



Krkonošské fórum cestovního ruchu Svazek Krkonoše naplňuje cíle projektu ROP „Krkonoše – nová šance pro cestovní ruch“

V rámci 14. kola výzvy Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod (prioritní osy 3 Cestovní ruch, oblasti podpory 3.2. Marketingové a koordinační aktivity v oblasti cestovního ruchu) získal Krkonoše – svazek měst a obcí v oblasti cestovního ruchu finanční podporu na realizaci projektu „Marketingové a koordinační aktivity v Krkonoších“. Předmětem projektu jsou aktivity zaměřené např. na popularizaci místního dění, tisk propagačních materiálů, ale i vzdělávání pracovníků státní správy, samosprávy a podnikatelů.

V rámci naplnění cílů projektu ROP bylo z iniciativy Svazku měst a obcí zorganizováno Krkonošské fórum cestovního ruchu zaměřené na Fond cestovního ruchu Krkonoše, koncepci státní politiky a marketingovou strategii cestovního ruchu. Uskutečnilo se 2. 11. 2012 ve Špindlerově Mlýně v OREA Hotelu Horal.

Fond cestovního ruchu Krkonoše

V rámci programu proběhla prezentace realizovaných a průběžně koordinovaných projektů Svazku Krkonoše, včetně forem jejich financování. Cílem Fóra současně byla i snaha motivovat přítomné k aktivní účasti na spolufinancování projektů, které mohou podpořit cestovní ruch a to finančním příspěvkem a tím i členstvím ve Fondu cestovního ruchu Krkonoše. Na kolik bylo setkání z tohoto úhlu pohledu pro organizátora smysluplné, nejbližší čas ukáže.

Součástí programu byly dále zařazeny informace představitelů Ministerstva pro místní rozvoj ČR a Státní agentury CzechTourism a dále prezentace připravované Integrované strategie rozvoje regionu Krkonoše.

Koncepce státní politiky

Jak posílit význam cestovního ruchu v národním hospodářství ČR

Aleš Hozdecký, ředitel odboru cestovního ruchu ministerstva pro místní rozvoj, představil návrh Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 - 2020 a koncepci připravovaného zákona o cestovním ruchu. Zrekapituloval uplynulé období, které bylo věnováno konzultacím a připomínkám ze strany širokého spektra subjektů, působících v ČR na platformě turismu. Dále uvedl: „Zákon o cestovním ruchu není byznys plán. Nezabývá se detaily jednotlivých segmentů. Chtěli jsme však, aby se na jeho znění veřejnost dokázala shodnout a ztotožnila se s ním. Jinak řečeno, aby byl uchopitelný pro celý sektor. Zákon neřeší dílčí potřeby, ale širší rámec, od kterého se řešení odrazí.“



-2-

Zásadním pilířem je návrh financování cestovního ruchu prostřednictvím destinačních managementů v krajích a v turistických oblastech (dále DM), resp. reinvestice státu do turismu. Partnerem a příjemcem financí budou DM jako nástroj spolupráce a komunikace. V současné době mají jednotlivé kraje kapitolu cestovní ruch ve své gesci ze zákona.

Destinace fungují různě. Doposud jde část peněz od státu na kraje, část peněz na regionální úrovní. Snahou je, aby destinace rozhodovaly ve svém území o budoucím uspořádání i marketingu. Proto je nyní ta správná chvíle, aby stát řekl: „Ano, chceme, aby to tak fungovalo a peníze šly ze zákona přímou cestou do regionů nikoliv jen přes krajské úřady.“

Samozřejmě, že takto přijaté peníze budou muset být ze strany regionů v jistém poměru dorovnávány, což vytvoří tlak na větší kooperaci. V tu chvíli nastane klíčový okamžik, jak se na práci v destinacích budou spolupodílet podnikatelé. Destinace bude muset předkládat roční marketingový plán (realizaci aktivit a podrobný popis čerpání finančních prostředků) s možností dílčí korekce pro management.

