

Dívaje se pak na to řekl sem: „Ale toto-liž sou ti mudrcové, světlo světa? ach, ach, jáž sem se jinakších věcí nadál. Vřak tu jako sedláci v krčmě, každý vyje, a každý jináč.“ Řekl mi tlumočník: „Tys bloud, ty těm tajemství nerozumíš.“ Já slyše, že tajemství jsou, počnu o nich bedlivě přemýšlovati a tlumočník počne mi je vykládati. Vtom, aj, přistoupil jakýsi také v filozofském habitu (jmenoval se Pavlem Tarsenským¹), pošepstal mi do ucha: „Zdá-li se sobě kdo moudrým býti v tomto světě, budiž bláznem, aby moudrým učiněn byl. Moudrost zajisté světa tohoto bláznovství jest u Boha. Nebo psáno jest: Zná Pán přemýšlování moudrých, že jsou marná.“ S kterouž řečí, poněvadž sem viděl, že co mé oči a uši vidí a slyší, se srovnává, ochotně sem na tom přestal a: „Podfme někam jinam,“ řekl. Tlumočník pak můj bláznů mi nadal, že maje já se od moudrých něčemu naučiti, od nich utíkám.

Jan Amos Komenský,
Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1624

¹ tj. apoštol Pavel (před r. 10 - 67 n.l.), rodem z Tarsu v maloasijské Kilikii. Z jeho literární činnosti se dochovaly dopisy, epištoly; z prvé, ke Korintským, je citovaný výrok.



Ale toto-liž sou ti mudrcové, světlo světa? ach, ach, jáž sem se jinakších věcí nadál



Ale toto-liž sou ti mudrcové, světlo světa, kteří kvůli tvorbě pracovních míst (nezřídka pak obsazovaných cizími státními příslušníky) budují z Česka dotovaný a daňový ráj zahraničních investorů – vlastníků montážních hal a linek? Česko se však může pyšnit i jinými danostmi, než takovými „mudrci“. Disponuje řadou světově uznávaných osobností mnoha oborů. Lidmi, kteří mají zájem komunikovat o svých poznatcích s kolegy z dalších zemí. Mnozí z nich, zapojeni do mezinárodních organizací, se snaží přivádět

do Česka jejich kongresy a další formy setkávání. Standard služeb, které jim k tomu české subjekty v kongresové turistice a business travel nabízejí, je vesměs na světové úrovni. Nezřídka totiž disponují špičkovým materiálně technickým zázemím a kreativními lidmi. Právě cestovní ruch je pro český trh práce cestou, jak o řád výš, o několik řádů levněji a v neskonale dlouhodobější perspektivě než čísi montovny generovat pracovní příležitosti a díky nim domácí a zahraniční inkaso.

Jaromír Kainc, nakladatel

	Několik klíčových agentur	6	
	PAKT mění svou tvář	7	
	Dva roky v Evropské unii	7	
	Řada kongresů, které by rády do Prahy	8-9	
	Prague Convention Bureau, víze a realita	10-13	
	Otevření Business Hotelu Jihlava	10	
	Třetí výročí U Mansfelda	11	
	Stá nová Setra v Česku Interbusu Praha	12	
	2nd Racketlon Czech Open	13	
	Krásné zážitky v Českém Krumlově	14-15	
	Dobře nasměrované řemeslo	16	
	American Express Business Travel	17	
	Hotel Praha	17	
	Aby do Melaky jezdilo víc českých turistů	18-19	
	Turisté vítání do druhého ročníku	19	
	Se špičkovou technikou	20-21	
	Kongresový hotel v Krkonoších	22-23	
	Další kongresové prostory v Praze	24-25	
	S Ivanem Chadimou nejen o hotelu Yasmin	26-27	
	Aby průmysl ČR a vláda lépe komunikovaly	28	
	Dánové tleskali Caramelle	28-29	
	Bez cestovního pojištění raději ani krok	30	
	Slavnostní večer v Divadle Kalich	31	
	Novoměstský pivovar	31	
	Dovolená a Region 2006	32-33	
	Horská služba ukončila zimní sezonu	33	
	Smart Wings z Budapešti	34	
	IATCC Praha – Nejlepší investice roku 2005	34	
	Internetové odbavení na Letišti Praha-Ruzyně	35	
	ČSA mezi nejlepšími osmi	35	
	Munții Suhardului	36	

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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.

Jako klíčové vidím mít několik specializovaných agentur

S generálním ředitelem České agentury na podporu obchodu CzechTrade Ing. Ivanem Juklem jsem byl seznámen marketingovou ředitelkou Královského pivovaru Krušovice Dr. Pittnerovou na Golden Prague Farewell Coctail Evropského bankovního a finančního fóra v pražském Grandhotelu Bohemia koncem letošního března. A protože byl pan inženýr tak laskav a souhlasil s interview pro VŠudybyl, zeptal jsem se jej, co dělal před tím, než byl jmenován generálním ředitelem CzechTrade.



Ing. Ivan Jukl

Pracoval jsem na českém velvyslanectví v Kodani (šest let) jako vedoucí obchodně ekonomického úseku (v hantýrce se tomu postu říká „obchodní rada“). Pomáhal jsem tam českým podnikům prosazovat se v Dánsku. Mé úkoly ovšem nebyly „jenom“ o obchodu. To

je hlavním posláním vládní agentury CzechTrade, jež disponuje unikátními informacemi o světových trzích a širokou sítí zahraničních a regionálních kancelářů.

Česko je zemí, která vítá investice, avšak zároveň je státem, jenž podporuje podnikatelské subjekty snažící se exportovat a investovat v zahraničí.

Úkolem CzechTrade je poskytovat českým podnikatelským subjektům individuální řešení pro jejich úspěšný export. Tedy aby expandovaly do celého světa. Jsme totiž přesvědčeni, že je zde obrovský prostor. Spousta našich podnikatelů ale má jakoby mentální blok si se zahraničím vůbec co začít, ať se jedná o vývoz zboží, služeb, investičních celků či klasickou expanzi spojenou se zakládáním poboček a vyslání vlastních prodejců do zahraničních teritorií. Nicméně CzechTrade je tu od toho, aby pomáhal tento blok překonávat. Je to jedním z jeho cílů.

Čím je podle vás tato bariéra způsobována a jak se projevuje? Je to tím, že jsme tady byli tak strašně dlouho „na povel“ nebo zde hrají roli obavy z cizího kulturního prostředí?

Mentální blok už je v tom, že podniky, jejich majitelé a top management si mnohdy ani nepřipouští, že by mohli někam expandovat. Proto ani výhledově neuvažují o vstupu na zahraniční trhy. Zpravidla mají dobré výrobky a stačí jim prodávat je doma. Neberou v potaz, že se venku dějí nějaké procesy, které dříve nebo později mohou tyto jejich „podnikatelské jistoty“ ohrozit, a že některé obory budou z České republiky mizet. Dánové např. v textilním průmyslu, kde museli doma zavřít spoustu továren, problémům s tím spojeným předešli tím, že textilky postavili venku. Díky tomu paradoxně vygenerovali ještě víc pracov-

ních míst. Dánští občané našli místa jako designéři, dopravci, obchodníci i v rámci podpory obchodu. To je trend, který by měl být nastartován i u nás.

Míra užitečnosti jakéhokoliv nástroje, tedy i agentury vašeho typu, je dána tím, jak s ním kdo zachází.

Zlatem CzechTrade jsou lidé. Zejména ti, kteří pracují na našich dvaatřiceti zahraničních zastoupeních a důvěrně znají podmínky, v nichž českým subjektům pomáhají uspět. Často se pohybují v terénu. Šli se s tamním kulturním prostředím a sdílejí zvyklosti a občeje s místními lidmi. Díky tomu jsou jimi vnímáni, jako kdyby z daného prostředí přímo pocházeli. To hodně prodává. Lidé dané země totiž velmi pozitivně kvitují, že vedoucí kanceláře CzechTrade je jedním z nich. Vycházejí nám pak daleko více vstříc při naplňování našeho poslání. Tohle když se podtrhne a sečte, výrazným způsobem umocňuje úspěšnost CzechTrade.

Řada osobností, prezentovaných ve VŠudybylu, jsou představitelé českých firem investujících v zahraničí. Směrem na západ i na východ. Co můžete dělat pro české mateřské podnikatelské subjekty, které již mají své filieky v Německu či v Rusku?

Můžeme jim pomoci expandovat do zemí, kde ještě nejsou etablovány. Výhodou podnikatelů, kteří mají reference z klíčových trhů, jako jsou vámi zmiňované Německo nebo Ruská federace, je právě to, že se snadněji dostanou dál. Že již překonali nejtěžší fázi – start. Např. ve Švédsku hodně prodává to, že už úspěšně podnikáte v Dánsku. Pakliže tomu tak není, nejbližší referencí je Německo. Pokud jde o Ruskou federaci, působí zde tři kolegové – v Moskvě, v Sankt Petěrburgu a v Jekatěrinburgu.

Společně s Ruskou federací jsou nejperspektivnějšími trhy Indie a Čína...

Ano, rozhodně to jsou zajímavá teritoria. Patří mezi ta, kam bychom chtěli napřít další kapacity. V Indii uvažujeme o Madrásu, v Číně o posílení naší kanceláře v Šanghaji. Až ukončíme toto interview, budeme já a mí kolegové jednat s firmou, která si nechce povídat o žádných jiných teritoriích než právě o Indii a Číně. Má konkurenceschopné produkty, už tam vyvážela a chce se do nich vrátit. Obrátila se proto

na CzechTrade, aby jí v tom pomohl. Možná, až se jí to podaří, a dovolí-li nám to prezentovat, budeme mít pro VŠudybyl další zajímavou informaci.

Přestože podpora odvětví cestovního ruchu spadá do kompetencí CzechTourism, dovolím se vás, pane generální řediteli, optat, jak vnímáte cestovní ruch.

Jako byznys. Jako zajímavé a z hlediska možných synergických přínosů pro český stát obrovsky perspektivní odvětví. Vnímám jej i jako jednu z výrazně úspěšných oblastí českého zahraničního obchodu, kterou jsem propagoval v rámci své zahraniční služby na obchodně ekonomickém úseku v Kodani. Obchod generuje turismus a naopak. Víme, že není ani tak důležité, jestli nějaké zboží prodám v zahraničí nebo doma, ale abych jej prodal. Prodám-li v Česku zahraničnímu turistovi např. porcelánový servis, je k tomu napojena spousta dalších služeb, jejichž výtěžek je realizován na území Česka. Umím si představit, že odvětví cestovního ruchu dokáže podnitit veliký a dosud blokový potenciál obchodních aktivit českých podnikatelů se zahraničím.

Jakým směrem by se podle vás měla ubírat podpora státu českým podnikatelským aktivitám ve světě?

To je zásadní téma. Dnes probíhá diskuze o tom, jakým způsobem dosáhnout lepší synergie působení subjektů, které mají co hovořit do prezentací a prosazování hospodářských zájmů České republiky v zahraničí. Diskuze je například i o tom, jestli mají být její aktéři v té které zemi soustředěni na jednom místě a mají-li být kompetence mezi ministerstvy nastaveny tak či onak. Jako klíčové vidím mít několik specializovaných, flexibilních agentur, které mají svá teritoria, obory i zákazníky. Současný systém tak, jak je nastavený v rámci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, opírající se o systém řízení managementu jakosti podle ISO, systém projektového řízení a sdílený informační prostor napříč celou státní správou včetně Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Ministerstva zahraničních věcí ČR je tím nástrojem, který z těchto synergií umožňuje ve prospěch státu a českých podnikatelských subjektů čerpat neefektivněji. Je naprosto zřejmé, že české firmy budou nuceny pod tlakem z vnějšku snižovat své náklady a část svých procesů lokalizovat mimo Českou republiku. Služby CzechTrade jsou proto zaměřeny i na pomoc při dislokování procesů spojených s podnikáním českých subjektů do zahraničí. Tedy pomáhat jim zvládat problematiku místních legislativ atd. V CzechTrade pro české podnikatelské subjekty připravujeme manuál tak, aby byly schopny se ve velmi krátké době rozhodnout, je-li či není pro ně uvažované teritorium zajímavé. To znamená, je-li pro ně výhodné tam část své produkce či aktivit umístit. V souvislosti s novou evropskou směrnicí o službách je pro CzechTrade dalším velkým úkolem také podpora vývozu služeb. Vývoz služeb spočívá i v tom, že si např. kadeřník své kadeřnictví otevře též na druhé straně hranice, kde bude mít stejnou značku a kde bude poskytovat ty samé služby jako doma. Kompromis, kterého bylo v rámci evropské legislativy dosaženo, asi není úplně tím, co všichni chtěli. Je však další pobídkou k tomu, aby v příhraničních oblastech české firmy dokázaly obsluhovat místa na druhé straně hranice, přitom jen pár kilometrů vzdálená od jejich sídel.

»» www.czechtrade.cz


ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

PAKT mění svou tvář

Během prvního čtvrtletí se Pražská asociace kongresové turistiky, zastupující již devět desítek členů, zúčastnila veletrhu EMIF Brusel a Holiday World, kde byli všem potenciálním klientům prezentováni členové a předány prezentační materiály asociace – brožura s představením všech členů, manuál asociace a CD-ROM. Vlastní samostatnou expozici PAKT připravil na veletrhu CONFEX Londýn a konferenci ASTA IDE, která navázala na naše předchozí prezentace v Miami a Montrealu. Asociace připravuje změnu designu a obsahu webových stránek www.pragueconvention.cz, jejichž součástí bude také sekce určená členské základně. Ta bude pod heslem přístupná pouze členům. V této sekci bude možno získávat poptávky a kontakty, které zástupci asociace získají



MUDr. Michael Hviždala



Prague
Convention
Bureau

na veletrzích, workshopech a dalších akcích. Pravidelně realizujeme internetové soutěže pro naše členy. Pro svou členskou základnu asociace uspořádala seminář, kde členové PAKTu diskutovali se zástupci hlavního města Prahy o problematice bezpečnosti města. Asociace se také stále podílí na projektu „kampaní kandidatur“, kde spolupracuje s CzechTourismem a Kongresovým centrem Praha. Jednáme se zástupci mezinárodních lékařských asociací kvůli získání významných kongresových akcí pro příští léta. Historicky největší rozvoj asociace je umožněn spoluprací s klíčovými partnery na trhu – Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, CzechTourismem, Pražskou informační službou a Českou inspirací. V nejbližší době se budeme účastnit ve spolupráci s CzechTourismem veletrhu IMEX Frankfurt a série workshopů začínajících v Edinburghu.

>> www.pragueconvention.cz

Dva roky Česka a Slovenska v EU

V úterý 25. dubna se v Brně v kongresových sálech hotelu Voroněž uskutečnila konference s názvem Dva roky Česka a Slovenska v Evropské unii, jejímž pořadatelem byla Obchodní a hospodářská komora Brno. Spolu s dalšími zhruba sto čtyřiceti delegáty se jí zúčastnili hejtman Jihomoravského kraje Stanislav Juránek, guvernér České národní banky Zdeněk Tůma, státní tajemník

Ministerstva práce, sociálních věcí a rodiny SR Miroslav Beblavý, ministr financí České republiky Bohuslav Sobotka, hlavní ekonom Ministerstva financí SR Vladimír Zlacký, primátor statutárního města Brna Richard Svoboda a řada dalších osobností.

>> www.voronez.cz

>> www.ohkbrno.cz



Obchodní a hospodářská
komora Brno



hotel ****
Voroněž brno
Congress Centre



Rozhovor s generálním ředitelem Kongresového centra Praha Ing. Michalem Kárníkem jsem začal otázkou, jaký byl pro Kongresové centrum Praha loňský rok.



Ing. Michal Kárník

Z hlediska počtu akcí úspěšnější než rok 2004. Realizovali jsme 375 akcí s průměrnou dobou trvání přes tři dny. Tedy cca tři akce denně. Byla období, kdy jich zde současně probíhalo až jedenáct. Přestože loni nebyl žádný veliký kongres, splnili jsme to, co jsme si předsevzali, a tak

tržby byly opět vyšší. Navíc se nám podařilo prosadit, že většina služeb, které jsou na půdě Kongresového centra Praha realizovány, je fakturována prostřednictvím naší akciové společnosti. Máme tak lepší přehled o tocích peněz. Navýšil se i obrát z cateringu, a to díky spolupráci s firmou Zátíší Catering Group, která je generálním poskytovatelem těchto služeb. Uzavřeli jsme dohody i s poskytovateli dalších služeb, jako je AV technika, stavba výstav apod. V tomto směru se nám daří. Samozřejmě na konečná čísla, která má v současné době auditor (a nemůžeme je tedy zatím zveřejnit), působí řada věcí, které nemůžeme ovlivnit. Jsou to kurzové změny, a tedy i kurzové ztráty. Jak sílí česká koruna, je pro jedno z našich středisek - hotel Holiday Inn (kde je většina tržeb nasmlouvána v eurech) příjem jakoby nižší. Na druhou stranu, při splácení závazků (splácíme je v eurech) je pro naši akciovou společnost silná koruna výhodná.

Loni v listopadu předseda představenstva Kongresového centra Praha, a.s. a náměstek pražského primátora Jan Bürgermeister na tiskové konferenci informoval o tom, že se Praha, potažmo Kongresové centrum Praha, a.s., v počtu účastníků kongresových akcí v roce 2004 v porovnání s ostatními městy světa umístila na 6. místě, zatímco její velcí střeoevropské rivalové Vídeň a Budapešť skončily na 8. a 34. místě (viz fulltextový vyhledávač www.e-vsudybyl.cz, článek: „Praha předstihla New York, Melbourne, Řím, Washington, Montreal, Tokio i Vídeň“)

Existuje řada statistik hodnotících kongresovou turistiku. Jsme však přesvědčeni, že neobjektivnější z nich je od ICCA (The International Congress and Convention Association), Mezinárodní asociace kongresových center a subjektů zabývajících se kongresovou turistikou. V jejich statistikách, co se týče počtu delegátů kongresů, byla Praha na vámi zmíněném šestém místě vyhodnocena již podruhé za sebou. Žebříček je ale sestavován podle různých kritérií. Podle počtu kongresů, počtu delegátů, a jsou tam i další kritéria. Z hlediska kongresového byznysu a hospodářského přínosu pro danou zemi či město je kritérium „počet delegátů“ nejměrodatnější. Každý z delegátů totiž s sebou do místa konání kongresu přináší peníze a zpravidla je tam (cca 300 až 400 €



KONGRESOVÉ • CENTRUM
PRAHA



Je řada kongresů, které by rády do Prahy přivezly své delegáty



na hlavu a den) i utráčí. Takže má-li Budapešť o třicet akcí více než Praha, je to jistě úspěch, ale protože má celkově oproti Praze jen polovinu delegátů, otáčí se tam daleko menší peníze než u nás.

Kongresové centrum Praha ožilo také díky dlouhodobým pronájmům a nájemcům komerčních prostor.

Objekt využíváme na krátké a dlouhodobé nájmy. Krátké, to jsou jednorázové akce, kongresy, koncerty, výstavy atd. a dlouhodobé - klasické pronájmy obchodních a kancelářských ploch. Loňský rok jsme končili s téměř plnou obsazeností. Ve vedlejší budově v Business Centru Vyšehrad sice bylo volných asi se-

mdesát metrů čtverečních, ale i na tuto plochu v těchto dnech podepisujeme smlouvu. V hlavních budovách nezůstal volný ani metr kancelářských a obchodních ploch. Snad pár metrů skladových prostor ve druhém nebo třetím suterénu. Jinak je vše obsazené a za slušné ceny. Tento byznys je velmi dobrý a jeho předpokladem je poskytování vynikajících služeb, což se pracovníkům Kongresového centra Praha daří. Zajímavé bude i to, co připravujeme na léto. Na severní terase nad Nuselským údolím chystáme výstavu devíti velkoformátových soch od tří významných českých autorů. Po dobu prázdnin o sobotách a nedělích k ní přibudou odpolední proměnné koncerty pro veřejnost. Měl by



Kongresové centrum Praha

má unikátní polohu na jednom z pražských pahorků a je jednou z dominant hlavního města České republiky. Je odtud nádherný výhled na panorama Prahy, kde se nad řekou Vltavou a okolními rozsáhlými parky odráží silueta Pražského hradu s mnoha věžemi kostelů, chrámů, paláců a starobylých budov nedalekého historického centra.

