

## Top Hotel má nové wellness prostory

Thajský masážní salon Thajka, který je součástí wellness centra Top Hotelu Praha, se přemístil do nových zrekonstruovaných hotelových prostor. Na rozloze větší než 150 m<sup>2</sup> hostům nabídne možnost intenzivní relaxace při masážích, které provádějí rodilí Thajky. Hosté a účastníci kongresů si oblíbili také masáž v pohodlí hotelového pokoje. Novinkou je dovoz masérek přímo do místa konání firemní akce nebo do kanceláře. Samozřejmě jsou kosmetické služby nebo kadetnictví. V nabídce jsou slevové programy a dárkové poukazy vhodné pro obchodní partnery nebo zaměstnance.



## Michelinský nálet Praze další hvězdu nepřinesl

I v letošním kole udělování michelinských hvězd se z vítězství těšila pouze restaurace Allegro v hotelu Four Seasons a s ní i šéfkuchař Andrea Accordi. I když se objevily tipy v podobě Karpíškovy La Degustation Bohème Bourgeoise, restaurace Monastery v hotelu The Augustine, kde vaří Richard Fuchs, restaurace Essensia v čele s Jiřím Štítem nebo Roman Paulus z Alcronu, žádná z těchto předpovědí se nenaplnila. Ve střední Evropě už ovšem Allegro osamocené není, na hvězdičku poprvé dosáhla restaurace Costes v maďarské metropoli.

I když Česko další hvězdu nezískalo, polepšilo si alespoň v bilanci „Bibů“, což je kategorie „dobré jídlo za dobrou cenu“. Oproti loňským třem přibylly dva, restaurace Divinis a SaSazu. Opakovaně „Bib“ získal Le Terroir, Aromi a francouzský Le Cornichon; ten ovšem zavřel již loni v listopadu.

## Gurmán Festival 2010

Festivalovou sezonu v Hradci Králové letos odstartuje festival dobrého jídla a pití. Dvoudenní Gurmán Festival představí během prvního květnového víkendu více než dvacítku převážně menších, regionálních pivovarů, které přivezou přes 60 značek tradičních českých piv i speciálů. Pivovary doplní na 20 vybraných restaurací, jejichž šéfkuchaři sestaví menu v souznění s jednotlivými druhy piv. „Kromě restaurací a pivovarů jsme pozvali i místní farmáře a zemědělce, výrobce potravin. Ať lidé vidí, že kvalitní potraviny nemusíme dovážet, když nám rostou za humny či běhají na zahradě“, dodává Ivan Vodochodský, který se na přípravách festivalu podílí. Kromě kuchařských budou k vidění i vinařská a barmanská vystoupení, škola kávy či odborné semináře, které povedou domácí profesionálové.



## AdMarket.cz se osamostatnil

Původní obchodní tým skupiny Miton s názvem AdMarket.cz se počátkem roku 2010 stal samostatnou obchodní společností nabízející komplexní portfolio služeb pro internetový marketing. Exkluzivně zastupované projekty (např. Heureka.cz, Vaření.cz a Hotel.cz) s celkovou návštěvností 1,6 mil. uživatelů tvoří bezmála třetinu celkové internetové populace.

„Osamostatnění bylo přirozeným krokem ve vývoji neustále rostoucího projektu“, vysvětluje František Peterka, obchodní ředitel. „Postupně jsme přidávali nové efektivní plochy, stabilizovali systém, hledali kvalifikované lidi a dnes již postihujeme všechny klíčové oblasti internetového marketingu. Za poslední rok jsme vyrostli o půl milionu uživatelů a patříme do TOP 10 českých internetových hráčů“, doplňuje Peterka.

V aktuálním čísle časopisu  
**Hotel&Spa Management**

mj. naleznete:

- České hotely v roce 2009
- Pět kroků ke zvýšenému počtu rezervací
- Hotely na bio zatím nezboghatnou



**Ukázkový výtisk zdarma:**

[www.economia.cz/nazk](http://www.economia.cz/nazk)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Bill Marriott JR obdržel cenu za celoživotní úspěch

JW Marriott, Jr., předseda a výkonný ředitel Marriott International, získal v polovině března na 13. výročním International Hotel Investment Forum (IHIF) v Berlíně cenu za celoživotní úspěch. „Co začalo jako pivnice s devíti stoly, kterou otevřeli mí rodiče ve Washingtonu před více než 80 lety, se vyvinulo v globální společnost s více než 3400 hotely a resorty v téměř 70 zemích. Rosteme, v roce 2015 zdvojnásobíme své portfolio v Evropě. My ve společnosti Marriott říkáme, že úspěch není nikdy definitivní, a já tomu věřím. Jsem také pyšný, že jsem byl během své kariéry schopen vybudovat něco s opravdovou hodnotou,“ řekl při předávání ceny Bill Marriott.

