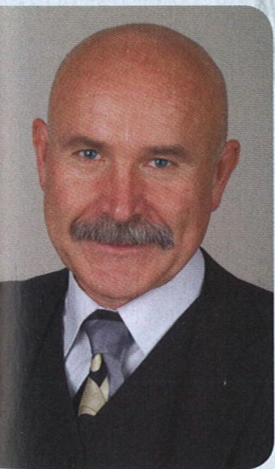


I šli sme, a uvedli mne na nějaký plac, uprostřed něhož užířím veliký rozložitý strom, na němž všelijaké lístí a všelijaké ovoce (v škořepinách všecko) rostlo: pravili mu Natura¹. Filozofů vůkol něho zástup byl, vzhledajících a ukazujících sobě, jak které ratolesti, listu a ovoci říkají. I řekl sem: „Tito, slyším, že se jmenovati těch věcí učí, ale aby přirození stíhati² měli, ještě nevidím.“ Odpověděl mi tlumočník: „S to ne každý býti muž; než hled' na tyto.“ I vidím některé větroví ulamovati a lístí i ovoce rozvínati, a kde na ořech přišlo, zubami hrýzti, až jimi třeskotali: ale oni pravili, že to škořepiny praští; a přebírajíce se v nich chlubili se, že jádro mají, tajně jedni druhým, ale řídkým ukazujíce. Já pak, nahlédaje také mezi ně pilně, patrně sem viděl, že zevnitřní sic šupinu a kůru zhmožděnou a rozmačkanou měli, nejtvrďší však škořepina, v níž zavínuté jádro leželo, ještě byla celá. Vida já tu tedy i marnou honosnost, i daremné kvaltování (viděl sem zajisté, jak někteří i oči sobě vyhleděli i zuby vylámali), pobídl sem, abychom jinam šli.

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

¹ příroda ² postihnout podstatu věd

Tito, slyším, že se jmenovati těch věcí učí, ale aby přirození stíhati měli, ještě nevidím



Podstatou MICE – meetings, incentives, congresses & exhibitions industry – je realizace služeb. Jsou-li nakupovány zahraničními účastníky (a že v Česku se tak děje v míře víc než hojně), pak coby komodit zahraničního obchodu. Turisté – lidé přijíždějící odjinud – jsou srozumění za ně i za obyčejnosti, jako se vyspat, najíst apod., platit mnohonásobky toho, co za ně vydávají lidé v místě usedlí. Z nich pak zřejmě nejvíc zadavatelé a účastníci MICE akcí. A čím způsobit, aby z tohoto segmentu světového obchodu Česko mělo daleko víc? Vytvářením a šířením svého pozitivního obrazu jako země, kde je nejen krásně, ale kde není třeba se obávat nestability a nevstřícnosti a kde je poskytování služeb nejvyšší kvality samozřejmostí. Divit se omezenosti našinců i lidí

z cizích zemí, že o Česku nevědí, nebo o nás mají zkreslené představy a jezdí své peníze utrácet jina, netřeba. Budování image země je dlouhodobým procesem. Co je však strašně divné, je, jak málo kormidelníkům této země, kteří svými postoji k tomuto obchodnímu odvětví odsuzují Česko k nízké výtěžnosti, schází desítky miliard korun nerealizovaného zahraničního a domácího inkasa.

Jaromír Kaic, nakladatel Všudybylu

všudybyl

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází v nákladu 10 000 ks.
Vydavatel: PhDr. Jaromír Kaic,
Chalabalova 1605/17, 155 00 Praha 13,
mobil: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906,
e-mail: jaromir.kaic@e-vsudybyl.cz

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Botanická 24, 602 00 Brno,
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Graspo CZ, a.s.

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

6 ČEZ jednou z nejúspěšnějších českých firem



8 Občanský průkaz pro Interbus Praha



10 V šedesáti zemích na pěti kontinentech



12 New Generation v patnáctiletém ProMoPro



14 Czech Convention Bureau



15 V rámci českého předsednictví



16 American Express Groups & Events



18 Syndicat National des Entreprises de Tourisme



20 Pětihvězdičkový Imperial hostil Exportní klub



22 Co nejdřív na euro



23 Když na kongres, tak do Thermalu!



24 Textilní závody s miliardovými obraty



26 Splňuje očekávání náročného kongresového klienta



28 Podporovat a uplatnit se v MICE



29 Manažer roku 2007



30 O renesanci podané ruky a čestného slova



32 Tatrováci trumfem kopřivnické Tatry



34 Kongresové centrum Babylon



35 165 let plzeňského U Pinkasů



35 Novoměstský pivovar



36 Caliman 5



OLYMPUS

Vaše Představy, Naše Budoucnost

Všudybyl fotí zrcadlovkou OLYMPUS E-3