu pouze astronomická zima dálkovým destinacím přeje. Zaznamenali jsme zvýšenou poptávku do Havany, Cancunu, Santo Dominga, Caracasu aj. Nejen do naší nové destinace v Brazílii Rio de Janeira, která je od počátku vysoce poptávaná. Spoje létají vytižené tak, že Air Europa zvažuje přidat z Madridu ještě jednu frekvenci do Ria. Cestující mohou letět do

Ria a vracet se ze Salvador de Bahia nebo naopak. Tyto kombinace lákají spousty pasažérů atraktivitou cílových či tranzitních zemí i vysoce konkurenční cenou.

? Paní Andreo, nejen že na českém a slovenském trhu zastupujete leteckou společnost Air Europa, i další z vašich společností, Air Consulting, je úspěšnou letenkovou agenturou.

! Letenky zajišťujeme do celého světa. U mnoha destinací jsme zvýhodněni, protože s řadou leteckých společností díky Air Europě a službám, které řadě aerolinek po celé Evropě poskytuje, máme vyjednány exkluzivní obchodní podmínky. To klientům našim prostřednictvím umožňuje získávat výhodné přepravní tarify. Velmi rádi proto agentury Air Consulting využívají nejen v rámci leisure travel, ale i služebních cest.

? O letecké společnosti Air Europa jsem ve Všudybylu poprvé psal v souvislosti se 14. prosincem 2004, kdy v Ruzyni přistál váš Boeing 737-800, zahajující pravidelné lety mezi Madridem a Prahou. Air Europa byla založena v roce 1986. Loni měla kulaté výročí a letos sympatických jedenadvacet let.

! Air Europa oslavila jubileum i tím, že IATA i non-IATA agenturám poskytuje speciální tarify a další motivační výhody.

? Co si dělají papaláši, obyčejní lidé těžko ovlivní. To je zřejmě i v nám nejbližší zemi.

Nejen na Kubě, která je zřejmě největším „trhákem“ této zimní letové sezony.

! To bezesporu. Čeští klienti o ni projevují nebývalý zájem. Tato perla Karibiku si jej zaslouží. Navíc cizinecký cestovní ruch je v podstatě pro obyčejné lidi jediným možným zdrojem trochu si přilepšit.

? Díky aktivitám další z vašich společností „Maeximum Travel Agency“ se o turistických atraktivitách České republiky dozvídají v zemích, pro jejichž obyvatele je „Pražské Jezulátko“ (na rozdíl od většiny našich českých spoluobčanů) pojmem.

! Maeximum Travel Agency pro jihoamerický a středoamerický trh připravila nabídku České republiky. Jako jeden z prvních si ji od nás vyžádal čelný mexický touropeátor. Na těchto trzích Česko prezentujeme nejen turisticky nejnavštěvovanějšími místy, ale i z hlediska velmi poptávaných outdoorových aktivit. Proto na svém „latinskoamerickém“ webu nabízíme české hory (trekking, kurzy lyžování a snowboardingu, horolezecký výcvik atd.), ačkoliv to Jihoameričané mají do bezesporu atraktivních Kordiller podstatně blíž. Protože však je střední Evropa u nich in, jsou mezi nimi pobyty v Česku nesmírně populární. ■

www.air-europa.com

www.aircon.cz

www.maeximum.com



Pražský klub

– stabilně kvalitní přístup

? V souvislosti s hlavním tématem vydání, jímž jsou cestovní kanceláře, jsem navštívil jednatele cestovní kanceláře PRAŽSKÝ KLUB TOUR OPERATOR, s.r.o. PhDr. Martina Egera, abych si s ním o podnikání v rámci této koncese povídal o trochu jiných produktech, než jsou pobytové zájezdy k teplým mořím nebo zimní pobyty na horách.

