



CELÝ
O TURISMU

ČERVEN 2020

Neprávem méně známé a méně navštěvované

Čeká Francii „ultralokální“ léto?

Restartujete, nebo pudrujete gangrénu?

Naděžda Goryczková:
Prodloužíme hlavní sezonu

OBJEVUJTE KOUZLO ČESKA A UŽIJTE SI DOVOLENOU V PLZNI, KTERÁ MÁ SMYSL.

V průběhu stávající krize se naše hotely Courtyard by Marriott zapojily do aktivit na pomoc druhým a budeme v tom pokračovat i nadále. Nejraději společně s Vámi.

Proto jsme pro Vás na léto připravili speciální charitativní balíček, z něhož věnujeme 50 Kč za každou noc, kterou strávíte u nás, na sbírku "SOS Česko" organizace Člověk v tísni. Ta pomáhá těm, kteří byli nejvíce zasaženi současnou koronavirovou krizí. Na Vás kromě zaslouženého odpočinku a dobrého pocitu čeká 15% sleva z pultové ceny a jako bonus snídaně, parkování a internet zdarma.

Dovolená v Česku má smysl, a s námi teď snad ještě o něco větší. Znovu se na Vás těšíme od 1. 6. 2020.



www.courtyardpilsen.cz

Nabídka "Charitable promotion" zahrnuje:

15% slevu na ubytování
Snídaní
Parkování
Internetové připojení

Pro rezervace prosíme kontaktujte náš tým:

tel: 236 077 236
e-mail: pilsen.reservations@courtyard.com
nebo rezervujte na marriott.com

iCOT CELÝ O TURISMU

Nejčtenější titul pro profesionály v cestovním ruchu

- ☑ Chcete být i v současné situaci stále v obraze?
- ☑ Hledáte inspiraci, jak po uvolnění restrikcí nezaostat za konkurencí a nastartovat znovu svůj byznys?
- ☑ Nebo si jen chcete číst a vzdělávat se?
- ☑ S předplatným získáváte i neomezený přístup do archivu všech starších čísel na webu iCOT.cz.

Předplatné si můžete objednat také on-line na:



www.icot.cz/predplatne

AKČNÍ CENA!
Roční předplatné za **549 Kč**
Platí do 30. 6. 2020



Místo papučí roušky?

„Vážení návštěvníci, vítám vás v loveckém salonku našeho zámku. Než se pustím do výkladu o historii, poprosím vás, abyste se všichni ujistili, že máte nazuté papuče. Zároveň prosím, abyste se drželi všichni pohromadě, jinak by vám mohla utéct část výkladu a také byste se mohli zamíchat do další skupiny, která nám už pomalu dýchá na záda.“ Nechci být špatným prorokem, ale něco takového asi letos při svých návštěvách památek od průvodců neuslyšíme. A to nejen proto, že papučím na památkách už vesměs odzvonilo.

Během letošní sezony to odhaduji následovně: „Vážení návštěvníci, vítám vás v loveckém salonku našeho zámku. Doufám, že jste si všichni před příchodem vydezinfikovali ruce, stejně se ale ničeho nesmíte dotýkat. Než se pustím do výkladu o historii, ráda bych se omluvila, pokud mi přes roušku špatně rozumíte. I vás bych ráda požádala, abyste měli roušky nasazené po celou dobu prohlídky, a abyste udržovali předepsané rozestupy. Nebojte se, uslyšíte mne, ve skupině je vás pouze pět. Tímto se vám také omlouvám, že jsme do skupiny nemohli vzít i vaši babičku, vaše rodina je bohužel příliš početná. Shledáte se později na nádvoří.“

I v případě památek platí, že jedinou jistotou je změna. Je mi jasné, že majitelům a správcům památek ta současná příliš radosti neudělá – přestože mohli své objekty otevřít, výpadek návštěvnosti (resp. příjmů ze vstupného) už letos nedoženou, i kdyby se rozkrájeli. Což po nich ani nikdo, doufám, nechce... A jak nová pravidla přivítají návštěvníci? Těžko říci. Na jednu stranu se jim zřejmě budou zamlouvat polosoukromé prohlídky v malých skupinkách, na druhou stranu je možné, že ne všem se bude líbit zpřísněný návštěvnický režim. Pevně ale doufám, že kvůli tomu nikdo na tuzemské hrady, zámky a další objekty nezanevře.

Osobně si myslím, že současná situace bude mít minimálně jeden pozitivní efekt. Totiž že našinci ve větší míře zamíří na památky, které dosud jejich pozornosti trochu unikaly. I proto jsme do tohoto vydání vybrali po jedné takové památce v každém kraji – berte je jako tip naší redakce pro vaše vlastní toulky či jako náměty na výlety pro vaše klienty.



Petr Manuel Ulrych
šéfredaktor COT – Celý o turismu
a webového portálu iCOT.cz
petr.ulrych@cot.cz

icot.cz
Odborný portál pro cestovní ruch

**Každý den nové zprávy
ze světa cestovního ruchu**

COT CELÝ
O TURISMU

ADRESA VYDAVATELE A REDAKCE:
C.O.T. media, s. r. o., Komplex Olšanka
Táboritká 23/1000, 130 00 Praha 3

VYDAVATEL A NAKLADATEL: C.O.T. media, s. r. o.

Eva Fríndtová, Gabriela Ben Ahmed

ŠÉFREDAKTOR: Petr Manuel Ulrych

REDAKCE: Gaja Koláčková

KOREKTURY: Pavel Tahovský

FOTO NA TITULNÍ STRANĚ:

Shutterstock.com

LAYOUT: Jaroslav Semerák

OBCHODNÍ ODDĚLENÍ: tel.: +420 226 257 720,
e-mail: inzerce@cot.cz

PRODUKCE: Jan Doležal, Martina Pomykalová

GRAFICKÁ ÚPRAVA A SAZBA:
Jaroslav Semerák

MARKETING: Zdeněk Novák, marketing@cot.cz

ASISTENTKA REDAKCE: tel.: +420 226 257 720,
fax: +420 267 092 231, e-mail: asistentka@cot.cz

TISK: Triangl, a. s.

CENA VÝTISKU: 70 Kč

ROČNÍ PŘEDPLATNÉ: 649 Kč, předplatné zajišťuje:
pro ČR – SEND Předplatné, e-mail: send@send.cz
pro SR – Slovakia Press.

COT vychází 11× ročně.

Registrováno pod číslem MK ČR E 8133, ISSN 1212-4281
Nevyžádané materiály se nevracejí.

Za obsah inzerátů a PR článků zodpovídají jejich zadavatelé.

OBSAH

6 AKTUÁLNĚ

Cestovní ruch v době koronavirové

Přestože byl cestovní ruch bezprecedentně postižen epidemií COVID-19, nezůstává většina subjektů v něm působících u nářků, lamentování a „pudrování gangrény“. Právě naopak – intenzivně hledají cesty k co možná nejrychlejšímu zotavení oboru. O hledání cest a příležitostí je i tato rubrika. Kromě jiného se ukazuje, co vše se musí do budoucna změnit. A varuje také před opakováním chyb z minulých let.

13 TÉMA MĚSÍCE

Památky jako turistické cíle

Jedním z hlavních motivů pro cestování jsou v Česku památky. V rozhovoru s ředitelkou Národního památkového ústavu jsme proto pátrali po tom, na jaké změny se mají návštěvníci tuzemských hradů, zámků a dalších pamětihodností připravit. Ve všech krajích jsme pro vás také vytipovali památky, které neprávem stojí tak trochu stranou zájmu našich turistů.

29 DESTINACE MĚSÍCE

Francie, Španělsko, Portugalsko

Byť se ještě na začátku minulého měsíce zdálo, že se do těchto tří zemí hned tak nepodíváme, události nakonec nabraly rychlý spád a opatření bránící našincům v návštěvě těchto oblíbených destinací rychle padají.

33 REGION MĚSÍCE

Plzeňský kraj

Jaká je aktuální situace v destinačním managementu v Plzeňském kraji? A jak tento region pracuje s potenciálem náročnější klientely? Po tom jsme pátrali při přípravě regionální rubriky tohoto vydání.

42 MARKETING

Inspirace není nikdy dost. Zvláště té ze zahraničí. Přinášíme proto sérii ukázek, jak se vybrané zahraniční hotely či destinace marketingově postavily k současné situaci. A přečtete si třeba také o výhodách věrnostních programů či o tom, jak se v důsledku koronakrizy proměnily prázdninové plány Čechů.

44 TRENDY A INOVACE

Ohlédněte se s námi za letošním ročníkem odborné konference Travelcon, který se odehrál čistě on-line. Přečíst si můžete také třeba o novém kurzu krizového řízení destinací.

53 DATA A ANALÝZY

Data Českého statistického úřadu vykreslují dopady koronavirové krize na cestovní ruch České republiky. A CzechTourism vás seznámí s vybranými daty týkajícími se návštěvnosti turistických cílů v Česku.

55 ASOCIACE

Přinášíme novinky z činnosti tuzemských profesních svazů.



8

Foto: Shutterstock.com



24

Foto: archiv



30

Foto: Shutterstock.com



49

Foto: Shutterstock.com



Letecké cestování v Česku nedostupným snem?

Turistický průmysl je segmentem, který na pandemii nového typu koronaviru a na celosvětová restriktivní opatření doplatil nejvíce. Což platí i pro leteckou přepravu, která začala ve druhé polovině května pomalu ožívat. Bude to však proces dlouhý a bolestný.

Mnohé aerolinky avizují restart provozu třeba až na červenec – jednak je vše nutné sladit s mezinárodními dohodami, jednak nelze létat bez obnovení důvěry pasažérů. Mnohé letecké společnosti tak ohlašují masivní propouštění, jiné – včetně gigantů jako British Airways, Air France či

Proto je dnes tématem prakticky všech evropských vlád diskuse o podpoře letecké dopravy. Primární je podpora likvidity, aby se podařilo překlenout kritické období, kdy osobní letecká doprava prakticky ustala. Zřejmě je, že pád skupiny Smartwings by znamenal významné zhoršení výhledu pro

rodních dopravců se přežil a je možné se spoléhat jen na soukromé komerční společnosti. Mohlo se zdát, že je úplně jedno, zda u nás máme nějakou domácí leteckou společnost, nebo ne. Pak přišlo uzemnění Boeingů a nakonec Covi krize. A ukazuje se, že bez silného domácího přepravce nejde obnovit normální chod cestovního ruchu. Zánik domácího přepravce by znamenal velké problémy.“



Lufthansa – hledají pomoc u národních vlád. Na obou stranách Atlantiku není v této době státní pomoc aerolinkám ničím výjimečným – začátkem května Evropská komise posvětila státní pomoc francouzské vlády pro Air France ve výši 7 mld. eur, americké ministerstvo financí schválilo velkým americkým leteckým společností záchranný balíček ve výši 25 mld. USD. Do svých domácích přepravců investovaly i italská, nizozemská a rakouská vláda.

Letecká doprava jako strategická služba

Česko o pomoci české letecké společnosti Smartwings Group (SWG), která vlastní i značku ČSA, pouze vzrušeně debatuje. Z reakcí politiků se dokonce zdá, že nejlepším řešením je nechat SWG napospas a počkat, až trh vše vyřeší a prostor po krachující společnosti zaplní trh. Jistotu politiků nepotvrzují experti. „Letecká doprava prochází momentálně velkou změnou a význam skupiny Smartwings/ČSA bude do budoucna mnohem silnější. Pravidelná, cenově dostupná letecká doprava je strategickou službou, která má návaznost na růst HDP v ekonomikách jednotlivých států.

osobní leteckou dopravu v ČR, protože obnovení letecké dopravy bude prováděno velkými problémy a bude velice pozvolné. Výpadek lokálně bázovaných aerolinek by byl citelný a bezpochyby by se projevil zvýšením ceny letenek. Představa, že nějaký jiný dopravce rychle nahradí výpadek v kapacitě, je neadekvátní. Flexibilita v zaplňování mezer na trhu nefungovala dokonale ani v normálních tržních podmínkách,“ míní Petr Kováč, expert na leteckou dopravu Ernst & Young.

Jaká bude česká cesta?

Ve srovnání s evropskými a světovými obry je česká skupina Smartwings Group skutečně jen malým privátním hráčem. Ze všech faktů je přítom zřejmé, že existence skupiny je pro Česko i jeho ekonomiku zásadně důležitá. Ostatně ne náhodou je letecká doprava součástí tuzemské kritické infrastruktury. Podporu Smartwings i ČSA již v dubnu vyjádřila veřejně Asociace cestovních kanceláří, stejně jako ji vyjadřují jednotlivé cestovní kanceláře, letiště či experti. Potvrzuje to znovu i místopředseda a mluvčí ACK ČR Jan Papež: „V posledních letech se mohlo zdát, že institut takzvaných ná-

Expertí vědí, co je ve hře. Jistě, i bez letadel SWG se český turista či byznysmen do světa dostane. Jen je možné, že to bude násobně déle trvat a násobně za to i zaplatí. Doba, kdy letadla SWG seděla na ruzyňském letišti, takový model nabídla – cesta do oblíbeného Dubrovniku letadly cizích společností trvala přibližně desetkrát delší čas a také byla asi čtyřikrát dražší.

Skupina Smartwings Group je z globálního hlediska malá. Přesto pod značkami Smartwings a ČSA, což jsou dvě ze tří v Praze bázovaných značek, přepraví ročně jen do Prahy či z Prahy 5,4 milionu pasažérů. V hlavní sezoně vypraví do 80 destinací na 300 letů denně z celkem 12 základů v 7 zemích, přičemž 70 % všech letů tvoří pravidelné linky. Podíl SWG na tuzemské turistické přepravě přesahuje 85 %.

Je zřejmé, že ani ti největší letečtí přepravci se bez státní pomoci s dopady pandemie nevyrovnej, svědčí o tom i společné prohlášení, jímž již na konci dubna generální ředitelka ACI Angela Gittensová a generální ředitel IATA Alexandre de Juniac vyzvali evropské vlády k záchraně leteckého průmyslu, letišť a leteckých dopravců. Letecká doprava je totiž zásadní pro podporu globálních dodavatelských řetězců a pro plnou obnovu ekonomiky. Nad českou leteckou přepravou ještě o dva měsíce později visel velký otazník. ■

Text: Petr Karban
Foto: Shutterstock.com



COVID-19 a jeho dopady na cestovní ruch

Ještě na začátku tohoto roku všichni očekávali, že pozitivní trend v příjezdové i domácí turistice v České republice bude pokračovat i v příštích letech. Situace s pandemií COVID-19 předpoklady změnila. V současné chvíli ještě nikdo není schopen analyzovat následky; dopady však budou jistě výraznější než po ekonomické krizi z konce minulého desetiletí.

Cestovní ruch na globální bázi čelí doposud největší výzvě v historii. Týká se to celého sektoru, který je vzájemně provázán a zahrnuje letecké společnosti, ubytovací zařízení, kongresová centra, cestovní kanceláře, eventové agentury, výletní lodě, restaurace a gastroprovozy, průvodcovské služby, památky, hrady a zámky a mnoho dalších oblastí včetně dodavatelů, kteří jsou na cestovním ruchu nepřímo navázáni.

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) celosvětově předvídá 20–30% pokles příjmů z mezinárodního cestovního ruchu, což znamená ztrátu růstu posledních šesti až osmi let. Pro střední a východní Evropu se v roce 2020 dokonce předvídá snížení mezinárodního cestovního ruchu o 35 %, což činí přibližně 50 milionů hostů (studie Oxford Economics).

UNWTO pro srovnání uvádí, že výkon mezinárodního cestovního ruchu v roce 2009 se v důsledku světové hospodářské krize snížil o 4 %. Po krizi v roce 2008 trvalo evropským hotelům od jejího počátku (počítáno od září 2008) pět let, aby dosáhly stejné obsazenosti jako před krizí, a dokonce šest let, aby dosáhly stejné hodnoty v RevPAR (Revenue per Available Room) – tedy obratu.

Co se týče České republiky, z analýzy, kterou si nechala zpracovat agentura CzechTourism, vyplývá, že spotřeba cestovního ruchu v ČR se za rok 2020 propadne minimálně o 142 miliard Kč. Tržby v multiplikaci vázané na cestovní ruch pak minimálně o 286 miliard Kč. V ohrožení jsou desetitisíce, možná i statisíce pracovních míst.

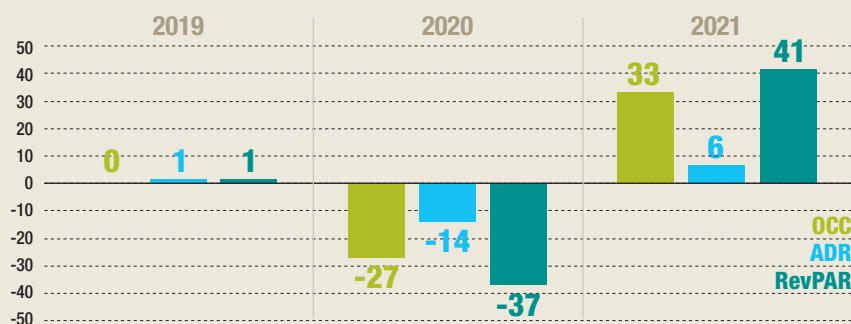
Zdali se tyto scénáře naplní, si budeme muset počkat. S jistotou můžeme tvrdit, že dopad na města, jejichž cestovní ruch stojí na zahraničních turistech, zahraniční firemní klientele anebo konferencích,

bude po celý rok 2020 a zřejmě i nadcházející léta velmi zasažen. Z naší země se to netýká jen Prahy, ale třeba i Českého Krumlova, Karlových Varů, Brna, Olomouce, Českých Budějovic a mnoha dalších měst, kde významnou roli hrají zahraniční hosté.

ticky předvídá, že úroveň roku 2019 ve všech třech indikátorech může být dosažena již v roce 2022.

Jenže co rok právě probíhající? Současná situace nabízí příležitost pro domácí cestovní ruch. Regionální ubytovací zařízení

Graf ODHAD VÝVOJE PRŮMĚRNÉ OBSAZENOSTI, ADR A REVPAR PRO ROK 2020 A 2021 VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH MĚSTECH* (V PROCENTECH)



*) Amsterdam, Athény, Barcelona, Belfast, Birmingham, Brusel, Budapešť, Dublin, Düsseldorf, Edinburgh, Frankfurt, Gatwick, Glasgow, Hamburk, Heathrow, Kolín nad Rýnem, Leeds, Londýn, Madrid, Manchester, Milán, Moskva, Mnichov, Paříž, Praha, Řím, Stuttgart, Varšava, Vídeň, Curych

Zdroj: STR Global

I pokud bude mít naše země otevřené hranice, stále to nic neznamená. Nejvýznamnější zdrojové země – Německo, Rusko, USA, Velká Británie, Itálie, Francie a Španělsko – jsou zároveň nejvíce zasaženými státy. Potenciální zahraniční hosté mohou mít obavy cestovat mimo své země z důvodu případné nákazy, popřípadě umístění do karantény po návratu. Veletrhy a konference se ze stejného důvodu konat nebudou. Pokud ano, tak ve velmi omezené míře, a to spíše s lokální než zahraniční účastí.

Mezinárodní cestovní ruch byl vždy stabilní a životně důležitou součástí globální ekonomiky. V současné době není možné předpovědět za jak dlouho, ale k zotavení jistě dojde. Pomalý návrat do normálu by měl začít příští rok, kdy se dá určitě počítat s nárůsty ve všech indikátorech (obsazenost, průměrná cena a RevPAR). Společnost STR Global dokonce optimis-

umístěná v zajímavých turistických lokalitách, například Šumava, Krkonoše, Jizerské hory apod. budou hojně využívány domácími turisty. Dovolená v zahraničí bude mnohými Čechy v tomto roce považována za velké riziko.

Nicméně domácí cestovní ruch není plnohodnotně schopen nahradit výpadek zahraniční klientely, která v roce 2019 celorepublikově tvořila 49,51 % z celkového počtu příjezdů hostů a 47,66 % z celkového počtu přenocování. Bez aktivní pomoci státu se tento obor neobejde. ■

AUTOREM TEXTU JE

Václav Hříbal, head of hotel transactions realitní a poradenské společnosti JAN Hospitality.
Tel.: 725 293 269
E-mail: vaclav.hribal@jan-reality.com
www.jan-hospitality.com





Jedinou jistotou je změna

Cestovní ruch lze restartovat, musíme ale zapomenout na zaběhnuté modely jeho fungování. Změnit se musejí všichni – zaměstnavatelé i zaměstnanci, hotely i cestovní kanceláře. To jsou ve zkratce závěry z historicky první on-line COTakhle snídaně, která proběhla 30. dubna. Jejím tématem byl restart hotelnictví a domácího cestovního ruchu. Na přetřes přišly třeba i detaily připravovaného systému voucherů na rozjezd domácího cestovního ruchu. Hlavním partnerem debaty byla společnost Hotelmax.cz.



To, že jsme si všichni během nouzového stavu vyzkoušeli méně okázalý režim žití, může mít vliv na změny spotřebitelského chování. Molekulární kuchyně a dekadentní zážitková gastronomie možná už nebudou tak poptávané. Jaký ale bude onen „nový normál“, jehož hledání se teď všichni tak intenzivně věnují? Vrátime se k základům? Jaké produkty budou mít šanci na úspěch? To je jen něco málo z otázek, na které přišla během dubnové diskuse řeč.

Jaký bude nový normál?

Lidé mají cestování rádi a vrátí se k němu. Stejně tak budou opět chodit do restaurací. To ostatně ukazují zkušenosti ze zemí, kterými epidemie prošla dřív než Českem. U nás ovšem bude náběh zřejmě pomalejší než třeba v Číně,

protože evropské vlády jsou v tomto směru opatrnější a restriktivní opatření uvolňují pomaleji. S jakým produktem ale budou mít zdejší podnikatelé šanci uspět na „novém“ trhu? Tuto otázku by si měl dnes položit asi každý. Položili jsme ji proto i my...

V oblasti hotelnictví budou lidé i nadále vyhledávat exkluzivní nabídky odlišující se od průměru. Tvrdí to alespoň **Jan Vlachynský**, který stojí v čele společnosti Lidi z baru a čtenářům bude znám třeba ve spojení s unikátním brněnským Anybody Hotelem, Barem, který neexistuje a dalšími podniky. Na druhé straně poroste poptávka po levnějších kapacitách, vyprazdňovat se bude podle Vlachynského střední segment. **Babeta Schneiderová** z Bohemian Hostels & Hotels (BoHo)

pak vyslovila domněnku, že úspěšný může být na trhu třeba i produkt hostelový. Mimo jiné proto, že do hostelů jezdí lidé obvykle na delší dobu než do klasických hotelů.

Zároveň se dá předpokládat, resp. jsme toho už nyní svědky, že určitá část hoteliérů upraví svůj produkt. Mimo jiné tak, aby více konvenoval tuzemské klientele, která bude minimálně v letošním roce pro mnohá ubytovací zařízení spásou. Stejně tak se produkt mění u řady hotelů sázejících v minulých letech hlavně na kongresový produkt. To potvrdil i **Michal Nešpůrek** z hotelu Skalský mlýn na Vysočině, podle kterého se toto zařízení začíná více zaměřovat na rodiny s dětmi a obecně volnočasovou klientelu. **Petra Horáková** z Hotelmax.cz pak



obecně dodala, že šanci uspět bude mít takový produkt, který bude stát na pevných základech, bude stabilní a po všech stránkách bez kompromisů, tzn. včetně lidí, kteří produkt či službu vytvářejí a definují.

Podle Jana Vlachynského je současná situace velkou příležitostí pro optimalizaci celého hotelnictví. „*Obor je nyní plný lidí, kteří v něm vůbec nemusí být,*“ uvedl Vlachynský a dodal, že hotely by se měly také soustředit na jádro svého byznysu – ne každý například musí mít restauraci a mnoho služeb je možné outsourcovat.

Po krizi cenová válka?

Velký otazník ovšem visí nad cenami ubytování v tuzemsku. Byť se většina odborníků shoduje v tom, že by se hotely neměly začít cenově podbízet, podle **Martina Plachého** ze společnosti Royal Spa nás zkušenosti z minulosti utvrzují v tom, že na našem hotelovém trhu zřejmě dojde k bratrovražednému boji, v kterém bude cena hlavní zbraní. Konec konců jsme toho svědky už nyní – stačí porovnat nabídky na Booking.com. Zkusíte si to s námi: vyhledejte si nabídku ubytování ve čtyřhvězdičkových hotelech v Praze pro jednu osobu na jednu noc na začátku června. My jsme našli 234 nabídek v cenách od 647 do 8 989 Kč za noc, přičemž 144 z těchto nabídek bylo v cenách do 2 000 Kč za noc. A jak vypadala nabídka ubytování ve Vidni podle stejných kritérií? K dispozici bylo 124 možností v cenách od 1 132 do 6 833 Kč, z toho jen 29 nabídek bylo v ceně do 2 000 Kč za noc. „*Ještě jsme nezačali a už se vzájemně likvidujeme,*“ komentoval současnou situaci Plachý.

