



Media Monitoring

26. června – 10. července 2015

Obsah

Skiareál postaví novou lanovku už letos.....	2
5plus2 10. 7. 2015	
Do cestovního ruchu za poslední roky přiteklo 54 miliard.....	3
e15.cz 8. 7. 2015	
Neuromarketing pomohl doladit nový spot a vizuály propagující české hory....	5
parlamentnílisty.cz 8. 7. 2015	
Biatlonový areál by mohl přitáhnout i nové studenty.....	6
Prachatický deník 7. 7. 2015	
Svitavy prodaly Čenkovice, lyžařské areály na Bukové hoře se spojí.....	7
pardubice.idnes.cz 29. 6. 2015	
Zimní lyžařská sezóna je ještě daleko, ale na horách je živo. Pracuje se na nových lanovkách a sjezdovkách.....	9
ČRo – Hradec.cz 28. 6. 2015	
Deštivé léto? Ztrátu uhradí pojišťovna.....	10
Lidové noviny 27. 6. 2015	

Skiareál postaví novou lanovku už letos

5plus2 - 10. 7. 2015

rubrika: Trutnovsko - strana: 2 - autor: (top)

Skiareál postaví novou lanovku už letos

ŠPINDLERŮV MLÝN | Nové lanovky se návštěvníci špindlerovského skiareálu dočkají už v letošní zimní sezoně. Vlekáři přehodnotili původní investiční plán a rozhodli se přes léto nahradit starou lanovku ve Svatém Petru moderní vyhřívanou šestisedačkou s bublinou proti nepříznivému počasí. Kapacita zařízení se nemění, přepraví 2400 osob za hodinu. Proměnou projde i nástupiště, celkem investice bude stát 200 milionů korun.

Stávající čtyřsedáčka byla postavená v roce 1992 a v současnosti patří ke služebně nejstarším v celém středisku. „Na tento typ se již nevyrobí náhradní díly, opravy jsou složité a údržba čím dál ná-



Lyžaře bude ve Svatém Petru vozit nová šestisedáčka. FOTO | ARCHIV

ročnější.“ upozornil ředitel skiareálu Čeněk Jílek.

Nové lanovky chtělo lyžařské centrum původně stavět až příští rok v souvislosti s plánovaným propojením Medvědína a Svatého Petra. Březnová nehoda, při níž se zřítily konstrukce nástupiště lyžařů na lanovku, vlekáře přiměla k zásadnější investici.

„Po vyhodnocení nákladu na rekonstrukci nástupiště a prostor spodní stanice lanové dráhy, s přihlédnutím na stáří a stav lanovky, jsme jednoznačně vyhodnotili, že nová lanovka je nejlepší řešení, které navíc posune kvalitu lyžování ve Svatém Petru výrazně dopředu,“ vysvět-

lil obchodní a marketingový ředitel skiareálu René Hroneš.

Úpravami projde nástupiště

Nástupní prostory, které dosud byly na střeše jednopodlažního objektu s půjčovnou a zázemím pro lyžaře, nově budou na úrovni terénu. Proměnou projde také dojezdový prostor, bezpečnost a pohodlí lyžařů zvýší nástupní pás.

Stavba lanové dráhy má začít ve druhé polovině července, práce potrvají čtyři měsíce. Kvůli rekonstrukci bude muset středisko předčasně ukončit letní provoz oblíbené lanovky na Pláň. (top)

Do cestovního ruchu za poslední roky přiteklo 54 miliard

e15.cz - 8. 7. 2015

rubrika: Obchod a služby

[E15](#) > [ZPRÁVY](#) > [BYZNYS](#) > [OBCHOD A SLUŽBY](#) > [DO CESTOVNÍHO RUCHU ZA POSLEDNÍ ROKY...](#)

Do cestovního ruchu za poslední roky přiteklo 54 miliard

V uplynulém programovacím období mezi lety 2007 až 2015 dostaly projekty na podporu českého cestovního ruchu celkem 54,2 miliardy korun. Ze soukromých zdrojů se na kofinancování dodalo dalších 12,3 miliardy korun. Vyplývá to z předkládací zprávy k materiálu, který na dnešní jednání kabinetu Bohuslava Sobotky předkládá ministerstvo pro místní rozvoj.