Patří mezi velká a kvalitně vybavená evropská centra. Nabízí prostory pro nejrůznější akce, jakými jsou kongresy, konference, semináře, obchodní jednání, firemní prezentace, koncerty, divadelní představení, tiskové konference, výstavy, veletrhy, plesy, bankety a rauty. Nabídkou jednacích, banketních a výstavních prostor včetně zajištění doprovodných služeb je největším a nekomplexnějším poskytovatelem těchto služeb na českém trhu. Kongresové centrum Praha disponuje 20 sály a 50 salonky s kapacitou od 12 do 2764 osob.

Jeho chloubou je „Kongresový sál“, který zasahuje z prvního do čtvrtého patra.

Na jeho úpravách se podílela skupina českých i zahraničních odborníků. Díky vynikající akustice je řazen mezi třináct nejlepších velkých koncertních sálů světa. Svými parametry je srovnatelný s londýnskou „Royal Albert Hall“, montrealským sálem „Wilfrid – Peletiera“ či „Bostonským symfonickým sálem“. Rozměry orchestrální mušle umožňují koncertování velkých hudebních těles o počtu stovky hudebníků, přičemž z hlediska je může sledovat až 2764 osob.

Kongresové centrum Praha nabízí:

- „Kongresový sál“ s kapacitou 2764 osob, „Společenský sál“ s kapacitou 1034 osob a dalších 18 plně klimatizovaných sálů s kapacitou od 80 do 700 osob, dále 50 salonků s možností velké variability uspořádání;
- komplexní kongresové a výstavní služby včetně zajištění cateringu, hostesek, květinové výzdoby a ostrahy;
 - pronájem kvalitního ozvučení a audiovizuální techniky;
- klimatizované prostory s bezbariérovým přístupem;
- exkluzivní výhled na panorama Hradčan;
 - výbornou dopravní dostupnost – Kongresové centrum Praha leží v blízkosti centra města a je přímo na trase metra;
 - možnost parkingu
 - v podzemních garážích je k dispozici až jeden tisíc parkovacích míst;
 - možnost ubytování ve vlastním hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre.

tu znít jazz, pop, dechovka – Hudba Hradní stráže atd., takže ožije i naše okolí.

Před rokem jsme hovořili o budoucnosti Kongresového centra Praha z hlediska investičního rozvoje.

To je komplikované téma, když si uvědomíme, jaké má naše akciová společnost z minulosti závazky a co všechno splácí. Ale víme, že čím větší kongres, tím větší ekonomický přínos pro našeho zřizovatele – hl. m. Prahu i pro Kongresové centrum Praha. Je řada kongresů, které by rády do Prahy přivezly své delegáty. Jedná se o akce s deseti až patnácti tisíci účastníky. Zatím to však



není možné, protože prostory Kongresového centra Praha jim jsou, kupodivu, malé. Ne tak sály, salonky a další jednací místnosti, ale prostory pro doprovodné výstavy, které bývají součástí většiny velkých kongresů a zpravidla tyto kongresy financují. Vedeme řadu jednání, při nichž se nás organizátoři kongresů ptají, kdy rozšíříme zdejší výstavní plochy. Kdy že jim bude k dispozici uvažovaná hala. V současné době máme hotový projekt pro územní rozhodnutí, avšak stále hledá-



me cesty jak ufinancovat jeho realizaci. Přesto, že návratnost by měla být velmi dobrá, sami na tuto investici nemáme. Oslovujeme proto Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, zkoušíme granty z Evropské



unie a hledáme investičního partnera, který by se s námi na realizaci výstavby podílel.

Jaké podpory se vám dostává od hl. m. Prahy, jsem už částečně naznačil připomenutím tiskové konference náměstka pražského primátora Jana Bürgermeistersera, na které informoval o úspěších Kongresového centra...

Jak z pozice pana náměstka Bürgermeistersera, který je u nás předsedou představenstva, tak z pozice pana primátora Pavla Béma, který si



vytvořil poradní sbor pro cestovní ruch a zejména pro kongresovou turistiku, cítíme podporu. Doufáme, že se v tomto směru zlepší i činnost Pražské asociace kongresové turistiky a že i ona bude pro rozvoj kongresů v Praze větším přínosem. I na poradním sboru pana primátora se hovoří o rozšíření výstavních ploch Kongre-



sového centra Praha. Dostáváme tam možnost prezentovat tyto věci a diskutovat je s lidmi, kteří mají co mluvit do rozvoje kongresové turistiky v Česku. A samozřejmě nemohu pominout ani velmi dobrou spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu CzechTourism.

➤ www.kcp.cz

Prague Convention Bureau, vize a realita

„Convention bureau“ je ve vyspělých ekonomikách vnímáno jako institut řízení a podpory rozvoje kongresové turistiky. Šíře aktivit a míra kompetencí convention bureau se v jednotlivých zemích liší. Jejich hlavním a společným posláním však je pomáhat získávání mezinárodních konferencí, kongresů, výstav a incentív* pro místo, ve kterém se angažují.

Budování image země

Podstatou incomingu je oblast exportních služeb. A to vzdor tomu, že po novele daňového zákona je za místo zdanitelného plnění považováno tuzemsko. Jedním z hlavních zdrojů vytváření obrazu o České republice v zahraničí je vizitka složená z dojmů zahraničních návštěvníků. Snad ani neodbočím od tématu, když řeknu, že prioritou změny tohoto obrazu nutně nemusí být zbavení se nálepky levné destinace (koneckonců koho kam láká, že je tam draho). Co je ale nezbytné, je zbavit se pejorativně vnímaného podtextu Česka jako země tzv. „Východní Evropy“. „Pays de l'Est“ ve Francii není primárně vnímáno z geografického hlediska, ale jako synonymum pro posttotalitní státy v raném stadiu demokratizace. Pro země, kde se v lepším případě není třeba obávat politické nestability. Zároveň ale, kde není běžné poskytování služeb nejvyšší kvality. Toto vnímání v zemích někdejší západoevropské pat-

náctky je pro mne, občana Evropské unie, iritující. Mohu se rozčilovat nad nevdělaností lidí z těchto států, budování image země je však dlouhodobým procesem. Prostituce, drogy i sádroví trpaslíci (aniž bych opomíjel skandální poměry panující v pražské taxislužbě) jsou kuriózní směsící dědictví z totalitních dob i porevolučního období. Z éry, kdy byla takřka hmatatelná absence legislativního rámce, který by bránil bujení těchto poměrů. Odstranění naznačených nešvarů je nanejvýš žádoucí a pozitivně se promítne do změny image Česka. Drobná kriminalita, jazykové a informační bariéry nejsou výlučně českou výsadou. Potýká se s nimi většina západoevropských zemí. Český národ je ale přičinlivý a pracovitý. A tak věřím, že se za pár let nadějeme toho, že si např. i taková toaletka vymění se zahraničním turistou pár zdvořilostních frází a nebude už s výhrzným výrazem staccato ňukat mincí do talířku a prstem druhé ruky ukazovat na taxu.

Kongresový delegát požehnaním

Pro rozvoj kongresové turistiky v Praze a Česku vůbec je prioritní, aby zařazení České republiky bylo nadále vnímáno v rámci středoevropského prostoru, v němž je samozřejmostí očekávat stejnou kvalitu služeb jako např. v Rakousku. A pokud budeme levnější, tím



Petr Marhoul

lépe. Troufám si tvrdit, že v některých vybraných aspektech jsme našeho jižního konkurenta již dostihli a předstihli. Dojmy řady kongresových delegátů mnohdy dalece převyšují jejich očekávání. S velikostí a renomé projektů roste mezinárodní respekt a věhlas místa, ve kterém se konají. Díky tomu už má Praha pevné místo mezi světově nejvyhledávanějšími místy pro pořádání prestižních mezinárodních setkání. Jediněnou ji

činí i romantická přitažlivost a pověst světově proslulého historického klenotu. Infrastruktura a strategickou koncepcí je samozřejmě třeba trvale zdokonalovat, ale své jistě má Praha už dnes. Zahraniční kongresový delegát je pro cestovní ruch (a ekonomiku země) skutečným požehnaním. Přenocuje více nocí a většinou v dražších hotelích. Stravuje se ve vybraných zařízeních za vyšší ceny. Registračním poplatkem se podílí na úhradách pronájmu místa konání kongresu a historických lokací doprovodných akcí, na transferech, kongresové technice atd. Suma těchto faktorů má za následek jeho několikanásobně vyšší průměrnou útratu na hlavu a den oproti běžným turistům.

Máme Prague Convention Bureau?

Hlavním tématem mého pojednání je však convention bureau. V odborných kruzích se snad nenajde nikdo,

Slavnostní otevření Business Hotelu **** Jihlava



Za dubnového slunečného odpoledne proběhlo slavnostní otevření čtyřhvězdičkového EuroAgentur Business Hotelu Jihlava, při kterém se sešla více než stovka pozvaných. Společně s vedením EuroAgentur Hotels & Travel tak zahájili provoz nového moderního hotelu, jenž bude určitě patřit k nejvyhledávanějším z hotelového řetězce EuroAgentur Hotels & Travel i v Jihlavě a jejím okolí. Výbornou náladu umocnila módní přehlídka šatů, klobouků a spodního prádla z módního domu

Magíc Helena, vystoupení divčí taneční skupiny, ruleta a black jack. Široké možnosti kongresového sálu ukázala přehlídka luxusních vozů. Pro přítomné byly připraveny hezké ceny od společnosti EuroAgentur H&T a bohaté pohoštění.

V průběhu odpoledne generálnímu řediteli EuroAgentur Hotels & Travel panu Viliamu Sivekovi předal ředitel společnosti MagConsulting pan Jaromír Beránek certifikát jakosti ISO 9001:2001.

>>> www.euroagentur.cz



kdo by o jeho významu pro meetings, incentives, congresses & exhibitions industry (MICE) pochyboval. Názory na hodnocení situace v Praze se však velice různí. Máme Prague Convention Bureau, nebo nemáme? Dovolují si tvrdit, že nemáme! Dle mého názoru ale není třeba usilovat o reformaci občanského sdružení Pražská asociace kongresové turistiky (PAKT), které se vůči zahraničí prezentuje jako Prague Convention Bureau. Dlužno dodat, že zřejmě ví proč. Zahraniční partneři jsou zprvu velice potěšeni domnělou existencí pražského convention bureau, avšak většinou rychle vystřízliví a rozkrýjí skutečné a jim nepochopitelné panující poměry. Na níže provedeném rozboru, který srovnává mezinárodní zvyklosti se situací u nás, se pokusím doložit své tvrzení. V textu se snažím reflektovat i na některé poznatky z dokumentu „White Paper“ od KPMG.

I. Institucionální stránka convention bureau

Jak venku

Convention bureau je většinou zřizováno na regionální úrovni. Tam, kde se soustřeďuje ekonomický, geografický nebo historický potenciál s materiálně technickou infrastrukturou, jež je předpokladem pro realizaci služeb. Místo, popř. oblast, která splňuje tyto ukazatele, nazýváme kongresovou destinací. O zřizovateli convention bureau rozhodují principiálně geopolitické faktory a míra subsidiarity.***) Platforma subsidiarity je rozhodující nejen pro determinaci zřizovatele convention bureau, ale pro určení instituce odpovědné za jeho chod. Při té příležitosti nutno připomenout, že „bureau“ (úřad, kancelář) není totéž co „asociace“ (spolek). Convention bureau je především exekutivním nástrojem pracujícím ve prospěch destinace, k čemuž má institucionální oporu, fungující aparát s kontrolními mechanismy a zajištěným rozpočtem.



Články rozhodovacího procesu o přidělení kongresu, tzv. „meeting planners“, proto očekávají, že jejich hlavním partnerem při vyjednávání o pořádání akce budou zástupci města – hosting city. Proto jsou ve většině případů zřizovateli convention bureau, a to coby příspěvkových organizací, města.

Jak u nás

PAKT, který sám sebe nazývá „Prague Convention Bureau“, je občanským sdružením registrovaným u Ministerstva vnitra ČR pod názvem „Pražská asociace kongresové turistiky“. V současné době má k devadesáti členům, kteří se rekrutují (až na výjimku) z právnických subjektů reprezentujících privátní, komunální a státní sektor. Členská základna PAKTu je relativně široká, ale vzhledem k rozvětvenému komoditnímu portfoliu nikoli dostatečná, aby se mohla považovat za celoplošného, respektive generálního reprezentanta kongresové turistiky v Praze. Budiž tento handicap PAKTu odpuštěn, pokud by byl schopen poskytovat servis srovnatelný se zahraničními convention bureau a podávat plnohodnotný objektivní obraz Prahy. To se však neděje. Překážkami jsou statut a stanovy PAKTu, které členům ukládají podporovat se navzájem v rámci členské základny. Nikde není ani zmínka o hodnotách a atributech poslání instituce zvané convention bureau. PAKT je tak „hokynářstvím“, které svým členům nabízí to, co je zrovna „na krámě“, přičemž jeho etický kodex má zabránit především řevnivosti ve vlastních řadách. Ve stanovách sice uvádí, že záštitu nad PAKTem má Magistrát hl.m. Prahy, ale doposud mi nikdo nevyšvětlil, v čem spočívá. A především, jak zaštitující magistrát může tolerovat takto tendenční, otevřeně proklamované chování PAKTu. Z institucionálního hlediska je PAKT spolkem, který upřednostňuje své zájmy nad zájmy Prahy jako destinace, přičemž o ní záměrně poskytuje neobjektivní obraz. Zkratka PAKT není a nemůže být convention bureau.

II. Financování convention bureau

Jak venku

Financování convention bureau souvisí s jeho institucionální stránkou. U většiny metropolí je tomu tak, že jeho chod financuje město. Tím nechci říci, že na něj musí nutně doplácet. Silná convention bureau disponují nástroji k vytváření finančních rezerv a zároveň dokáží zhodnocovat ekonomický přínos z vlastní činnosti. Opět se tak vracíme k termínu míry subsidiarity. Tentokrát v souvislosti se systémem rozpočtového určení daní. Jako příklad uvádím model Rakouska a Vienna Convention Bureau (VCB). Rakousko je spolkovou zemí, kde se majoritní část veřejných rozpočtů tvoří a rozhoduje o nich v rámci jednotlivých zemských útvárů (obdoby našich krajů) a pouze minoritní část (např. ministerstvo zahraničí či obrany) v rámci spolkové vlády. Obce tedy fungují do značné míry nezávisle s vysokou mírou subsidiarity. Vienna Convention Bureau má navíc propracovaný a sofistikovaný systém přímých povinných odvodů od právnických subjektů participujících v MICE (především hotelů), a to na bázi rekuperace části daně z přidané hodnoty. Sekundární zdroje zajišťuje reklama v souborném katalogu určeném pro meeting planners, na webových stránkách a v povětšinou tematicky zaměřených tiskovinách. Tyto subjekty jsou považovány za partnery, popř. preferované poskytovatele služeb. Z povahy financování Vienna Convention Bureau vyplývá, že se jedná o specializovaný výkonný městský aparát. Tedy, že je to skutečné byro, a ne jakýsi spolek.

Jak u nás

Situace v Česku je diametrálně odlišná. Po parlamentních volbách v roce 2002 byl uzákoněn princip centralizovaných daňových odvodů do státního rozpočtu (do té doby putovaly do obecních pokladen mzdové zálohy a daně včetně daně z příjmů fyzických osob).

Pokračování na následující straně. >>>

Třetí výročí U Mansfelda

2. května zvala Ing. Anna Beránková, předsdkyně představenstva společnosti CE Holding, na oslavu 3. výročí otevření Pilsner Urquell Original Restaurantu „U Mansfelda“, jenž je provozován v historickém domě stojícím v místech, kde roku 1618 generál Petr Arnošt Mansfeld prorazil plzeňské hradby a vstoupil do města. Hosty vítal i další z hlavních aktérů oslav pan Zdeněk Prošek. Tentokrát v kostýmu stejnojmenného mlynáře. Sekundovalo mu kompletní osazenstvo Starého Bělidla včetně babičky, Barunky, ale také kněžna a Divá Bára. Soudek s Plzeňským Prazdrojem přivezl vozík tažený Sultánem a Tyrlem. Všichni jsme se báječně bavili.

>>> www.umansfelda.cz



Přerozdělování daní a příjmy do městských a obecních pokladen se nyní stanovují jejich podílem na sdíleném rozpočtu, který postrádá motivační faktory pro rozvoj podnikání. Podíl přímých plateb, s nimiž by město mohlo disponovat, je tak natolik úzký, že putují do nejnaléhavějších oblastí. Data a ukazatele získané z nezávislých zdrojů, např. International Congress and Convention Association (ICCA), však napovídají, že ekonomický efekt kongresové turistiky v Praze je značný, takže vynaložené prostředky by se musely vyplatit. Faktem zůstává, že za dané konstelace, kdy jsou zdroje obcí plynoucí ze sdíleného rozpočtu nedostačující a podíl komunálních přímých daní zanedbatelný, není finanční podpora pražského convention bureau prioritou. Na druhou stranu je nutno ocenit osobní angažovanost řady představitelů města, v čele s primátorem Dr. Pavlem Bémem, při řešení koncepčních otázek a při reprezentaci Prahy u vytípaných pilotních projektů.

III. Marketingová úloha convention bureau

Jak venku

Marketingový mix convention bureau běžně zahrnuje:

- ▶ informační, poradenskou a konzultační činnost pro zájemce o pořádání MICE projektů včetně vypracování nezávislé projektové dokumentace s cenovým odhadem dle vzorového zadání;
- ▶ pravidelnou aktivní účast na specializovaných vrcholných mezinárodních setkáních (ICCA Congress, EIBTM, IMEX, CONFEX);
- ▶ pravidelné organizování seminářů a workshopů v tuzemsku za účasti subjektů MICE;
- ▶ sběr a analýzu relevantních dat;
- ▶ networking a lobbying. Strategické články v procesu rozhodování o místě konání kongresů si uvědomují své výsadní postavení. Jejich postoj předznamenává konečné rozhodnutí, která kandidující destinace bude vybrána. Očekávají tudíž adekvátní přístup oficiálních

míst a pozornost, která se zvyšuje spolu s velikostí a prestiží projektu. Úkolem convention bureau je aktivně působit na budoucí partnery s cílem vytvářet komparativně výhodnější nabídkový balík oproti konkurenci. Jedná se o:

- ▶ site inspections a fam tripy ve spolupráci s vybranými providery služeb (aerolinky, hotely, restaurace apod.) prostřednictvím direct marketingu pro definovanou cílovou skupinu;
 - ▶ pravidelný kontakt a výměnu informací se špičkovými odborníky v tuzemsku, kteří jsou členy výborů mezinárodních asociací nebo v nich zastupují Českou republiku;
 - ▶ vytváření motivačních pobídek – získávání zvýhodňujících závazků a kofinancování (např. s dopravními a leteckými společnostmi);
 - ▶ inzerci v odborných periodikách a bulletiních.
- ▶ Tiskové materiály, v čele se souhrnným katalogem určeným pro meeting planners, který poskytuje kompletní obraz o možnostech a kapacitách destinace. Zároveň se však omezuje výhradně na ta odvětví, která jsou směrodatná při rozhodovacím procesu v členění dle kategorií:
- ▶ centra pro pořádání kongresů a výstav;
 - ▶ hotely s vlastními banquetovými, jednacími a vystavovatelskými prostory (např. min. 150 osob);
 - ▶ prostory vhodné pro jednorázová zasedání, bankety, recepce, kulturní, společenské a sportovní události;
 - ▶ restaurace vhodné pro organizaci společenských událostí (např. min. 150 osob)
 - ▶ jiné atraktivní a neobvyklé lokace se službami, které mohou přilákat zájem (např. cart centra, sportovní komplexy apod.).
- Katalog nabízí různé formy zvýhodnění, popř. zviditelnění subjektů, které se podílejí na chodu convention bureau nebo na něj přispívají. Např. v katalogu Paris Convention Bureau se vyznačují pečeti značící partnerství s convention bureau. Kromě toho si mohou firmy zaplatit i klasickou reklamu ve zvoleném formátu. To

platí i pro firmy, na něž není v katalogu odkaz, protože jejich služby nejsou pro rozhodovací proces směrodatné, popř. mají pouze podružný význam.