Někteří restauratéři to nebudou číst rádi, nicméně účastníci diskuse se shodli, že současná krize je příležitostí k pročištění gastronomického trhu. „*Česko je jedna z mála zemí, kde mohly dlouhodobě fungovat podniky s třiceti- nebo čtyřiceti-procentní obsazeností. Trh se už nyní ale začíná čistit a ve finále může být mnohem zdravější,*“ řekl Jan Vlachynský.

Dodejme, že podle odhadů z konce dubna by letos kvůli koronaviru mohlo skončit až 30 procent restaurací. Redakční odhady počítají s tím, že vývoj bude podobný jako u hotelů, tedy že úspěch budou slavit ti, kdo dokážou nabídnout

něco jiného než zbytek trhu. A na druhé straně ti, kteří dokážou uspokojit potřeby lidí, kterým krize prohloubí kapsy.

Jedním ze specifických segmentů je lázeňství. Zejména v případě klasického léčebného lázeňství se produkt prakticky nezmění. Už proto, že je do značné míry předdefinován zdravotními požadavky a předpisy. U samopláteckých pobytů se produkt jistě změní v důsledku změny poptávky – na přechodnou dobu vypadne zahraniční klientela a lázeňské domy budou muset reagovat na poptávku domácích hostů. „*Ti nebudou přijíždět*

To, jak se dnes zachováme k zaměstnancům či k obchodním partnerům, ovlivní podobu našeho byznysu pro příští roky.



na tak dlouho. Vše se bude muset zrychlit. Bude přijíždět mladší klientela, víc než dřív také rodiny s dětmi,” nastínil očekávaný vývoj Plachý. „*Jediná jistota v našem životě je změna,*“ dodá. Nejen v lázeňství, ale i v hotelnictví jako takovém se podnikatelé musejí připravit na to, že doba bude jiná, klienti budou reagovat jinak a pro všechny to bude znamenat spoustu změn. V lázeňství pak může navíc dojít ke změnám spojeným s financováním lázeňské péče. Výběr zdravotního pojištění dramaticky poklesl, a zdravotní systém tak zaznamenává mnohamiliardové ztráty, které mohou pokračovat i v příštím roce. Je proto velmi pravděpodobné, že se opět (jako už mnohokrát v minulosti) otevře téma redukce lázeňské péče hrazené z veřejného zdravotního pojištění. „*Tato hrozba tady je, všichni rozumní jsme si jí vědomí a snažíme se, abychom nebyli závislí na veřejném zdravotním pojištění,*“ konstatoval Plachý, zároveň ale dodal, že pokud stát sáhne na lázeňství, žádných úspor nedosáhne. Už proto, že lázeňská péče představuje jen zlomek z celkových nákladů na zdravotnictví.

Cestovní kanceláře – řada nových hráčů

Přestože si domácí pobyty většina Čechů zajišťuje individuálně, je na trhu prostor i pro cestovní kanceláře. Tedy pro ty, které dokážou nabídnout víc než jen

ubytování se snídaní. „*Klienti, kteří jezdí prostřednictvím cestovních kanceláří, očekávají balíčky služeb, tedy to, na co jsou zvyklí v zahraničí – nabídky typu all inclusive s výlety a doplňkovými službami,*“ říká **Petr Krč**, obchodní ředitel CK Atis. Cestovní kancelář zkrátka musí umět nabídnout to, co si klient napřímo za stejnou cenu není schopen poskládat. Na druhou stranu subjektů, které jsou ochotny takovéto balíčky cestovním kancelářím nabídnout, je podle Krče v Česku relativně málo. Situace by se ale mohla změnit. „*Neochota dělat věci jinak teď bude narušena,*“ věří například Milan Pavelka. Aktivita podnikatelů však může být omezena legislativou. Kupříkladu nové hygienické předpisy budou podle Martina Plachého z Royal Spa tak rigidní, že nabídka all inclusive stravování bude prakticky nerealizovatelná.

Ale zpět k cestovním kancelářím. Situace, kde bude minimálně letošní hlavní turistická sezona stát především na domácím cestovním ruchu, přilákala do tohoto segmentu nové hráče. Nabídka domácích pobytů se nově objevuje u cestovních kanceláří dříve činných výhradně na poli outgoingu. „*Ano, tonoucí se stébla chytá,*“ komentoval to z pozice specialisty na domácí cestovní ruch Petr Krč, podle kterého se do tvorby vlastních nabídek pouští i řada jeho dosavadních provizních prodejců. „*Aspoň uvidí, jaká práce je vyjednat slušnou cenu, doplňkové služby a napojit se na turistické cíle v okolí. Možná si po tom, co to letos zkusí, budou víc vážit produktu, který pro ně my už třicet let připravujeme,*“ uvedl Krč.

Cestovní kanceláře letos nemají jednoduchou pozici, nálada ve společnosti vůči nim není příliš pozitivní. A to zejména vinou médií, která touroperátory vykreslují jako firmy, které svým zákazníkům svévolně zadržují peníze za nerealizované zájezdy, případně od nich požadují „výpalmné“ v podobě doplatek za zájezdy, které nebudou realizovány a za které klienti dostanou voucher s roční platností. Nejnověji jsou pak touroperátoři líčeni jako ti, kvůli kterým zdraží pobyty v tuzemsku (viz článek na iDNES ze 4. května s titulkem Čeká nás drahé léto v Česku? Cestovky si pronajaly velkou část hotelů a kempů). Situace přitom není



zdaleka tak černobílá – rychlým redakčním testem jsme si ověřili, že pobyty v některých tuzemských hotelech se dají přes cestovní kancelář pořídit dokonce levněji než přímo u hotelu. To mimochodem zřejmě popírá i myšlenku Jana Vlachynského na COTakhle snídání o tom, že cestovní kanceláře se přežily a do deseti let přestanou existovat...

Může domácí turismus vykompenzovat ztráty z incomingu?

To je otázka, na kterou se jen těžko hledá jednoduchá odpověď. Ano, v některých oblastech budou hoteliéři saturováni domácí poptávkou (mnohde mají na léto dokonce vyprodáno), v jiných – například v Praze či v západočeských lázeňských místech – je situace složitější. „Cestovní ruch mimo Prahu a některá další velká

v jeho hotelu do budoucna očekávat růst podílu volnočasové turistiky na úkor konferenčních akcí.

Pomohou vouchery?

Připomeňme, že Fórum cestovního ruchu ve spolupráci se Svazem obchodu a cestovního ruchu a Asociací hotelů a restaurací připravilo Záchraný plán cestovního ruchu, ve kterém na pomoc oboru navrhly mimo jiné systém voucherů na domácí cestovní ruch. A přestože vláda vzala tento dokument v potaz a inspirovala se jím při tvorbě svého akčního plánu, žádné z navrhovaných opatření zatím nebylo prakticky realizováno. „Za úspěch považuji, že s námi Ministerstvo pro místní rozvoj začalo o možnostech pomoci cestovnímu ruchu jednat a že se naším dokumentem inspirovalo při tvorbě svého akčního plánu. Viděl jsem také výstupy

určitou částkou na domácí dovolenou, pokud o to tito požádali. A tyto náklady si firmy mohly odečíst z daní. MMR pak podle Plachého na konci dubna pracovalo s modelem jednorázového příspěvku ze strany státu v zatím neupřesněné výši, který by byl distribuován pravděpodobně prostřednictvím agentury CzechTourism formou elektronické poukázky. Ty by měly mít zároveň sociální podtext, což znamená, že by se měly dostat k lidem, kteří by si jinak dovolenou v tuzemských ubytovacích zařízeních nemohli dovolit. A jednání směřují k tomu, aby měl systém co největší multiplikační efekt. „Už se však začínají objevovat různá, ale, která vytváří rigidní systém Evropské unie. Omezujeme se víc, než bychom museli. Mám obavu, aby nakonec nevznikl nějaký hybrid, který navíc přijde v době, kdy už to nebude mít dopad,“ uvedl Plachý.



KAM PRO DALŠÍ INFORMACE?

Záznam z dubnové COTakhle snídání můžete zhlédnout na tomto odkazu:

https://1url.cz/@cotakhle_restart

COTakhle
snídání
na téma...

města na tom bude asi relativně dobře, některé penziony možná dokonce lépe než v minulých letech. V Praze a v dalších místech, kde byli hoteliéři závislí na zahraniční klientele, korporátních či kongresových hostech, bude situace ještě poměrně dlouhou dobu mnohem horší. A obávám se, že připravované marketingové aktivity CzechTourism, byť Praha je jednou z destinací v rámci kampaně Světové Česko, nebudou stačit. Myslím, že lidé budou do Prahy a dalších větších měst jezdit jen na kratší výlety, ale my bychom potřebovali kampaň, která by lidi přiměla k tomu, aby přijeli na dva nebo tři dny,“ doplnila Babeta Schneiderová.

Je přirozené, že hoteliéři z větších měst, případně ti, kteří dosud sázeli na konferenční klientelu apod., musejí přistoupit k úpravě produktu a k takovým komunikačním aktivitám, které jejich zařízení zviditelní domácím hostům. „Důležitá je samozřejmě i cena. Nemyslím, že by byl tuzemský host ochoten zaplatit stejnou cenu jako ten zahraniční,“ uvedl Michal Nešpůrek, podle kterého lze například

z jednání Národní ekonomické rady vlády (NERV), která navrhuje některá z opatření, s kterými jsme my přišli už před měsícem,“ komentoval na dubnové snídání Martin Plachý z pozice viceprezidenta Svazu léčebných lázní, který se jakožto člen Fóra cestovního ruchu na tvorbě citovaného záchraného plánu podílel. „To je ale svým způsobem smutná zpráva o fungování našeho státu – zatímco na západ od nás už připravují opatření na restart cestovního ruchu, my se stále ještě bavíme o záchraných opatřeních, která tam už mají dávno za sebou,“ konstatoval Plachý a jako příklad uvedl, že v Rakousku bylo v polovině dubna na kurzarbeit 900 000 lidí, zatímco u nás pouhých 160 000. „Vymyslíme něco, co už bylo vymyšleno a trvá nám to strašně dlouho,“ povzděchl si Plachý.

Pokud jde o vouchery na domácí cestovní ruch, původně se podle Plachého jednalo o inspiraci slovenským modelem. Ten jsme detailněji popsali v minulém vydání, zde jen stručně připomeňme, že na Slovensku měly firmy nad 50 zaměstnanců povinnost přispět svým zaměstnancům

„Já bych to nenazýval poukázkami,“ poznamenal k zvažovanému systému podpory domácího turismu Petr Krč. Poukázky jsou podle něj zneužitelné. „Mělo by se jednat o bonus pro zaměstnance, resp. o položku odčitatelnou z daní. Firmy by měly dostat možnost, pokud přispějí svému zaměstnanci na dovolenou, si tyto náklady odečíst z daňového základu. A zřizovat kvůli této podpoře nějaký nový aparát, to je katastrofa. Stejně tak je nepřijatelné, aby na tomto systému participovala některá z poukázkových společností,“ varoval Krč. Vše by podle jeho slov mělo fungovat na bázi bezhotovostního platebního styku mezi poskytovatelem služeb a zaměstnavatelem, tedy zákazníkem. Podobně jako je to už dnes třeba u příslušníků ozbrojených složek. Systém by měl podle Petra Krče fungovat tak, že by si zákazník dle vlastní volby zakoupil některou ze služeb domácího cestovního ruchu (tedy nejen ubytování, ale třeba také vstupy do turistických atrakcí, stravování atd.), obdržel by daňový doklad, ten by předložil svému zaměstnavateli, který by zaměstnanci část této sumy refundoval a tento příspěvek by si odečetl od daňového základu. Případně by mohl být daňový doklad vystaven přímo na jméno zaměstnavatele, a ten by pak část nákladů strhnul zaměstnanci z příští mzdy. „Rozhodně by ale neměl vzniknout jakýkoli monopol, mělo by se jednat o naprosto volný trh,“ řekl Krč.



Nová doba, nové kompetence

Cestovní ruch se v posledních letech potýkal s fatálním nedostatkem kvalitních pracovních sil. V důsledku nastávajícího ekonomického poklesu se ale dá očekávat růst nezaměstnanosti. Zlepší se tím situace restaurátérů, hoteliérů a dalších subjektů v cestovním ruchu? Námi oslovení odborníci v tom nejsou zajedno. Jan Vlachynský uvedl, že doufá, že se lidé nebudou chtít vrátit do provozů, z kterých byli v době koronavirové pandemie propuštěni, aniž by dostali odstupné. „*To, jak se dnes zachováme k zaměstnancům či k obchodním partnerům, ovlivní podobu našeho byznysu pro příští roky. A má to stokrát větší dopad než to, co jsme dělali před třemi měsíci,*“ řekl. „*Ano, měli bychom se snažit, abychom se za to, co jsme dělali během koronakrize, nemuseli třeba za rok stydět,*“ přitakal moderátor snídaně **Milan Pavelka** z Hotelmax.cz. Naproti tomu Martin Plachý byl v tomto ohledu skeptický, řada takto neférově propuštěných zaměstnanců se na svá místa podle něj vrátí.

Petra Horáková z Hotelmax.cz, která má bohaté personalistické zkušenosti z oblasti hotelnictví, pak k personální problematice poznamenala, že ekonomický pokles by mohl mít na trh podobně pozitivní vliv jako krize z let 2008–2009: „*Poté, co tehdy nezaměstnanost dosáhla asi 11 procent, byli lidé natěšeni do práce a situace byla optimistická.*“ Na druhou stranu se již teď ukazuje, že řada lidí cestovní ruch nadobro opustí, tedy že se prohloubí odliv kvalifikované pracovní síly, kterého jsme byli svědky v posledních letech. „*Bude se muset změnit mzdová politika, protože nyní se naplno ukazuje, že minimální mzda a věci s tím spojené jsou pro lidi dlouhodobě neudržitelné. Kvalitní lidé budou muset hoteliéři kvalitně zaplatit,*“ uvedla Horáková. Hotely podle ní budou muset víc než dřív řešit efektivitu svých provozů včetně flexibilní pracovní doby a pracovních rozvrhů. „*Nebudou mít třeba dvacet stálých zaměstnanců jako dosud. Bude jich méně a doplní je brigádníky, aby mohly lépe vykrývat výkyvy poptávky, resp. obsazenosti,*“ komentovala Horáková, a potvrdila tak to, co už dnes úspěšně funguje třeba v Bohemian Hostels and Hotels. „*U nás téměř dvě třetiny zaměstnanců představují studenti a další*



lidé s dohodami a flexibilními pracovními úvazky. A směny plánujeme podle toho, jak jim to vyhovuje. Lidem to vyhovuje, nám to vyhovuje a navíc nám to dává možnost kvalitně zaplatit stále zaměstnance, kteří představují jádro týmu,“ vysvětlila Babeta Schneiderová. V tomto směru by se měli hoteliéři podle Schneiderové inspirovat v restauracích, kde takovýto systém funguje už dlouho a s úspěchem. „*Pokud se naučíme větší flexibilitě, budeme si moci dovolit zaplatit lidem větší mzdy,*“ věří Schneiderová. Jan Vlachynský to ale vnímá opačně. „*Lidi musím lépe zaplatit, tím pádem si budu více vážit jejich času a budu muset vymyslet, jak jim zadávat práci, která bude dávat smysl.*“ Důvody neefektivity některých lidí je tak třeba hledat u jejich manažerů.

Současná situace rovněž ukázala, že je třeba se zaměřit na práci s kompetencemi zaměstnanců, resp. na rozvoj některých „nových“ kompetencí. Personál i management bude muset být mnohem více multifunkční než dosud a podobně jako v BOHO Hotels budou zaměstnavatelé podporovat to, aby zaměstnanci přicházeli s novými nápady na další rozvoj firem. Oceňována bude schopnost učit se novým věcem a postupům. „*Nám se také velmi vyplatila pozornost, kterou jsme v posledních letech věnovali výchově nových lídrů,*“ pochvaloval si na COTakhle snídani Jan Vlachynský. Díky

tomu nyní může v rámci firmy fungovat několik týmů, které se nemusejí vzájemně potkat, přesto všechny procesy fungují tak, jak mají. Podle Petry Horákové budou personalisté jednoznačně podporovat všestrannost v provozu a u manažerů především emoční inteligenci. Na všech úrovních bude oceňována schopnost „učení se za letu“. „*V lidech musíme začít hledat to nejlepší, co v nich je, v čem jsou opravdu dobří. V tomto směru bude nutné jejich rozvoj podpořit a efektivně využít k oboustrannému prospěchu,*“ uvedla Horáková. „*Proč třeba v malém hotelu nevyužít toho, že některá pokojská je nejen šikovná ve své pozici, ale taky výborně a ráda pečce? Nebo toho, že recepční kromě jiného s úspěchem spravuje sociální síť? Taková lidé budou skvěle motivovaní a pomůže to jak jim, tak nám,*“ vysvětlila.

Podle Petry Horákové se budeme muset také naučit pracovat s chytrými postupy a technologiemi, kvůli kterým máme zatím stále nižší produktivitu práce než země na západ od našich hranic. Hotelům, zejména pak těm nezávislým, by měl s adaptací na nové podmínky pomoci mimo jiné program Restart 2.0 společnosti Hotelmax. ■

Text: Petr Manuel Ulrych
Foto: Shutterstock.com



Na startovní čáře (po pandemii koronaviru). Uděláme stejnou chybu?

Současná krize zastavila turismus. Jakýkoliv návrat do normálu je nejistý. Přejde druhá vlna koronaviru? Turisté jsou nedočkaví. Destinace jsou na startovní čáře a čekají jen na povel. Budeme ale opakovat ty stejné chyby jako předtím, nebo jsme se poučili?



Dle zakladatele G Adventures **Poona Tipa**, jehož kniha o udržitelném cestování se před pár lety stala jedním ze světových bestsellerů, se momentálně nacházíme v bodě nula a máme jedinečnou šanci znovu porozumět opravdové podstatě turismu: „Narodili jsme se jako objevitelé, ale průmysl cestovního ruchu z nás vytvořil spíše konzumenty. Je na každém z nás, zda turismus bude lepší. To neznamena užívat si dovolené méně, ale cestovat a spravovat turismus, jiným, udržitelným způsobem. Proč bychom po pandemii měli těžce bojovat o návrat do zajetých kolejí, když máme unikátní možnost vytvořit takový model turismu, který bude lépe odpovídat potřebám všech aktérů zapojených v cestovním ruchu.“

Stejný názor má i autorka biografie o overtourismu **Rachel Dodds**: „Průmysl cestovního ruchu se v posledních letech řídil ideou kapitalismu, že více je vždy lépe. Více (turistů) neznamena vždy lépe. Nechceme se vrátit zpět do období, kdy nás trápili problémy overtourismu a ekologické nezodpovědnosti. Je čas „nově nastavit“ turismus.“ A profesor turismu z věhlasné Purdue University **Jonathan Day** vysvětluje: „Jestliže chceme postavit továrnu v našem sousedství, většinou se kolem toho strhne živá diskuse týkající se dopadů na místní komunitu. Ale cestovní ruch nás často dostává jen do pozice, kdy se při této stavbě stáváme pouhými diváky. V cestovním ruchu se stává, že se postaví velká továrna ještě předtím, než si toho stačíme všimnout.“

Místo, aby cestovní ruch přispíval k lepšímu životu v destinaci, zcela ji ždímá. Dle Rachel Dodds výše zmíněné problémy mohou být limitovány pouze tehdy, pokud destinace budou nahlížet na rozvoj cestovního ruchu z dlouhodobé nikoli krátkodobé perspektivy. Udržitelný rozvoj z pohledu ekonomického, kulturního a environmentálního musí být jasným cílem.

Strašák overtourismu se i přes veškerá hygienická opatření po skončení pandemie koronaviru může velice rychle vrátit.



Nezbytnou součástí restartování cestovního ruchu by dle prezidenta Global Sustainable Tourism Council **Randy Durbanda** mělo být zlepšení veřejné politiky a destinačního managementu. Je potřeba více peněz převést z nefunkčního marketingu do lepšího plánování a managementu. Jedním z hlavních důvodů proč se cestovní ruch vymkl kontrole a v mnoha místech po celém světě způsobil overtourism, byl špatný marketing destinací, které často nevěděly, o jaké turisty stojí. Tato strategie měla zdrcující dopady na kvalitu života místních komunit. Někteří rezidenti mají ještě v čerstvé paměti nájezdy britských turistů loučící se svobodou. Destinace mají teď jedinečnou možnost vyvarovat se stejných chyb. Vyjít z krize silnější. Provedením nezbytných opatře-

ní, stanovením přesných pravidel, vytýčením jasných dlouhodobých vize za spolupráce všech partnerů (včetně rezidentů) vytvořit takovou strategii, která zacílí na odpovídající cílové segmenty a bude mít snahu rozvíjet turismus v destinaci udržitelným způsobem. Přestože převážná část zodpovědnosti za negativní dopady průmyslu cestovního ruchu leží na bedrech destinačních společností, turistických koncernů, resortů, hotelů a dopravních společností, za současnou situaci jsme vinní i my, turisté. Jestliže chceme „nově nastavit“ cestovní ruch, musíme se zamyslet také nad sebou samými a naším způsobem cestování. Jak doplňuje Poon Tip: „Jako cestovatelé máme obrovskou sílu a privilegium. Je naší volbou, jak se bude vyvíjet cestovní ruch. Změnou našeho cestovatelského chování můžeme změnit celý průmysl cestovního ruchu.“

Zkusme popřemýšlet, jakým způsobem utrácíme peníze v destinaci, jaký dopad a přínosy má naše cestování na rezidenty a místní prostředí a jakými hosty jsme z pohledu kulturního a společenského pro místní komunitu. Strašák overtourismu se i přes veškerá hygienická opatření po skončení pandemie koronaviru může velice rychle vrátit. Ukázkovým příkladem, jak situace může znovu vypadat, pokud i my jako turisté nepřijmeme svoji osobní zodpovědnost, bylo otevření Mountain Park Huangshan po uvolnění opatření nouzového stavu v Číně dne 4. dubna. Obrázky CNN nápadně připomínaly situace před několika měsíci. Tisíce lidí s rouškami (i bez) se vzájemně tlačily při snaze projít přírodním parkem, takže strážcům nezbývalo nic jiného, než přistoupit k neobvyklému kroku a již v 7.48 ráno po naplnění kapacity 20 000 návštěvníků oblast zcela uzavřít. ■

AUTOREM TEXTU JE

Mgr. Miroslav Rončák,
odborný asistent Katedry
rekreologie FTK UP v Olomouci
a regionální ředitel TCI Research.
miroslav.roncak@upol.cz





Památky jako turistické cíle

Foto: Shutterstock.com



Naděžda Goryczková: Prodloužíme hlavní sezonu	14
Poklad funkcionalismu na Babě láká k objevení	17
Seznam Evropského dědictví se rozrostl i o české památky	18
Připravte se na tuzemské návštěvníky památek. Pomůžeme vám!	20
Plumlov – tip na neotřelý výlet	22
Neprávem méně známé a méně navštěvované	24
Pevnost Terezín – unikát plný překvapení	26
Památky a právo v době koronavirové krize	28

Zhruba 39 % našich vyjede za památkami 2–3x ročně, čtvrtina 4–5x do roka a 12 % realizuje dokonce 6–10 cest za památkami během jednoho roku.



[STR. 20]



Naděžda Goryczková: Prodloužíme hlavní sezonu

S generální ředitelkou Národního památkového ústavu Naděždou Goryczkovou jsme hovořili o tom, jak se koronakrizе dotkla činnosti této instituce, s jakými změnami musejí návštěvníci tuzemských hradů a zámků v letošní sezoně počítat i na jaké novinky se mohou těšit.



Naděžda Goryczková,
generální ředitelka NPÚ

Jak se koronavirová krize podepsala na činnosti NPÚ a jím spravovaných objektů?

Opatření proti šíření koronaviru, jejichž následkem zůstaly památky v naší správě zavřené, mají samozřejmě velké dopady do výnosů. Předpokládáme kumulované ztráty do konce května jsou téměř 130 milionů korun. Nicméně

věříme, že se ztráty podaří alespoň částečně snížit během hlavní sezony, kterou plánujeme prodloužit až do konce září, bude-li zájem ze strany veřejnosti. Jsme také připraveni prodloužit otevírací dobu i na pondělky, během kterých bývají památky obvykle zavřené.

Časopis vychází na začátku června. Budou již v té době zpřístupněny všechny památkové objekty ve správě NPÚ?

Památky ve správě NPÚ včetně interiérů byly bez výjimky zpřístupněny od 25. května. Pouze tam, kde probíhají komplexní stavební obnovy, může být v některých případech provoz dílčím způsobem omezen. Například na zámku v Telči se mění rozsah a nástup na trasu B, na Karlštejně dochází k omezení pohybu návštěvníků na prvním nádvoří z důvodu stavební činnosti. Ale památky jsou zpřístupněné.

Jak se změní návštěvní řád? Bude možné případná nová opatření zavést na všech objektech, nebo narážíte na nějaké problémy?