Z evropských fondů šla většina peněz prostřednictvím Integrovaného operačního programu, Regionálních operačních programů, Programu pro podnikání a inovace, OP Životní prostředí a dalších. V nich bylo k dispozici 1,9 miliardy eur, tedy přibližně 51 miliardy korun.

Dalším zdrojem peněz byly Norské fondy (1,1 miliardy korun) a programy financované ze státního rozpočtu, ve kterých bylo 2,3 miliardy. Mimo to ministerstvo pro místní rozvoj zaslalo jako přímou podporu pro Czech Tourism, Horskou službu či Klub českých turistů další čtyři miliardy korun.



Nejvíce peněz šlo na více než 5000 projektů určených na budování a rekonstrukci ubytovacích zařízení, rekreační a lázeňské infrastruktury nebo stavbu příjezdových silnic a parkovišť u turistických destinací. Podpořené byly i marketingové projekty jako například Česko chutná skvěle nebo Tradiční Česko všemi smysly.

Tři procenta HDP

Turistický ruch v ČR je podle materiálu MMR zdrojem pracovních míst pro 234 tisíc osob, tvoří 4,7 procenta z celkové zaměstnanosti a podílí se skoro třemi procenty na celkovém HDP.

Během loňského léta programy kritizoval Nejvyšší kontrolní úřad, podle kterého přes vyplácené peníze výkonnost cestovního ruchu stagnovala nebo klesala. Podle aktuálního materiálu z pera MMR zmírňovaly investice nepříznivé změny, které během let nastaly, například vývoj světové ekonomiky, nedostatek sněhové pokrývky v českých horách nebo zkracování délky pobytu.

Nejnavštěvovanější místa v ČR v roce 2014

Umístění	Místo	Návštěvnost (v tisících osob)
1.	Pražský hrad	1799,3
2.	Zoologická zahrada Praha	1382,2
3.	AquaPalace Praha	845,3
4.	Dolní oblast Vítkovic, Landek Park, Ostrava	808,9
5.	Staroměstská radnice, Praha	739,8
6.	Pivovary Plzeňský Prazdroj, Gambrinus, Pivovarské muzeum a podzemí v Plzni	600,0
7.	Zoologická zahrada Zlín (Lešná)	585,1
8.	Židovské muzeum v Praze	580,0
9.	Petřínská rozhledna, Praha	557,4
10.	Zoologická zahrada, Ostrava	540,5



Neuromarketing pomohl doladit nový spot a vizuály propagující české hory

parlamentnilisty.cz - 8. 7. 2015

rubrika: Tiskové zprávy - autor: Tisková zpráva

Neuromarketing pomohl doladit nový spot a vizuály propagující české hory

8. 7. 2015 20:00

Plánovaný TV spot agentury CzechTourism zaměřený na propagaci českých hor dopadl při neuromarketingovém šetření velmi dobře.

Dokáže upoutat pozornost, je originální a spolu s tiskovou reklamou vytváří ucelený koncept pro propagaci zimní dovolené v České republice. Zároveň pre-test odhalil některé slabiny, které se ještě před finalizací a zahájením kampaně v září 2015 mohou odstranit.

V červnu tohoto roku provedla pro agenturu CzechTourism společnost Ipsos kvalitativní šetření zaměřené na hodnocení plánovaného zimního TV spotu a tiskových reklam.

„Kampaně i jednotlivé dílčí spoty musí být především efektivní. Nelze utrácet veřejné finanční prostředky bez jasné a měřitelné návratnosti. Neuromarketingový pre-test je jednou z možných metod, jak docílit požadovaných výsledků,“ uvedla ministryně pro místní rozvoj Karla Šlechtová.

„Testování stěžejních marketingových kampaní, zejména před jejich spuštěním, je jednou z priorit naší agentury. Díky informacím z výzkumu můžeme rozpracované reklamy ještě upravit, aby došlo k většímu zaujetí a motivaci naší cílové skupiny,“ uvedla Monika Palatková, generální ředitelka agentury CzechTourism.

„Pro pre-test jsme se rozhodli využít moderní technologii – neuromarketing. Tato metoda pomocí sledování křivky EEG (mozkové aktivity) a oční kamery dokáže odhalit i skryté tělesné reakce, které lidé nedokážou nebo nechtějí verbálně sdělit. Výsledky nám pak umožňují sestavit reklamní sdělení tak, aby jeho obsah i forma odpovídala preferencím cílové skupiny,“ dodala vedoucí marketingového výzkumu Institutu turismu agentury CzechTourism Soňa Machová.