Jak u nás

Rozhodně by nebylo fér upřít PAKTu marketingové snahy. Činí tak ale v rámci svých možností. Navíc, některými marketingovými aktivitami se vůbec nezaobývá. Tak je tomu např. u případových studií a předběžných kalkulací. Místo toho je deleguje na subjekty z členské základny. Meeting planners, kteří v této první fázi očekávají objektivní materiál, jsou místo toho bombardováni místními agenturami. Rovněž souborný katalog pro meeting planners PAKT sám nevydává, ale spokojuje se s reklamou (samozřejmě pod hlavičkou „Prague Convention Bureau“) v publikaci CZECOT. Na většině významných mezinárodních akcí se PAKT sice prezentuje, ale dle mého názoru je pasivní. I zde však funguje neviditelná ruka trhu, takže většinu kmenových marketingových povinností convention bureau splňují silně PCO (professional congress organizers). Jejich přirozená konkurence v boji o zákazníka je však v této rané fázi handicapem. Zde je třeba uplatňovat systémový a jednotný přístup spolu s využíváním synergií efektů zainteresovaných subjektů. Agentury PCO splňující činnost convention bureau jsou nuceny vynakládat významné finanční prostředky a narážejí přitom na další problémy, např. při obstarávání propagačních materiálů. Ve fázi kandidatur jim sice nezřídka pomáhá CzechTourism, ale v té další, kdy je rozhodnuto a v zahraničí prezentují hostující město s cílem oslovit co nejvíce delegátů, je požadovaný objem materiálů často nad jejich možnosti. Firmy PCO si tak pomáhají, kde mohou. Především v privátním sektoru. Jelikož se však jedná o budoucí návštěvníky metropole, domnívám se, že otázka zajištění propagačních materiálů v této fázi spadá do kompetence města. Stejný problém nastává v době realizace akce. Zatímco na některé klasické metody direct marketingu (který je

Jeden ze čtyř dalších autobusů Interbusu Praha je stá nová Setra v Česku

Interbus Praha, jedna z největších dopravních společností v Česku, poskytuje přepravu od individuálních klientů až po velké akce. Její rekord je osm tisíc účastníků kongresu. Zajišťuje nonstop dispečink s osobními dispečery i jazykově disponované řidiče. 19. dubna byla jejím majitelům paní Evě Zvoníčkové Jiránkové a panu Josefu Zvoníčkoví v sídle společnosti Setra v Ulmu slavnostně předána dvě vozidla S415 GT-HD, 49+1+1, a dvě vozidla S416 GT-HD, 53+1+1. Díky Interbusu Praha tak do České republiky v její novodobé historii přibyl stý nový autobus značky Setra. Spolu s dopravními službami Interbus Praha zajišťuje kvalitní služby na klíč – kompletní



skupinové, kongresové, incentivní a incomingové služby. Ubytování, průvodce, okružní cesty po Česku či pobytové a programové balíčky služeb na přání. Poptávky zodpovídá nejpozději do 24 hodin.

▶▶ www.interbus.cz



Interbus Praha

v MICE pokládán za jediný funkční) PAKT nerefluje, vynahrazuje si to v klasické reklamě. V loňském roce byla s hlasem zveřejněna zpráva o billboardové kampani v Německu, v pořadí již druhé. Tu první jsem bral jako špatný vtip. Ale že to prošlo i napodruhé, nechápu. Rovněž nechápu, že se na něčem takovém finančně spolupodílel CzechTourism. Logika tohoto záměru je absurdní. Jak někdo může věřit, že v tak vyhraněném segmentu, jako je kongresová turistika, na reklamních plochách určených pro spotřebitelský průmysl může zafungovat reklama na pořádání kongresu? Je to asi stejně bláhové jako vylepit reklamu na nový boeing a být přesvědčen, že se díky ní najdou tací, co si ho půjdou koupit.

IV. Koordinační a konsolidační role convention bureau

Jak venku

Convention bureau svou činností všestranně podporuje rozvoj kongresové turistiky ve své destinaci:

► Je oficiálním partnerem pro jednání v národním i mezinárodním měřítku. Doma je katalyzátorem pro spuštění a prosazování zvyklostí a norem, které se ustálily na mezinárodní scéně, a naopak ven poskytuje užitečná data a informace pro analytické zpracování a posouzení.

► Doma úzce spolupracuje s vládními i nevládními organizacemi s cílem prosadit změny, především v obchodní politice a chování subjektů, respektive jednotlivých důležitých článků, které se účastní přípravy a realizace projektů MICE.

► Podporuje rozvoj infrastruktury a růst materiální technické základny (např. rozšíření kongresového centra, dopravy, hotelového průmyslu aj.).

U nás

Tvrdím, že situace je špatná. Absence pražského convention bureau má za následek totální disharmonii především v obchodní politice. Marketingové

úsilí firem PCO přilákat do Prahy nové projekty nemá patřičnou odezvu u hlavních partnerů – poskytovatelů služeb, tedy hotelů a kongresových center. Ty v zásadě nedokáží nastavit takové parametry, aby spolupracující účastníci mohli vytvářet synergické efekty. Firmy PCO jsou ryze obchodní organizace, a proto očekávají dosažení komparativních výhod, které jsou vyjádřením jejich prostřednické role. Princip narážení cen je dnes celosvětově minulostí a nemá šanci ani v agenturní oblasti. Základem je obecně platná provizní báze z dodavatelských cen a homogenně uplatňovaná obchodní politika. Bohužel tento princip se prosazuje velmi komplikovaně, což je paradox, přestože je to empiricky prokázaný nástroj hospodářského růstu. Obtížné je hledání společných východisek s hotely, které chrání především vlastní zájmy a při rozhodování často neberou ohled na případné negativní dopady a rizika plynoucí z jejich závazku oficiálních hotelů (pokud se jimi staly). To se týká především cenové politiky a zúčtovacích vztahů, které tvrdě narážejí na očekávání a zvyklosti zahraničních klientů. Bohužel, na pražské scéně není institucionální autorita, která by korigovala a sbližovala subjekty, a ani na té mezinárodní není situace moc transparentní, už proto, že PAKT rozhodně není jejím jednoznačně uznávaným partnerem.

Jaké jsou vyhlídky Prague Convention Bureau

Srovnávací rozbor ilustruje, že Prague Convention Bureau existuje zatím tak maximálně ve svérázné transkripci jména jednoho ze spolků. PAKT je občanským sdružením, do jehož chodu nemá stát ani město co mluvit. Má nárok na existenci, nikoliv však na to, vydávat se za convention bureau a uzurpovat si název „Prague Convention Bureau“. To není o použitých slovech, ale o odpovědnosti vůči destinaci – Praze. Jsem přesvědčen o nutnosti vybudování skutečného Prague Convention Bureau, čímž se shodují se závěry dokumentu KPMG „White Paper on the development of conference tourism in Prague“. Pro transformaci

PAKTu v moderně a ve standardním režimu fungující convention bureau prostě neexistují legislativní ani materiální předpoklady.

Příklady táhnou, jenže vybudovat ho po vídeňském vzoru je v podmínkách současného rozpočtového určení daní ryzi utopií. Centralizovaný odvod daní neumožňuje pražskému magistrátu vyhodnocovat případné efekty z takovéto činnosti a přerozdělovací proces pojem kongresové turistiky nezná. Za dané konstelace se mi proto nezdá nemožné fungování pod křídly CzechTourism jako jedné ze specializovaných sekcí.

Jistě, blíží se dvoje volby, které mohou obrátit nabraný kurz. Jenže tohle je těžkotonážní plavidlo, plující velkou rychlostí totálně špatným směrem. Takže ještě dříve, než se začnou projevat změny promítnuté otočením kormidla, dávno mineme loviště s bohatými úlovky.

Již dnes se totiž rozhodují „city wide“ kongresové projekty v horizontu let 2010-2014. Ještě že ze zdánlivě nevinné tolerance PAKTu nehrozí náraz na ledovcový útes a jeho dosavadní blamáž nemůže poslat celou luxusní loď pražské kongresové turistiky ke dnu.

Ing. Petr Marhoul, Czech-IN s.r.o.
Praha, 28. 3. 2006

►► www.czech-in.cz

*) motivační vysokorozpočtové akce firem, popř. nadnárodních korporací, jejichž program poskytuje širší prostor pro zábavu, relaxaci a upevnování vztahů uvnitř firemních týmů

**) Jednotky státní správy předávají rozhodovací a jednatelské úkony na jednotky nižší, tedy ministerstvo na kraje, městské a obecní úřady. Podle tohoto principu je funkce státu hlavně pomocná a vytváří podmínky pro nižší jednotky správy a společnosti rozhodovat o svých záležitostech místně a bezprostředně. Princip subsidiarity hraje významnou roli ve správní struktuře Evropské unie a její míra úzce souvisí s rozpočtovým určením daní, které je v daném státním celku uplatňováno.

24. až 26. března se v CLUB HOTELU PRAHA v Průhonících uskutečnil 2nd Racketlon Czech Open – IRF World Tour. Jeho pořadatelem byla Česká asociace racketlonu, generálním partnerem ČSOB pojišťovna a dalšími partnery Amer Sports ČR (Wilson), Victor ČR, Victoria, Pfanner, QUO, Culligan, Real Sport, Poreal, Tiskap, Sergio Tacchini a Truhlář. Zúčastnilo se jej 68 hráčů v párových disciplínách (mužské debly 20, smíšené debly 14) a 110 hráčů v singlových kategoriích celkem z 13 zemí. Nejpočetnější výpravu mělo Rakousko (21), dále Česko (19), Maďarsko (15), Polsko (13), Německo (11), Anglie (8), Švédsko (7), Belgie, Finsko, Portugalsko, Skotsko, Slovensko a Jihoafrická republika. Během tří soutěžních dnů bylo odehráno 213 utkání. Ve všech hlavních kategoriích byly na startovní listině světové jedničky, což je unikát v celé šňůře turnajů World Tour. Turnaj potvrdil stoupající výkonnost českých hráčů. Nejvýraznějšího úspěchu dosáhla Martina Kakosová – 3. místo v hlavních soutěžích žen. Další skvělé výsledky: Radim Sochor – 3. místo mužů B, Kristián Kott – 4. místo mužů B, vynikající je také 2. místo Tomáše Jiroucha v kat. mužů C. Cenná jsou i vítězství dvojic Kottová – Sochor a Port – Bartoš ve vedlejších soutěžích smíšených a mužských

**CLUB
HOTEL
PRAHA**

dvojic. Díky komplexnímu vybavení areálu (přímé propojení sportovišť se stravovacím prostorem a hotelovými pokoji), vynikajícím podmínkám, které majitel i ředitel CLUB HOTELU PRAHA pro akci vytvořili, a samozřejmě díky velké péči organizátorů byla akce velmi vysoko hodnocena. Ilustrují to slova prezidenta Mezinárodní racketlonové federace (IRF) Marcela Weigla:

„Byl to výjimečný, fantastický turnaj. Ředitel turnaje Svatopluk Rejthar se svým týmem odvedli veliký kus práce. Vytvořili nejen vynikající atmosféru pro hráče, ale zajistili také sponzory a přítomnost České televize. Nápoje po celou dobu turnaje, hráčská party s večerí a diskotékou, tričko s maskotem turnaje, to vše bylo poskytnuto v ceně startovního. Všichni hráči byli více než spokojeni s jídlem i nadstandardním ubytováním v místě konání akce. Jsem přesvědčen, že pokud IRF pomůže se zajištěním jednoho mobilního squashového kurtu, je Česká asociace racketlonu schopna uspořádat v CLUB HOTELU PRAHA v Průhonících světový šampionát, a to už v roce 2008. Náš počín v loňského roku, kdy jsme v Praze začínali od nuly, padl na velmi úrodnou půdu. Dnes Česká republika patří mezi země s nejrychlejším rozvojem racketlonu.“

2nd Racketlon Czech Open – IRF World Tour



►► www.club-hotel-praha.cz
►► www.czechracketlon.cz

Krásné zážitky v Českém Krumlově



mezinárodní hudební festival
international music festival
český krumlov

Přijměte naše pozvání do malebného městečka na jihu Čech, do Českého Krumlova. Jako první se vám asi vybaví hrad a zámek, úzké uličky, klikatící se Vltava, vodácké „ahóój“ a také otáčivé hlediště. Kouzelnou atmosféru Krumlova můžete znásobit i jinými zážitky. Nevěříte? Například koncertem. Představte si, jak za vláhého letního večera sedíte v zahradě a necháte se unášet krásnou hudbou. Nejen koncerty pod širým nebem vám letos nabídne 15. ročník Mezinárodního hudebního festivalu Český Krumlov. Tento pětítýdenní svátek vyšel z vážné hudby, ale v současnosti nabízí svým návštěvníkům širokou škálu žánrů. Od takzvané klasiky přes jazz, folk až po folklor z různých koutů světa. Pokud přijedete v době od 21. července do 26. srpna, můžete si vybrat některý z 25 koncertů. Na velkých symfonických večerech vystoupí rezidenční orchestr festivalu, Symfonický orchestr Českého rozhlasu dirigovaný našimi a zahraničními dirigenty zvučných jmen, jako je například Maxim Šostakovič. Společně s orchestrem vystoupí přední světoví umělci, mezi nimi i klavírista Jeong-Won Kim

z Koreje, Eugen Indjic z USA, či Marián Lapšanský ze Slovenska. Tentokrát nebude chybět velmi oblíbené operní gala, na kterém se představí půvabná sopranistka Mi-Hae Park z Koreje společně s tenoristou



Mirolavem Dvorským. Mimořádný zájem vzbuzuje také unikátní operní představení v originálním barokním zámeckém divadle „La serva padrona“ od G.B. Pergolesiho. Tato opera zde zazněla už v době svého vzniku, tzn. v 18. století. Dílo nastuduje soubor Collegium Marianum, který se věnuje výhradně staré hudbě a získal za její provedení už mnoho ocenění. Oblíbené jsou také hudební večery doplněné o kulinařské požitky. Letos si můžete vybrat

Irskou noc s ochutnávkou specialit a zlatavé whisky, nebo La fiestu – španělský večer s flamenkem, kde kromě grilovaného býka ochutnáte další vyhlášené národní lahůdky a také vynikající španělské víno. Český folklor a sklenku dobrého moravského nabídne Hradišťtan. Znamé a oblíbené trio Bratři Ebenů vystupuje zřídkakdy. Každý z bratrů se totiž věnuje naplno rozdílným profesím, a tak jsou společná vystoupení vždy událostí. Máme radost, že vás můžeme letos pozvat na jeden ze vzácných koncertů do Pivovarské zahrady. K festivalu patří také varhanní recitály v Klášterních kostelech v Krumlově, ve Zlaté Koruně a v Českých Budějovicích. V tomto roce se rozezní i varhany Zámecké kaple. A nesmíme opomenout řadu komorních koncertů a recitálů v krásném Maškarním sále krumlovského zámku. Za pozornost bude jistě stát vystoupení houslového virtuosa Ivana Ženatého s klavíristou Igorem Ardaševem nebo kytarový recitál českého, světově známého kytaristy Pavla Steidla. Je to ojedinělá příležitost vidět hrát tohoto umělce doma, protože častěji koncertuje ve světě než u nás. Dále se můžete těšit na laureáty prestižních světových hudebních soutěží.

Některé z koncertů se konají na zahradě, v prostorách Zámecké letní jízdárny anebo „pod střechou“ Zimní jízdárny. Jako téměř všechna místa v Krumlově i zde na vás dýchne kus historie a ve spojení s hudbou se můžete cítit jako v pohádce. Vždyť než k ní dojdete, musíte projít hradem i zámkem až na samý okraj zahrad. Odtud máte historické centrum jako na dlani. Pokud dáváte přednost pohodlné dopravě, můžete přijet na místo autem a využít prostorného parkoviště. Budova jízdárny z období vídeňského rokoka je architektonicky vzácná, ojedinělá a má bohatou historii. Svému účelu sloužila až do začátku 2. světové války, poté byla využívána





PIZZERIE LATRÁN

Neobvyklá restaurace v historickém centru města s italskými specialitami a romantickým vinným sklípkem.

Latrán 37, 381 01 Český Krumlov
tel.: +420 380 712 651
e-mail: auviexck@auviex.cz



MÁSELNICE

Stylová restaurace na II. zámeckém nádvoří s nabídkou staročeské domácí kuchyně. Příjemné posezení i rychlá svačina jako od babičky vám jistě přijde vhod.

Zámek 59, 381 01 Český Krumlov
tel.: +420 380 712 317, +420 380 714 067
e-mail: auviexck@auviex.cz



RYTÍŘSKÁ KRČMA MARKÉTA

Renesanční starobylá krčma, která je součástí zámecké zahrady. Speciality připravené na otevřeném ohni vám s potěšením naservíruje obsluha v dobových kostýmech.

U Zámecké zahrady 62, 381 01 Český Krumlov
tel.: +420 380 714 067, +420 606 825 946
e-mail: auviexck@auviex.cz



ZÁMECKÁ JÍZDÁRNA

Ojedinelá stavba ve stylu vídeňského rokoka s příjemnou restaurací a historickým sálem vhodným pro koncerty i velké společenské akce.

Na Dlouhé zdi 178, 381 01 Český Krumlov
tel.: +420 380 714 067, tel./fax: +420 380 712 195
e-mail: auviexck@auviex.cz

letech proběhly, můžeme zmínit konferenci Jihočeské onkologické dny (2005) či prezentační a prodejní výstavu vydavatelů map a turistických průvodců IMTA 2006. Několik let se právě zde také slavnostně vyhláší výsledky mezinárodního filmového festivalu Ekofilm.

A to stále ještě není všechno. Jsou lidé, kteří mají příjemná místa spojená s jídlem. Nepůsobí na ně ani tak památky, umění, příroda, zato si dobře pamatují, kde jim chutnalo. V tom případě byste neměli vynechat zajímavé restaurace. Přímo na hlavní třídě krumlovského historického centra najdete neobyčklou Pizzerii Latrán, kde si můžete dát některou z italských specialit a poté se třeba usadit v romantickém vinném sklípku. Budete-li toužit po domácí kuchyni a budete vysílení například po



prohlídce hradu, zajděte do stylové restaurace Máselnice přímo na II. zámeckém nádvoří. Příjemné posezení i jídla jako od babičky vám jistě přijdou vhod. A co něco dobového? Pak se nabíží Rytířská krčma Markéta v zámecké zahradě hned nad Jízdárnou. Speciality připravené na otevřeném ohni vám naservíruje obsluha v dobových kostýmech.

Že už balíte kufry a vyrážíte na cestu? Těšíme se na vás, několik dní prožitých v Českém Krumlově, ať už pracovní nebo na dovolené, určitě stojí za to!! Více informací najdete na www.auviex.cz

*Veronika Dušková
mluvčí Mezinárodního hudebního
festivalu Český Krumlov*

jako sklad kulis, později jako tělocvična a v 70. letech minulého století byla zrekonstruována pro kulturní a společenské využití. V současné době ji provozuje produkční a umělecká agentura Auviex, s.r.o., která kromě pořádání Mezinárodního hudebního festivalu nabízí i řadu dalších služeb. Mezi ně patří organizování tradičních i netradičních společenských akcí, prezentace firem, reprezentační výstavy, symposia či kongresy. Zámecká jízdárna v Českém Krumlově je přímo ideálním místem pro dnes stále oblíbenější tzv. „kongresovou turistiku“. Kromě historických prostor nabízí potřebné technické i technologické vybavení, doprovodný program, tlumočení, hostesky, prostor pro výstavní stánky, dekorace na přání a další služby. Gastronomické a cateringové služby na velmi dobré úrovni jsou samozřejmostí. K dispozici je historický sál, restaurace a venkovní respirium. V létě je možné využít i přilehlou zámeckou zahradu. Agentura úspěšně realizovala kongresy a společenské akce s účastí až 700 osob. Z mnoha projektů, které zde v posledních

Auviex s.r.o.

Perlitová 1820, 140 00 Praha 4
informace a rezervace:
tel.: 241 445 404, fax: 241 445 584
e-mail: auviex@auviex.cz
» www.auviex.cz

Dobře zorganizované, vedené a nasměrované řemeslo

Ředitele společnosti LogicaCMG pro střední a východní Evropu pana Pavla Kaláška jsem se zeptal, čím to, že má Česko pověst země vysoce schopných a kreativních počítačových programátorů.