Lidé budou povinni dodržovat zpřísněná pravidla návštěvního provozu, a to především v oblasti ochrany zdraví nejen návštěvníků, ale i našich zaměstnanců. Tato pravidla platí pro všechny objekty v naší správě a jsou umístěna na našem webu npu.cz, na webech jednotlivých památek a samozřejmě i u vstupu do památkových objektů. Návštěvník je poví-

nen mít zakryté dýchací cesty, a to po celou dobu pobytu v areálu. Musí dodržovat stanovené odstup, provést dezinfekci rukou před vstupem do pokladny nebo sociálního zařízení, nesmí se shlukovat v areálu hradu nebo zámku. Vyloučeny jsou automaty na občerstvení, interaktivní technika a audioguide. Počet návštěvníků v jednotlivých skupinách bude snížen až na polovinu, konkrétní číslo se vždy odvíjí od velikosti daného objektu tak, aby byly dodrženy nařízené rozestupy. Předpokládáme tedy, že ve výsledku provedeme interiéry našich památek významně méně lidí než v uplynulých letech.



Mnichovo Hradiště

Kolik lidí navštívilo objekty ve správě NPÚ v loňském roce a jakou návštěvnost předpokládáte v roce letošním?

V loňském roce navštívilo památky v naší správě 5,3 milionu lidí, predikce na tento rok jsou samozřejmě s ohledem na situaci významně nižší. Během dubna a května přišlo v loňském roce na naše památky více než milion lidí, letos zatím jen sto tisíc návštěvníků. I když očekáváme, že ze strany tuzemských turistů bude zájem o památky vyšší, vzhledem k jarnímu výpadku a také omezení počtu návštěvníků v prohlídkových skupinách, budeme rádi, když dosáhneme čtyřmilionové hranice.

Jak velký podíl měli na návštěvnosti cizinci? Podaří se jejich výpadek nahradit zvýšenou návštěvností ze strany domácích turistů?

Co se zahraničních turistů týče, podílejí se na našich výnosech celkově maximálně 15% procenty, ale je to na každém objektu individuální, vyšší procento lidí ze zahraničí mají třeba Český Krumlov, Lednice nebo Hluboká. Předpokládáme, že tento výpadek se podaří pokrýt zájmem českých turistů.

Očekáváte v důsledku pandemie nového koronaviru nějakou zásadnější změnu návštěvnícké struktury pro příští roky?

To v tuto chvíli asi nelze predikovat. Bude záležet na tom, jak se situace kolem koronavirové nákazy bude vyvíjet nejen u nás, ale i v jiných státech.



Český Krumlov

Na jaké novinky se mohou letos návštěvníci objektů ve správě NPÚ těšit?

Novinek chystáme pro letošní sezonu mnoho. Zásadní novinkou je zavedení on-line systému prodeje vstupenek téměř na všech památkách v naší správě. Lidé si budou moci rezervovat a zakoupit vstupenky z pohodlí svého domova. To ale neznamená, že jim nebude umožněn nákup vstupenky na místě. Tato možnost zůstává, ale preferovat budeme bezhotovostní platby. Chystáme i nové instalace, koncem června slavnostně zpřístupníme zámek Slatiňany, kde byla po několika letech dokončena obnova financovaná z evropských zdrojů. Zámek Valeč připravil zcela novou expozici, která moderním způsobem představí sochy M. B. Brauna, ve Vranově nad Dyjí otevřeme nový



okruh se strážní věží a středověkou věznicí, na Sychrově bude nová instalace věnovaná Rohanům a řada dalších novinek. Letos také pokračuje mnohaletý projekt Po stopách šlechtických rodů, v jehož rámci se v roce 2020 zaměříme na rod Valdštejnů. Hlavním výstupem tohoto roku bude nový návštěvnický okruh na zámku Duchcov.

S jakými cenami vstupenek mají návštěvníci pro letošní rok počítat?

V souvislosti s koronavirem vstupné nezvyšujeme, i když zpřístupnění v takto složitých podmínkách je finančně daleko náročnější. Ale již v závěru loňského roku jsme provedli poslední vlnu tzv. narovnání vstupného. To znamená, že jsme mírně navyšovali ceny vstupného tak, abychom srovnali cenové hladiny podobných objektů po celém území ČR.

Pokud vím, měl NPÚ letos realizovat projekty Památky bez bariér a Valdštejnů – Lvi ve službách císařů. Dojde na realizaci? A co konkrétně bude jejich obsahem?

Projekt Památky bez bariér, který měl být realizován s Národní radou osob se zdravotním postižením, musíme bohužel odložit na příští rok, jelikož bychom ho v letošním roce s ohledem na odklad sezony již nestihli zrealizovat. Projekt Valdštejnů – Lvi ve službách císařů úspěšně pokračuje, byť byl původní program lehce redukován.

Zásadní novinkou je zavedení on-line systému prodeje vstupenek téměř na všech památkách ve správě NPÚ.



V rámci Valdštejnského roku bude otevřena nová trasa na zámku Duchcov, počítáme také s realizací oblíbené Hradozámecké noci na konci srpna, letošním centrem bude zámek Mnichovo Hradiště, kde bude slavnostně otevřena rozšířená expozice u hrobky Albrechta z Valdštejna.

O krizích se občas obecně hovoří jako o obdobích, která ukazují nové cesty a příležitosti. Ukázala vám situace kolem pandemie COVID-19 nějaký nový směr, případně přinesla nějaké poučení aplikovatelné do budoucna? Změní se v něčem činnost NPÚ?

Během doby, kdy byly památky zavřené, jsme hledali cesty, jak zůstat s našimi příznivci v kontaktu. Přesunuli jsme se tedy do on-line prostoru a prostřednictvím sociálních sítí Facebook, Instagram a YouTube jsme návštěvníkům ukazovali, co se na památkách aktuálně děje, jakou práci dělají naši zaměstnanci, jak se připravuje nová expozice, zavedli jsme je prostřednictvím videa do míst, kam se běžně návštěvníci v rámci prohlídky nepodívají. Velkou popularitu měla také videa kastelánů, kteří připravili virtuální prohlídky svých objektů. Přestože virtuální svět nikdy nemůže nahradit zážitek z osobní prohlídky, určitě chceme v on-line aktivitách nadále pokračovat. ■

Text: Petr Manuel Ulrych

Foto: NPÚ

[INZERCE]

G



HMP

Dům sochaře Františka Bílka v Chýnově

Údolní 133, Chýnov u Tábora
otevřeno do 1. listopadu 2020
út–ne 10–12 h, 13–17 h

www.ghmp.cz



Přijďte do Telče, jednoho z nejkrásnějších měst Česka

Telč, malebné město uprostřed Českomoravské vrchoviny, 30 km od rakouských hranic, v polovině cesty mezi Prahou a Vídní, láká své návštěvníky do již zapomenutých časů.



Datum založení města je neznámé, nejstarší dochovaná zmínka o Telči pochází z období let 1333–1335. Od roku 1339 vlastnil město rod pánů z Hradce a především zásluhou Zachariáše z Hradce se původně vodní pevnost s gotickým hradem změnila v půvabný renesanční klenot. Současné město nabízí návštěvníkům živé setkání se všemi stavebními slohy minulého tisíciletí. Představuje jedinečně zachovaný architektonický komplex – jemuž dominuje renesanční zámek a náměstí –, který je

od roku 1992 zapsán na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Nenechte si ujít

Státní zámek, Zámecké podzemí, Telčské podzemí s interaktivní zábavně-naučnou expozicí, Telčský dům, Městskou galerii Hasičský dům, Muzeum techniky, volnočasový areál Panský dvůr, vyhlídkovou věž sv. Ducha s multifunkční expozicí a věž sv. Jakuba, rozhlednu, Expozici historie železniční dopravy, ... Jestliže je Telč známá



INFORMAČNÍ CENTRUM MĚSTSKÉHO ÚŘADU TELČ

nám. Zachariáše z Hradce 10, 588 56 Telč
tel.: 567 112 407–8, e-mail: info@telc.eu

www.telc.eu

www.zamek-telc.eu



díky své kráse, zachovalosti svého náměstí a zámku, zasluhuje její okolí nemenší pozornost. Využijte vycházkové trasy do okolí, cyklotrasy i nové singletrailové terénní stezky pro horská kola. Právem je Telč každoročně cílem návštěvníků z celého světa. ■

Text a foto: město Telč

Je libo světové skvosty? V Kroměříži bez omezení

Opatření proti koronavirové nákaze pomalu mizí, co však přetrvává, jsou obavy a nejistota turistů. Na cestování do ciziny asi budeme muset zapomenout a dá se očekávat, že při putování za tuzemskými zážitky budeme dávat přednost zdravým místům s minimální kumulací lidí, s možností trávit čas mimo uzavřené prostory a nejlépe venku na čerstvém vzduchu.



Jednou z destinací, která přesně takové výhody nabízí, a navíc s bonusem památek světového významu, je Kroměříž. Zdejší památky zapsané v seznamu UNESCO není třeba představovat, je ale dobré si připomenout, že jak Květnou, tak i Podzámeckou zahradu můžete navštívit v plné kráse, bez omezení a hlavně bezpečně, aniž by vám někdo šlapal na paty a dýchal za krk. A především si odnesete zážitky srovnatelné



s návštěvou francouzských zahrad ve Versailles a Villandry nebo vídeňského Schönbrunnu. Květná zahrada zve na otevřené skleníky, kolonádu, komentované prohlídky zahrady i rotundy, jejíž skvostně zdobená kopule snese srovnání s bazilikou sv. Petra ve Vatikánu.

Pulsujícím srdcem města je Velké náměstí s mnoha dobrými restauracemi, útulnými kavárnami a vinárnami. Stinná podlouhá

a přilehlé malebné uličky vás přimějí zastavit a vymanit se z každodenního shonu. Ať už jste mladý pár, rodina s dětmi, cyklista či aktivní senior, najdete tu vše, co potřebujete ke své spokojenosti. V Kroměříži není nikam daleko a místo shonu můžete o to více času věnovat relaxaci. A nově se můžete vydat i na plavbu po řece Moravě, která hlavně v parném létě přináší ideální osvěžení. ■

Text a foto: město Kroměříž

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM KROMĚŘÍŽ

Velké náměstí 115, Kroměříž

Tel.: +420 573 321 408

E-mail: infocentrum@mesto-kromeriz.cz

www.kromeriz.eu



Poklad funkcionalismu na Babě láká k objevení

Jako součást mezinárodního projektu „Werkbund Estates in Europe 1927–1932“ získal obytný soubor vil na pražské Babě nejvyšší ocenění pro památky – označení Evropské dědictví (European Heritage Label). Ten uděluje Evropská komise jen památkám celoevropského kulturně-historického významu. Praha chce obnovit jedinečný původní ráz unikátní Baby podle nové koncepční studie na revitalizaci území této městské památkové zóny.

Ocenění spolupráce

Cesta k získání tohoto prestižního evropského ocenění nebyla krátká. Již roku 2013 došlo ke znovupropojení zástupců všech šesti lokalit, v nichž se podařilo na přelomu 20. a 30. let 20. století experimentální obytné soubory realizovat. V rámci pracovní sítě představitelů Stuttgartu, Brna, Prahy, Vratislavi, Curychu a Vídně probíhala živá výměna informací týkající se péče o hodnoty těchto jedinečných architektonických souborů i jejich dalšího směřování a nových funkcí. Intenzivní spolupráce vyústila v roce 2016 v realizaci velké výstavy „Cesta k modernitě. Sídliště Werkbundu 1927–1932“ v Muzeu architektury ve Vratislavi. Vyvrcholením společného úsilí pětice měst pod vedením Stuttgartu (s výjimkou Curychu) je pak aktuální získání významného evropského ocenění European Heritage Label.

Praha drží krok s Evropou

První část souboru vil na Babě vznikla jako reakce na iniciativu německého Werkbundu (Svazu německého díla) v meziválečném období 1927–1932. Ten ve jménu funkcionalismu a levicového okouzlení z kolektivního bydlení razil progresivní a odvážný přístup k výstavbě moderních sídlišť (kolonií) pro široké vrstvy. Nabízel tak i řešení bytové krize ve velkých evropských městech. Záměrem výstavby byla jednoduchost, hygieničnost, cenová dostupnost i rychlost stavby díky převratné technologii železobetonového skeletu a prefabrikovaným materiálům, které je možné složit jako skládačku. Výsledkem intenzivního propojení a spolupráce mezi evropskými dílenskými svazy byly výstavy nového bydlení. První sídliště Weissenhof bylo představeno jako součást výstavy Die Wohnung ve Stuttgartu v roce 1927. Vzniklo podle návrhu dnes již legendárních architektů jako Le Corbusier, Walter Gropius či Ludwig Mies van der Rohe (mj. autor funkcionalistické vily Tugendhat v Brně). Následovaly výstavy představující výstavbu kolonie Nový dům v Brně, polská Vratislav představila bytový komplex WuWA, Curych zase sídliště Neubühl. Praha



Vila manželů Paličkových v Osadě Baba, postavená v letech 1931–1932 podle návrhů holandského architekta Marta Stama a Jiřího Paličky

prezentovala výstavbu Baby a Vídeň svou výstavní kolonii, na níž se podílel též prominentní architekt Adolf Loos. Nastupující fašismus však nebyl vůbec nakloněn společensko-politickým experimentům moderny. Baba měla štěstí – řadí se k nezachovaljším souborům Werkbundu, nepoškozeným během 2. světové války.

Baba a její výjimečnost

Baba byla sice vystavěna jako jedna ze šesti dnes nejvíce ceněných obytných kolonií s cílem propagovat funkcionalistické bydlení, ovšem jako jediná je souborem individuálních vil soukromých investorů z řad tehdejších pokrokově smýšlejících osobností pražské společnosti. Svaz československého díla v čele s architektem Pavlem Janákem zakoupil tříhektarový pozemek na dejvické Babě (mezi kostelem sv. Matěje a zříceninou Baba) a oslovil osobitou skupinu všestranných architektů a designérů moderny jako Ladislava Žáka, Evžena Linharta, Josefa Gočára či Hanu Kučerovou-Záveskou. Díky spojení osvěcovaných architektů, stavitelů a neméně progresivně uvažujících investorů tak vznikl unikátní soubor moderních vil s terasami a plochými střechami šachovitěho rozmístění skýtající obyvatelům každé vily nádherný výhled na panorama Prahy. Samozřejmostí byl i návrh zahrad a urbanistický návrh okolí.

Jediným cizincem byl holandský avantgardní architekt Mart Stam, který stavitele Jiřího Paličku a jeho ženu, textilní výtvarnici Emilii Paličkovou, na výstavě ve Stuttgartu nato-

lik okouzlit, že si ho vyžádali pro návrh své vily. Vila Palička je dnes příkladem citlivého přístupu k renovacím těchto architektonicko-urbanistických skvostů. Během desítek let od svého vzniku se většina vil a jejich okolí dočkala řady citlivějších či méně citlivých proměn. Blýská se však na lepší časy.

Vize blízké budoucnosti

Získání ocenění European Heritage Label je jistě důvodem k oslavám, zároveň je však zavazující, a proto již nyní probíhají

Celkový pohled na Osadu Baba



práce na přípravě nové koncepční studie Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy na celkovou revitalizaci lokality Baba s odkazem na původní stav. Cílem studie je vedle zkvalitnění prostředí pro místní obyvatele také vytvoření zázemí pro návštěvníky s ohledem na co nejmenší rušení poklidného života obyvatel vil, obnova povrchů k maximálnímu posílení identity a charakteru obytného souboru Baba (a tím také zlepšení podmínek pro chodce, zvýšení bezpečnosti a bezbariérovosti), rekonstrukce sítě technické infrastruktury v souladu s moderními trendy a nakonec stanovení nezbytné regulace území za účelem zajištění udržitelného rozvoje s ohledem na památkovou péči. Klenot jako Baba si nejvyšší úroveň péče rozhodně zaslouhuje. ■

Text a foto: Odbor památkové péče MHMP



Seznam Evropského dědictví se rozrostl i o české památky



Mají pro Evropu symbolickou hodnotu, sehrály významnou úlohu v dějinách Evropy a při budování Evropské unie, pomáhají evropským občanům získat poznatky o společném kulturním dědictví, evropských dějinách, budování EU, demokratických hodnotách a lidských právech a v neposlední řadě také podporují vytváření sítí pamětihodností a památkářů s cílem sdílet zkušenosti a osvědčené postupy. A pokud jde o věhlas, jsou tak trochu ve stínu památek zapsaných na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. O čem že je řeč? O pamětihodnostech označených jako Evropské dědictví. Již tři zápisy (resp. čtyři lokality) má v tomto elitním klubu také Česká republika.

Historie označení Evropské dědictví sahá do roku 2006. Vzniklo tehdy jako mezinárodní iniciativa 17 evropských států, jejichž záměrem bylo ocenit a zviditelnit památky, které sehrály určující úlohu v dějinách Evropy či při evropské integraci. Symbolická hodnota daného místa je tak při rozhodování o udělení označení významnějším kritériem než jeho estetická či architektonická kvalita. V roce 2011 nabyla iniciativa oficiálního rozměru, když ji Rada Evropy a Evropský parlament přijaly pod názvem označení Evropské dědictví (European Heritage Label). První řádné výběrové řízení však proběhlo až v roce 2015, na jeho konci byl seznam pamětihodností nesoucích označení Evropské dědictví. Svůj první zápis tehdy získala i Česká republika – šlo o Přemyslovský hrad a Arcidiecézní muzeum v Olomouci.

Jednotlivé státy (resp. jejich vlády) mohou jednou za dva roky nominovat maximálně

dvě pamětihodnosti coby adepty na případný zápis na Seznam. O konečném výběru pak rozhoduje komise 13 nezávislých expertů. Z jejich zatím posledního výběru vzešlo z 19 nominací 10 nových zápisů na seznam, z toho dva české – západočeský zámek Kynžvart a soubor meziválečných experimentálních sídlišť moderní architektury, mezi nimiž jsou i pražská kolonie Baba a brněnská kolonie Nový dům.

Na seznamu je nyní 48 míst včetně nových přírůstků. Je mezi nimi například vesnice Schengen, místo podepsání schengenské dohody o volném pohybu, centrum Athén nebo loďnice v Gdaňsku.

Evropské dědictví se liší od ostatních iniciativ v oblasti kulturního dědictví, jako jsou například seznam světového dědictví UNESCO, úmluvy UNESCO o nehmotném kulturním dědictví nebo „evropské kulturní trasy“ Rady Evropy. ■

LETOŠNÍ PŘÍRŮSTKY NA SEZNAMU OZNAČENÍ EVROPSKÉ DĚDICTVÍ

- archeologická lokalita Ostia (Itálie)
- podvodní kulturní dědictví na Azorském souostroví (Portugalsko)
- Osady benevolence (Belgie, Nizozemsko)
- živé dědictví města Szeged (Maďarsko)
- zámek Kynžvart (Česko)
- památníky válečných zajateckých táborů v Łambinovicích (Polsko),
- Zdravljica (slovinská národní báseň)
- kolonie staveb vystavené v duchu svazu „Werkbund“ (Rakousko, Česko, Německo, Polsko)
- památník v Chambon-sur-Lignon (Francie)
- skupina tří historických měšťanských domů „Tři bratři“ v Rize (Lotyšsko)

VIZITKY TUZEMSKÝCH PAMÁTEK OCENĚNÝCH LETOS OZNAČENÍM EVROPSKÉ DĚDICTVÍ

Zámek Kynžvart

Klasicistní zámek leží v okrese Cheb nedaleko města Lázně Kynžvart. Jeho historie je spojena s rodem Metternichů, nejznámějším majitelem byl císařský státní kancléř Klemens von Metternich, kterému objekt sloužil jako reprezentativní letní sídlo. Nyní je zámek v majetku českého státu a spravuje ho Národní památkový ústav.

Původně barokní zámek nechal postavit hrabě Philipp Emmerich Metternich v letech 1681 až 1691, a to na místě renesanční tvrze pánů z Cedvic. Za éry Klemense Metternicha (1773 až 1859) byl zámek v letech 1820 až 1833 přestavěn.





Empírovou přestavbu ve stylu vídeňského klasicismu provedl stavitel Pietro Nobile.

Součástí areálu je rozlehlý park s řadou drobných staveb a s komplexem bývalého zámeckého pivovaru.



V zámku jsou unikátní sbírky uměleckých děl, k nejcennějším patří gotické deskové oltářní obrazy z roku 1510 a francouzská renesanční tapiserie z období kolem roku 1560. V Metternichově knihovně je množství vzácných knih,

prvotisků i rukopisů. Součástí sbírek jsou také zbraně a kabinet kuriozit včetně vzácných osobních předmětů slavných historických osobností (například modlitební knížka Marie Antoinetty, popel z hrobu Achilla nebo amulet básníka lorda Byrona).

Zámecké muzeum, založené v roce 1828, patří k nejstarším v Čechách. Součástí sbírek byl i rozsáhlý dar bývalého chebského kata Karla Husse, který kancléři Metternichovi předal v roce 1828 svou sbírku mincí a přírodnin.

V roce 2001 byl zámek zapsán na seznam národních kulturních památek.

Osada Baba v Praze

Vilová kolonie v pražských Dejvicích vznikla jako jedna z evropských ukázkových kolonií moderního bydlení. Navazovala na jiné podobné projekty, z nichž k nejvýznamnějším patří stuttgartská kolonie Weissenhofsiedlung, zbudovaná podle urbanistického návrhu Ludwiga Miese van der Rohe v rámci výstavy Die Wohnung v roce 1927.

Kolonie Baba zahrnuje 33 funkcionalistických vil z let 1932 až 1940. Domy jsou různého typu s jedním bytem či dvěma byty nebo vily s ateliérem, většinou ve slohu emocionálního funkcionalismu.



Za projektem stál Svaz československého díla pod vedením architekta Pavla Janáka. Vily si zde nechala postavit řada známých osobností, architekti, politici, právníci či umělci. Je zde například Sutnarova vila dle projektu architekta Oldřicha Starého, Sukova vila podle návrhu Hany Kučerové



Záveské či Janákova vila. Jedinou stavbou, na jejímž projektu se podílel zahraniční architekt, je Paličkova vila, jejíž plán vypracoval nizozemský architekt Mart Stam.

Osada Baba je od roku 1993 městskou památkovou zónou.

Kolonie Nový dům v Brně

Výstavní kolonie Nový dům v Brně-Žabovřeskách patří mezi evropské ukázkové projekty moderního bydlení vzniklé před druhou světovou válkou. Stavbu iniciovali stavitelé Čeněk Ruller a František Uherka a podpořil ji Svaz českoslo-



venského díla. Záměrem bylo představit moderní úsporné individuální bydlení pro střední vrstvu.

Kolonii tvoří 16 funkcionalistických domů postavených v roce 1928. Jejich rozmístění na pozemku pod Wilsono-



vým lesem stanovili architekti Bohuslav Fuchs a Jaroslav Grunt na základě půdorysů domů dodaných devíti architekty. Domy jsou volně rozmístěny po obvodu klínovitého pozemku s vnitřní společnou parkovou plochou. Většina bytů byla vybavena typovým vestavným nábytkem.

V současnosti jsou některé domy památkově chráněny (Fuchsův, Gruntův a Starého). Řada z domů však utrpěla za minulého režimu, kdy byly používány jako vícegenerační, a proto různě upravovány a přestavovány. ■

Text: -pmu- a -čtk-

Foto: -pmu-, Shutterstock.com
a Martin Strachon / Wikimedia Commons

Připravte se na tuzemské návštěvníky památek. Pomůžeme vám!

Vzhledem k tomu, že letošní léto bude především ve znamení domácího cestovního ruchu, dá se očekávat také zvýšený zájem o návštěvy památek. Ty jsou dlouhodobě jedním z hlavních motivů pro cesty Čechů po rodné hroudě. Pojdme si tedy připomenout, kdo a jak se na cesty za památkovými objekty vydává. Pomůže vám to třeba v zacílení marketingových aktivit.

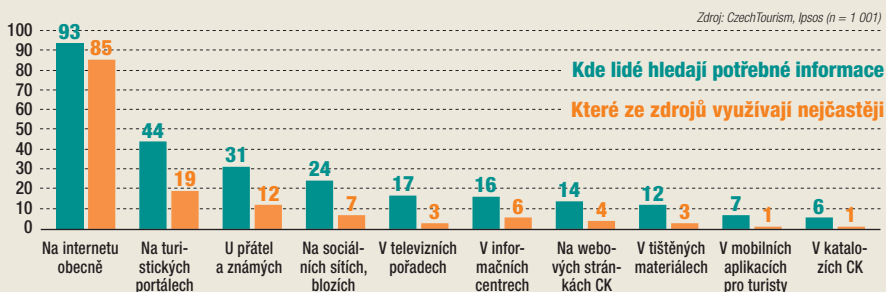
Na úvod připomeňme, že za památkami a historickými místy cestuje vůbec největší část domácích turistů. Podle průzkumu společnosti Ipsos pro agenturu CzechTourism z roku 2017 je celkový roční potenciál tohoto produktu téměř 21,5 mil. osob (dospělých i dětí).

