

Cestovní ruch

- navzdory všem

Klára Smolová & Anita Lišková, foto Petr Poliak

Cestovní ruch má tento rok dobré vyhlídky.

Všechno zlé je za námi a řada hotelů se dnes těší 80% obsazenosti. I stát si tohoto odvětví více všímá – na jednu stranu ho podporuje reklamou, na druhou mu podráží nohy zvýšenými daněmi.

PO LETECH STAGNACE se zdá, že mezinárodní cestovní ruch se začíná vyvíjet příznivě, z čehož těží i Česká republika. "Záplavy i válka jsou zapomenuty a útoky v Madridu na Prahu vliv nemají," říká Stanislava Cholelová, obchodní a marketingová manažerka MaMaison Residences společnosti Orco Group, která v Praze provozuje několik rezidencí pro dlouhodobý pobyt a také hotel Riverside. "Okolo Velikonoc byla velká potřeba po ubytování. Myslím, že to bude fantastická sezona." Stejně optimističtí jsou i ředitelé ostatních hotelů. Vstup do Evropské unie, příliv nízkonákladových aerolinek a reklama propagující Českou republiku na světových televizních kanálech, to všechno jsou podle nich faktory, které přispějí ke zvýšení turistického zájmu o Českou republiku. Všechno ovšem není tak růžové, jak se na první pohled může zdát.

Prospects this year for the travel industry are good. Many hotels are now enjoying 80% occupancy rates, and the state is lending support through advertising. At the same time, it is pulling the rug out from under the sector with higher taxes.

AFTER YEARS OF STAGNATION, it seems that the international travel industry has turned the corner, which benefits the Czech Republic. "The floods and the war are forgotten, and the attacks in Madrid aren't affecting Prague," says Stanislava Cholelová, the manager of sales and marketing for MaMaison Residences of Orco Group, which runs several long-stay residences and the Riverside hotel in Prague. "There was great demand for lodging around Easter. I think this season will be fantastic." Directors of other hotels are equally optimistic. They believe that EU accession, the advent of low-fare airlines, and advertising promoting the Czech Republic over global television channels are all factors that will increase tourist interest in this country. But not everything is as rosy as it may appear at first glance.

To whom, and for how much?

"Prague is a very well-known city, so the question isn't how to sell it, but rather how to sell it to the right people and in the right way," says Martin Ykema, the general director of the Ibis Praha City and Novotel Praha City hotels (both part of the world-wide Accor chain). Ykema is alluding to the overall concept for promoting the Czech Republic in other countries, including the televised advertising campaign (see sidebar page 36), which he claims is overly general and doesn't carry the proper message. "The Czech Republic is portrayed as a cheap destination instead of as a lovely country with a rich heritage," insists Ykema, who pushed for the creation of the campaign. But he believes that the resulting advertisement isn't good for the city, since so-called budget tourists don't bring many economic benefits to the country.

At the beginning of the nineties, hordes of back-packers began streaming to Prague in search of adventure in unknown eastern Europe. In recent years they've been replaced by countless groups of young Brits and Irish looking for cheap beer and sex. For example, according to the Czech Tourist Authority – CzechTourism, the Irish have named Prague the most popular



Martin Ykema



Komu a za kolik?

"Praha je velmi známým městem, takže nejde o to jak ji prodat, ale spíše prodat ji těm správným lidem a tím správným způsobem," říká Martin Ykema, generální ředitel hotelů Ibis Praha City a Novotel Praha City patřících do celosvětové sítě Accor, která v Praze provozuje šest tříhvězdičkových hotelů s kapacitou 1300 pokojů. Naráží tím na celkový koncept propagace ČR v zahraničí, včetně televizní reklamní kampaně (viz *sloupek*, str. 36), jež je podle něj příliš obecná a neříká to, co by měla. "Česká republika se představuje jako levná destinace, namísto aby se propagovala jako krásná země s bohatým dědictvím," tvrdí Ykema, který patřil k iniciátorům kampaně. To ale podle něj není pro město dobré, protože tzv. rozpočtoví turisté zde tolik neutratí a nejsou tudíž velkým ekonomickým přínosem pro zemi.