! Pražský klub za sedmáct let své existence prošel určitým vývojem. Něco se však nezměnilo. Od začátku byl a je naším pánem zákazník. To, co v kterých letech chtěl, to od nás dostal. Pokud si před patnácti lety žádal cestovat přes noc autobusem do Benátek nebo Paříže, na papírenský veletrh, nebo na veletrh obalové techniky, nebo strojírenský, program jsme podle jeho požadavků zajistili. A jsme rádi, že zůstává naším klientem i dnes, kdy si přeje létat s plným komfortem i na další kontinenty.



PhDr. Martin Eger

Pražský klub začínal se zájezdy na nejrušnější výstavy a veletrhy. Mnohé z firem, které s námi tehdy jezdily, prošly pozitivním vývojem, a tak dnes svým zaměstnancům naším prostřednictvím dopřávají pracovní studijní cesty nejen po Evropě. Vzhledem k současným možnostem snad není kontinentu, kam bychom neuměli své klienty dopravit a postarat se tam o ně. Velmi často uspokojujeme požadavky firem, které chtějí rozšiřovat profesní obzor svých pracovníků o poznatky ze zahraničí, a zároveň je tím odměnit a motivovat.

? To, že Pražský klub „umí“, ilustrují vaše reference a klienti, mezi které již řadu let patří obchodní oddělení kanadského velvyslanectví, pro něž v rámci seznamování českých firem s kanadskými produkty realizujete několik akcí ročně.

! Ano, program poslední akce byl zaměřen na dřevostavby. Účastníci absolvovali pracovní program, během kterého navštívili řadu firem a institucí, seznámili se s výrobními procesy, s místní legislativou, s průběhem stavebního řízení, financováním výstavby apod. Pracovní cesty do Kanady bývají spojené i s návštěvou východu USA a jsou určeny i dalším oborům, např. dopravě, nakládá-

ní s odpady, vodnímu hospodářství, cateringu nebo návštěvám zemědělských farem.

? A co incentiva?

! I tou se Pražský klub zabývá. Snažíme se zařadit do programu vždy něco méně obvyklého, co běžně nabízené poznávací či pobytové zájezdy nemohou poskytnout. Naše zkušenosti nám pomáhají vystihnout, co zákazníci očekávají, a podle toho program sestavit. Častým požadavkem bývá, aby program obsahoval kombinaci pracovních návštěv i poznávacích a odpočinkových možností. Proto byl velmi dobře přijat náš zemědělsko-potravinářský program do Chile a Peru, stejně úspěšná byla kombinace Brazílie – Argentina – Uruguay. Mezi incentivními destinacemi naši zákazníci také velmi kladně ohodnotili Guatemalu s Mexikem, dobrodružnou Bolívii a plavbu Panamským průplavem. Pro úspěch nemusíte však cestovat daleko – dobře připravený program ve špičkových rakouských lázních s dobrou kuchyní a outdoorovým programem také udělá své.

? Čím si Pražský klub zaslouhuje přízeň klientů?

! Někdo o sobě tvrdí, že je nejlepší. To jste ale jen v jednom případě, v jedné zakázce. My o nás neříkáme, že jsme nejlepší, protože každou nabídku můžete nějak přebít, nejspíše nižší cenou. Naším cílem je uspět u klienta opakovaně, po řadu let. Toho dosahujeme stabilní kvalitou, bez výkyvů a nepříjemných překvapení. A potom, nesmíte lidi zklamat. Shořela vám na řece plně krokodýlí loď? Kupte novou, nebohlaavu. Uletělo skupině letadlo? Pronajměte vrtulník. Nechutnala jim večeře – dejte jim novou a pití k tomu. Máme svůj standard v kvalitě služeb i ve způsobu práce a přístupu k zákazníkovi a pod něj nechceme jít. Lidé to poznají a vracejí se k nám zpátky. ■

www.prazsky-klub.cz

 **PRAŽSKÝ KLUB**
ZALOŽENO 1990



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

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

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

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

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající **typicky česká** a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka **menu** pro turistické skupiny



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

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

Vítejte v České republice

Agentura ACR Alfa patří k významným firmám propagujícím Českou republiku. V rámci projektu „Zachování kulturní hodnoty a národního dědictví České republiky v Evropské unii“ vydává řadu čtrnácti česko-anglicko-německých knih o krajích České republiky.