## Armani Hotel otevře později

Těžko říct jen při pohledu na Burj Kalifa, proč se otevření prvního hotelu s názvem Armani opozdilo. Podle zprávy v The National Newspaper nebude hotel otevřen 18. března, jak bylo původně naplánováno. Party pořádaná při otevření hotelu se má podle dostupných informací konat 22. dubna. O dva dny později by již měl být hotel otevřen pro veřejnost.

## Accor prodal pět hotelů

Hotelová síť Accor prodala pět svých hotelů realitní společnosti Invesco Real Estate za celkem 154 mil. eur. Tato transakce umožní společnosti snížit čistý dluh 93 mil. eur do roku 2010. Novotel Muenchen City v Mnichově s 307 pokoji, 149pokojový Novotel Roma la Rustica v Římě a 97pokojový Mercure Corso Trieste také v Římě byly prodány na základě dohody o prodeji a následném zpětném pronájmu za 57 mil. eur. Hotel Mercure Zabatoa v Bratislavě, který je v rekonstrukci,

(Pokračování na stránce 2)



## 11. ročník konference o cestovním ruchu

19. a 20. dubna 2010

V kongresové části hotelu Olšanka  
Táboritská 23 (Olšanské nám.), Praha 3

## Clarion peče s dětmi z dětského domova

Pražský kongresový hotel Clarion přivítal v polovině března v rámci charitativní akce Chance for Children děti z dětského domova v Novém Strašci. Díky programu Springboard to Life si děti užily velikonoční pečení s profesionály. Osm dětí ve věku 11 až 16 let strávilo půl dne se šéfkuchařem Miroslavem Soukupem a cukrářkou Andreou Lechnerovou, pod jejichž vedením si zkusily ozdobit již hotový dortový korpus krémem a barevným marcipánem. Dlouhodobým cílem humanitární nevládní organizace Chance for Children je umožnit co největšímu počtu dětí v postkomunistické střední a východní Evropě přístup k tomuto programu, pozvednout úroveň vzdělání dětí v zařízeních náhradní výchovy na úroveň západoevropských zemí a připravit tak mladým účastníkům programu šanci na úspěšný život.



## Turisté jezdí do čtyř hvězd

Čtyřhvězdičkové hotely se loni podle ČSÚ jako jediná hotelová kategorie mohly těšit z meziročního růstu počtu hostů. Prezident AHR ČR Pavel Hlinka za tím vidí prudký pokles cen, na kterém ve výsledku prodělal celý ubytovací sektor. Turisté na něm naopak vydělali. Tento trend může pokračovat i letos. V českých hotelech loni přespalo 12,1 mil. hostů, což je nejméně za poslední léta. Nejvíce klientů si našlo cestu do tříhvězdičkových hotelů, celkem 3,6 milionu, proti předloňsku ale jde o 11% pokles. Ve čtyřhvězdičkových hotelech loni přespalo 3,1 mil. nocležníků, meziročně o 3 % více. Z obratu negativního trendu se mohli loni těšit majitelé kempů. Po několika letech úbytku hostů se loni v kempech ubytovalo o 4,4 % více lidí, celkem 921 tisíc.

| Hosté podle kategorie ubytovacího zařízení (v tisících) |     |      |      |     |     |              |          |       |         |
|---------------------------------------------------------|-----|------|------|-----|-----|--------------|----------|-------|---------|
| rok                                                     | 5*  | 4*   | 3*   | 2*  | 1*  | garni hotely | penziony | kempy | celkem* |
| 2009                                                    | 759 | 3114 | 3619 | 455 | 212 | 266          | 1077     | 921   | 12 105  |
| 2008                                                    | 780 | 3014 | 4079 | 515 | 212 | 274          | 1214     | 882   | 12 836  |

\*součet neodpovídá tabulce, chybějí ubytovny a chatové osady

Zdroj: ČSÚ

## Velikonoční speciál od K Brewery

Barevné vajíčko už nikoho nepřekvapí. Novinkou je ale barevné pivo. Společnost K Brewery, která vlastní šest regionálních pivovarů, připravila pro letošní Velikonoce překvapení – speciální várku čepovaného, dvoubarevného piva s názvem Velikonoční Krasličák. Skládá se z Červeného Krasličáka, což je speciální světlé pivo s výraznou hořkostí, které se čepuje jako první, aby vytvořilo základ pro druhý pivní speciál. Zelený Krasličák je pak středně prokvašené světlé výčepní pivo střední hořkosti s jemnou chmelovou vůní a vyváženou skladbou chutí. Oba druhy piva prošly stejným výrobním postupem jako každé jiné pivo. Barevného efektu se dosahuje přírodními výtažky. K dostání je pouze ve vybraných restauracích.