Detailní analýza křivek EEG celkem 21 respondentů odhalila silná i slabší místa spotu. V mini skupinových diskuzích se ještě dál hodnotily tiskové reklamy, které celé kampani na podporu domácího cestovního ruchu pomáhají dodat informační hodnotu a zvyšují celkovou možnou míru zaznamenání.

Kampaň je součástí projektu Česko – naše destinace, který je financován z Integrovaného operačního programu a je zaměřen na podporu domácího cestovního ruchu. Navazuje na koncept Česko – země příběhů a jeho cílem je pomocí atraktivních příběhů z jednotlivých turistických regionů ČR motivovat domácí turisty k cestování po Česku, resp. k znovuobjevování blízkého prostřednictvím netradiční expedice, a rozšířit jejich povědomí o nabídce a kvalitě tuzemských služeb.

Aktivity projektu zahrnují mimo jiné i modernizaci a obsahové rozšíření webové platformy www.ceskozemepribehu.cz, doplnění webové prezentace mobilní aplikací, či analýzu návštěvnosti horských středisek ČR.

Biatlonový areál by mohl přitáhnout i nové studenty

Prachatický deník - 7. 7. 2015

rubrika: Prachaticko - strana: 3 - autor: MIROSLAV FUCHS

Biatlonový areál by mohl přitáhnout i nové studenty

MIROSLAV FUCHS

Vimperk – Pro záměr zlepšení infrastruktury sportovního a volnočasového areálu Vodník se minulý týden vyjádřilo deset z patnácti přítomných zastupitelů města.

Přestože se valná část diskuse věnovala uvažovanému záměru rozšířit sportovní aktivity o zázemí pro biatlon, není podle zástupců vedení města biatlon tím jediným důvodem. „Rozvoj Vodníku není pouze o něm. Město se postupnými kroky snažilo a snaží o jeho rozvoj několik posledních let, ale je jasné snad každému, že by si celý areál zasloužil víc,“ uvedl zastupitel a radní **Karel Hudeček**.

Podle zastupitele Pavla Dvořáka musí město počítat s nutnou finanční rezervou pro případ, že by se v budoucnu do výstavby biatlonového areálu chtělo pustit. A jak předpokládá, mělo by to být minimálně v objemu třetiny celkových nákladů. Upozornil přitom, že předběžné odhady hovoří o třech až čtyřech desítkách milionů korun. „Jednoznačně musíme počítat s finančním polštářem města. Je to to samé, jako jsme navrhovali u bazénu. Tyto věci je třeba dát na stůl,“ podotkl **Pavel Dvořák**.

I přes opakované dotazy se zastupitelé od předkladatelů návrhu přesnější částky na

stavbu nedozvěděli. „Nejdříve potřebujeme projektovou dokumentaci, která nám řekne náklady, a na základě toho se budeme moci bavit dál. Prvotní věc, kterou musíme bezpodmínečně udělat, je být připraveni a mít projektovou dokumentaci,“ zopakoval místostarosta **Jiří Cais**. Z té by měla vyjít i částka týkající se provozních nákladů.

V souvislosti se záměrem biatlonového areálu na Vodníku upozornil Karel Hudeček ještě na další věc, a tou je



Karel Hudeček

zastupitel,
Vimperk

snaha prosadit pro takový areál v rámci jihozápadních Čech Kvildu nebo Zadov. „Samozřejmě, že Česká unie sportu bude prosazovat Zadov, protože je to jediný lyžařský areál, který jim zbyl. Ale tam není žádná infrastruktura a nejsou dořešeny majetkové vztahy k pozemkům, nicméně přání to je. Totéž platí o Kvildě, kde je to sice výhodné vzhledem k teplotám, ale naráží to na území Národního parku Šumava. Ale pokud někdo vybuduje areál až u Zadov, nebo Kvildě, tak pro

nás Vimperáky to neřeší vůbec nic,“ zdůraznil Karel Hudeček.

Dalším argumentem pro podporu dalšího rozvoje Vodníku je podle něho také fakt, že biatlon je ve Vimperku stejně jako běžecské lyžování tradičním sportem. „Přinést další sport na vimperské gymnázium znamená přivést sem i další studenty a říkejme si, co chceme, ale jestli něco drží naše gymnázium, je to právě sport a jeho úspěšní sportovci. To dělá naši školu výjimečnou v rámci kraje, a proto ji tu kraj stále drží,“ zdůraznil.

