SPORT&wellness LINE

č. 4/12 22. 2. 2012

elektronický newsletter dvouměsíčníku Sport&Wellness Management

Z veletržních trendů a úspěchů

V Bratislavě se uskutečnila největší výstava Fitness a Wellness na Slovensku, které se zúčastnila také společnost 3D Fitness. Její stánek patřil jednoznačně k nejvíce navštěvovaným a obdivovaným stánkům z celé expozice Fitness. Kromě návštěvníků a zejména majitelů klubů se na stánku po celé čtyři dny vystřídala více než desítka prezentérů z ČR i SR. Nejlepší sportovci se zúčastnili soutěže o TRX na novince letošní výstavy FTS – konstrukce pro funkční trénink z dílny společnosti 3D Fitness. Největší oblibě se samozřejmě těšila komplexnost produktů a programů od této společnosti, která svým nadčasovým přístupem dokáže vyřešit sportoviště od 6 m2 až po rozsáhlé řešení Health Clubs.

Jak dobře známe své tělo?

Kvíz společnosti Holmes Place, který proběhl evropskými státy nevyjímaje Českou republiku, přinesl zajímavé zjištění nejen o tom, jak jsme na tom se znalostmi o našem těle, ale také, jak si stojíme ve srovnání s našimi sousedy – soutěž probíhala rovněž v Polsku, Rakousku, Německu, Řecku a Švýcarsku. Nejlepší výsledky zaznamenali Poláci, Češi se umístili jako čtvrtí, odpověděli správně jen ve 32 %. Kvízu Znáte své tělo se dohromady zúčastnilo 48 816 soutěžících. Nejvíce jich bylo překvapivě z České republiky, celkem 14 350 lidí. Za nimi se v počtu účastníků umístili Němci a za nimi v závěsu Rakušané. Soutěž probíhala od 1. září do 15. listopadu loňského roku pod záštitou řetězce exkluzivních fitness a wellness klubů Holmes Place.

Oriflame představuje Ecobeauty

Švédská kosmetická společnost Oriflame uvádí na trh novou řadu pleťové kosmetiky Ecobeauty, která představuje zásadní zlom v kosmetickém průmyslu. Vedle toho, že obsahuje pouze přírodní složky, její složení a výroba jsou také etické a férové. Ecobeauty je tak první globální kosmetickou řadou, která získala certifikaci čtyř předních nezávislých organizací Fairtrade, Ecocert, Vegan Society a FSC, které prosazují myšlenku udržitelného rozvoje. Řada Ecobeauty představuje další významný milník v historii společnosti. Od svého vzniku v roce 1967 byla ochrana životního prostředí v Oriflame jasnou prioritou. Jako jedna z prvních kosmetických společností na světě začal Oriflame používat přírodní ingredience a dobrovolně se zavázal netestovat výrobky na zvířatech.

Zájem o české lázně stoupá

Vloni přijelo do českých lázní 711 tis. hostů (meziroční nárůst o 5,4 %) a byl tak překonán historický rekord z loňského roku. Z tohoto celkového počtu bylo vloni 345 tis. cizinců (meziroční nárůst o 9 %) a 366 tis. Čechů (+2,1 %). Pro ruskou klientelu jsou české lázně stále atraktivnější, té přijelo o 31 % více. Bezkonkurenčně nejvíce hostů, a to jak zahraničních, tak i českých, jezdí v České republice do lázeňských zařízení v Karlovarském kraji, díky kterému vloni zaznamenala naše země stoupající počty celkových příjezdů do lázní. Vloni navštívilo Karlovarský kraj celkem 427 tis. lázeňských hostů (320 tis. cizinci + 107 tis. Češi), což znamená meziroční nárůst o 7,6 %. Z analýzy AČCKA vyplývá, že 60 % všech hostů do českých lázní směřuje pouze do Karlovarského kraje.

Letos bez obří rampy

Ve skiareálu na krušnohorském Klínovci letos chybí obří U rampa, kterou využívají snowboardisté, a ani se tady už do konce zimní sezony neobjeví. Na vině ale nejsou provozovatelé střediska, nýbrž extrémní výkyvy počasí od loňského listopadu. Aby totiž bylo možné U rampu vybudovat, je třeba značného množství technického sněhu a o ten jen tentokrát veliká nouze, řekl majitel areálu Martin Píša. Klínovecká U rampa vždy patřila k největším v Česku a splňovala parametry na pořádání vrcholových soutěží. Protože stavba U rampy zabere minimálně až dva týdny, její vybudování by pro tuto sezonu už nebylo rentabilní – výroba jednoho metru krychlového sněhu se pohybuje kolem 400 korun.