Do Prahy od počátku 90. let směřovaly hordy batůžkářů hledajících dobrodružství neznámé východní Evropy. V posledních letech je vystřídali hordy mladých Britů a Irů, hledajících levné pivo a sex. Například podle České centrály cestovního ruchu – CzechTourism zvolili Irové Prahu již počtvrté nejoblíbenější městskou destinací. K tomu ostatně přispívají i letenky, jejichž cena se díky konkurenci nízkonákladových aerolinek stále

pokračování na straně 37

tourist destination city for the fourth time already. This phenomenon is fed by plane tickets that are getting cheaper due to the competition of low-cost airlines and make Prague an affordable destination for a weekend. "Long weekends in Prague are very popular among Brits," says Michaela Drahonovská, general manager of British Airways. "Often these are young people, and weekend stays are the easiest to organize." While such tourists are good, local hoteliers would certainly prefer an influx of middle-class and wealthy clients, including businessmen. "The level of our tourism could be improved," opines Klaus Pilz, the Czech Republic regional director of Austria Hotels and vice president of the National Federation of Hotels and Restaurants (NFHR). Austria Hotels – Grand Hotel Bohemia, Crowne Plaza, and Grandhotel Brno – focuses on corporate clients and higher-class tourists. These hotels hope that EU accession will bring greater numbers of tourists traveling on business. "It will have a great, though progressive, impact," Cholelová claims. "The Czech Republic will no longer be an unknown foreign country, and rising prices will discourage tourists whose decisions are governed by budget, such as students" she adds. Corporate business is very important for Cholelová's MaMaison Residences, since managers account for 50% of occupancy there.

Convention tourism is one way to attract this type of corporate client-

continued on page 37

Travel industry: against all odds

snižuje a vytváří z Prahy cenově dostupnou víkendovou destinaci. "O prodloužené víkendy v Praze je mezi Brity obrovský zájem," říká generální ředitelka British Airways Michaela Drahonovská. "Často jsou to mladí lidé a víkendové pobyty jsou pro ně nejlépe zorganizovatelné."

Takováto očekávání se sice příjemně poslouchají, ovšem místní hoteliéři by rozhodně již nyní dali přednost většímu přílivu střední a bohatší klientely, včetně byznysmenů. "Kvalita turistiky by mohla být lepší," domnívá se Klaus Pilz, regionální ředitel Austria Hotels pro Českou republiku a viceprezident Národní federace hotelů a restaurací (NFHR). Austria Hotels – Grand Hotel Bohemia, Crowne Plaza a Grandhotel Brno – se zaměřují právě na korporátní klientelu a vyšší třídu individuálních turistů. Stejně jako oni i ostatní doufají, že se vstupem do Evropské unie se počet cestujících za obchodem zvýší. "Vstup do EU bude mít obrovský dopad. V myslích lidí už Česko nebude tak neznámou cizinou a jelikož dojde k růstu cen, odradí to turisty rozhodující se podle ceny, například studenty," tvrdí Cholelová. I pro MaMaison Residences je korporátní turistika důležitá, jelikož manažeři tvoří až padesát procent hostů.

Kongresová turistika

Jednou z možností jak do ČR přilákat právě tento druh klientely je kongresová turistika, která patří k nejlukrativnějším. Průměrné náklady kongresového turisty se podle Ivo Hartmanna, prvního náměstka ministra pro místní rozvoj, odhadují na 16 500 Kč na den a půl. Velké kongresy trvají zpravidla pět dnů a účastní se jich až 3000 lidí. V této oblasti země ale



Hana Čermáková

continued from page 35

tele to the Czech Republic. According to Ivo Hartmann, the first deputy regional development minister, average convention tourist expenditures are estimated at CZK 16,500 for a day and a half. As a rule, large conventions last five days and are attended by about 3,000 people. But the country continues to lag in this area. Although it could make good use of its organizing of conventions of global significance – e.g., the annual meeting of the International Monetary Fund and the World Bank, and the NATO summit – this failed to materialize, and the Czech Republic ranks twenty-fourth as a