Na cesty za památkami a historickými místy lidi ženou zájem o historii (43 %), touha poznávat krásy Česka (29 %), případně snaha poznávat nové věci (18 %).

Graf 1 CO JE ROZHODUJÍCÍ PŘI VÝBĚRU MÍSTA NÁVŠTĚVY? (V PROCENTECH)



Graf 2 KDE LIDÉ HLEDÁJÍ INFORMACE A KTERÉ ZDROJE VYUŽÍVAJÍ (V PROCENTECH)



Památky lidé vyhledávají zejména pro jejich atmosféru, resp. estetickou stránku. Sami přiznávají, že konkrétní historická fakta či názvy si po návštěvě obvykle nepamatují. Mnozí navíc památky obdivují jen zvenčí, aniž by si kupovali vstupenky. Z jednotlivých druhů památek se největšímu zájmu Čechů těší zachovalé hrady a zámky či jiná panská sídla (97 %), památky světového dědictví, resp. památky zapsané na seznam UNESCO (93 %) a zámecké zahrady, parky a obory (92 %). Nejméně atraktivní jsou pro Čechy sakrální památky (66 %) a památky technické či industriální (67 %). Při výběru konkrétního místa je každopádně důležité, zda je možné v okolí navštívit i něco dalšího, roli hraje také historie či příběh daného místa. Na třetí příčce je pak cena.

Pozitivní je, že drtivá většina lidí se na takto motivované cesty vydává několi-

krát během roku. Zhruba 39 % vyjede 2–3× ročně, čtvrtina 4–5× do roka a 12 % realizuje dokonce 6–10 cest za památkami během jednoho roku. Jen 15 % Čechů absolvuje pouze jednu takovou cestu ročně. Horší zpráva je, že se jedná spíše jen o krátké výlety. Asi 44 % respondentů uvedlo, že jejich cesty za památkami jsou jednodenní, 16 % dokonce přiznalo, že jde jen o krátké výlety, jež zaberou pouze část dne.

Potěšitelná je naopak informace, že jen 10 % lidí vyráží na cesty po památkách a historických místech osamoceně. Nejčastěji cestují ve dvojici s partnerem či partnerkou (45 %), třetina s partnerem či partnerkou a s dětmi. Panují přitom určité rozdíly mezi muži a ženami – ženy častěji než muži vyrážejí za památkami s rodiči či v doprovodu kamarádek nebo kamarádů. Jen 3 procenta respondentů

se na takto motivované cesty vydala organizovaně se skupinou. Nepřekvapí informace, že drtivá většina (87 %) cest probíhá po vlastní ose, jen 5 % je organizováno cestovními kancelářemi.

Hodláte-li se na segment turistů cestujících za historickým dědictvím České republiky zaměřit, měli byste vědět, že jejich rozhodnutí o cestě a jejím cíli bývá obvykle spontánní, tedy s maximálně několika-denním předstihem. Naopak jen 39 % lidí své cesty za památkami plánuje několik týdnů či měsíců předem.

Cesty za památkami lze kombinovat i s dalšími produkty. Šetření totiž ukázalo, že 67 % návštěvníků památek a historických míst se věnuje také rekreační turistice, 62 % regionální turistice, 30 % aktivně sportuje a 27 % vyjíždí na ozdravné pobyty (např. do lázní). V závěrečné zprávě k citovanému průzkumu se proto objevilo toto doporučení: „Návštěva kulturních památek, rekreační a regionální turistika mají společného jmenovatele a turisté je od sebe striktně neoddělují. V nabídce by tedy neměly chybět tipy na výlety kombinující od každého produktu něco tak, aby turistům nabídly komplexní a autentický zážitek.“ ■

Text: -red-
Foto: Shutterstock.com

[INZERCE]

Vzhůru do věží!



PŘIJĎTE

Malostranská mostecká věž



SE PODÍVAT

Staroměstská mostecká věž



Prašná brána



NA PRAHU Z VÝŠKY

Svatomikulášská městská zvonice



Novomlýnská vodárenská věž



Petřínská rozhledna



www.muzeumprahy.cz

[INZERCE]



KONFERENCE

BEZPEČNÁ ŠKOLA 2020

13. 10. 2020 PRAHA



Konferenční centrum City

ORGANIZÁTOR
mascotte



Plumlov – tip na neotřelý výlet

Když se řekne Plumlov, tak se každému jistě vybaví pohodové dny na přehradě, letní kino, koncerty, bohatý kulturní život, ale především neobvyklý zámek, který rozhodně patří k nejzajímavějším místům našeho regionu. Nejenže se zde během celého roku koná několik desítek kulturních akcí, ale za prohlídku rozhodně stojí samotná budova Vysokého zámku.



Jeho stavba započala v roce 1680 a dohlížel na ni kníže Jan Adam z Lichtenštejna. Podle původního projektu jeho otce Karla Eusebia měl mít čtyři křídla ve čtvercovitém půdorysu a mohl se stát jedním z nejkrásnějších zámků v zemích koruny české. Z různých důvodů však nebyl nikdy ani zdaleka dostavěn a dnes nám připomíná přílišné ambice Lichtenštejnů, kteří už jej nedostavějí. Nejcennější částí zámeckých interiérů je fresková a štuková výzdoba. Zámek jako takový nebyl nikdy plně vybaven a nikdy nesloužil svému účelu. Bylo zde zařízeno pouze pár pokojů pro stavitele, který přijel zámek zkontrolovat. Později zde už panstvo přespávalo pouze na svých cestách.

Po vstupu na nádvoří nelze přehlédnout skálu, která se tyčí uprostřed. Původně se zde nacházel hrad ze 13. století, který byl založen vévodou Mikulášem Opavským. V průběhu staletí se na něm vystřídali majitelé jako král Jan Lucemburský, pánové z Kravař, pánové z Kunštátu, knížata z Pernštejna a také Lichtenštejnové. Právě ti nechali hrad, který s novým zámekem sousedil ještě více než jedno století, zbourat. Důvodem byla vichřice, která oba dva objekty poničila, a tehdejší majitelé neměli peníze na opravu obou budov. Se zbouráním hradu opadl také definitivně zájem šlechty o Plumlov. Zámek začal od roku 1850 sloužit jako správní budova pro úředníky a nacházely se zde

také byty úředníků a jejich rodin. Budova úředníkům sloužila až do roku 1931, kdy byl zámek Lichtenštejnům zabrán. Poté patřil státu, památkovému ústavu Brno, muzeu Prostějovska a Vojenským lesům Plumlov. Od roku 1994 je v majetku města Plumlova.

Návštěvníci památky se mohou vydat na tři prohlídkové okruhy. Ten první představuje historii Plumlova, expozice nábytku, lidovou keramiku,





trofeje, zbraně a obrazy. Na druhé trase si přijdou na své hlavně děti. Pro ty jsou připravena dvě podlaží sklepů s pohádkovými bytostmi a vyprávěním příběhů o Plumlově. Třetí trasa je tak trochu pro milovníky stavebnictví a adrenalinu. Tento speciální okruh vede po nikdy nedokončených patrech zámku, a dokonce i po zámecké půdě. Během celého roku se zde pak koná celá řada zajímavých výstav, které jsou součástí prohlídky, nebo je možné se na ně podívat samostatně. V letošním roce se mohou v letních měsících návštěvníci těšit například na výstavu Antonína Gavlase.

Zámek žije

Velkou předností zámku je i bohaté kulturní dění. Koná se zde několik desítek akcí během celého roku. Od koncertů přes divadla, módní přehlídky, balet pod širým nebem a workshopy až po šermířské akce. Posledních pár let se velké oblibě těší hrané a tematické prohlídky. Během celého roku nechybějí prohlídky s vánoční, velikonoční, čaro-

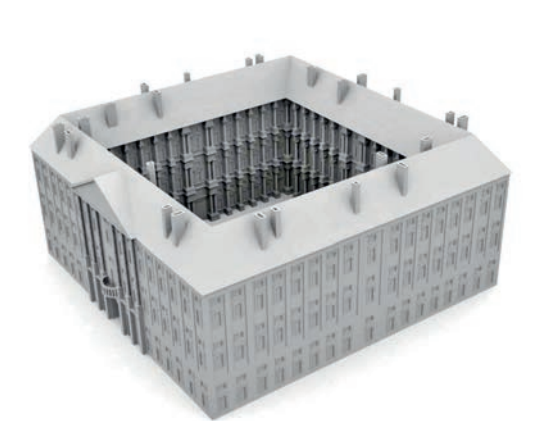
si mohou návštěvníci něco vybrat v naší knižní budce a k dispozici je občerstvení v Kamenném sále či Zámecké kavárně.

Brána do Drahanské vrchoviny

Výlet do Plumlova nabízí kromě zámku i další vyžití. U Podhradského rybníka a na plumlovské přehradě to během sezony opravdu žije. Kromě koupání a procházek po březích těchto vodních toků si mohou návštěvníci zapůjčit loďky

přijdou nejen pěší, ale určitě také milovníci jízdy na kole, koloběžce či kolečkových bruslích.

Plumlov je označován jako brána do Drahanské vrchoviny. Právě Drahansko nabízí celou řadu míst k navštívení. Za zmínku rozhodně stojí malá vesnička Repechy, kde se nachází penzion Lada a nedávno zde otevřeli novou rozhlednu Kopaninka. Ze sedla kola mohou návštěvníci této



dějnou nebo halloweenskou tematikou. Parta ochotníků, která prohlídky společně s vedením zámku připravuje, vždy sklízí velký úspěch a prohlídky jsou hojně navštěvované. Snad i letos v létě by akce měly proběhnout alespoň zčásti podle původních plánů. Veškeré aktuální informace o kulturním dění lze získat na webových stránkách zámku nebo na sociálních sítích.

Pokud jste na zámku již byli a nekoná se zrovna žádná akce, tak rozhodně stojí za to navštívit i zámecké nádvoří, které skrývá spoustu zákoutí k odpočinku, čtení či třeba posezení s přáteli. Ke čtení

a šlapadla. Nechybí ani možnost zahrát si minigolf nebo plážový volejbal. Břehy přehrady pak lemují restaurace a další stánky s občerstvením. Takže není nouze ani o gastronomické zážitky. Dalším místem, kde se dá skvěle občerstvit a pobavit, je autokemp Žralok. I zde se téměř každý víkend konají zajímavé kulturní akce. Řada lidí sem míří právě proto, že si zde mohou vychutnat kouzlo dob dávno minulých a užít si správnou dovolenou v chatce v blízkosti vody a s krásným výhledem na plumlovský zámek. Dalším velkým lákadlem bude od podzimu letošního roku nová cyklostezka, která povede po levém břehu přehrady a na své si zde

lokality obdivovat krásy zdejší přírody a vychutnávat si čerstvý horský vzduch. Pokud by se vám nechtělo jet do kopce, v sezoně vás sem zaveze speciální cyklobus. S tím, kam do okolí vyrazit, vám rádi poradí v turistickém informačním centru, které na zámku také sídlí. Plumlov a jeho okolí má zkrátka co nabídnout. Nevěříte? Přijďte se k nám přesvědčit. Moc rádi vás u nás přivítáme. ■

Text a foto: **Olomoucký kraj**





Neprávem méně známé a méně navštěvované

Bude-li letošní letní sezona opravdu ve znamení domácího cestovního ruchu, dá se předpokládat i zvýšený zájem o tuzemské památky. A hlavně o takové, kde se návštěvníci nebudou tísnit v davech. Ve všech krajích České republiky včetně hlavního města jsme proto pro vás a vaše klienty vytypovali památky, které jsou sice v současnosti méně známé, a tím pádem také nevykazují masovou návštěvnost, přesto ale stojí za pozornost.



1

PRAHA

KOSTEL NEJSVĚTĚJŠÍHO SRDCE PÁNĚ (náměstí Jiřího z Poděbrad)

Tato osobitá moderní stavba z let 1928–1932 inspirovaná starokřesťanskými vzory je dílem slovenského architekta Josipa Plečnika a evokuje Noemovu archu. Zajímavostí této nejvýznamnější české sakrální stavby 20. století je, že zde není kazatelna.



3

LIBERECKÝ KRAJ

STÁTNÍ ZÁMEK ZÁKUPY

Renesanční zámek Zákupy nabízí návštěvníkům při prohlídkách nejen apartmá císaře, jídelnu či kapli, v níž se r. 1900 oženil následník rakouského trůnu František Ferdinand d'Este s hraběnkou Žofií Chotkovou, ale také raritu – zachovaný osobní výtah z roku 1870. Okolo zámku je krásná francouzská zahrada s medvědem brtníkem v zámeckém příkopu.



4

ÚSTECKÝ KRAJ

PEVNOST TEREZÍN

Terezín vybudovaný v letech 1780–1790 je jednou z největších bastionových pevností na světě. Vybaven třemi až pěti řadami mohutných valů, systémem obrany vodou, který dokázal vytvořit umělou povodňovou vlnu, a se spleť desítek kilometrů podzemních minových chodeb představuje technický unikát své doby.



5

KARLOVARSKÝ KRAJ

ZÁMEK VALEČ

Barokní zámek s pozoruhodným osudem leží na hranici Doupovských hor. Původně sloužil po válce jako sanatorium pro veterány či jako útočiště korejských dětí a nebo dětský domov. Prohlídka zahrnuje interiéry včetně Braudětský domov. Prohlídka zahrnuje interiéry včetně Braudětský domov, zámekovou zahradu s historickým skleníkem a nově 28 pískovcových soch z dílny Matyáše Brauna.



7

JIHOČESKÝ KRAJ

VČELÍN KRUŠLOV

Unikátní, ve dřevě vyřezávané a malované včelín v Krušlově na Strakonicku je doslova včelím královstvím. Včelař a řezbář Josef Mach zasvětil celý svůj život včelám a svou lásku k nim promítl i do řezbářského řemesla. Včelín obsahuje 65 výtvarně zpracovaných úlů. Interiéry včelína zdobí řezby připomínající osobnosti včelařství, místa z okolí i památky naší vlasti.



2

STŘEDOČESKÝ KRAJ

ZÁMEK MNICHOVO HRADIŠTĚ

Při prohlídce valdštejnského zámku Mnichovo Hradiště čeká na návštěvníky duchcovská knihovna, spjatá s věhlasným Casanovou, i empirové divadlo s divadelní s věhlasným Casanovou, i empirové divadlo s divadelní s věhlasným Casanovou, i empirové divadlo s divadelní s věhlasným Casanovou.



6

PLZEŇSKÝ KRAJ

JÍZDÁRNA SVĚTCE

Největší česká a druhá největší jízdárna ve střední Evropě (hned po Španělské dvorní jízdárně ve Vídni). Nechal ji vystavět polní maršál Alfréd I. Windischgrätz spolu s architekty Wilhelmem Nevenhorstem a Adamem Haberzettlem. V současné době je využívána při prohlídkách, koncertech a výstavách.



8

KRAJ VYSOČINA

HRAD KÁMEN

Jméno hradu vychází z toho, že byl postaven v polovině 13. století na rozsáhlém skalisku. Skoro 200 let byl královským lenním hradem. Na další dvě století ho obsadila jedna z větví českého rodu Malovců. V průběhu staletí byl hrad barokně přestavěn, v 19. století ho upravili v duchu romantické gotiky. Už v roce 1974 se otevřel hrad veřejnosti jako muzeum jednotopých motorových vozidel. Nyní je pobočkou Muzea Vysočiny Pelhřimov.



Text: -red-
Mapa: Shutterstock.com
Foto: archiv



PARDUBICKÝ KRAJ

ZÁMEK SLATIŇANY

Zámek vás ohromí svými interiéry a jedinečnou zahradou s bohatou sbírkou dřevin a malými roubenými staveními. Speciální prohlídka „Pokrok nezastaví!“ vás zavede na netradiční a běžně nepřístupná místa po půdě, od gotiky až do současnosti. Zámek je po kompletní rekonstrukci.



OLMOUČSKÝ KRAJ

RUČNÍ PAPIRNA VELKÉ LOSINY

Velké Losiny leží severně od města Šumperk v malebném údolí řeky Desné. Zajímavostí je zde ruční papírna, která je národní kulturní památkou s více než čtyřsetletou tradicí. Je jediná svého druhu ve střední Evropě. Papír se zde stále vyrábí klasickým manu-fakturním způsobem. Ojedinělý pohled do několika-setleté historie řemesla naleznete také v expozicích zdejšího Muzea papíru.



MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ

FLÁCHARŮV DŮL

Historické důlní dílo po těžbě břidlice z přelomu 19. a 20. století se nachází u města Odry. Návštěvníci se mohou těšit na 300 m důlních chodůb, těžební komory, 18 m vysoké lezní oddělení ve větracím komínu, vyskládané kamenné chodby a další hornické a geologické zajímavosti.



KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ

BAROKNÍ AREÁL ŽIŘEČ

Nedaleko barokního hospitálu v Kuksu leží areál bývalého jezuitského zámku. Domov sv. Josefa pro pacienty s roztroušenou sklerózou se časem proměnil v turistický cíl. Zdejší bylinková zahrada hraje od jara do podzimu cíl. Zdejší bylinková zahrada hraje od jara do podzimu cíl. Zdejší bylinková zahrada hraje od jara do podzimu cíl. Zdejší bylinková zahrada hraje od jara do podzimu cíl.



JIHOMORAVSKÝ KRAJ

ZÁMEK MIROSLAV

Kolem roku 912 na malé skále uprostřed bažin vyrostla pod dohledem kněžny Miroslavy vodní tvrz. Dnes má podobu zámku a jméno Miroslav. Nejcnějšší dochovanou památkou zámku je sklípková klenba ve bývalé soudní síni a ve spodním patře zámku. Ale můžete si zajít i na návštěvu do dobového zařízení oje-žalárníkovy bytu s přílehlým vězením a obdivovat oje-dinělou sbírku starých kolkovaných cihel, prohlédnout si Slovanskou epopej, coby velkoformátové puzzle složené z více než 163 000 dílků, kouzla se staveb-níci Lego Daniela Sterzika, architektonické modely prof. Ing. arch. Zdeňka Fránka či sochy a obrazy akademického sochaře Pavla Krbálka.



ZLÍNSKÝ KRAJ

STÁTNI ZÁMEK VIZOVICE

Zámek ve francouzském stylu z poloviny 18. sto-letí nechal v centru Vizovic vystavět olomoucký ka-novník a pozdější biskup královéhradecký Heřman Hannibal z Blümengenu. Vnitřní vybavení zámku ve stylu baroka, rokoka, empíru a biedermeieru se sbírkami porcelánu, orientálních předmětů i před-mětů denní potřeby doplňuje rozsáhlá kolekce obrazů z 16.–19. století, zejména nizozemských a českých autorů. Zámecká kaple obsahuje jeden z největších reliquiářů v ČR.

Pevnost Terezín

Terezín zdaleka není jen připomínkou a mementem válečné doby. Je to především jedna z největších a nejzachovalejších barokních pevností na světě. A v jejích zdech, turisty zatím stále málo prozkoumaných, dýchá polozapomenutá historie minulých staletí, na kterou si můžete doslova sáhnout.

Pevnost byla vybudována v letech 1780 až 1790 na obranu severní hranice Čech. Budovali ji hned tři panovníci. Marie Terezie rozhodla o její výstavbě, Josef II. na stavbu dohlížel, ale až za Leopolda II. byl Terezín dostavěn.

Díky rozloze cca 400 hektarů jde o jednu z největších bastionových pevností na světě. Její projektanti ji vybavili třemi



až pěti řadami mohutných valů, systémem obrany vodou, který dokázal vytvořit umělou povodňovou vlnu, a spleť desítek kilometrů podzemních minových chodeb. Na svou dobu představovala technický unikát, na který se přijížděly dívat i korunované hlavy cizích států.

Uvnitř opevnění vzniklo vzorové moderní město konce 18. století s širokými ulicemi a prostorným náměstím. Terezín

býval vždy nesmírně živým posádkovým městem plným zeleně. Na počátku minulého století se mu dokonce říkalo „Malá Praha“.

Dnes je Terezín znám hlavně kvůli historii 20. století a druhé světové války. Pevnost ale v posledních letech začala zpřístupňovat také své hradby a podkryvat svoji starší historii předchozích staletí. Dodnes je to jedna nejzachovalejších pevností na světě a je zcela právem zapsána na indikativní seznam UNESCO.

Chcete-li tedy zažít nevšední zážitek, nezbyvá než doporučit návštěvu pevnosti Terezín a poznání její zapomenuté slávy. Největším lákadlem je samotné opevnění a zejména spleť podzemních chodeb pod ním. Jejich kouzlo si můžete vychutnat za opravdu dobrodružných podmínek – ve svitu svíček a starých luceren.



Projít se kolem opevnění ale můžete také bez průvodce podél naučné stezky. Ta vás seznámí nejen s dnes už zapomenutou historií pevnostního města, ale také s jedinečnou přírodou, které dala tato pevnost plná hlubokých příkopů, vysokých valů, vodních kanálů a záplavových kotlin vzniknout.

To však rozhodně není všechno, co pevnost Terezín nabízí. Můžete navštívit krásně rekonstruovaný Kavalír 2, kde najdete vojenská kasárna, a poznat tak život vojáků v 18. století. Zajít můžete také na vojenský dvorek, vlastně takovou malou zoologickou zahradu plnou hospodářských zvířat. Hned vedle se nachází Muzeum nostalgie pro milovníky starých časů a zájemci o aktivní odpočinek si zde mohou potrápit hlavu při největší únikové hře v České republice. A čeká tu spousta dalších lákadel.

Terezín zkrátka nabízí i jiná místa než Malou pevnost a je ideálním místem pro návštěvníky, kteří hledají dosud neobjevené památky a chtějí se vyhnout davům turistů. ■

Text: **Mgr. Jiří Hofman**, Terezín – město změny
Foto: archiv Ústeckého kraje



[INZERCE]

Praha: Staroměstská radnice

Na Staroměstskou radnici za polovinu a Prahou s průvodcem s 20% slevou

Prague City Tourism obnovuje návštěvnický provoz Staroměstské radnice. Od **pondělí 25. 5.** si návštěvníci mohou prohlédnout věž, kapli i reprezentační sály s **50% slevou** na vstupném. Více informací na prague.eu/staromestskaradnice

V přízemí radnice je také otevřeno **Turistické informační centrum** a kontaktní místo **Guides&Tours**. Návštěvníci tak mohou opět využívat služeb našich průvodců, nyní s **20% slevou**. Vycházku Prahou lze objednat na místě, telefonicky či online. eshop.praque.eu/privatnivychazky
☎ 775 855 037

PRAGA
PRAGUE
PRAHA
PRA G

Prague City Tourism

Praha:emoce

[INZERCE]

G HMP

Zámek Troja barokní skvost Prahy

U Trojského zámku 1, Praha 7
otevřeno do 1. listopadu 2020
út-čt, so-ne 10-18 h
pá 13-18 h, zahrady do 19 h

www.ghmp.cz

Památky a právo v době koronavirové krize

Z hlediska právní úpravy turismu představuje památková péče specifickou problematiku, které se pro ilustraci (nepočtené) publikace v České republice i cizině často ani nevěnují. Na druhé straně pro odborníky na památkovou péči a její právní úpravu představuje cestovní ruch jen jeden z mnoha dílčích prvků, kdy se hlavní odborné diskuse týkají detailů ochrany, které nemůže právní předpis ani přesně vymezit, a také organizace kontrolního systému.



Zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, byl sice mnohokrát novelizovaný, ale je přesto hrozivě zastaralý. Ministerstvo kultury mnoho let připravuje nový zákon, kdy v roce 2008 a 2017 dokonce parlament projednával neúspěšné návrhy. Poměrně podrobné informace včetně starších návrhů lze nalézt na speciální stránce pod ministerstvem Příprava nového památkového zákona.

Velkým aktuálním problémem připravované právní úpravy památkové péče je propojování se zásadní změnou stavebního práva, kdy se tedy prolínají dvě samy o sobě složité materie. V těchto dnech vzniká na Ministerstvu pro místní rozvoj nová verze návrhu stavebního zákona, zatímco pracovníci Ministerstva kultury musejí vyčkávat a budou brzy připravovat další verzi zásadních novelizací památkového zákona z roku 1987, kterou si vynutí stavební zákon. Pokud ovšem bude vůbec schválen. Nový památkový zákon v těchto složitých podmínkách zřejmě v nejbližších letech nevznikne. Potřeby turismu se v této velmi komplikované situaci mohou těžko prosazovat, zejména když nepočtení odborníci na právní úpravu cestovního ruchu jsou dlouhodobě přetížení jinými akutními problémy.

I když památky zde běžně existují po staletí, tak zažívají na jaře 2020 v Česku i dalších státech kvůli koronavirové krizi situaci v mnohém zcela novou. Právní aspekty

jsou přitom mnohdy nejasné, kdy soudy řadu opatření označily za nepřijatelná, přičemž lze očekávat ještě mnohá překvapení. S trochou poněkud temného humoru můžeme říci, že o fungování památek – stejně jako dalších prvků cestovního ruchu – nerozhoduje volná ruka trhu (modifikovaná mj. požadavky památkové péče), ale spíše pěst plukovníka Prymuly zaštitěná mocí státu.