V AKTUÁLNÍM ČÍSLE ČASOPISU
SPORT&WELLNESS MANAGEMENT
MIMO JINÉ NALEZNETE:

- Sauna pro všechny smysly
- Proč klubový systém
- Fitness v pohybu
- Kde hledat zdroj příjmů

economia
OBSAH ROZHODUJE

Pohodová elektronika na síti

Prvním evropským e-commerce portálem věnovaným elektronice pro pohodový život je www.mododepot.it., postavený na základě zkušeností značky Modo firmy Astrel, italské značky návrhů a výroby hydromasážní elektroniky. Na těchto stránkách si může firma instalující bazény nebo instalatér, který zajišťuje výměnu elektronických součástek pro bazény, spa, masážní vany, sauny, parní lázně a multifunkční sprchy, nalézt elektronické hydromasážní systémy, vodotěsné ozvučení, osvětlení LED RVB, ovladače pro bazény, ozonizátory atd. Portál, který je dispozici v italštině nebo v angličtině, nabízí kromě výrobků navržených a vyrobených pod značkou Modo vybrané výrobky nejlepších značek na trhu a snadno kompatibilních s italskou značkou.

Olympiáda s bezpečím

Britský ministr obrany Philip Hammond uvedl, že země poskytne pro zajištění bezpečnosti při olympijských hrách 2012 v Londýně až 13 500 vojáků. Informaci přinesla agentura Reuters. „Chceme, aby olympijské hry byly bezpečné. Aby se všichni sportovci a fanoušci mohli do Londýna těšit, aby to byla sportovní a kulturní oslava," řekl Hammond. Rostoucí obavy o bezpečnost navýšily rozpočet z odhadovaných 282 milionů liber na 553 milionů. Dalších 475 milionů liber je vynaloženo na policejní a další bezpečnostní opatření mimo stadiony.

Inspirace pro úspěšné podnikání

12. ročník Hospitality & Tourism Summitu s podtitulem „Kde brát sílu a motivaci pro další rozvoj“ se uskuteční ve dnech 12.–13. 4. 2011 v Crowne Plaza v Praze a bude věnován tématu hledání praktik a způsobů řízení, které zajistí dlouhodobou efektivní udržitelnost podnikání v cestovním ruchu. „Mnozí podnikatelé se soustřeďují především na krátkodobé cíle a okamžitý výsledek. Neměli by ale ztrácet směr nebo snižovat standard svých služeb, i když tunel, ve kterém jejich vlak momentálně jede, je docela dlouhý a pomyslné světlo na jeho konci se zdá být v nedohlednu,“ říká jménem organizátorů Barbora Krásná, Partner Blue Events. Dalšími spoluorganizátory konference jsou Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR ve spolupráci s AHR ČR, Vysokou školou hotelovou v Praze 8 a COT Business. Konference se koná pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj a s podporou agentury CzechTourism.

Bude rodinný park magnetem?

V Jihlavě se chystá vznik velkého rodinného parku – na 1500 m^2 zastavěné plochy v údolí řeky Jihlavy najdou návštěvníci mimo jiné tobogan, bludiště, horolezeckou stěnu, trampolíny, multifunkční hřiště, interaktivní hry i restauraci. Soukromí investoři věří, že jejich nabídka přivede ročně do centra nejméně 80 tisíc návštěvníků. V nedaleké lokalitě Český mlýn se město chystá vytvořit venkovní sportovní a relaxační centrum. Spolu se zoologickou zahradou, koupalištěm Vodní ráj, památkami a cyklostezkami by mohl rodinný park přispět k tomu, že se turisté ve městě zdrží i přes noc. Stavbu rodinného parku s náklady kolem 50 milionů korun připravuje firma Robinson, která se inspirovala rodinnými centry v západní Evropě.

Michal láká na brusle

Bruslení na zamrzlém jezeře Michal u Sokolova si bude moci veřejnost užít každodenně, dokud to počasí dovolí. Zkušební otevření zamrzlého koupaliště ukázalo, že je o bruslení zájem, informovala na svém webu Sokolovská uhelná, která koupaliště provozuje. „Zájem lidí předčil všechna očekávání,“ uvedl jednatel koupaliště Karel Kotous. „V týdnu je přístup na plochu bezplatný, o víkendu pak za desetikorunu. „V podstatě jde o to, aspoň částečně pokrýt režii, protože na místě samozřejmě musí být nějaký dohled,“ uvedl Kotous s tím, že je například nutné dělat vrty pro ověření tloušťky ledu i průběžné kontroly plochy. Jezero má velikost 30 hektarů a vzniklo v areálu bývalého hnědouhelného lomu. Otevřením pro veřejnost vznikla největší bruslařská plocha v okolí.