2 S jednatelkou ACR Alfa Blankou Lan-gerovou se setkáváme u stánku tohoto nakladatelství na 16. mezinárodním veletrhu turistických možností v regionech Region-tour na brněnském výstavišti.

1 Na mezinárodních veletrzích GO a Region-tour jsme nakladatelství ACR Alfa prezentovali prostřednictvím témat, která prezentujeme v krajských publikacích čtrnáctidílného cyklu o České republice. Přijeli jsme sem s výstavkou řemeslných a folklorních tradic regionů České republiky a také tu prezentujeme zavedený webový portál cestovního ruchu České republiky www.vitejte.cz. V rámci soutěží studentů cestovního ruchu Profi Go, Top Guide junior a Region Regina jsme předali své publikace vítězům. Do této doby jsme vydali publikace o deseti krajích České republiky: Karlovarském, Olomouckém, Královéhradeckém, Plzeňském, Ústeckém, Vysočině, Pardubickém, Středočeském, Zlínském a Jihomoravském. Momentálně pracujeme i na závěrečné, celore-

publikace republiky participujícím partnerům jsem na našem veletržním stánku představila a zdůraznila přednost webového portálu www.vitejte.cz. Tím je systém provázaných, vzájemně se doporučujících informací. Tzn., když si např. najdete město Zlín, objeví se deset ikoněk s doporučeními na nejbližší tradiční akci kulturního a sportovního charakteru, na nejbližší kulturně historickou pamětihodnost, slavné rodáky, nejbližší ubytování, stravování, ale také na regionál-



ní infocentra. Provázanost informací je v softwaru webu www.vitejte.cz zakódovaná jako jedna z nejvyšších priorit. Navíc je v něm škála tematických vyhledávačů a možností, které přispívají k vysoké úrovni uživatelského komfortu a usnadňují dozvědět se co nejvíce o České republice.

2 Podpora od kompetentních hejtmanů a institucí působících v resortu cestovního ruchu v rámci propagace turistických atraktivit krajů České republiky sice zrovna nemusí být samozřejmostí, ale pokud je, může být vnímána jako součinnost partnerů za účelem dosažení společného cíle. Na vašem stánku na Regiontoure i na křtech krajských publikací jsem se ale setkal se spoustou vrcholných představitelů firem a ostatních subjektů z dalších resortů.

1 Krajské a celostátní publikace vznikají i díky jejich významné podpoře. Podařilo se nám prý vyrobit reprezentativní dárek s vysokou výpočetní hodnotou o zemi a konkrétních místech, v nichž podnikají či jinak působí. Tyto publikace se díky nim dostávají do rukou nejen jejich tuzemským, ale i zahraničním partnerům po celém světě. Např. u příležitosti oslav výročí firmy Skanska CZ obdrželi knihu Zlínský kraj zástupci švédské mateřské společnosti. A takhle to praktikuje většina firem, jež s vydavatelstvím ACR Alfa spolupracuje. Lze říci, že jsme si vzájemně užiteční. Díky této praxi se atraktivně zpracované informace o turistických cílech naší vlasti dostávají k významným lidem, k nimž je zpravidla velmi obtížné najít si přímou cestu. ■

publikové publikaci Praha a turistické perly České republiky.

2 Krajští hejtmani se účastní nejenom křtů vašich publikací, ale zastavují se i zde, na vaší expozici na Regiontoure.

1 Možná i proto, že se již několik let důsledně věnujeme propagaci územně samosprávných celků, jejichž jsou nejvyššími předsta-



ACR Alfa®
AGENTURA PROPAGACE ČESKÉ REPUBLIKY

ACR Alfa, s.r.o.
Boleslavova 27/36, 140 00 Praha 4
tel.: 261 215 703, fax: 241 408 119
e-mail: info@acr-alfa.cz

www.acr-alfa.cz www.vitejte.cz

Jak vznešený pohled skýtá život. Jeho několika základními znaky bylo zprvu obdařeno jenom malé množství forem; možná že jenom forma jediná. Planeta se od té doby pořád otáčí, poslušna neměnných zákonů gravitace, ale život se z tak skromných počátků mezitím rozvinul do nekonečného množství nejnádhernějších a nejúžasnějších forem.

