



KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ

Královéhradecký kraj se od počátku letošního roku vydal v rámci on-line propagace cestovního ruchu novou cestou. Modernizoval svůj turistický portál, který nyní obsahuje více než 10 000 záznamů, a vhrnul se i do sociálních sítí.



Královéhradecký kraj v datech ČSÚ

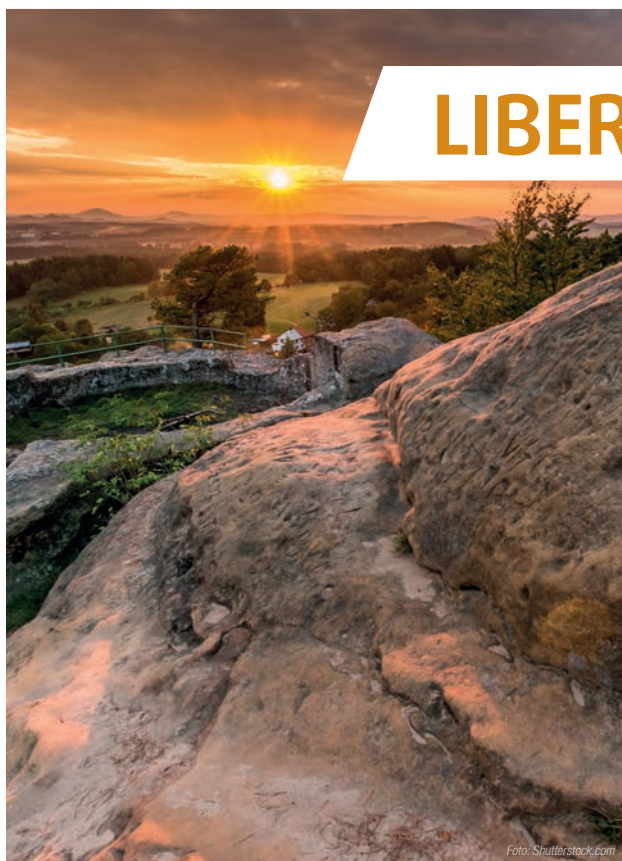
30

Deset tisíc turistických zajímavostí

32

První šance oslovit je jen jedna

36



LIBERECKÝ KRAJ

Hlavním on-line komunikačním kanálem Libereckého kraje je turistický webový portál, pro který je v současné době připravována nová vizuální i obsahová podoba. Kromě něj začal kraj ve spolupráci s influencery mnohem více komunikovat s turisty i přes sociální sítě.

Liberecký kraj v datech ČSÚ

38

Cestou necestou do kraje i dál

40

Nejprve do infocentra, až poté na výlet

42

Královéhradecký kraj v datech ČSÚ

Počet hostů hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) kraje vzrostl během druhého čtvrtletí roku 2017 o 14,5 procenta ve srovnání se stejným obdobím roku předcházejícího. Za celý rok 2016 se potom počet hostů zvýšil o 3 procenta. Do kraje dorazilo také výrazně více domácích turistů, kdy jejich podíl činil 78 procent. Nejvýznamnější zdrojovou zemí z hlediska zahraničních hostů bylo Německo, jejich podíl činil v 2. čtvrtletí letošního roku 44,9 procenta.

TAB. 1: NÁVŠTĚVNOST HUZ KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE V 2. ČTVRTLETÍ 2017 A ZA ROK 2016

Období	Počet hostů		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
duben	16 121	50 345	66 466
květen	20 292	72 468	92 760
červen	23 710	88 052	111 762
2. Q 2017	60 123	210 865	270 988
rok 2016	267 986	890 141	1 158 127

Období	Počet přenocování		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
duben	41 503	143 371	184 874
květen	59 737	207 971	267 708
červen	71 753	238 797	310 550
2. Q 2017	172 993	590 139	763 132
rok 2016	918 315	2 842 126	3 760 441

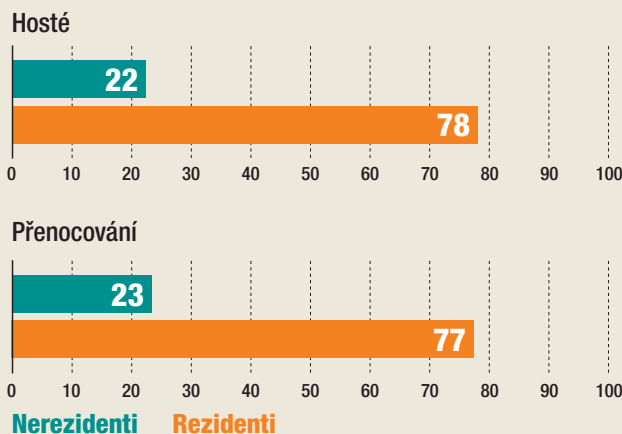
TAB. 2: MEZIROČNÍ ZMĚNY V NÁVŠTĚVNOSTI HUZ V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

