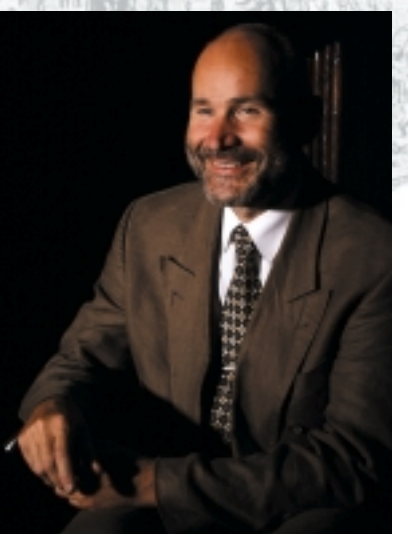
Některé sem viděl, že nic nedělali, než převlékali se, jiný a jiný kroj na sebe berouce; jiní vymýšleli nový způsob stavení[1], a po chvíli bořili to zase; v pracech toho i jiného se chytali, a všeho nechávali, vše s jakousi neustalostí. Nebo jestliže kdo od svého břemene, s kterýmž se natáhal, umřel neb je opustil, hned se jiných několik našlo, kteříž se o ně táhali, vadili, rvali až ku podivu. Mezitím žádný ze všech nebyl, kterýž by něco promluvil, učinil, postavil, aby mu toho jiní nevysmáli, nezopálali[2], nezbořili. Někdo něco s znamenitou prací a nákladem vzdělal, znamenitě sobě se v tom zalibuje, ať mu to přijda jiný skácel, zboří, zkazil: takže sem neviděl, aby kde kdo co v tom světě udělal, čehož by zase někdo nezkazil. Někteří ani na jiné nečekali, bořili hned po sobě sami: až sem se té bláznivé vrtkavosti a daremnímu kvaltování divil.

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

[1] *držení těla* [2] *nepomluvili*

Některé sem viděl, že nic nedělali, než převlékali se



Místní, regionální, zemské i národní ekonomiky těží z toho, že umocňují (často za cenu mystifikací) obecně i globálně akceptovatelné asociace, aby s jejich pomocí propagovaly sami sebe na domácích i světových odbytištích. Ale abychom v Česku (řádově tisíců) podložených spojení, např. Česko – zemí vynálezce kontaktní oční čočky Josefa Vichterleho (stamiliony uživatelů) nebo Sigmunda Freuda, využívali k prosazování hospodářských zájmů Česka? To spíš obráceně. Ale ani světoznámý rodák z Nového Jičína nemůže za to, že se některé námi volené orgány chovají tak, jak se chovají, tedy jako orgány. Všude po světě znají plzeňské a platí dolary. Ale že v Česku existuje Plzeň, jejíž jméno po celém světě propagují stovky pivovarů produkující pivo plzeňského typu a znají miliony spotřebitelů či Jáchymov, jehož zde ražené stříbrné tolary inicovaly nejmocnější měnu světa (miliardy uživatelů), to úspěšně tutláme. Kdy kdo přijde s heslem: „Umožněme Česku – krajině, pamětihodnostem, kulturnímu odkazu atd. na nás vydělávat.“ V Česku je posledních dvanáct let ekonomická podstata cestovního ruchu notoricky ignorována. Místo toho, aby České republice vytvářel hrubý domácí produkt v objemu celého jejího současného, je coby hospodářská disciplína většině lidí volný. Už jenom uvažovat nad tím, jak prostřednictvím cestovního ruchu každoročně získat desítky miliard dolarů do ekonomiky pak, zdá se, evidentně obtěžuje ty, kteří mají diametrálně jiné „důležitější záležitosti“, jež musí během svých volebních mandátů stihnout.

Jaromír Kainc, nakladatel Všudybylu

Hoteliér roku 6

Zahraniční turisté v Česku 7

Novoměstský pivovar 7

Když vím, jak na to 8–9

Kongresový hotel v Přerově 10

Jak vnímají postavení cestovního ruchu v Česku? 10–11

George Robertson v Le Palais 11

S Mövenpickem kolem světa 11

Předejít problémům znamená dobře 12

Konstantinovy Lázně 13

I dospělí si mohou hrát 13

O byznysu odjinud 14–15

Orlické hory vyhledávaným cílem 16–17

Desiata sezóna Kartago tours 18

Ohňostroj splněných přání 19

Šťastnou volbu zájezdu 19

Bude lepší, pokud se nic nestane 20–21

Nadstandardní služby se vyplácí 22

Aktivní dovolená po celý rok 23

Udělat chybu, okamžitě bych skončil 24

Stejně jako před rokem cestujeme s Pradokem 25

Praha uspěla v Bratislavě 25

ITF Slovakiatour 2003 26–27

127 izieb medzinárodného štandardu 27

GO a Regiontour rekordní 28–29

Královnu má Krnov 30

Nová dimenze bezpečného nákupu 31

Nečekejte, až co zbyde 32

Šampaňské šavlí 33

Dovolená 2003 33

Thassos, smaragdový ostrov 34–35

Rumunské magistrále 6 36

Jadran Express 37

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

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

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

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

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

Hoteliér & restauratér roku 2002

Národní federace hotelů a restaurací České republiky má od konce loňského roku nový výkonný výbor. Ve dnech 6. až 7. prosince 2002 se totiž v hotelu Andel's v Praze uskutečnila 19. konference Národní federace hotelů a restaurací České republiky. Na nové dvouleté období zde byl prezidentem NFHR ČR zvolen generální ředitel Grandhotelu Pupp Karlovy Vary Roman Vacho; prvním viceprezidentem generální ředitel Crowne Plaza Prague Klaus Pilz; druhým viceprezidentem ředitel hotelu Horizont Pec pod Sněžkou Karel Rada; členy prezídia: ředitel komplexu Hotel Palace – Morava, Luhačovice František Bača; generální ředitel a předseda představenstva společnosti Hotelu International Brno a.s. Pavel Brdička; ředitel hotelu Horizont, Železná Ruda Jaroslav Fischer; generální ředitelka Hotelu Paříž a Casa Marcello, Praha Iva Havlová; ředitel a předseda představenstva Imperial Karlovy Vary a.s. Jiří Milský; ředitel Francouzské a Plzeňské restaurace Obecního domu, Praha Jan Štěpánek.

Od čtvrteční Welcome Party po Sunday Brunch

První akce související s konferencí NFHR ČR se ale uskutečnila již v předvečer 5. prosince, a to „Welcome Party“ v hotelu Le Palais****de luxe. O večerní program druhého dne se na Mikuláše 6. prosince postaral další čelný pražský pětihvězdičkový Hotel InterContinental Praha. Součástí jím organizované „Get Together Party“ byla pochopitelně i mikulášská nadílka. Nejočekávanější společenská událost s nadělováním se ale odehrála až den po Mikuláši v sobotu 7. prosince, kdy Národní federace hotelů a restaurací České republiky v hotelu Andel's vyhlašovala výroční ceny. Nositele čestných titulů z deseti nominovaných kandidátů vybrala pětičlenná komise předchozích „Hoteliérů roku“ ve složení: Iva Havlová (Hotel Paříž a Casa Marcello, Praha), JUDr. Jan Filip (Holiday Inn Prague Congress Centre), Ing. Wolfgang Háma (Spa Hotel Smetana - Vyšehrad, Karlovy Vary), Ing. Pavel Hlinka Hotel InterContinetal Praha a Ing. Karel Rada (Hotel Horizont Pec pod Sněžkou).

Ocenění „Hoteliér & restauratér roku 2002“ převzal generální ředitel hotelů Prague Marriott, Renaissance Prague a Marriott Executive Apartments pan Rupprecht Queitsch, a spolu s tím i věcnou cenu, software pro hotelové služby Mefisto, v hodnotě čtyř set tisíc korun. Vzápětí ji ale daroval do veřejné aukce, jejíž výtěžek šel na dobročinné účely, kde se jejím úspěšným dražitelem nakonec stal díky svým ředitelům, Ing. Janu Roháčovi a Ing. Danielu Čadovi, hotel Jana, Přerov.

Ocenění „Mladý manager roku 2002“ převzala ředitelka vedoucí restaurací Renaissance Prague Hotel Martina Havlinová. Mimořádné ceny pak generální ředitel Hotelu Holiday Inn Brno Mojmír Putna a generální ředitel hotelu Hilton Prague Avner On.

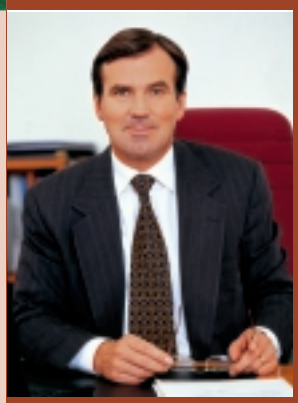
Na postkonferenční program „Sunday Brunch“ pak na neděli 8. prosince do Francouzské restaurace Obecního domu zval její ředitel Ing. Jan Štěpánek.

Rupprecht Queitsch
Hoteliérem & restauratérem roku 2002

Generální ředitel pražské pobočky Marriott International Hotels, Inc. Rupprecht Queitsch se narodil v Německu. V hotelovém průmyslu působí v manažerských funkcích již více než čtvrt století. Pro společnost Marriott Hotels International pracoval ve vedení hotelů v Paříži, Londýně a Amsterdamu. V roce 1989 byl jmenován generálním ředitelem hotelu Hamburg Marriott, o tři roky později generálním ředitelem hotelu Marriott Financial Center v New Yorku, následně pak generálním ředitelem hotelu Amsterdam Marriott. Do pražské pobočky nastoupil v roce 1998, aby vedl hotel Renaissance Prague a otevřel nový hotel Prague Marriott. Pan Queitsch je aktivním členem předsednictva Americké obchodní komory, kde zastává funkci finančního viceprezidenta, prezidentem Lions Club Ambassador a aktivně se podílí na rozšiřování značky Marriott v České republice.

Pane řediteli, dovolte mi, abych vám jménem Všudybylu blahopřála k ocenění. Jaké byly vaše první pocity, když jste se dozvěděl, že budete vyhlášen „Hoteliérem roku 2002“?

Byl jsem velice potěšen a překvapen, že toto prestižní ocenění z celé řady vynikajících kolegů hoteliérů připadlo právě mně. „Hoteliér roku“ je totiž nejen oceněním top managera v čele hotelu, ale především hotelu a jeho výsledků. Vědomí, že bydlí v hotelu, jehož ředitel je „Hoteliérem roku“, pak velmi příznivě působí na hosty a klienty hotelu. To, že jsem mohl ocenění převzít, zdaleka není pouze mojí zásluhou, ale zásluhou celého týmu mých spolupracovníků. Už jen z toho důvodu považuji za nutné zmínit, že Marriott je jednou z nejlepších hotelových společností v Evropě. Zaměstnanci našeho týmu mají opravdovou příležitost se za pár let vypracovat na manažerskou pozici. Díky skvělému týmu, který mě obklopuje, jsem se mohl věnovat i propagaci našich pražských hotelů, jejich služeb v zahraničí a spolu s tím i České republiky jako takové. To je pro vysokou obsazenost a hospodářské výsledky velmi důležité. V této oblasti jsme často spolupracovali i s českými orgány veřejné správy. A proto jsme i ve velmi těžké konkurenci uspěli.



Pane řediteli, řídíte nejen hotel Prague Marriott, ale i hotel Renaissance Prague a Marriott Executive Apartments.

Všechny tyto produkty spolu úzce souvisí. Stále se snažíme přijít se zlepšením služeb. Na první polovinu tohoto roku jsme naplánovali rozsáhlou přestavbu hotelu Renaissance Prague, kromě tří nových exkluzivních apartmá zde vznikne i nová restaurace a změní se prostředí hotelového lobby. Minulý rok jsme právě v tomto hotelu úspěšně zrekonstruovali banketové podlaží. Rekonstrukce by měla skončit na počátku dubna, kdy bude pro naše hosty připraveno příjemnější a útulnější prostředí.

Připravila Kateřina Kamasová

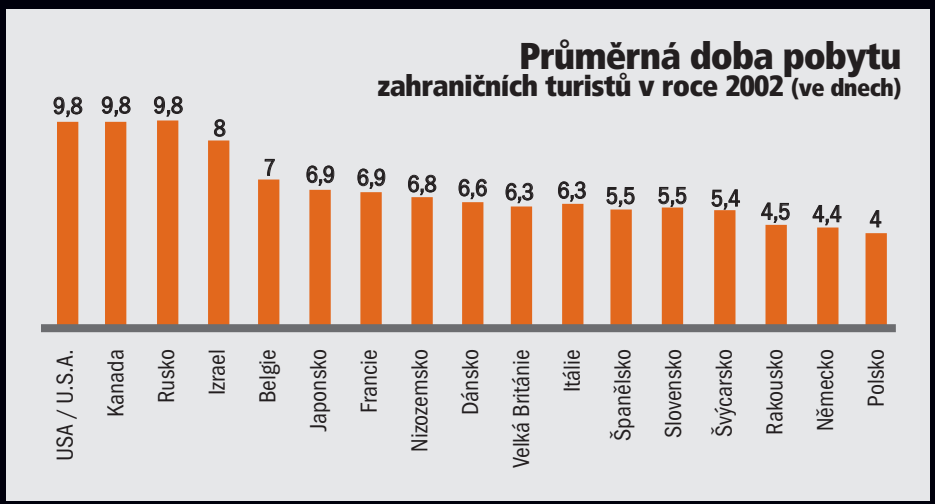
>> www.marriott.com

Česká centrála cestovního ruchu je příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. Cílem je propagace Česka jako lákavé turistické destinace. Cestovní ruch je významným faktorem české ekonomiky: devizové příjmy z cestovního ruchu v roce 2001 dosáhly 118,13 mld. Kč, tvořily 5,5 % HDP a podílely se 9,3 % na celkové hodnotě exportu Česka. Přímo v cestovním ruchu bylo vloni zaměstnáno 112 400 osob (2,37 %), celková zaměstnanost (včetně nepřímé) byla 490 700 pracovních míst (10,3 %), tzn., že každý desátý člověk je zaměstnán v cestovním ruchu nebo souvisejícím odvětví.

Zahraniční turisté tráví v Česku méně dní

Česká centrála cestovního ruchu zveřejnila výsledky Studie o příjezdovém cestovním ruchu do České republiky v roce 2002.

Podle každoročního výzkumu, prováděného firmou Taylor Nelson Sofres Factum, s.r.o., se **průměrná délka pobytu zahraničních turistů v Česku** oproti roku 2001 (6,3 dne) snížila v roce 2002 na 5,7 dne. Nejdéle zde pobývají Američané, Kanaďané a Rusové (shodně 9,8 dne). Pak následují Izraelci (8 dní) a Belgičané (7 dní). Nejkratší dobu zde tráví Poláci (4 dny) Němci (4,4) a turisté z Rakouska (4,5).



„Ačkoli **došlo ke zvýšení průměrných výdajů** turistů během pobytu u nás z 57 USD v roce 2001 na 61 USD v roce letošním, **celkové devizové příjmy z cestovního ruchu klesly**," řekl ředitel České centrály cestovního ruchu, David Gladiš. Podle České národní banky poklesly devizové příjmy ve třetím čtvrtletí o 33 % Kč (24,6 % v Euro a 16,7 % v USD). Nejsilnější vliv na tak dramatický pokles mají samozřejmě srpnové povodně, ale klesající tendence je znát již od začátku letošního roku.

Nejvíce v Česku v roce 2002 tradičně utratili Japonci (96 USD na osobu a den), následují Španělé s 93 dolary a Rusové s 92 dolary na osobu a den. Nejmenší výdaje v Česku mají Slováci (26 USD /osoba /den) a Poláci (21 USD /osoba/den). Celkově zde nejvíce utrácejí Japonci (za celou dobu svého pobytu, což je v průměru 6,9 dne, zde utratí 662,4 USD) a Američané, kteří za den utratí v průměru „jen" 66 dolarů, stráví zde však téměř deset dní a celková suma, kterou zde zanechají, tak činí 646,8 USD na osobu.

Cílem Studie o příjezdovém cestovním ruchu do Česka je zjištění spotřebního chování zahraničních návštěvníků. Výzkum byl uskutečněn ve třech vlnách (květen/červen, červenec/srpen a září/říjen 2002) na vybraných hraničních přechodech, včetně letiště Praha-Ruzyně a dvou železničních nádraží v Praze. Celkem bylo dotázáno 9600 respondentů ze 17 zemí světa.

➤➤ **www.visitczechia.cz**

Životní úroveň je o tom, na co mám. Mohu mít sebevznešenější úmysly, ale abych je mohl uplatňovat, potřebuji k tomu (zpravidla silnou) ekonomiku. Abych jí disponoval, potřebuji být kapitálově silný. Abych mohl inkasovat finanční prostředky, musím prodávat, ale v tom mne limituje velikost trhu a koupěschopnost spotřebitelů. V každém případě se proto budu snažit zvětšovat odbytiště. Buď vývozem, anebo generováním spotřebitelů nad rámec stávajících. Česko by rádo peníze, avšak mnohdy současně s tím vysílá do světa signály odrazující spotřebitele od cest do Česka. Pochopitelně je možné nějakou dobu na dluh hlásat lepší zítřky. Nic nového pod sluncem, avšak i cesta do pekel je prý dlážděna dobrými předsevzetími.

Když vím jak na to, musím být úspěšný

Touto úvahou jsem začal povídání si s předsedou představenstva firmy Sněžka, výrobní družstvo Náchod Ing. Miloslavem Čermákem a zeptal se jej, jak vnímá cestovní ruch.

Jako manažer hodně cestuji za byznysem a je jasné, že pokud do Česka přijede hodně turistů a obchodníků, napomáhá to všemu. Obchodníkům to zvyšuje obrat, posiluje prestiž země a ekonomika jde nahoru. Cestovní ruch je nutnou podmínkou, aby byznys fungoval. Naší snahou by proto mělo být, aby v Česku bylo na co koukat a aby sem jezdilo co nejvíce turistů.