Ing. Pavel Kalášek, CSc.

Nevím. Spíš mám pocit, že se obdivujeme víc, než je zdravé. V jednu dobu jsme tento dojem mohli vzbuzovat, v období konce osmdesátých a začátkem devadesátých let. Tenkrát se u nás spojily dvě věci. Evropa se začala otevírat, napřed pomalíčku a pak třeskem. Byla možnost vyrazit do světa, začít pracovat pro nadnárodní společnost a konfrontovat se s okolím. Tato příležitost se spojovala s jakousi schopností improvizace, která tady tenkrát v našich lidech, kteří uměli programátorské řemeslo, byla daleko vyšší než v západním světě – zde to patřilo k umění přežít. Schopnost improvizace spolu s novými technologickými možnostmi vytvořila onu kvasnou půdu. Začalo se říkat, že čeští programátoři, to je to ono. Pokud se podíváte o pár let později, spousta českých programátorů odešla do zahraničí, ale zase se vrátila. Takže se u nás stále mixovala zahraniční zkušenost s místní kreativitou. Myslím si, že dnes, co se týče programátorského řemesla, ve srovnání s ostatními zeměmi už nevyčníváme. Jsem přesvědčen, že přijde čas Ruska nebo Ukrajiny, kde byla potřeba improvizace pro přežití historicky ještě větší a pořád trvá. Velké myšlenky – co vybudovat, co vymyslet, kde se co ve světě narodí – jsou prvotním impulzem, ale potom, když už se daný software začne vyrábět, musí to být perfektní řemeslný výrobek. Svět se dost změnil. Dnes už je software spíš o výrobě, a ani ne tak o kreativitě. Má to svůj řád. Myslím, že výjimeční nejsme. Úspěšných podnikatelů v IT branži, kteří opakovaně něco úspěšného vytvořili, je u nás strašně malinko. Jsme dobří, ale jsem přesvědčen, že se tady žádný Google nenarodí. Vezměte si clustery, které po světě vznikají kolem univerzit, kde se začínají rodit výzkumně výrobní struktury, jako je např. Sofi Antipolis kdesi kousek od Monte Carla. Ale např. i dánské clustery. Když se podíváte, a to už řadu let zpátky, produkce z takového clusteru působícího v oblasti informačních a telekomunikačních technologií byla velká jako celý roční hrubý produkt České republiky. To je směr, kterým bychom se měli vydat, což však souvisí s celkovou koncepcí vzdělávacího systému a pozicí vědy a výzkumu. Tady máme stále co dohánět.

Nicméně LogicaCMG v České republice si vede velmi dobře...

LogicaCMG tady má vybudováno mj. poměrně veliké

centrum, v němž se pracuje na softwaru pro oblast mobilní komunikace a kde se dělá velmi dobré a na solidním základě postavené řemeslo. Produkty, které tu naši lidé vyvíjejí a vyrábějí, snesou takové parametry, aby je LogicaCMG mohla úspěšně prodávat po celém světě. Ve své podstatě je to ale „pouze“ dobře postavené, dobře zorganizované, vedené a nasměrované řemeslo. A je určitě pozitivní, že se dělá v Česku. Zajímavá práce pro spoustu lidí. Jedná se o posun správným směrem. Výroba, kde chytré hlavy s nevelkými náklady generují velkou přidanou hodnotu. A je to výroba jako každá jiná, spojovaná s nápady, ať se rodí kdekoliv. Tady, v Holandsku, ve Francii nebo v Británii.

Svět se prý (a já říkám, obdobně jako „Radio Jerevan“, jak pro koho) stává globální vesnicí. Ruku v ruce s tím sílí potřeba mít pod kontrolou přeshraniční pohyb lidí, zboží i – jak jsme poslední dobou u nás svědky – odpadu. Co takhle téma bezpečnostních prvků, v jejichž vývoji a výrobě je LogicaCMG rovněž jedním ze světových leaderů?

Po onom tragickém 11. září 2001 se poměr mezi svobodou a bezpečím zásadně narušil. Tím se otevřela příležitost v oblasti informačních technologií. Vytvořila se pro všechny firmy. Řada z nich se snaží v tomto novém prostředí nějak profilovat, získávat a mít podíl na trhu. Oblast, která je dnes skloňována ve všech pádech – biometrie, je jednou z těch, jež jsou předmětem snažení i naší firmy. Velké společnosti si zkrátka nemohou dovolit tento fenomén ignorovat, ať už se jmenují, jak chtějí. Vstoupili jsme do tohoto segmentu trhu a máme v něm velice dobré reference, zejména v Holandsku. Ještě před 11. zářím jsem říkával, že odbornost v oblasti bezpečnosti bude velmi zajímavá, snažil jsem se k sobě z této sféry přilákat nejchytřejší lidi a zde v tom poměrně úspěšně pokračuji. V naší firmě pracuje řada nesmírně schopných odborníků v oblasti bezpečnosti. Prostě máme vybudovánu i tuto odbornost, umíme ji a chceme se s ní prosazovat na českém trhu.

Jak vnímáte cestovní ruch?

Protože jsem jeho aktivním konzumentem v oblasti business travel, kongresové turistiky i ve sféře volnočasových aktivit, jsem přesvědčen, že je to zajímavý průmysl. Pro tuto zemi je obrovskou příležitostí, která kdyby se uchopila za správný konec, Českou republiku by markantně posunula i co se týče nárůstu hrubého domácího produktu. Cestovní ruch je průmysl a jsem přesvědčen, že je z pohledu byznys modelu českého státu a krajů ohromně promarněnou příležitostí. Systémový přístup k odvětví cestovního ruchu by mohl vést i k tomu, že by se u nás trochu uklidilo, aby v naší krajině nebyl takový nepořádek. Cestovní ruch je netriviální hospodářské odvětví. Jeho obory nejsou takové, které může dělat každý, hned a všude. A nelze s ním šibovat ze státu do státu jako s montážními

LogicaCMG

je přední světový dodavatel IT řešení, konzultační firma, systémový integrátor a provozovatel komplexních outsourcingových služeb. Její zákazníci působí zejména v sektorech telekomunikací, finančních služeb, energetiky, průmyslu a veřejné správy. LogicaCMG má více než čtyřicet let zkušeností s realizací rozsáhlých IT projektů, zaměstnává přibližně třicet tisíc lidí v šestatřiceti zemích světa. Zvláště silnou pozici zaujímá na evropském trhu, kde patří k nejvýznamnějším poskytovatelům IT služeb.

O postavení společnosti LogicaCMG nejlépe svědčí její postavení na trzích v jednotlivých sektorech. Její systémy zpracovávají dvě třetiny všech textových zpráv na světě. SMS centra LogicaCMG používá sedm z deseti největších světových mobilních operátorů. Spolupracuje se čtyřiceti z padesátky největších světových bank. Pomocí jejího softwaru jsou každý den uskutečňovány finanční transfery o hodnotě více než 5 bilionů dolarů. Třetina satelitů je řízena jejím softwarem. Více než dvě miliardy lidí vidí každý den v předpovědi počasí satelitní snímky zpracované pomocí systémů LogicaCMG. Její centra sdílených služeb zpracovávají výplatní pásky v hodnotě více než sta miliard dolarů ročně.

Přístup společnosti LogicaCMG je založen na unikátní kombinaci zvládnutí nepokročilejších technologií, dobré znalosti trhů, na nichž podnikají její zákazníci, a ověřené schopnosti realizovat dodávku při dodržení termínu a rozpočtu. Stále více zákazníků společnosti LogicaCMG svěřuje dlouhodobé provozování nejdůležitějších systémů a aplikací.

LogicaCMG

fabrikami (podle toho, kde jejich majitelům zrovna poskytnou daňové prázdny), protože je pevně svázán s turistickými aktivitami dané země a jejích regionů. Nejen proto je a bude vždycky záležitostí konkrétního státu a jeho pověsti doma i v zahraničí, tj. bezpečnosti, čistoty – tím myslím i etiku – a pořádku. Obory cestovního ruchu jsou obdobně těžké jako obory IT a každého jiného rentabilního průmyslu. Cestovní ruch je náročný na kreativitu. Chce svůj marketing, prodej... Je třeba vědět, kdo jsou cílové skupiny zákazníků. To je v Česku historický problém. Když se mne záhy po revoluci ptali, proč jsou obchodníci v Česku takoví nečinní, odpovídal jsem: „Nedivte se jim. Vždyť v téhle zemi nebyl historicky problém prodat. U nás byl problém koupit. Bylo to tak, že když zákazník něco chce, ať si pro to přijde.“ Doba se ale změnila a mladá generace českých manažerů už našťestí takto neuvažuje.

>>> www.logicacmg.cz

American Express Business Travel



American Express Company

byla založena před více než 150 lety. Je globální společností zabývající se finančními a cestovními službami a je světovým lídrem v oblasti platebních karet, cestovních šeků, cestovních služeb a mezinárodního bankovníctví.

American Express

založil své pobočky v zemích střední a východní Evropy již počátkem devadesátých let minulého století. Má své plně vlastněné kanceláře v České republice, na Slovensku, v Maďarsku, Polsku a Rusku. Ve všech těchto zemích společnost patří vedle svých velmi úspěšných aktivit v oblasti platebních karet především k předním dodavatelům služeb v oblasti business travel.

American Express Business Travel

je jednou z divízi společností American Express Company. Je největším dodavatelem služeb v oblasti Corporate travel na světě. Obsluhuje své klienty přímo v pětatřiceti zemích světa, z toho v jednadvaceti prostřednictvím svých plně vlastněných společností. V pěti dalších zemích prostřednictvím joint ventures. Navíc v dalších sto pěti zemích klienty American Express Business Travel mohou obsloužit jeho frančizovní partneři. Mezi klienty American Express Business Travel je více než sedmdesát procent společností uvedených v seznamu „Fortune 500“, dále pak desítky tisíc středně velkých společností. American Express Business Travel patří mezi společnosti, které svou nabídku neomezuji

na pouhé zprocesování transakcí, např. jenom na vytváření rezervací a vystavování letenek, případně rezervací hotelového ubytování. Těžiště jejího úspěchu spočívá v kombinaci poskytování tradičně kvalitních rezervačních služeb s minimalizací celkových skutečných nákladů na cestování, a to jak nákladů přímých, tak nepřímých. Společnost je schopna poskytnout naprosto stejný servis svým zákazníkům kdekoli na světě. American Express Business Travel svým firemním zákazníkům vždy hledá individuální řešení pro jejich specifické požadavky. Tato řešení obsahují mimo jiné:

- výběr vhodného způsobu obsluhy, ať již prostřednictvím svých národních, mezinárodních, či regionálních servisních center;
- pravidelné analýzy a poradenství v oblasti sestavení vhodné cestovní politiky, podporou jejího dodržování, poskytováním konsultačních služeb v oblasti výběru vhodných preferovaných dodavatelů;
- výběr vhodných platebních nástrojů (zde nabízí své zkušenosti z oblasti platebních karet a své vlastní unikátní platební nástroje, jako je např. American Express Business Travel Account, „neplastický“ účet pro úhradu vybraných cestovních nákladů) a možnosti kódování všech rezervací třeba čísly nákladových středisek zákazníka;
- detailní reporting a konzultace spojené s jeho pravidelnou analýzou a celou řadou dalších doplňkových služeb.

V České republice,

stejně jako v ostatních zemích bývalého vý-

chodního bloku, je American Express Business Travel plně zintegrován do struktury American Express Europe a podílí se na obsluze zákazníků sjednaných na globální

a evropské úrovni. Navíc k tomu již déle než deset let velmi úspěšně rozšiřuje portfolio svých zákazníků sjednaných na lokální úrovni. V posledních letech navíc roste poptávka po tzv. regionálních řešeních, kdy je zákazník obsluhován v rámci celého regionu střední a východní Evropy z jednoho servisního místa.

Vedení American Express střední a východní Evropa (CEE):

Winfried Barczaitis – Vice President a General Manager (Německo, Rakousko, Švýcarsko, CEE, Rusko) sídlem ve Frankfurtu.

Jana Martincová – provozní ředitelka pro střední a východní Evropu

Jan Čáp – obchodní ředitel pro střední a východní Evropu.

American Express spol. s r.o.

Na Příkopě 19, 117 19 Praha 1
tel.: 222 800 111, fax: 224 224 353
e-mail: jan.b.cap@aexp.com



HOTEL PRAHA
★★★★★

Hotel Praha, a.s.
Sušická 20, 166 35 Praha 6
tel.: +420 224 341 111
fax: +420 224 311 218
e-mail: htlpraha@htlpraha.cz
www.htlpraha.cz



Chtěl bych, aby do Melaky přijíždělo více českých turistů

V pátek 5. května jsem dostala pozvání na večeři, kterou na počest místokrále malajsijského státu Melaky Jeho Výsosti Tun Datuk Seri Utama Mohd. Khalil b. Yaakoba s choťí pořádala Jeho Excellence velvyslanec Malajsie v Česku pan Salman Ahmad s manželkou. Uskutečnila se na palubě lodi Evropské vodní dopravy v rámci večerní okružní plavby historickou Prahou. Cílem melacké mise bylo seznámení se Jeho Výsostí a doprovodu – čelných předsta-

doprovodu byl i ministerský předseda Melaky pan Datuk Seri Mohd. Ali Bin Mohd. Rustam, jenž byl tak laskav a poskytl mi interview. Pane premiére, jaké jsou vaše dojmy z Prahy?

Velmi krásné město plné lidí. Praha je nádherná. Zvláště v tomto jarním počasí. Musíte tu mít stále mnoho turistů. I já bych bral Prahu jako místo pro svou dovolenou.

Co je nejtypičtější pro melackou kulturu a obyvatelstvo?

Určitě mix populace. V Melace žijí Malajci, Číňané, Indové, ale i jiná etnika. Díky tomu tam také máme skoro pořád různé festivaly a oslavy svátků, kde se samozřejmě dobře najíte. Náboženství je také zcela rozmanité. U nás je zastoupen islám, buddhismus, hinduismus, ale i křesťanství.

Dozvěděla jsem se, že Jeho Výsost se svým doprovodem navštívila i další metropole, jako je Vídeň, Wroclav, Budapešť, Bukurešť atd. Co je důvodem cesty Jeho výsosti po Evropě?

Již v minulosti jsme navštívili řadu evropských zemí. Nyní se situace v Evropě po rozšíření Evropské unie změnila. Byl jsem v Evropě v roce 1995. Zajímala mne tehdy jedna společnost vyrábějící malá letadla. Do Prahy jsem se pochopitelně přijel nejen podívat, ale navštívit ve vaší zemi i pár firem. Ze zemí, které jsme v rámci této naší mise v Evropě navštívili, je Česká republika jednou z nejnávštěvnějších.

Podle Českého statistického úřadu činil v předminulém roce export Malajsie do České republiky 10 763 mil. korun a export z České republiky do Ma-



vitelů Melaky – s možnostmi a podmínkami, jež by mohly vést k rozšíření vzájemné obchodní spolupráce mezi Melakou a Českem. Pozvání na večeři tak kromě mne obdrželi a přijali i majitel cestovní kanceláře Time Travel pan Miroslav Radakovič, nakladatel Všudybylu pan Jaromír Kainc, pan Ladislav Dolanský z firmy AVAS EXPORT-IMPORT spol. s r.o., pan Arpád Abonyi z firmy Singa spol. s r.o. a další podnikatelé exportující a importující z/do Melaky. V řadách vladařova



lajsie 1 383 mil. korun. Každopádně, s Malajsií máme pasivní obchodní bilanci. Asi bychom se měli více snažit, takže by byla namísto otázka, zdali Česko chystá nějaké kroky kvůli intenzivnější spolupráci s Malajsií. Nicméně vás se, pane premiére, dovoluji zeptat, chystá-li Melaka intenzivnější obchodní spolupráci s Českem?

Ano. Mezi Českou republikou a Malajsií, tedy i státem Melaka, jež je její součástí, se uskutečňují dobré obchody. V Česku působí několik malajských



Malajsie



řirem. Domnívám se ale, že by v tomto směru mohlo být uděláno daleko více. Setkal jsem se s představiteli Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky. Dva z nich v září přijedou do Melaky navázat na naše jednání ohledně intenzifikace obchodní spolupráce.



Stát Melaka vyrábí hodně dřevěného nábytku. Jeho produkce tvoří 10 % z celkového Malajského exportu nábytku. V Melace se např. pro automobilový průmysl vyrábí i řadič páky pro automobily Honda. Malajsie vyvážá převážně elektroniku, textilie a textilní oděvy, dopravní zařízení, potravinářské komodity atd. Naopak Česká republika do Melaky exportuje elektroniku, stavební materiály, výrobky ze dřeva, vláknu, papír



a výrobky z papíru, dopravní zařízení, ale také oděvy. S Českem máme uzavřenu řadu dohod, o službách, obchodu, o zamezení dvojího zdanění atd.

Jaké jsou plány Melaky v tomto respektive v příštím roce, co se týče průmyslu cestovního ruchu?

Před dvěma lety jsme zahájili projekt „Fun River“ v městě Melaka, který bude hotov do konce tohoto roku. Je to nový turistický zhruba čtyři kilometry

dlouhý projekt na řece Melaka. Udělali jsme něco podobného, jako mají v americkém Texasu na řece San Antonio. Propagujeme Melaku jako turistickou řeku. Doufám, že díky spuštění tohoto projektu nalákáme zhruba o jeden milion turistů více. Přijel jsem do Prahy také proto, abych se seznámil s turistickou infrastrukturou kolem Vltavy. Ale Vltava je v porovnání s naší řekou (a pan premiér udělal výmluvné gesto poukazující na šířku plavební komory zdymadla, v ně-



mž jsme se s lodí právě nacházeli) nepoměrně větší. San Antonio v Texasu je Melace velikostí podobnější. Náš projekt bude jiný, ale také zajímavý. Doufám, že tím zaujmeme turisty i z České republiky. Budeme mít okolo čtyřiceti lodí, na pobřeží pak obchodní domy, hotely kavárny, atd. Ještě musím zmínit ekoturistické



aspekty atraktivnosti plavby po naší řece. Je možné zde spatřit leguány a další druhy pro Evropany exotických zvířat. V budoucnu bych si přál větší aktivitu českých průmyslových a obchodní podniků v Malajsi,

ale také těch působících v odvětví cestovního ruchu. Chtěl bych, aby do naší krásné a pohostinné Malajsie přijíždělo více českých turistů, speciálně do Melaky. Ale také, aby se do České republiky jezdilo, a to i inspirovat, více malajských turistů. Minulý rok do Melaky přijelo přibližně sedm milionů turistů. Z Evropy jich bylo zhruba šedesát tisíc.

Připravila Lucie Bublíková.

>>> www.melaka.gov.my
>>> www.time-travel.cz
>>> www.evd.cz



Turisté vítáni do druhého ročníku

První rok projektu „Turisté vítáni“ se podařilo oslovit víc než dvě stě škol a tři tisíce žáků a studentů. Sešlo se přes tři sta soutěžních prací. K úspěchu přispěly tvůrčí semináře. Ty pro CzechTourism organizoval Nadační fond Úsměv z Plzně. Po krajích se pohyboval známý cestovatel své doby Jan Vojtěch, hrabě Černín z Chudenic, který se uměl převtělit i do role Kryštofa Haranta z Polžic a Bezdruzic. Zájem o podnikání v cestovním ruchu u dětí vzbudil také další účastníci seminářů – profesionální pracovníci. Chlapci a děvčata soutěžili individuálně i v kolektivech. Jedním z předpokladů jak uspět byla reálná možnost realizace námětu. Děti brzy pochopily, že nejde o navrhování nákladných projektů, jako jsou třeba vodní ráje, nové horské sjezdovky nebo noční podniky pro turisty, nýbrž kupř. o malé podniky – dílničky na výrobu suvenýrů, ekofarmy, malá zoo s venkovskými zvířaty, prázdňinové vesničky, hospůdky s tradiční kuchyní apod. Řada žáků a studentů ve svých pracích nezapomněla ani na aktivity pro seniory či zdravotně postižené turisty. Některé práce měly finanční kalkulace nebo počítaly se zapojením rodinných příslušníků. Z výsledků jasně vyplynul zájem mládeže o projekt „Turisté vítáni“ i o samu podstatu projektu, jehož posláním je inspirovat děti k zamýšlení se nad možnostmi svého budoucího zapojení se do podnikání v cestovním ruchu. Nový ročník projektu „Turisté vítáni“ byl vyhlášen 20. května autorem projektu, ředitelem odboru regionálního CzechTourism Ing. Petrem Kratochvílem, a zahájen bude začátkem nového školního roku v září 2006.