Období	Přírůstek/Úbytek hostů v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
duben	+31,1	+19,6	+22,2
květen	-9,7	+14,7	+8,3
červen	+25,9	+13,1	+15,6
2. Q 2017	+12,2	+15,1	+14,5
rok 2016	+4,6	+2,6	+3,0

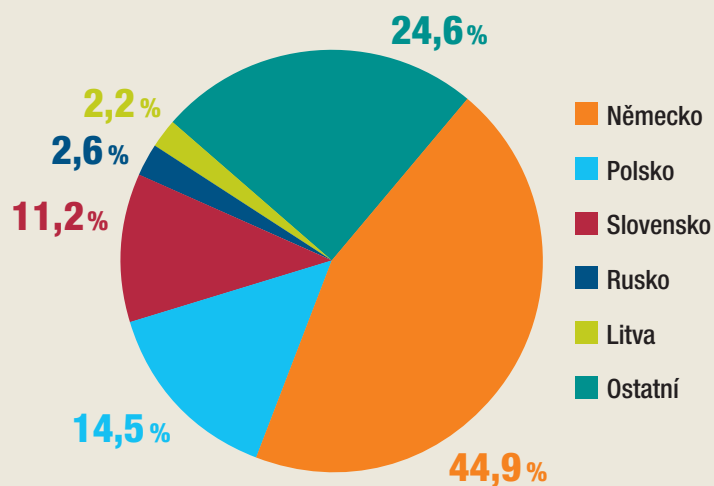
Období	Přírůstek/Úbytek počtu nocí v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
duben	+24,8	+25,9	+25,7
květen	-9,0	+12,5	+6,9
červen	+25,5	+5,7	+9,7
2. Q 2017	+10,8	+12,5	+12,1
rok 2016	+5,2	+3,4	+3,8



Graf 1: PODÍL REZIDENTŮ/NEREZIDENTŮ NA POČTU HOSTŮ A PŘENOCOVÁNÍ (V %)

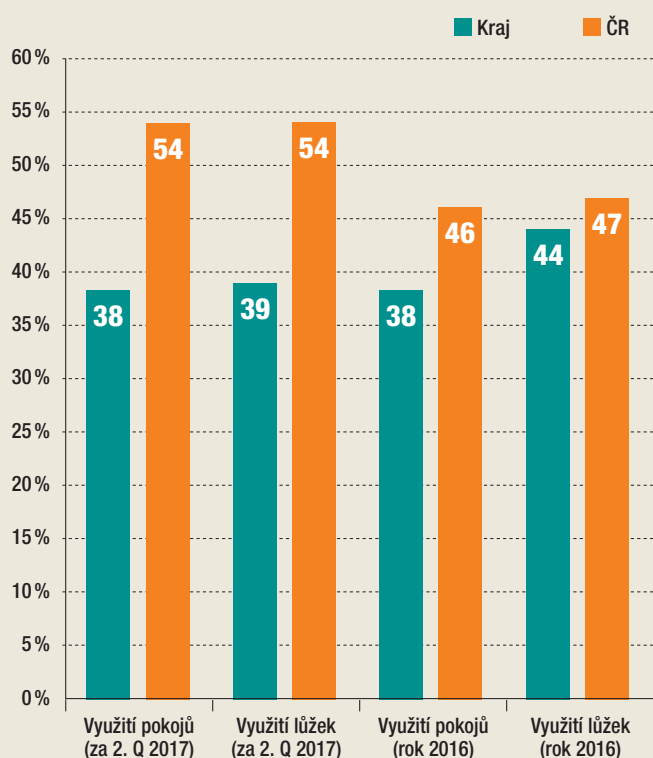
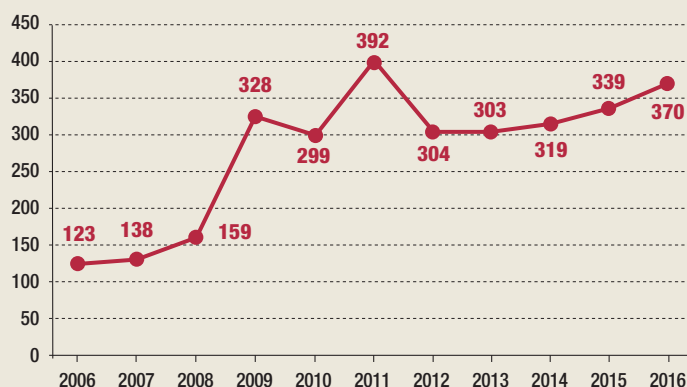


Graf 2: STRUKTURA NEREZIDENTŮ PODLE ZEMÍ V 2. ČTVRTLETÍ 2017



Zdroj dat: -ČSÚ-



Graf 3 OBSAZENOST POKOJŮ A LŮŽEK V HOTELECH A PENZIONECH V 2. ČTVRTLETÍ 2017 A ZA ROK 2016 (V %)

Graf 4 MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ POČTU KONFERENCÍ V KRAJI (2006–2016)


Pozn.: V letech 2006–2008 byly započteny akce od 100 účastníků, od roku 2009 pak akce od 50 účastníků.

