

REGIONTOUR 2007 POHLEDEM OSOBNOSTÍ

Šestnáct ročníků veletrhu, ať už kdekoli na světě, je solidní historie. Na rozdíl od mnoha jiných jsme historii veletrhu cestovního ruchu REGIONTOUR v Brně prožívali společně. Dodnes se v expozicích krajů, měst i regionů setkáváme s pamětníky samých začátků cestovního ruchu v Československu, federativní republice a nakonec v samostatném Česku.

Od dob, kdy jsme se scházeli na prvních ročnících REGIONTOURU v pavilonech „D“ nebo „B“, se mnohé změnilo. Přesto ale stojí za malé připomenutí začátků, kdy se cestovní ruch a jeho koncepce rodily často metodou pokus – omyl na městských, obecních a okresních úřadech, kdy vznikaly první snahy o vytvoření prvotních regionálních struktur a kdy jsme vedli „permanentní diskuzi“ jak na veletrzích, tak i na kdysi velmi oblíbeném píseckém Tour Region Filmu nebo na několika seminářích, které připravila naše redakce.

Od těch dob ale uplynulo již hodně vody v Otavě pod píseckým kameným mostem i ve Svatce, která velkým obloukem obtéká slavný brněnský výstavní areál. Změny zaznamenala koncepce veletrhu i jeho obsah. O nedávné minulosti, o současnosti i o budoucnosti mezinárodního veletrhu turistických možností v regionech REGIONTOUR jsme si chvilku povídali s hejtmanem Jihomoravského kraje Stanislavem Juránkem. S představitelům kraje, který se ujal role hostitele. Po celé čtyři veletržní dny jsme jej mohli vidět nejen ve „své“ expozici, ale potkat jej i ve stáncích jiných krajů a regionů.

• Pane hejtmane, zdá se, že si veletrh REGIONTOUR rok od roku stále více „hýčkáte“, že se pro Jihomoravský kraj stal dobrou a reprezentativní výkladní skříní. Jak hodnotíte jeho minulost, současnost a perspektivy?

Veletrh REGIONTOUR chápou jako jednu z významných příležitostí prezentace všech turistických možností, které Jihomoravský kraj nabízí. Krajskou expozici vzorně doplnila celá řada mikroregionů, sdružení, měst i obcí, které dostávají od krajského úřadu výstavní prostor zdarma.

Na letošní ročník jsme se dobře připravili. Představili jsme zbrusu novou kolekci propagačních materiálů „KRAJEM VÍNA“, na jejímž vzniku se velkou měrou podílel i Vinařský fond. Devatenáct kilometrů nových turistických stezek vinicemi významně rozšířilo už tak bohatou nabídku našeho prestižního turistického produktu – vinařské turistiky.

Pro návštěvníky veletrhu jsme také uspořádali jednoduchou soutěž ve sběru razítek a několikrát denně vyhlášovali vítěze, kteří získali zajímavé ceny a dárky. Počty soutěžících nás ujistily, že jižní Morava je stále atraktivnějším turistickým cílem a že jdeme správným směrem.

Dalším významným počinem bylo propojení expozic čtyř moravských krajů. Kdysi byl směr turistických cest omezen osou východ – západ, z Moravy na Slovensko a naopak. Dnes jsme turistickou nabídkou Moravy začali orientovat i podle osy sever – jih. Cílem je v první řadě využít všech možností, které Morava skýtá a nabídnout ji jako nesmírně bohatý celek. V druhé řadě pak navázat nové kontakty v sousedních zemích – na severu v Polsku, na jihu v Rakousku a na východě na Slovensku a obnovit tak dávnou tradici obchodních cest od Baltu nebo z oblasti Sankt Petěrburgu až po Jadran. Je třeba zpracovat propagační materiály jako soubor informací srozumitelných i turistům z velkých a vzdálených zemí, kteří u nás najdou atraktivitu, o kterých zatím nemají dost zpráv. Musím připomenout, že i v tomto směru byl letošní REGIONTOUR úspěšný. Setkali jsme se se zájmem z Ruska, budeme usilovat



o nové kontakty v Polsku, zajímá nás region kolem města Lodž, a snažíme se o produktivní a vzájemně výhodné kontakty s regiony ze Slovenska. Shrnuto – propojené expozice moravských krajů se ukázaly jako nový, atraktivní a efektivní způsob prezentace. V tomto trendu budeme určitě pokračovat i v příštím roce.

Pokud bych měl něco říci k minulosti, současnosti a perspektivám veletrhu REGIONTOUR, stačí na to jen několik slov: uplynulých šestnáct ročníků jednoznačně prokázalo jeho význam pro zviditelnění regionů České republiky, poslední ročník naznačil nové směry a trendy v propagaci a o budoucnost veletrhu se musíme všichni postarat tím, že na něm budeme prezentovat stále nové nápady a produkty schopné oslovit jak domácí, tak zahraniční klientelu.