WE KNOW WHAT IT TAKES.™

- Location in the heart of Prague with a magnificent setting on the banks of the Vltava river
- 372 renovated deluxe rooms and suites equipped with mini-bar, electronic safe, bath and shower, bath-robe, scale, hair-dryer, TV, radio, two direct dial telephone lines, voice mail
- 2 Club floors, Club Lounge
- Congress Hall with capacity for up to 700 people
- 12 function rooms for a wide variety of meetings, all support services available
- High-speed internet connection (Wi-Fi) in all conference rooms, restaurants and public areas

- Access to high-speed internet in all guest rooms
- Rooftop dining restaurant Zlatá Praha, Restaurant Primátor, Duke's Bar & Café
- 24 hour Room Service
- Fitness Club, heated indoor pool, aerobic, sauna, solarium, massage room and ultramodern golf simulator
- Business Centre
- Underground Parking
- Shopping Arcade
- Golden Prague Residence - 27 extended stay apartments



INTERCONTINENTAL.
P R A H A

InterContinental Praha, náměstí Curieových 43/5, 110 00 Prague 1, Tel.: +420 296 631 111, Fax: +420 224 811 216

E-mail: prague@interconti.com, Internet: www.prague.intercontinental.com

velmi zaostává. Ač by ve svůj prospěch mohla využít dobré reference z pořádání konferencí celosvětového významu – výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu, Světové banky a summitu NATO – nestalo se tak a Česká republika se na seznamu kongresových destinací nachází až na 24. místě, těsně před Bangkokem. "V oblasti kongresů má Praha co nabídnout. Jedním z cílů federace je dostat zemi v průběhu několika dalších let do první desítky," říká Pilz a dodává, že nevidí důvod, aby Kongresové

convention destination, just ahead of Bangkok. "Prague has a lot to offer for convention tourism. One of the federation's goals is to bring the country into the top ten over the next few years," says Pilz, adding that he sees no reason that the Congress Center shouldn't be in use 120 days a year.

NFHR is placing great hope in the ASTA (American Society of Travel

Vzhůru k výškám za nízké ceny • High-flying for low prices

PODLE ÚDAJŮ České správy letišť využilo loni služeb nízkonákladových dopravců téměř 680 tisíc pasažérů, tedy devět procent všech cestujících. První nízkonákladové aerolinky se na českém trhu představily v roce 1999, když tehdejší společnost Go (dnes easyJet) začala létat z Prahy do Londýna. Dnes už u nás funguje devět těchto přepravců a další tři by měli zahájit činnost do poloviny

ACCORDING TO INFORMATION from the Czech Airport Administration, last year almost 680,000 of its passengers, or 9% of all travelers, used low-cost airlines. The first low-cost airline entered the Czech market in 1999, when the former Go (now easyJet) started arranging flights between Prague and London. Today nine such airlines are operating in this country, and another three should begin

operations by the middle of this year, including the first Czech low-cost airline, SmartWings, operated by Travel Servis.

republiky nahrává i fakt, že mohou využívat letiště Ruzyně, v zahraničí totiž nebývá zvykem, aby tyto aerolinky využívaly největší letiště v zemi. "V současné době nabízí pražské letiště bezkonkurenčně nejlepší možnost jak cestovat s low-cost aeroliniemi v rámci celého středoevropského regionu. Díky tomu jsme se stali zajímavým výchozím bodem jak pro cesty našich občanů, tak i pro pasažéry

z blízkého zahraničí," konstatuje Martin Kačur, generální ředitel České správy letišť.

A jak na to reagují tradiční letecké společnosti? Generální ředitelka pražské pobočky British Airways Michaela Drahonovská tvrdí, že by si každý měl udělat cenové srovnání a vzít v úvahu i takové věci, jako třeba přeprava ze vzdálených letišť. "Cestující si musí uvědomit výhody, jako občerstvení či vstupenku na sedadlo," říká. Dana Dvořáková, ředitelka komunikace ČSA, které zaznamenaly za první čtvrtletí tohoto roku přírůstek cestujících o 30 procent, dodává: "Oproti nízkonákladovým aerolinkám cestující ČSA jistě ocení například pravidelnost spojení, špičkový servis a celkovou péči o cestujícího ve všech fázích přepravy." ČSA se odlivu zákazníků neobávají, spíše naopak. Jejich nabídka letenek do 20 evropských destinací za ceny od 2990 korun zřejmě přiláká právě potenciální klienty nízkonákladových aerolinek.