Početná opatření proti koronaviru vytvářejí dosti svérázné poměry, pro návštěvníka těžko pochopitelné a odrazující.



Zatímco běžně se hlavně v dubnu rozbíhá sezona nemalé části památek, letos je situace jiná. Početná opatření proti koronaviru vytvářejí dosti svérázné poměry, pro návštěvníka těžko pochopitelné a odrazující. Například v Kutné Hoře se dle dohody z videokonference majitelů místních památek 1. května mělo otevřít zrcadlové bludiště, některá menší speciální muzea (např. Muzeum čokolády) 11. května, hlavní muzea a galerie 12. května, kdy se otevřelo i klíčové České muzeum stříbra, ale bez velmi významné možnosti prohlídky dolu. Průvodcovská služba umožnila od 11. května procházky městem s průvodcem, ale do 25. května bez

interiérů památek, které se měly otevřít až tento den (např. obě stavby katedrálního typu, Sedlecká kostnice, Vlašský dvůr). Tento přehled měl ilustrativně naznačit komplikovanost a nejasnost možností využívání památek v této složité době, kdy diskutabilní jsou třeba omezení skanzenů považovaných přes jejich spíše otevřený přírodní charakter v zásadě za muzea. Nelze přitom vyloučit opětovná přitrvání státních opatření proti koronaviru.

Možnosti přeshraničního turismu jsou přitom v současnosti téměř zcela nejasné, což má pro cestovní ruch hrozivé následky. Na rozdíl od existenčně ohrožených cestovních kanceláří nebo hotelů je přesto situace majitelů památek nadějnější, a to nejenom kvůli zásadnímu podílu veřejné sféry. Památky v Česku mají nemalou šanci částečně přetáhnout zájem návštěvníků, kteří nebudou moci nebo se neodvážejí v začínající hlavní sezoně cestovat za hranice. Ve výhodě zejména při přetrvávání koronavirové krize a strachu návštěvníků mohou být nespíše místa snadno dosažitelná z klíčových center (hlavně okolí Prahy) a to taková, kde lze mnoho vidět z volných prostranství. Například historická města, pokud možno se širokými ulicemi a parky (mj. právě Kutná Hora), skanzeny, zámky s parky, zříceniny hradů. Pro některé přehlížené destinace by mohlo přitom dokonce jít o životní příležitost přitáhnout návštěvníky. Zde lze zmínit například Kouřim (z Prahy dosažitelnou i na kole), kdysi jedno z center Čech, dosud s minimem návštěvníků, ale mj. s dochovanými hradbami, skanzenem, unikátním archeologickým nalezištěm. Lidé na východě Prahy a ve středních Čechách až ke Kolínu obvykle netuší, že žijí v tradičním Kouřimském kraji, existujícím od 13. do 19. století. ■

AUTOREM TEXTU JE
JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.,
pedagog Právnické fakulty
Univerzity Karlovy a Univerzity
Jana Amose Komenského.
petras@prf.cuni.cz





Saint-Tropez, Francie

Foto: Shutterstock.com

Francie

Odhadovaný letošní
pokles příjezdů
do Francie: **58 %**



[STR. 30]

Španělsko Portugalsko

Čeká Francii „ultralokální“ léto?	30
Portugalsko nabízí turistům vouchery na odklad dovolené	31
„Clean & Safe“ – nová známka kvality turistických zařízení v Portugalsku	31
Kdy se vrátíme do Španělska?	32

Granada, Španělsko

Foto: Shutterstock.com

Čeká Francii „ultralokální“ léto?

Informace dostupné na začátku května hovořily o tom, že letošní léto bude ve Francii ve znamení domácí turistiky. Mluvilo se dokonce o „ultralokálním“ turismu – to kvůli omezené vzdálenosti, na kterou by měli mít obyvatelé země možnost cestovat. Termín otevření hranic a návratu zahraničních turistů byl nejasný. V době uzávěrky tohoto vydání se však situace začala vyjasňovat. Země také zveřejnila záchranný plán pro turistiku v hodnotě 18 mld. eur.

Podobně jako v dalších zemích, i ve Francii probíhá uvolňování ve vlnách. První začala 11. května, otevřely obchody s výjimkou velkých obchodních center, restaurací a kaváren. Otevřít v květnu mohla menší turistická místa, menší muzea, knihovny a památky. K normálu se začala vracet také doprava – fungovat například začalo 70 % provozu pařížské hromadné dopravy. Občanům Francie bylo v době uzávěrky tohoto vydání i nadále zakázáno cestovat do vzdálenosti větší než 100 km od bydliště, resp. k delším cestám potřebovali speciální povolení. V souvislosti s tímto nařízením byl květnu stále omezen počet vlakových spojů. Pro veřejnost zůstaly uzavřené



nejméně do 15. června, hranice s neevropskými státy jsou uzavřené do odvolání. Bez závažného rodinného nebo pracovního důvodu není zatím možné do Francie vstoupit,“ uvedla pro COT – Celý o turismu Pavla Elsterová, tuzemská zástupkyně turistické centrály Atout France. I na cizince přijíždějící do Francie se přitom vztahuje omezení pohybu na 100 km, již ale nemusejí na 14 dní do karantény, jak bylo původně nařízeno. První lety z Prahy do Paříže byly obnoveny 18. května (ČSA), od června mohou cestující využít i spojení Air France. Lety do dalších destinací (Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes) byly v době uzávěrky plánovány od začátku června. Spojení do Nice pak od července. Pozemní spojení do Francie je závislé na podmínkách průjezdu Německem, případně Švýcarskem nebo Itálií, kde se situace vyvíjí.

Turismus se na hrubém domácím produktu (HDP) Francie, jehož objem činí asi 2,3 bilionu eur, podílí skoro osmi procenty. Za rok 2020 ale očekává Francie výrazný pokles v počtu příjezdů zahraničních turistů, podle některých odhadů asi o 58 % oproti 2019. Francouzská vláda proto představila plán za 18 miliard eur (496,6 miliardy Kč) na podporu cestovního ruchu a zaměstna-

nosti v něm. Informovala o tom agentura Reuters. Vláda bude nejméně do konce září proplácet firmám 70 procent hrubé mzdy zaměstnanců, které firmy poslaly na nucené volno. Záchranný balík zahrnuje také přímou finanční podporu firmám zestrany státních bank. Hodnota tohoto investičního plánu činí 1,3 miliardy eur. Firmy z hotelové, turistické a gastronomické branže, které mají méně než 20 zaměstnanců a roční příjem do dvou milionů eur, budou moci do konce roku čerpat z fondu solidarity. Každý podnik tak bude moci získat dotaci do 10 000 eur. Vláda podnikatelům odpustí platbu sociálního pojištění za květen a červen. Tyto úlevy jim chce poskytovat i v dalším období, kdy jejich podniky budou muset být zavřené. Kabinet je vyčíslil na dvě miliardy eur.

Premiér **Édouard Philippe** se také snažil ujistit obyvatele, že nepřijdou o vytužené letní prázdniny, kdy se život v Paříži prakticky zastaví a lidé zamíří na pláže a na venkov. Naznačil, že současný zákaz vydávat se dále než 100 kilometrů od domova v letních měsících už překážkou v cestování nebude za předpokladu, že epidemie znovu nezesílí. „*Francouzi si budou moci v červenci a srpnu udělat dovolenou ve Francii,*“ řekl. Tomu by ostatně měl napomoci i systém prázdninových poukázek, které by umožnily místním obyvatelům čerpat služby u místních poskytovatelů v době od jejich otevření do konce letošního roku. „*V některých regionech by byly distribuované rodinám s příjmem nižším než medián, tedy rodinám, které si jinak dovolenou mohou málokdy dovolit, v některých regionech zase osobám, které v průběhu pandemie pracují v první linii,*“ vysvětluje Pavla Elsterová. Tento projekt ovšem ještě v době uzávěrky tohoto vydání neměl finální podobu. ■

Odhadovaný letošní pokles příjezdů do Francie: **58 %**



také pláže, a to nejméně do 1. června, stejně tak parky a zahrady, které mohly otevřít jen v departementech, kde náka-za aktivně necirkulovala.

Druhá vlna uvolňování odstartovala 2. června a její intenzita závisí na tom, jak je který region země zasažen pandemií COVID-19. Vláda představila mapu, ve které byly méně postižené regiony vyznačeny zeleně, více postižené, mezi které patří i Paříž, červeně. V „zelených“ zónách by se tak již v červnu mohly otevřít hotely, restaurace a kavárny, stejně jako třeba kina, divadla, turistická místa, velká muzea a koncertní sály. Postupně se také otevírají pláže – u nich jde o režim „případ od případu“. Zákaz akcí pro více než 5 000 osob by však měl v celé zemi zůstat v platnosti minimálně do září.

Co z uvedeného vyplývá pro mezinárodní turismus? Nic moc pozitivního. „*Francouzské hranice zachovávají restriktive*

Text: -red- a -čtk-
Foto: Shutterstock.com



Portugalsko nabízí turistům vouchery na odklad dovolené

Portugalsko nabídlo vouchery turistům, kteří museli letos zrušit dovolenou v této zemi kvůli pandemii COVID-19. Nabídka platí pro turisty, kteří měli rezervovanou dovolenou v Portugalsku letos od 13. března do konce září. Vouchery budou platné do konce roku 2021.

Systém, který má pomoci zmírnit ztráty portugalskému cestovnímu ruchu, začal platit 24. dubna. Vouchery dostanou k přeplánování své dovolené turisté, kteří si ji rezervovali prostřednictvím cestovních kanceláří či akreditovaného ubytování, například hotelů či zprostředkovatele ubytování Airbnb.

„J sme v evropském kontextu absolutní průkopníci. Naší prioritou je ochránit práva spotřebitelů i zájmy ekonomických subjektů na základě principu „nerušte, odložte,““ řekla ministryně turistiky **Rita Marquesová**. Vláda doufá, že takto pomůže zmírnit škody způsobené koronavirovou krizí. Portugalsko loni navštívilo rekordních 16,3 milionu zahraničních turistů, z nichž asi polovina byla z Británie, Francie, Německa a Španělska, uvedla agentura Reuters.

Portugalské dovolenkové vouchery budou platit do 31. prosince 2021. Lidé, kteří v době do letošního 30. září přijdou o prá-



Camara de Lobos na Madeiře

ci a budou nezaměstnaní, mohou žádat plné vrácení peněz za rezervace.

Turistický sektor se na portugalském hrubém domácím produktu (HDP) podílí asi z jedné pětiny. Omezení kvůli nynější pandemii, která téměř zastavila mezinárodní cestování, jej stejně jako v dalších zemích výrazně poškodí. Nyní je v zemi zavřeno přes 90 procent hotelů.

Portugalská vláda ale doufá, že tato země bude turisty vnímána jako bezpečná, mimo jiné proto, že si se šířením nákazy koronaviru relativně dobře poradila. V Portugalsku se do 24. dubna potvrdilo na 22 400 případů nákazy a 820 nakažených zemřelo. ■

Text: **-čtk-**
Foto: Shutterstock.com

„Clean & Safe“ – nová známka kvality turistických zařízení v Portugalsku

V období, kdy se plánuje znovuzahájení turistické aktivity, mohou portugalská ubytovací zařízení, cestovní kanceláře i společnosti, které nabízejí různé druhy turistické zábavy, požádat o známku „Clean & Safe“ („Čistý a bezpečný“). Portugalská turistická centrála vytvořila toto označení, aby odlišila turistické aktivity, které dodržují přísné požadavky na úklid a hygienu. Právě ty představují důležitá preventivní opatření proti šíření COVID-19 i jiných infekcí. Známkou by měla posílit důvěru turistů vůči destinaci.



Známkou „Clean & Safe“ má platnost jednoho roku, je nepovinná a zdarma. Firmy, které o označení požádají, musejí zavést interní předpisy dle doporučení Statní hygienické inspekce Portugalska. Předpisy zajistí provádění zvýšených hygienických opatření, která zabrání nákaze a zároveň umožní bezpečné fungování jednotlivých turistických aktivit. O známku „Clean & Safe“ lze žádat on-line na různých

portugalských platformách: RNET (Národní registr ubytovacích zařízení), RNAAT (Národní registr společností zabývajících se turistickou zábavou) a RNAVT (Národní registr Cestovních kanceláří a agentur). Číslo známky bude vždy propojeno s registračním číslem společnosti.

Firmy musejí podepsat čestné prohlášení a poté budou moci známku „Clean & Safe“

používat. Označit jí své zařízení, a též ji používat v rámci prezentace na různých digitálních a on-line platformách.

Portugalská turistická centrála ve spolupráci s kompetentními orgány bude poté provádět namátkové kontroly a audity společností, které o označení požádaly. ■

-red-



Kdy se vrátíme do Španělska?

Zatímco v některých dalších zemích kolem Středoziemního moře už cestovní ruch pomalu ožívá a letní sezona začíná nabývat zřetelnějších kontur, ve Španělsku je situace složitější. V době uzávěrky tohoto vydání tamní parlament rozhodoval o prodloužení nouzového stavu. Kdy se čeští turisté vrátí do španělských letovisek, tak není zatím jasné.

Loni Španělsko podle údajů Španělské centrály pro cestovní ruch navštívilo více než 457 000 českých turistů, o 16 procent více než v roce 2018. A pro letošek byl předpokládán další růst – počet příletů z Česka se měl zvýšit o 3,5 procenta. Koronakrize však tyto předpoklady zbořila. V době uzávěrky tohoto vydání se cestovní ruch v zemi řídil podmínkami, které stanoví a reguluje španělská vláda v rámci nouzového stavu. Většina hotelů a restaurací byla zavřených, nicméně na konci dubna španělská vláda schválila Plán pro přechod do normálního fungování státu,



Plaza de España v Seville

FÁZE UVOLŇOVÁNÍ RESTRIKCI VE ŠPANĚLSKU

Fáze 0 (od 4. května)

Všechny španělské autonomní oblasti a regiony začaly touto fází, kromě baleárského ostrova Formentera a Kanárských ostrovů La Graciosa, El Hierro a La Gomera, které začínají rovnou fází č. 1. Byly otevřeny provozovny, vyjma obchodních domů, které budou zákazníky obsluhovat na základě předchozí domluvy a individuálně. Například: restaurace s donáškou jídla na adresu.

Fáze 1 (od 11. května při splnění všech podmínek)

Otevřeny malé obchody za přesně stanovených hygienických podmínek.

Otevření venkovních restauračních zahrádek i u hotelových zařízení s maximální obsazeností 30 %.

Otevření hotelů a ubytovacích zařízení s výjimkou společných prostor a za podmínky splnění hygienických požadavků. Stanoví se otvírací doba pro seniory.

Fáze 2 – červen

Budou moci být otevřeny restaurační provozy – vnitřní prostory, s maximální obsazeností do 30 %, s oddělením stolů a obsluhou pouze u stolu, nikoliv na baru.

Kina, divadla – max. 35% obsazenost a pouze rezervace vstupenek předem na určená místa. Totéž konferenční sály. Mše – 50% využití prostoru.

Fáze 3 – červen

Uvolní se celkový pohyb všech osob s doporučením nosit roušky.

Kina, divadla, muzea, konferenční sály – obsazenost do 50 % a dodržování bezpečné vzdálenosti 2 metry mezi osobami.

Restaurace – bude zvýšena obsazenost, ale nikoliv odstup lidí (zatím neupřesněno)

Otevření a zpřístupnění pláží.

který zahrnuje postupné a asymetrické obnovování a otvírání turistických zařízení ve 4 fázích, počínaje 4. květnem.

Z výše uvedeného nicméně vyplývá, že na otázku, kdy se budou moci do Španělska vrátit zahraniční turisté, nelze v současnosti jednoznačně odpovědět. Vláda rovněž ve spolupráci s vládami autonomních oblastí připravuje Plán na obnovu cestovního ruchu, který zahrnuje 4 body: hygienické požadavky – ekonomické na podporu cestovního ruchu – propagace dané destinace – zaměstnanost. Ani tento plán však nestanovuje žádné konkrétní datum pro otevření vnějších hranic.

Vláda předpokládá, že z důvodu blízkosti a přepravy se jako první obnoví domácí turismus. Samozřejmě za předpokladu, že to situace v oblasti epidemie umožní. Není mimochodem bez zajímavosti, že španělské úřady nebudou domácí turismus podporovat formou voucherů jako v některých dalších zemích. „Na prvním místě bude zajištění bezpečnosti turistů domácích i zahraničních, aby Španělsko získala důvěru u návštěvníků, ale také pracovníků v cestovním ruchu. Z toho důvodu příslušné ministerstvo, kam spadá cestovní ruch, koordinuje vypracování jednotných hygienických pravidel, která budou platit na ce-

lém území Španělska,“ vysvětluje **Teresa Ortiz**, ředitelka Španělské kanceláře pro cestovní ruch pro střední Evropu se sídlem ve Vídni. V této oblasti podle ní chce Španělsko postupovat v souladu s ostatními zeměmi, aby vznikl jednotný postup platný i v dalších zemích.

Co se týká návratu zahraničních turistů, náповědou může být fakt, že letecké společnosti Iberia a Vueling získaly od různých finančních ústavů na začátku května syndikovované půjčky ve výši 750 milionů, resp. 260 milionů eur se zárukou od Španělského úvěrového institutu. Jsou součástí programu, kterým stát podpořil a podpoří španělské firmy. Z toho vyplývá, že se Španělsko bude snažit letecký provoz zprovoznit co nejdříve, i když podle slov premiéra z konce dubna by k tomu mělo dojít až v polovině října. To je však informace, která se může kdykoliv změnit. A hlavně, jak dodává Teresa Ortiz, Španělsko bude v souladu s naznačeným plánem otvírat různé destinace podle situace, tzv. asymetricky. S detaily týkajícími se otevírání jednotlivých španělských turistických destinací vás budeme aktuálně informovat na portálu iCOT.cz. ■

Text: -red-

Foto: Shutterstock.com



Plzeňský kraj

Plzeňský kraj v datech ČSÚ	34
Unikátní řízení cestovního ruchu	36
I bonitní klientela ocení tradiční zážitky	38

Za celý rok 2019 přijelo
do regionu

871 893 turistů,
což odpovídá nárůstu
v hodnotě 3,8 procenta.



[STR. 34]



Plzeňský kraj v datech ČSÚ

V hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) Plzeňského kraje se v průběhu letošního ledna, února a března ubytovalo celkem 119 591 hostů. To je oproti stejnému období v roce 2019 o 19,1 procenta méně. Turisté během prvních tří měsíců roku 2020 strávili v kraji 302 914 nocí, což je v meziročním srovnání o 10,3 procenta méně. Domácí turisté tvořili 60 procent návštěvníků kraje, přičemž jich meziročně ubylo. Stejný vývoj pak byl zaznamenán i u zahraničních cestovatelů. Nejvíce – tedy téměř polovinu nerezidentů – tvořili příchozí z Německa. Za celý rok 2019 zavítalo do regionu 871 893 turistů, což odpovídá nárůstu v hodnotě 3,8 procenta. ■

TAB. 1: NÁVŠTĚVNOST HUZ V 1. ČTVRTLETÍ 2020 A ZA CELÝ ROK 2019

Období	Počet hostů		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
leden	20 360	27 993	48 353
únor	20 416	32 195	52 611
březen	7 185	11 442	18 627
1. Q 2020	47 961	71 630	119 591
Podíl na ČR	3,2%	4,4%	3,9%
rok 2020	314 276	557 617	871 893
Podíl na ČR	2,9%	5,0%	4,0%

Období	Počet přenocování		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
leden	44 147	65 138	109 285
únor	50 666	89 646	140 312
březen	18 020	35 297	53 317
1. Q 2020	112 833	190 081	302 914
Podíl na ČR	2,7%	4,0%	3,4%
rok 2020	640 029	1 491 795	2 131 824
Podíl na ČR	2,4%	5,0%	3,7%

TAB. 2: MEZIROČNÍ ZMĚNY V NÁVŠTĚVNOSTI HUZ

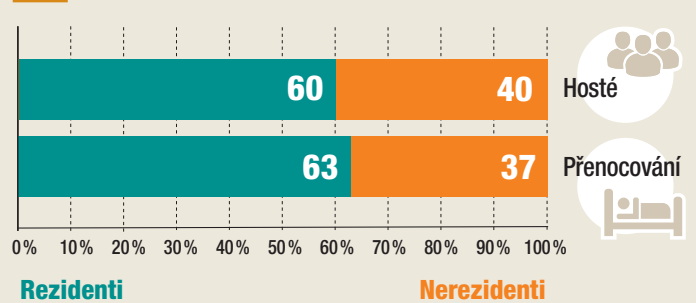
Období	Přírůstek/Úbytek hostů v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
leden	+18,5	-3,3	+4,9
únor	+11,4	-0,3	+3,9
březen	-67,0	-60,9	-63,5
1. Q 2020	-16,3	-20,9	-19,1
rok 2019	+2,6	+4,5	+3,8

Období	Přírůstek/Úbytek počtu nocí v %		
	Nerezidenti	Rezidenti	Celkem
leden	+26,3	-0,4	+8,9
únor	+32,9	+4,6	+13,3
březen	-60,0	-48,6	-53,1
1. Q 2020	-4,5	-13,5	-10,3
rok 2019	+4,6	+4,8	+4,8

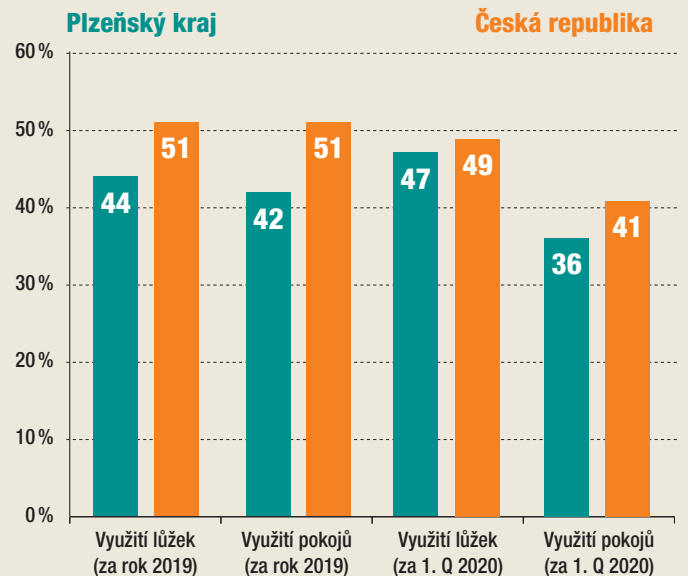


Foto: Shutterstock.com

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



Graf 2 OBSAZENOST HOTELOVÝCH POKOJŮ A LŮŽEK ZA CELÝ ROK 2019 A V 1. ČTVRTLETÍ 2020 (V %)



Zámek Manětín

Foto: Shutterstock.com

Kraj investoval do cyklostezek a tras 109 milionů Kč

Plzeňský kraj investoval mezi lety 2017 až 2019 celkem více než 109 milionů korun do vylepšování cyklistické infrastruktury. Za tyto tři roky vzniklo po celém regionu na 57 kilometrů úseků cyklostezek a cyklotras, 27 kilometrů přírodně blízkých stezek pro kola, tři pumptrackové dráhy a dvě trasy pro nácvik jízdy na horském kole. Kraj dále nechal postavit lávku pro cyklisty přes největší vodní nádrž Hracholusky.

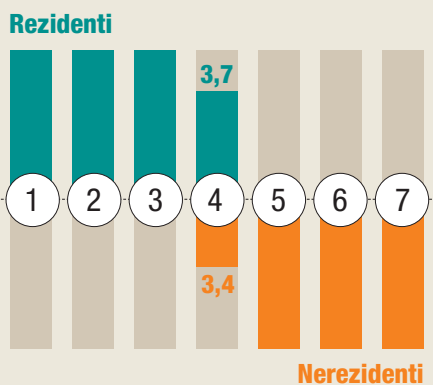
Na tyto trasy by nyní měly navazovat samotné obce svými vlastními projekty, popsal další rozvoj infrastruktury náměstek hejtmana pro dopravu **Pavel Čížek**. „Začínali jsme na zelené louce, kdy cyklisté byli nekoncepčně vedeni mnohdy silnicemi třetí nebo druhé třídy. Cílem koncepce cykloturistiky a cyklo dopravy je tedy vytvořit základní síť propojením tras s mezinárodními cyklostezkami, nadregionální-

Dále podpořil dotací deset milionů korun například projekt Berounka trails mikroregionu Radnicko a zajistil prodloužení mezinárodní cyklotrasy RT 3 v Rokycanech. Mimo to kraj postavil lávku přes Hracholusky za 13 milionů korun, na niž dostal přes deset milionů od státu z fondu dopravní infrastruktury. Loni podpořil kraj 14 projektů cyklostezek, cyklotras a doprovodné infrastruktury,

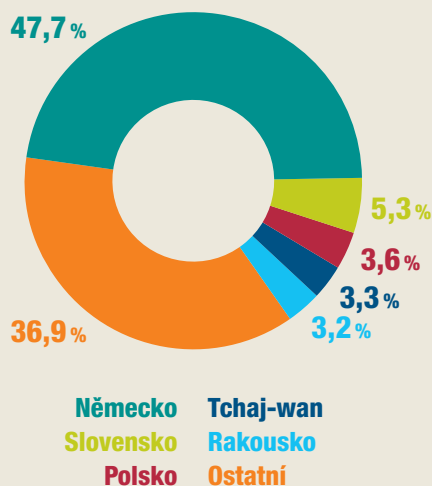


Přehradní nádrž Lučina na řece Mži

Graf 3 PRŮMĚRNÁ DÉLKA POBYTU REZIDENTŮ A NEREZIDENTŮ VE DNECH



Graf 4 STRUKTURA NEREZIDENTŮ PODLE ZEMÍ V 1. ČTVRTLETÍ 2020



Zdroj dat: -ČSÚ-



mi i regionálními liniemi,” přiblížil náměstek hejtmana. Přestože jednotlivé projekty si budou koordinovat obce individuálně, kraj bude tyto stavby nadále podporovat.