Charles Robert Darwin 1809-1882

Na Regionturu v Brně se Plzeňský kraj představil nápaditou, spontánní, emoce vyvolávající multimediální D3 expozicí evokující cestu do pravěku. Plzeňský kraj je totiž mezi paleontology a dnes už i turisty světově proslulý nálezy prvohorních zkamenělin z období před 550 až 255 lety.

„Na výstavě v Brně chceme upozornit na tuto jedinečnost a pozvat turisty nejen k návštěvě celého našeho krásného kraje, ale tentokrát zejména do Plzně, na Rokycansko-Radnicko a severní Plzeňsko,“ řekla při oficiálním otevření expozice Plzeňského kraje Mgr. Olga Kalčíková, náměstkyně hejtmana pro oblast cestovního ruchu, marketingu a neziskových organizací.

Území Plzeňského kraje – dochovaná součást superkontinentu Pangey (prezentované exponáty z radnického paleontologického naleziště) – připomíná místo, odkud se na Zemi rozšířil život. Pangea se totiž na menší kontinenty

Plzeňský kraj, místo, kde vznikl život

310 milionů let Plzeňského kraje

zde nacházíme zástupce mlžů, plžů, ostnokožců, praptolitů a dalších skupin. V mladším období prvohor tu byly tropické pralesy, které daly vzniknout slojím černého uhlí. Uloženy z tohoto období poskytly značné množství zkamenělin, z nichž lze rekonstruovat skladbu tehdejších porostů. Unikátní jsou především rostlinné zkameněliny zachované ve vulkanickém popelu, který zakonzervoval vegetaci

se část území Plzeňského kraje stala jednou z prvních souborně geologicky a paleontologicky zpracovaných oblastí světa. Pokud jde o výzkum flóry, patří Plzeňský kraj rovněž ke klasickým oblastem. Především díky hraběti Kašparu Šternberkovi, jenž je považován za zakladatele paleobotaniky. V této souvislosti je třeba zmínit i rozsáhlé dílo prof. Václava Friče z konce 19. století, v němž popsal faunu mladších prvohor, jejíž zbytky se nacházely v okolí Nýřan. V současné době je pokračovatelem tradic paleontologického výzkumu v Plzeňském kraji paleontologické oddělení Západočeského muzea, jehož vědeckovýzkumné aktivity jsou srovnatelné s aktivitami předních světových paleontologických pracovišť. No, přijďte se podívat. Stojí to za to! ■

www.zcm.cz

www.turistikraj.cz

rozdělila až zhruba před dvěma sty miliony lety. Její někdejší celistvost suchozemským živočichům umožňovala z nynějšího území z Plzeňského kraje migrovat až k jižnímu či severnímu pólu. Ve starším období prvohor totiž na území Plzeňského kraje existovala mořská pánev s dobrými podmínkami pro rozvoj života. Nejznámějšími mořskými živočichy z této doby jsou trilobiti. Vedle trilobitů

v místě původního růstu a vytvořil tak nejstarší „Pompeje“ na světě. V jezerech žily různé druhy obojživelníků (tzv. krytolebců), ryb a bezobratlých živočichů. Uloženy prvohorního moře ze starších prvohor začal v polovině 19. století vědecky zpracovávat Joachim Barrande. Tím