V sedmém vydání loňského Všudybylu (na str. 7) JUDr. Jiří Šimáně říká: „Každé ministerstvo je svým způsobem firma a má obrovskou zodpovědnost, protože jeho účelem je být prospěšné obyvatelům státu. Je to prvořadě o manažerské práci. Politika a ideologie (bez nichž se zpravidla nelze stát ministrem) jsou až na dalším místě.“ Jak je to, pane předsedo, s firmou?

Jestliže řídím firmu, která je založena za účelem výroby nebo obchodu, je mým posláním vytvářet zisk. Jestliže na konci práce nejsou peníze, nemá smysl to dělat. Tím jsem odpověděl i na vaši úvodní meditaci o žití na dluh. Můžu žít na dluh, měsíc, dva, rok, možná dva, ale musím vědět, že když tuto krizi překonám, že se to vrátí do plusu. Může se stát, že se firma dostane do potíží a vytvoří ztrátu, ale musí mít byznys plán, aby bylo zřejmé, že na konci snažení budou peníze.

Má Česko dobrý byznys plán?

Myslím, že nemá. Je tu skupina lidí, kteří pochopili, kde je doba, a pak podstatně větší těch, kteří se chovají tak, jako že se o ně někdo musí postarat. Především se ale musí postarat každý sám o sebe, a to do limitu vlastních možností. Ano, existují lidé, jejichž handicap je limituje více než ostatní, a pak je to povinnost státu. Devadesát procent se ale musí starat samo. Tzn. platit si na důchod, sociální a zdravotní pojištění. A ti, kteří nemohou, tak těm ať pomůže stát. Průšvih je, když „potřebných“ je devadesát procent. Těch deset procent to nemůže utáhnout. Zakopaný pes je v myšlení lidí a je obrovské neštěstí, když se lidé s takovýmto myšlením dostanou nahoru a velí.

Ale obyvatelé každého státu si zaslouží takové velení, jaké mají. I my, minimálně po dvanáct posledních let. To, co rozhodne většina.

Jenomže většina nevidí konec. Kdo bude platit dluhy. Bohužel, někteří z toho hrůzu nemají, ale každý dluh je nutno jednou zaplatit. Jsem přesvědčen, že lepší je změnit systém tak, aby lépe fungoval a nevytvářely se zbytečné dluhy. Dejme tomu, že máme, co jsme chtěli, protože to tak zvolila většina, ale prohlédnutí bude velmi tvrdé.

Jestliže něco vyrábím, dělám to proto, abych vydělal peníze. Dělat to proto, že chci být slavný nebo pouze proto, aby lidé měli práci, je cesta k bankrotu. Fabriky, ekonomiky, státu. Pakliže vytvořím zisk či alespoň řádně platím lidem mzdu za odvedenou práci, platím řádně daně, systém bude fungovat. Systém žití na dluh je mi protivný. Říkám na rovinu, že jej nepodporuji. Jsem ekonom. Jestliže mám spočítáno, že firma (a stát je v podstatě také firmou) bude vydělávat při takovém a takovém obratu, budu se snažit, aby opravdu vydělávala. Pokud vydělává, mohu dát lidem třináctý plat, investovat, vytvořit lepší pracovní prostředí. Když nevydělávám, musím propouštět, nemohu investovat, nemohu firmu rozšiřovat a vést ji k tomu, aby byla úspěšnější.

Je naivní se domnívat, že stávající země Evropské unie chtějí Česko přijmout, aby nám zvětšili odbytiště. Opak bude zřejmě blíže realitě. Vše je tom, dokázat se prosadit.

Můj názor je, do Evropské unie ano, ale ne za nevýhodných podmínek. V současnosti dominují dva názory. První, jak je to dobré, a druhý, jak to není dobré. Pravda bude někde mezi. Jsou kapitoly, které se mohly vyjednat lépe, a kapitoly, které nešly vyjednat lépe. Jít do Evropské unie za každou cenu je blbost. Je potřeba se tam etablovat tak, aby to bylo pro tuto zemi výhodné. Dělat něco, co je nevýhodné, je nesmysl. Výhodné to bude v tom, že ti šikovní snáze proniknou na evropský trh. Nevýhodné v tom, že ti šikovní z druhé strany se dostanou sem a konkurence bude daleko tvrdší. Ale byznys je hlavně o tom, že když chci něco dělat, podívám se, za kolik to dělají konkurenti, a musím to umět lépe. Lepší kvalitu za kratší čas. Pakliže je tomu tak, mohu se prosadit. Sněžka Náchod se pro takovouto cestu rozhodla již před pěti lety, kdy jsme se dostávali na evropský trh.

Když jsme začínali s automobilovými opěrkami, jeli jsme se podívat do Německa, protože naši technologové tvrdili: „To není možné, to se nedá za čtyři minuty vyrobit.“ Vzali jsme stopky, šli jsme se s nimi podívat do německé fabriky, kde jsme zjistili, že dá. Dneska nejenže opěrky umíme za čtyři minuty, ale vyrábíme je za tři a půl. Minulý měsíc jsme tady měli návštěvu z Německa, která přijela zjišťovat, jak je možné, že máme o celý řád lepší kvalitu. Oni na svých výrobcích mají scrap 4 %, na našich je to 0,2 %. Zřejmě si odtud odvezli

poznatek, že je tomu tak proto, že opěrky vyrábějí naši lidé u nás, v Náchodě a Hradci Králové.

Začínali jsme se dvěma tisíci opěrek denně. Dnes jich vyrábíme čtyřicet tisíc denně, což je téměř polovina evropské produkce. Nedávná jednání v Německu byla rovněž úspěšná, a proto předpokládáme, že to bude o nějakou tu tisícovku více. Pochopitelně musí fungovat systém řízení jakosti a z fabriky nesmí odejít špatný kus. O tom to je. Můžeme si dovolit mít trošku problém při zavádění nového výrobku, u nějž dolaďujeme systém kooperací se subdodavateli. Ale po záběhu, po dvou třech měsících, to musí být perfektní. V tom je úspěch jakéhokoliv snažení. Když mám recept a vím, jak na to, nemůžu být neúspěšný.

Náhoda přeje připraveným. Je Česko připravené být úspěšné?

Někteří jsou připraveni, někteří nejsou. Myslím, že v současné době je nepřipravených více než připravených. Jakmile se brány Evropy otevřou, stoupne nezaměstnanost. Lehne fůra podniků, které přežívají díky nějakým pomocím, jež jim umožňují prodávat svou produkci pod cenou.

V polovině devadesátých let minulého století se vám podařilo nastartovat cosi, co by se v makroekonomice dalo nazvat hospodářským zázrakem...

V té době jsme se potkali s paní ředitelkou firmy TANEX PLASTY Jaroměř Ing. Janou Kozákovou a dohodli jsme se, že na jejich pěnu ušijeme potah a že to budeme dodávat do mladoboleslavské Škody Auto. Škoda Auto ale po privatizaci „odstřelila" většinu českých subdodavatelů. Nicméně opěrku už jsme uměli, a když jsme nebyli dobří Škodě, poohlédli jsme se jinde v Evropě. Začali jsme dělat opěrku pro Ford Mondeo. To bylo v roce 1994. Tenkrát byl požadavek dva tisíce kusů denně s výhledem čtyři tisíce kusů. Jelikož jsme se dobře zapsali, přibyly další vozy. Dnes lze naše výrobky spatřit ve vozech Opel-Vectra, Astra, Zafira, Ford-Mondeo, Focus, Fiesta, Peugeot, Mitsubishi, Toyota, Mercedes E a A, což dohromady dělá téměř čtyřicet tisíc kusů opěrek denně. Je to jenom o tom, umět to dobře. Tenhle byznys se dělá „just in time", tzn. ráno se naloží kamion, který druhý den musí stát u fabriky a musí v něm být přesně to, co zákazník chce. Je to náročné, musí se to uřídit, ale pokud zvládáte kvalitu, cenu a čas, je to byznys na delší dobu. Výroba jednoho typu vozu je záležitostí na pět let, takže pokud to nezbabráte, máte práci pro lidi na pět roků.

V současné době hledáme další výrobní program. Ještě pořád chceme růst. V Bruselu mě učili, že permanentně musím myslet na tři věci: jak vytvořit zisk, jak zabezpečit, aby firma rostla, jak přežít v konkurenci. Takže každý den se snažím, aby na měsíční výsledovce byl zisk, aby byl ve srovnání s loňským rokem vyšší obrat, a stále se dívám kolem, abychom to dokázali lépe, levněji a rychleji než průběžně nastupující konkurence.

Sněžka Náchod, výrobní družstvo,

existuje přes padesát let. Dává práci více než pěti stům zaměstnanců ve čtyřech závodech. Sídlo firmy a největší provoz jsou v Náchodě. Další v Hradci Králové, Rokytnici v Orlických horách a v Turnově. Z pohledu výrobního sortimentu se Sněžka Náchod dělí na dvě divize. První, s nejdelší tradicí, je galanterní a brašnářská výroba, produkující široký sortiment tašek s výjimkou drobné galanterie. Výrobky dodává na český trh i do řady evropských zemí. Denní produkce je osm set až patnáct set tašek z kůže a syntetických materiálů. Soustřeďuje se na výrobky vyšší třídy kvality. Podnik má vlastní návrháře a vývojovou dílnu, kde realizuje několik kolekcí ročně. Je schopen realizovat i zákaznické modely. K jeho přednostem patří flexibilita a schopnost realizovat i menší dodávky v požadovaných termínech. Druhá divize vznikla v roce 1992 a vyrábí šité díly pro automobilový průmysl (hlavně opěrky hlavy). Mezi její nejvýznačnější partnery patří JOHNSON CONTROLS. Výrobky Sněžky lze spatřit ve vozech Mercedes, Peugeot, Ford, Opel, Mitsubishi a Toyota a dalších.

A co biologické samozřejmosti?

Bývalo období, kdy jsem stíhal jenom práci. To je blbost. V té době jsem říkal, nemám čas. Ještě musím tohle, ještě musím támhle a ještě schůzku s tímhle. Pak jsem zjistil, že se mi horší zdraví, že mám vysoký krevní tlak, vyšší cukr. To mne vyděsilo natolik, že mám ve svém týdenním programu zakomponovány i sportovní a relaxační činnosti. Takže když si se mnou chce dát někdo schůzku ve čtvrtek v pět hodin, řeknu: „Ne, to jdu do sauny" a od pěti do osmi jsem v sauně. Pokud je tam nějaká jiná povinnost, je až po osmé hodině. Musím tam mít zakomponovány i tyto věci, protože dobrý pracovní výkon může podat pouze zdravý člověk.

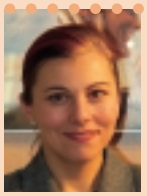
V lednovém Všudybylu loňského roku Jan Horal o éře Olafa Palmeho říká: „Ze Švédska se vystěhovalo více než dvacet tisíc nejúspěšnějších podnikatelů. Giganti jako Ikea, Tetra Pack. Následkem daňové politiky ztratili švédští sociální demokraté vedoucí pozici. Impulzem pro volební debakl bylo vydání pohádky slavné švédské spisovatelky – autorky „Pipi Pučochaté" – Astrid Lindgren o čarodějnici „Pompeli Possa", která byla tak strašně bohatá, že zemřela hlady. To byla tak jasná alegorie, že se celé Švédsko smálo vládě a výraz „Pompeli Possa" se stal synonymem její blbosti. To je varování i pro naši vládu. Příliš vysoké daně mají opačný efekt. Daně mají být přijatelné a mají se vybírat. V České republice se ale daně nevybírají plně. Daně zde platí jen ten, kdo je absolutně blbý nebo morální. Česká republika patří v Evropě k těm zemím, kterou by každý mohl doporučit všem, co jsou alergičtí na placení daní."

Jak už pan Horal řekl, zvyšovat daně je cestou do pekel, protože schopní utečou jinam, kde jsou nižší, a kupu, ze které se má platit potřebným, nebude nikdo vytvářet. Obdobně destabilizující je dělat to stylem, že určitou skupinu podnikatelů zvýhodním tím, že jim prodám pozemek za korunu a dám jim deset let daňové prázdniny. Tím házím klacky pod nohy těm, kteří mne svými daněmi drží nad vodou. Takhle je to také blbě. Dobře je nastavit daně tak, aby byly pro všechny přijatelné. To je věc, kterou si uvědomují ekonomicky myslící lidé. Někteří politici to ale vidí tak, že když nemám dostatek peněz, zvýším daně, abych jich měl hodně. Jenomže tím jich budou mít ještě méně. Dalším problémem je, že jedna věc se u nás zdaňuje několikrát. To také nebývá ve světě běžné. Zase to nutí lidi přemýšlet o tom, jak daně neplatit vůbec. Tzn. prodám si svůj výrobek na Bahamy či Kypr, doma vytvořím zisk nula, ale realizuji jej na Kypru, kde jej daním pouze čtyřmi procenty. Takhle již myslí fůra podnikatelů a pouze ti poctiví tu platí daně a doufají, že to někomu nahoře dojde. To je ale záležitost ekonomického myšlení, které ti s tzv. silným sociálním cítěním (a la idealizovaný Ondráš či Juro Jánošík: „bohatým brát, chudým dávat") nemají. Tak se dívám na daně. Daně je potřeba snížit, aby se jich vybralo více.

➤➤ **www.snezka-na.cz**

Anketa

Jak vnímáte postavení cestovního ruchu v České republice?



Ingrid Sieder – ředitelka Österreich Werbung v Praze

Pro mě je zajímavý především outgoingový cestovní ruch – z České republiky do Rakouska. Lidí navštěvujících Rakousko je zde stále více. V roce 2001 jsme zaznamenali nový rekordní přírůstek počtu českých turistů v Rakousku – jedenáct procent! Tzv. sféra „business travel" souvisí s ekonomickou situací. Např. Vídeň navštěvuje mnoho lidí z této sféry, protože čas jsou peníze, a nelze opomenout, že do Vídně trvá cesta jen pár hodin. Česká ekonomika je na relativně dobré úrovni a stále roste. Češi do Rakouska jezdí třeba jen na víkend, ať už za lyžováním, kulturou, turistikou či obchodně, a to nejen kvůli relativní blízkosti, ale také proto, že jim o Rakousku dáváme vědět.

Rupprecht Queitsch – generální ředitel Prague Marriott Hotel

Poslední dva roky zaznamenaly sestupnou tendenci v souvislosti s teroristickými útoky na USA a loňskými povodněmi v České republice. Pevně doufám, že se situace v letošním roce změní, samozřejmě pokud nenastanou mimořádné okolnosti, jako např. válka. Očekávám zlepšení celkové ekonomické situace ve světě. Stejně tak by si měl polepšit i český trh. Český průmysl cestovního ruchu má obrovský potenciál, Česko je zemí, která je velmi atraktivní pro zahraniční investory jak z hlediska privatizace, tak z hlediska brzkého vstupu do Evropské unie, proto očekávám nárůst kongresové a obchodní turistiky. Jsem přesvědčen, že bude stále narůstat i skupina lidí, kteří přijíždějí do Česka z individuální turistikou a kulturním vyžitím.

Můj pohled do budoucna je proto více méně pozitivní – věřím v další posilování české ekonomiky prostřednictvím oblastí cestovního ruchu a naopak cestovního ruchu prostřednictvím obchodu, protože Česká republika má rozhodně co nabídnout.

Marko Vidić – obchodní ředitel TQ3 Travel Solutions, Business Travel Centre

Zdejší vztah k cestovnímu ruchu je naprosto macešský a je zřejmý již z propagace domácího cestovního ruchu (Česká centrála prý dává ruce pryč od Regiontouru) a z incomingu do České republiky. Je vysledovatelný z rozpočtu České centrály cestovního ruchu i z její bezradnosti. Je to o tom, na co Česká centrála má a na co nemá. Resumé je, že na to nemá. Nemá žádnou koncepci jako mají Rakušané nebo v jižním Tyrolsku, lze-li udělat srovnání s touto částí Itálie. Česko není nikde vidět. Prakticky na žádných incentivních trzích – např. Motivation Show apod. Česká centrála při zahraničních prezentacích bere po třiceti metrech, když např. daleko menší Slovinsko mívá kolem sto padesáti metrů a přitom coby incentivní destinace nemá tolik co nabídnout jako Česko. Příznačné pro postavení cestovního ruchu v Česku je i legislativa. Pořád se sice něco mění, ale vždy se vše dělá jako narychlo, ať je to vydefinování cestovních kanceláří a agentur, kdy předkladatel a čeští zákonodárci vůbec nezjistili, že nejsou pouze dva typy těchto subjektů, ale že jsou firmy (dříve všechny označované jako cestovní kanceláře), které dělají více než jenom incoming a outgoing. Není vyřešena spousta dalších činností. Např. průvodcovská služba, díky čemuž je Česko turistickým eldorádem všem, kdo nemají vnitřní potřebu platit daně už proto, protože vnější potřeba není. Pochopitelně není to jen ekonomické parazitování na tom, o co je třeba pečovat z daní, ale i parazitování a poškozování pověsti Prahy jako turistické destinace, o níž samozvaní průvodci turistům nezřídka vykládají pěkné blbosti.

Uskupení TQ3 Travel Solutions nedělá pouze business travel. Děláme i zájezdovou turistiku. Praha je jednou z významných destinací TUI, jež je součástí TQ3 Travel Solutions. Pokud, a to i přístupem k cestovnímu v ruchu v České republice, poroste prestiž tohoto resortu a ruku v ruce s ní i destinace Česká republika, poroste i byznys a z něj efekty pro státní kasu a sociální jistoty zdejších obyvatel. Jestliže se o něčem hovoří, firmy a jejich klienty to láká tam, kde jsou více vidět. Jestliže se pro v dlouhodobých perspektivách strategické hospodářské odvětví cestovní ruch nic nedělá, padá česká ekonomika s těžkým průmyslem a s tím, že se vládou i komunálem vehementně subvencované aktivity „Česko montážní halou světa" záhy přesunou dál na východ.

Josef F. Santin – General Manager hotelu Diplomat Praha

Úvodem bych chtěl říci, že Česká republika podceňuje svoji hodnotu, ačkoliv je nádhernou zemí a má mnoho co nabídnout. Samozřejmě, že některé oblasti Česka na tom rozvojově nejsou nejlépe, ale to je otázka času. Myslím, že stát v otázce propagace země na mnoho věcí zapomněl. Česká republika by si měla uvědomit fakt nedostatečné reklamy a začít řešit otázku propagace země. Cestovní ruch je úzce spojen s ekonomikou státu, a to je další důvod, proč se touto otázkou zabývat. Praha je velmi populární v zahraničí, ale problém je, že to samo o sobě nestačí.