V roce 2017 dal kraj na šest různých projektů celkem 12 milionů korun. Těmito financemi tak podpořil například cyklostezku z Plzně-Koterova do Starého Plzně. O rok později podpořil kraj více než dvojnásobek projektů (tedy celkem 13) částkou ve výši téměř 40 milionů korun. V tomto období se tak zasloužil například o vybudování nadregionální trasy vedoucí z Plzně do populární turistické oblasti Brd. Konkrétně se přitom jednalo o úsek Spálené Poříčí – Hořice.

na kterou vyčlenil částku 45 milionů korun. V rámci projektů patřila mezi nejvýznamnější z nich například druhá etapa cykloresortu Radnicko s dotací 8,7 milionu korun.

Dále se jednalo o cyklotrasu Plzeň-Brdy, a to v úseku z Hořehledů do Čičova, kterou podpořil dotací v hodnotě 6,8 milionu. A v neposlední řadě pomohl kraj vybudovat i cyklostezku z Vejprnic do Plzně-Skvřňan, na kterou šlo celkem 6,5 milionu korun. ■

Text: -red-, -čtk-
Ilustrační foto: Shutterstock.com

Unikátní řízení cestovního ruchu

Každá destinace potřebuje ke svému správnému fungování management. Stará se totiž o její rozvoj či tvorbu produktů a má na starosti také zajištění dostatku finančních prostředků pro své fungování a na samotnou podporu cestovního ruchu v dané destinaci. V ideálním případě by proto měl projekt Kategorizace a certifikace DMO agentury CzechTourism zajišťovat, že je v každé destinaci jasně definovaná organizace, která se o toto stará.



Plzeňský kraj je z pohledu řízení cestovního ruchu unikátní. Kromě Plzně a jejího okolí nejsou na jeho území v zásadě žádná jiná podobně turisticky exponovaná místa. Proto byla oblast cestovního ruchu po mnoho let brána jen jako doplněk pro dané území a nikoliv jako zásadní oblast ekonomiky. Z toho důvodu asi není ani překvapivé, že zatímco v řadě jiných tuzemských regionů řídí činnosti související s rozvojem cestovního ruchu krajské centrály, zde se o tuto oblast jako garant stará Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje, respektive jeho oddělení cestovního ruchu. V současnosti navíc ani není v plánu krajskou centrálu cestovního ruchu zakládat, jelikož je vnímána jako v zásadě duplicitní organizace pro zmíněné oddělení. To znamená, že v kraji nefunguje žádný certifikovaný management na krajské úrovni.

Na jeho území nicméně funguje celá řada spolků, iniciativ a dalších subjektů, které v zásadě vykonávají činnosti DMO. A přestože za ně nejsou označovány, stávají se partnery Plzeňského kraje v oblasti cestovního ruchu a podílejí se na společných projektech, na produktech cestovního ruchu i na společné propagaci. Navíc řada z nich certifikovaný systém DMO podporuje a snaží se nastolená

kritéria pro certifikaci splnit. V rámci nastaveného třístupňového systému organizací destinačního managementu je přitom neúspěšnější úroveň oblastní. V tuto chvíli tak v kraji fungují celkem dva certifikované destinační managementy, a to mikroregion Šumava-západ a také Plzeň – TURISMUS. Oba zmíněné subjekty přitom certifikaci získaly teprve na konci minulého roku (viz tabulka).

I bez krajské DMO to jde

Plzeňský kraj navíc vznik a činnost oblastních i lokálních organizací destinačního managementu na svém území významně podporuje. A to nejen formálně, ale například i finančně. Tento způsob podpory je přitom realizován především formou účelových dotací na marketingové kampaně, produkty cestovního ruchu, na personální zajištění činnosti organizací destinačního managementu apod.

Zároveň oddělení cestovního ruchu s danými subjekty úzce spolupracuje. „I když v Plzeňském kraji mnoho certifikovaných destinačních managementů není, tak je zde celá řada subjektů, které vykonávají činnosti destinačního managementu, a s nimiž spolupracujeme již řadu let. Se všemi těmito organizacemi jsme v úzkém kontaktu, předáváme jim veškeré infor-

mace a zároveň od nich zase jiné podstatné informace získáváme, pořádáme pravidelná setkání a společně vytváříme produkty cestovního ruchu,“ přiblížila vedoucí odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu krajského úřadu Plzeňského kraje **Alena Svobodová**. Oddělení proto snahy subjektů o certifikaci podporuje. Od projektu si totiž slibuje nastavení jednotného systému cestovního ruchu v České republice. „Systém certifikací totiž do jisté míry supluje zákon o cestovním ruchu, který zde prozatím chybí,“ doplnila Alena Svobodová.

S tím pak souhlasí i ředitelka organizace Plzeň – TURISMUS **Zuzana Koubíková**.

„Proces certifikace DMO lze vnímat jako snahu o vytvoření a implementaci základních pravidel pro rozvoj a marketing cestovního ruchu v regionech České republiky. Ve svém důsledku by certifikace měla vést ke zvyšování kvality komunikace, spolupráce a řízení cestovního ruchu v regionech. Certifikované DMO by navíc měly být jasně čitelným partnerem pro kraj či ministerstvo pro místní rozvoj a zároveň také stejně tak čitelným partnerem pro všechny aktéry cestovního ruchu v dané oblasti, ať již jde o instituce, neziskové organizace, či privátní sféru,“ vysvětlila.

Specifické parametry

Vznik jasně definovaných turistických oblastí s certifikovaným destinačním managementem je v současné době nezbytný. Napomáhá totiž zjednodušení a zprůhlednění komunikace mezi jednotlivými aktéry v cestovním ruchu na daném území. „Zároveň zviditelňuje strukturu turistických oblastí. Ve finální podobě by měla certifikace také pomoci vyplnit jednotlivá turisticky atraktivní území a zamezit jejich překrývání v rámci různých organizací cestovního ruchu,“ řekla k systému Alena Svobodová.

Proces certifikace však není pro subjekty úplně nejsnazší, a to z mnoha různých

TAB.: SEZNAM DMO V PLZEŇSKÉM KRAJI VČETNĚ STAVU JEJICH CERTIFIKACE

Turistická oblast	Název DMO	Datum 1. certifikace	Úroveň	Web
Šumava-západ – Bavorský les	Mikroregion Šumava-západ	19. 12. 2019	oblastní	www.sumavanet.cz
Plzeňsko	Plzeň – TURISMUS, příspěvková organizace	19. 12. 2019	oblastní	www.visitplzen.eu
Plzeňský západ	MAS Český Západ, z. s.	x	oblastní	www.mas.cz
Český les	Destinační společnost Český Les, z. s.	x	oblastní	www.ceskyles.eu
Brdy a Podbrdsko	Destinační agentura Brdy (Ekologické centrum Orlov, o. p. s.)	x	oblastní	www.poznejbrdy.cz
Pošumaví	Turistická oblast Pošumaví, z. s.	x	oblastní	www.toposumavi.cz

Zdroj dat: agentura CzechTourism

důvodů. Pro organizaci Plzeň – TURISMUS například nebyl úplně jednoduchý, jelikož Plzeň má jako městská destinace cestovního ruchu určitá specifika, která se nedají změnit, a stávající systém na ně nepamatuje. Certifikace je proto dle Zuzany Koubkové výhodnější pro územně rozsáhlejší pobytové destinace. „Nezohledňuje totiž tradiční městské destinace, které dosahují vysokého výkonu na malém prostoru a přitom je nezastřešuje žádná jiná oblastní destinace. To je právě případ DMO Plzeň – TURISMUS,“ nastínila ředitelka této destinační společnosti a doplnila: „Plzeň patří k nejnavštěvovanějším českým městům, svými výkony dosahuje parametrů oblastní destinace. Každoročně tvoří přibližně 40 procent příjezdů do celého kraje. V okolí

města však nepůsobí žádná jiná oblastní destinační společnost. Snažíme se proto vyplnit prázdné místo na mapě tak, aby Plzeň včetně svého bezprostředního okolí měla v cestovním ruchu stejné možnosti jako ostatní oblastní destinace.“

Šlo by něco změnit?

Jelikož má organizace Plzeň – TURISMUS s procesem poměrně čerstvou zkušenost, které navíc předcházely dva roky příprav, je dle Zuzany Koubkové jasné jedno – navržený systém kategorizace a certifikace destinačních managementů nelze uplatnit plošně na všechny. To se ukazuje například v případě financování. „Je zřejmé, že zásadní projekty nelze uskutečnit bez spolupráce s privátní sférou. Podstatnější

než členské příspěvky je participace podnikatelské sféry na rozvoji a marketingu destinace. Nebudou-li partneři nějakému projektu věřit, finančně jej nepodpoří,“ podotkla Zuzana Koubková a doplnila: „Právě v současné době ovlivněné pandemií koronaviru se ukazuje, že máme řadu aktivních partnerů, kteří dokážou podpořit destinaci různými způsoby.“ Ředitelka Plzeň – TURISMUS si proto myslí, že by do budoucna bylo v rámci procesu certifikace vhodnější posuzovat specifika konkrétní destinace, protože jsou ve většině případů neměnná. ■

Text: Gaja Kolářková
Foto: Shutterstock.com

[INZERCE]

PŘIJEĎTE NA DOVOLENOU

PROPADNĚTE ZÁŽITKŮM V PLZEŇSKÉM KRAJI

ŠUMAVA * ROMANTICKÉ ZÁMKY * PANENSKÉ BRDY
CHODSKO * PLZEŇ * ZA FILMOVÝMI MÍSTY * PIVNÍ RÁJ
BAROKNÍ KRAJINA * ZANIKLÉ OBCE * LÁZNĚ A WELLNESS
CYKLOTURISTIKA * ZLATÁ STEZKA * GOLFOVÁ DOVOLENÁ
ZA ZÁŽITKY NA FARMU * DOVOLENÁ U VODY

Napište si o tištěný katalog dovolené na léto 2020
dovolenaplzensky-kraj.cz

PLZEŇSKÝ KRAJ

TURISTŮ RÁJ



Stáhněte si katalog
v elektronické podobě



I bonitní klientela ocení tradiční zážitky



Plzeňský kraj lze poznat a zažít mnoha způsoby. Ať už do něj míří rodina s dětmi, nadšenec do historie či kultury, lázeňský host, pivař i sportovec, pro všechny tyto a další typy turistů se v kraji najde dostatek zábavy a zajímavostí. Umí však západočeský kout naší republiky zaujmout i bonitní klientelu? A touží vlastně po ní?

Dle vedoucí odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje **Aleny Svobodové** se oddělení cestovního ruchu svými aktivitami zaměřuje především na rovnoměrné pokrytí všech cílových skupin. Nelze tudíž říci, že by náročnou klientelu vyloženě preferovalo. „I tak je ale v kraji řada možností, jak náročné klienty během dovolené uspokojit. Plzeňský kraj nabízí návštěvu atraktivních městských destinací, možnosti zážitkové dovolené (jako například golfové pobyty), vysokou úroveň ubytovacích i gastronomických služeb, lázeňské nebo wellnessové pobyty, návštěvu významných historických památek a také kvalitní sportovní vyžití v nádherné přírodě Šumavy,“ vyjmenovala Alena Svobodová. Region se snaží svou nabídkou jednoduše uspokojit co nejširěji pojeté cílové skupiny a přestože bonitní klientela je jednou z nich, nestojí nijak zvlášť v centru pozornosti aktivit oddělení cestovního ruchu. „Nároční turisté v kraji bezesporu najdou množství atraktivních loka-

lit ke strávení své dovolené. Nepředpokládám tedy, že by se bonitní klientela stala primární cílovou skupinou návštěvníků Plzeňského kraje, ale rozhodně je jednou z několika významných cílových skupin,“ vysvětlila vedoucí odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu.

Poněkud jiná je pak situace v centru kraje, kterým je Plzeň. „Jsme jedním z mála českých měst, kam vždy jezdilo více zahraničních než domácích hostů. Mezi turisty pak převládají především Němci a v posledních letech také asijské skupiny. Přesto se tu objevuje hodně individuálních návštěvníků, kteří do města přijíždějí za akcemi a za zážitky. To vše je náročná klientela,“ konstatovala ředitelka Plzeň – TURISMUS **Zuzana Koubíková** a dodala, že pro samotné město je bonitní klientela přirozenou cílovou skupinou. „Odpovídá tzv. požitkářům, kteří jsou solventní a neváhají utrácet za hodnotné zážitky zejména v oblasti kultury, sportu, ale i třeba gastronomie. Nejsme však



luxusní destinací typu lázeňských míst či Prahy. Město i jeho okolí disponuje pestrou a kvalitní nabídkou také pro rodiny s dětmi," doplnila dále Zuzana Koubíková.

Čím je zaujmout

Náročná klientela obecně vždy ocení především kvalitní služby, komfortní a luxusní ubytování i zajímavou gastronomii. „Tím vším samozřejmě Plzeňský kraj disponuje a k tomu nabízí mnoho atraktivních turistických cílů. Jeho nespornou předností je pak i překrásná příroda," podotkla Alena Svobodová. S tím souhlasí i ředitelka Plzeň – TURISMUS. „Příroda prostupující po březích řek až do centra města a krásně upravené parky, v nichž je radost posedět na předzahrádkách místních restaurací, je pro náročné klienty jednoznačně bonusem," doplnila.

A mezi stromy i uprostřed kopců se navíc skrývá ještě jedna tajná zbraň Plzeňska. Tou jsou golfové resorty a hřiště. Přestože kraj není tou nejvyhledávanější golfovou lokalitou v České republice, i zde lze několik kvalitních a zajímavých možností nalézt. Především pak opět v okolí Plzně. Nedaleko se nachází obec Dýšina, v níž je například Greensgate Golf & Leisure Resort, pro který je bonitní klientela primární cílovou skupinou. Po čem touží především? „Naši klienti jsou ve svých požadavcích stále náročnější, a to především kvůli širokým možnostem, které při svém výběru dnes mají. U nás je pak pro ně naprosto stěžejní vysoká kvalita hřiště. Právě na to se proto zaměřujeme a naše klienty to rozhodně velmi láká," přiblížila manažerka Greensgate Golf & Leisure Resortu **Martina Lešová**. Co resort nabízí? Technicky propracované 18jamkové golfové hřiště, které je navíc zasazené do kopcovité a zalesněné krajiny lemované řekou Klabavou a Ejpovickým jezerem. Martina Lešová však zároveň připustila, že někteří klienti chtějí kromě golfu zažít i další možnosti, které region poskytuje. I bonitní hosté tak chtějí velmi často navštívit například sklepy Plzeňského Prazdroje nebo prohlídky výroby a degustace šumivých nápojů v Bohemia Sekt Centru ve Starém Plzenci.

Plzeň je i se svým okolím zkrátka velmi atraktivní destinací s nepřeberným množstvím hodnotných památek, galerií, muzeí i dalším vyžitím. „Síla a jedinečnost města však pramení zejména z průmyslové tradice. Díky ní turisté z celého světa objevují

nejen výrobu proslulého piva s označením pils nebo pilsner, minipivovary a pivní festivaly, ale také třeba noblesní interiéry architekta Adolfa Loose," zmínila Zuzana Koubíková.

Odkud přijíždějí

Jak již zaznělo v úvodu, necelých 60 procent turistů mířících do Plzeňského kraje tvoří Češi. Ze zahraničních návštěvníků pak převládají zejména okolní státy v čele s Německem. Právě příjezdy z této země tvoří zhruba 45 procent. A to samozřejmě platí i v případě bonitní klientely. „Nejčastěji nás navštěvují turisté ze sousedících zemí. Jedná se většinou o třídní pobyty, přičemž výši jejich průměrné útraty nemáme detailně zpracováno. Ale řádově se jedná o vyšší částky než u klientely tuzemské," uvedla Alena Svobodová.

Mezi stromy i uprostřed kopců se navíc skrývá ještě jedna tajná zbraň Plzeňska. Tou jsou golfové resorty a hřiště.



Zuzana Koubíková navíc předpokládá, že konkrétně v případě Plzně se útraty bonitních turistů pravděpodobně neliší od zbytku republiky, respektive průměru ve větších městech. To dokládá i fakt, že pro město je typické velmi široké spektrum návštěvníků z celého světa. A stejně tak je dle ředitelky Plzeň – TURISMUS široký rejstřík důvodů, proč chce bonitní klientela do Plzně zavítat. „Turisté z opačné strany zeměkoule jsou pravděpodobně náročnější na služby než třeba aktivní senioři z Bavorska, kteří ale umí dobře využívat kulturní potenciál města. Pravidelně sem jezdí za akcemi, třeba na operu či balet. Němci město většinou znají a důvody jejich návštěvy mohou být velmi různé – od obchodních aktivit až třeba po návštěvu známých," objasnila. Zároveň poukázala na zajímavou skutečnost, a to že délka pobytu zahraniční i domácí klientely se neustále zkracuje, kdy v roce 2019 činila necelých 1,7 noci. Zásadně navíc souvisí s byznys turismem. „Snažíme se proto vábit naše sousedy zejména na opakovanou návštěvu. Plzeň poskytuje díky akcím a událostem vždy nové atraktivní zážitky," doplnila Zuzana Koubíková.

K opakovaným návštěvám se přitom daří motivovat také ve zmíněném Greensgate Golf & Leisure Resortu. Největší část jeho zahraniční klientely tvoří rovněž turisté z Německa. Martina Lešová navíc nastínila, že je to z velké části především díky velmi dobré dostupnosti Plzně, respektive samotného resortu. Plzeňský kraj totiž zaujímá velmi strategickou polohu na dálnici D5 mezi Prahou, Mnichovem a Norimberkem.

Marketingové aktivity a budoucnost

Se skladbou bonitních návštěvníků kraje pak souvisí i marketingové kampaně a další aktivity, kterým se věnuje nejen oddělení cestovního ruchu, ale také organizace Plzeň – TURISMUS. „Mezi ty hlavní patří především pravidelná publicita a propagace vedená všemi dostupnými informačními kanály a dále aktivní účast na českých i zahraničních veletrzích cestovního ruchu. Mezi nejinformovanější země patří především sousedící státy – Německo, Rakousko, Polsko a Slovensko," nastínila Alena Svobodová. A podobně to vnímá i Zuzana Koubíková: „Naším zájmem vždy bylo a je udržet si tradiční klientelu ze sousedních zemí. Naopak na asijské skupiny necílíme, byť občas využijeme možnosti spolupracovat s press trip, fam trip nebo jinou prezentací i pro tyto zdrojové trhy. Press tripy a fam tripy považujeme za zásadní pro oslovení zahraničních trhů, zejména těch vzdálenějších," podotkla.

V následujících měsících se však budou muset kraje, města i subjekty cestovního ruchu, které se zaměřovaly na bonitní a zejména zahraniční klientelu obrátit jiným směrem – a to zpět domů. „Vzhledem k aktuální situaci jsme začali cílit na tuzemskou klientelu. Připravili jsme proto například nabídku pro rodiny s dětmi a rozšířili tu možnosti pro začínající golfisty," zmínila příklad budoucích aktivit Greensgate Golf & Leisure Resortu Martina Lešová a na závěr dodala: „Snažíme se turistům jednoduše ukázat všechny možnosti, které Plzeňský region poskytuje." ■

Text: **Gaja Koláčková**
Foto: Shutterstock.com

S Baťou po Baťově kanálu

V letech 1934–1938 vznikla unikátní vodní cesta, která spojovala Otrokovice s Rohatcem. Poznat zábavným způsobem tuhle jedinečnou technickou památku přímo s jejím autorem Janem Antonínem Baťou může nově kdokoliv, kdo má chytrý telefon a touhu zažít rozličná nevšední dobrodružství!



Významný československý a brazilský podnikatel J. A. Baťa se nejprve představí v úvodní hře „S Baťou o Baťově kanálu“, kterou je možné odehrát odkudkoliv, třeba z pohodlí obývacího pokoje. Po jejím absolvování se již budou moci hráči vydat vstříc jednotlivým baťovským dobrodružstvím podél plavebního kanálu, který je možné navštívit v lodi, na kole, na koni či autem.

A co vás čeká za geohry v jednotlivých přístavištích podél kanálu? V Otrokovicích, tehdejších Baťově, budete zachraňovat slavnostní otevření největšího přístavu na Baťově kanálu. V Napajedlích se stane Baťovým poradcem a vydáte se společně na důležité obchodní jednání. V Uherském Hradišti se vrátíte s továrníkem zpět k jeho kořenům a budete spolu s ním hledat odpověď na to, proč se zrovna on stal dědicem Baťovského impéria. Pokud se někdo touží stát projektantem, bude jeho přání vyslyšeno v Uherském Ostrohu,



INTERREG V-A
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
ČESKÁ REPUBLIKA



EURÓPSKA ÚNIA
EURÓPSKY FOND
REGIONÁLNEHO ROZVOJA
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



kde bude vynalézat důmyslné technické řešení při stavbě plavební komory. Výstavba Baťova kanálu přetáhla úzkokolejovou trať ve Veselí nad Moravou. Podaří se vám navrhnout propracované řešení, aby zde nebyla doprava přerušena? Ve Strážnici se zúčastníte výběrového řízení na nového stavbyvedoucího. V Petrově budete pro změnu zachraňovat slavnostní zahájení plavební sezóny, u Sodoměřic se seznámíte s technickým unikátem v podobě výklopníku. Ve slovenské Skalici si na vycházce vyslechnete Baťův životní příběh, kde se rozvypráví o tom, že Československo nezradil.

Nově spuštěné geolokační výletní hry zábavnou a zejména dobrodružnou formou seznamují nejen s technickými zajímavostmi Baťova kanálu, ale také s životem J. A. Bati. Pro instalaci her postačí v prohlížeči v chytrém telefonu otevřít adresu qr.geofun.cz/g60. Telefon sám nabídne instalaci bezplatné aplikace GEOFUN a následně stažení vybraných her Baťova kanálu. Pak již stačí jen dojít na startovní pozici vybrané hry a aplikace sama nabídne její odstartování. Hry je možné odehrát kdykoliv během roku a zaberou dle výběru patnáct minut až jednu hodinu. Hry budou také k dispozici ve slovenském jazyce.

Manažerka svazku obcí Obce pro Baťův kanál **Martina Kočvarová** k novým hrám dodává: „Tyto nové výletní hry určitě velmi potěší nejen stávající hráče GEOFUNu, ale i místní obyvatele a zejména návštěvníky Baťova kanálu. Hry jsou nejenom zábavné, ale také poučné. Sama se těším, až vyrazím s Janem Antonínem Baťou

za dobrodružstvím a dozvím se nové informace o něm i jeho díle. Zážitek je to, na co se z návštěvy nového místa nejděle vzpomíná!“

Soubor geohr pro Baťův kanál byl vytvořen v rámci projektu „Poznej Baťův kanál na obou stranách hranice“, který je spolufinancovaný z Fondu malých projektů programu Interreg V-A Slovenská republika – Česká republika 2014–2020. ■

www.geofun.cz/batuv-kanal

www.batacanal.cz

GEOFUN®

MATERIÁLY PŘIPRAVIL
Vít Pechanec,
jednatel a projektový
manažer GEOFUN, s. r. o.
Tel.: 603 799 819
vitek@geofun.cz
www.geofun.cz



DALŠÍ TÉMATA VYDÁNÍ



42 MARKETING

- Typy věrnostních programů a jejich příklady 42
- COVID-19: Inspirace ze světa 43



44 TRENDY A INOVACE

- Prázdninové plány Čechů a Slováků
COVID-19 moc nezměnil 46
- Restartujete, nebo pudujete gangrénu? 48
- Travelcon 2020 úspěšně zdolal zatím neprobádanou
konferenční trasu 49
- Krizové řízení destinace – příležitost pro inovace 51
- Cestování jinak aneb Od rurálního Burgundska
po aristokratické Bordeaux se sklencí v ruce 52



53 DATA A ANALÝZY

- Návštěvnost turistických cílů v roce 2019 53
- Očekávaný pokles ubytování v HUZ 54



55 ASOCIACE

- Aktuální zprávy z činnosti tuzemských
profesních svazů 55-57



42

Foto: Shutterstock.com



49

Foto: JCCR



52

Foto: Shutterstock.com



Typy věrnostních programů a jejich příklady

V předcházejícím vydání jsem nastínil základní obrysy hotelových věrnostních programů, a proto bych se dále zaměřil na jejich specifika a příklady implementace nejen ze sektoru hospitality.