Experts allow that these low-cost airlines mainly attract clients who, for budget reasons, have mainly used ground transportation in the past. "Our goal is not to take customers away from the traditional airlines, we are looking for travelers who would otherwise never use our services because they would rather go by bus or train," explains Vladka Dufková, spokesperson for SmartWings. To lure such travelers, her firm offers air tickets, including all fixed fees, from CZK 1,590. A sharp cut in costs has made it possible for these airlines to maintain low prices. "There are many ways in which we can save money – we will limit administration costs, cut the time airplanes spend at gates, sell tickets over the internet and through call centers, and charge for refreshments on board," explains Dufková.

The growth in the number of low-cost airlines in the Czech Republic has also been supported by the fact that they can use Ruzyně Airport, whereas in other countries these airlines can rarely use the largest airport in the land. "At the present time, Prague's airport offers incomparable opportunities for low-cost travel in central Europe. Thanks to this, we have become an interesting departure point for both local citizens and those of surrounding countries," explains Martin Kačur, general director of the Czech Airport Administration.

What do traditional airlines say to this? General manager of the Czech branch of British Airways, Michaela Drahonovská, notes that everyone should compare prices and take into account such things as transportation from distant airports. "The traveler must be aware of other advantages, such as refreshments or seat reservation," she says. And Dana Dvořáková, communications director for ČSA, which recorded a 30% increase in ticket sales in the first quarter of this year, adds: "Compared to low-cost airlines, ČSA travelers appreciate the regularity of connections, the top-quality service, and the overall care shown to our customers in all phases of transport," she insists. ČSA is not worried about an exodus of customers – rather the opposite. With tickets to 20 European destinations at prices starting from CZK 2,990, they will probably continue to attract potential clients of the low-cost airlines.

Anita Lišková

Anita Lišková



Vladka Dufková

letošního roku, mezi nimi také první české nízkonákladové aerolinie SmartWings, provozované společností Travel Servis.

Podle odborníků přitahují tyto levné aerolinky převážně klienty, kteří dříve využívali spíše pozemní dopravu a také svou nízkou cenou přesvědčily ty, kteří měli dosud z létání strach. To také potvrzuje Vladka Dufková, tisková mluvčí SmartWings, které nabízejí letenky včetně poplatků od 1590 korun. "Naším cílem není přetahovat klienty klasickým aerolinkám, spíš chceme přivést na paluby cestující, kteří by jinak našich služeb nikdy nevyužili a jeli by autobusem či vlakem," vysvětluje. Udržet nízké ceny umožňuje těmto dopravcům razantní snížení nákladů. "Ušetřit se dá na všem – omezíme administrativní náklady, prostojte na letišti budou minimální, distribuce bude probíhat převážně přes internet a call centra, občerstvení na palubě bude k dispozici za poplatek," říká Dufková.

Nárůstu počtu levných dopravců v České

centrum nebylo zaplněno alespoň 120 dní v roce.

Velkou nadějí NFHR vkládá do kongresu ASTA (American Society of Travel Agents), jehož pořadatelství Česká republika získala na rok 2006. Fakt, že se u nás uskuteční tato olympiáda cestovního ruchu, je mezi odborníky považován za velký úspěch. ASTA je totiž největším světovým profesním sdružením subjektů v oblasti cestovního ruchu s více než 20 tisíci členy. Česká republika bude mít navíc možnost čerpat z fondů EU přes tři miliardy korun, z nichž část by měly využít projekty firem působících právě v kongresové turistice.

Za pražskými humny

Stále se mluví o Praze, ale co zbytek České republiky? Situace v regionech je podstatně složitější, o čemž vypovídá fakt, že většina hotelových řetězců v nejbližší době expanzi mimo hlavní město neplánuje. "V nejbližší budoucnosti nechystáme otevřít žádný hotel mimo Prahu. Možná později v Brně či Plzni, jak tam budou směřovat zahraniční investice," říká Ykema. Upozorňuje, že ve zbytku republiky je problém jak s nedostatkem kvalitního, jazykově vybaveného personálu, tak i se samotnou infrastrukturou. "Cestování mimo Prahu je obtížné," potvrzuje Cholelová, "chybí dostatek informací a třeba i taková banalita jako jsou ukazatele."