Průměrná délka pobytu v hromadných ubytovacích zařízeních na Královéhradecku byla z pohledu nerezidentů a rezidentů téměř stejná, kdy činila 3,9, respektive 3,8 dne.



Zdroj dat: -ČSÚ-

Zaostřeno na hotelové nemovitosti: Královéhradecký kraj

Královéhradecký kraj je ze severu tvořen pohořím Krkonoš a Orlických hor, které na jihu a jihozápadě přecházejí do Polabské nížiny. Téměř celé území kraje náleží do povodí největší české řeky Labe. Největší koncentrací cestovního ruchu se vyznačují Krkonoše s nejvyšším vrcholem kraje a zároveň České republiky Sněžkou a pestrou nabídkou lyžařských středisek.

TAB.: UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI K PRODEJI ČI PRONÁJMU

Zdroj: JAN Hospitality

Počet ubytovacích zařízení	Hradec Králové	Náchod	Trutnov	Jičín	Rychnov nad Kněžnou	KRAJ CELKEM
Celkový počet ubytovacích zařízení	44	110	659	82	141	1 036
Na prodej	9	12	64	11	15	111
K pronájmu	1	0	2	0	0	3
Celkem na prodej i k pronájmu	10	12	66	9	15	112

Mezi nejlépe hodnocená ubytovací zařízení patří podle TripAdvisoru čtyřhvězdičkové Hotel Horizont v Peci pod Sněžkou, Spa resort Tree of Life v Lázních Bělohrad, Hotel Davídek v Trutnově a Grund Resort v městečku Mladé Buky v Krkonoších.

Na Booking.com jsou nejlépe hodnoceny tříhvězdičkový Hotel U Krále (9,6) v Jičíně, čtyřhvězdičkový Hotel Savoy (9,5) ve Špindlerově Mlýně, Penzion Na Náměstí (9,5) ve Dvoře Králové nad Labem a tříhvězdičková zařízení Boromeum Residence (9,3) v Hradci Králové a Penzion Poříčí (9,0) v Trutnově.

V kraji je 416 penzionů, což činí 40 procent ze všech ubytovacích zařízení, hotelů tříhvězdičkových je zde 140, čtyřhvězdičkových hotelů můžete navštívit 31 a jeden pětihvězdičkový hotel. Obecně je zde nejvíce chat, chalup a penzionů k pronájmu.

Na prodej je v současné době v nabídce neuvěřitelných 112 ubytovacích zařízení, což činí 11 procent celkové kapacity. Nejvíce se jich prodává na Trutnovsku (64) – jedná se většinou o chalupy nebo penziony. Prodejní ceny ubytovacích zařízení se liší dramaticky. Lze koupit

penzion nebo starší chalupu za 50 000 Kč za lůžko. V Hradci Králové jsou pak ceny vysoké, u lepších hotelů se mohou pohybovat až ke dvěma milionům korun. Ve výjimečných případech jsou ceny hotelů nad 2 250 000 Kč. Cenu určuje lokalita, stav prodávané nemovitosti a výsledky hotelu. Krkonoše nejsou zárukou dobré obsazenosti ani nejvyšší ceny. Nakonec vždy nejvíce záleží na majiteli a provozovateli, při snaze a chuti mít dobré výsledky se úspěch nakonec vždy dostaví. ■

AUTOREM TEXTU JE

Jan Adámek, managing director realitní a poradenské společnosti JAN Hospitality.
Tel.: 724 070 539
E-mail: jan.adamek@jan-reality.com
www.jan-reality.com



Deset tisíc turistických zajímavostí

Královéhradecký kraj se od počátku letošního roku vydal v rámci on-line propagace cestovního ruchu novou cestou. Jak si v minulosti předsevzal napříč různými strategickými dokumenty, vrhnul se nejen do přestavby turistického webového portálu, ale i do oblasti sociálních sítí.

Vytvoření jednotného informačního systému a datového skladu, ze kterého by čerpal komplexní informace o cestovním ruchu kraje turistický portál, si krajský úřad vytyčil již v době vzniku dokumentu Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2014–2020. Splnění tohoto cíle se podařilo záhy, a tak začal krajský úřad nově směřovat své aktivity k mnohem výraznější přítomnosti na sociálních sítích. Kromě správy facebookového profilu www.facebook.com/hkregion.cz si tak v nedávné době nově založili účet instagramový (www.instagram.com/hkregion.cz). „Další formou propagace je turistický průvodce po kraji a off-line turistické a cykloturistické mapy turistických území v kraji zdarma do mobilů přes aplikaci PhoneMaps,“ uvedl **Vojtěch Kunart** z úseku cestovního ruchu odboru regionálního rozvoje, grantů a dotací Krajského úřadu Královéhradeckého kraje a dodal: „Zmíněné sociální sítě slouží jako doplněk webového portálu, kdy se na Facebooku snažíme sledovat novinky v jednotlivých turistických územích či dění na konkrétních místech a atrakcích cestovního ruchu. Formou sdílení těchto novinek je zároveň také propagujeme.“