Zastupitelé s rozvojem areálu souhlasili, nicméně jak upozornila zastupitelka **Šárka Janásková** nebo **Lukáš Sýs**, nemělo by to být na úkor současných sportovišť a jejich rozvoje, stejně jako je potřeba mít na paměti investice a projekty, které má město rovněž v plánu, ať už se to týká atletické dráhy v letním areálu, či dostavby dalších etap areálu vodních sportů.

Krom toho uložili radě města zakomponovat záměr do strategického plánu rozvoje města Vimperk, zadat zpracování projektové dokumentace předmětného záměru a připravit návrh etapizace vlastní realizace včetně finanční náročnosti jednotlivých etap a identifikace finančních zdrojů pro realizaci. To vše po bezmála hodině jednání.




Svitavy prodaly Čenkovice, lyžařské areály na Bukové hoře se spojí

pardubice.iDNES.cz - 29. 6. 2015

rubrika: Pardubice / Pardubice - zprávy - autor: Pavel Fukar

Svitavy prodaly Čenkovice, lyžařské areály na Bukové hoře se spojí

29. června 2015 13:23    

Roky dohadů a sporů dvou lyžařských areálů na Bukové hoře skončily. Svitavy se rozhodly prodat své zastaralé zimní středisko v Čenkovicích bohatším konkurentům v Červené Vodě.

Zastupitelé Svitav se ve středu rozhodli prodat svůj lyžařských areál v Čenkovicích za 15,6 milionu korun.

Středisko získaly společnosti Skipark Červená Voda a Atlas Real. Pro lyžaře by to měla být dobrá zpráva. I když dva areály na Bukové hoře spolu sousedily, jejich provozovatelé měli neustále potíže se dohodnout na společném jízděm.

„Výhoda společné jízdenky je jasná. Jeden z největších skiresortů v zemi posílil, měl by nabízet více než sedm kilometrů rodinného [lyžování](#) a zvýšit přepravní kapacitu,“ uvedl ředitel Skiparku Červená Voda Radek Procházka.

Spokojeno je i vedení Svitav. Radní jsou přesvědčeni, že prodělečný areál nakonec prodali za relativně slušnou cenu. V původním znaleckém posudku z roku 2013 byl ski park oceněn na dvacet milionů korun. Jenže městu hrozilo, že by muselo přistoupit i na mnohem nižší nabídku.

„Co se týče ceny, dá se říci, že celková nabízená suma je z našeho pohledu vynikající,“ uvedl Jaroslav Kytýr, jednatel městské společnosti Sportes, která spravovala mimo jiné právě čenkovický areál.

Lyžování na Bukové hoře

Na svazích Bukové hory fungují dva lyžařské areály. V Čenkovicích, jehož hlavní část provozovala svitavská městská společnost, a soukromý areál v Červené Vodě. Poté, co nyní bude vše spravovat Skipark Červená Voda, nabídne sedm kilometrů sjezdovek a přepraví sedm tisíc osob za hodinu na obou stranách Bukové hory. Příští rok skiresort plánuje vybudování druhé sedačkové lanovky směrem na Heroltice.



Svitavy chtějí peníze investovat ve městě a využít je k získávání evropských dotací.

Proti prodeji se ohradila pouze pětice z dvaceti šesti členů zastupitelstva. Ta navíc nesouhlasila s prodejem chat, ruku by zvedla pouze pro odkup skiparku.

Svitavy nemohly sousedům konkurovat Dříve osamocenému komplexu v Čenkovicích přibyl výrazný konkurent před pěti lety. Na opačné straně Bukové hory vzniklo nové středisko Červená Voda. Díky mohutným investicím do vybavení začala „svitavská“ strana působit poněkud zanedbaně.

Ani přes nákup mobilního zasněžovacího děla za 500 tisíc korun nebo rekonstrukci restaurační chaty za 250 tisíc se Čenkovicím nedařilo lákat i nadále stejné počty návštěvníků. Svitavy měly tedy na výběr: buď vynaložit další desítky milionů na rozvoj parku, nebo celý projekt opustit.