Naše finální verze připravovaných návrhů je velkorysá. Pokud ale rozhodnutí vlády skončí na variantě 50 % ku 50 % i tak to bude zásadní přelom v dosavadní situaci. Výše finančních toků je v jednání. Koncepce návrhu zákona půjde do vlády koncem tohoto roku. Pokud projde, dojde v resortu k historickému okamžiku. Stát tím bude deklarovat co je pro něj v oblasti cestovního ruchu důležité a jaké podmínky k tomu chce vytvářet. A to je ta nejdůležitější zpráva, kterou vám mohu v tuto chvíli říct,“ uzavřel Aleš Hozdecký.

Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020

Česko 2015 – evropská excelentní destinace

Mgr. Marek Mráz, ředitel odboru strategie a marketingové komunikace Czech Tourism, představil nové pohledy státní agentury na Českou republiku, respektive na její propagaci. Měla by se vinout v linii excelentní poznávací destinace pod titulem „Česko – země příběhů“ se čtyřmi základními produkty jako hlavními pilíři marketingové strategie v příštích letech: Cesty poznání, Cesty krajinou, Cesty pro zdraví a Kongresy a velké akce.

Dále uvedl: „Přicházíme s ucelenou strategií jak nově prezentovat ČR doma i v zahraničí. Sdělení o destinaci smícháme do „koktejlu zážitků“ v němž zájemce nalezne balíček, v němž budou jako jeden celek nabídky památky, geografické zvláštnosti, výstavy, expozice, různé aktivity, ale např. i možnosti nákupu apod.

Musíme se v konkurenci středoevropských destinací zásadně odlišit, proto začneme potenciálním návštěvníkům předkládat zpracované příběhy, které dokáží zaujmou. Ať historické nebo moderní, ať o zrození měst, osobností, budov, příběhy krajiny, apod. Utvoříme linku motivu k návštěvě, která bude hosta provázet i déle než při samotném pobytu. Příběh prodává. Pro Krkonoše je pro zahraniční turisty z Německa a Polska nejvhodnější právě Krakonoš,“ charakterizoval M. Mráz.



-3-

Dále informoval o změněném webovém portálu Kudy z nudy a o možnostech, které mají přímo jednotliví podnikatelé v regionu na tomto portálu představovat a tím prodat svoji turistickou nabídku. V ostatních připravovaných marketingových projektech je možné totéž, ale přes krkonošský svazek měst a obcí. V současné době je na stránkách portálu Kudy z nudy popularizováno 6 000 možností ke strávení volného času, z toho 277 z Krkonoš. Může jich být samozřejmě mnohem víc, ale záleží to na podnikatelích samotných. V roce 2011 bylo registrováno 20 milionů zobrazených stránek s poptávkou od cca 5ti milionů lidí.

Cestování dostupné všem

„Evropa se z hlediska turismu v současné době propadá na žebříčku konkurence a kvalita lidských zdrojů, jednodušeji kvality služeb, nedosahuje patřičné úrovně,“ **zaznělo prý z úst vrcholových představitelů asociací a dalších profesních sdružení v cestovním ruchu v ČR. K tomu Ing. Rostislav Hošek z odboru cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj ČR ještě blíže uvedl:**

„Je to kritický, ale racionální pohled do vlastních řad, se kterým je třeba pracovat. Cílem je zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví na národní i regionální úrovni. Problém pádu na žebříčku konkurence nemá pouze ČR, ale celá Evropa. Brusel sice hledá nové stimuly, jak podpořit návštěvnost, ale například Francie a Německo začínají motivovat své seniory k cestování po vlastních krajích, s důrazem na motto – zůstaňte při svých cestách doma. Senioři, hendikepovaní, rodiny s malými dětmi, tvoří obrovský návštěvnický potenciál. Mohou se právě i v ČR významně spolupodílet na silném turismu v mimosezónách. Proto nesmíme tyto segmenty podceňovat. Národní program ČR sice věnoval miliony korun do rozvoje cestovního ruchu, ale realizované projekty bohužel nebyly často cílené právě na tyto skupiny.