Turistický portál v novém hávu

Nejvíce využívaným on-line kanálem je tedy již zmíněný turistický webový portál www.hkregion.cz. Ten původně vznikl v rámci projektu nazvaném Cílená prezentace a propagace Královéhradeckého kraje jako celku II, který kontinuálně probíhal mezi lety 2011–2013. Na počátku letošního roku se přitom portál dočkal výrazné modernizace a grafické proměny. „Tímto jsme se snažili dosáhnout jednotné designové koncepce, tj. aby webové stránky a všechny nově vydané propagační materiály vypadaly stejně, tedy v červeno-bílém designu – „krajských barvách,““ doplnil Vojtěch Kunart a zdůraznil hlavní devizu portálu, kterou je především široký informační záběr. V současné době „web obsahuje přes 10 000 záznamů a nabízí širší spektrum možností než Facebook či Instagram,“ vysvětlil.

V nové podobě přináší portál v šesti jazykových mutacích informace rozčleněné do celkové jedenácti základních kategorií cestovního ruchu, mezi které patří např. ubytování, stravování, města a obce, příhraniční oblasti či možnosti pro návštěvníky se sníženou pohyblivostí. Kromě toho na úvodní stránce nabízí rozcestník, který odkazuje na podrobné informace o jednotlivých turistických oblastech kraje a kalen-

dář akcí. V rámci multimédií poté nabízí i webkamery, virtuální prohlídky celé řady turistických atrakcí, video a fotogalerii.

Aby byl obsah pro turisty užitečný, je dle zástupce krajského úřadu nutné neustále sledovat novinky, a na jejich základě poté aktualizovat stávající a také doplňovat nový obsah. „Informace k nám přicházejí převážně od subjektů působících v cestovním ruchu (destinační společnosti, ubytovací, sportovní či kulturní zařízení apod.) a jsou na web vkládány v úzké spolupráci s nimi. Destinační společnosti mají v tomto směru značnou míru autonomie, tzn., že informace vkládají na web samy. Stejně tak může po vyplnění formuláře učinit každý subjekt i pořadatel kulturní či jiné akce, který si přeje být na portálu prezentován. K tomu vybízí banner na hlavní stránce. Je nutné zmínit, že veškerá prezentace je zdarma, záznam je možné na požádání kdykoli aktualizovat či smazat. Stávající obsah a kvalita portálu tedy není jen zásluhou jeho správců, ale převážně tvůrců hodnot cestovního ruchu,“ doplnil dále Vojtěch Kunart.

S prezentací informací i podobou portálu jsou tedy zástupci krajského úřadu velmi spokojeni. A jak se zdá, pozitivní odezva

přichází i ze strany návštěvníků, kdy u třech sledovaných statistických ukazatelů zaznamenali provozovatelé portálu poměrně výrazný nárůst (viz graf). Návštěvnost turistického portálu se totiž za první pololetí letošního roku zvýšila o téměř 40 procent ve srovnání se stejným obdobím roku loňského. Stejně tak bylo v totožném období zaznamenáno i o téměř 39 procent více unikátních návštěvníků a o více než 25 procent více zobrazení stránek portálu.

Kraj na mě. A já na kraj?

Turistický portál kraje rovněž, jako správný rozcestník provádějící po kraji v on-line prostoru, disponuje odkazy na stránky jednotlivých atrakcí, jako jsou památkové objekty, města, CHKO či KRNP, a také na stránky ubytovacích a stravovacích zařízení, informačních center či na oficiální turistické portály destinačních společností jednotlivých turistických oblastí kraje. Všechny destinační společnosti na území

Krajský turistický portál obsahuje přes 10 000 záznamů a nabízí širší spektrum možností než Facebook či Instagram.

ky Hradecka pouze ve dvou (čeština a angličtina),“ píše se v Programu rozvoje cestovního ruchu, zmíněném v úvodu.

Vzhledem k působení hned sedmi destinačních společností na území pouhých pěti turistických oblastí dochází na jejich turistických portálech k poměrně významné duplikaci zveřejňovaných informací. Tato situace je dle stejného dokumentu patrná zejména u portálů Broumovska a Kladského pomezí, kde Broumovsko prezentuje pouze oblast CHKO Broumovsko a Kladské pomezí pokrývá celou turistickou oblast. Stejně tak k tomu dochází i u oblasti Hradecka, která je kromě vlastního webu prezentována i na portále Podkrkonoší.

