

Letošní teplé září a nádherný začátek října jakoby chtěly co nejvíce prodloužit turistickou sezonu po ne celkem vydařeném létě, které bylo kromě každoročních krachů několika cestovních kanceláří provázáno i dalším úbytkem turistů přijíždějících ze zahraničí, problémy v letecké dopravě a dokonce i nedostatečně rostoucím zájmem českých turistů o domácí destinace.

Hotelům, ať už stojí kdekoliv, nepřibýlo pasantů, kempy drobnáto zivaly prázdnotou. Snad jen některé hrady a zámky mohou hovořit o neklesající poptávce. Nicméně, nic z výše uvedeného neznamena pro český cestovní ruch tragédii s fatálními důsledky. Stalo se a děje se jen to, co se už dlouho rýsovalo na obzoru. Když říkáme dlouho, myslím několik let. To, že Evropu a celý svět zasáhla finanční i hospodářská krize, proces postupného odlivu tradičních turistů do Česka jen urychlilo a domácí klientelu zasáhlo veskrze nepřipravenou (spíš by se hodilo říci málo informovanou). Souhra všech okolností včetně rozmárů počasí však v žádném případě není argument, kterým by se obtíže oboru daly jakkoliv vysvětlit a zdůvodnit.

Leč, letní sezona skončila, podzim se ukázal ve svých nejlepších barvách a doba zimních dovolených a radovánek na zasněžených svazích nebo v běžeckých stopách je na dohled. Nastalo období, kdy začínáme plánovat kam na lyže, popřípadě, kde bychom našli vhodné místo pro příjemný odpočinek, relaxaci nebo dokonce pro obnovu fyzických a duševních sil. Přišel čas příprav na novou turistickou

sezonu. Na jaro, léto i podzim roku 2010. Čas, kdy se všichni chystáme na veletrhy cestovního ruchu doma i v zahraničí. Kraje, města, regiony i destinační společnosti zvažují, zda jejich dosavadní expozice budou stačit a přehodnocují se finanční možnosti. Krize se do nich bezesporu zakousla s nebyvalou chutí. Bude třeba pečlivě zvážít, kolik prostředků vložit do prezentace v zahraničí a za kolik oslovit domácí „publikum“. Chtělo by se věřit, že rozum konečně zvítězí a na začátku letošního roku najdeme

OZVĚNY ROZMARNÉHO LÉTA

v Brně na Regionturu, v Praze na Holiday World, v Hradci Králové na Infotouru a nakonec i v Ostravě na Dovolené a Regionu více a hlavně progresivně pojednaných expozic. Že se konečně dočkáme výstavních prostorů, jejichž obsah začne vítězit nad architektonickým ztvárněním. Záměr představit kraj jako celek je určitě zajímavá myšlenka. Ale její provedení často – aspoň doposud – vedlo k obestavení jakkoliv velké plochy desítkami pultíků, u nichž se druhý zájemce z řad veřejnosti cítil jako ve frontě u pokladny v „samošce“. Ne každý to vydrží, ne každý se v této pozici cítí dobře. Zvláště pak, pokud kdesi za pultíkem stojí deset i více stolků s vonícími koláčky, buchtami, skleničkami vína nebo pěnícím pivkem. A u

pultu proti vám sice hezké, ale ne vždy detailně poučené děvče, jehož „informační servis“ se smrskne na se skládání kolekce propagačních materiálů. Určitě není možné každého návštěvníka veletrhu pozvat ke stolu a individuálně s ním probírat, kam by se měl vydat. Tak mu alespoň nedávejme najevo, že dělíme hosty na lepší a horší. A co víc, třetí a čtvrtý den veletrhu jsou obvykle velké expozice obsazeny už jen „méně zainteresovaným personálem“, který umí odradit skoro kohokoliv. Nejen od návštěvy stánku, ale i od návštěvy dotčeného regionu. Moje tvrzení samozřejmě neplatí univerzálně.

A už jsme zase zpátky na začátku. Turistů ubývá. Opravdu se dobře snažíme o to, aby k nám přijeli?

Zatím se fatálním dopadům krizových jevů dokáží regiony, města i kraje účinně bránit s pomocí systému grantových projektů a peněz z fondů Evropské unie. Příští rok se však bude psát letopočtem 2010 – tedy už jen čtyři roky bude možné čerpat z evropské finanční studny. Co bude potom? Některé projekty ještě přesáhnou tuto časovou hranici, ale všichni budou muset poté řešit, kde vzít prostředky na reklamu, veletrhy, internet..., protože bez neustálé a masivní propagace nelze přilákat ani investory, ani turisty. Bude-li se stát k cestovnímu ruchu chovat tak, jako doposud, není vyloučeno, že mnohá infocentra či destinační agentury „zavřou krám“, protože z rozpočtu měst a krajů se neuzíví. Nebo budou muset začít vydělávat sami svojí vlastní činností. To je ale téma samo o sobě.

Laco Kučera

Kam? Do lázní Libereckého kraje	4
Putování s kartou 3K	5
Den plný inspirací na Ústecku	6-8
Pevnostní město Terezín je skutečný unikát	9
Ústí nad Labem – jaká je jeho dnešní tvář?	10-11
Tajemství bílé věže v Kadani	12,28
Pan Souček a dr. Pichler vás zvou	13
Vzhůru do Železnohorského regionu	14-15
Ocenění pro město Chrudim	16
Králicko – z podzemí až k nebesům	17-19

Než v kraji napadne sníh	20
Festival otevřených sklepů III.	21
Veletrh ITEP opět o něco lepší	22-23
Zrcadlo turizmu	24
Zpráva z členského fóra A.T.I.C.	25
HW je tu opět se svými informacemi	26,27

TRAVEL
www.travel-profi.cz

TRAVEL profi – měsíčník pro cestovní ruch, Šéfredaktorka: Eva Kovářová, Ediční rada a spolupracovníci redakce: Tereza Kovářová, Eliška Červená, Mgr. Marie Kysilková, Bořek Homola, Laco Kučera, Vydavatelství: Eva Kovářová – TRAVEL profi, IČO: 63969262
Sídlo: Horčíčkova 546, 149 00 Praha 4, tel./fax: 272 919 586, vedení redakce - mobilní telefon: 608 032 397, travel-profi@volny.cz, www.travel-profi.cz, DTP a tisk: Ivan Vopelák - polygrafická výroba, Starý Kolín.
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!