Róbert Huszár – vedoucí marketingu společnosti Balatontourist, Veszprin

Jako Maďar považuji Čechy za národ, který má cestování v krvi. Cestujete téměř všude, ať už v rámci vlastní republiky, zejména na chaty a chalupy, či do zahraničí. Mimo Česko pak často navštěvujete i místa, kam ostatní lidé z dalších zemí momentálně téměř nejezdí, například Izrael, Jordánsko apod. K nám do Maďarska jezdíte stejně jako za minulého režimu, přesto, že spolu s tím hojně využíváte možností cestovat po celém světě. Řekl bych, že v oblibě cestovat jsou na tom Češi podobně jako

Němci, jen s tím rozdílem, že Češi nemají tolik peněz jako chuti cestovat. Vaše finanční mantinely jsou totiž obdobné jako u nás v Maďarsku.

Jürgen Sutherland – generální ředitel hotelu Corinthia Towers Hotel

Věřím, že cestovní ruch – zvláště turismus – má v Čechách své rezervy. Česká republika nabízí návštěvníkovi bohaté zážitky – kulturu, historii, umění a zvláště pak hudbu. Toto vše dalece přesahuje hranice běžného turismu, ale dle mého mínění není dostatečně propagováno. Česko, to není jen Praha. Pokud se někdo rozhodne navštívit Českou republiku, měl by navštívit i další unikátní místa, kterých je tu bezpočet. A právě tato skutečnost si žádá komplexnější a razantnější komunikační strategii. Hospodářský význam cestovního ruchu je stále markantnější. Věřím, že turismus v České republice čekají lepší časy.

Lotfi Mani – ředitel Tuniského národního úřadu pro cestovní ruch

V České republice jsem krátkou dobu a mé poslání zde je reprezentovat svoji zemi – Tunisko. Pokud bych měl porovnat úroveň cestovního ruchu zde a v Tunisku, je to velmi obtížné, protože naše státy jsou velmi odlišné. Praha jako hlavní město České republiky je svou krásou velmi známá v mnoha zemích. Ostatně jako celá Česká republika. To výrazně ovlivňuje váš incomingový cestovní ruch. Na rozdíl od Tuniska vás lidé z okolních států, např. z Rakouska, Německa apod., nemají problém navštívit autem. Pokud ale chtějí navštívit Tunisko, pak musí využívat především leteckou dopravu. To se samozřejmě projevuje na charakteru našeho incomingového turismu. Ale už jen proto, že je Tunisko vnímáno jako exotická země a že je bezpečnou a velmi pohostinnou zemí, má u nás turismus trvale stoupající tendenci.

Franz Wittmann – Country Manager Czech Republic Austrian Airlines

Český cestovní ruch má velký potenciál, což výrazně pozitivně ovlivňuje českou ekonomiku. Austrian Airlines se v souladu se svými obchodními zájmy snaží přilákat lidi k návštěvám Česka, avšak ze strany české státní sféry postrádáme snahu oslovit lidi z Rakouska, Francie, Německa apod. tak, aby se o Česku více dozvěděli. Umíme je sem dovézt, připravit jim program, ale aby se nám to dařilo v masovějším měřítku, je nutné, aby se o zvýšení jejich zájmu přičinily i subjekty z dalších sfér, nejen z cestovního ruchu. Co se týče cestování českých obyvatel, nevyužívají v porovnání se zahraniční klientelou příliš nabídek krátkodobých pobytů v evropských městech. Příčinou je zřejmě vyšší finanční náročnost těchto pobytů. Pokud se ale zmíním o dálkových letech, např. Sydney, Bangkok, Kátmándú tam ano. Austrian Airlines totiž z Vídně létají do celého světa. Jsme rádi, že trend využívat naše dálkové spoje českými (ale nejen českými) pasažéry má trvale stoupající tendenci.

Lord George Robertson hostem hotelu Le Palais

Během pražského summitu NATO v nedávno otevřeném pětihvězdičkovém hotelu Le Palais Praha byla ubytována řada VIP hostů. S oficiální delegací NATO zde byl ubytován i generální tajemník NATO lord George Robertson

a delegace Uzbekistánu v čele s prezidentem Uzbekistánu panem Karimovem. Generální manažer hotelu Le Palais pan Jiří Gajdošík po skončení summitu konstatoval: „Od obou delegací jsme zpětně obdrželi velmi dobré ohodnocení hotelu Le Palais Praha jako hotelu s velmi vysokou úrovní služeb společně s jedinečnou přátelskou atmosférou připomínající domov."

➤➤ **www.hotelpalais.cz**

S Mövenpickem kolem světa

Hotel Mövenpick, Praha, středa 15. ledna 2003

➤ Mövenpick tým při zahájení. Zleva: Iva Nešvarová (Front Office Manager), Gabrierla Slánská (Assistant Director of Sales), Ursula Lambert (Financial Controller), Judita Urbánková (Public Relations Executive).

Jan Kaiser (Resident Manager) a tým ➤ obchodního oddělení vítají hosty

Předejít problémům znamená dobře odvedenou práci

V interview pro osmé vydání Všudybylu loňského roku (str. 6-7) ministr vnitra České republiky Stanislav Gross v září loňského roku, dva měsíce před konáním summitu NATO, řekl: „Pražský summit je pro Českou republiku velkou a ojedinělou výzvou. Celkovým rozsahem a charakterem, jakož i bezpečnostními a organizačně-technickými požadavky půjde o akci, kterou Praha ani Česká republika dosud nepořádaly, a Policie ČR, jakož i další zainteresovaní, mají jedinečnou příležitost ukázat kvalitu a vysokou profesionalitu své každodenní práce. V průběhu pražského summitu Ministerstvo vnitra ČR počítá s nasazením 5500 policistů z hl.m. Prahy, 5500 policistů z jednotlivých krajů, kteří posílí pražské příslušníky Policie ČR, a přibližně 1000 příslušníků Policie ČR útvaru pro ochranu ústavních činitelů ochranné služby. Na základě nařízení vlády jsou povoláni k plnění úkolů Policie ČR vojáci Armády ČR v počtu nepřevyšujícím 2400 (vojáci Armády ČR jsou určeni zvláště k posílení krajských policejních správ). Bezpečnostní zajištění summitu NATO se ovšem neobejde ani bez výrazné spolupráce se zpravodajskými službami, zahraničními partnery a bez důkladné analýzy získaných informací.“

Vzápětí po ukončení pražského summitu NATO blahoslavení, zřejmě postrádajíce akční střety, krev a násilí v ulicích, panu ministru vyčítali, že bezpečnostní opatření byla předimenzovaná. Pana Leoše Najmana, ředitele bezpečnostní agentury SBA Expert, která v době konání pražského summitu NATO sloužila přímo v epicentru dění, jsem proto na toto téma požádal o vyjádření.

Summit NATO byl po stránce bezpečnosti zajištěn velmi dobře. A to, že nedošlo k žádným pouličním bojům a větším střetům? Za to mj. mohou kvalitní organizace a účinná preventivní opatření již dávno před konáním summitu. V případě, kdyby bezpečnostní opatření nebyla taková jako byla, by určitě k problémům došlo. To je vždycky tak. Když něco dopadne dobře, je to špatně. Kdyby se ale bezpečností opatření „pouličním bojovníkům“ a jejich sympatizantům jevila „akurátní“ a nezafungovala jejich obava z represe, bezesporu by došlo ke střetům. Po takových dimenzích si ale může stýskat leda šílenec.

V šestém vydání předloňského Všudybylu jste konstatoval, že každá práce, zvláště pak v rangu bezpečnostních agentur, je o organizaci lidí, motivaci či demotivaci. Mj. jste uvedl: „V roce 1998, kdy jsem, spolu s panem Nohýnkem, začal společnost SBA Expert Security Agency budovat, bylo v České republice kolem tří tisíc agentur. Mnohé však měly problémy s rozkrádáním střeženého majetku. Se spolupachatelstvím. Navíc, jejich funkce byla víceméně pasivní. Rozhodli jsme se proto orientovat se na kvalitu, nikoliv na to být nejlevnější a šetřit na platech zaměstnanců. Podařilo se nám vytvořit z hlediska klientů vysoce rentabilní špičkový tým, používající špičkovou technologii.“ Pane Najmane, nejste náhodou také tak nějak předimenzovaní?

Pokud bych měl odpovědět v intencích tzv. předimenzace bezpečnostních opatření summitu NATO, pak zcela určitě. Už proto, že při naší práci, mj. v hotelové ostraze, rovněž největší důraz klademe na prevenci. A pokud už dojde k nějakému incidentu, daří se nám jej řešit bez většího rozruchu. Zkrátka nejsme žádní akční hrdinové. Těžko budete mít vzrušující pocity z nebezpečně rychlé jízdy v silném kvalitním voze ve stotřicetikilometrové rychlosti na dobré dálnici. Pokud ale sednete do stařičké dávno víc než ojeté škodovky „stopětky“ a dokážete ji (a la motory řvou, motory burácí) na dálnici rozdovádět na maximální povolenou rychlost, pak pravděpodobně ano. Pokud si někdo nechá nějaký objekt hlídat a šetří na kvalitě lidí a technologii, zpravidla si rovněž užije hodně vzrušení. Pokud ale někdo chce, aby ostraha měla efekt, je to vždycky o tom mít přesilu v lidských zdrojích, organizaci a technice. To, co pan ministr Gross zajistil, udělal velmi dobře. Ukažte mi jakékoliv další místo na světě, kde akci takovýchto dimenzí zvládli tak hladce. V naší branži totiž předejít problémům znamená dobře odvedenou práci.

V době summitu NATO jste v nejstřeženější zóně světa zajišťovali ostrahu hotelu Holiday Inn Congress Prague Centre. Přispěla tato skutečnost k získání dalších zákazníků?

To nemohu vyloučit. Takové věci se zpravidla projevují v dlouhodobějším horizontu. To, že jsme začátkem letošního roku získali zakázku od Kongresového centra Praha, byla věc dlouhodobějšího vývoje a testování. Spíš bych řekl, že jsme si summitem NATO celkový dojem nepokazili. Pro Kongresové centrum jsme vytvořili nový program, který oproti předchozímu stavu zvýšil kvalitu jeho ostrahy. Významnou roli v něm hraje využití informačních technologií. Vysoká kvalita se totiž bez špičkového technologického zabezpečení dlouhodobě garantovat nedá. Obzvláště v takto rozlehlém objektu.

➤➤ **www.sbaexpert.cz**

Konstantinovy Lázně

výchovným centrem životního stylu

VI. sjezd pracovní skupiny Kardiovaskulární rehabilitace České kardiologické společnosti a XII. lázeňské kardiovaskulární dny v Konstantinových Lázních

Společnost Léčebné lázně Konstantinovy Lázně a. s. organizovala ve spolupráci s Pracovní skupinou Kardiovaskulární rehabilitace České kardiologické společnosti od 10. do 11. ledna 2003 VI. sjezd pracovní skupiny Kardiovaskulární rehabilitace České kardiologické společnosti a XII. lázeňské kardiovaskulární dny v Konstantinových Lázních. Onemocnění srdce a cév patří mezi hlavní příčiny úmrtí na celém světě. V České republice kardiovaskulární choroby tvořily v minulých letech vůbec nejčastější příčinu úmrtí. Zároveň patří úmrtnost na ischemickou chorobu srdeční v České republice téměř k nejvyšším v Evropě. Vedle nutně provedených koronárních a revaskularizačních operací srdce, jejichž počet je vzhledem k potřebě stále velice nízký, hraje důležitou a nezastupitelnou roli v boji s touto civilizační chorobou primární a sekundární prevence. Prevence spojená s léčebnou rehabilitací může snížit tragické zdravotní následky srdečních onemocnění, ale zároveň přináší i vysoký ekonomický efekt. Konstantinovy Lázně se staly výchovným centrem životního stylu pacientů postižených kardiovaskulárními chorobami. Tomuto cíli výraznou měrou přispívají i tradiční lázeňské kardiovaskulární dny, na kterých jsou diskutovány nejnovější vědecké poznatky. Sedm přednáškových bloků, které byly rozvrženy do dvou dnů, zahrnovalo témata věnovaná prevenci a rehabilitaci kardiovaskulárních onemocnění, hypertenzi, otázkám nikotinismu, správné výživě, ischemické chorobě srdeční, operaci akutního infarktu či programu transplantace srdce. Celkem 30 přednášek bylo určeno více než stovce odborných lékařů z celé České republiky. Odborné sympozium bylo zároveň první akcí připraveného programu, který je věnován 200. výročí založení Konstantinových Lázní, jež si jediné lázně Plzeňského kraje v roce 2003 připomínají. Součástí lednového kulturního kalendáře k 200. výročí založení Konstantinových Lázní je i zahájení výstavy přetištěných starých pohlednic Konstantinových Lázní na téma „Konstantinovy Lázně včera a dnes“ v hale lázeňského hotelu Jirásek.

➤➤ **www.konstantinovy.cz**

I dospělí si mohou hrát

Hotel** Dorint Don Giovanni Prag je jakousi vlajkovou lodí společnosti Dorint Hotels & Resorts. Má největší ubytovací kapacitu ze všech hotelů řetězce Dorint. Disponuje vysoce kvalitním ubytováním, stravovacími středisky a kongresovým zázemím s velkým moderně vybaveným kongresovým sálem s plochou 420m2. Kromě něj disponuje řadou menších kongresových a konferenčních prostor. Nejen tyto dispozice jsou ale důvodem přízně klientů a zájmu obchodních partnerů. Významnou roli zde sehrává lidský faktor, protože i dospělí si mohou hrát. (Ostatně konstatování „I dospělí si mohou hrát“ je názvem jedné velmi zajímavé knihy Eduarda Bakaláře a Vojtěcha Kopského, z níž jsme v dobách před Všudybylem společně s kolegy čerpali nejeden z námětů a co a jak si hrát s klienty.) Právě formou hraní si s dospělými se 31. října loňského roku rozhodl Hotel Dorint Don Giovanni Prag poděkovat obchodním partnerům a stálým hostům. Coby záminku si vybral Halloween. V této souvislosti jsem požádal ředitele hotelu pana Wernera J. Koppela o krátké vyjádření. Pane řediteli, proč Halloween party?**

Protože Praha je velmi krásné město, které navštěvují nejen turisté, ale i lidé z byznysu. Především jim je určeno naše konferenční zázemí včetně vámi zmiňovaného velkého kongresového sálu. Šedesát procent našich hostů tvoří Němci, zbytek povětšinou lidé z ostatního zahraniční. Z české klientely je to především ta firemní, která u nás realizuje akce kongresového charakteru, semináře, pracovní snídaně, obědy a další jednání. Smyslem takových meetingů, jako byla Halloween Party hotelu Dorint Don Giovanni Prag, je dát lidem šanci více se osobně poznat a bavit se. V anglosaských zemích je halloween přeci jen o něčem jiném, než na co je zde většina lidí zvyklá. Myslím, že v České republice jsme byli jedním z mála hotelů, který loni Halloween party pořádal.

Roky 2001 a 2002 rozhodně nebyly jednoduché. Co byste si kromě toho, aby se neopakovaly neblahé události sklonku předloňského i loňského léta, přál pro rok 2003?

Aby nezačala válka v Iráku a nevzrostly daně. To vidím jako velkou nejistotu v podnikání do budoucnosti.

➤➤ **www.dorint.de**

ubytování v areálu pražského Výstaviště

HOTEL EXPO

● 105 pokojů ● bezbariérový přístup ● restaurace ● lobby bar ● variabilní konferenční sál ● 24 hodin front desk ● směnárna ● prodej suvenýrů a doplňkový prodej ● sekretářské služby ● vstupenky do divadel, na koncerty, sportovní akce ● okružní jízdy ● pronájem automobilů ● business centrum ● praní, žehlení a čištění ● bezpečnostní systém ASIS ● garáže ● parking pro autobusy ● akceptujeme kreditní karty: American Express, Diners Club, EC, MC, Visa, CCS business ●

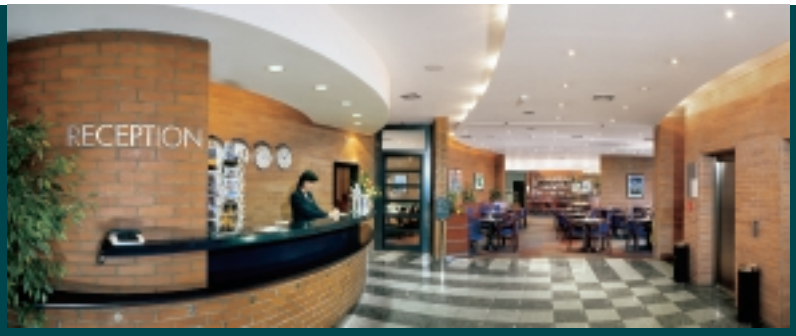


foto - David Ployhar

Pokoje
105 pokojů s bezbariérovým přístupem ve čtyřech podlažích s koupelnou vybavenou vanou a vysoušečem vlasů, s odděleným WC, z toho 5 nekuřáckých, 2 apartmá, 2 pokoje pro tělesně postižené. Všechny pokoje jsou vybaveny minibary, sejfy, TV se satelitním připojením, pay TV, vnitřním televizním okruhem, telefonem s přímou volbou, v business pokojích přípojka PC, protipožárním a bezpečnostním systémem.

Restaurant
nabízí jídla české a mezinárodní kuchyně. Široký výběr alko i nealko nápojů tuzemských a světových značek. Velké množství značkových a odrůdových vín. Doutníky skladované v ideálním prostředí. Je vhodný pro menší obchodní jednání a uzavřenou společnost.

Lobby bar
s vinotékou nabízí snídaně a celodenní stravování, u skupin formou švédského stolu a malé občerstvení v průběhu dne. Velký výběr alkoholických a nealkoholických nápojů, míchané nápoje. Doutníky skladované v ideálním prostředí. Zmrzlinové poháry a dezerty. Je vhodný pro obchodní jednání, rauty a firemní prezentace.