>>> www.turistevitani.cz





ProMoPro se špičkovou technikou, která právě ve světě nastupuje

S majitelem Centra kongresové techniky ProMoPro panem Jaroslavem Veselým jsme se domluvili, že si v souvislosti s hlavním tématem VŠudybylu budeme povídat o tom, co je u nich nového.



Jaroslav Veselý

Letos jsme se rozhodli zase „do toho trochu slápnout“. Porozhlédli jsme se po světě, co je kde nového a začali objednávat. Novinek proto bude během krátké doby v naší firmě spousta. Pokud začneme u těch nejdražších a nejdůležitějších, tak jsme u firmy Barco objednali dvě LED

světelné stěny. První je BARCO B-10, což je kompaktní „outdoor“ řešení velkoplošné obrazovky o rozměrech 3584 mm x 2688 mm s univerzálním využitím. Stěna je v mobilním přívěsu, má hydraulické vysouvání a její instalace zabere jednomu člověku cca 15 minut. Stěna je otočná kolem vertikální osy v rozsahu 360° a v místě bez zdroje elektrické energie je napájena vlastním dieselelektrickým agregátem. Lze s ní např. dojet doprostřed louky, pouštět tam filmy, reklamní spoty apod. Doufáme, že právě tato mobilita zaujme firmy, jako je



Milena Veselá

T-Mobile, Eurotel apod. Druhá LED stěna je ještě dražší. Je to BARCO I Light 6 o rozměrech 2,6 x 3,8 m. Je složena z třibarevných diod, jež mají rozteč pouhých 6 mm. Stan-

dardní světelné LED stěny mívají rozteč diod kolem 18 mm až 20 mm. I Lite 6 má proto nebývale ostrý a výkonný obraz. Tato stěna je pouze na vnitřní použití. Má tu výhodu, že od ní lidé mohou stát pouze tři metry a vidí krásný obraz. U jiných obdobně velkých LED světelných stěn je nutný odstup 10 až 12 metrů. Pořídili jsme také nejmodernější „hejbací světla“, protože čím dá tím častěji děláme firemní akce, kde zákazníci chtějí, aby sál, kostel, zámek atd. byl pěkně a zajímavě nasvícen. Doplnili jsme zvukařskou techniku, mimo jiné o mixážní pult, který, když jsem viděl, tak jsem říkal: „Tak ten už se nám do auta nevejde.“

...podobně památnou větu prý v květnu 1945 (na každé ruce šestery náramkové hodinky) pronesl jakýsi maršál před pražským Staroměstským orlojem. Ale vy jste si ten „mixák“ koupili a zaplatili...

Technici tvrdí, že o něj bude velký zájem. No, tak ho mají. U firmy BARCO máme objednaný ještě nějaké datové mixážní pulty, které bychom měli dostat v době, kdy ve VŠudybylu vyjde toto interview. Budeme první ve střední Evropě, kdo je má. Počítám, že je užijeme pro firmy, jako je Microsoft, Oracle či Komerční banka, tedy firmy, které rády dělají komponované pořady. Datové mixážní pulty nám umožní promítat několik obrazů současně a na pozadí spojit téměř cokoli. Nebude to klasická kongresová projekce, bude to show. Tím jsme se kreativně vyčerpali, takže počítáme s tím, že budeme mít zase na rok klid.

V době mezi loňským a tímto interview jste kapitálově expandovali v rámci Evropské unie a otevřeli novou vlastní firmu na Slovensku.

Zkoušíme to. Bratislava je perspektivním hlavním městem velice perspektivního státu Evropské unie. Navíc z Bratislavy je to blízko do Budapešti a kousek

do Vídně. Budapešť se výrazně angažuje v kongresové turistice a Vídeň pak je hlavním městem země předsedající Evropské unii, takže tam je dost zakázek. Počítáme proto, že bychom mohli z Bratislavy expandovat dál a i v samotné Bratislavě máme mnoho klientů. Děláme tu např. už druhé kolo „Vyvolených“, kde prakticky bez přerušení od loňského září fungují naše dvě světelné stěny.

Nejen jako byznys, ale ani pro image to vůbec není špatné...

Bratislava je dobrá! Povídali jsme si tam s jedním Američanem a já ho „špičkoval“: „Tady to asi máte těžké. Tady jsou všichni bratrance a sestřenice a do toho proniknout, to se téměř nedá...“ A on mi v obdobném duchu odpověděl: „Kdepak, pane Veselý, já mám s Bratislavou jinou zkušenost. Já jsem totiž zjistil, že tady jsou všichni spolužáci, protože s kým si povídám a potřebuji, aby mne dal s někým dalším dohromady, ten mi řekne: „Joj, to nie je problém. S tým som chodil do školy.““

Jaký byl pro ProMoPro rok 2005? Předpokládám, jak vás za ta léta znám, že průměrný. Sice horší,



Cíle Centra kongresové techniky ProMoPro:

- ▶ poskytování komplexních služeb na poli pronájmu kongresové a konferenční techniky;
- ▶ nabídka špičkové techniky a novinek v oblasti obrazu, tlumočení, zvuku a osvětlení;
- ▶ profesionální přístup techniků a manažerů za každé situace;
- ▶ každý další zadaný požadavek je pro nás výzvou.


ProMoPro
Věříme v motto:
„Nic není
neuskutečnitelné.“

než bude letošní rok 2006, ale zato lepší, než byl rok 2004.

Z hlediska firmy ProMoPro opravdu průměrný. Vezměte si, že máme dvaatřicet stálých zaměstnanců. A přesto, že loni byla řada velkých kongresů, u kterých jsme byli, musím konstatovat, že pouze velké kongresy nás neuznají. Bereme to tak, že nejdřív firma musí vydělat na platy zaměstnanců a pokud něco zůstane, můžeme investovat do techniky. Nejen špičková technika, ale především schopnosti, kvalita a nasazení jsou klíčem k úspěchu. My to nebereme, jestli je to



lepší nebo horší rok. Kongresy a další zakázky jdou ve vlnách. Máte jeden rok, který je, co se kongresů týče, hodně silný, další rok už tomu tak být nemusí. A tak to doháníme firemními a dalšími akcemi. Nespoléháme na to, že daný rok bude sám od sebe (jak jste prohlásil) „průměrný“. Tím, že jsme členy celosvětové Congress Rental Network, děláme spoustu byznysu ve světě. Teď budeme posílat čtrnáct tlumočnických kabin do Barcelony, což je velká zakázka, protože v našich českých podmínkách uplatníme maximálně pět kabin.

Víc jediné když je tu akce typu Summitu NATO nebo Mezinárodního měnového fondu. Výhodou je, že jsme uvedeni v databázi Evropské unie jako firma, která poskytuje tlumočení dle norem ISO. Znamená to, že kdokoli si klikne, že by chtěl něco takového dělat ve střední Evropě, tak mu adresář vygeneruje ProMoPro. Proto jsme osloveni i v rámci výběrových řízení. Teď jsme jedno vyhráli na tlumočení do Vídně. Následně čtrnáct dní na to je budeme dělat v Budapešti. Máme rozjednáno, že bychom komisi a výborům Evropské unie měli dodávat tlumočnický pro Česko, Slovensko a snad i Maďarsko. Čili se to snažíme rozjízdit na všechny strany... Prostě podnikáme.

Z výčtu zakázek a klientů (jak např. na www.e-vsudybyl.cz ilustruje článek: „George Bush s mikrofonem ProMoPro“) by se mohlo zdát, že už žijete v jiných sférách...

No, podnikáme patnáct let. Pro nás je to takový zaběhnutý rituál. Prostě se jede, shání se zákazníci, dostáváme zakázky, snažíme se, aby byli klienti spokojeni. Staráme se o to, abychom měli aktuálně nejlepší



techniku a kvalifikované techniky. Máte-li moderní techniku, máte zpravidla i zahraniční zakazníky. Je to takový koloběh. Obrovskou výhodou je, že jsme soukromou firmou a charakterem rodinnou. Ve výkonném vedení firmy jsem já a je tam manželka – ekonomická ředitelka. A navíc, má žena je strašně čínorodá. Máme to rozděleno tak, že já jsem vizionář, starám se o to, jak by naše firma měla vypadat, co by měla koupit. A pak už jen, kde je jaký golfový turnaj. Zbytek vím, že perfektně zařídí moje manželka. Ta pečuje o to, aby lidé měli práci, aby byly peníze a abych moc neutrátil.

Jen neříkejte. Paní Veselá už také hraje golf.

Pravdou je, co se golfu týče, že jsme byli jako dvojice dlouho „na štíru“. Na dovolené jsem obvykle hrál a moje paní čekala, až se vrátím. Pokud jsem se zapovídal v klubovně, tak jsem občas přišel až večer. Jednou loni se namíchla a začala hrát také. Minulou dovolenou jsme už oba trávili na golfovém hřišti.

Jak to bude v příštích letech s půjčovnami a půjčováním kongresové techniky? Nedomnívám se, že by



pro hoteliéry, ba ani pro provozovatele kongresových center a školících středisek, bylo rentabilní mít všechnu techniku vlastní. Fajnovým a často klíčovým klientům totiž kongresová technika rychle zastarává nejen fyzicky, ale především morálně.

Pro hotely a kongresová centra je velice obtížné se srovnávat se zavedenou půjčovnou. My, kteří máme kolem dvou a půl tisíce zakázek za rok po celé Evropě a naše technika má dobré vytížení, jsme v podstatě jiné situaci. Hotel, který by se snažil mít široké spektrum špičkové kongresové techniky, když si porovná, za kolik tu kterou věc pořídí a kolikrát ji uplatní, zjistí, že se mu to nevyplatí. Než se mu totiž vložená investice vrátí, už je dávno něco nového. Nám se to také občas stane. Tedy to, že koupíme nové zařízení, které během roku morálně zastarává. Ale i s touto eventualitou při nákupu nové techniky kalkulujeme. Navíc u hotelů, kongresových a školících středisek bývá nerentabilní, aby zajišťovaly akce mimo svůj objekt. Musely by totiž jezdit a zřejmě si na to i najmout další lidi, což reprezentuje vícenásobky. A aby aktuálně špičkovou techniku uplatnili v rámci vlastního objektu, tak tolik zakázek pravděpodobně mít nebudou. Proto zpravidla volí základní ozvučení a projekci. Špičkovou kongresovou techniku, která ve světě právě nastupuje, si berou od specializovaných půjčovatelů a firem, jako jsme my.



Jak můžete pomoci českým firmám, které chtějí, a to i prostřednictvím perfektně technicky zajištěných prezentací, udělat dojem a uspět na zahraničních trzích? Např. i v tak vzdálených, jako je Indie nebo Čína?

Děláme i pro firmy, které takto jezdí ven. Pokud se jedná o komornější prezentace, půjčí si od nás plazmovou obrazovku a notebook a jedou. Ale i u těchto „drobností“, když vezmete náklady na dopravu, je pro ně rozumnější, pokud si to půjčí venku. My jim v tom pomáháme. Tím, že je ProMoPro součástí světové kongresové sítě a má spojení s podobnými firmami po celém světě, jsme schopni jim říci: „Ano, jedete do Japonska, do Indie, obraťte se tam a tam na firmu tu a tu. Ta vám dá za slušnou cenu zařízení, které bychom tam zbytečně vozili. To samé pro ně dokážeme udělat i při jejich cestách do Švédska, Ameriky, do Brazílie aj. Pokud to není Německo, Maďarsko, Polsko, je rozumnější si kongresovou techniku půjčit na místě.“

» www.promopro.cz

Harmony Club Hotel, kongresový hotel v Krkonoších

Harmony Club Hotel ve Špindlerově Mlýně jsem navštívil inspirován referencemi řady přátel – organizátorů byznys travel, incentivních a kongresových akcí. Ředitelky Club Hotelu Harmony paní Bc. Hany Rybníčkové jsem se tedy zeptal, čím že si Harmony Club Hotel zaslouží punc jednoho z nejlepších kongresových hotelů v Krkonoších.



Bc. Hana Rybníčková

Už tím, že jsme jako jedni z mála ve Špindlerově Mlýně měli to štěstí, že objekt hotelu byl od svého prvopočátku vybaven kongresovým sálem a řadou konferenčních sálů a salonků. Nemuseli jsme tedy adaptovat pokoje, kumbály a sklady a nazývat je konferenčními místnostmi. Takže díky velkorysému architektonickému konceptu zde máme kongresový sál s kapacitou 400 míst při divadelním uspořádání. Konferenční místnosti a salonky jsou od konce loňského roku po kompletní rekonstrukci a už byly využity i k velmi prestižním akcím. Zejména v zimě je renomované společnosti rády využívají, pokud chtějí něco pořádat ve Špindlerově Mlýně. Přes zimu tu ale velké kongresové akce zpravidla nemíváme. Snažíme se totiž přednostně uspokojovat turistickou klientelu. Hlavní kongresová sezona nám začíná od konce dubna. Také letos bude Harmony Club Hotel hostit několik velkých akcí. Např. už pošesté tu bude kongres České psychiatrické společnosti.

Jaký byl pro Harmony Club Hotel rok 2005?

Úspěšný, a to nejen díky předešlé zimní sezoně, která byla na sníh rovněž velmi bohatá. Loni v dubnu jsme sice měli kvůli rekonstrukci ubytovací části zavřeno, ale i tak jsme udělali dvě významné akce. Obsazenost byla nejvyšší za celou dobu existence Harmony Club Hotelu a tomu odpovídaly i tržby.

V Krkonoších je ale povícero kvalitních hotelů. Čím si v tomto konkurenčním prostředí zaslужete takovou pozornost hostů a pořadatelů kongresů?

Snažíme se jim nabídnout lepší služby a lepší podmínky. Z toho důvodu se k nám pak rádi vracejí. Co se týče ubytovací části hotelu, ta je po kompletní rekonstrukci. Teď se chystáme zrekonstruovat kongresový sál a velkou část technického zázemí hotelu. Zatraktivnit poskytované služby. Rekonstrukce bude probíhat za úplného zavření hotelu od září do listopadu tohoto roku. Současně s tím proběhne zásadní úprava parkoviště. Dojde k jeho zastřešení, což je – zejména v zimě – velká konkurenční výhoda. Do konce roku 2006 bude Harmony Club Hotel kompletně zmodernizován.

Kongresové, ale i menší firemní akce se zpravidla připravují s velkým předstihem.

Máme zhruba dva typy klientů. Jsou to ti, jejichž kongresy se u nás konají každoročně, a pak zákazníci, kteří vědí, že potřebují zrealizovat kongres, ale nemají definitivní představu, jak by měl vypadat. A tam je to o komunikaci. O přípravě itineráře akce, ujasnění si požadovaných služeb, upřesňování počtu účastníků apod., v čemž se jim snažíme maximálně vycházet vstříc. Zpracováváme tak řady nabídek, vyměňujeme si s nimi e-maily atd. Čtyřdenní akce pro dvě stě účastníků se připravuje i půl roku dopředu



a během té doby k nám klient několikrát zavítá. A ačkoliv se neustále něco vylepšuje nebo mění, ve finále musí být vše v pořádku.

Jedním z nejskloňovanějších atributů je kvalita a s ní související bezpečnost. Tento aspekt při volbě místa konání kongresové akce sehrává čím dál výraznější roli.



Harmony Club Hotel je držitelem certifikátu systému řízení kvality ISO 9001:2000. Dodržujeme platnou legislativu, ctíme hygienické standardy pro oblast stravovacích služeb, máme zavedeny systémy SHVP a kritických kontrolních bodů HACCP při výrobě pokrmů atd. Nicméně, nejdůležitější ze všeho je lidský faktor. Jsou klienti, kteří si nechají ukázat veškeré únikové cesty z hotelu, kteří se nás ptají, máme-li nehořlavé koberce, záclony a závěsy. Co se týče bezpečnosti, nemyslím si, že náš bunkr je nejbezpečnějším místem, protože už byl vyjmut z fondu civilní ochrany a využíváme jej komerčně. Místo ložnic a kuchyní pro šedesát vyvolených je v něm dnes bowling, golfový simulátor a je tam i střelnice.

...no vidíte. Takže v případě nějakého napadení váš host všechno vyřeší za pouhých 12 Kč. No, už jsme zmínili vaši střelnici, krom toho přes pozemek Harmony Club Hotelu vede letní bobová dráha a jistě

Ubytování

107 pokojů: 5 jednolůžkových,
80 dvoulůžkových, 3 čtyřlůžkové,
3 čtyřlůžkové dělené, 4 studia,
5 apartmá, 1 apartmá LUX.

Stravování

Bufetová restaurace nabízí snídaně a večere těm, kteří se rozhodnou pro polopenzi. V letních měsících je rozšířena o terasu s překrásným výhledem.

Harmony restaurant a bar nabízí speciality domácí i mezinárodní kuchyně. Jeho součástí je vinný sklípek – ideální místo pro řízené degustace. Lounge bar s internet café je klasickou kavárnou kombinovanou s denním barem. Gril – jeho součástí jsou dvě otevřená ohniště a stylový dřevěný přístřešek se stoly a lavicemi. Další minigril je na letní terase před hotelem. V prostorách hotelu je možné pořádát rauty, recepce, bankety, plesy apod., ale také zahradní slavnosti, venkovní zájmové či jiné kulinářské hody, oslavy piva, grilovací party, přátelská posezení u ohně atd.

Wellness centrum a sportoviště

Bazén, sauna, whirlpool, parní lázeň, solarium, fitness centrum, 2 kryté tenisové kurty, squashový kurt, bowling, stolní tenis, sportovní střelnice, golf simulátor. Hotel zprostředkovává outdoorové aktivity ve Špindlerově Mlýně, např. slaňování a přemostování Labské přehradou, skok z obří patnáctimetrové houpačky, skok padákem, jízdu terénními čtyřkolkami, jízdu na sáňkařské dráze a mnoho dalších.

Kongresové služby

Konferenční prostory včetně kongresového sálu (400 míst) a řady salonků jsou vhodné k pořádání různých velkých kongresových, firemních a incentivních akcí. Jejich uspořádání je variabilní. Všechny jsou vybaveny základní technikou včetně tlumočnického aj. zařízení. Hotel je s to zajistit i další kongresovou techniku z externích zdrojů.



zde máte i další střediska, kde si děti i dospělí mohou hrát, pečovat o svoji duševní a fyzickou kondici atd.

Ano, část letní bobové dráhy vede přes náš pozemek. Díky tomu prodáváme cenově zvýhodněné permanentky každému, kdo si je k nám do hotelové recepce přijde koupit. Navíc, pro naše klienty, např. účastníky firemních akcí, máme s První bobovou, s.r.o. dohodnutý zvláštní pod-



mínky. Harmony Club Hotel disponuje dvěma krytými tenisovými kurty se supremovým povrchem. Máme tu bazén, sauny, whirlpool, posilovnu atd. Harmony Club Hotel má vlastní kino, v němž promítáme pro hotelové hosty. Z dalších „sportovišť“ (pouze pro dospělé) máme ve druhém patře noční bar s živou hudbou nebo diskotékou. Pro děti je k dispozici dětský koutek plný hraček a v případě pěkného počasí je tu i venkovní dětské hřiště.

Pokud jsem kdy navštívil váš hotel (a naposledy to bylo předloni v zimě, kdy jsem si k vám na běžkách odskočil přes kopec z Harrachova), vždy se tu potkávám s řadou lidí světa velkého byznysu. Se známými a kamarády, kterým posílám Všudybyl. Co je podle vás důvodem, že se k vám opakovaně vrací?

Pokud se jedná o top management firem a institucí, pak to bylo velmi často nastartováno tím, že jsme jim byli doporučeni někým z jejich známých nebo že zde byli účastníky firemní či kongresové akce. Řada z nich se k nám teď vrací i na soukromé pobyty. Ostatně u nás je skvěle nejen v době zimní lyžařské sezony. Pravděpodobně jim vyhovuje i osobní přístup personálu, tedy to, že se vrací do důvěrně známého prostředí. Mnozí z nich se již stali členy hotelového Klubu Harmony a využívají věrnostního programu pro stálé zákazníky.