Následující taktiky nemusí být použitelné pro každý hotel, vždy záleží na profilu zákazníků a požadovaných výsledků. Nicméně lze konstatovat, že jde o nejpoužívanější koncepty.

Cílem taktiky „překvapit a potěšit“ (z anglického spojení surprise and delight) je budování vztahu se zákazníky a snižování pravděpodobnosti jejich odchodu ke konkurenci poskytnutím nečekané odměny jako poděkování za věrnost. Většina takovýchto kampaní zahrnuje odměny, například dárky, produktové novinky nebo smysluplné slevy. V dnešním prostředí sociálních médií tato „neplánovaná“ překvapení mohou také pomoci pěstovat povědomí o značce prostřednictvím virálního efektu na sociálních sítích. Klíčem

řešení CRM. Hotel může například nabídnout bezplatnou masáž zákazníkům, kteří právě dorazili do hotelu po dlouhé cestě, nebo je přivítat lahví vína, které si oblíbili během minulého pobytu. Taktika překvapení a potěšení nemusí být drahá, ale musí být smysluplná a představovat přidanou hodnotu pro hosta.

Standardní doporučení pro odměnu je 3–8 % z útraty v závislosti na členské úrovni.



Cash back a sbírání bodů je jiná alternativa věrnostních benefitů a je určena primárně zákazníkům, kteří očekávají za svoji věrnost monetární výhodu. Obvyklý příklad lze nalézt u kreditních karet: procento z nákupů účtovaných na kreditní kartu se vrací zákazníkovi ve formě šeku, dárkových karet, letenek nebo dokonce školného.

U hotelů jsou věrnostní programy tohoto typu založeny na kumulaci bodů, které je možné vyměnit za pobyt zdarma či je využít na zaplacení části nebo celého pobytu. Mohou mít také více zážitkovou podobu, jako je například bezplatná návštěva spa nebo upgrade při příjezdu. Klasické hotelové věrnostní programy mají obvykle tři až šest úrovní členství, z nichž každá nabízí vyšší odměny. Například Marriott Bonvoy nabízí bezplatné Wi-Fi, exkluzivní ceny a mobilní check-in pro všechny úrovně.

Ve vyšších úrovních může člen získat přednostní rezervaci, bonusové body, pozdější check-out, vyhrazenou rezervační linku, uvítací dárek či jiné výhody.

Určitou hybridní verzi nabízejí tzv. value-add rewards (odměny s přidanou hodnotou), které přinášejí výhodu, jež je k dispozici pouze členům. Amazon Prime je velmi dobrým příkladem této formy věrnostního programu, zahrnujícím např. bezplatnou a rychlou přepravu, streamování filmů, televizních pořadů a hudby, exkluzivní nákupní nabídky a neomezené čtení vybraných titulů.

Hotely mohou v tomto duchu nabídnout například pozdní check-out nebo partnerství s místními atrakcemi nabízejícími další typ přidané hodnoty: na míru šité zážitky z destinace, jako jsou slevy na exkluzivní kurzy vaření nebo VIP vstupenky na kulturní akce.

Kromě toho, že jsou výhodné pro zákazníky, odměny s přidanou hodnotou mohou pozitivně ovlivnit hospodářský výsledek hotelu. Lze nabídnout odměny, které podpoří útratu v hotelu – například dva gratis nápoje v lobby baru nebo peněžní kredit mohou podnítit návštěvu hotelové restaurace.

Zjistili jsme, že věrnostní programy jsou neefektivnější, pokud pracují s kombinací všech tří typů. Zatímco jeden může být základním stavebním kamenem, může si z ostatních vypůjčit to nejlepší pro konkrétní hotel. Například program čistého sběru bodů postrádá element „překvapení a radosti“. Stejně tak nekonečná překvapení a potěšení se mohou stát únavnými a hraničit s klišé. Bez ohledu na to, který věrnostní program nebo mix uplatníte, úspěch přichází pouze při zajištění hodnoty a smysluplnosti pro konkrétního hosta. ■

70% turistů

by od hotelů chtělo více tipů, co dělat během pobytu.



k překvapení a potěšení je vybudování emočního spojení mezi spotřebitelem a značkou, při kterém získá spotřebitel přirozený pocit, že je pro hotel důležitý. Přirozenost a důvěryhodnost jsou přitom rozhodující a v současné době krize důležitější než kdykoli jindy.

Pro úspěšnou aplikaci této varianty má velký význam kvalita a personalizace informací o hostech pro identifikaci jejich preferencí, a proto je nepostradatelné robustní

AUTOREM TEXTU JE

Ing. Jan Kameníček, MBA,

regionální viceprezident společnosti TravelClick, an Amadeus company.

Tel.: +420 604 817 317

E-mail: jan.kamenicek@amadeus.com





COVID-19: Inspirace ze světa

Celosvětově byly všechny značky v cestovním ruchu hluboce zasaženy pandemií COVID-19 a celá řada z nich se i přes tuto nelehkou situaci snažila pokračovat ve své komunikaci. Nebyly to tradiční kampaně s pobídkou k návštěvě, byla to sdělení plná podpory a inspirace. Jaké zajímavé kampaně se objevily? Pojďte se podívat.

Colorado Springs: Dobrodružství jsi ty

Za první ukázkou se vydáme do Colorado Springs. Zde připravili video s inspirací, na co se mohou všichni těšit, až bude možné se opět vydávat na cesty.

V komunikaci Colorado Springs se pravidelně objevuje „dobrodružství“, které se doslova nabízí při návštěvě nádherné přírody a v době COVID-19 se rozhodli toto znovu využít. Emotivní video dávalo příklady toho, jak lze dobrodružství zažít



Kampaň Hotels.com

Svatá Lucie na programu, se podívejte na <https://bit.ly/svata-lucie-program>.

Podpora z Matterhornu

Poslední ukáзка přichází ze Švýcarska. Tady ohromili celý svět tím, jak vyjádřili solidaritu a vzdali hold všem zemím, které pandemie COVID-19 zasáhla. Každý večer se pravidelně až do 19. dubna rozzářil vrchol Matterhornu, na kterém se postupně zobrazovaly vlajky zasažených zemí. Objevily se také nápisy „děkujeme“, „naděje“, „zůstaňte doma“.



Kampaň Colorado Springs

i ostatní, aby udělali to, co on a užívali si domácí chvíle třeba s popcornem.

7 minut na Svaté Lucii

Teď zavítáme na ostrov Svatá Lucie. Tam pro komunikaci využívali hlavně svůj profil na Instagramu a v rámci kampaně „7 minut na Svaté Lucii“ naživo vysílali 7minutová inspirativní videa. Kampaň začínala 26. března a hlavním tématem sedmiminutovek bylo cvičení jógy na pozadí Pitons, nejznámější siluety Malých Antil. Jóga však nebyla jediným tématem. Sledující se mohli bavit také vařením, taneč-



Vrchol Matterhornu

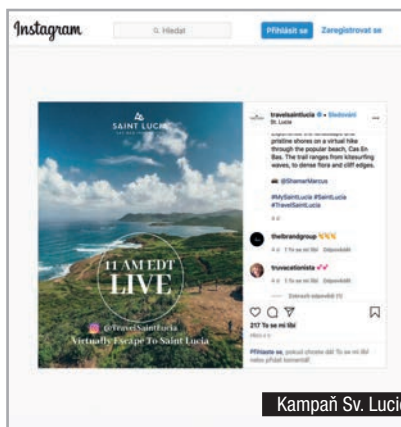
Zdroj: Frank Schwarzbach / Zermatt Tourism

doma. Z polštářů a oblečení postavit pevnost, v domácích pantoflích či z pohovky zažít ty nejlepší koncerty nebo si užít návštěvu muzeí.

Důležitým sdělením bylo, že dobrodružství není tam venku, ale v nás. My jsme tím dobrodružstvím. S tímto poselstvím předali pozdrav a přání brzkého setkání, až bude po všem.

Hotels.com: Společenský odstup

Na Hotels.com zapojili svého maskota kapitána Obviousa, který obvykle všechny motivuje, aby se doslova zvedli z gaučů v obývacím pokoji a vyjeli někam na výlet. Tentokrát však ve videospotu informoval, že si bude po nějakou dobu držet společenský odstup a zdrží se doma. Tímto „poselstvím“ inspiroval



Kampaň Sv. Lucie

ni party nebo meditacemi. Byla to téma, kterým se lidé většinou sami doma věnují a mohou s nimi pokračovat dál i v době sociální izolace, teď ale v úžasné společnosti Svaté Lucie. Co měl ostrov

Na sociálních sítích se u příspěvků objevovaly motivační hashtagy #neverstopdreaming nebo #staystrong.

V průběhu nejtěžšího období se objevovala celá řada zajímavých komunikačních projektů s cílem hlavně lidi podpořit, ukázat, že se ani v těžkých časech na ně nezapomnělo a vyjádřit naději a radost ze setkání v budoucnu. Zaregistrovali jste vy sami nějakou zajímavou komunikaci v době COVID-19? Napište mi! ■

AUTORKOU TEXTU JE
Ing. Kateřina Rotterová
ze společnosti
Destination Marketing.
katerina.rotterova@destmark.eu
Tel.: +420 605 376 527
www.destmark.eu





myalfred

previDo

Váš nový recepční

Jedna technologie více možností



Aplikace myAlfred poskytne vašim hostům ideální nástroj pro správu jejich rezervace. Jednoduchý online check-in, přibojednání služeb, platba přímo z rezervace, napojení na zámkový systém a další služby vám zajistí ušetří čas a vašim hostům zpříjemní jejich pobyt.

- ✓ online check-in
- ✓ elektronický podpis
- ✓ platba
- ✓ hotel a okolí
- ✓ dokoupení služeb
- ✓ green option (vzdání se úklidu pokoje)
- ✓ klíč od pokoje
- ✓ hodnocení pobytu

Více informace na: www.myalfred.cz





Před první linií – Moderní technologie chrání hosty i personál

Jen málo aspektů našeho běžného života se nebude do budoucna dělit na dobu pre- a postcovidovou. Kromě samotného označení doby postcovidové je s pandemií koronaviru spjatý další novotvar, který se stal naprosto běžnou součástí našeho života. První linie. „Díky všem v první linii“ slyšíme z rádií, vidíme v televizi nebo čteme na billboardech.



Neoddiskutovatelně patří všem lidem, kteří pracují v rouškách a za plexiskly, náš dík. Když všichni ostatní musejí být doma, oni jsou tady pro nás, abychom si mohli zajít nakoupit základní potraviny, zajít do lékárny, k doktorovi, vyzvednout jídlo z výdejního okénka, dostat se do práce pomocí MHD a aby po nás zase ten vůz MHD měl kdo vydezinfikovat. Jsou to skuteční hrdinové dnešní doby.

Svět hotelů, svět restaurací a většina odvětví podnikání zažívá aktuálně těžké chvíle. Jsou ale obory, které by s nadsázkou chtěly pandemii koronaviru napořád. Jsou to e-shopy zaměřené na nákup potravin, drogerie, lékárenského, ale i běžného zboží. Tento typ služeb zažívá skvělé období. Proč? Právě proto, že kupující využil své právo volby. Mohl si vzít roušku a rukavice a vyrazit pro prací prášek do drogerie, ale neudělal to. V županu a papučích z bezpečí vlastního obýváku si zboží vybral, objednal, zaplatil a někdo mu ho bezpečně dopraví až domů tak, že se vůbec s nikým nepotká. Má podobnou volbu i host, který se chystá strávit ať už dovolenou, nebo služební cestu v hotelu? Může se při svém pobytu s nikým nepotkat? Nebo možná položí tu otázku jinak. Pokud bude mít hotel přizpůsobený svému provozu k tomu, aby se s hostem během pobytu nikdo nepotkal, získá tím nějakou výhodu?

Pravděpodobně ano. Představte si, že si na víkend s rodinou pojedete někam

odpočinout. Vyberete si hotel či penzion, sbalíte se a vyrazíte. Před hotel dorazíte v pohodlí vlastního auta. Doposud žádná změna. Ta nastane až poté, co vyndáte zavazadla z kufru a vykročíte směrem k hotelu. Projdete lobby přímo k pokoji, odkládáte zavazadla a je před vámi perfektní víkend podle vašich představ. Když si vzpomenete na svou poslední podobnou dovolenou, tak vám tam pravděpodobně něco bude chybět. Je to ten čas strávený u hotelové recepcie čekáním ve frontě, až se na vás dostane řada. Když vám někdo podával propisku, kterou před vámi držely desítky lidí, ještě jste slovo „koronavirus“ ani neznali. Teprve až jste vyplnili ubytovací kartu, mohli jste dostat klíč od pokoje, který vám opět někdo musel podat. Dnes má host možnost se dobrovolně o všechna tato rizika ochudit.

Češi během koronavirové pandemie opět prokázali, že jsou velmi šikovný národ. Málokdo nešel roušky, nemíchal dezinfekci nebo netiskl plexiskly na 3D tiskárnách.

Na koronavirovou výzvu jsme reagovali i my, výrobci hotelových technologií. Velkou část vývoje nových funkcionalit hotelového systému Previo jsme věnovali automatizaci některých procesů a možnosti nabídnout hoteliéroví a hostu bezpersonální a bezkontaktní provoz. Například zmíněné zapsání hosta do ubytovací knihy s rouškou přes obličej a dezinfikovanou propiskou, jsme v Previo nahradili

bezobslužnou variantou. Aplikace myAlfred.cz umožňuje provést check-in hosta po telefonu včetně podpisu, zaplatit za pobyt, objednat si snídaní na pokoj nebo i otevřít dveře od pokoje.

Stejnou technologii je možné použít i v samoobslužném kiosku podobně jako na letišti. Na recepci místo personálu host najde tablet ve stojánu a na něm provede check-in. Vše, co je zde napsáno, není hudbou vzdálené budoucnosti. Můžete to mít ve svém hotelu již dnes s minimálními náklady.

Automatickou recepci a aplikaci myAlfred již používají desítky hotelů. Například Pytloun Hotels Group otevřela všech svých 12 poboček po koronaviru již jen s automatickými samoobslužnými kiosky. Díky ní se hosté nemusí v hotelu potkat s nikým z personálu. Vše si vyřídí na svém mobilním telefonu nebo na zmíněném kiosku a do pokoje se dostanou třeba i PIN kódem nebo technologií Bluetooth.

Druhým aspektem automatizace je ekonomika. Tam kde je automatizovaný kiosk, nemusí být na recepci tři recepční, ale jedna, o víkendech a nočních směnách klidně nikdo. Cena za bezpersonální technologie je pouhým zlomkem toho, kolik dnes stojí plat recepční. ■

Jiří Šindelář,
obchodní ředitel Previo ČR&SR



Prázdninové plány Čechů a Slováků COVID-19 moc nezměnil

Svět se ve skutečnosti nezastavil, jen se zpomalil. A ačkoliv se může stát, že cestování už se nikdy nevrátí do starých kolejí, není tomu tak. Tedy alespoň ne podle průzkumu Prázdninové plány 2020, který jsme v Pomáháme hoteliérům provedli mezi téměř tisícovkou účastníků (v období od 10. do 14. 5. 2020). Výstupy z něj jsou více než pozitivní: Češi a Slováci se totiž cestovat chystají a jejich plány se (kromě destinace) zase až tak moc neliší od těch loňských.

Posuďte sami:

Více než 90 % dotazovaných plánuje na letošek dovolenou, jen maličký střípek je přesvědčen, že letos nikam nepojede. 75 % dotazovaných směřuje své plány na červenec a srpen, velká část (40 %) své cestovatelké plány uskuteční v září a říjnu, i když jen čtvrtina z dotazovaných má svůj pobyt již rezervovaný. Celých 75 % se chystá svou dovolenou strávit v domovině, tedy v Česku a na Slovensku. Na tuto odpověď má nepopíratelně velký vliv pomalu ustupující pandemie koronaviru, i tak je to ale obrovská šance právě pro vás, české a slovenské hotely, které z této nešťastné situace můžete nakonec ještě něco vytěžit. Délka pobytu se v odpovědích pohybuje nejčastěji v rozmezí 4 až 6 dnů, zhruba polovina dotazovaných se chystá jako dovolenou strávit jen prodloužený víkend či necelý týden a nejčastěji jde o single páry (romantické balíčky a wellness) a rodiny s dětmi (vyžití pro děti a rodinná zábava).

Zajímavé jsou odpovědi ohledně reakcí hotelů na bezpečnostní opatření týkající se pandemie. I když celých 75 % dotazovaných odpovědělo, že hotel by měl přijmout nějaká opatření (nejčastěji jde o zvýšenou hygienu a umístění dezinfekčních prostředků v pro-

storách hotelu i hotelového pokoje), jen zhruba pětina považuje připravenost hotelu na epidemiologickou bezpečnost za důležitý faktor při výběru hotelu. Celých 40 % uvedlo, že tento fakt nehraje při jejich rozhodování příliš velkou roli.

Na závěr údaje více než pozitivní: 65 % dotazovaných uvedlo, že jejich rozpočet na cestování v roce 2020 bude stejný nebo podobný jako v loňském roce, i když třetina dotazovaných přiznala, že rozpočet jejich domácnosti se oproti loňskému roku zhorší. V průzkumu byly celkem rovnoměrně zastoupeny všechny věkové skupiny od 25 do 55 let a jen třetina pocházela z velkého města nad 500 tisíc obyvatel, tedy z Prahy. Dotazníkové šetření stále probíhá a každým dnem sbíráme nová a nová data. Předpokládám, že do konce května budeme mít více než 3 000 odpovědí, ze kterých budeme moci vycházet.

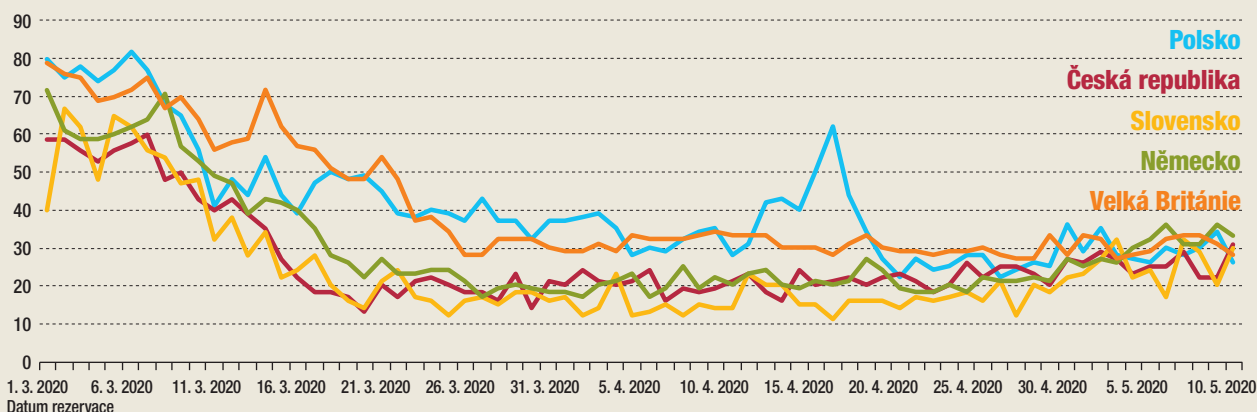
Stav recenzí je úměrný obsazenosti

Věštit z koule neumí nikdo z nás, existuje ale místo, podle kterého s pomocí chytrých technologií (nebo tedy spíše firem, které jimi disponují, a jsou ochotny tato data s vámi sdílet) lze alespoň předpokládat vývoj budoucího cestování. Jedním z takových nástrojů je například Travel Health Index společnosti TrustYou, který měří cestovatelskou aktivitu pomocí počtu publikovaných recenzí týden po týdnu a srovnává ji s aktivitou stejného období loňského roku. Jde o globální index ukazující celosvětový stav změny počtu recenzí, stejně jako index každého daného státu, kde je provedeno více než 10 recenzí za daný týden. Uvedena je navíc také procentuální změna od právě minulého týdne.

Ke dni 24. 4. vykazoval THI číslo 3, což znamená, že v týdnu končícím 19. dubna 2020 byla publikována pouhá 3 % počtu recenzí ze stejného týdne roku 2019. Pokud o 1 % ukazuje, že čísla jdou stále ještě směrem dolů. To přiznává i viceprezidentka TrustYou Valerie Castillo, která uvádí, že v polovině března ukazoval globální THI 60, o dva týdny později pak jen 10. Ke dni 15. 5. je THI na úrovni 4. Na stránkách TrustYou (www.trustyou.com/travel-health-index) můžete vidět vývoj v reálném čase a sledovat, jak se počet recenzí mění. Tento počet je totiž úměrný tomu, jaká je obsazenost ubytovacích zařízení. Lze předpokládat, že s otevřením ubytovacích zařízení se pomalu ale jistě začne THI vyvíjet pozitivně. Samozřejmě záleží na tom, jak budou

vyvíjet. Samozřejmě záleží na tom, jak budou

Graf VYHLEDÁVÁNÍ SLOVA „HOTEL“ NA GOOGLU V RŮZNÝCH ZEMÍCH (BŘEZEN–KVĚTEN 2020)



Zdroj: Profitroom (zpracování COT media)



hosté naladění na cestování. Současný stav bohužel není nikterak pozitivní.

Sledujte situaci v hotelnictví live

Další společností, která se rozhodla podělit se s hoteliéry o zajímavá data, je Profitroom. Pomocí vybrané skupiny hotelů používajících jejich technologie například v průzkumu zjistila, jak moc bylo v měsících března a dubna 2020 ve vyhledávači Google zadáno slovo „hotel“. Křivka pochopitelně v čase klesá, v případě Velké Británie a Polska však zůstává po celou sledovanou dobu v rozmezí 25 až 50%, v České republice od poloviny dubna malými poskoky stoupá až zhruba k 35%.

Grafy najdete na
www.profitroom.com/cs/koronavirus.



Zajímavá je křivka pohybu na webových stránkách sledovaných hotelů, z které lze odvozovat vývoj přímých rezervací. Na konci března je tento index pod hodnotou 10, od poloviny dubna stoupá od 15 směrem k 30 v prvním květnovém týdnu. Dynamika skutečně provedených rezervací v období března a dubna 2020 porovnaných se stejným obdobím loňského roku však zase tak moc pozitivní není, hned druhý březnový týden počet rezervací spadl oproti loňsku o 90% a zvedat se začal mírně až na začátku května na pokles o 70%, v některých dnech dokonce „pouze“ o 50%. Z této statistiky vyplývá, že hosté, kteří nyní rezervují své pobyty, využívají možnosti rezervace přímo u konkrétního ubytovacího zařízení.

Tento trend kopíruje fakt, že hranice jsou pro příjezdový cestovní ruch uzavřeny a že zahraniční hosté rezervují více přes zprostředkovatele, přičemž domácí cestovní ruch je podporován přímými rezervacemi.

Křivka skutečně provedených rezervací zaměřených pouze na letní období, tedy začátek června až konec srpna, v podstatě kopíruje křivku celkových rezervací. Při pohledu na poslední graf, který zaznamenává zájem hostů o jednotlivé prázdninové dny, můžete odhadnout a plánovat období, kdy by měl být váš hotel obsazenější, a podle toho se připravit. Dobře tak například vypadá konec června a první červencový týden.

Osobně vidím světlo na konci tunelu. Další metou jsou pro nás otevřené hranice a vě-

řím, že to na sebe nenechá dlouho čekat. Německo své hranice s částí okolních států otevřelo ke konci května, se zbytkem je to naplánováno na 15. 6. 2020. Německá kancelářka však stále doporučuje, aby se Němci omezili v masivních dovolenkových akcích a zůstali spíše doma.

Samotné otevření hranic pro nás tedy není 100% jistotou, že vše bude jako dříve. Naši hosté musejí získat důvěru v to, že je bezpečné cestovat a že své cestování nemají omezovat, už jen proto, aby si udrželi duševní zdraví. Domnívám se, že nic už nebude jako dříve a novou realitu si budeme muset nejdříve „osahat“. Vše, co nám fungovalo dříve, nyní fungovat nemusí a obráceně. Jako hoteliéři musíme být otevřeni všem možnostem. Kdo zažil ekonomickou krizi 2008–2009, ten by mohl vyprávět. Já z ní vyšla polepšená. Víím, že v krizi je potřeba detailní kontrola nákladů. Že se musíme soustředit na nové trhy (toto se nyní týká velkých měst, západočeských lázní nebo Prahy) a najít alternativní zdroj příjmu. Výpadek velkých mezinárodních konferencí těžko nahradíme, když jsou hranice zavřené. Předpokládám, že naše pozornost se bude upínat k tuzemským firemním klientům.