Dle stejného programového dokumentu je jedním z negativ takto široké sítě organizací destinačního managementu v rámci Královéhradeckého kraje i nedostatečné zpětné odkazování. Zatímco krajský turistický webový portál na úvodní straně viditelně odkazuje na stránky všech destinačních společností působících na jeho území, viditelný zpětný odkaz na stránky kraje obsahuje pouze několik z nich (Český ráj, Orlické hory a Podorlicko, Hradecko). Na turistických portálech ostatních destinačních společností jsou odkazy mnohem ukrytější (neobsahují logo a nejsou ani na úvodní straně). To je proto jeden z úkolů, který si před sebe kraj v dokumentu klade, a to mnohem větší vzájemnou propojenost a on-line provázanost.

Neusínat na vavřínech

V současné době tedy kraj disponuje novým, funkčním portálem, propojeným s ostatními subjekty cestovního ruchu v kraji, ale jak uvedl zástupce kraje, není možné usnout na vavřínech. „Prioritou pro nás samozřejmě zůstává webový portál, kde chceme do budoucna formou dotačního titulu podpořit přímo pracovníky informačních center, kteří by byli zodpovědní za aktualizaci a tvorbu nových

záznamů na portálu. Domníváme se, že jejich znalosti místního prostředí jsou větší než naše a neunikne jim žádná podstatná událost či aktualita, což se nám někdy bohužel stává. Stejně tak při počtu záznamů větším než 10 000 je občas problém udržovat aktuální informace, např. o otevírací době, vstupném či kontaktní údaje. Pokud by byli za tvorbu a aktualizaci obsahu zodpovědní pracovníci informačních center, tento nedostatek by se dle našeho názoru do značné míry eliminoval,“ vysvětlil Vojtěch Kunart.

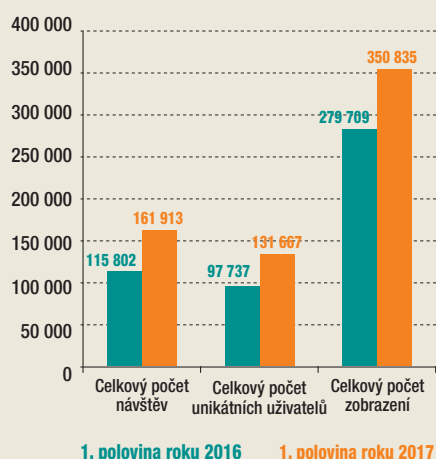


I přes mnoho splněných cílů tak kraj nemá v plánu ve svých aktivitách polevit a neustále myslí na nové a zajímavé projekty či možnosti, které by ještě zvýšily povědomí o zajímavostech a krásách Královéhradecka. Jedním z úkolů zůstává komplexnější práce se sociálními sítěmi. „Určité rezervy vidíme v propagaci na Facebooku, kde nemáme žádnou placenou kampaň pro propagaci našeho profilu. Ale rozhodující je kvalita příspěvků, nikoli počet fanoušků. S propagací na Instagramu jsme začali teprve nedávno,“ uvedl Vojtěch Kunart a na závěr dodal: „Jelikož sociálním sítím dle našeho názoru patří budoucnost, chtěli bychom se vydat cestou rozšíření obsahu a také nevylučujeme možnost investice do jeho propagace. Facebook má proti webu výbornou vlastnost, že komunikujeme, sdílíme postřehy s návštěvníky apod. Oproti webu je také pružnější.“ ■

Text: Gaja Kolářková

Foto: Shutterstock.com (koláž: C.O.T. media)

Graf 1 SROVNÁNÍ SLEDOVANÝCH UKAZATELŮ U TURISTICKÉHO PORTÁLU KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE V 1. POLOLETÍ LET 2016 A 2017



Královéhradeckého kraje totiž v rámci vlastní marketingové či komunikační strategie cestovního ruchu vyvinuly individuální aktivity a vytvořily si turistické portály ve vlastní správě. Tyto weby logicky představují pouze turistickou nabídku a atrakce dané oblasti. „Většina turistických webů destinačních společností je provozována ve čtyřech jazykových mutacích (češtiny, anglicky, německy, polsky), webové stránky Podkrkonoší a Broumovska jsou přístupné ve třech jazykových mutacích (čeština, angličtina, němčina) a strán-

Ze sjezdovky rovnou do bazénu s minerálkou a zpět

Lidé si stále častěji přejí prožít nejkrásnější svátky v roce daleko od všedního života, a tak si vychutnávají třeba klidný tep Janských Lázní. Škála možností pro zimní radovánky i relaxaci v jedinečných lázních na české straně Krkonoše je pestrá.



Dobrou zprávou je, že sezona koupání v Janských Lázních nekončí a zaplavat si v minerálce přijíždějí lidé zdaleka, nebo přímo ze sjezdovky. Dva termální prameny – Janův a Černý – zásobují lázně léčivou vodou bez ustání a klienti si jejich účinků užívají plnými doušky i v masážních vanách a vířivkách.