Není koncepce vodní turistiky, i když na Labi mnohé iniciativy spontánně vznikají. Nejsou splavy, není propustnost. Není dokončena Labská stezka. Chybí služby, infrastruktura, lidé se na ní neorientují.

Vítáme ucelenou nabídku produktů, aktivit, balíčků. Takové produkty můžeme dobře nabídnout v tuzemsku i v zahraničí, ale není jich mnoho. I Krkonoše jsou dlužny seniorům, rodinám s dětmi a sociálně slabším nebo hendikepovaným lidem kvalitním a pestrým vyžitím, tedy cestováním dostupným všem. Proto také i pro příští rok Ministerstvo pro místní rozvoj ČR připravuje projekty na podporu především domácího cestovního ruchu,“ uzavřel R. Hošek.

Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše

Tradice, příroda, kvalitní služby, práce pro lidi a dobrý život

Svazek Krkonoše „dospěl“, uvedl ve svém expoé Ing. Jan Sobotka, předseda Krkonoš – svazku měst a obcí, když ve své stručné úderné řeči představil postup prací při tvorbě Integrované strategie. Řekl: „Zabýváme se cestovním ruchem jako takovým, v našem území má zvláštní místo a ve Strategii svoji pozici. Ale my máme vyšší ambice.



-4-

Chceme, aby zdejší podniky zůstaly zachovány, přišli další investoři, byla zajištěna infrastruktura v oblasti a dobrá dostupnost, byl umožněn kvalitní život a kvalitní služby pro obyvatele, návštěvníky a turisty. Proto jenom cestovní ruch nestačí. Chceme definovat a vyjádřit své problémy. Budeme si říkat, co s tím. Chceme situaci trvale monitorovat a každý rok posouvat někam dál. Nemůžeme ovlivnit státní investice, ale můžeme si v území trochu pomoci sami. Vždyť se pohybujeme ve specifickém území, které je charakteristické životem ve zvlášť chráněném území, na kterém žijí, pracují a podnikají lidé, je tu průmysl i cestovní ruch, úzká přeshraniční spolupráce.

Musím zdůraznit, že nevytváříme nic proti nikomu. Prostřednictvím Strategie nevzniká něco, co obce nechtějí. Je tu proto, aby dala prostor k dohodě všech aktérů v území. Má ambice motivovat ke spolupráci všechny.

Od rozpačitých začátků se práce na dokumentu zdárně posouvají kupředu. Po dokončení, které je plánováno na 1/4 roku 2013, bude v souladu s vyššími koncepty. Poslouží následně jako podklad k čerpání dalších finančních zdrojů z EU. Kromě řídicí skupiny se na její tvorbě bude spolupodílet široká veřejnost, která je přizvána na otevřené jednání dne 27. 11. 2012,“ uzavřel J. Sobotka.

Fond cestovního ruchu Krkonoše

„Fond cestovního ruchu Svazku Krkonoše byl založen s cílem sdružit finanční příspěvky na podporu financování propagace krkonošského regionu, na spoluúčast při realizaci a koordinaci celokrkonošských veřejně prospěšných projektů (krkonošské cyklobusy, úprava běžeckých stop, vyznačování a dovybavování cyklotras, veletržní prezentace, vydávání celokrkonošských tiskovin, apod.), které vedle účinné propagace mohou do Krkonoš přivést nové návštěvníky a budovat společnou, prestižní značku „Krkonoše“ v tuzemsku i v zahraničí. Více se o Fondu cestovního ruchu dozvíte na internetových stránkách www.svazek.krkonose.eu,“ uvedl Josef Nosek, manažer Svazku Krkonoše, a doplnil: „Pokud budete mít zájem se připojit, kontaktujte mě na telefonním čísle 499 405 701,“ uzavřel Josef Nosek.

Listopad 2012

Zpracovala: D.Palátková