Velké Losiny s novým projektem

V Lázních Velké Losiny má vyrůst jedinečný termální park o rozloze 6000 m^2. Venkovní i vnitřní bazény a dětská brouzdaliště naplněná výhradně léčivou vodou z místních termálních pramenů se budou rozkládat na ploše 2500 m^2. Podobný vodní park s celoročním provozem dosud u nás neexistuje.Výstavba projektu je plánována na místě současného termálního koupaliště v areálu lázní. Investorem projektu v celkové hodnotě zhruba 70 milionů korun jsou Lázně Velké Losiny, které jsou součástí řetězce lázeňských a wellness hotelů Royal Spa. Termální park by měl obstát ve srovnání i s těmi zahraničními, kam jezdí tisíce českých turistů. Například s rakouskými lázněmi v Laa. České termály sice nebudou tak velké, zato mají jednu devízu navíc – léčivou vodu.

Nová kampaň s novým týmem

Největší outletové centrum České republiky, Fashion Arena Outlet Center, připravuje novou reklamní kampaň pro rok 2012 s fotografiemi přední české módní fotografky Lucie Robinson. Autorem kampaně je nový kreativní tým reklamní agentury Fabrika, která s Fashion Arenou spolupracuje od roku 2010. Kampaň se v médiích poprvé objeví v dubnu 2012. „Nový tým přišel s konceptem, který nabízí víc než obrázky. Vyjadřuje, čím Fashion Arena je, a pomáhá spotřebiteli pochopit naše skutečné výhody velmi osobitou formou. To pro nás bylo rozhodující, stejně jako návrh nového vizuálního stylu,“ říká Iva Janovská, která má na starosti marketing outletového centra Fashion Arena.

Lyžování jako anti-aging

Aktivní lyžaři si déle udržují duševní a tělesnou formu – to potvrdila aktuální studie Rakouského lyžařského svazu. Dále poukazovala na skutečnost, že pravidelné lyžování snižuje riziko srdečních onemocnění a Alzheimerovy choroby. Průzkum navíc prokazuje dosud méně známé účinky: díky speciálním výzvám a zátěžím, se kterými je lyžař konfrontován, snižuje také lyžování riziko onemocnění demencí. „Multitasking, stále se měnící terén, tělesná zátěž, neustálé a pozorné vnímání okolního prostředí, tělesná námaha: to jsou faktory, které vyžadují duševní pohyblivost a prokazatelně tedy namáhají a stimulují mozek,“ komentuje výsledky průzkumu profesor Dr. Martin Burtscher z Institutu tělesné výchovy a sportu v Innsbrucku.

Z kina je floating

V bývalém kinosále ve švýcarském Curychu vzniklo exkluzivní relaxační centrum, které si brzy získalo popularitu. Floating, možnost nechat své tělo beztížně plout na hladině slané vody, srovnatelné s Mrtvým mořem, je lákavý a patří ve wellness světě k vyhledávaným procedurám. V atmosféře ticha a klidu si mohou hosté zvolit mezi floating tankem (speciální vana se slanou vodou o tělesné teplotě) a floatingem v otevřeném bazénu.

Relax pod Hochkönigem

Skvělé lyžování, minimální čekací doby a komfortní služby – to je lyžařský region Hochkönig. Díky investicím v minulých letech se celá oblast vyhoupla do první ligy: největší světový testovací portál lyžařských oblastí „skiresort.de“ vyznamenal lyžařský region Hochkönig 4,5 hvězdičky z pěti možných. Kritéria byla velmi početná: od velikosti regionu přes nabídku sjezdovek, jejich upravenost až po kvalitu horských chat. Takový servis nabízí například hotel Übergossene Alm v Dienten, který disponuje i vlastní půjčovnou lyžařského vybavení.

Wellness jako pohádka

Mezi nejkrásnější světová wellness centra patří podle odborníků hotel La Mamounia v Marakéši – v loňském roce byl vyhlášen Cestovatelským webem cntraveller.com jako jednoznačně nejlepší wellness středisko na světě. Podle odborníků i klientů prý splňuje naprosto všechny požadavky i těch nejnáročnějších turistů. Wellness centrum má mimo jiné také na kontě ocenění Hotel roku od cestovatelského průvodce britského časopisu Tatler. Klienti si tady připadají doslova jako v pohádce – celý komplex se totiž nachází v obrovském paláci s ještě větším parkem.

Elektronická příloha časopisu Sport&Wellness Management. Registrováno pod ISSN 1804-2759. Kontakt: Sport&Wellness Management, Economia a. s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Stanislava Bezděčková, šéfredaktorka, tel.: 233 073 167, www.sportawellness.cz, stanislava.bezdeckova@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 033, magda.etzlerova@economia.cz © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia a. s. je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoliv 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.