Slovo marketing se v dnešní době stává zaklínadlem, avšak řada lidí si jej zaměňuje s propagací.

My samozřejmě děláme marketing a děláme i propagaci, i když ne takovou, že bychom se účastnili veletrhů, jako je např. Holiday World. Troufnu si říci, že nejlepším marketingem je přístup k hostům. K účastníkům firemních akcí, kongresů i k individuálním rekreativům. Každá akce se bere zvlášť a maximálně se jí věnujeme. Nejlepší taktikou jak si získávat a udržet náklonnost klientů je příjemná obsluha a kvalitní služby. Tento přístup nezřídka způsobuje, že od nás odjíždí klient s tím, že už má zaknihován příští pobyt.

Přesto, že zrovna váš hotel je jistě báječný, razím teorii, že turisté, až na výjimky, necestují proto, aby



bydli po hotelích. To, co je zpravidla kam láká, je, že jedou tam, kde ví, že je bezpečno a kde jim bude dobře. Hlavní motivací dle této hypotézy je tedy pověst destinace. A její vytváření a šíření jde daleko nad rámec možností podnikatelských subjektů poskytujících služby cestovního ruchu. Šíření dobré pověsti České republiky doma i v zahraničí, byt je věcí každého z nás, je proto výsostným posláním a záležitostí státu. Jeho propagandy, popř. kontra-propagandy, jejímž prostřednictvím hájí domácí trh práce vůči konkurenčním kongresovým resp. turistickým destinacím (zemím).



Šíření dobré pověsti našich krajů směrem ven (a pro nás nejdůležitější země, odkud k nám přijíždějí hosté je hlavně Německo) není zrovna extra dobré. Jakákoliv přírodní pohroma nebo problém, a to i takový, který se u nás nevyskytne, je okamžitě zneužit k propagandě: „Nejezděte do Česka!“ Okamžitě se zveličí, což vede k odstrašování hostů. Obdobně jako šíření hlášek typu: „Je tam nebezpečno, draho, krade se tam, padají tam silnice atd.“ Narozdíl od zemí, z nichž jsou tyto signály vysílány, kde se „vůbec nic“ takového „neděje“. Můj názor je v tomto jednoznačný, Česká republika je v tomto outsider a že ani neexistuje vůle, aby se proti propagandě konkurenčních destinací resp. propagandě konkurenčních trhů práce bránila.

>>> www.harmonyclub.cz

Další kongresové prostory v Praze!



Když TOP HOTEL Praha koupil na podzim hotel v Praze 5 a přes zimu ho zrekonstruoval, měl s ním naprosto jasné úmysly. Nejenže se nově otevřený ALBION HOTEL zařadil se svojí ubytovací kapacitou 290 pokojů mezi největší hotely v Praze, ale dokonce se stal jedničkou mezi hotely v nabídce kongresových prostor na Praze 5.

TOP HOTEL Praha tak ke svým 5000 kongresovým místům přidal 600 míst ALBION HOTELU a ještě více upevnil prvenství mezi hotelovými komplexy v Evropě.

TOP HOTEL Praha je vlastně takovým městem ve městě. Nachází se na rozloze 9 ha, v průběhu roku v hotelu přespí přibližně 415 tisíc hostů, což je více než počet stálých obyvatel Brna nebo celé obyvatelstvo Lucemburska. Celkově hotelové prostory navštíví až 1,5 milionu lidí za rok.

Výhodou TOP HOTELU je, že žádné jiné kongresové zařízení v republice není schopno nabídnout tolik kongresových míst a zároveň ubytování pro velký počet kongresmanů v jedné budově. V nabídce TOP HOTELU je 950 pokojů, 5 restaurací, Japonská za-

hrada, obchůdky, wellness centrum, beauty salon, tenisové kurty, rozsáhlé parkoviště a mnoho dalších služeb.

ALBION HOTEL k 290 útulným pokojům může nabídnout 2 restaurace, lobby bar, 2 kongresové sály a 4 salonky, které jsou pojmenovány po čtyřech mušketýrech – Aramis, Athos, Porthos a D'Artagnan.

V létě mohou návštěvníci využít dvě terasy ke grilování a v blízké době začne výstavba wellness centra, které si jistě nezadá s wellness centrem v TOP HOTELU. Strategická poloha hotelu pak nahrála tomu, že již první týden po otevření byly všechny hotelové pokoje naplněny spokojenými hosty.

Tyto výsledky se pak samozřejmě promítnou i do množství potravin, které hotel spotřebuje. Kdo by chtěl nahlédnout do statistik TOP HOTELU, zjistil by, že se v hotelu například ročně sní téměř 40 tun masa, což v přepočtu dělá 360 vepřů, 220 krav nebo bezmála 20 tisíc kuřat.

K dobrému jídlu se vypilo přes 82 tisíc litrů piva, které by naplnilo více než 820 van. Kdo má

rád pečivo, asi by se divil, kolik se ho ročně do hotelu zaveze. Pekárna upeče pro TOP HOTEL 1 470 000 ks pečiva. Seřazeno do řady by vytvořilo frontu dlouhou 220 km, což je vzdálenost mezi Prahou a Brnem.

Samozřejmě ne vše se sní přímo v TOP HOTELU. Díky vyhlášené kuchyni hotel často připravuje rauty mimo svůj objekt. Již 8× připravil raut pro ambasádu v Berlíně, kde hostil 600 diplomatů a je zde už svým uměním vyhlášený, ale také třeba v Bruselu přímo v sídle rady Evropy připravil raut pro 400 diplomatů.

TOP HOTEL Praha měl tu čest, že si na jeho jídle pochutnal například německý exprezident Richard von Weizsaecker, fotbalový mágové Stefan Effenberg a Gabriel Batistuta, Jeho Svatost 14. Dalajláma Tenzin Gyatso, Miss Universe 2004 Jennifer Hawkins, zpěváci Miro Žbirka, Danzel, ale také české celebrity prezident Václav Klaus a jeho manželka Ing. Lívie Klausová, Václav Havel, Roman Šebrle, Aleš Valenta, Helena Vondráčková, Lucie Bílá, Karel Gott a mnoho dalších.



TOP HOTEL®

PRAHA
& CONGRESS CENTRE



ALBION

HOTEL ★★ ★★
& CONGRESS CENTRE

TOP HOTEL Praha

- rozlohou i kapacitou největší hotelový komplex v Evropě
- nejširší nabídka služeb mezi hotely v ČR
- 11 gastronomických zařízení pod jednou střechou
- jediný hotel s Japonskou zahradou
- první certifikovaný hotel v ČR – ČSN EN ISO 9001:2001
- ocenění:

„Českých 100 nejlepších podniků“
roků 2002 až 2005

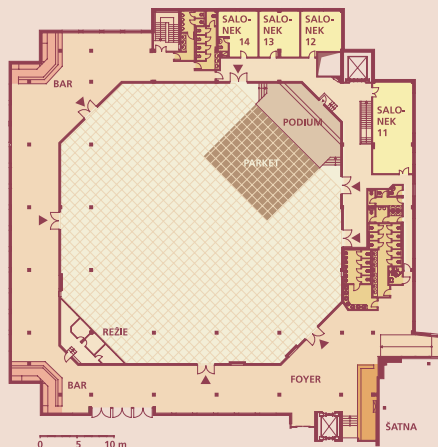
„Nejlepší podnik turistického ruchu“
v letech 2002 až 2005

„Zelený hotel“ a další



ALBION HOTEL

- koupen na podzim 2005, zcela zrekonstruovaný otevřen 10. 3. 2006
- rekonstrukce trvala 2,5 měsíce
- prostavěno bylo přes 100 milionů korun
- top management tvoří pouze ženy, žádné není více než 28 let
- umístění na Praze 5
- 290 pokojů
- konferenční prostory pro 600 osob



LEGENDA:

- | | | |
|----------------|------------------|-------------------|
| KONGRESOVÝ SAL | SATNA | VSTUP DO SÁLU |
| PARKET | BAR | SLOUP |
| PODIUM | FOYER | POMOČNÁ SÍŤ |
| SALÓNEK | TECHNICKÉ ZÁZEMÍ | (1 metr x 1 metr) |
| TOALETY | | |



S Ivanem Chadimou nejen o hotelu Yasmin

Čtvrté vydání Všudybylu 2006 (str. 23) v článku „Hotel Yasmin - 30 milionů eur do designu“ (viz www.e-vsudybyl.cz, heslo pro fulltextový vyhledávač: „Yasmin“) přinesl informaci o otevření nového pražského design hotelu, v němž se setkáváme s panem Ivanem Chadimou. A protože jméno „Ivan Chadima“ je v českém (a nejen v českém) hotelovém průmyslu pojmem, zavedl jsem řeč na to, jak se dostal k hoteliéřské profesi.



Ivan Chadima

Spíš náhodou. Po osmiletce ve třinácti letech (protože jsem šel do školy o trochu dřív) v hluboké totalitě padesátých let jsem možnost volby takřka neměl. Na umístěnku mi byly nabídnuty tři profese: holič, zedník a kominík. Ale to jsem věděl, že dělat nechci.

Řízením osudu (a štěstím) jsem se dostal do Školy pro společné stravování v Praze v Podskalské ulici. Byli jsme tam čtyři kluci a šest set holek, a bylo to tam hrozně příjemné. Tato někdejší rodinná škola kladla důraz na vaření, obsluhu, ekonomiku veřejného stravování atd. Mému otci se pak podařilo zařadit mi přestup do třetího ročníku Hotelové školy v Mariánských Lázních. Tu jsem ukončil maturitou v sedmnácti letech. I tam se odehrávaly boje o umístěnky. Nebyl jsem žádný zářivý student. Spíš mne bavily praktické předměty. Nicméně jsem se dostal

do pražského Alcronu – v té době pravděpodobně nejlepšího hotelu v Československu. Ačkoliv tam zaměstnanci nebyli sami hodní lidé, všichni byli profesionálové. Uměli řemeslo a velmi jim na něm záleželo. Tam jsem strávil deset let, opravdu se naučil, vyučil a vše později zúročil. V roce 1967 jsem si moc přál pracovat na Expu v Montrealu. V té době se konaly soutěže nejlepších chef de rang z interhotelů. Vyhrál jsem české kolo a jako vítěze mne měla čekat letenka do Montrealu. Neměl jsem ale ty správné kádrové předpoklady. Všichni už byli jmenováni, a já stále ne. Až jednoho dne si mne zavolał generální ředitel pan Hříbek a řekl, že si soudruzi myslí, že bych tam zůstal. A já odušil, že těžko o tom mohu se „soudruhama“ polemizovat. Načež se vyslovil, že když mu slíbím, že tam nezůstanu, že si se soudruhy promluví. Zřejmě promluvil, já byl jmenován do kontingentu a letěl do Kanady. Byla to nádherná zkušenost. Opravdu jsem



se vrátil a navíc do Československa, kde se začaly dít věci. Formoval se tu např. i Hotelový institut Čedoku, který si jej zřídil s cílem vychovat druhou generaci generálních ředitelů pro své Interhotely. Ředitelem školy byl jmenován někdejší tajemník Jana Masaryka Ing. Vladimír Tlustý, který do té doby řídil karlovarskou školu pro cestovní ruch. Chytrý, osvědčený člověk, který na Fordovo stipendium vystudoval Harward. Do této školy nás ze zhruba šesti set adeptů přijali devatenáct. Měli jsme spoustu předmětů, včetně tenkrát velmi neobvyklých, jako např. hraní karet, tenisu atd. To abychom vstřebali společenské věci kolem hotelového byznysu. Přednášelo se pouze anglicky nebo německy. Ve škole jsem nikdy moc neexceloval, ale v téhle jsem byl jednička. Úžasně mne to bavilo. Odbyli jsme první rok. O letních prázdninách jsem pracoval jako ředitel hotelu Savoy ve Špindlerově Mlýně. 21. srpna 1968 jsem byl náhodou v Praze. V neděli po příchodu



spřátelených vojsk jsem odjel z Československa a už se nevrátil (ještě tak mám někde ve Špindlu skříňku s kečkami, tenisovou raketu a další věci).

Jak jste objevil Ameriku či spíše, jak Amerika objevila Ivana Chadimu?

Chtěl jsem do Kanady, kde už jsem šest měsíců pracoval v rámci Expa, měl reference atd. Moje maminka žila od roku 1966 v Německu. Její druhý manžel byl tenisovým trenérem v Erlangu. Odjel jsem přes Rakousko a byl u ní až do ledna následujícího roku. Setkal jsem se tam se svou sestrou Karlou. Ta se ale před Vánoci vrátila do Československa a vzala si Honzu Trísku. Já už zůstal. Sehnal jsem si místo v restauraci v Norimberku a na československé poměry vydělával obrovské peníze. Vždycky jsem byl dobrý číšník. Velmi brzy jsem si vybudoval vlastní klientelu. Vrchním byl český Němec, který po válce opustil Československo. A jak Němci říkávají: „Aber bei uns,“ on tím vždycky myslel Čechy. Docházelo tak k pro mně komickým situacím, neboť s oblibou mentoroval: „No, to už jsme dávno měli“ (jako u něj doma – v Československu). Velký český vlastenec, ale Němec jako poleno. Nechtěl jsem zůstat v Německu a zařídil jsem si emigraci do Kanady. V Německu totiž trvá až dvě generace, než se člověk integruje. Věřil jsem (a správně), že Amerika taková není. Všichni tam totiž přišli odtud. 13. ledna 1969 jsem odletěl do Kanady. Pracoval jsem ve

noodles

velmi dobrém hotelu Chateau Champlain, jenž patřil společnosti Canadian Pacific. Byla to obrovitá dopravní společnost. Vlastnila aerolinie, lodní flotilu, železniční a kamionovou dopravu. V metropolích podél železnice, všude měli náhder-



Designový hotel Yasmin****

Výjimečnou polohou, přijatelnými cenami a nadstandardním servisem plní hotel Yasmin veškerá očekávání. Nový hotel byl v Praze otevřen v březnu 2006 pár kroků od Václavského náměstí. Disponuje 198 plně klimatizovanými pokoji (187 standardních pokojů a 11 apartmá) vybavenými minibarem, trezorem, LCD televizorem se satelitními a Pay-TV programy, vysokorychlostním internetovým připojením a prostornou koupelnou. Café restaurant „Noodles“ nabízí bufetové snídaně, obědy a večeře ve velmi atraktivním prostředí. Když vstoupíte do hotelu Yasmin z Václavského náměstí, objevíte letní zahradu. Hotel nabízí konferenční prostory pro 130 osob. K relaxaci a odpočinku je možné využít saunu a fitness studio.



né hotely. Pak jsem se v jejich výroční zprávě dočetl, že hotelový byznys jim tvoří 0,4% příjmů a řekl si, že tady mi asi moc štěstí nepokvete. V Chateau Champlain jsem se setkal s panem Šroubkem, synem majitele druhdy slavného pražského hotelu Šroubek, který emigroval v padesátých letech. Pak do Kanady vstoupila hotelová společnost Ramada Inn – v té době po Holiday Inn druhá největší na světě. Pan Šroubek byl partnerem jednoho z hotelů, který Ramadě v Montrealu prodali. Zůstal v něm jako viceprezident, mne si vzal k sobě a nechal dělat spoustu věcí. Byla to velká zkušenost. Mezitím jsem se dobře doučil angličtinu. Dva roky jsem chodil na univerzitu McGill v Montrealu jenom na ni. Byla to nejlepší investice, co jsem kdy udělal. Za dobu, co jsem byl u Ramady, jsme v Kanadě otevřeli dvanáct hotelů. Ve všech jsem nějak figu-



roval. Po pěti letech starý pán Šroubek umřel a já se rozhodl, co dál. Nabídlí mi místo viceprezidenta Ramady a chtěli, abych se přestěhoval do Arizony do Fenixu. Moc se mi tam nelíbilo a ještě jsem řešil komplikovanou situaci, protože z Československa zrovna utíkala moje sestra s Honzou Třískou a jejich dvěma dětmi. Začal jsem se tedy starat, abych je dostal do Kanady. Jeden z důvodů, proč jsem do Fenixu nešel, bylo také to, že jsem potřeboval být někde, kde se za ně budu moci zaručit. Z Ramady jsem přestoupil do Four Seasons Ottawa s tím, že mi slíbili, že pokud budou otvírat hotel v Torontu, že tam nastoupím. To se vyplnilo po půl roce. Mým osudem bylo, že jsem dělal buď nové projekty nebo renovoval staré hotely, kompletní remarketing, přejmenování, nové koncepce apod. Ve Four Seasons jsem byl pět let. Ta společnost pro mě byla nejpříjemnější profesní štací. Pak jsem přijal nabídku do New Yorku do hotelu Ritz Carlton. Byl to vstup do velkého světa a hlavně do světa bez záchranných sítí. Four Seasons byla taková rodina, kde když člověk potřeboval, vždycky mu někdo pomohl. V Ritz Carltonu jsem byl na všechno sám a stále (před každým) ve střehu. Vydržel jsem to dva a půl roku. Ale byla to obrovská zkušenost, která mi kariéře velmi pomohla. Pak jsem dostal nabídku pracovat v United Nations Plaza hotelu, který byl na rozdíl od Ritz Carltonu v rukách města a státu New York. Zase to byl hotel, který nebyl dobudován. Měl zprovozněnu jednu část a my pak otvírali ještě jednu tak veliký komplex. Moc mne to tam bavilo. Byl nádherný, postavený slavným architektem Kevinem Rochem, laureátem Pritzkerovy ceny za architekturu. Tam jsem vydržel sedm let. V roce 1990 do New Yorku přijeli naši porevoluční představitelé. Znal jsem se dobře s Karlem Schwarzenberkem, který rozhodl, že budou bydlet u mne. To byl začátek mé další kariéry. Řekl jsem si, že jestli chci někdy dě-



lat sám pro sebe, že je to možná poslední příležitost. Začal jsem postupně fungovat v Československu. Pak mi došlo, že není možné být na obou stranách oceánu, a v roce 1992 jsem se přestěhoval zpátky do Prahy.

A proč teď hotel Yasmin?

Mým partnerem zde je irská společnost Quinlan Private, která teď v České republice mj. vlastní hotel Four Seasons, v němž jsem pro původní majitele pracoval jako konzultant. Když jim byl Four Seasons prodán, nechali si mne tam. Po zhruba dvou letech



jsme si začali povídat o novém projektu. Shodli jsme se, že v Praze je prostor pro tři až čtyřhvězdičkový hotel svérázného stylu, a začali hledat příležitost. Objekt v ulici Politických vězňů jsme vyhodnotili jako optimální. Rozhodli jsme, že jej nezačleníme do žádného většího nadnárodního celku. Vymysleli jsme koncept, logo i noodles restauraci orientovanou spíš na místní trh. Je to dobrá čtvrť, takže obědy už fungují perfektně a doufám, že totéž budu moci zanedlouho konstatovat i o večeřích. Věřím, že z názvu hotelu uděláme značku, která bude fungovat i přes hranice. Příští projekt asi budeme realizovat v Bratislavě. Pak možná v Krakově a třeba i někde jinde. To záleží na úspěchu pilotního projektu – pražském hotelu Yasmin. Je to full time job.

>>> www.hotel-yasmin.cz

hotel  asmin

S generálním ředitelem hotelu InterContinental Praha panem Leonem Larkínem jsme se potkali na slavnostním zahajovacím večeru International Destination Expo ASTA Prague 2006 na Pražském hradě, kde jsme se předběžně domluvili na rozhovoru pro šesté vydání VŠudybylu, jehož hlavním tématem je kongresová turistika.

Pane generální řediteli, Praha nabývá stále na významu jako město kongresové turistiky a business travel. Do jaké míry z toho hotel InterContinental Praha těží?



Leon Larkin

Do značné. Kongresová a obchodní turistika je pro nás velmi důležitá. Pětihvězdičkový hotel InterContinental Praha má pro poskytování špičkových služeb jejím aktérům všechny předpoklady. Disponujeme velkým kongresovým sálem, řadou salonků a konferenčních místností i širokým relaxačním zázemím. V oblasti business travel a kongresové turistiky se nám daří a historicky dařilo vždycky velmi dobře. Hlavní obchod k nám směřuje z USA, Velké Británie i z kontinentální Evropy. Máme excelentní feedback, co se týče produktu a služeb, které provádíme.