„Taková investice by pro město ovšem byla příliš riskantní,“ uvedl [během](#) jednání zastupitelů starosta Svitav David Šimek. Dodal, že svitavská veřejnost není provozování vzdáleného lyžařského centra nijak nakloněna.

Areál si firmy rozdělily

MF DNES už před dvěma roky napsala, že už je jen otázka času, kdy celý [kopec](#) ovládne červenovodský skipark.

Dvě firmy, které kupují svitavský areál, si jej rozdělily. Skipark Červená Voda měl zájem jen o sjezdovky, zařízení na zasněžování a vleky, společnost Atlas Real přebírá zbytek včetně ubytovacích zařízení.

Ředitel Skiparku Červená Voda Radek Procházka slibuje, že výhody spojení obou areálů lyžaři rychle uvidí a nebudou spočívat jen ve společném [skipasu](#). „Máme v plánu rozvoj obou částí skiresortu Buková hora, který se skládá ze Skiparku Červená Voda a Skiareálu Čenkovice,“ uvedl.

Autor: Pavel Fukar



Zimní lyžařská sezóna je ještě daleko, ale na horách je živo. Pracuje se na nových lanovkách a sjezdovkách

ČRo - hradeec.cz - 28. 6. 2015

rubrika: / zpravy - autor: Kateřina Kohoutová

Zimní lyžařská sezóna je ještě daleko, ale na horách je živo. Pracuje se na nových lanovkách a sjezdovkách

Těžká technika, stroje a dělníci.....takto to teď vypadá v některých krkonošských střediscích. Vyrůstají tam nové lanovky, opravují se stávající, stavbaři budují parkoviště. Některé areály letos investují do novinek rekordní sumy.

Dělníci už mají vytyčenou trasu sjezdovky i lanovky od Hofmanových bud na vrchol Černé hory. "Její délka je 1200 metrů k této lanovce bude nová sjezdovka Hofmanka, na které budujeme zařízení na výrobu sněhu", říká šéf Skiresortu Černá hora - Pec Petr Hynek. A dodává, že zázemí pro zasněžování na tomto svahu je téměř dokončeno: "Do konce června bude zasněžování hotovo, potáhneme ještě kanalizaci, protože příští rok plánujeme výstavbu úplně nových sociálních zařízení, protože tím ta stanice trpí". Lyžařské areály v Krkonoších plánují po vydařené zimní sezoně velké investice. Těžká technika naváží beton, stavbaři už postavili polovinu patek pro sloupy. Podle Marka Lembera, pracovníka areálu, počasí zatím přeje, což je právě na horách dost důležité: "Budeme se snažit stavět aby to bylo co nejrychlejší a nejlevnější, stavět ze země, pokud to možné nebude, budeme muset některé sloupy odlétat vrtulníkem". Živo je také na stavbě v Peci pod Sněžkou, kde už stavbaři demontovali stávající vlek. "Ten je nahrazován novou čtyřsedačkovou lanovkou, která bude mít posunut výstup asi o 80 metrů výše oproti současnému vleku", vysvětluje Petr Hynek. Letošní historicky nejvyšší investice ve Skiresortu Černá hora - Pec se promítne do ceny nadcházející sezóny: "Předpokládáme navýšení o cca 5 procent v cenách na příští lyžařskou sezónu". Investuje se i v dalších krkonošských střediscích, například ve Špindlerově Mlýně se zdokonaluje systém zasněžování a plánuje se stavba nového nástupiště, které se v únoru zřítilo a zároveň také stavba nové šestisedačkové lanovky. Bez novinek nezůstane ani areál Herlíkovice - Bubákov. Tady stavbaři pracují na přibližovací lanovce přes Labe, která lyžaře dostane z parkoviště k dolní stanici lanovky na Bubákově. Už tento rok ukáže, jakým směrem se bude ubírat Krkonošský národní park. Po Krkonoších se můžete toulat podle nových informačních tabulí. Vydejte se s námi do největší krkonošské jeskyně

Deštivé léto? Ztrátu uhradí pojišťovna

Lidové noviny - 27. 6. 2015

rubrika: Ekonomika - strana: 9 - autor: MAREK KERLES

Deštivé léto? Ztrátu uhradí pojišťovna

MAREK KERLES

ČESKÉ BUDEJOVICE Na začátku května letní počasí, v červnu zima a déšť, pak deset dní tropy a v srpnu třeba povodně. Výkyvy počasí, které někteří vědci přičítají důsledkům globálních klimatických změn, se stále častěji začínají dostávat do hledáčku velkých světových pojišťoven.