 PLZEŇSKÝ KRAJ



GO a Regiontour úspěšně

Ministr pro místní rozvoj Jiří Čunek 11. ledna otevřel 17. Mezinárodní veletrh průmyslu cestovního ruchu GO a 16. Mezinárodní veletrh turistických možností v regionech Regiontour poté, co se společně s předsedou Asociace krajů Evženem Tošenovským, dalšími krajskými hejtmany, ředitelem CzechTourism Rostislavem Vondruškou a generálním ředitelem akciové společnosti Veletrhy Brno Jiřím Škroul zúčastnil úvodní tiskové konference. K dominantním tématům letošních veletrhů určitě patřila golfová turistika – budování turistické golfové destinace Česká republika, k čemuž odbornou panelovou diskusi na téma „Propagace České republiky jako golfové destinace v zahraničí“ výrazně přispěl její iniciátor agentura CzechTourism. Exkluzivní kumulace zahraničních touroperátorů a českých poskytovatelů služeb cestovního ruchu vyústila v intenzivně vedené obchodní jednání v rámci „Meeting Point“. Budouc-

nost českého průmyslu cestovního ruchu a její prioritu – sféru lidských zdrojů (profesní osvětou hrou, výchovu a vzdělávání dětí a mládeže) demonstrovala vyhlášení výsledků projektu České centrály cestovního ruchu „Turisté vítáni“ i „ProfiGO“ a „Region Regina“ organizovaných brněnskou agenturou EfektMedia za účasti náměstka ministra pro místní rozvoj Miroslava Kalouse, ředitele CzechTourism Rostislava Vondrušky, obchodního náměstka generálního ředitele Veletrhů Brno Jaroslava Hlouška, vedoucího projektu GO a Regiontour Miloně Mlčáka a dalších významných osobností. Kraje České republiky, v den zahájení GO a Regiontouru osobně reprezentované svými nejvyššími představiteli – hejtmany, koncipovaly své expozice s erudovanou invencí. S jistotou lze konstatovat, že by Českou republiku důstojně a úspěšně prezentovaly i v nejestřejší konkurenci na nejprestižnějších zahraničních globálních veletrzích průmyslu cestovního ruchu. A to nejen architektonickým pojetím, ale i prezentovanými produkty, vstřícností a profesionální způsobilostí svých osazenstev. I ony byly ohnisky intenzivních jed-

nání, už proto, že cestovní ruch je byznys s lidmi a o lidech. Velcí i menší touroperátoři v rámci GO první dny svým prodejčům a následně veřejnosti vyskladnili a rozdali statisíce katalogů. A co říci na nářky tzv. „zasvěcených pamětníků“, kteří u GO už sedmáctým rokem a šestnáctým u Regiontouru prohlašují, jak to jde s nimi z kopce? Že mají pravdu. Že to s nimi jde z kopce. Zřejmě i proto, že toho „hodně pamatují“, jako v jedné z bajek vysokánský starý strom, který dává rozmyšlenému mladému: Teď už to stojí za prdlačku. „Jo, to dřív, za mých mladých let. To ti byla tak vysoká tráva, že jsem se v ní celý schoval. Ale teď? Už to není, co to bývalo...“ ■

www.bvv.cz



BVV



Veletrhy
Brno





Průvodčí zapřel moji jízdenku

Pátek 30. června 2006 Opět nervy, zdali stihnu odjezd vlaku. Dny před odjezdem jsem si připadal jako v zajetí držených živočichů, jenž konečně může na svobodu, ale zdráhá se opustit známé prostředí své klece. Dokonce jsem vážně přemýšlel nad varovnými řečmi lidí, kteří nikde nebyli. Ve 22.16 na stanici metra Luka smutně koukám za právě mi odjíždějící soupravou. Deset minut čekám na další. Ve 22.55 vbíhám na zaplněný peron pražského hlavního nádraží. Plno čundráků. Panonii přistavili až ve 23.05. Poté, co jsem prošel kolem vlaku tam a zpátky a ještě kus (cedule zakryta otevřenými dveřmi), nacházím vagon 366. V mém kupé sedí mladá žena a kouří. Sprdl jsem ji, že se tu nekouří, a začal se vztekat, co tam dělá. Účinně! Průvodčí rumunského lůžkového vagonu si ji přemístil do služebního kupé. Pak mu ale tři čtvrté hodiny trvalo donést mi povlečení.