Když pořádáte recepce či kongres, spolupracujete s dalšími firmami, nebo si technické zázemí zajišťujete zcela sami?

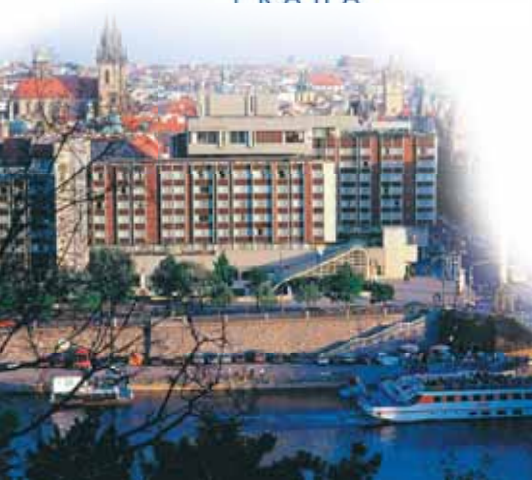
Využíváme obou způsobů. Disponujeme sice velice kvalitním technickým zázemím, ale když se jedná o něco speciálního, tak si kongresovou techniku a její obsluhu nasmlouváváme zvenčí. Některé kongresy si pak vozí vlastní techniku a vybavení.

Proč má podle vašeho názoru Praha tak velký potenciál právě v kongresové a business turistice?

Praha je jednoduše nádherným městem s historií, kulturou, architekturou a úžasnými lidmi. Navíc Česká republika je zemí obrovských příležitostí pro investory a pro podnikání. Proto sem turisté i obchodníci chtějí jezdit. Skýtá nádherné pocity a je vsuktu úžasným místem pro realizaci kongresů a incentivních akcí. Velice významným faktorem také je, že je geograficky velmi výhodně umístěna v Evropě.



INTERCONTINENTAL
P R A H A



Aby průmysl cestovního ruchu a vláda spolu lépe komunikovaly

Před dvěma roky jste VŠudybylu poskytl rozhovor (viz fulltextový vyhledávač www.e-vsudybyl.cz, článek: „Vaše země má fantastický potenciál“). V té době jste byl v Praze jen krátkou dobu a byl jste z ní nadšený. Jaké zkušenosti máte nyní, po dvou letech pobytu v České republice? Zažil jste tu také něco obzvlášť negativního?

Ne, jsem z ní stále ještě velmi nadšený. Mé zkušenosti jsou pouze pozitivní. Pracuji s úžasným týmem lidí. Hotel InterContinental Praha má velmi dobré jméno a právem si ho zaslouží. Zkrátka si to tady užívám.

Jaký byl minulý rok InterContinentalu Praha a jaké plány máte do budoucna?

Úspěšný, jako každý předchozí. Chystáme renovační program, který se uskuteční začátkem roku 2007. Budeme stavět nový plesový sál a další konferenční místnosti pro firemní akce. Protože tento typ byznysu je pro nás velmi důležitý a má stále rostoucí tendenci, zaujímá v našem byznys plánu hlavní místo. Právě jsme ve fázi analyzování a vyjednávání s městem. Až budeme mít definitivní plán, dám vám vědět.

Jaká je vaše manažerská vize?

Stále dělat svou práci. Věnovat energii tomu, aby moje řídicí a organizační činnost obsahovala vysokou míru přidané hodnoty. Aby vytvářela prostor a podmínky personálu hotelu InterContinental Praha pro to, aby odváděl kvalitní práci, která hotelu přináší zisky. Zároveň si chci být jist, že děláme vše pro to, aby si od nás zákazníci stále odnášeli dobré dojmy. Díky této strategii máme mnoho spokojených opakovaných hostů, kteří se k nám rádi vrací.

A co byste si přál do budoucna?

Domnívám se, že Praha má výborné předpoklady. Nicméně jsem přesvědčen, že by spolu představitelé průmyslu cestovního ruchu a vlády měli více komunikovat. Vést jednání, aby Praha byla ve světě ještě více poptávána. Prvotní a nejdůležitější je dostat lidi do města a teprve pak jim zde poskytovat kvalitní služby. Kvůli hotelům (až na výjimky) turisté a obchodníci nikdy nikam necestují. Proto je velmi důležitý prodej a pověst destinace jako takové. Konkurence je velmi vysoká, Londýn, Řím, Berlín, Paříž, to jsou všechno konkurenční evropské metropole. Přál bych si proto, aby spolu průmysl cestovního ruchu a vláda lépe komunikovaly.

Připravila Lucie Bublíková

>>> www.ichotelsgroup.com





Koncem roku 1978 jsem začal pracovat jako metodik pro hudební obory do Obvodního kulturního domu Prahy 10. Díky této štaci jsem se seznámil s Jiřím Hoškem a jeho country skupinou Newjyou, pražskými Poutníky (pozdější Blanket), Pražskou Disharmonií atd. Ti mne poseznamovali s dalšími osobnostmi české country. Pomohli mi rozjet Folk & Country scénu Zahradního Města a inspirovali k zorganizování vůbec prvního country bálu v KD Barikádníků, který moderoval Miloslav Jakub Langer a na němž country tance učil Jasan Bonuš. Na „Barče“ hrávaly i Schovanky, a už tehdy jim dělal zvukaře Jirka Petrák, s nímž jsem se po více než dvaceti letech potkal. Může za to Lucie Bublíková



vá, která je členkou Caramelly. Nejen, že zvládá studium a psát pro Všudybyl, ale báječně tancuje a ďábelsky stepuje. Díky ní jsem se 1. dubna ocitl v sále Staropramenu v Praze na country zábavě Scandinavian Country Clubu. A protože organizátorem českého programu pro cca dvě stě Dánů je pan Jiří Vašák, šéf taneční skupiny „Caramella“, požádal jsem jej o komentář.

V roce 1997 byla Caramella pozvána na největší dánský country festival Scandinavian Country Clubem do města Silkeborg. Tři tisíce diváků nám již od

Dánové tleskali Caramelle

první ukázky aplaudovaly ve stoje a tanečníci Caramelly měli autogramiádu jako renomované americké kapely či hosté z Anglie, Norska, Holandska, Irska a Německa. Caramella byla do Silkeborgu pozvána i v roce 1999 spolu s doprovodnou kapelou Nota Bene. V dalších letech naše kroky mířily převážně do Francie, Itálie, Švýcarska a Rakouska. V lednu letošního roku mne Scandinavian Country Club požádal, abych připravil víkendový program jejich jarní návštěvy Prahy. Na pátek si přáli nejznámější českou country kapelu v zahraničí, držitelku Ceny Evropy za nejlepší jevištní projev za rok 2003, jabloneckou Country Sisters. Na sobotu kapely Schovanky a Nota Bene a taneční skupinu Caramella. Nota Bene hraje výbornou akustickou country, která pohladí na duši. Spolu s Caramellou má navíc řadu vystoupení. Je výborně disponovaná k výuce jednoduchých country tanců, která je oblíbenou součástí programů firemních večírků. Osvědčuje se totiž při nastolování přátelské neformální atmosféry a seznamování klientů.

Potvrzuji, a to nejen jako pamětník-organizátor country bálů, ale i coby účastník dnešní výuky společně s Dány. Navíc, vystoupení kapel báječně umocňovala sólová i skupinová vystoupení členů Caramelly. Pane Vašáku, mezi hlavní témata vydání Všudybylu, v němž vyjde toto interview, patří incentivní turistik. Co Caramella a její uplatnění?

Caramella vystupovala na desítkách firemních a propagačních akcí v Česku i zahraničí. Pro firmy, jako např. Siemens, Hewlett Packard, Tchibo, Castrol, Olympus, Ringier, ČSA, HIS jeans, Lewis, Wrangler; na akcích jako ples Květů na Žofíně,

Hlas Ameriky z Lucerny, v rámci zábavných pořadů TV Nova aj. Repertoár Caramelly tvoří country a westernová taneční čísla; efektní country step – clogging – americký styl; styl Chicago 30. léta; francouzský kankán; irský step; cheerleaders; čtyři lehce eroticky laděná muzikálová taneční čísla včetně stepu a vámi absolvovaná výuka country tanců. Počet tanečníků přizpůsobujeme velikosti akce, přáním klientů a finančním možnostem. Minimální počet jsou dva páry či čtyři dívky. Máme i dětskou taneční skupinu Caramellka.

>> www.caramella.cz



CARAMELLA
P R A H A

Jiří Vašák, agentura Dancing

caramella.country@worldonline.cz
mobil: 603 842 155

Bez cestovního pojištění raději ani krok

Stejně důležité na cestě do zahraničí jako pas, peníze, lékárnička a průvodce je bezesporu pojištění. Ani v cizině se totiž turistům nemusí vyhnout úraz a pravděpodobnost akutního onemocnění roste úměrně s kilometry, s nimiž se vzdalují od domova. Dokonce i banální zdravotní problém se může stát velkou finanční zátěží, vážné zdravotní komplikace by dokonce mohly kohokoliv z nás zadlužit na zbytek života. O tom, co všechno nabízí cestovatelům, kteří vyjíždějí na dovolenou s cestovní kanceláří, Česká pojišťovna, informuje manažerka klíčových klientů České pojišťovny Ing. Dagmar Rosíková.



Ing. Dagmar Rosíková

Klientům cestovních kanceláří a cestovních agentur, kteří vyjíždějí do zahraničí za účelem rekreace, nabízí Česká pojišťovna cestovní pojištění Turista. Turista je komplexem pojištění chránícím pojištěné před dopady různých nehod a nešťastných událostí. V první řadě jde o nejdůležitější pojištění léčebných výloh. Z něho se hradí nezbytné náklady na ošetření při úrazu nebo nenadálém onemocnění, náklady na léky, přepravu do nejbližšího zdravotnického zařízení i převoz do místa trvalého bydliště. Součástí tohoto pojištění je i nepřetržitá asistenční služba v českém jazyce, jejíž pracovníci pomohou každému, kdo se v zahraničí dostal do složité situace. V nouzové situaci je možné ji vytočit na účet volaného z kteréhokoli místa v zahraničí. Kontaktní spojení jsou uvedena v dokumentech, které pojištěný obdrží při sjednání pojištění. Klientovi je zajištěna pomoc kdekoliv ve světě a je v jeho zájmu, aby asistenční službu kontaktoval. Nezbytné je to zejména při závažnějších událostech.

Jaké další produkty ještě balíček cestovního pojištění Turista obsahuje?

Za prvé je to úrazové pojištění, kterým se vyvarujete finanční závislosti v době nezbytného léčení úrazu, nebo v případě, že úraz zanechá trvalé následky, a z kterého je poskytnuto plnění pozůstalým v případě smrti pojištěného následkem úrazu. Za druhé je to pojištění odpovědnosti za škodu občana, které vás zbaví nepříjemných starostí v okamžiku, kdy v cizině něco neúmyslně rozbijete, poškodíte, zničíte nebo někoho zraníte. A z pojištění cestovních zavazadel získáte náhradu za poškozené, zničené nebo ukradené věci, které jste měli s sebou na cestách. Důležité je, že všechny tyto druhy pojištění obdrží klient automaticky se zájezdem v jedné pojistné smlouvě.

Co nabízí Česká pojišťovna těm, kteří jezdí do zahraničí opakovaně?

Pro ty, kteří vyjíždějí do ciziny často a neustále

běhání do pojišťovny považují za ztrátu času, je ideálním řešením pojištění Odysseus. Česká pojišťovna má ve své nabídce několik typů ročního pojištění Odysseus, které se liší územní platností – Evropa s pojistným 1700 Kč a Svět v hodnotě 2900 Kč – nebo náplní zahraniční cesty. Všechny v sobě zahrnují balíček cestovního pojištění, tedy kromě pojištění léčebných výloh je to i úrazové pojištění, pojištění odpovědnosti za škodu občana, pojištění cestovních zavazadel i bohatou nabídku asistenčních služeb. Majiteli této karty pak zajišťují za nízkou cenu komplexní pojistnou ochranu při jednotlivých cestách trvajících najednou nejdéle 35 dnů, přičemž počet cest není během roku nijak omezen.

Je třeba i dnes, když jsme v EU, do dalších členských zemí sjednávat cestovní pojištění?

Po vstupu České republiky do Evropské unie došlo ke změnám v poskytování zdravotní péče občanům ČR v ostatních členských zemích EU. V souvislosti s Nařízením Rady EHS jsou české zdravotní pojišťovny povinny zpětně hradit péči poskytnutou svému pojištěnci ve všech těchto státech. To znamená, že čeští pojištěnci mohou v uvedených zemích čerpat zdravotní péči, a to za stejných podmínek jako tamní obyvatelé, tedy včetně finanční spoluúčasti. Při uplatňování nároku však platí několik pravidel a omezení, na která je dobré pamatovat a díky kterým se vyplatí uzavřít cestovní připojištění. Pokud se plně spolehnete na mezinárodní dohody, nejspíše se nevyhnete řadě nákladů, které si budete muset hradit sami. Nemluvě o administrativních komplikacích – nejbližší zdravotnické zařízení může být soukromé, úhrada spoluúčasti nebo náklady spojené s přepravou zpět domů nemusí být finančně zanedbatelné a navíc budete odkázáni sami na sebe. Pokud budete mít uzavřené komerční cestovní pojištění, pojišťovna uhradí i tyto náklady, stejně jako náklady na repatriaci do zdravotnického zařízení nebo zpět domů. Spolu s touto finanční jistotou získáte oporu i v asistenční službě, která vám se vším pomůže a bude za vás komunikovat s lékařem v jeho rodném jazyce. Vždyť dobře popsat akutní zdravotní potíže v cizím jazyce nemusí být pro mnohé z nás nic jednoduchého. Na dovolenkových cestách je tedy nejlépe chránit se kombinací obou



ČESKÁ POJIŠŤOVNA
Chráníme vaše sny



způsobů pojištění – zdravotního i komerčního. Těto rady se v loňském roce držel více než milion našich klientů, kteří s cestovním pojištěním České pojišťovny vyjeli do zahraničí a v letošní sezóně se očekává, že jich bude ještě více.

Může se stát, že někdo do zahraničí vyjíždí individuálně, navíc zcela nečekaně a nestihne se nebo se dokonce zapomene pojistit. Má ještě nějakou šanci?

I na takové případy Česká pojišťovna myslí. Všichni, kteří potřebují nenadále vyjet na služební cestu do zahraničí, si mohou snadno a rychle sjednat cestovní pojištění prostřednictvím internetových stránek České pojišťovny na adrese www.cpoj.cz, a to ještě s desetiprocentní slevou na pojistném. Kromě toho mají šanci pojistit se například těsně před odletem na přepážce České pojišťovny přímo na letišti v Ruzyni, která je otevřena každý den, tedy i o víkendech vždy od 7 do 22 hodin. Cestovatelé, kteří se z jakéhokoli důvodu nestihli pojistit před svou cestou do zahraničí, mohou svoji „zapomnětlivost“ napravit. Pojištění na kterékoli přepážce České pojišťovny za ně může uzavřít rodinný příslušník dodatečně, s tím, že začátek jeho platnosti je o několik dnů odložen.

Na co všechno by si měl turista dát před odjezdem do ciziny pozor?

Česká pojišťovna nabízí cestovní pojištění v širokém rozsahu a pro různé cesty. Takže je nutno vše uvážit a vybrat si odpovídající pojištění s ohledem na plánovanou cestu. Pokud váš pobyt v zahraničí organizuje cestovní kancelář a ujišťuje vás, že v ceně zájezdu je zahrnuto i cestovní pojištění, ověřte si, zda je jeho součástí skutečně „nejdůležitější“ pojištění, tedy pojištění léčebných výloh. Jestliže vás rozsah pojištění neuspokojí, pojistěte se raději ještě individuálně. V neposlední řadě je důležité ujistit se, zda je cestovní kancelář pojištěna proti úpadku. Pokud vycestujete s takto pojištěnou cestovní kanceláří, nehrozí vám, že se nebudete mít jak vrátit domů, když kancelář v průběhu vaší dovolené zkrachuje. Seznam pojištěných cestovních kanceláří najdete buď na internetových stránkách pojišťovny a na internetových stránkách ministerstva pro místní rozvoj nebo požádejte vámi vybranou cestovní kancelář o předložení certifikátu.

-ČP-

www.cpoj.cz



Slavnostní večer v Divadle Kalich

Ve středu 12. dubna cestovní kancelář Čedok zvala na slavnostní večer, v jehož rámci předala ceny svým nejúspěšnějším prodejcům. Kromě předání cen a gratulací oceněným se generální ředitel Čedoku Ing. Miroslav Res zdárně zhostil i role baviče, a to v rámci talk show Jana Krause a Evy Holubové.

>> www.cedok.cz

Prodejece pobytových zájezdů PCR mimo internet

- 1 Jarošík, Klatovy
- 2 Čas, Beroun
- 3 Hrubá-Kaczmarczyková, Poruba

Prodejece poznávacích zájezdů PCR mimo internet

- 1 Racek, Ústí nad Orlicí
- 2 DM, Chomutov
- 3 Kotrčová, Pelhřimov

Internetový prodejce zájezdů PCR

- 1 Zájezdy.cz, Třebíč
- 2 Net Travel, Praha
- 3 Invia.CZ, Praha

Prodejece zájezdů DCR

- 1 Gottlieberová, Česká Lípa
- 2 Benešová CA, Benešov
- 3 Náchodská CA, Náchod

Skokan roku

- 1 Lostris, Třebíč
- 2 Globus Tour, Kolín
- 3 Axia, Mělník



smart **Wings**

EVROPSKÁ
Cestovní Pojišťovna a.s.

divadlo **kalich**



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

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

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

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

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem

Vynikající **typicky česká** a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka **menu** pro turistické skupiny



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

Novoměstský pivovar s.r.o.

Vodičkova 20, 110 00 Praha 1
tel./fax: 222 232 448, 222 231 662,
602 459 216

e-mail: sales@npivovar.cz
www.npivovar.cz



Dovolená a Region 2006

20. dubna v konferenčním sále Výstaviště Černá louka v Ostravě jako doprovodný program k navazující výstavě „Dovolená a Region 2006“ se pod záštitou náměstka hejtmána Moravskoslezského kraje Mgr. Pavla Drobila a náměstka primátora statutárního města Ostravy Ing. Víta Rupricha uskutečnila mezinárodní konference „Doprava – předpoklad i nástroj rozvoje cestovního ruchu“. O krátké vyjádření jsem při té příležitosti požádal zastupitele Moravskoslezského kraje Ing. Josefa Jalůvku.



Ing. Josef Jalůvka

Je velmi dobré, že se v Ostravě podařilo udržet tradici pořádání těchto konferencí. Zařadila se do republikového a mezinárodního kalendáře významných akcí cestovního ruchu. Pravidelně (letos již popáté) se jí účastní lidé podnikající a pracující

v různých oblastech tohoto hospodářského odvětví. Přicházejí s novými nápady, jejichž realizace rozvíjí množství turistických atraktivit a zvyšuje rozsah služeb. Za dobu pěti let mohu konstatovat, že právě tato konference dala směr marketingové strategii rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska. Desítky projektů už jsou realizované. A tak se dnes může hovořit o kvalitě služeb, o úrovni a skladbě produktových balíčků, řeší se legislativní problémy, což je značný posun vpřed. Důležité bude, aby státní orgány umožnily další rozvoj aktivit cestovního ruchu a uvolnily podmínky pro podnikání v cestovním ruchu. A aby někteří z vysoce postavených činitelů nevnímali cestovní ruch pouze jako kufr a hotel.

Více o konferenci naleznete na www.tourisms.cz.