Podle expertů na rizika enormně roste zájem různých podnikatelů pojistit se proti nepřízní počasí. Zatímco ještě nedávno byl tento druh pojištění doménou zejména zemědělců, obávajících se sucha nebo krup, dnes se chtějí ze stejného důvodu pojistit i restaurační podnikatelé v cestovním ruchu, nebo dokonce majitelé obchodů. A pojišťovny se otevření nového trhu přestávají bránit.

„Naše anketa dokazuje, že firmy dnes klimatické změny považují za jedno z deseti nejvýznamnějších rizik pro rozvoj svého podnikání,“ uvedl Karsten Berlage, expert německé pojišťovny Allianz na pojištění rizika počasí.

Nejde přitom jen o to, že majitelé lyžařských areálů mohou přijít o peníze kvůli jedné teplé zimě. Jedná se především o neustálé a těžko předvídatelné výkyvy počasí, které zasahují do mnoha oblastí podnikatelské činnosti.

„Výkyvů jednoznačně přibývá, což zvyšuje zájem o pojištění proti nim,“ prohlásila také mluvčí pojišťovny HDI v Hannoveru. Tato pojišťovna nabídla „pojistku na počasí“ už před čtyřmi lety a údajně se setkala s nečekaným úspěchem. Obrat tohoto pojišťovacího produktu vzrostl za čtyři roky šestinásobně a i nadále stoupá.

Hodně deště, málo sněhu

Proti klimatickým rizikům se tak mohou pojistit například majitelé pivních zahrádek, kteří jsou závislí na tom, zda nebude dlouho pršet, nebo obchodníci s plavkami či dalším letním zbožím. Podobně uzavírají pojistky i podnikatelé, jejichž podnikání ovlivňuje dostatek sněhu v zimě.

Pojišťovací byznys s počasím začínají podporovat i velké zajišťovny, tedy jakési pojišťovny pojišťoven. Také jejich vedení se totiž domnívá, že riziko klimatických změn ještě poroste.

„Když budete mít pivní zahrádku v anglické zahradě, můžete se u nás pojistit proti propršenému létu,“ uvedl nedávno před akcionáři Nikolaus von Bomhard, šéf největší německé zajišťovny MunichRe.

Podnikatelé, kteří podobně zprávy vítají jako spásu pro své

podnikání, však mohou být zklamáni. Pojišťovny nezaplátí ušlý zisk restaurátorovi, který přijde o hosty kvůli jedné průtrži mráčen. A podobné je to i v jiných případech.

„Jestliže obchod s plavkami prodá za týden o dvacet plavek méně, protože prší, musí se s tím vyrovnat. Pokud ale prší celé

léto a prodej spadne o tisíce kusů, už se vyplátí mít pojistku,“ uvedl Berlage.

Pojištění zatím vychází ze složitých jednání mezi pojišťovnou a klientem. „Kdo by se chtěl jako majitel pivní zahrady pojistit proti tomu, že bude jedenáct dní pršet, zaplatí pochopitelně více než podnikatel, který chce vyplátit po-

jistku až po šestnácti dnech deště,“ uvedl Berlage. Pojistka je podle něj určena hlavně lidem, pro něž dlouhotrvající špatné počasí znamená existenční riziko.

V Česku schází poptávka

Německá média si všimají, že pojištění proti počasí už začínají nabízet nejen klasické pojišťovny,

ale i samotní podnikatelé. Zábavní park „Fort Fun“ v Sársku například nabízí klientům, že se mohou za dvě eura na den pojistit proti dešti. Pokud si předem koupí vstupenku a přitom v den, kdy přijedou, naprší do odpoledne více než čtyři milimetry na metr čtvereční, dostanou zdarma vstupenku k příští návštěvě.

V Česku je zatím pojištění proti počasí teprve v počátcích, případní klienti o něj údajně nemají zájem. „Pokud by k nám chodili majitelé restaurací, že se chtějí pojistit proti dešti, pochopitelně bychom s nimi o tom jednali. Zatím ale žádnou takovou poptávku nevidujeme,“ řekl LN mluvčí české Allianz Václav Bálek.