## Kudy z nudy mapuje pocity návštěvníků

Fanoušci volnočasového portálu Kudy z nudy, který provozuje agentura CzechTourism, mohou sdílet své pocity z navštívených míst. Umožní jim to unikátní Pocitová mapa České republiky, kterou lidé najdou na sociální síti Facebook. Tato interaktivní mapa obsahuje aplikaci, jejímž prostřednictvím mohou lidé vyjadřovat své pocity z navštívených míst. Uživatelé si jednoduše vyberou své oblíbené nebo neoblíbené místo a přiřadí k němu barvu odpovídající dojmu z návštěvy. Na výběr jich mají celkem pět – od zelené, která říká, že je dané místo skvělé, až po fialovou, jež značí pravý opak. S novinkou je spojena i velká soutěž o řadu zajímavých cen.

## Soutěž EDEN vstupuje do finále

European Destination of Excellence (EDEN), jejímž cílem je zviditelnění méně známých turistických lokalit, vstupuje do finále. Odborná porota zvolila pět kandidátů, kteří budou bojovat o vítězný titul. Do finále postupuje Baťův kanál, Bystřicko, Křivoklátsko a Rakovnicko, Posázaví, střední Čechy – Polabí. Pětici finalistů vybrali porotci celkem z 12 oblastí, které se do soutěže přihlášily. Lokality porota posuzovala na základě rozsáhlých materiálů, které zástupci každé destinace odevzdali. Nyní porotci navštíví všech pět finálových lokalit a podrobněji se s nimi seznámí. Vítěz bude vyhlášen na slavnostním ceremoniálu 5. května. Téma letošního ročníku je Voda – turistický cíl.

(Pokračování ze stránky 1)

byl podobným způsobem prodán za 17 mil. eur, 384pokojový Pullman Paris La Défense v Paříži byl prodán za 80 mil. eur. Všechny tyto hotely bude nadále provozovat Accor.

## Turisté v Řecku přestali utrácet

Turisté v Řecku se přeorientovali na úspornější režim. Rekordně zadlužená země se vždy spoléhala na obdivuhodné památky a krásné ostrovy. Tentokrát však turistika rozpočet nezachránila. „Rok 2010 bude pro turistické odvětví velmi obtížný,“ předpovídá Argiro Fili, prezident Helénské asociace pro turistiku. „Budeme notně závislí na nabídce nízkých cen.“ V minulém roce spadly příjmy od zahraničních turistů o 11 %. Hlavním důvodem byla recese a konkurence laciných destinací, např. Turecko či Chorvatsko.

Giorgos Poussaio, generální tajemník pro rozvoj turistiky, přesto nevidí důvod k obávám. „Současná krize zamlžila opravdový obraz situace, skutečná čísla o přílivu turistů tradičně hodně změnila teprve statistiky zájezdů last-minute,“ vysvětluje. Pripomíná, že zájezdy na poslední chvíli často volí i Češi, jichž loni přijelo do Řecka 300 tisíc. Pro Řeky je však klíčový zájem z Německa a Británie, odkud přichází návštěvníků nejvíce.

## Turecko sází na nízké ceny

Světová hospodářská krize jako by tureckou Antaliu vynechala. Budují se zde nové hotely, hlavní třída prochází rozsáhlou rekonstrukcí, aby byla připravena na letní nápor turistů. „Nehledě na krizi do Turecka přijelo v roce 2009 o 3 % turistů více než loni,“ neodolá pokušení se pochlubit náměstek ministra turismu Ozgur Ozarslan. Přiznává ale, že o 3 % také poklesly výnosy tureckého turistického průmyslu. „Jednak většina hoteliérů zlevnila, aby si návštěvníky udržela, lidé také přijíždějí na kratší dobu,“ řekl. Příběh tureckého turistického vzestupu skutečně bere dech. „Od roku 1998 celou dekádu rostl počet turistů každý rok o 10,5 % a výnosy z turistiky skoro o 12 %,“ vysvětluje výkonný tajemník asociace investorů do turismu Koray Yetik. Ve světě přitom rostl počet turistů o necelá 4 % ročně. V roce 1980 do Turecka přijelo 1288 tisíc turistů, kteří v zemi nechali 327 mil. dolarů. Upřesněný odhad ministerstva turismu tvrdí, že v roce 2009 turistů přijelo 27 milionů a Turecko vydělalo 21,2 mld. dolarů.

## Hilton nově sponzoruje F1

Svoji největší kampaň za posledních pár let spouští síť hotelů Hilton ve Velké Británii. Novou marketingovou aktivitou je přičlenění k Vodafone McLaren Mercedes F1 týmu. Sponzorstvím podpoří britské jezdcy F1 Lewise Hamiltona a Jensonu Buttona, které pak zahrne do svých reklam a promoakcí.

**Elektronická příloha časopisu Hotel&Spa Management.** Registrován pod ISSN 1802-4033. Kontakt: Hotel&Spa Management, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Klára Chromá, šéfredaktorka, tel.: 233 071 628, <http://www.hotel-spa.cz>, [klara.chroma@economia.cz](mailto:klara.chroma@economia.cz); Miroslava Kocábová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 071 633, fax: 233 072 033, [miroslava.kocabova@economia.cz](mailto:miroslava.kocabova@economia.cz). © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetisknutí nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.