Na sjezdovce za pár minut

Saně rohačky dnes už v Janských Lázních jen tak nepotkáte. Přesto, že sáňkování



předčilo lyžování, jízda po tři a půl kilometru dlouhé sáňkařské cestě z Černé hory do Janských Lázní je zážitkem. Lyžování si však drží prim, vždyť na lanovku v Česku největšího SkiResortu Černá hora – Pec nastupují lyžaři přímo ve městě. Osmimístné kabinky překonají převýšení 566 metrů a délku 2 303 metrů za pár minut a z Černé hory sjíždějí po sjezdovkách, které dohromady čítají 41 kilometrů. Z lázní je to na lanovku pár minut a stejně tak rychle je to zpět do Aquacentra.

Originální Vánoce a Silvestr

Součástí Vánočního a Silvestrovského balíčku je ubytování v čtyřhvězdičkovém hotelu Terra s každodenním volným vstupem do Aquacentra, kam lze přejít z pokoje jen v županu. Klienty Vánočního pobytu pak čeká kromě dalších příjemností Štědrovečerní večeře o čtyřech chodech. Nový rok mohou klienti Silvestrovského balíčku přivítat v secesní lázeňské kolonádě s bohatým rautem, živou hudbou a ohňostrojem. Obě nabídky obsahují Havajské masáže a slevu na vícedenní skipas do SkiResortu Černá hora – Pec a kartu na skibus jako dárek. ■

Text a foto: Janské Lázně

www.janskkelazne.com



15. Horizont Cup proběhl v Myštěvsi a vydařil se

Jubilejní ročník golfového turnaje hotelu Horizont proběhl 16. září. Letos se konal na novém místě a to i za špatného počasí příjemně překvapilo. Jelikož již není možné hrát na Nové Americe, bylo po letech třeba vybrat nové hřiště a volba vedení hotelu nakonec padla na Queen's Park Myštěves.

Dříve se jednalo o menší devítijamkové hřiště s akademií, ale to už je dávno pryč. Nyní je zde 18 zajímavých jamek, které zpočátku mohou trochu zaskočit svou délkou a linkovým charakterem. Rozloha hřiště a přijatelná obtížnost však byly spíše milým překvapením. Ferveje jsou široké, a tak i „kratší“ hráči měli šanci na celkem dlouhých jamkách zaskórovat. Hra probíhala v příjemně družné atmosféře, kterou nepokazil ani občasný déšť.



VÍTĚZOVÉ JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍ A SOUTĚŽÍ

HCP 33,1-54	Karel Bláha
HCP 18,1-33	Lucie Tkadlecová
HCP 0-18	Renáta Skořepová
Hra na rány	Petr Ditrich
Longest Drive ženy	Renáta Skořepová
Longest Drive muži	Pavel Dušek
Nearest to the Pin	Stanislav Palas

Organizátoři z hotelu Horizont z Pece pod Sněžkou samozřejmě připravili i obvyklý celodenní program pro negolfisty. Jeho hlavní částí byla golfová akademie a následná puttovací soutěž pod vedením profesionální trenérky. Po celý den lákala účastníky akce také ochutnávka vín a čerstvého burčáku, které dodal tradiční partner turnaje Chateau Valtice – Vinné sklepy Valtice. Nechyběly ani živá hudba, oblíbený trouble shot, tombola o hodnotné ceny a další atrakce. Bohaté občerstvení od snídaně až do podvečerního rautu



s přehledem zajišťoval tým kuchařů a číšníků hotelu Horizont.

Bezpochyby se dá říci, že se akce i navzdory horšímu počasí povedla. Účastníci odjížděli spokojení a výtěžek z trouble shotu ve výši 13 100 Kč věnovali organizátoři, stejně jako v předešlých letech, Základní škole a mateřské škole v Peci pod Sněžkou. ■

Text: Ilija Šedivý
Foto: archiv

Krátce z regionu

Krkonošské muzeum projde proměnou

Krkonošské muzeum Správy KRNP ve Vrchlabí projde v příštích letech proměnou. Současné expozice Kámen a život a Člověk a hory nahradí Návštěvnické centrum Krkonošského národního parku. Muzeum, které začátkem tohoto měsíce uzavře veřejnosti své dveře, zůstane nepřístupné až do roku 2021. Tvůrci mají záměr rekonstruovat stavby i samotné expozice dostat Návštěvnické centrum Krkonošského národního parku mezi opět nejlepší a nejnavštěvovanější expozice v Evropě. Poslední týden provozu, tj. od 3. do 8. října, bude vstup do současné expozice Krkonošského muzea ve Vrchlabí, v bývalém augustiniánském klášteře zdarma. Otevřené návštěvníkům nadále zůstávají expozice Krkonošského muzea ve Čtyřech historických domcích na náměstí Míru ve Vrchlabí, na zámku v Jilemnici a lesnicko-myslivecká expozice Šindelka v Harrachově. Do konce roku 2018 probíhá celková rekonstrukce Památníku zapadlých vlastenců v Pasekách nad Jizerou.