Letní terasa
příjemné posezení v hezkém prostředí obklopeném zelení. Nabízí občerstvení během horkých letních dní.

Konferenční sál
je klimatizovaný s variabilním uspořádáním pro max. 90 osob. Lze jej propojit s business centrem. Je vhodný pro pořádání konferencí, prezentace firem, vzdělávací programy, rauty a další společenské akce. K dispozici je internet, fax a přímá telefonní linka, kompletní sortiment konferenční techniky a možnost občerstvení formou různých druhů coffee breaků.

Business centrum
má kapacitu cca 10 osob. Může sloužit jako zázemí pořadatelům akcí v konferenčním sále, s nímž jej lze propojit. K dispozici je internet, fax a přímá telefonní linka a možnost zajištění občerstvení. Vhodné pro malá obchodní jednání.

Ostatní služby
Zajištění vstupenek na kulturní a sportovní akce; zprostředkování zapůjčení aut; praní a čištění prádla a oděvů; hotelové garáže; hlídané parkoviště pro autobusy; prodej českého skla a upomínkových předmětů, doplňkový prodej; hotelové taxi; kopírování, fax, internet; tlumočnické a průvodcovské služby; rezervace restaurací; prodej okružních jízd po celé České republice.

● **Hotel Expo******
● Za Elektrárnou 3 , 170 00 Praha 7 - Výstaviště
● tel.: +420/ 266 712 470 , fax: +420/ 266 712 469
● e-mail: hotel@expoprag.cz
● ➤➤ **www.expoprag.cz**

O byznysu, který v roce 2003 přivede miliony spotřebitelů odjinud

Hotel Expo má strategickou polohu v bezprostředním sousedství pražského Výstaviště a T-Mobil arény. Byznys klientela i další hosté do něj rádi jezdí a doporučují jej, už proto, že v rámci Holiday World a ostatních veletrhů je exponovaným místem konání prezentací, tiskových konferencí a seminářů.

Na Beaujolais villages nouveau 2002 (10/02 str. 16) jsme se s ředitelem hotelu Expo Zdeňkem Chládkem domluvili, že u příležitosti Holiday World uděláme povídání. A protože každé vydání Všudybylu vzniká zhruba s měsíčním předstihem, potkali jsme se 2. ledna 2003. Pane řediteli, již se stalo tradicí, že hotel Expo je domovským zázemím české hokejové reprezentace. Zároveň se doprovodnými veletržními akcemi (a nejen jimi) řadí do ranku kongresových hotelů.

Dávat nám jednoznačnou nálepku kongresového hotelu by bylo nadnesené. Faktem ale je, že hotel Expo úspěšně nabízí i tyto služby. Účastníci veletrhů jsou spolu s hokejisty velmi vítanou a náročnou skupinou klientů, avšak i s nimi se nám velmi dobře pracuje. Dokáží ocenit úroveň služeb. Kdo jede na veletrh, nepovažuje za hlavní starat se, jak bude upravený sál pro prezentaci. U nás se může spolehnout na to, že zde pracují lidé, kterým zadá požadavky a oni mu odvedou komplexní kvalitní službu. Holiday World patří k největším a nejprestižnějším veletrhům, které se na Výstavišti každoročně konají. Dnes jsem měl např. telefonát, kdy se mne zahraniční hosté (v rámci Holiday World už u nás bydleli 8x) ptali, není-li pozdě, rezervovat si svůj pokoj. Ujistil jsem je, že pro ně není nikdy pozdě, a bylo mi velmi příjemné, že chtějí bydlet opět u nás.

Jaký podle vás bude příští rok?

Určitě dobrý. Už proto, že se budeme blížit vstupu do Evropské unie a někdo v tomhle státě začne něco dělat, aby se zmenšily rozdíly v porovnání s nejvyspělejšími evropskými zeměmi. O Česku se bude více hovořit. Lidé zvenku budou zvědavi, koho že to do Unie chtějí, a tak se na nás přijedou podívat i ti, kteří zde ještě nebyli. Zároveň chci doufat, že se uklidní situace ve světě, že lidé budou mít peníze a klid na to, aby cestovali.

Bude letošní rok v České republice lepší oproti předchozím, co se týče vnímání ekonomických předností cestovního ruchu?

Rád bych, aby byl. První poloha je, co pro to může udělat každý. A druhá, co by pro to měl udělat někdo jiný. Začnu od těch jiných. Pro to, jak prostřednictvím cestovního ruchu dostávat do české ekonomiky o řád větší objem inkasa, je třeba udělat něco centrálně. Tzn. vyjasnit si postavení České centrály cestovního ruchu. To nemůže být nějaký malý odbor či apendix při některém ministerstvu, když podíl resortu cestovního ruchu na vytváření hrubého domácího produktu je podstatně větší než u některých dalších hospodářských resortů, které mají vlastní ministerstva. To bych řekl, že by měl udělat někdo jiný. Měl by mít koncepci – stanovit pravidla hry. Ono to někdy zní hloupě, když se řekne oborová norma či pravidla garantovaná státem. Ale protože praxe ukázala, že nastavit mantinely nejsou s to oborové asociace, neboť se navzájem nedokáží dohodnout, měl by to udělat stát. Zcela zřejmá je i absence vlivu regionálních profesních sdružení, např. v oblasti potírání dumpingu, jako to funguje ve Francii a dalších zemích. Za zmínku stojí jistě i úvaha o tom, jak by se měli sdružit a spolupracovat vlastníci subjektů, působících v cestovním ruchu. Vliv takovéto lobby by měl být tak velký, aby dokázala přimět politiky upravit právní prostředí tak, aby nedocházelo k „zapomínání“ na cestovní ruch při vyjednávání podmínek pro vstup do Evropské unie v oblasti DPH, aby byly stanoveny např. mantinely pro vybírání různých autorských poplatků v rozumné míře přijatelné pro obě strany a aby peníze za poskytování služeb byly zdaněny všem stejně a hlavně tady v Česku.

Od toho se odvíjí další oblast, do níž by měl stát více investovat, která by Českou republiku posunula v mezinárodní konkurenci vpřed. Stát by měl sám sebe, jako cíl milionů spotřebitelů z domova i ze zahraničí, daleko víc propagovat. Měl by životaschopnou koncepcí oslovit subjekty podnikající v cestovním ruchu – hotely, incomingové agentury, restaurace, dopravce apod., už proto, že by i u nich možná našel nejen morální, ale i ekonomickou podporu. Vezměte si např. hotel guidy. Nikdo neví, který je ten pravý, a tak raději inzeruje ve všech a zbytečně vydává peníze za stejnou službu na více místech. Proč nemůže být jeden zastřešený např. Českou centrálou cestovního ruchu, u nějž bude stát garantovat, že se dostane všude tam, kam se dostat má?

Větší díl toho, co je třeba udělat, musíme ale udělat každý sám. Špatné je, že v mnoha případech si turista v Česku nepřipadá jako host. Vůbec nerazím teorii, že bychom pro turisty měli dělat něco zadarmo, ale mám na mysli chovat se k nim tak, aby měli chuť utrácet peníze právě u nás a ne v sousední zemi. Své peníze totiž rád vydá zřejmě každý, komu je v nějakém prostředí či společnosti lidí příjemně, takže i z těchto příčin je průměrná útrata turistů v České republice poměrně malá. A proč ještě? Protože návštěvníkům předestíráme jen zlomek atraktivit, kterými Česko disponuje. Dnes převažují individuální turisté, kteří očekávají, že když do nějaké země přijedou, že se na místě rychle zorientují, co kde je a jak se tam dostanou. Pochopitelně teď nehovořím o spektru základních služeb, jako je ubytování nebo stravování, ale o tom, že nám nestojí za to, abychom jejich pozornost poutali na další cíle, které v Česku stojí za to navštívit.

To, že u nás k turistům přetrvává velmi rezervovaný vztah, je dáno setrvačností, a ta je obrovská. Usměrnit ji ale dokáže pouze adekvátně obrovská síla, což je v krátkodobém horizontu nemožné. Hloupé ale je, že se tímto přístupem k cestovnímu ruchu řadíme mezi státy, jejichž politici nepotřebují peníze na plnění předvolebních slibů. U nás prý k tomu jednou nemáme moře, podruhé velehory, potřetí lidi ... Handicap Česka např. vůči Rakousku ale není v kvalitě a kvantitě turistických cílů, ale v tom, co alegoricky vystihuje průpovídka o tom, jak hříšník v pekle, rozděleném na kapitalistické a socialistické, pootevře dveře do čekárny kapitalistického, kde jej srdečně vítá špalír čertů. I ptá se: „Co mne zde čeká?“ „No, to vás položíme na prkna, z kterých čouhají dvoustovky hřebíky a přejedeme vás parním válcem ...“ Hříšník se ulekne a nakoukne do českého. U vchodu sice žádný personál, zato v čekárně plno a veselo. Zeptá se proto jednoho z čekajících, jenž mu odpoví: „No, to vás položí na prkna, z kterých čouhají dvoustovky hřebíky a přejedou parním válcem ...“ Hříšník se ulekne, i když ne tolik: „Ždyť je to stejné jako v kapitalistickém pekle, tak proč je tady tak narváno?“ Dotázaný pobaveně mávne rukou: „Jednou nejsou prkna, podruhé hřebíky. A parní válec? Ten už vůbec neseženou... Nehledě na to, že se to dá vždycky nějak obejít!“

Asi na tom něco bude. V Rakousku nebrečí, je-li na horách sníh nebo není, ale systém je nastaven tak, aby tam lidé přijeli, bavili se a líbilo se jim tam za každého počasí. Převážná část podílu na tomto stavu je u každého jednotlivce. V Česku si lidé vesměs neváží, že jim turisté přinášejí prosperitu - absence vědomí pomyslného pana Nováka, že díky nim má práci a jeho rodina peníze. Z toho plyne často velmi nepříjemný pocit hostů, kteří na závěr pobytu v Česku konstatují: „Tady se na nás nikdo neusmál, nikdo nás nepozdravil... Když jsme se chtěli na něco zeptat řidiče tramvaje, tak se na nás mračil a něco odsekl. Všichni se zde tváří otráveně a jsou uzavřeni sami do sebe se svými problémy...“ A to nehovořím o opravdových nešvarech, s nimiž nikdo nic nedělá a o kterých se jen píše a točí televizní reportáže, a pak to vše skončí konstatováním: „ono to nejde, protože...“ Ono to není pouze o hrubém domácím produktu, ale i o zaměstnanosti. V Česku jsou oblasti, které by cestovní ruch mohl živit kompletně. Ať už ve službách přímo spojených s tímto odvětvím nebo v sekundární sféře. Turisté totiž mají obdobné potřeby jako kteříkoliv jiní lidé, akorát za ně zpravidla utrácejí daleko více peněz, než stálí obyvatelé. Proto se opravdu vyplatí jim k tomu úsměv a vstřícnost přibalit zadarmo. Jsem od přírody optimista. Věřím, že se nám všechna úskalí podaří zdolat i v případě, že letošek nebude snadným rokem. Začít musíme každý sám u sebe. Rok 2003 bude určitě lepší, když pro to sami něco uděláme.

Orlické hory vyhledávaným cílem

Orličky, či Orlické hory mám rád. Už proto, že jsem byl po několik let členem oddílu výkonnostní turistiky TJ Sokol Sedloňov v Orlických horách, než jsem přestoupil do horolezeckého oddílu do Teplic. K nezapomenutelným zážitkům zimních víkendových soustředění v tělocvičně sedloňovské školy, pod záminkou promítání diapozitivů z hor, tzv. „Diafestů“, či z rýžování zlata – „Mamonfestů“, patřily hřebenové túry, a zejména pak příslovečné dlouhé táhlé sjezdy z Velké Deštné, zhusta však tzv. tygří stopou. Pochopitelně na běžkách. „Hodit tygra“ na sjezdovkách totiž není tak skvělým zážitkem jako na běžkách, obzvláště poté, co vám, vzpouzejícímu se gravitaci a zákonu o zachování energie, následně bágl zarazí hlavu hluboko do prašanu.

V polovině loňského prosince jsem Deštné navštívil opět. To abych si prohlédl hotel Praha právě procházející rekonstrukcí. Nachází se pod sjezdovkami, přímo proti vlekům. A přesto, že docela obstojně zvládám jízdu „starou cestou kolmo dolů – na partyzána“, je vysoce pravděpodobné, že bych dobrzdil až na jeho recepci. Naštěstí takhle odvážných zase mnoho není a hotel Praha je stavěn bytelně.

Jednatele společnosti Renova, která vlastní hotel Praha, pana Libora Špatenky jsem se zeptal, proč má Orlické hory rád on.

Protože jsem narodil v Opočně, v podhůří Orlických hor, a jako malý kluk byl permanentně na horách, neboť tam rodiče mají chatu. Kousek za vesnicí, kde teď bydlím, v Houdkovicích, je od lesa krásný pohled na Orlické hory od Nového Hrádku až po Rokytnici v Orlických horách po pravé straně.

V Orlických horách bývají neskonale lepší sněhové podmínky než v daleko vyšších pohořích. Je to dáno i tím, že jsou první vysokou bariérou ze směru od Baltického moře a zachytávají sněhové srážky.

Orlické hory jsou nádherné nejen v zimě, ale po všechna roční období.

Každé z nich má své kouzlo. Např. letní západy slunce z Velké Deštné vonící borůvčím a brusinkami. Během zimní sezony jsou zase Orlické hory vyhlášené středisky zimních sportů jako Říčky a již zmiňované Deštné. Vzhledem k charakteru zdejších lesů zde bývá nádherně barevný podzim. Jaro, byť k nám do hor k radosti lyžařů a milovníků zimních sportů přichází poněkud později, je nádherné probouzející se přírodou ze zimního spánku, nejprve bílými a záhy pak barevnými květy... Ostatně i Velká Deštná, jako výrazně dominantní kopec Orlických hor, září ve vegetačním období stovkami květů.

Kouzlu Orlických hor věříte natolik, že jste se rozhodli investovat do nákupu a rekonstrukce hotelu Praha.

Ano, Orlické hory byly a jsou vyhledávaným cílem turistů. Dá se očekávat, že vstupem Česka do Evropské unie zde ještě vzroste poptávka po kvalitních ubytovacích kapacitách. Hotel Praha v Deštném jsme se rozhodli koupit, rekonstruovat a rozšířit zejména proto, že se nám líbila jeho poloha. To, jak se naše společnost k hotelu dostala, ale má poněkud delší historii. Po listopadu byl vrácen restituentům. Ti jej prodali společnosti, která sice měla zpracovaný projekt, ale nepodařilo se jej uskutečnit. Následně jej v dražbě získal další majitel s tím, že jej zrekonstruuje. Rekonstrukce rovněž neproběhla a došlo k prodeji dalšímu majiteli. Ten se také rozhodl hotel prodat a přišli jsme na řadu my. Rozhodli jsme se zde investovat volné prostředky.

Hotel Praha je nejen na malebném místě, ale řekl bych, že jeho poloha je v Orlických horách přímo strategická.

Zejména po loňské investici společnosti, provozující zdejší ski areál, která zbudovala přímo proti nám novou sjezdovku s lyžařským vlekem a přikoupila další sněhová děla. Hned proti nám končí sjezdovky Marta 1, a tak z hotelu Praha, z restaurace i většiny pokojů, je výhled přímo na

Hotel Praha

v Deštném v Orlických horách se nachází na úpatí Velké Deštné „ZIMNÍHO KOPCE“ u horské silnice z Deštného na Šerlišský Mlýn a Masarykovu chatu, v bezprostředním sousedství lyžařského areálu. V současné době prochází rozsáhlou rekonstrukcí. Pozemky hotelového areálu jsou ale dostatečně velké, aby hostům mohly poskytnout soukromí. K příjemnému posezení zde bude letní zahrádka, dětské hřiště a zeleň. Hotel bude splňovat standardy vyšší třídy. Bude disponovat 47 lůžky, většinou ve dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky, předsíňkou, vestavěnými skříněmi, posezením, televizním satelitním příjmem, telefonem a samozřejmě vlastním sociálním příslušenstvím. Hotelová kuchyň bude dimenzována na tři sta jídel denně. Parkoviště bude mít šestnáct stání. Restaurační zařízení a salonek pak bude dotvářet vhodné podmínky pro pořádání podnikových akcí, školení a seminářů.

Dispoziční řešení

Podzemní podlaží

bude sloužit jako sklad zeleniny a ovoce, potravin, nápojů a pivní sklep. Bude zpřístupněno hospodářským schodištěm a nákladním výtahem při hospodářském vstupu se zásobovací rampou.

Do přízemí hlavní budovy

je centrální vstup přes zádveří. Po pravé straně bude restaurace a nalevo salonek s vlastním sociálním zařízením. Stravovací prostory jsou přes office s lobby barem napojeny na provoz kuchyně. Kuchyň je členěna na hrubou přípravu s černou kuchyní, vlastní kuchyň, studenou kuchyň a úsek mytí nádobí s prokládací skříní a příjmem špinavého nádobí přes podávací okénko z prostoru office. Je vybavena denním skladem. Její zázemí má vlastní vstup s příjmem zásob, sklady obalů a odpadků. Pro zaměstnance je tu šatna a sociální zázemí. V tomto sektoru je i úklidová komora. Pro ubytované hosty je k dispozici postranní vstup na východní straně od zádveří. Na zádveří navazuje chodba s hlavním schodištěm. Po levé straně zádveří je recepce s místností zaměstnanců a po pravé lyžárna s botárnou.

První podlaží hlavní budovy

je zpřístupněno hlavním schodištěm z centrální haly. Při jižním průčelí jsou tři hotelové pokoje 2 + 2. Na západní straně je navržen apartmán s kuchyňským koutem a ložnicí. Na východní pak apartmán s kuchyňským koutem a dvěma ložnicemi. Na tomto podlaží je umístěn i sklad čistého a špinavého prádla a úklidová komora.

Druhé podlaží hlavní budovy

využívá prostor podkroví. Zde jsou tři dvoulůžkové pokoje a dva 2 + 2.