Oficiální místa jsou si vědoma toho, že zbytek republiky za Prahou v nabídce služeb a vstřícnosti vůči turistům zaostává. "Infrastruktura služeb v regionech není dostatečně vybudovaná," souhlasí Hana Čermáková, tisková mluvčí České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Sama uvádí příklad, kdy pro zájezd zahraničních novinářů do oblasti Zlína

pokračování na straně 41

Agents) convention, which will be held in the Czech Republic in 2006. The fact that this Olympics of the travel industry is to be organized in this country is seen by experts as a great step, because ASTA is the largest professional association in the world to bring together travel industry subjects and boasts over 20,000 members. Furthermore, the Czech Republic will be able to draw over CZK 3 billion from EU funds, some of which should be used for projects by firms engaging in convention tourism.

Beyond Prague

What about the rest of the Czech Republic? The situation in the regions is far more complex, which is borne out by the fact that most hotel chains have no plans for expanding beyond the capital city any time soon. "We aren't planning on opening any hotels outside of Prague in the foreseeable future. Maybe later, in Brno or Plzeň, when foreign investments start going there," Ykema says. He points out that in the rest of the country there are problems, like a lack of high-quality staff with knowledge of foreign languages, as well as insufficient infrastructure. "For a foreign tourist, travel outside of Prague is still difficult. There's a shortage of information, or such every-day necessities as road signs," Cholelová concurs.

Officials are aware that beyond the capital the rest of the country is lagging in terms of services offered and an accommodating attitude towards tourists. "In the regions, the services infrastructure hasn't been sufficiently developed," affirms CzechTourism's Čermáková. She attests to a

continued on page 41

Hilton Prague
Café Bistro

Salmon and Asparagus

13 – 21 May

Mother's Day Brunch
Sunday 9 May | Atrium restaurant

May in Zest bar
Strawberries and Cream

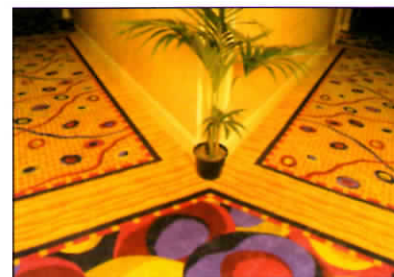
Reservation: **224 842 727**
Hilton Prague, Pobřežní 1, 186 00 Prague 8, www.prague.hilton.com

HOTEL CARPETS



- 80% Wool – 20% Nylon
- Contract woven Axminster
- Carpet designed 'ready to fit'
- Modern and classical pattern
- Large choice of standard design or tailor made one
- Computer assisted design
- Color matching test
- Fitting
- 24 Hours Hotel support program

Call us to learn more...



IPSAL
High performance floor coverings

IPSAL CR, Soukenicka 23, 110 00 Praha 1
E-mail: ipsal@volny.cz, Mob.: +420 603 830 504
Tel.: +420 224 811 040, Fax: +420 222 315 223

pokračování ze strany 39

nemohli najít dobrý hotel. Přitom regiony by mohly lákat k dovoleným například obyvatelé sousedních zemí, jež by do nich přinesli tolik potřebné peníze a zároveň napomohli rozvoji domácí turistiky. Ta podle Ykemy téměř neexistuje. "Například v Německu se osmdesát procent hotelových hostů rekrutuje z domácího obyvatelstva. Tady je to pravý opak," říká. V této souvislosti vidí na českém trhu velkou mezeru pro vznik dvouhvězdičkových hotelů – nejen v regionech, ale i v Praze – které by uspokojily potřeby domácích turistů i těch zahraničních, pro něž je cena rozhodující.

Jedna ruka dává, druhá bere

Na hrubém domácím produktu se cestovní ruch podílí zhruba pěti, šesti procenty, devizové příjmy z něj loni dosáhly 100,3 miliardy Kč. Možná právě to vedlo zákonodárce k myšlence, že v tomto sektoru by se mohly najít potřebné peníze pro zadluženou státní pokladnu. Nový zákon o dani z přidané hodnoty, který pohostinské služby (hotely i gastronomii) přesouvá do vyšší, 19% kategorie, může nastartovaný rozvoj cestovního ruchu zbrzdit, ne-li vrátit o několik let zpět. "Pokud bude tento krok realizován, dojde k zastavení investic do průmyslu cestovního ruchu, poklesu příjezdového cestovního ruchu a tím i k poklesu devizových příjmů," říká Roman Vacho, prezident NFHR, v prohlášení k DPH z počátku února. Vzhledem k tomu, že se tato změna má udát bez přípravy, bude podle jeho názoru její negativní dopad na naše podnikatele o to více zničující.