Kraj díky dotaci opraví pevnost Dobrošov

Pevnostní systém Dobrošov na Náchodsku, který letos oslavil 80. výročí svého vzniku, čeká v příštích dvou letech rozsáhlá rekonstrukce, kterou realizuje Královéhradecký kraj s podporou Integrovaného regionálního operačního programu. Součástí rekonstrukce bude i výstavba nového návštěvnického centra. Celkové náklady mají dosáhnout asi 90 milionů korun. Projekt počítá s opravou tří podzemních sálů, schodiště a výtahu. Opravené by měly být také některé pevnostní objekty na povrchu. Nové návštěvnické centrum by mělo nabídnout sociální zázemí, občerstvení a přednáškový sál. V minulých letech si objekt prohlédlo na 25 000 lidí ročně.

Text: -čtk- a -red-

Foto: Shutterstock.com, Martin Mašek / Wikimedia Commons (CC BY-SA 4.0)

Vamberecké krajčářství na seznamu nemateriálních statků

Kraj zapsal na svůj seznam nemateriálních statků tradiční lidové kultury tradici krajčářství na Vamberecku. Tento zápis je podmínkou na nominaci krajčářství do celostátního seznamu. „Je to fenomén, tradice krajčářství na Vamberecku pokračuje nepřetržitě, nebyla přerušena a ty věci tam stále běží, ačkoliv už samozřejmě neslouží tolik obživě jako kdysi,“ uvedla náměstkyně hejtmána Martina Berdychová. Podle ní by měl zápis přispět k udržení tradice výroby paličkové krajky a k rozvoji cestovního ruchu v této oblasti. Vamberk je nazývaný městem krajky, protože od druhé poloviny 19. století do začátku 20. století se zde krajky vyráběly téměř v každé domácnosti. Krajčářky pracují při výrobě kraje na takzvané herduli, což je látkový válec vycpaný senem. Dvojice paliček je spojena nití navinutou na konci každé z nich. Vzorky vznikají podle předlohy proplétáním nití na herduli.



Pohádkové město Jičín – „Historické město roku 2016“

[ADVERTORIAL]

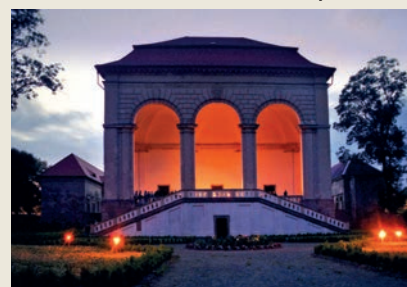
Město Jičín se nachází v Českém ráji a jako v ráji si zde také můžete připadat. Je to město malebné, s historickou atmosférou, obklopené nádhernou krajinou.

Město bylo založeno na půdě královských statků v letech 1297–1304. Dějiny Jičína poznamenal především Albrecht z Valdštejna, jenž zde zanechal svůj odkaz v podobě historických památek.

Jičín je také městem s rozvinutou kulturou, s obyvateli, kteří umějí kulturu nejen vnímat, ale také si ji ve velkém sami vytvářet. To vše přispívá k celkovému obrazu města kultivovaného, vstřícného a duchem bohatého. Novodobě je město známo díky festivalu

pohádky. Pohádková krajina se stala inspirací mnoha umělců. Snad nejznámějším je spisovatel Václav Čtvrtek, autor oblíbených večerníčků o loupežníku Rumcajsovi. Zaslouhou vizualizace této postavičky akademickým malířem Radkem Pilařem je Jičín proslaven prakticky v celé Evropě.

V letošním roce došlo ke zvláštnímu spojení historie a pohádky – Jičín byl vyhlášen „Historickým městem 2016“. Před padesáti lety se totiž Jičín stal



Městskou památkovou rezervací, a také postavička Rumcajse vyšla do světa. ■

Text a foto: město Jičín

www.jicin.org

První šance oslovit je jen jedna

Na území Královéhradeckého kraje se nachází okolo sedmdesáti turistických informačních center, z nichž více než třetina je členem A.T.I.C ČR. To však dle všeho nijak neubírá na jejich kvalitě, kdy jejich činnost i vzájemná spolupráce zajišťuje významné místo v organizaci cestovního ruchu v kraji.