- >> www.cerna-louka.cz
- >> www.kr-moravskoslezsky.cz



Horská služba ukončila zimní sezonu

Horská služba ČR, o.p.s. ukončila 30. dubna zimní sezonu 2005/2006. Ta v porovnání s loňskou přinesla 12% nárůst úrazů. Celkově jich bylo zaznamenáno 7827, což je oproti minulé sezoně (se 7084 úrazy) nárůst o 743. 18 % z celkového počtu úrazů tvořilo poranění hlavy (1374). Horská služba ČR, o.p.s. v roce 2005 hospodařila s rekordním rozpočtem 137,7 mil. Kč, z nichž dotace Ministerstva pro místní rozvoj ČR činily 125,2 mil. Kč a 12,5 mil. Kč bylo ze zdrojů Horské služby ČR. Od konce roku 2004 má Horská služba statut obecně prospěšné společnosti, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Rok 2005 byl tedy prvním, který jí umožnil fungovat s kvalitnějším a efektivnějším financováním. V současné době má 59 zaměstnanců – záchranářů a 5 administrativních pracovníků. Na začátku zimních sezon přijímá přibližně 40 sezonních pracovníků. Pro služby a mimořádné události je její stav doplňován dobrovolníky z občanského sdružení Horská služba České republiky. Horská služba ČR, o.p.s. má 9 lavinových psů, které využívá pro plošná vyhledávání, a 45 speciálně vyškolených leteckých záchranářů.

„Nárůst počtu úrazů byl způsoben délkou letošní sezony. Ta byla v některých zimních střediscích zahájena již koncem listopadu a ukončena prvním květnovým víkendem. Trvala tak přes pět měsíců. Nyní začíná krátké přechodové období mezi zimní a letní sezonou, během kterého probíhají školení a prověřování našich zaměstnanců a členů. Letní sezona bývá méně náročná než zimní. Využíváme ji proto k opravám budov, techniky a materiálů, školení zdravotních škol, jednotek Policie ČR a zdravotních záchranářských služeb. Zaměstnanci čerpají dovolenou, kterou nelze v rušném zimním období poskytnout. I v tomto období ale zajišťujeme běžné služby na stanicích a v horském terénu. V každé horské oblasti je zabezpečena 24 hodinová dispečerská služba, která je doplněna o služby v denním čase“, řekl náčelník Horské služby ČR Jiří Brožek.

Počty úrazů podle jednotlivých oblastí

Šumava	688
Krušné hory	772
Jizerské hory	1016
Krkonoše	2927
Orlické hory	688
Jeseníky	1005
Beskydy	731

Porovnání zimních sezon

	2004/2005	2005/2006
Celkový počet úrazů	7084	7827
Úmrtí na horách	13	10
Pátrací akce	79	61
Počet hodin při pátracích akcích	1239	689
Najeté kilometry při pátracích akcích	3491	3517

„Původní rozpočet Horské služby na rok 2005 byl navýšen z rezerv Ministerstva pro místní rozvoj ČR o 14,2 milionů korun. Tyto prostředky byly určeny na investiční akce, jakými byl např. nákup služebních vozidel pro rychlou přepravu osob a raněných. V roce 2006 má Horská služba k dispozici finanční prostředky v celkové výši 120,5 milionů korun. Dotace ministerstva činí 110 milionů Kč a Horská služba předpokládá vynaložení 10,5 milionů Kč z vlastních zdrojů,“ uvedl ministr pro místní rozvoj Radko Martínek.

➤ www.mmr.cz
➤ www.horskaslužba.cz





Smart Wings z Budapešti

Smart Wings začne od zimního letového řádu provozovat pravidelné nízkorozpočtové linky z Budapešti do Paříže, Říma, Milána a Prahy. Budapešť se tak stane druhou základnou, odkud bude Travel Service provozovat přímé lety pod značkou Smart Wings po Evropě. Linky z Budapešti do Paříže budou provozovány 7x týdně. Do Říma, Milána a Prahy 6x týdně (mimo soboty). Na linkách budou nasazována letadla typu Boeing 737 - 500. Prodej jednosměrných letenek už byl zahájen a lze je pořídit od 190 Kč + letištní poplatky. V ceně letenky je zahrnuto lehké občerstvení. Cestujícím, kterým společnost Sky Europe zruší jejich let z Prahy do Amsterdamu, Paříže, Říma, Milána a Barcelony nabízejí Smart Wings přepravu do těchto destinací zdarma (po předložení platné letenky ke zrušenému letu - cestující hradí pouze letištních poplatky). Smart Wings je připraven nabídnout cestujícím pomocnou ruku i při případném rušení letů společností Sky Europe z Budapešti a Bratislavy. Nabídka je omezena počtem volných míst v letadle. Dnes Smart Wings létají na pravidelných linkách do Paříže, Říma, Milána, Amsterdamu a Madridu. Od června začnou z Prahy létat také do Benátek, Barcelony, Malagy a Gerony, Kodaně, Bruselu a do destinací kolem Černého moře - Burgasu a Varny. Stejně jako loni budou letadla Smart Wings směřovat do přímořských letovisek kolem Středozemního moře - Palmy de Mallorca, Heraklionu, Larnaky a Soluně. Letenky je možné rezervovat a kupovat nejen on-line na webových stránkách www.smartwings.net, ale také telefonicky, v cestovních kancelářích a u prodejců letenek. Prostřednictvím webu lze provést i on-line rezervaci hotelů či si v každé z destinací, do které letadla v barvách Smart Wings směřují, půjčit automobil.

>>> www.smartwings.net



Nejlepší investice roku 2005 IATCC Praha

V rámci slavnostního večera na závěr prvního dne 11. mezinárodního stavebního veletrhu v Brně byl budově nového Národního integrovaného střediska řízení letového provozu v Jenči u Prahy (IATCC Praha) udělen titul „Nejlepší investice roku 2005“. Veřejnou neanonymní soutěž TOP INVEST o nejlepší investiční záměr v roce 2005 vyhlásilo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a Svaz podnikatelů ve stavebnictví ČR ve spolupráci s Veletrhy Brno, a.s. Jejím posláním je podpořit investiční výstavbu v České republice a ocenit přínos investorů pro rozvoj hospodářství České republiky, jejích regionů, obcí a měst. Je vypisována pro investice realizované na území České republiky bez ohledu na státní příslušnost projektanta, architekta nebo místa registrace realizační firmy. Odborná porota ocenila zejména dlouhodobý přínos investice pro oblast civilní letecké dopravy v České republice, kvalitní způsob financování, ekonomické parametry a vysokou návratnost investice.

hodnocení A+/czAaa. Stejně jako v předchozím roce je nejvyšší možné, jehož může dosáhnout komerční subjekt v České republice. Projekt IATCC Praha je největší investiční akcí v historii ŘLP ČR, s.p. (celková cena 3,5 mld. Kč - 1,2 mld. stavba, 2,3 mld. technologie pro řízení letového provozu). Financování projektu je zajištěno z vlastních zdrojů podniku a z investičního úvěru bez požadavků na státní rozpočet. Hypermoderní středisko řízení letového provozu umožní výrazně efektivnější poskytování letových provozních služeb, technologii práce, obnovu a modernizaci ATM systémů včetně realizace prvků civilně vojenské integrace. Svým zprovozněním na počátku roku 2007 umožní držet nejvyšší kvalitu poskytování letových provozních služeb a zajištění bezpečnosti letového provozu i při dalším nárůstu zájmu o vzdušný prostor České republiky.

>>> www.ans.cz
>>> www.sps.cz
>>> www.bvv.cz



V rámci realizace IATCC se jedná již o druhou významnou cenu, kterou tento projekt obdržel. V září 2005 byl vyhlášen „Stavbou roku 2005“ Vyzdvihnuto bylo především vytvoření techniky, technologicky a architektonicky ojedinělé stavby se zřetelem na vytvoření velkorysého vnitřního prostoru. Plynulou ekonomickou realizací projektu potvrdila i pravidelná ratingová analýza hospodaření ŘLP ČR, s.p. a jeho finanční stability v roce 2005. Podnik opětovně získal od společnosti CRA RATING Agency, a.s., která je afilačním partnerem světové ratingové agentury MOODY'S INVESTORS SERVICE, ratingové



Řízení letového provozu
České republiky



Systém automatických pokladen

Letiště Praha, s. p. jako jeden z prvních obchodníků v České republice zavedlo v běžném provozu systém nových samoobslužných automatických pokladen s integrovaným platebním terminálem, který umožňuje hradit parkování nejen hotově, ale nově také pomocí platebních karet. Samoobslužné terminály jsou k dispozici v odletových a příletových halách i přímo v krytém parkovišti C. Jejich obsluha je snadná. Ten, kdo platí za užití parkoviště, postupuje v podstatě stejně jako zákazník, který v jakémkoliv obchodě platí kartou.

Rozdíl je pouze v tom, že tento terminál obsluhuje sám – bez asistence prodávče nebo jiné třetí osoby. Terminál naviguje uživatele krok za krokem jednoduchými pokyny, které se objevují na jeho displeji, a to v češtině, angličtině, němčině a francouzštině. Systém zatím slouží klientům, kteří používají platební karty MasterCard a Maestro. V současnosti se jedná o certifikaci těchto zařízení také pro platební karty mezinárodní asociace Visa. Automatické pokladny vyvinula společnost Designa ve spolupráci s hlavním subdodavatelem, českou společností Sonet, která zajišťuje vývoj a dodání HW a SW komponent pro bezhotovostní platby.



Internetové odbavení na Letišti Praha-Ruzyně

Letištní výbor pro bezpečnost schválil používání systému internetového odbavení na Letišti Praha, s. p. Letecké společnosti tak mohou od poloviny dubna 2006 žádat o schválení postupu internetového odbavení. Internetové odbavení zrychluje a zjednodušuje leteckou dopravu. Využívat ho mohou cestující s příručními zavazadly, pro které tento způsob znamená pohodlnější a rychlejší cestu do letadla. Zatím žádné letiště, které používá odbavování po internetu, nezaznamenalo negativní zkušenost s tímto systémem.

Obecná pravidla internetového odbavení

Pasažér na internetových stránkách leteckých společností, které systém užívají, zarezervuje a zaplatí elektronickou letenku. Tím okamžikem se jeho rezervace dostává do rezervačního systému a na internetu se může také odbavit. Samozřejmě, pokud letecká společnost, u které letenku kupuje, internetové odbavení podporuje. Cestující si vybere místo v plánu kabiny a vytiskne si palubní vstupenku. Ta vypadá stejně jako vstupenka, kterou by dostal přímo na letišti u odbavovací přepážky (check-in). Liší se pouze její formát, podle toho, pro jaký se

rozhodnou jednotliví cestující při tisku. Po příchodu na letiště už pasažér nemusí k odbavovací přepážce (check-in), ale prochází pasovou a bezpečnostní kontrolou přímo do odletové čekárny. Aby nedošlo ke zbytečným problémům, měl by si každý cestující s palubním lístkem vytištěným mimo letiště před odletem zkontrolovat na informačních tabulích v odbavovacích halách, jestli platí číslo odletové čekárny uvedené na vstupence. Cestující se pomocí internetového odbavení vyhne frontám u odbavovacích přepážek. Ušetří čas a zajistí si větší pohodlí. Pokud let nestihne, může v takovém případě opět po internetu zrušit své odbavení. Je ale nutné ověřit si u letecké společnosti, se kterou chtěl cestovat, s jakým časovým předstihem to musí udělat.

Porovnání s klasickými palubními vstupenkami

Stejně jako u klasických, tak i u elektronických vstupenek platí, že jeden člověk může mít jen jednu palubní vstupenku, která projde kontrolou při nástupu do letadla. Pokud vstupenku ztratí, může si nechat vystavit novou u odbavovací přepážky. Konkrétní pravidla pro internetové odbavení určují jednotlivé letecké společnosti. Společnosti, které plánují zavedení E-check in v Praze: Air France, KLM, British Airways, Swiss Air Lines, Finnair a Lufthansa.

Mgr. Veronika Sedláčková

>>> www.prg.aero
>>> www.hvbbank.cz



ČSA mezi nejlepšími osmi

Za první čtvrtletí přes milion cestujících

České aerolinie přepravily za období od ledna do března 1,01 milionu pasažérů. S národním dopravcem tak cestovalo o 4,3% cestujících více než ve stejném období loňského roku. Oproti předchozím roků, kdy došlo k výrazné expanzi v počtu letů i destinací, se letos ČSA zejména zaměřují na zlepšování efektivity nabízených kapacit. Nárůstu se podařilo dosáhnout navzdory počasí, které bylo tuto zimu pro leteckou dopravu extrémně nepříznivé. Pravidelné linky ČSA přepravily o čtyři desetiny procenta více pasažérů než v prvním čtvrtletí roku 2005. Nejvýznamněji vzrostla charterová přeprava, kde se počet přepravených (přes 104 tisíce) meziročně zvýšil o 57,3%. ČSA se dále snaží rozšiřovat nabídku charterových spojení do turisticky zajímavých oblastí. Nově se mohou turisté s ČSA dostat např. na Kapverdeské ostrovy. Rovněž v přepravě zboží a pošty zaznamenaly ČSA nárůst. Oproti stejnému období loňského roku se objem carga v prvním čtvrtletí zvýšil o 6%.

Pod křídly ČSA

České aerolinie, a.s. jsou podle počtu přepravovaných cestujících největší národní leteckou společností v rámci nových členských zemí Evropské unie. V roce 2005 překročily hranici 5 milionů přepravených cestujících. Od roku 2001 jsou členem jedné z předních světových aliancí leteckých dopravců – SkyTeam. ČSA v současné době nabízí spojení do 119 destinací v 52 zemích světa. Jejich flotilu tvoří 50 letadel typu ATR 42/72, Boeing 737 a Airbus A310/A320/A321. V lednu 2006 České aerolinie již druhým rokem získaly ocenění „Nejlepší letecká společnost ve východní Evropě“ (Best Airline in Eastern Europe) v rámci hodnocení amerického odborného časopisu Global Traveler (Annual GT Tested Awards). Poslední dva roky po sobě byly také vyhlášeny mezinárodní leteckou organizací OAG (Official Airline Guide) s centrálou v Londýně jako „Nejlepší letecká společnost se sídlem ve střední/východní Evropě“ (Best Airline based in Central/Eastern Europe) a zároveň zařazeny mezi osm nejlepších aerolinií světa v roce 2005. ČSA se dlouhodobě angažují v oblastech obecně prospěšných projektů a kultury. K nejvýznamnějším patří program výuky angličtiny pro děti z dětských domovů pod názvem „Pod křídly ČSA“, podpora postižených sportovců Českého paralympijského týmu a spolupráce na přípravě festivalu Pražské jaro.

>>> www.csa.cz



Munții Suhardului 2

Kdyby, ti bejci, věděli

Úterý 30.8. Mlha. Viditelnost ani ne na dvacet metrů. Veliké kapky rosy na konci stébel září jako korálky. Za nedlouho mlha klesá a z východní strany kopce se jí prodírá oranžové cosi. Takže jsem i nejsem na výslunni. Vařím ze spacáku. Než jsem dovařil a začal jíst ovesné vločky, je tu! Nádherná ranní inverze. Co by za to který fotograf dal. A já taky, kdyby můj foťák nestávkoval. A protože mne opět čeká prodírání se kosodřevinou, volím jako cestovní úbor goretexový komplet. Podle mobilu vyrážím v 8 hodin (hodinky mi opět nejdu). Jdu klečí, pak nízkou smřčinou kamsi dolu do mlhy. V lesíku jsou sice prošlapané koridory, ale plné hlubokého černého bahna, rozhamtaného od krav. Postupuji velmi pomalu. Téměř není kam šlápnout, aby to neudělalo „ssschlamst“. Jedinou pozitivní věcí v tomto bahništi byly turistické značky na stromech. Pak jsem se definitivně ocitl v husté mlze na louce, která mne (značek nevidíc) svádí kamsi dolů. Po stranách sešupu je to hodně z kopce a jsou tam stromy. Vidím prd, kam jdu. A už vůbec, kam bych měl jít. Průvodce avizuje dlouhý sestup do hlubokého sedla v oblasti Obcina Diecilor. Slyším zvonce. Konečně civilizace. Ale ouvej. Koušíček ode mne se z mlhy se vynořilo šest bejků. Netváří se přátelsky. Vybavila se mi scéna z filmu „Všichni dobří rodáci“, jak tam jeden takový podle scénáře zamordoval Waldemara Matušku. Přistihl jsem se, jak si

zpívám: „Mám trochu strach, když se dolů vrátím...“ Ale pak jsem, těm bejkům, začal hulákat: „Halijá hej hou, běžte kravičky moje. Vy máte tu smůlu a v tom to vězí, halijá hej hou, běžte kravičky moje, tam kde řezník vás promění na hovězí.“ Tuří mne pozorně poslouchali. Dokonce tak soustředěně, že se přestali pást a přežvykovat. Jenom věřili. Tak krásně jsem jim to zpíval. Ostatně, kdyby věděli, že mi mají co oplácet za víc jak metrů tatarských bifteků, co jsem kdy zkonsumoval, asi by se nad tím zpěvem tak neustrnuli.

Už jsem se chtěl podle azimutu

V mlze jsem došel k jakýmsi salaším. Slunce se prodírá mraky. V jeho přízračném svitu jsem objevil hřbet kopce a vydal se po něm. Ale jen do času. Sedím nad někdejším vojenským zákopem nad okrajem lesa a čekám, jestli něco a někam uvidím. Naproti, zřejmě přes údolí, jsem v cárech mlhy zahlédl zalesněný hřeben. Už jsem se chtěl podle azimutu pustit lesem dolů (a to bych si dall!), avšak po levé ruce jsem nachvilku dírou v mlze zahlédl jakoby spojovací hřebínek. Vydal jsem se k němu a ona se na něm vyklubala značená cesta. Modrý pruh, modrý trojúhelník a dokonce i „můj“ červený pás. Cesta vedla lesem přes sedlo zavalené mnohaletými i zcela čerstvými polomy. Po značené cestě jsem pak lesem pokračoval i na druhé straně dělicího údolí. V 10.21 jsem si udělal přestávku. Zul jsem boty a orosil si nohy v trávě. Báječné! Dumal jsem nad tím, jak zbavit nohavice goretexových gatí zabahnění až po rozkrok. Zítra bych se totiž měl ocitnout v civilizaci, a když není nezbytno, nemusím v ní chodit zaprasen. Asi by to chtělo smýt bahno nějakou houbičkou. Mohutné, vodou nasáknuté mechy vedle cesty mne velmi zaujaly. „A jak řekli, tak udělali...“ Sundal jsem kalhoty a jal se jimi intenzivně objíždět mechoviska. Fantastický čistící efekt. Za chvíli byly široko daleko podél cesty rostly samé takřka vyždímané a lehce zabahněné mechy.

Těžká pohoda kolkolem

Vyšel jsem z lesa a pokračuji po cestě přes rozlehlé ohrazené pastviny se stády dobytka a koní. Z dále, od vrat jedné z ohrad, kudy vycházela má značená

cesta, se ozývalo zoufalé bučení. Ohradu jsem raději opustil jinudy a dříve. To že jsem přešel klády, mi zřejmě ušetřilo velkou komplikaci. Co tam řvalo jako kráva, bylo pět býků, kteří byli v ohradě zavření spolu s jalovicemi a tlačili se u východu z ohrady. No, zřejmě čeho je moc, toho je i na plemenné býky příliš.

12.20 Dělam obědovou pauzu pod Fărăoane (1715) a vyhřívám se na výslunni a pasu na brusinkách. Těžká pohoda se rozlévá kolkolem. Ve 13.30 pokračuji v chůzi. Nahoru na Fărăoane se mi nechtělo. Polední úpalem jsem jej traverzoval po vojenské cestě. Z pod Fărăoane vytéká silný pramen, a tak v něm páchám hygienu. Prošel jsem



krs les stále po cestě. Potom přes polanu kolem salaší s tím, že bude-li někde voda, že si udělám večeri. Kolem Șaunele jsem to vzal po modré značce, protože napajadela kolem salaší se mi nelíbila. V 16.30 jsem na vaření zarazil u staříckého koryta v lese. Opět dělám rýži, abych měl brkaši pohotově na cestu. Pak strmě stoupám průsekem. Ovčí bobky a otisky kopýtek dokazují, že se tudy kamsi vede cesta. Z lesa jsem se vynořil u ohrad. V 18.30 jsem na dvojrvcu. Je tam chlap. Má sekeru, baťoh, triedr a vysílačku (zřejmě hlídá, kde kdo ve velkém káci načerno). Ptá se mne odkud jdu, zda se nebojím medvědů a kde budu spát. Naznačuji mu, že přímo tady na vrcholku. Ještě než odešel, měl jsem stan postavený.

>> www.romaniatourism.cz