Sobota 1. července 2006 00.12 jdu spát. 08.20 se probouzím na stanici Budapest Keleti. Snídám (chleba se salámem a žlutou limonádu), stále nerozhodný odkud a zda nastoupit na pohorí Tarcu nebo Godeanu. Kolem 10.30 přicházejí maďarští revizoři. Nemohou se dopočítat cestujících (asi kvůli průvodčího kámošce). Průvodčí zapřel moji jízdenku. Maďaři ji chtějí přímo po mně. Po krátkém extempore jsem vpadnul do jeho kupé, z chumlu jízdenek vytáhl ty svoje a ukázal (na eurodominu bylo číslo mého pasu). 13.45 rumunského času je vlak téměř v Aradu. Průvodčí a hlavně mé jízdenky nikde. Prý šel do jídelňáku. Vydal jsem se za ním a zahnal ho do služebního kupé, kde (vlak už stál na nádraží) předváděl, jak je nemůže najít. Sebral jsem nějaký papír a uchopil přes něj za záchranou brzdu. „Nu, nu, nu...“ vyrážel ze sebe a rázem měl jízdenky v ruce. Protláčil jsem se proti nastupujícímu davu a ledva byl na peróně, vlak se rozjel. V nádražní směnárně jsem vyměnil 20 € za 70 lei. Vlak do Timisoary mi jede v 18.08, kde v 19.35 přeseďám. Kolem půlnoci vystupuji v Caranasebes (211 m n.m.).

RoMania

Simply surprising

Tarcu nebo Godeanu? 1

Nocuji „veskrze drsnácky“

Neděle 2. července 2006 Za nádražím si mne našel majitel červené Dacie, že mne za 50 lei doveze do poslední vesnice pod kopce. V Borlově se mi nechce z auta. Prší a silnice vede dál. Naznačuji, aby pokračoval. Gestikuluje, jak strmě a nebezpečně se klikatí na Poianu Mic (1540), a že by mne to stálo 40 €. S radostí souhlasím. Zážitek, co všechno staříká Dacia vydrží. Strašná mlha. Kolikrát musel řidič



zamířil. Při sestupu strmým svahem mi lišejníkem šedivý šutrák připomněl, že za deště slizce klouže. Nejenže jsem si natloukl koleno, ale udělal díru v goretexových gátech. Levou nohavici mi tak zdobí česká geniálně univerzální leukoplast. V lijavci a vichru stavím stan. Opět je ze všech věcí nedůležitější ručník. Konstatuji, že jsem si s sebou vzal málo Měrněj – úžasně vodky slavného Dmitrije Ivanoviče Mendělejeva. Ve stanu je rela-



vystoupit, aby se podíval, kudy vede cesta. Nocuji „veskrze drsnácky“. Na cabaně v pokoji s vlastním příslušenstvím a televizí za 10 € a 20 lei. V noci se mi zdálo o nějaké show, kde neustále teskali. To jak dopadal proud dešťové vody na plechovou střechu pod oknem. Vstávám v 07.11 (českého času). Vařím čaj a oves (kdo se s tím má tahat). Dívám se na televizi, přebaluji a čekám na počasí. V 10.45 vyrážím směr cabana Cuntu. Cesta vede vesměs lesem po spojovacím hřebínku. Prší. Ve 12.10 jsem u meteorologické stanice. Obědvám chleba, salám, česnek a perník. Piji vodu z pramene. Ve 12.45 pokračuji směr Tarcu. Tělo nezvyklé námaze (po většinu roku sedí u počítače a přepisuje rozprávky nebo se přejídá na rautech) bolí (jak říkají Brňáci) jako sviňa. V 16.12 jsem objevil miniplesíčko, a tak jsem k němu



tivně sucho. Snědl jsem tři pardubické perníčky! Až nebudou, nebudu. Vařit či nevařit? Toť otázka... 17.30 vařím bujón, hrách a čaj. Ledva umyji nádobí, padám za vlast. 23.34 Vítr zkouší, co Gemička vydrží, a drží se skvěle. ■

www.romaniatourism.cz

Staňte se obchodním zástupcem Čedoku



Výhody pro obchodní zástupce:

- atraktivní provize
- online rezervace přes internet
- informace a rezervace zájezdů zdarma na provizní lince 800 100 311
- rozsáhlý motivační program
- prodejní pomůcky zdarma

Volejte zdarma: **800 100 311**

Na této lince získáte podrobné informace k proviznímu prodeji a později tam budete moci zdarma rezervovat i naše zájezdy!



cestovní kancelář



Čedok

Barceló

Praha

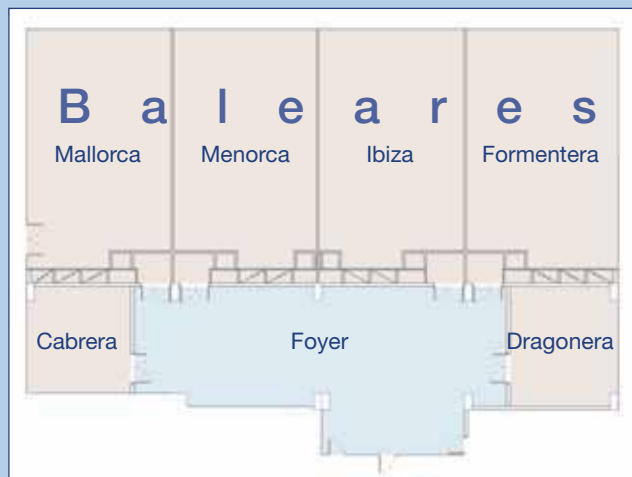


Nové konferenční centrum Baleares

- celková plocha konferenčního centra 430 m²
- 4 propojitelné sály s celkovou plochou 300 m²
- 2 menší jednací místnosti s kapacitou do 10 pax
- konferenční servis
- široká gastronomická nabídka
- konference, školení, bankety, oslavy všeho druhu, svatby

Hotel Barceló Praha nabízí

- 198 standardních dvoulůžkových pokojů
- 15 junior suite
- restaurace Buffet Praha
- restaurace à la carte Mediterráneo
- lobby bar Las Brisas
- konferenční centrum „Baleares“
- cybercorner
- recepce
- concierge
- hotelový taxiservis
- hotelová garáž
- parkoviště před hotelem



Na Strži 32, Praha 4
více informací žádejte na obchodním oddělení
sales@barcelo.cz | sm@barcelo.cz
www.barcelo.cz | www.barcelo.com
tel.: 296 772 843 | 296 772 857

Již 30 let k vašim službám



Thermal



- karlovarská komplexní léčba
- krátké léčebné a fitness programy
- wellness balíčky
- termální bazén 50 m
- vyhlídkové terasy
- vlastní parking pro 350 aut



★★★★★

**Lázeňský hotel
Thermal**

I. P. Pavlova 11
CZ - 360 01 Karlovy Vary
tel.: +420 359 001 111
fax: +420 359 002 603
e-mail: sales@thermal.cz



- největší kongresové centrum na západ od Prahy:
 - sál pro 1200 osob
 - 2x sál pro 300 osob
- salonky a výstavní plochy

www.thermal.cz



Přímé lety do Karibiku!



EXIM *tours*

www.eximtours.cz | tel.: 841 115 115

KAPVERDY

DUBAJ/EMIRÁTY

BRAZÍLIE

ISLA MARGARITA

KUBA

**DOMINIKÁNSKÁ
REPUBLIKA**

STAŇTE SE

1.000.000-tým

ZÁKAZNÍKEM EXIM TOURS

**EGYPT / TUNISKO / TURECKO / ŘECKO
BULHARSKO / ŠPANĚLSKO / MALLORCA**