Význam infocenter zvyšuje i skutečnost, že většina z nich dokáže zajistit provoz téměř po celý rok. To je důležité především z toho důvodu, že „již v podstatě neexistuje mimo sezónu, i na jaře a na podzim k nám jezdí turisté a mají specifické požadavky,“ vysvětlila pozici horského střediska **Erika**

vybavení i další modernizace se každoročně pohybuje okolo částky 1 200 000 korun. Ve skutečnosti se však obvykle jedná o částku poněkud vyšší. Zatímco v loňském roce tak byla tato částka navýšena o více než 120 000 korun a rozdělena byla mezi 41 subjektů, v tom letošním byla prozatím částka v základní výši rozdělena mezi 34 subjektů. Jedním dlouhodobě diskutovaným problémem je však dle Programu rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2014–2020 skutečnost, že zmíněný dotační program je nevhodně nastaven. „Na plošný systém financování TIC doplácí nejintenzivněji navštěvovaná turisticky významná území (TVÚ),“ uvádí konkrétně s tím, že se situace v posledních letech začíná mírně zlepšovat.

klientů za den či jejich naladění někdy poměrně náročné,“ doplnila dále k problematice odborná koordinátorka projektu Destinačního managementu Hradecko **Kateřina Karešová** za Turistická informační centra Hradec Králové, která navíc upozornila na skutečnost, že zatímco turista si může najít celou řadu informací individuálně na internetu, osobní zkušenost místního člověka je nepřenositelná. „Hodně záleží na míře spokojenosti, se kterou zákazník opouští prostory, zda bude pokračovat v prohlídce daného místa třeba s úsměvem na tváři anebo bude mít chuť se někdy vrátit,“ zmínila dále.

Rovnocenný partner v propagaci

Hlavním úkolem informačních center je podávání kvalitních a co nejaktuálnějších informací. Aby je však mohla infocentra toto poskytovat, musejí spolupracovat nejen sami navzájem, ale i s dalšími subjekty cestovního ruchu. Zatímco v prvním



TIC Náchod

Mixová z Turistického informačního centra Špindlerův Mlýn. Zajištění takového provozu přitom není zrovna nejjednodušším úkolem, jak se shoduje většina vedoucích pracovníků i zástupců kraje. Z finančního hlediska je to především proto, že zisky jednotlivých infocenter nemohou ani zdaleka pokrýt náklady potřebné na samotný provoz či platy zaměstnanců a brigádníků. „Samozeřejmě je to náročné. Je to však investice správným směrem. Po zkušenosti z minulosti je jediným smysluplným řešením provoz informačního centra v režii města. Lze tak eliminovat celou řadu rizik, která vznikají při spolupráci se soukromými subjekty, a dlouhodobě a systematicky budovat kvalitní zázemí pro rozvoj cestovního ruchu,“ doplnila k problematice tisková mluvčí města Náchod **Nina Adlof** za místní infocentrum. A jak se zdá, souhlasí s ní i ostatní, jelikož i v tomto kraji je zřizovatelem většiny infocenter skutečně město či obec.

Nejtěžší je každodenní kontakt s lidmi

Kromě zřizovatele podporuje provoz infocenter samozřejmě i kraj, kdy od roku 2012 pravidelně vypisuje dotační program na jejich podporu. Celkový objem peněžních prostředků vyčleněných v rozpočtu kraje na zajištění provozu, platy a technické



TIC Velké náměstí Hradec Králové

Zmíněná finanční podpora je přitom nenahraditelná, jelikož pomáhá zajistit kvalitní personál, který je v době nových médií hlavní devízou každého infocentra. „Kvalitní zázemí, a to především v podobě kvalitně připravených pracovníků, kteří jsou ochotni se neustále vzdělávat, je vizitkou města. Turista, návštěvník města, nejčastěji jako první zavítá do infocentra a v tom je nezapomenutelnost TIC. Jako i v jiných oblastech života, první dojem je důležitý. První šance, jak jej oslovit je pouze jedna,“ doplnila **Nina Adlof**. A právě to je dle **Eriky Mixové** na práci v infocentru to nejtěžší – práce a neustálý kontakt s lidmi, kterým na základě vlastních místopisných znalostí musejí umět pracovníci nabídnout nejen turistovi vyhlédnutá místa, ale i další zajímavosti napříč kupříkladu celým krajem i mimo něj. „Pracovník informačního centra se snaží vyhovět přáním zákazníka, což je při počtu



TIC Špindlerův Mlýn

případě se to daří, v tom druhém se dají nalézt jisté rezervy. Dle již zmíněného Programu rozvoje cestovního ruchu vidí informační centra jako největší překážku v nastavení funkční spolupráce především neochotu místních podnikatelských subjektů, jejich nedostatečný vztah k regionu a převládající snahu o dosažení pouze vlastních cílů. „Rádi bychom dosáhli toho, aby nás brali jako partnera, který jim může pomoci při propagaci nebo získávání nových návštěvníků,“ zmínila k problematice **Nina Adlof**. S krajem i místními destinačními společnostmi se to již podařilo, do budoucna tedy zbývá přesvědčit i podnikatelské subjekty. ■

Text: **Gaja Koláčková**

Foto: TIC Náchod, TIC Špindlerův Mlýn, TIC Velké náměstí Hradec Králové