Domek

představuje samostatný objekt s vlastním vstupem. Zázemí tvoří lyžárna. V přízemí jsou dva pokoje 2 + 2 a v podkroví dva dvoulůžkové.

sjezdovky a do centra ski areálu. Hotel má nejen strategickou polohu u dojezdu hlavních sjezdovek, ale je výhodným východiskem pro celoroční túry, zejména pro tradiční hřebenové. Nachází se na pozemku o rozloze téměř půl hektaru. Z jedné strany je ohraničen řekou Bělou, z druhé horskou silnicí vedoucí z Deštného na Šerlišský Mlýn a na Masarykovu chatu.

Koupí hotelu Praha jste si udělali radost, ale vaše firma podniká ve zcela jiné oblasti než v pohostinství a cestovním ruchu. Chystáte rozšířit portfolio její činnosti?

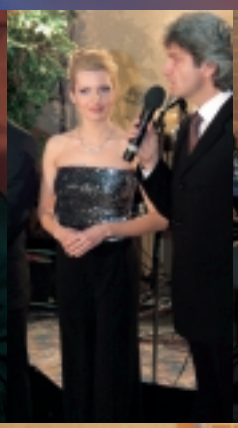
V žádném případě. Nepatříme mezi odvážné, kteří se domnívají, že vést hospodu či hotel je legrace, kterou zvládne každý. Naopak, naším záměrem je dát mu hned od začátku profesionální vedení, aby mohl fungovat v dlouhodobé perspektivě. Rozhodli jsme se proto, a to i prostřednictvím Všudybylu, oslovit potenciální zájemce, kteří by byli schopni si v podstatě zcela nový hotel s dlouholetou tradicí pronajmout a provozovat na špičkové úrovni. Spolu s projektanty jsme investici pojali tak, aby náš hotel patřil k nejlepším v Orlických horách. Stejně tak chceme, aby služby poskytované v jeho komplexu byly v prvotřídní kvalitě. To je základní požadavek. Důležitá je i ekonomika hotelu a jeho napojení do určitého řetězce už proto, aby byl celoročně obsazován a jeho provoz byl rentabilní. Záleží nám na tom, aby zájemce měl v hotelové branži cosi za sebou, abychom měli možnost se přesvědčit, jaké za ním stojí výsledky.

➤➤ **www.vodomery.cz**

RENOVA s.r.o.

Desiata sezóna Kartago tours

V piatok 17. januára sa v rámci gala večera v bratislavskom hoteli Holiday Inn uskutočnil slávnostný krst nových katalógov cestovnej kancelárie Kartágo tours. Tento večer bol oproti predošlým v minulých rokoch o to výnimočnejší, že táto cestovná kancelária a jej hosti oslavovali otvorenie desiatej sezóny Kartago tours. V programe, ktorý uvádzal pán Štefan Skrúcaný, sa zaplnenej sále predstavili speváci La Rubia s tanečnicami a Marián Vojtko. Veľkolepý ohlas mali hity v originálnom podaní populárnej skupiny „No Name". Krásny večer bol ozajstne krásny aj vďaka svojmu humánnemu náboju. Moderátorka TV Markíza Aneta Parišková tu prezentovala novú súťaž „Môj najkrajší sen". „Môj najkrajší sen" je názov ako aj téma výtvarnej súťaže, ktorú pre deti z detských domovov po celom Slovensku pripravila cestovná kancelária Kartago tours a Nadácia Markíza. Krstným otcom a zároveň aj mamou katalógov Kartágo tours bol herec a moderátor Peter Kočiš, ktorý ich pokrstil pieskom zo Sahary. Veľkú kongresovú sálu hotela Holiday Inn Bratislava pri tejto príležitosti navštívili zástupcovia Ministerstva zahraničných vecí Slovenskej republiky a Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky ako aj zástupcovia Tureckého veľvyslanectva. Prišli aj pán Oklamčák s manželkou, herci Michal Dočolomanský a Marek Majeský.



KARTÁGO tours

13. bylo v pátek...

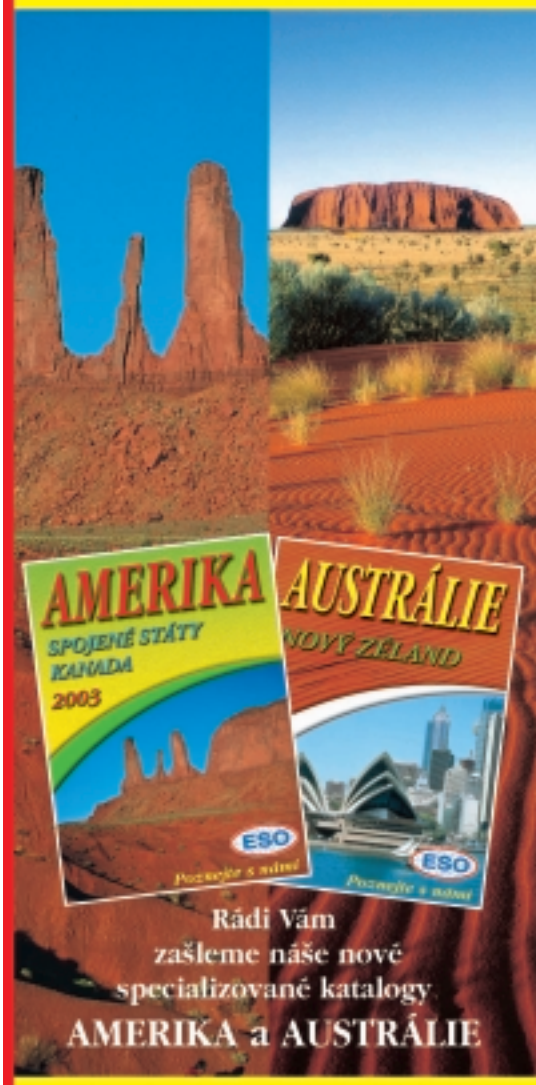
aneb ohňostroj splněných přání

Když byl v roce 1936 dokončen v městě Lázně Bělohrad nový komfortní hotel Grand, zdaleka nikdo netušil, že právě on bude i v třetím tisíciletí středem událostí, které se pro toto město stanou tradicí. Na závěr roku 2002 (celkově už posedmé) se vyšňořil do slavnostního a otevřel dokořán hostům, které si pozvaly akciové společnosti PURO-KLIMA a Anenské slatinné lázně, v nichž je právě PURO-KLIMA majoritním vlastníkem. Rozloučení s rokem 2002 bylo tentokrát pojato jako „Šantán v pátek třináctého“ a neslo se ve stylu 30. let. Hosté si možná položili otázku, proč právě ve stylu těchto let. Odpověď nám na ni dal starosta města Lázně Bělohrad Ing. Pavel Šubr, který z kronik i od pamětníků ví, že v minulosti největší věhlas, chcete-li úroveň, Anenské slatinné lázně získaly právě ve 30. letech minulého století a patřily k nejlepším evropským lázním.

-pm-

➤➤ **www.belohrad.cz**
➤➤ **www.puro-klima.cz**

ESO
ASIE
AFRIKA
AMERIKA
AUSTRÁLIE
EXOTIKA
Největší touroperátor na EXOTIKU



Rádi Vám zašleme naše nově specializované katalogy AMERIKA a AUSTRÁLIE

ESO travel
Korunovační 22, 170 00 Praha 7
tel. 233 377 711,
fax: 233 377 716
info@esotravel.cz
www.esotravel.cz www.exotika.cz

Navštivte nás na Mezinárodním veletrhu Holiday World 2003 ve střední hale stánek č. SH 001

Předseda představenstva akciové společnosti Exim Tours Ing. Ferid Nasr přebírá 29. listopadu 2002 večer ve Španělském sále Pražského hradu z rukou ministra pro místní rozvoj Mgr. Pavla Němce diplom pro nejoblíbenější firmu v České republice v kategorii turistický ruch.

Vše nasvědčuje tomu, že bude lepší, pokud se nic nestane

Koncem loňského roku přebírala cestovní kancelář Exim Tours, a.s. v kategorii turistický ruch na Pražském hradě diplom pro nejoblíbenější firmy v České republice. Čím jste si podle vás tuto nominaci od cestovních agentur a dalších subjektů nejvíce zasloužili?

Tady v Česku je takové rčení, že „když dva dělají totéž, nemusí to být totéž“, takže i z tohoto důvodu ode mne nečekejte nějaké převratné věci. Rád bych nejprve konstatoval, že už sama nominace nás velmi překvapila. Nic takového jsme nečekali. Pochopitelně, že nás to všechny v Eximu ohromně potěšilo, včetně mne, přesto, že si na oficiální hodnocení nepotrpím. Každoročně si jej totiž dělám sám pro sebe a nikdy jsem nebyl spokojený. Rok co rok si říkám, stále je co zlepšovat. Takže i udělení diplomu je pro mne spíše signálem, že se Exim Tours drží dobré cesty, obchodní politiky, kterou praktikujeme od svého prvopočátku, a to, být spolehlivým partner klientům, prodejcům i partnerům v destinacích, jimž z pěti evropských zemí přivážíme hosty. Z výsledků tak lze usuzovat, že serióznost je i v českém konkurenčním prostředí účinným nástrojem k dosažení úspěchu.

Na jiném místě tohoto vydání Všudybylu předseda představenstva jiné české úspěšné firmy Sněžka Náchod Ing. Miloslav Čermák říká: „V Bruselu mě učili, že musím permanentně myslet na tři věci: jak vytvořit zisk, jak zabezpečit, aby firma rostla, jak přežít v konkurenci.“ Cestovní kancelář Exim Tours neustále roste, ale český trh je značně limitovaný...

Ano, český trh je omezený. Každým rokem na něm v oblasti outgoingové turistiky zaznamenávám výkyvy zhruba plus minus pět procent. Nárůsty Eximu z těchto mantinelů vybočují. Dlužno podotknout, že v náš prospěch. Výsledky Eximu jsou mj. dány poměrem ceny a kvality zájezdů, společně s trvale dobrou obchodní pověstí akciové společnosti Exim Tours. Navíc jsou momentálně pro nás, pro všechny organizátory zahraničních zájezdů v České republice, příznivé podmínky dané silnou korunou, levnější leteckou dopravou a velkým tlakem na poskytovatele služeb v pobytových místech. Napomáhá tomu i zvyšující se životní úroveň obyvatel Česka. Zájezd za deset tisíc korun si dnes již dovolí daleko víc lidí než před pár lety.

Žít na úkor příštích generací může stát, na dluh třeba jím nebo věřiteli subvencovaná firma. V obou případech pak jak stát, tak taková firma rozdávají z cizího. V živé přírodě se tomu říká parazitování a v byznysu prodávat za dumpingové ceny.

Žít na dluh či kýmsi nebo čímsi dotovat podnikatelskou činnost není během na dlouhou trať. S touto soutěžní taktikou bychom rozhodně v tak dobrém zdraví nepřežili dosavadních jedenáct let, co Exim Tours existuje. Vždy jsme se snažili dosahovat nejvyšších možných cen tak, abychom úspěšně konkurovali nejen kvalitou, ale i cenou produktů, abychom dosahovali velkých objemů prodaných zájezdů. Od samého počátku jsme měli slušné ceny, které s dumpingovými nemají nic společného. Možná, že je to neskromné konstatování, že se řada cestovních kanceláří snaží jít ve stopách Exim Toursu a pokouší se venku tlačit na poskytovatele služeb: „Dejte nám ceny Eximu,“ ale těžko na ně mohou dosáhnout už proto, že Exim Tours má řadu filiálek v dalších evropských zemích a ubytovací kapacity, transfery, pojištění apod. nakupuje ve velkém. Exim Tours spolupracuje s řadou firem, s nimiž jsme si navzájem velkými a stabilními partnery již celé desetiletí.

Pohybuji se nejen ve sféře outgoingových cestovních kanceláří, ale i incomingu do Česka. Vím, že řada hoteliérů, i velmi renomovaných pětihvězdičkových hotelů, má zájem spolupracovat právě s vámi, s Exim Toursem...

Co se týče incomingu? Jsem známý jako člověk, který je zvyklý postupovat spíše pomalu. Na incoming se systematicky zaměřujeme teprve třetím rokem. I v něm zaznamenáváme výrazné nárůsty oproti stejným obdobím předchozích let. Zdali se dostaneme na takovou pozici jako v outgoingu, je především otázkou času. V současné době nemá cenu „tlačit na pilu“, už proto, že Česká republika pro posilování své pověsti coby turistické destinace nedělá skoro nic, pokud čas od času dokonce nečiní kontraproduktivní kroky. Vzdor tomu věřím, že i v incomingu budeme stejně úspěšní jako v outgoingu.

Na závěr mi dovolte otázku, jak by se podle vás mohl vyvíjet průběh letošního roku?

Věřím, že nebude hůř než v roce 2002, který byl docela úspěšným rokem. Pro rok 2003, pokud se nic nestane, vše nasvědčuje tomu, že bude lepší.

➤➤ **www.eximtours.cz**

Poskytovat nadstandardní služby se vyplácí

Na tiskové konferenci společnosti Veletrhy Brno, která se konala začátkem ledna v hotelu Paříž v Praze, pořadatelé veletrhu Go konstatovali, že zde spolu s dalšími prestižními firmami vystavuje cestovní kancelář GlobtourPraha. Při příležitosti konání veletrhu jsem o rozhovor požádal zástupce ředitele Ing. Stanislava Zímu.

Pane inženýre, Globtour má řada lidí spojen s Chorvatskem.

To byl, je a bude náš cíl. Už tak rozsáhlou nabídku Chorvatska jsme pro letošní rok opět rozšířili a zatraktivnili. Na chorvatském pobřeží prakticky neexistuje významnější letovisko, kde bychom nenabízeli naše kapacity. Cílem celé skupiny Globtour je stát se největším evropským touroperátorem na Jadranu. Pokračujeme v úspěšném projektu klubových hotelů, kde nabízíme nadstandardní služby za standardní ceny. Ti, kteří nás znají z minulých let, vědí, že kdysi jsme na Jadranu měli dva, pak tři klubové hotely. Jejich počet se ale pro letošní rok jenom na Jadranu rozšířil na devět, a to jsme do nabídky zařadili dalších 13 nových produktů - Globtour bonus, Globtour private a Globtour centrum. Další klubové hotely nabízíme i v Černé Hoře, na řeckých ostrovech a v Tunisku.

Rovněž razantně jste vstoupili na jaderské pobřeží Černé Hory.

Místní prostředí nám není neznámé už z hlediska bývalé struktury skupiny Globtour. Do Černé Hory vypravujeme tři letadla týdně z Prahy, Brna a Ostravy. Pro letošní rok jsme pro tuto oblast zajistili komplexní nabídku. Věříme, že spousta klientů, která Černou Horu navštívila v dobách minulých, se sem bude ráda vracet, už proto, že má možnost výběru od dvouhvězdičkových hotelů přes apartmány, ubytování v menších penzionech až po hotely a rezidence vyšší kategorie. V Černé Hoře chceme dosáhnout obdobné pozice jako na pobřeží Chorvatska. Proto létáme do Tivatu z Prahy, Brna a Ostravy, dále máme odjezdy autobusů prakticky z celého českého území.

Hovoříme-li o novinkách, rád bych zmínil další destinaci, kam budeme mít přímý let jako jediní z Česka – Kalábrii. O Kalábrii se říká, že co se týče pláží, čistoty vody a malebnosti pobřeží, je „Karibikem Středomoří“. Úplnou novinkou a specialitou na českém trhu pak je přímý let na řecký ostrov Santorini.

Ostatně již minulý rok jsme zaznamenali zvýšený zájem o leteckou přepravu, a proto jsme na léto 2003 posílili nabídku prakticky u všech leteckých destinací.

Češi jsou za dovolené u moře ochotni vydat daleko větší poměrnou část svých příjmů než mnozí další Evropané.

Ano, ale český klient se za poslední roky podstatně lépe orientuje v nabídkách cestování, což na nás klade stále větší nároky při výběru destinací a kapacit. Klientů, kteří využijí našich služeb, si velmi vážíme, stejně jako partnerů, kteří naše produkty prodávají. Osvědčuje se nám systém klubových karet, kdy klient, který poprvé vycestuje s Globtourem, obdrží v příštích letech slevu a dostává výhody i v následujících sezonách. Tuto koncepci rozvíjíme již řadu let a na našem trhu jsme v době, kdy se ostatní touroperátoři trumfovali nabídkami tzv. last minute, zavedli systém, který preferuje klienty, kteří si dokáží dovolenou rezervovat v předstihu. U Globtouru se vždy poskytovaly výhody za včasnou rezervaci. Zarezervuje-li klient zájezd včas, zpravidla to bývá do konce března, začátku dubna, získává různé bonusy až do výše 15 % ceny zájezdu, které jsou sčitatelné s výhodami klubové karty. Proto náš reklamní slogan – sleva až 21 % – na obálce katalogu. Klient si vybírá z nejširší nabídky, ale cestuje za cenu leckdy nižší, než je cena lastminutů na trhu. Pozice naší společnosti nám umožňuje poskytnout všechny tyto výhody již při zaplacení 50% zálohy.

Loni jsme se v Top Hotelu Praha potkali na prezentaci vašeho katalogu „Léto 2003“. Čím je tento katalog nový?

Nejen vnějším vzhledem. I když i to byl poměrně závažný krok. Poslední roky pro nás bylo charakteristické, že se na obálkách našich katalogů objevovaly děti. Všimli jsme si ale, že tento motiv je masově přejímán, a rozhodli jsme se proto pro změnu. Nejde pouze o novou grafickou koncepci, ale změnili jsme i strukturu katalogu. U většiny destinací došlo k inovaci produktů. V Turecku, na Baleárských ostrovech. Zcela nový produkt nabízíme v Tunisku. Katalog je daleko více spjatý s podněty koncových klientů a partnerů, kteří naše zájezdy prodávají. Globtour se i do budoucna chce profilovat především jako touroperátor. V současné době máme pouze dvě vlastní prodejny – v reprezentačních prostorách Obecního domu a v obchodním centru Nový Smíchov. Ředitelství firmy stále zůstává v Kaprově ulici.