• Jihomoravský kraj však nejsou jen vinice. Moravský kras a Dražanská vrchovina jsou neméně zajímavé a turisticky atraktivní oblasti. Jak vidíte jejich perspektivy?

To je dobrá otázka. Severní část našeho kraje nabízí neméně bohatou kolekci turistických produktů. Moravský kras, Blanensko a Boskovicko jsou regionem, který si postupně buduje novou pozici na turistickém trhu. Celá krasová oblast, Sloupsko – šošůvské jeskyně, Macocha i říčka Punkva jsou mezi turisty dostatečně známé. V posledních letech se ale daří – zejména díky aktivní turistické politice města Blanska a Pivovaru Černá Hora – vytvářet nové a zajímavé nabídky. Spolupráce pivovaru a měst v regionu přinesla už nejdenní zajímavý výsledek. V Olešnici je nový hotel, nedaleko města byla vybudována sjezdovka, v Černé Hoře už několik let skvěle funguje Centrum Sladovna, v Boskovicích Modrá věž, pivovar je spolupořadatelem celé řady kulturních i sportovních aktivit. Věřím, že i v budoucnu bude tato spolupráce pokračovat a přinese příliv nových turistů do míst, která už jsou připravena jim nabídnout solidní služby a nečekané zážitky.

Podobně je tomu i v regionu Dražanská vrchovina. Na veletrhu se mi podařilo setkat se prakticky se všemi starosty z této oblasti. Bylo to inspirativní a optimistické setkání. Přivedlo mě na myšlenku projet celým regionem na běžkách, bude-li sniž, nebo zjara na kole, pokud se letošní zima nevydaří. Mohli bychom pak společně celou severní část kraje čtenářům TRAVEL profi představit v novém světle.

• Co dodat na závěr, pane hejtmane? Můžete několika slovy shrnout všechny veletržní dojmy?

Několika slovy to nebude jednoduché, ale budiž. Strávil jsem na veletrhu čtyři dny a stále bylo kam zajít, koho navštívit, s kým si povídat a s kým jednat o další spolupráci nebo nových námětech. Vzdálenosti, které se v reálném světě počítají na desítky a stovky kilometrů, zde byly zvládnuty několika desítkami kroků, z jednoho moravského kraje do druhého, třetího nebo čtvrtého stačilo překročit uličku, hned vedle jsem našel naše přátele ze Slovenska a jen o kousek dál expozici Zadaru nebo Polska. Přijeli k nám nabídnout svoje produkty, zjistit, jaké máme novinky a projednat možnosti vzájemné spolupráce – a to je základním posláním všech veletrhů. REGIONTOURu se to vydařilo a věřím, že společnými silami se postaráme o to, aby jeho další ročníky byly ještě úspěšnější.

Za rozhovor děkuje na cestu Dražanskou vrchovinou se těší
Laco Kučera.

Mezi expozicemi na Regiontoure	4-5
Regiontour 2007 očima organizátorů	6
Co se skrývá pod Vinařským fondem	7
Infotour a cykloturistika v Hradci Králové	8
Když jaro, tak na Liščí farmě	9
Bratronicko – region v srdci Čech	10
Krajáč plný Ladova kraje	11
Šedesát metrů pestré nabídky	12-13
Jak daleko je z Příbrami do Hoornu	14-15
Novinky z lázeňského Klášterce	16

Co letos nabízí královská Kadaň?	17
Všechny cesty vedou do hotelu Radějov	18
Uherské Hradiště slaví 750 let	19,28
Pozvánka do města Holešova	20
Zoznámete sa zo slovenskými krajmi	21
Warmia – Mazury, atraktivní turistický cíl	22
Witamy w Międzyzdrojach	23
Zrcadlo turizmu ze všech koutů světa	24
Tydzien w pysznym mieście Łodzi	25
Za dovolenou i regiony do Ostravy	26-27

TRAVEL profi – měsíčník pro cestovní ruch, Šéfredaktorka: Eva Kovářová, Ediční rada a spolupracovníci redakce: Tereza Kovářová, Eliška Červená, Mgr. Marie Kysilková, Ing. Marie Koláčková, 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
e-mail: travel-profi@volny.cz, www.travel-profi.cz, DTP: SIGIT, spol. s r.o., e-mail: sigit@sigit.cz, www.sigit.cz
MK ČR E 5591, ISSN 1211-2798. TRAVEL profi vychází 10 x ročně vždy poslední týden v měsíci (v prázdninových měsících nevychází).
Za podklady pro zprávy a inzeráty odpovídá autor či zadavatel. Přebírání informací a zpráv je možné pouze se souhlasem vydavatele!