

Už několik měsíců, od pondělí do neděle, ráno, v poledne nebo večer, jsou naše média plná vizí o ne zrovna růžové budoucnosti ekonomiky u nás, v celé Evropské unii a dokonce na celém světě – snad s výjimkou Číny. Průmyslu se nedaří, obchod skomírá, politici se hašteří, předvolebně se pomlouvají a kují pikle. Státní kasa duní ozvěnou prázdnoty, škrty plošné i adresné lítají ze strany na stranu a navíc, za pár týdnů budou volby. Není tedy divu, že městská, obecní i krajská zastupitelstva se uchylují k místy až agresivně preventivním

mu často pohříchu nezáleží než na tom, aby vyhlédnutého klienta „umluvil“?

Za pár měsíců se sejdem na veletrzích v Plzni, Brně, Praze nebo Bratislavě, na výstavách v Jablonci, Hradci Králové, Olomouci či Ostravě. Všichni s jediným a společným cílem: opět přilákat právě do svého regionu, města, obce nebo kraje co nejvíce turistů. Pro většinu z nás se účast na nich stala nejen společenskou povinností, ale přímo životní nutností. Opět na nich budeme mít možnost oslovit tisíce potenciálních klientů. Záleží jen na nás, čím je

Putování s Vodomilem na Bystřicku se jeví jako hodně jiskřivý nápad se zajímavou budoucností. Už je na světě a určitě se objeví i na veletrzích. Hodně zajímavě se o větší zviditelnění snaží město Chrudim, skvěle se rozjíždí propagace Mostu a Mostecka, Litoměřice se zřejmě stanou sídlem destinační agentury pro celý Ústecký kraj. A na cestu vstříc turistům se vydaly i Lovosice. Příjemným překvapením je i skutečnost, že v Dubí pořádají na začátku října konferenci na podporu cestovního ruchu.

Je to jen několik postřehů. A že většina pochází z Ústeckého kraje, není náhoda. Vždyť patří k regionům, které stále ještě bojují s neblahým a dodnes hodně lacino používaným názorem, že se jedná o kraj zdevastovaný exhalacemi a poznamenaný průmyslem – i když už to dávno není pravda. Zaslouhuje si naši i vaši pozornost.

Určitě to není všechno, co se za poslední měsíce podařilo. Chcete se i vy, navzdory krizi a škrtem v rozpočtech, pochlubit turistickými novinkami? Napište nám, co nového se u vás děje, co chystáte a s čím chcete oslovit svoje potenciální návštěvníky. Právě rozvoj domácího cestovního ruchu nám může z krize pomoci, ale bez masivní propagace to půjde jen složitě.

Krize, ať je jakkoliv hluboká, pomine. Buďte připraveni a připravujte i svoje budoucí klienty a návštěvníky. Informujte je o všem, co pro ně chystáte. Nebojte se investovat třeba do několikaměsíčních kampaní.

Laco Kučera

Cestovní ruch a krize

opatřením – má-li se někde ušetřit, pak není třeba dlouho uvažovat kde. Na kulturních akcích a kultuře obecně, ... a taky na propagaci, zejména pak propagaci vlastních turistických možností. Není-li to chyba? Co naplat, že se za posledních pár let podařilo postavit nové cyklotrasy a naučné stezky, že vznikají nové sjezdovky, koupaliště nebo se nad obzory zvedají štíhlé a elegantní rozhledny, když se o nich málo mluví, málo píše a tudíž málo čte a málo ví.

Nehodlám zde zpochybňovat, že šetřit je dobré, někdy dokonce nutné. Není pochyb, že plýtvání je národohospodářskému zdraví škodlivé. Kde je hranice mezi rozhazováním peněz a funkčním a efektivním hospodařením? Který způsob propagace bude efektivní a který jen efektní? Dostaví se kýžené efekty na stranu zadavatele nebo jen spadnou do bonusových položek zhotovitele, které-

překvapíme. Budou to nové expozice? V mnoha případech ano. Budou to nové propagační materiály? Zřejmě – pokud to situace dovolí. Objeví se noví vystavovatelé? Velice bychom si přáli, aby přijeli. Otázkou ovšem je, zda na to všechno budou peníze. Pokud ne, zřejmě se pokusíme vystačit s tím, co máme. To ale nemusí být dobře. Najde-li turista na stánku to, co už třeba získal v infocentru nebo má celou složku ve svém soukromém archivu z loňska či dokonce z předloňska, asi nebude zářit spokojeností. A v podstatě jde jen o to, vyrukovat s nějakým neotřelým nápadem, který nemusí být příliš drahý. Ne, že bych si chtěl stěžovat, že nejsou. Ale spousta jich možná ještě leží ladem.

Nechtěl bych, aby tento komentář vyzněl negativně. Tak aspoň několik pozitivních příkladů, které se nám letos hodně líbily:

Proč Karel IV. miloval Kadaň?	6
Výprava do historie Lovosic	7
Most město vína a kultury	8
Most přes minulost	9
Krásný trojúhelník Ústeckého kraje	10
Ústí nad Labem bude mít lanovou dráhu!	11
Královéhradecký kraj – mít se čím pochlubit	12
Naplánujte si výlet do Chrudimi	13
Jak je důležité být EDENem	14
Neváhejte a přijedte do Břeclavi	15
Nejen za vínem... do Uherského Hradiště	16-18

Region Poodří na podzim nespí	18
Zlín – mladé město s bohatou historií	19
Vsetín – přímo v srdci Valašska	20-21
Zrcadlo turizmu ze všech koutů světa	22
Holiday World 2011	23
Imperial – ideální hotel pro váš pobyt	24



TRAVEL profi – měsíčník pro cestovní ruch, **Šéfredaktorka:** Eva Kovářová, **Ediční rada a spolupracovníci redakce:** Tereza Kovářová, Eliška Červená, Mgr. Marie Kysilková, Božek Homola, Laco Kučera, **Vydavatelství:** Eva Kovářová - TRAVEL profi, IČO: 63969262
Sídlo: Horčičkova 546, 149 00 Praha 4, tel./fax: 272 919 586, **vedení redakce - mobilní telefon:** 608 032 397, **travel-profí@volny.cz**, **www.travel-profí.cz**, **DTP a tisk:** Ivan Vopelák - polygrafická výroba, Starý Kolín. **Distribuce:** SEND Předplatné spol. s r.o., Praha MK ČR E 5591, ISSN 1211-2798. TRAVEL profi vychází 10 x ročně vždy poslední týden v měsíci (v prázdninových měsících nevychází).
Za podklady reportáží a inzerátů odpovídá autor či zadavatel. **Přebírání informací a zpráv je možné pouze se souhlasem vydavatele!**