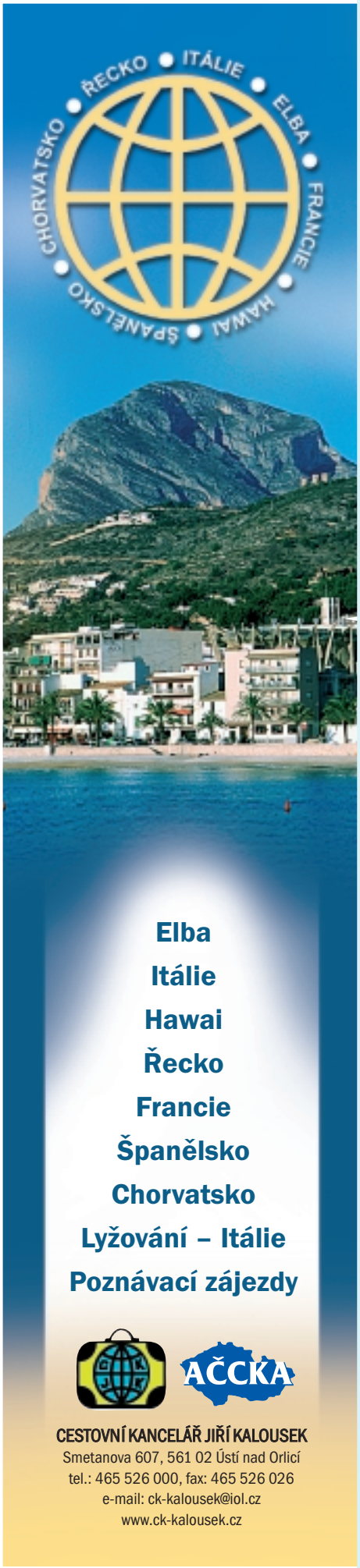
Prezentace katalogu se zúčastnila řada čestných hostů.

Velmi nás potěšila i přítomnost velvyslanců Slovinska a Svazové republiky Jugoslávie, předsedů hospodářských komor ostrovů Dodekanesos a Santorini. Pozvali jsme své nejvýznamnější obchodní partnery. Rád bych zmínil Všeobecnou zdravotní pojišťovnu České republiky. Vážíme si vystoupení generální ředitelky VZP ČR Ing. Jiřiny Musílkové a top managementu České podnikatelské pojišťovny v čele s generálním ředitelem a předsedou představenstva Ing. Vlastimilem Navrátilem. Přítomni byli i zástupci letecké společnosti Travel Servis.

Globtour je řadu let partnerem Nadace Terezy Maxové.

Každý silný podnikatelský subjekt by měl pamatovat na potřebné, obzvláště pak na děti, které měly méně štěstí. To je motivace, proč podporujeme Nadaci Terezy Maxové. Klienti si mohou v našem katalogu všimnout jejího loga u některých nabídek. Znamená to, že pokud si zakoupí tento zájezd, přispívají určitou částkou na charitativní činnost Nadace Terezy Maxové.

➤➤ **www.globtour.cz**



Udělat chybu, okamžitě bych skončil

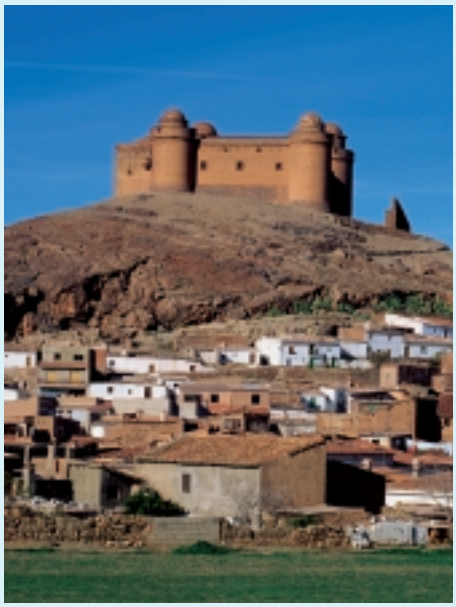
Cestovní kancelář Jiří Kalousek působí od 1. února 1991. Již téhož roku se stala členem Asociace českých cestovních kanceláří a agentur. Produkuje poznávací i pobytové zájezdy. Dlouhá léta je velmi úspěšná se svým Španělskem, zejména velmi žádanými letovisky Calella a Lloret de Mar, Makarskou riviérou v Chorvatsku či Kalábrií. Neméně úspěšně nabízí zájezdy do dalších pobytových míst v Itálii, na Elbu, do Řecka, Francie nebo i na Havaj.

Cestovní kancelář Jiří Kalousek se dominantně orientuje na autobusové a individuální zájezdy. Majitele firmy, pana Jiřího Kalouska, jsem oslovil s tím, že jsem se dozvěděl, že se letos jeho cestovní kancelář, po dvanácti letech existence, pouští do vlastních leteckých zájezdů.

Ano, je to pravda. Naší novinkou pro letošní sezonu jsou letecké zájezdy do Španělska a na Korfu. Nicméně i letos očekávám, že neméně velký zájem bude o zájezdy s autobusovou a individuální dopravou. Pro letní sezonu 2003 jsme připravili pobyty v Kalábrii u Jónského moře v letovisku Mandatoricia, ostrov Elbu a Antibes ve Francii. Nejsilnější pak zůstáváme ve Španělsku, na pobřeží Costa Brava. Děláme jej již dvanáctou sezonu. Za tu dobu se nám podařilo eliminovat většinu možných nedostatků a funguje to snad tak, jak by mělo. Španělsko má ohromnou výhodu v tom, že tam jsou v rámci standardního turistického servisu nejlepší služby, perfektní bydlení, bezkonkurenční stravování i vcelku slušné moře. Jediná trochu negativní věc je, že je to vzdálená destinace, prakticky sedmnáct set kilometrů autobusem, tedy spíše na letadlo. Proto jsme Costa Bravu letos poprvé zařadili letecky.

Většina cestovek se jmenuje různě. Málo kdo názvu své firmy propůjčuje vlastní jméno hned od vzniku firmy.

Cestovní kancelář jsem založil 1. února 1991 a své jméno jsem jí propůjčil mj. proto, že jsem se při cestách do zahraničí setkával s řadou tamních cestovních kanceláří, na nichž mne zaujalo, že ty větší nesly jména svých majitelů. Možná to byla náhoda, že jsem si více všímal právě jich, nicméně vycházel jsem z toho, že když chci něco dělat, musím to dělat poctivě. A že serióznost své firmy budu rovněž garantovat vlastním jménem, už proto, že pocházím z malého města, kde udělat chybu, znamená okamžitě skončit.



Rozhodl jste se podnikat vzdor svému zdravotnímu handicapu.

Poté, co jsem založil cestovní kancelář, jsem za měsíc začal docházet na dialýzu. Na nohách mě držela práce ve firmě. Byla pro mne motivací. Východní Čechy nikdy neoplývaly výdělky, a my jsme našimi zájezdy s jejich dostupnými cenami umožňovali cestovat i těm lidem, kteří nemají velké mzdy.

Kromě toho, že máte ve východních Čechách pět poboček, rozhodl jste se expandovat do hlavního města.

Není to jen kvůli kupní síle obyvatel, ale i proto, že značná část našich klientů je přímo z Prahy. Chtěli jsme jim usnadnit komunikaci s námi a zefektivnit prodej.

Proč s transplantovanou ledvinou neděláte něco klidnějšího?

Moje nová ledvina je ženská, a i to je pro mne inspirace.

➤➤ **www.ck-kalousek.cz**

Praha uspěla v Bratislavě

Hlavní město Praha v Bratislavě na Slovakiatour 2003 převzalo cenu za nejhezčí stánek. Při té příležitosti jsem o vyjádření požádal radního zodpovědného v Praze za oblast cestovního ruchu Dr. Igora Němce.

Je to velký úspěch, protože původní stánek byl zničen povodní. To byl jeden z důvodů, proč jsme v loňském roce omezili výstavy. Původní stánek jsme potřebovali nahradit novým, který je, až na dílčí vylepšení, téměř totožný. Koncepce prezentovat Prahu stánkem 21. století se ukázala správnou. Vyhráli jsme ve velké konkurenci nápaditých expozic řady zahraničních vystavovatelů.

Ve vystoupení ředitele České centrály cestovního ruchu Davida Gladiše na Klubovém večeru Asociace cestovních kanceláří České republiky ale bylo řečeno, že na zahraničních výstavách bude Česká centrála cestovního ruchu a hl. m. Praha prezentovat Česko společným stánkem – jedna republika, jedna národní expozice.

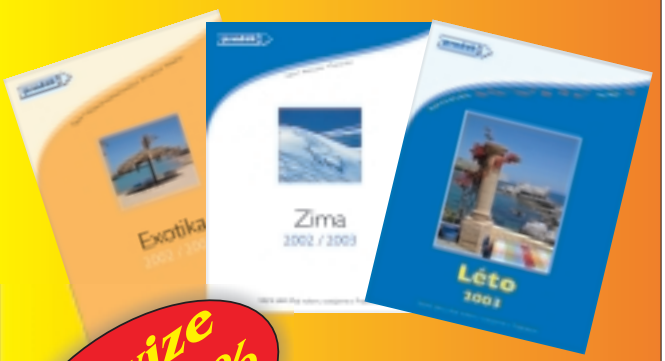
Ano bude. Výběrové řízení na realizaci národních expozic České republiky pro rok 2003 však dle někdejších svých ostinátních kritérií zadávalo a realizovalo ještě minulé vedení České centrály cestovního ruchu. Věřím však, že řadu společných kroků v oblasti propagace Česka se nám podaří uskutečnit již letos. Jsem tomu rád. Odráží to velikou vstřícnost nového vedení České centrály cestovního ruchu a pana Gladiše osobně. Chtěl bych mu za to poděkovat. Je to vítězství zdravého rozumu - ducha nad hmotou, které jsme se dlouho snažili prosadit. Pan Gladiš v tom dělá opravdové kroky, a já doufám, že se to podaří.

Jaký očekáváte vývoj v oblasti domácí a incomingové turistiky na území hl.m. Prahy?

Určitě čekáme zlepšení. Věřím, že společně s podnikatelskou sférou uděláme vše pro to, aby hl.m. Praha posilovala summitem NATO akcentovanou pozici kongresové i oblíbené turistické destinace.

➤➤ www.praha-mesto.cz

"Stejně jako před rokem, cestujeme s Pradokem"



Provize až 12 %

- Výrazné slevy do 28.2. !
- Výlety zdarma!
- Svozy zdarma!
- Děti zcela zdarma!

NAVŠTIVTE NÁS U STÁNKU LK 010 NA HOLIDAY WORLD

pradok

Zborovská 6, 150 00 Praha 5
Tel.: 257 328 252
Fax: 257 329 035

www.pradok.cz
E-mail: info@pradok.cz

ITF Slovakiatour 2003

Od 16. do 19. januára sa vo Výstavnom a kongresovom centre Incheba v Bratislave uskutočnil deviaty ročník medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu ITF Slovakiatour 2003. Konal sa pod záštitou Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky s odbornou garanciou Slovenskej agentúry pre cestovný ruch, Slovenskej asociácie cestovných kancelárií, Združenia miest a obcí Slovenska a Zväzu hotelov a reštaurácií Slovenskej republiky. Potvrdil, že je najväčším veľtrhom cestovného ruchu na Slovensku, aj svoje prestížne postavenie v Európe, od roku 1999 podtrhnuté členstvom v Európskej asociácii veľtrhov cestovného ruchu. Slovakiatoure sa tohto roku zúčastnilo 350 subjektov z Anglicka, Bulharska, Cypru, Česka, Čiernej Hory, Francúzska, Grécka, Chorvátska, Izraelu, Juhoslávie, Slovenska, Maďarska, Nemecka, Poľska, Rakúska, Rumunska, Španielska, Talianska, Thajska, Tuniska a Turecka na celkovej ploche 12 000 m². V porovnaní s vlaňajším ročníkom sa počet vystavovateľov a obsadená plocha zvýšili o takmer 20 %. Okrem subjektov výjazdového cestovného ruchu sa na veľtrhu vo väčšej miere prezentovali mestá, obce a regióny. Potešila účasť Bardejova, Banskej Bystrice, Beskýd, Bratislavy, Brusna, Hornej Nitry, Horných Salíb, Jantárovej cesty, Komárna, Kysúc, Liptovského Mikuláša, Malokarpatského regiónu, Matúšovho kráľovstva, Nitry, Piešťan, Považskej Bystrice, Rajeckých Teplíc, Slanej-Rimavy, Slovenských jaskýň, golfového areálu Tále, Tekova, Trenčína, Topoľčianok, Trenčianskych Teplíc, Tmavy, Vysokých Tatier, Vyšných Ružbachov, Záhoria, Združenia miest a obcí Detvy, Krupiny a Zvolena, Zemplína, Zuberca, Zväzu vidieckeho turizmu a agroturizmu a Zväzu vidieckeho turizmu Hont. Regionálny význam tohto podujatia deklaruje i samostatná účasť miest a regiónov z Českej republiky, ako boli jeho hlavné mesto Praha, Juhomoravský kraj, Královohradecký kraj, Pardubický kraj, mesta Písek, Westernového mestečka Šiklův Mlýn, ako aj regiónov a miest z Poľska, Maďarska a Talianska. Oblasť dopravy bola zastúpená spoločnosťami ako Železnice Slovenskej republiky, České dráhy, Air Slovakia, ČSA, Finnair, Lufthansa, Sky Europe, Slovenské aerolínie, Singapur Airlines. Veľmi široká bola ponuka zameraná na jazykové pobyty v zahraničí a ponuka detských agentúr.

>> www.inncheba.sk

ITF SLOVAKIATOUR

INCHEBA BRATISLAVA

Potovníctvo Oddych

člen / member
European Tourism Trade Fairs Association

Holiday Inn®
BRATISLAVA

Holiday Inn
Bajkalská 25/A, 825 03 Bratislava
tel.: 00421 2 4824 5111
fax: 00421 2 4824 5112
e-mail: holidayinn@holidayinn.sk
www.holidayinn.sk
www.holiday-inn.com/bra

GO a Regiontour rekordní

Letošní veletrhy cestovního ruchu GO a Regiontour byly opět příjemným zahájením nového roku. Veletrhy Brno, akciová společnost, se opět představily v nejlepším světle. Odměnou jim bylo několik rekordů. Čistá výstavní plocha se zvětšila o cca 6 % na celkových 9227 m2. Veletrhů se zúčastnily všechny kraje Česka a mezi vystavovateli na veletrhu GO zřejmě byly všechny z našich uznávaných velkých cestovních kanceláří. Veletrhů se zúčastnilo 1075 vystavovatelů. Ze zahraničí přijela pětina všech vystavovatelů a téměř 900 odborných návštěvníků. Nejen první dva dny, ale i v sobotu a neděli byla vysoká návštěvnost. Veletrh GO byl ve znamení rozšíření účasti zahraničních centrál cestovního ruchu. Poprvé se představily centrály z Maroka, Rumunska nebo Švýcarska. Premiéru také měla expozice italského regionu Friulia-Venezia Giulia, kterou osobně navštívil prezident provincie Gorizia Giorgio Brandolino.

Ohlasy zahraničních touroperátorů

Zásluhou akce Meeting Point, která zprostředkovala jednání s českými subjekty incomingové turistiky, do Brna přijelo na sto touroperátorů z celé Evropy. Během dvoudenního pobytu si v doprovodu tlumočníků a průvodců prohlédli expozice veletrhu i některé konkrétní turistické cíle.

„Návštěva brněnského veletrhu pro mě byla velmi užitečná k získání informací o Brně, Moravě a dalších místech České republiky i Slovenska. Vozím do Evropy skupiny hudbymilovných Američanů, kteří se vždycky zajímají o Prahu, ale nyní jim chci představit také trochu méně známé oblasti, jako jsou jižní Morava a jižní Čechy."

Matthew E. Grocutt – Music & Travel Tour Consultancy

„Meeting Point byl dobrou přípravou na skupinové cestování, shromáždil jsem řadu materiálů, nápadů i kontaktů pro příští rok. Mám již představu o zájezdech do českých a moravských regionů, konkrétně například do hor směrem k polským hranicím, do historických měst v Čechách i na Moravě a pak do oblasti přiléhající k hranicím Saska."

Wolf Schieber – Special Tours Stuttgarter Wochenblatt Kulturfahrten

„Účastníci naší třináctičlenné skupiny rakouských touroperátorů byli velmi překvapeni velikostí a šíří turistických možností v Česku a z Brna si odvážejí spoustu nových kontaktů."

Elisabeth Zöckl – organizátorka rakouské výpravy

Dobrá podpora rozvoje regionů

Vysokou prestiž obou veletrhů potvrdila přítomnost řady V.I.P. hostů, osobností české politiky v čele s místopředsedkyní Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR Miroslavou Němcovou. Za účasti jedenácti krajských hejtmanů se na veletrhu Regiontour poprvé uskutečnil „Hejtmanský den". Samozřejmostí byla účast vrcholných představitelů oborových asociací cestovního ruchu. Nechyběli ani hosté z oblasti umění, z nichž je možné jmenovat herce Bolka Polívku.

„Když porovnám letošní Regiontour s loňským, došlo k velmi významným změnám k lepšímu. Za hlavní považuji, že sem za prostředky akciové společnosti Veletrhy Brno přijelo asi o sto touroperátorů více, čímž byl významně posílen komerční charakter veletrhu."

Stanislav Juránek – hejtman Jihomoravského kraje

„Regiontour slouží prezentaci regionů, a jak jinak než prezentací regionů dokážeme do České repub-

liky dostat turisty. Jsem přesvědčen, že je to dobrá podpora jak rozvoje regionů, tak incomingové turistiky, a také proto jsem tady."

Pavel Němec – ministr pro místní rozvoj

„Expozice krajů, mikroregionů, měst i dalších vystavovatelů mne v pozitivním smyslu velmi překvapily. Kraje si za poměrně krátkou dobu své existence dokázaly vypracovat kvalitní koncepce rozvoje cestovního ruchu i konkrétní plány na jejich realizaci. Z prezentací i propagačních materiálů je vidět, že cestovnímu ruchu přikládají velký význam a jejich snaha přilákat návštěvníky je úspěšná. Zúčastnil jsem se také několika konferencí a seminářů, které pokládám za velmi přínosné. Scházejí se tu odborníci působící v různých oblastech cestovního ruchu a doprovodný program je výbornou platformou pro diskusi o plánech na příští roky."