Obavy vyjadřují i sami hoteliéři. "Výrazné a zhoubné zvýšení DPH pro hotely je jen těžko pochopitelné. Je velmi krátkozraké myslet si, že se tak získají další zdroje pro rozpočet," říká Johannes Aldrian, generální ředitel K+K Hotels, a připomíná, že průměrná sazba DPH pro pohostinství se v Evropě pohybuje okolo deseti procent. K+K Hotels v Praze od roku 1999 provozuje čtyřhvězdičkový Hotel Fenix s kapacitou 130 pokojů a průměrnou obsazeností 82 procent. V červnu se chystá otevřít druhý Hotel Central. Investice této rakouské rodinné společnosti v České republice tak přesáhly 30 milionů eur. "Prahu považujeme za jedno z nejdůležitějších měst ve střední Evropě. Zvýšení DPH však může z dlouhodobého hlediska negativně ovlivnit obchod jako takový," domnívá se Aldrian. "Již teď není Praha v porovnání s ostatními destinacemi levná, alespoň co se ceny pokojů týče, a chystané změny mohou její konkurenceschopnost ještě snížit," říká Aldrian. ■

continued from page 39

case when she was unable to find a suitable hotel in the Zlín area for foreign journalists.

The regions should attract people from neighboring countries for vacations, for example, bringing much-needed revenues and helping develop domestic tourism, which Ykema claims nearly doesn't exist at all. "In Germany, for instance, 80% of all hotel guests are Germans. Here it's exactly the opposite," he says. Ykema further sees a large gap in terms of two-star hotel construction – not only in the regions, but also in Prague – that would meet the needs of Czech and foreign tourists alike for whom price is the decisive factor.

Half-hearted assistance

The travel industry accounts for 5-6% of the gross domestic product, foreign-currency revenues that last year reached CZK 100.3 billion. This could have been what led legislators to think that they could find badly needed money for indebted state coffers in that sector. The new value-added tax law, which raises the rate for hospitality services (hotels and restaurants) to 19%, could put the brakes on the just-started travel industry development or even set it back a few years. "If this step is taken, it will result in the halting of investments in the travel industry, to a decline in the number of foreign travelers, and thus to a decrease in foreign-currency revenues," notes Roman Vacho, president of NFHR. Because the change would take place without any preparations, he believes that its negative impact on Czech entrepreneurs will be even more destructive.

Hoteliers are voicing concern, too. "The marked destructive VAT increase for hotels is simply hard to understand. It's very short-sighted to think it will bring additional budgetary revenues," says Johannes Aldrian, general director of K+K Hotels, pointing out that in Europe the average VAT rate for hospitality services is around 10%. Since 1999 K+K Hotels has been operating the four-star Hotel Fenix in Prague, with 130 rooms and an average occupancy rate of 82%. The company intends to open its second, Hotel Central, in June. This family-owned Austrian company has invested over EUR 30 million in the Czech Republic. "We see Prague as one of the most important cities in central Europe, but the higher VAT could have a negative impact on business over the long term," Aldrian says. "Compared to other destinations, Prague isn't cheap any more, at least in terms of lodging price, and the planned changes could make it even less competitive," he adds. ■



Explorer.cz
where The Prague Tribune Online anchors

Explorer.cz
domovský přístav
Prague Tribune Online

The screenshot shows the Explorer.cz website layout. At the top, it says 'STARTING FROM 790,- CZK'. Below that, there are several news snippets with images and headlines. On the left, there's a navigation menu with categories like 'Home', 'Business', 'Economy', etc. The main content area features articles such as 'Manufacturing prosperity' and 'The best route to success'. At the bottom, there are more article teasers and a 'Subscribe' button.

Join us
Přidejte se



www.explorer.cz