David Gladiš – ředitel České centrály cestovního ruchu

Doprovodných akcí přibylo

K nejdůležitějším událostem tradičně patřily soutěže „Region Regina" a „Profi GO", konference, tentokrát na téma „Aktuální otázky rozvoje cestovního ruchu", pořádaná Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, semináře věnované problematice muzeí a galerií, několik seminářů o turistice a cykloturistice. Objevila se i nová témata pro rozvoj cestovního ruchu v regionech – např. vinařská nebo venkovská turistika.

Milovníci dobrodružství a exotických zemí si přišli na své na tradičním festivalu filmů, fotografií a knih o cestování GO Kamera 2003. Takřka nepřetržitého čtyřdenního proudu přednášek, projekcí a besed se zajímavými osobnostmi se zúčastnilo více než tři tisíce návštěvníků z celé republiky i Slovenska. Atraktivní program nabídla také výstava foto a videotechniky Expocamera a premiérová expozice Brněnské hotely, která fungovala jako opravdová hudební kavárna s řadou kulturních vystoupení.

Devadesát procent příští rok

Zajímavé výsledky přinesly průzkumy mezi návštěvníky a vystavovateli. Přijelo podstatně více zahraničních odborných návštěvníků. Registrováno jich bylo 865 z 22 zemí. Nejvíce jich přijelo ze Slovenska, Chorvatska, Polska, Rakouska, Itálie, Bulharska, Německa, Maďarska, Řecka a Španělska.

Mezi ekonomicky aktivními návštěvníky veletrhů GO a Regiontour 2003 bylo téměř 60 % odborných. Podíl návštěvníků rozhodujících nebo spolurozhodujících o investicích a nákupech pak činil 58 %. Naprosto shodně u obou veletrhů GO i Regiontouru více než 60 % návštěvníků očekává, že jejich význam poroste. V obou případech je také celých 95 % dotázaných doporučí svým obchodním partnerům, kolegům a známým.

Vystavovatelé byli spokojeni především s navázanými kontakty. Více než 86 % vystavovatelů se domnívá, že účast na veletrzích byla úspěšná a přinesla jim naplnění jejich marketingových cílů. Téměř 90 % vystavovatelů se proto hodlá účastnit také příštího ročníku.

Příští ročník veletrhů GO a Regiontour se koná v termínu 8. - 11. ledna 2004.

>> www.bvv.cz

BVV Veletrhy Brno

Královnu má Krnov

Za přítomnosti náměstka ministra pro místní rozvoj Čestmíra Sajdy, ředitele České centrály cestovního ruchu Davida Gladiše, podporovatelů a představitelů odborných asociací, byly vyhlášeny výsledky soutěží REGION REGINA 2003, PROFI GO, TOP GUIDE, tradičně vzorně organizované společností EfektMediA.

PROFI GO 2003

9. ročník soutěže mladých odborníků v oblasti cestovního ruchu je znalostní soutěž pro mladé odborníky v cestovním ruchu.

Zúčastnilo se jí šedesát soutěžících z Česka a Slovenska, kteří museli prokazovat své znalosti ze zeměpisu, historie, kultury, literatury, sportu i politiky. Vítězem se stal Jakub Straka z Jihlavy, druhé místo obsadil Petr Láznička ze Stěbořic a na třetím se umístila Monika Hanslová ze Zubří.

TOP GUIDE 2003

2. ročník soutěže o nejlepšího průvodce

prověřil pohotovost v průvodcovském projevu, jazykové znalosti a vědomosti o turistických atraktivitách z celého světa. Nejlepším průvodcem roku 2003 se stal Petr Horák z Brna, v kategorii „mladých průvodců-studentů“ Vladimír Špinar ze Žďáru nad Sázavou. „Cenu Hanuše Podmely“ za vynikající vědomosti a za celoživotní přínos cestovnímu ruchu obdržel nejstarší účastník soutěže, sedmdesátiletý průvodce Ing. Arnošt Mader z Brna. Vítězové soutěží obdrželi poukazy na letecké zájezdy od cestovních kanceláří EXIM TOURS a FISCHER.

REGION REGINA 2003

5. ročník soutěžní přehlídky dívek a žen prezentujících regiony a města Česka a Slovenska

O titul královny regionu roku 2003 se utkalo třináct dívek a žen ve věku 16 - 20 let. Vědomosti o svém kraji prokázaly například předvedením typického krajového prvku či receptu, šarm a eleganci prezentovaly ve volné disciplíně. Titul REGION REGINA si nakonec z Brna odváží Jana Tučková z Červenky, která v soutěži reprezentovala Krnov. Jako odměnu za vítězství získala poukaz na zájezd do Paříže od cestovní kanceláře ČEDOK. Titul Miss Sympatie získala v soutěži Šárka Moškořová z Bílé (pošta Staré Hamry), která reprezentovala Lašsko. „Zvláštní cenu“ získala Martina Nováková z Opavy.

➤➤ efektmedia@volny.cz

Nová dimenze bezpečného nákupu

Říká se, že Česko je rájem prodejců ojetých vozů. Přemnohé autobazary profitují z jakoby až pavlovovského podmíněného reflexu českých zákazníků snadno podléhajícím pokušení: „no nekup to, když je to tak levný…" Na něj však mnohdy navazuje hořké rozčarování při reklamacích, zpravidla řešených: „co byste vlastně za ty prachy chtěl…?", jemuž účinně napomáhá české (ne)právní prostředí. Jít do řady let táhnoucího se soudního sporu je pro řadu postižených nejen neekonomické, ale často likvidační. Navíc řada z nich se v dobré víře podepíše téměř pod cokoliv včetně zacyklovaných smluvních ujednání, kdy neplatí-li náhodou článek jedna, platí článek číslo dvě, a la: zaprvé, autobazar má vždycky pravdu; zadruhé pokud ji náhodou nemá, platí článek číslo jedna. Pochopitelně, že nikoho konkrétního nelze takto nařknout z toho, že by základním schématem jeho podnikání bylo ošidit klienta, ale u někoho to tak někdy vypadá.

O těchto a podobných věcech, jsme se rozhodli si povídat s ředitelem společnosti Automarket, kterým je Mr. Keith Sanders. Pane Sandersi, proč jste se, coby někdejší Sales and Marketing Director (worldwide) at Rolls-Royce, majitel továrny na jednostopá vozidla v Indii apod. rozhodl přijít do České republiky a podnikat zde v oblasti prodeje ojetých automobilů?

Protože tu je doposud obrovský prostor. Jaký, to tak trochu charakterizuje vaše úvodní poznámka. Navíc s auty je spjata má minulost a v podstatě celý život. Proč jsem se rozhodl obchodovat s ojetými vozy, to je otázka toho, že v tomto případě se člověk může rozhodnout, jaká auta bude prodávat a jaká nakupovat. Co se týká nových vozů, tam mnoho prostoru není. V tomto případě i v Česku již trh funguje jako kdekoliv jinde ve vyspělých ekonomikách. Takže, když se mi naskytla tato příležitost, chopil jsem se jí.

Čím to, že je Česko rájem prodejců ojetých vozů?

Určitě je to ovlivněno finanční situací velkého procenta obyvatel Česka. Průměrné stáří vozů zde, podle mého odhadu, přesahuje sedm let. Navíc hodnota nově nakoupených aut jejich provozováním velmi rychle klesá. Když si člověk chce koupit nové auto potřebuje dvojnásobek peněz, než na tři roky jetý vůz. Zásadní konkurenční výhodou obchodu ojetými automobily v Česku tak jsou relativně výhodnější cenové relace. Obchod je především otázkou prostoru – velikosti trhu. Nových aut se v Česku prodává kolem sta tisíce vozů ročně, kdežto ojetých kolem půl milionu.

V čem je podstata výhodnosti kupovat ojetá vozidla právě od vás v Automarketu?

Lidé zde v České republice, stále nemají přílišnou důvěru nakupovat vozy v autobazarech. Je to způsobeno mnohdy politováníhodnými trpkými zkušenostmi, ať již přímo jejich či někoho známého. A to i u tzv. renomovaných autobazarů. Obavami z toho, co může nastat, když u tímto způsobem koupeného auta zjistí závadu nebo jim vůz vypoví službu záhy po podpisu kupní smlouvy. V zahraničí, především v západní Evropě, obchodníky ojetými vozy a jejich klienty tento druh obav neomezuje už proto, že obě strany ve značné míře využívají výhod speciálního pojištění. Pro prodejce je vysoce důležitá spokojenost zákazníka, protože pouze spokojený zákazník podá doporučující reference. Dobrý obchod s vámi zákazník udělá mnohokrát. Špatný jenom jednou. Pokud se člověk rozhodne koupit si v našem Automarketu ojetý vůz, rovněž se nemusí obávat, protože i on se může pojistit. Pokud se v tomto případě něco s vozem stane, škoda mu bude uhrazena. Proto nabízíme půlroční pojištění na každé zakoupené auto. Máme také vysoce sofistikovaný program na ochranu vozů, které vykupujeme, jenž eliminuje možnost, že auta jsou kradená nebo že byla zaplavená. Podstatnou výhodu nákupu vozu v Automarketu rovněž je, že když se kupujícímu auto neosvědčí a např. za týden zjistí, že by mu vyhovovalo jiné, není problém k nám přijít a my mu vůz vyměníme za jiný.

Má poslední otázka, se už nebude týkat obchodu, ale vašeho názoru na Českou republiku. Doporučil byste její návštěvu svým přátelům v Anglii a jinde po světě?

Bezesporu. V Anglii mám spoustu přátel, kteří touží Česko navštívit, poznat a dozvědět se o něm prostřednictvím osobních zážitků daleko více.

➤➤ **www.automarketcz.com**

Automarket
Klíčem je spolehlivost

Nečekejte, až co zbyde

Proroci prorokují, že se krátí čas letištních duty free shopů, že se 31. prosince zavřou a budeme jako všichni ostatní v Evropské unii. Nejen z toho důvodu jsem ale ředitele útvaru Duty Free Českých aerolinií JUDr. Václava Slavíčka ihned v úvodu k rozhovoru oslovil: „Nečekejte, až co zbyde.“

České aerolinie určitě čekat nebudou, už proto, že nevidí žádný důvod končit se svým duty free prodejem. Duty free shopy jsou doposud na všech letištích v Evropské unii. Dnes to jsou obchody, které mají dvojí ceny. Tzn. ceny, které platí mezi státy Evropské unie, a ceny, které platí mezi letištěm v Evropské unii a letištěm, které leží mimo Evropskou unii. Zrovna tak to bude na pražském letišti. Duty free shopy se nezavírají. Budou existovat nadále. Naopak, budou se rozšiřovat. Po vstupu Česka do Evropské unie pak v nich budou aplikovány dvojí ceny jako v ostatních zemích unie. Je pravda, že silniční free shopy s 31. prosincem zmizí.

No uvidíme, jak to posílí chuť pasažérů létat z Česka přes Oslo, Curych, Bělehrad apod. Ale co vaše kampaň „Nečekejte, až co zbyde“?

„Nečekejte, až co zbyde,“ je sloganem projektu, který spouštíme jako jednu z nových služeb k osmdesátému výročí existence ČSA od 1. března 2003. Tím projektem je palubní duty free prodej přes internet. Slogan vyjadřuje skutečnost, že cestující nemusí čekat, až co zbyde v nabídce prodeje na palubách, která je už tak omezena z prostorových a váhových důvodů. Cestující si dva dny před odletem své linky ČSA může zboží z palubního sortimentu pohodlně objednat přes internet. Před odletem jej bude mít na letišti připravené tak, aby si je mohl vzít s sebou na palubu letadla.

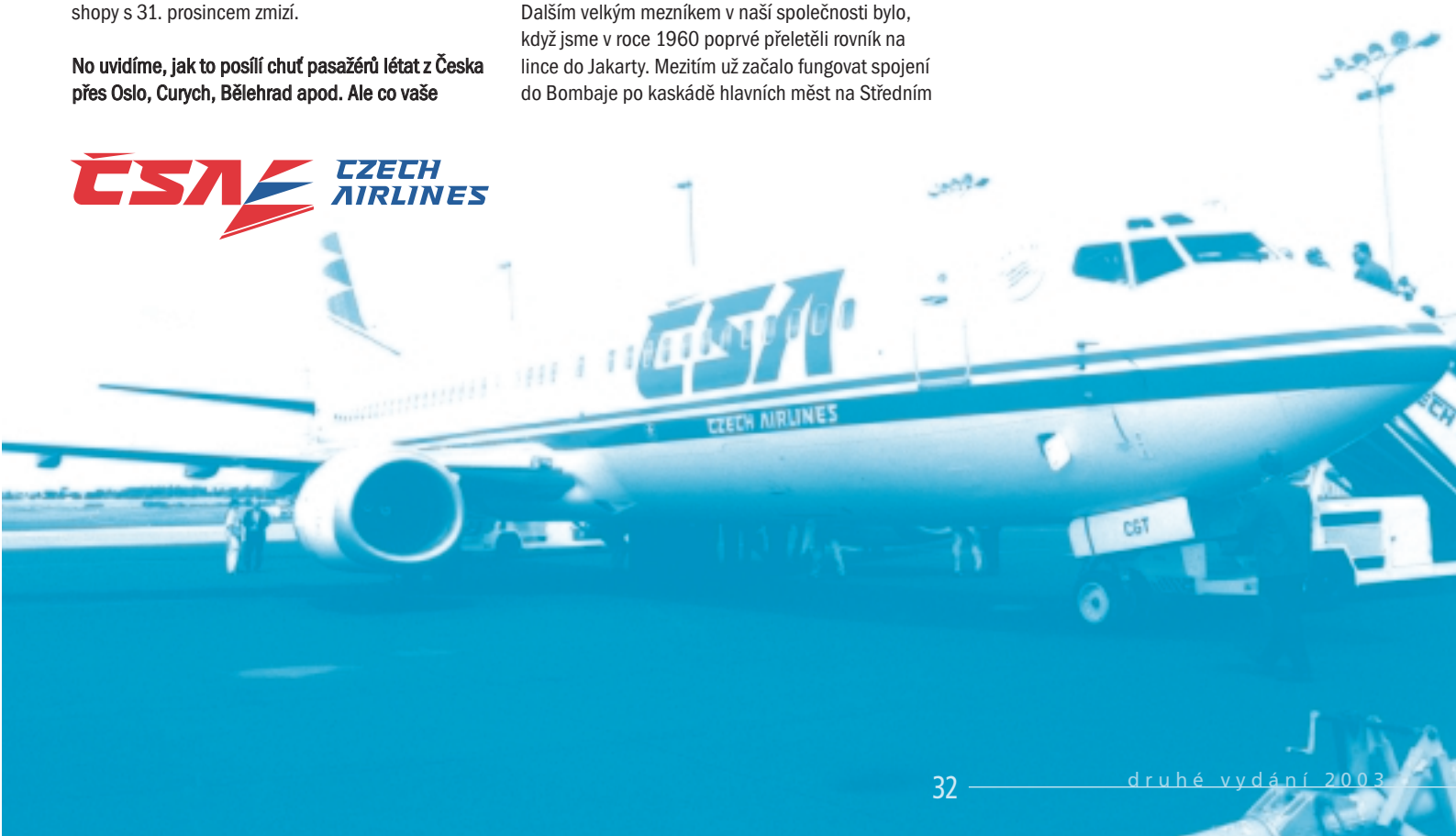
Pane doktore, roky 1957 až 2003 vymezují dosavadních pětačtyřicet let vašeho angažmá u ČSA.

K ČSA jsem nastoupil v roce 1957 po maturitě. Pamatuji řadu mezníků. Právě v roce 1957 začaly ČSA, jako první letecká společnost na světě, provozovat na mezinárodních linkách proudová letadla. Tehdy to byl typ TU-104A. Všechna ostatní u jiných leteckých společností, včetně slavné „Caravelly“, začala létat až po Tupolevech ČSA. Dalším velkým mezníkem v naší společnosti bylo, když jsme v roce 1960 poprvé přeletěli rovník na lince do Jakarty. Mezitím už začalo fungovat spojení do Bombaje po kaskádě hlavních měst na Středním a Dálném Východě. Je možné říci, že šedesátá léta byla v něčem podobná těm současným, protože ČSA tehdy rovněž prožívaly veliký boom. Operovaly několika typy v té době poměrně moderních letadel. Potom nastala doba stagnace a k dalšímu velkému rozvoji jsme se dostali až v devadesátých letech minulého století a v tomto novém tisíciletí, kdy (a to i vstupem ČSA do SkyTeamu) začala dynamika výkonů Českých aerolinií převyšovat celosvětový průměr.

V čem je příčina současné nadprůměrné dynamiky ČSA? A neopustí vás v souvislosti s pozvedáním nových trhů a očekávaným posunem byznysu na východ?

V dobách, kdy naše země patřila do východní zóny, jsme byli (nejen geograficky) nejdále na západě. Naše aerolinky byly tehdejším politickým vedením kritizovány z přílišného přebírání „západních móresů“ a jejich následné implantace do svých služeb. Dnes, když jsme jednou nohou v EU, nacházíme se zase poměrně na východě tohoto uskupení a Západ v nás vidí experty na východní oblasti této části světa. V současnosti bychom tedy mohli těžit ze znalostí velkých a perspektivních trhů na východ od Prahy. Myslím, že ČSA vždy dovedly využít geografické polohy Československa a dnes Česka k tomu, aby uspěly v konkurenčním prostředí.

➤➤ **www.csa.cz**



Šampaňské šavlí

Ve čtvrtek 23. ledna v Karlových Varech v Grandhotelu PUPP pořádala Agentura propagace České republiky ACR Alfa „Setkání u číše vína“ při příležitosti křtu prvního vydání krajské publikace „Karlovarský kraj v kostce obrazem, mapou a slovem“. Křtili hejtman Karlovarského kraje JUDr. Josef Pavel, prezident Národní federace hotelů a restaurací České republiky a generální ředitel Grandhotelu PUPP Roman Vacho, houslový virtuóz Jaroslav Svěcený, velvyslanec Spolku rytířů šampaňského vína Milan Průcha (právě on otevřel láhev šampaňského šavlí) a jednatelka společnosti ACR Alfa s.r.o. Blanka Langerová. Spolu s Blankou Langerovou a Jaroslavem Svěceným se v programu představil taneční pár Helga Záleská a David Novák. Na vynikajícím sushi si pak spolu se mnou pochutnala řada čestných hostů včetně starostů měst a obcí z obou stran česko-německé hranice.

➤➤ www.vitejte.cz

ACR Alfa®

POLIČKA - SVITAVY - PARDUBICE

KO-tour

www.kotour.cz; kotour@kotour.cz; 461 723 740; 461 724 662

Hledáme partnery na spolupráci i na provizní prodej PROVIZE 10-15%

Člen Asociace českých cestovních kanceláří a agentur

AČCKA

již 13-tá sezóna

CK KO-TOUR je členem "Klubu Desátníků"

POBYTOVÉ ZÁJEZDY

ŘECKO - Leptokaria + ostrov Thassos
ŠPANĚLSKO - Costa del Azahar - Oropesa
ITÁLIE - Kalábrie - Scalea
ITÁLIE - Kampanie - Agropoli
ITÁLIE - Sicílie - Portorosa + San Vito
ITÁLIE - Lido Adriano, u Ravenny
CHORVATSKO - Biograd, Pakoštane, Sv. Filip
TURECKO - Marmar. moře - Sarköy, Erdek
MAĎARSKO - Balatonboglár

POZNÁVACÍ ZÁJEZDY

TURECKO - z Istanbulu až do Antalye
ŘECKO - od Soluně k Olympii
SICÍLIE + TUNISKO - okruh Tuniskem
ŘECKO + KRÉTA + SANTORINI
SICÍLIE + MALTA -okruh vč. ostrova Gozo
ŠPANĚLSKÉ oslavy - Fallas, -
- Katalánské slav., sv.Tekla
SICÍLIE + EGADY + LIPARY - velký okruh

NÁŠ VOZOVÝ PARK

1x BOVA, E II, 49 míst, lůžk. úprava
1x BOVA FUTURA, E II, 49 míst
1x OASA HD 12, E II, 49 míst
1x KAROSA LC 736, klima
2x KAROSA LC 736

BOVA

Thassos, smaragdový ostrov

Je tomu již 12 let, co jsem, tehdy coby ředitel cestovní kanceláře, navštívil Thassos. Oproti pevninské části severního Řecka mne uchvátil, protože jsem tu intenzivně cítil, že zde skutečně mohli pobývat řečtí bohové. Paní Marcely Stavropoulou, majitelky řecké cestovní kanceláře Misa Tour se sídlem přímo na Thassosu, která je partnerem řady českých a slovenských cestovních kanceláří, jsem se zeptal, proč má ráda svůj ostrov.

I když jsem v Řecku objela skoro všechny ostrovy, Thassos je pro mne nejkrásnější. Jednak je nejzelenější, a žijí na něm nejlepší lidé, co jsem kde poznala. Jsou to takoví jakoby venkované – milí a srdeční.

Kolem celého ostrova vede silnice, což už samo o sobě skýtá kouzelnou projížďku. Vzhledem k relativně malé rozloze ostrova a jeho absolutní výšce vůči hladině moře je zážitkem i návštěva jeho nitra.

Pobřeží Thassosu je členité a rozmanité. Východní a západní pobřeží je převážně kamenité, sever a jih písčitý. Mezi nejhezčí písčité pláže patří Aliki, Golden Beach, Trypiti, Paradiso, Psili Amos a pláž v Pefkari. Mezi nejkrásnější střediska patří Limenarie, Potos, Trypiti a Skala Potamia. Vnitro ostrova je zajímavé vyjížďkou na nejvyšší vrchol Ypsarion, který je 1204 m nad mořem, a návštěvou středověké osady Kastro.

Jaké bývají reakce českých návštěvníků?

Cestovní kancelář Misa Tour provozuji jedenáct let. Jezdí ke mně řada opakovaných klientů. Někteří dokonce i dvakrát za sezonu. Pokud se jich zeptám, proč nejedou poznat jiný kus Řecka, tak možná jeden rok jedou jinam, a pak se opět vrátí na Thassos. Myslím, že kromě přírodních krás ostrova je to i srdečnými lidmi.

Být opět na Thassosu, asi si půjčím bárku a budu si soukromničit na pláži v některém z četných zálivů.

Na Thassosu nikdy nebývají přecpané pláže. K návštěvě řady kouzelných míst na pobřeží ale není nezbytné použít loď. Je možné si půjčit motorku či auto, ostrov objet a řadu takovýchto míst navštívit. K plážičce, kde kromě vás nikdo jiný nebude, je možné se dostat i suchou nohou.

Narodila jste se v Československu. Chtěla byste se sem opět natrvalo vrátit?

To už bych asi nemohla, přesto, že jsem polovinu života prožila na Moravě a polovinu v Řecku. A přesto, že jsem zažila těžké situace v obou zemích, v Řecku jsem je daleko snáz překonávala. V současné době mám všechno, žiji v krajině, která mě

okouzlila, a naproti tomu jsem neztratila kontakt se svou rodnou zemí. Tento kontakt mi zprostředkovávají Češi, Moravané, Slezané a Slováci, kteří na ostrov přicházejí prostřednictvím mé cestovní kanceláře. O tom, že je všechny ostrov okouzlil, svědčí skutečnost, že je jich rok od roku více.

Přesto, že jste asi stejně srdíčkem na obou místech, jak vnímáte nás, kteří většinu svého života žijeme v Česku?

Jsem jakoby takovou spojkou mezi řeckými a českými obchodníky. Někdy je to velmi obtížná práce. Co se týká nátury, Češi jsou velmi pracovití a Řekové spíš vědí,o čem je život -jsou daleko větší požitkáři. Ví, že život není o tom upracovat se k smrti, někam a za něčím se honit. Už jsem si za ty roky na propojování obou světů zvykla a jde mi to docela dobře. Každou chvíli se mi stane, jsem-li v Praze, Brně či Bratislavě, že na mne někdo mává a volá: „Ahoj Thassos“, „Ahoj Misa Tour“ nebo „Ahoj Marcelo, co dělá Thassos?“ Každým rokem přes mou cestovní kancelář přijede na Thassos kolem sedmi tisíc turistů. A pro ty, kteří ještě na našem kouzelném ostrově nebyli, mám výzvu: Přijeďte prožít krásnou dovolenou s některou z našich partnerských cestovních kanceláří Ko-Tour, Hellas a Cat Tour.

Misa Tour
64002 Limenaria, Thassos, Greece
tel./fax: 0030 2 5930 53162
e-mail: misa-tour@tha.forthnet.gr

HELLAS TOUR s.r.o., Hlaváčkovo nám. 1, 796 01 Prostějov
tel./fax: 582 330 535, 582 335 549
e-mail: info@hellastour.cz
➤➤ **www.hellastour.cz**

CESTOVNÍ KANCELÁŘ
KO-Tour
KO-Tour, Riegrova 52, 752 01 Polička
tel./fax: 461 724 662, 461 723 740
e-mail: kotour@kotour.cz
➤➤ **www.kotour.cz**

CAT TOUR CZ s.r.o., Moskevská 55/26, 460 01 Liberec
tel./fax: 485 101 670, 485 113 132
e-mail: rezervace@cattour.cz
➤➤ **www.cattour.cz**

Thassos

Thassos se vynořuje jako sytě zelený smaragd v severní části Egejského moře. Jeho plocha činí 378,64 km² a délka pobřeží 105 km. Pouhých šest námořních mil jej dělí od břehů Makedonie. Řecká Kavala, jeden z nejstarších makedonských přístavů, je od Thassosu vzdálena 12 mil. Mírné podnebí a dostatek vody vytvářejí vhodné podmínky na pěstování mnohých zemědělských plodin. Z oliv, které rostou v údolích, se lisuje kvalitní olej. Thassos je po oblasti Chalkidiki největším výrobcem oleje v severním Řecku. V minulosti se na ostrově pěstovala vinná réva a červené víno se vyváželo v zapečetěných amforách do celého Středomoří.

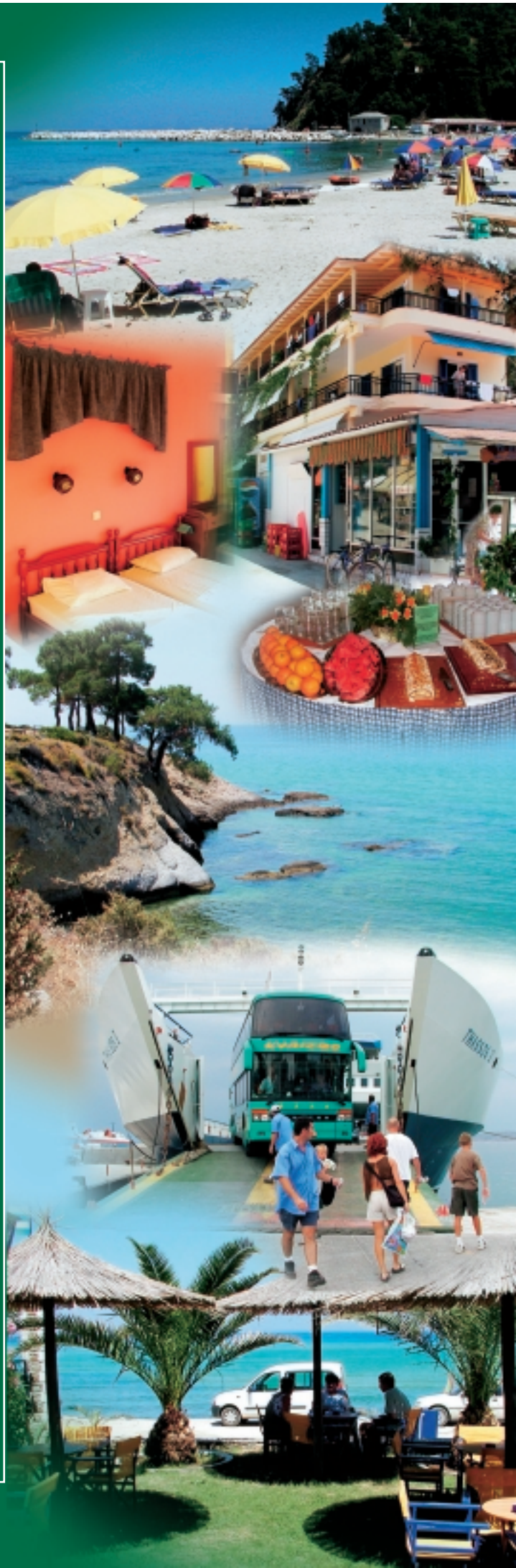
Borovicové lesy a bohatá flóra poskytují potravu početným rojům včel, které chovají místní obyvatelé. Ochutnejte med s příchutí voňavých květů a borovic, který se stal jakýmsi suvenýrem, jejž si turisté odnášejí domů.

Thassos je bohatý na nerosty a jeho obyvatelé už od středověku těžili mramor, zlato a stříbro a dokonce i vzácné kameny opál a ametyst. Zářivě bílý mramor se pro svou vysokou kvalitu vyvážel do celého světa, ale hlavně do arabských zemí. Obyvatelé ostrova se zajímají hlavně o rybolov, chov ovcí a koz a pěstování ovoce a zeleniny.

Athény severu

Thassos byl od starověku proslulý těžbou rud, zlata a mramoru. Zdejší muzeum i archeologické lokality ilustrují bohaté kulturní dědictví ostrova. Rozvoj umění byl úctyhodný. Architektura, sochařství, keramika a mincovnictví v některých obdobích soupeřily se zlatým věkem Athén. Také proto byl Thassos v antice nazýván „Athénami severu“.

Jméno ostrova Thassos cituje největší starořecký historik Hérodot. Antičtí básníci mu dávají i další jména – Aerie nebo Herie, podle čistého vzduchu a letního vánku. Ostrov se také nazýval Etrea pro modré nebe a Chrysie, kvůli zlatu, které se zde dolovalo. Příčinou objevení Thassosu prý byla jedna z mnoha milostných pletek boha Dia Hromovládného v dobách, kdy ve východní Fénicii vládl král Agenoras. Měl jedinou dceru Evropu a tři syny: Fenika, Kalika a Kadma. Říká se, že jednoho jarního dne Zeus převtělený v býka unesl Evropu na Krétu a zavedl do jeskyně Dikteo Andro. Tam se převtělil v orla a z jejich milostného spojení se Evropě narodili tři synové: pozdější krétský král Minoas, moudrý zákonodárce Rodamanthos a první vládce Lykie Sarpidonas. Zatímco Evropa prožívá příjemné chvíle s Diem, Agenoras poslal pro své syny a vnuka Thassa a poručil jim, aby Evropu našli a bez ní se nevraceli. Fénik se vydal na jih, Kilikas na sever, až došel k úrodnému území, které se od té doby jmenuje Kilikie. Kadm prošel všechny řecké ostrovy a ve svém hledání pokračoval i na pevnině. Navštívil Apolónovu věštírnu v Delfách a zeptal se Pýthie, kde by mohl najít Evropu. Řízen jejími radami, přešel Fokidu a došel do Viotie. Zde postavil akropoli Kadmia a město Thyba. Thassos rovněž procestoval mnohá místa, až došel na tento ostrov. Zůstal zde se svými druhy okouzlen příjemným podnebím a bohatou flórou, vědom si skutečnosti, že se bez Evropy nesmí vrátit.



Rumunské magistrále 6

Víkend, doba rumunských pikniků

Už od rána proti mně zářila obrovitá bělostná stěna Piatra Craiului. Energeticky vzpružen pěti Čukasy, krátkým večerem kolem potůčků obležených stovkami kempujících rodin směr refugiu Spirla. Začíná pršet. Stan stavím na odlehlé louce. Jsou na ní pouze dvě Dacie, pět stanů a jeden řvoucí tranzistorák. Ledva jsem dostavěl, přestalo pršet. Uvařil jsem fazole a po půl deváté šel spát.

Kilometrová stěna Piatra Craiului

20.7. Vstávám v 05:45. Je nádherně vidět téměř kolmá a kilometr vysoká stěna Piatra Craiului. Tak mne napadlo, co asi dělají mrňadla – Matouš s Martinem na letním táboře Atisu, zatímco se jejich prdlý tatínek chystá na výstup na La Om? A co mladoši? Kde jim je konec? Než dovařím snídani, je Piatra Craiului v mlze. Páchám v potoce hygienu. Zjišťuji, že mám napuchlé nejen nohy a kolena, ale i ruce. Vyrážím kolem osmé se sbaleným mokrým stanem. Pod Spirlou potkávám dva sestupující české kluky. Zdraví mne: „Bună ziua.“ K jejich údivu se s nimi dávám do řeči česky. Prý přešli Fagaraš, jsou tu s Jendou Tourem a musí být čtyřiadvacátého v Oradee, odkud jim odjíždí autobus. Prý mají v háji: jeden kotník a druhý koleno. Ostatní ze skupiny že jdou

stoupám strmým terénem regulérním deštěm po kluzkém vápenci. V hlavě mi dokolečka dokola bláznivě zní (jako prý podle Pavla Mališky Meresejevovi): „Ještě dolezu k támhletomu pařezu, ještě dolezu...“ A opravdu, tam kam jsem si vytkl dolézt, se otevřel výhled na dvě jeskyňky. V té větší obědvám. Voda ze stropu a stěn ohleduplně kape kolem mne. Sedíce na báglu čekám vprostřed stěny Piatra Craiului na počasí a piluji techniku na zobcovou flétnu na jedné z Bachových skladeb pro Annu Magdalenu.

přes La Om a oni, když tu štreku viděli, to otočili a jdou dolů na vlak.

Místo refugiu Spirla smutek

Docházím na místo, kde jsem před čtyřmi roky strávil hodně času čekáním na počasí. Místo dřevěné chaty, refugiu Spirla se spoustou lidí, smutek požářiště. Vracím se zhruba 10 minut dolů naplnit všechny flašky vodou (4,5 litru). A pak už jen stoupám a místy lezu. Zpravidla tehdy, pokud netrefím značku. Když míjím ukazatel La Om 2,5 ore, začíná jemně pršet. Déšť houstne. S velkými obavami

Výš už to nejde

Kolem jedné hodiny začalo svítit sluníčko. Prší méně. Vydávám se opět vzhůru. Občas horolezečtěji, než nutno. Na hřebeni rekognoskuji terén, kde postavím stan. Pozdávala se mi dvě místa. Volím hned to nalevo od vyústění značky na hřeben. Gemičku řádně kotvím, a to i kolíky ze zbytků kosodřeviny, kterou tu kdosi pálil. Pak jsem se šel na La Om tvářit na vrcholové foto. Po této náročné činnosti jsem si zdřímnul.

Honza Štěpánek by zíral

Večeři jsem začal vařit po sedmé hodině. Byla vynikající. Jako vždy bujón. Tentokrát kuřecí. Následovala bramborová kaše. To se nadrobno nakrájí špek, oprančí se, aby pustil šťávu. Pak se kastrol odstaví z plamene a nasype sušená cibule. Zalije vodou a opět položí na hořák vařiče. Přidá se sůl, drcený kmín a trochu pepře. Když je emulze dost teplá, přidá se krájená kostka slepičího bujónu. Zamíchá se to a vypne vařič. Pak se do toho postupně sype dehydrovaná bramborová kaše obsahující sušené mléko a míchá a míchá. Chuť? Vynikající. Perfekcionista Honza Štěpánek z Francouzské a Plzeňské restaurace Obecního domu by zíral. Šéfkuchař těchto restaurantů je sice jeden z nejlepších, ne-li nejlepší kuchař světa, ale hlad je ještě lepší. A jak jej angažovat pro sebe? Přejděte s pětadvacetikilovým báglem Fagaraš po červeném pásmu z Turnu Roşu na Plaiul Foii. Dělejte si vždy k snídani oves se sušeným mlékem a vodou a k večeři takovéhle blafy. Na závěr vyběhněte z nějakých 900 m n.m. přes Spirlu na La Om (2239 m) a uvidíte, jak náramně vám bude chutnat.