Velmi pozorní a obezřetní budeme muset být na poli cenové politiky. Pamatujeme, že zlevněním o 50% rozhodně nezískáme o 50% více klientů. Chápu, každá koruna dobrá, ale za jakou cenu? Pokud se rozhodneme hotel otevřít, bude pro nás nejdůležitější vydělat především na ty nejnужnější náklady. A celkově začít náklady optimalizovat, protože v době, kdy business fungoval, jsme nákladovou stránku moc neřešili. Kromě provozních nákladů by nás nyní měly zajímat především náklady spojené s prodejem. Provize, které platíme zprostředkovatelům za jejich marketingovou práci. Zde bych viděla velký prostor pro vylepšení.

První, co bych nyní smetla ze stolu, jsou právě zmiňované rady – snižte ceny a vytvořte si tím poptávku. Určitou revizi budeme muset udělat i v oblasti záloh a storno podmínek. Neznamená to ale, že předplacené pobyty jsou „mrtvé“. Ano, předplaceným pobytům možná odzvonilo třeba v Praze a dalších městech, provozují-li ale hotel v regionu a mám vysokou poptávku, mohu ji regulovat právě tímto způsobem. Každý z nás má právo si určit, jestli chce za prodaný pokoj alespoň zálohu 1 noci

s příznivými storno podmínkami, aby prodej podpořil. Ruku na srdce, letenku si člověk také nekoupí bez úhrady. Nebo ano?

Vím, že portály nás nyní nezachráně, protože sami bojují o přežití. Bojují o svoji reputaci, chtějí prodávat, a proto potřebují naše levné ceny a super podmínky. Jen bohužel chtějí prodávat na úkor nás, protože slevu na pobyt poskytujeme my, nikoliv ony. Mají-li chuť rozdávat slevy, mají tu možnost, a to ze svého. Jejich klienti a naši hosté, ačkoliv by chtěli, cestovat nemohou, ať už z jakéhokoliv důvodu. Tím jsou již několikrát zmiňované hranice, dále ale také například uplatňování „no travel policy“ ve velkých firmách, případně obava některých o své zdraví či nejistota ohledně dění v zahraničí. A samozřejmě někteří mají i nižší příjem.

MOJE DOPORUČENÍ V SOUČASNÉ SITUACI:

- ① Vyladit webovou stránku.
- ② Investovat do lepšího obsahu a fotek na vlastním webu.
- ③ Pořádit si pořádný on-line rezervační systém na vlastní webovou stránku.
- ④ Zapracovat na super produktu a službách.
- ⑤ Investovat na Google a placenou reklamu směřovat jen na váš web.
- ⑥ Osvojit si strategii přímých rezervací a používat zásady revenue managementu včetně dynamické cenotvorby.
- ⑦ Sbírat recenze, vlastní recenze! A hlavně je umístit na vlastní web.

Existuje vůbec nějaký rozumný recept? Osobně to vidím tak, že se musíme vrátit na začátek toho, kdy jsme drželi otež v ruce my, a ne portály. Reálné statistiky od Profitroom hovoří jasně. Vsadte na vlastní rezervace, podporujte hosty v rezervaci napřímou.

Držím vám palce. Naším cílem je mít spokojené klienty. Naším cílem je přežít tuto krizi a jít cestou dlouhodobé prosperity. Krátkodobá řešení jsou cestou do pekla. ■

AUTORKOU TEXTU JE

Radka Telyčková,

How-To-Increase-Revenue

Advisor a Hotel Coach

ve společnosti

Pomáháme hoteliéřům.

www.vicepřímýchrezervaci.cz





Restartujete, nebo pudrujete gangrénu?

První zkušenosti ukazují, že v době nulové poptávky nic nepřekoná to, čemu čelíme – žádné diskontní sazby, žádné slevy, žádné kreativní balíčky. Hotely trávily poslední týdny produkcí dárkových poukazů a voucherů. I některé naše hotely to dělaly. Nevíme však o žádném z nich, který by prodej svých poukazů klasifikoval jako úspěšný.

Prodej poukazů nepodpořily ani liberální stornovací podmínky. Bylo to to jediné, co jsme mohli udělat. Již nyní je ale evidentní, že budeme se změnami v hotelu muset mířit dál a hlouběji, až k základům všech činností a jen samotné změny v marketingu, byť jsou žádoucí, účinné nebudou. Pouze inteligentní, hloubkové a principiální změny ponесou žádoucí a hlavně dlouhodobý efekt.

Hoteliéři budou potřebovat prozíravost, důraz a odvalu do toho „říznout“. Žádné pudrování gangrény, ale zásadní restart.

Tentokrát není kam couvnout, jako při minulé recesi. Vzpomeňte si, jak hoteliéři stáhli kalhoty daleko před brodem, dramaticky snížili ceny, často až na úroveň nákladů a na trh nastoupily nástroje kumulované poptávky, tzv. slevomaty. Těm z takových cen hotely ještě vyplácely provize, a to je přivedlo do ztráty. V některých případech do tak hluboké, že je museli majitelé následně prodat. On-line portály také utáhly smyčku, takže hoteliéři přišli o vyjednávací sílu a pákový efekt se obrátil ve prospěch zákazníků. Během následujících 10 let se sice hotely slevových portálů téměř zbavily, ale když jsem analyzoval u vybraných 30 hotelů náklady na vyplacené provize OTA (Booking, Expedia, ...), ani jeden rok nebyl nárůst menší než 7%. Tempo růstu objemu tržeb tomu neodpovídalo. Znamená to tedy, že OTA dlouhodobě posilovaly svůj příjem na úkor hotelů. Kliknutí na REZERVUJ kdekoli jinde než na našem vlastním webu je každý rok dražší. Zařazení mezi preferované hotely, mimosezonní nabídky, program Genius, speciální ceny pro vybrané destinace, ceny pro rezidenty, to jsou všechno aktivity, které mají společnou vyšší provizi pro OTA a vyšší slevu. V průměru pro hotel neznamenají nárůst objemu rezervací, ale prodávají obchodní případ, ke kterému nepřidávají žádnou přidanou hodnotu.

Třífázový přístup k restartu

V první fázi, kdy hosté ještě téměř ncestují, se věnujeme sociálním sítím, direct mailingu na všechny segmenty a všemu, co podporuje naši značku. PPC kampaně v této fázi zařazujeme, až když identifikujeme poptávku. V této fázi se věnujeme také demografické segmentaci, protože zdrojové země se v uvolňování omezení liší.

Kliknutí na REZERVUJ kdekoli jinde než na našem vlastním webu je každý rok dražší.



Ve druhé fázi, která je pro přežití hotelů nejdůležitější, se věnujeme zeštíhlené obnově. Aktualizujeme již upravené předpovědi a také rozpočet nákladů. Nastavujeme reporting tak, aby byl maximálně efektivní a abychom netrávili moc času administrativou. Zjednodušujeme a zkracujeme procesy a provádíme změny ve všech částech hotelu. Redefinujeme produkt. Přesíváme z gruntu. Cílem je maximálně využít zdroje, které v hotelu už máme k dispozici a jen ten personál, který nezbytně potřebujeme. Jak na to? Podrobně se problematice restartu krok za krokem po jednotlivých úsecích věnujeme v našem programu „Hotel Restart Lifehacked“ na www.hotelmax.cz, kde využíváme zkušenosti z provozů, které dvouciferně zvýšily produktivitu.

Ve třetí fázi, kdy začíná růst poptávka, pokračujeme v úsilí o nekompromisní efektivitu a kvalitu ve všech částech hotelu. Postupně zpřesňujeme rozpočty a zaměřujeme pečlivě vybraný komunikační mix na zdrojové trhy.

Jak na segmenty?

Obchodní cestující – Jako první nás musejí zajímat trhy individuálních obchodních cestujících. Jejich rezervace přijdou nejdříve.

ve. Bylo tomu tak zatím ve všech zemích, které jsou na časové ose pandemie před námi. Lze předpokládat, že objem byznysu od jednotlivých firemních zákazníků se ale sníží. Někteří redukují cestovní náklady z podobných důvodů jako my a využívají datové komunikační technologie namísto služebních cest.

Individuální turisté – Trhy leisure s individuálními turisty budou slílit v turisticky atraktivních „outdoorových“ destinacích více než v čistě městských hotelech. Navíc nás čeká v červnu konec korporátní a začátek turistické sezony. Hranice jsou otevřeny a ceny ropy na minimu.

Skupiny – Bude chvíli trvat, než se trh se skupinami zotaví. Většina konferencí a turistických skupin naplánovaných na červenec, srpen, září i říjen, již byla zrušena. Od operátorů, se kterými jednám, vím, že někteří plánují začátek skupinových rezervací nejdříve na konec roku. Optimismu nalévají hotely, kterým se v první fázi podařilo akce z prvního pololetí namísto storna přesunout na podzim. Existuje ale riziko, že další vlna pandemie může naše odhady výrazně změnit.

Sečteno a podtrženo

Bez ohledu na to, co se stane, průměrná dosažená cena ani obsazenost pokoje nebudou letos takové, jako v přechodných letech. Výpadek příjmu výrazně zasáhne jak provozovatele, tak i vlastníky hotelů. Budeme muset restartovat svůj byznys ve všech aspektech a změny budou muset být zásadní. Sledujte náš komplexní program Hotel Restart Lifehacked na www.hotelmax.cz. ■

AUTOREM TEXTU JE
Milan Pavelka, MBA.
Tel.: 602 348 368
Mentor hoteliérů
www.hotelmax.cz
www.iHotelMax.cz





Travelcon 2020 úspěšně zdolal zatím neprobádanou konferenční trasu

Dubnový čtvrtý ročník dnes už tradiční konference cestovního ruchu Travelcon 2020 si do své historie zapíše hned několik NEJ. V jejím uskutečnění totiž Jihočeské centrále cestovního ruchu (JCCR) a Destinační společnosti Česko-budějovicko-Hlubocko nezabránila proti všem předpokladům ani pandemie onemocnění COVID-19. Travelcon 2020 se tak stal nejhouževnatější, nejrychleji rostoucí a největší konferencí cestovního ruchu v Česku.

„Koronavirová pandemie cestovní ruch zcela ochromila a my jsme se rozhodli, že musíme ukázat sobě, kolegům a dalším desítkám lidí pracujícím v tomto oboru v oblasti služeb, světlo na konci tunelu. Kdy jindy bychom měli řešit restart našeho oboru, než hned na začátku možná i dost vleklé krize,“ uvedl ředitel JCCR **Jaromír Polášek**.



Jaromír Polášek



Technické zázemí konference

V situaci, kdy všichni sčítají škody a odhadují další ztráty, tým JCCR plánovanou konferenci nezrušil. A to i přesto, že to všichni očekávali. Nerezignoval. Hledal řešení. A našel ho. Překážku jménem COVID-19 překlenul telemost.

„Setkat se a přitom nesetkat. Vpravdě pohádková hádanka. Řekli jsme si ale, že každá hádanka má řešení. Hledali jsme a našli. Moderní technologie, telemost. Pojedeme on-line. Už loni jsme to částečně vyzkoušeli. Musí to jít. Jdeme do toho. A bylo to,“ konstatoval Polášek.

Travelcon 2020, jehož partnerem byla agentura CzechTourism ukázal, že každá krize přináší nové výzvy, možnosti a příležitosti. On-line řešením navíc naznačil jednu z cest, kterými by se do budoucna mohly konference, nejen cestovního ruchu, ubírat.

„Všichni se určitě shodneme, že osobní kontakt nic nenahradí. Kombinace klasické formy jednání s on-line technologiemi, ovšem umožní účast na akci mno-

hem více zájemcům. Například právě Travelcon. Klasická forma konference počítala se zhruba třemi stovkami účastníků. V on-line verzi jich nakonec bylo více než 1 600. Přímá účast na jednání může být pro mnohé limitující z hlediska nákladů i časově. Cesta, ubytování atd. V budoucnu by tedy nebylo nutné zvyšovat počet fyzicky přítomných účastníků a přitom dát prostor všem případným zájemcům právě díky on-line účasti. Je to velmi flexibilní forma, pro mnohé z různých důvodů i dostupnější,“ doplnil předseda Destinační společnosti Česko-budějovicko-Hlubocko **David Šťastný**.

U počátku všech nových věcí, nápadů a vynálezů stáli nadšení průkopníci všeho nového. Bez odvážných objevitelů by neexistoval cestovní ruch v té podobě, ve které ho známe dnes, a v níž ho věříme, budeme znát i do budoucna. Každá správná cesta je ovšem tvrdě vyšlapaná bezpočtem slepých uliček. Těm se ovšem Travelcon 2020 úspěšně vyhnul. Za své mluví 1 612 účastníků konference.

Moderní technologie v rukách profesionálů umějí divy

Stačilo věřit nadšení lidí z oboru, moderním technologiím a těm, kdo je umějí ovládat. Zdá se to málo, ale není. Každý, kdo viděl technické zázemí konference, nepochybuje, že její uspořádání vyžadovalo od všech, kdo se na ní jakýmkoli způsobem podíleli, notnou dávku odvahy a odhodlání.

Technické zajištění on-line Travelconu dostala na starost společnost Borovka Event. „Přestože jsme v oboru déle než třináct let a ročně realizujeme zhruba 300 eventů různé náročnosti, a to i pro velké zahraniční produkce, byl Travelcon 2020 z hlediska technického konceptu a následného odbavení jednou z nejnáročnějších akcí, které jsme doposud realizovali,“ poznamenala vedoucí produkce **Lenka Borovková**.

Společnost Borovka Event vytvořila pro dvoudenní konferenci Travelcon 2020 tři studia. Dvě v prostorách pavilonu T2

PROGRAM V KOSTCE



Chcete-li se ve stručnosti seznámit s obsahem jednotlivých přednášek, přečtěte si reportáž na portálu iCOT.cz. Najdete ji pod odkazem www.icot.cz/25336.

česko-budějovického výstaviště a třetí v pražském sídle agentury CzechTourism, a všechny tři navzájem permanentně propojila telemostem. Na realizaci konference se přímo podílely čtyři desítky lidí, převážně z řad seniorské sekce firmy. Produkční, kameramani, zvukaři, stříhači, osvětlovači, videooperátoři a v neposlední řadě režiséři. Ti všichni spolu s moderátory a přednášejícími museli navíc pracovat v podmínkách striktního dodržování hygienických opatření. ■

Text: -jccr- a -red-
Foto: -jccr-

Příští ročník konference Travelcon se uskuteční 15.–16. dubna 2021.



S Lukášem Pytlounem o hotelech bez recepcie

Automatizace provozu ubytovacích zařízení byla velkým tématem již v průběhu posledních několika let. V té době primárně kvůli nízké míře nezaměstnanosti a značnému nepoměru mezi nároky na recepční a jejich mzdovým ohodnocením. Jedním z prvních, kdo se do tohoto problému obul naplno, je Lukáš Pytloun, majitel 12 hotelů Pytloun Hotels.

Jak jste vnímal první dny pandemie a následná omezení?

Dopady spojené s koronavirem jsme pocítili samozřejmě ve všech našich zařízeních. Jelikož se většina z nich nachází v pohraničí, začali jsme změnu v chování hostů pozorovat již v průběhu února a vládní opatření z března poslala naše tržby v následujících týdnech k nule.

Jak jste na tuto situaci reagoval?

Nejprve jsem si pomyslel, že to může být i konec. Nikdo nevěděl, jak moc je situace okolo koronaviru vážná, a neměl jsem žádné informace, jak dlouho to bude trvat. První noci jsem moc nespal a přemýšlel jsem, jak se postarám o svých 300 zaměstnanců. Budu muset některé hotely zavřít nebo dokonce nějaký prodat?

V jednu chvíli se objevila naděje v podobě slibované podpory od státu, programy COVID I, II a program Antivirus. Většina z nich se nakonec ukázala jako neúčinná nebo pro nás nepoužitelná. Museli jsme si proto poradit sami. Začali jsme tedy řešit příjmy a náklady v jednotlivých hotelech a částech provozu.

Jaká opatření se ukázala jako nejefektivnější?

V jednu chvíli jsme zvažovali i hromadné propouštění, ale zároveň věděli, že to nic moc neřeší. S výpovědní lhůtou a odstupným bych zaplatil několik měsíců, neměl šanci na žádnou podporu od státu a dnes bych náš skvělý team pracně nabíral zpět. To nebyla cesta. Ale museli jsme přistoupit k určité redukci platů. Dnes děkuji svým klíčovými lidem, že do toho šli s firmou velmi solidárně. Naše provozy již jsou ekonomicky poměrně efektivní, takže moc možností úspor jsme nenašli a úvahy nás dovedly zpět k automatizaci recepcie.

Byly úspory jediný impuls k samoobslužné recepci?

Samozřejmě jsem vnímal všechny ty lidi s rouškami, situaci v zahraničí a oprávněné obavy některých osob o zdraví. Věděl jsem, že hygienická opatření nám dlouho

nedovolí otevřít hotely přesně tak, jak fungovaly předtím. Museli jsme se změnit, abychom ochránili hosty i náš personál. Nedávno zveřejněné podmínky pro znovuootevření ubytovacích zařízení, kde je kladen velký důraz na minimalizaci kontaktu mezi personálem a hosty, mě v této cestě jen utvrdily.

Jakou konkrétní podobu má automatizace ve vašich hotelech?

O automatizaci jsme usilovali několik posledních let. Koronavirová krize tuto naši snahu jen akcelerovala a nyní otvíráme všechny naše hotely se samoobslužnými kiosky. Hlavně jsme ale dostali mnohé operace do mobilů našich zákazníků. Používáme k tomu technologii myAlfred od Previa. Zajistí nám check-in, platbu, vystavení dokladu i předání klíče od pokoje. Díky tomu se naši hosté – když nechtějí – nemusejí v hotelu potkat s nikým z personálu.

Znamená to, že ve vašich hotelech již nebudou klasické recepcie?

Takový hotel již jeden máme, je to liberecký Pytloun Flat Hotel, kde je místo recepcie jen samoobslužný kiosk. Hosté si na svém mobilním telefonu na adrese www.myalfred.cz vyřídí check-in včetně elektronického podpisu, zaplatí za pobyt, objednájí si případně snídaní na pokoj a do pokoje se dostanou PIN kódem nebo technologií Bluetooth. Pokud by nechtěli použít svůj mobil, tak mohou v hotelu použít samoobslužný kiosk, který umí hostovi vydat kartu od pokoje. Vše se nám zapíše do našeho hotelového systému Previa, a ten automaticky odešle potřebné doklady a hlášení na cizineckou policii a úřady.

Opravdu se hosté nepotkají s žádným personálem?

Personál zůstává na centrální recepci, kterou máme v Grand Hotelu Imperial. Na ni jsou napojeny videotelefony, které jsou umístěné u vchodu do automatizovaného hotelu. Samozřejmě zde zůstává

personál úklidu a manažer hotelu bude provádět pravidelné inspekce. To vše proběhne v poledních hodinách. Hosté mají tedy zajištěn standardní servis.

Změní podle vás automatizace hotelové odvětví?

Rozhodně je to zásadní trend, který může přinést velkou konkurenční výhodu. Postupně k tomu dojdou všichni. Automatizace přináší kromě finančních úspor i další jasné výhody. Host má po vyplnění on-line check-inu splněnou zákonnou povinnost ještě před příjezdem do hotelu, a nemusí tak vyplňovat papírovou ubytovací kartu na recepci. My nemusíme takové karty ani účtenky a faktury tisknout, vše se posílá samo do e-mailu, a jsme tak šetrnější k přírodě.

Jakou počítáte v případě provozu hotelu bez personálu úsporu finančních prostředků?

Pokud bych počítal automatizaci jako investici, tak její návratnost předpokládám v řádu pár měsíců. Snížíme tím v některých termínech ceny na našem webu až o 30 procent. Část této úspory převedeme do vyšší kvality snídaní a celodenního bufetu formou tapas. Jsou to vlastně takové celodenní snídaně, které pokračují i po 11. hodině, kdy u nás snídaně standardně končíly.

Jak vidíte budoucnost svých hotelů?

Do normálního stavu, tedy stavu před koronavirem, se bude hotelnictví a cestovní ruch dostávat až během příštího léta. V našem případě bude v největší míře zasažen hotel, který provozujeme v Praze. Předpokládám, že čeští turisté nebudou schopni finančně vynahradit ztráty vzniklé uzavřením hranic. Naopak naše horské hotely začnou brzy odmazávat způsobené ztráty. V jejich případě vidím velký zájem Čechů zejména o termíny letních prázdnin a doufám, že tento trend vydrží i na podzim. ■

Previo



Krizové řízení destinace – příležitost pro inovace

Turismus vytváří kulturní, ekonomickou a sociální hodnotu a je jisté, že se zotaví. Úspěšné nastartování turismu ovlivňuje ekonomiku i zaměstnanost celé řady subjektů v destinaci, i mimo sektor turismu. Proto záleží na schopnosti odborníků v odvětví přizpůsobit se nové situaci a využít kreativitu a inovace.

Agentura CzechTourism pokračuje v přípravě a realizaci projektu „Vzdělávání v cestovním ruchu“, který je realizován v rámci Operačního programu zaměstnanost a je určen zaměstnancům ve službách turismu. Zaměřuje se na rozšíření jejich znalostí, dovedností a kompetencí. Připravené vzdělávací aktivity je možné rozšířit o témata, která reagují na současnou situaci a důsledky COVID-19 a budou přínosná pro cílové skupiny vzdělávání.

Proto jsme s Ing. Lucií Plzákovou, Ph.D., připravily vzdělávací kurz Krizové řízení destinace – příležitost pro inovace, který bude probíhat formou učící se skupiny. Koncept učících se skupin klade důraz na kolaboraci a kooperaci jejích členů, kteří se učí jeden od druhého. Sdílejí navzájem praktické zkušenosti a dovednosti.

V kurzu se zaměříme na zvládnání krizového řízení destinace turismu v krátkodobém horizontu včetně změny v produkto-
vém portfoliu. Současnou situaci promítneme do přípravy procesu střednědobého plánování. Účastníci kurzu se seznámí se základy krizového řízení a interními a ex-



Foto: Shutterstock.com

terními faktory, jaký vliv mají tyto faktory na řízení destinace a co s nimi můžeme dělat. V dalším bloku budeme společně diskutovat, jaké změny můžeme a musíme udělat ve strategických dokumentech, produktovém portfoliu a partnerských sítích. Ukážeme si příklady dobré praxe v České republice a v zahraničí.

Současná situace nám nabízí řešení: do každodenní praxe začlenit proces učení se celé partnerské sítě destinace. Jen tak může destinace včas a efektivně reagovat na nepředvídatelné situace, být

odolnější a včas do praxe zavést opatření vedoucí ke zmírnění krize a k následnému zotavení se.

Nejsilnějším doporučením Světové organizace cestovního ruchu UNWTO pro tuto dobu je učení se a sdílení znalosti, jak nakupovat a prodávat služby a produkty a jak odstranit komunikační bariéry mezi průmyslem turismu a regiony/destinacemi.

Druhým stěžejním doporučením pro destinace je zaměřit se na tvorbu produktu, jehož těžištěm je silný příběh. Jedinečný příběh má tak mimořádnou sílu, že se stává strategií nejen pro motivování návštěvníka, ale také pro vtažení a inspiraci místních obyvatel, místních podnikatelů a institucí. Dává tak manažerům do ruky výkonné nástroje pro oživení destinace. Příběh je nejlepší zbraň k překonání současné krize, protože zasahuje mysl, srdce a emoce lidí. ■

Ing. Šárka Tittelbachová, Ph.D.

odborná asistentka katedry cestovního ruchu
Vysoká škola hotelová v Praze
tittelbachova@vsh.cz



facebook.com/cotcelyoturismu

icot.cz

Odborný portál pro cestovní ruch

Každý den nové zprávy
ze světa cestovního ruchu



Cestování jinak aneb od rurálního Burgundska po aristokratické Bordeaux se sklenicí v ruce

Současná virová pandemie cestovnímu ruchu příliš nepřeje a návrat k normálu – nebo lépe řečeno ke stavu před vypuknutím pandemie – bude bezpochyby běh na dlouhou trať. Odborníci se předhánějí v předpovědích a předkládají stále nové seznamy států, do kterých budeme moci v dohledné době vycestovat. Vědečtí experti, včetně Stefana Gösslinga z Western Norway Research Institute, však mají jasno. Ve své poslední studii říkají, že turisté budou zůstávat doma, budou cestovat ve své vlastní zemi nebo se budou snažit cestovat jinak.



Co ale znamená cestovat jinak? Začneme trochu zešíroka. Spousta z nás si již nedokáže cestování v zahraničí představit bez degustace tamních kulinárních specialit, vín či destilátů. K nezaplacení je pocit, když navštívíme jedno z menších vinařství, které jsme původně ani neměli na seznamu, ale nějakým nepopsatelným způsobem na nás udělalo dojem. Sám vinař nám o svém vínu povídá s láskou, a my pak sedíme při západu slunce na malebné terase s výhledem na moře. I kdybychom se o exaktní senzorické hodnocení vína pokoušeli sebevíc, zas a znovu se nám do mysli vkrádají slova typu příjemné, harmonické či autentické... Tedy slova, která mají co do činění spíše s geniem loci a víno jako by s ním souznělo. Již Pierre Bourdieu, známý francouzský sociolog, prokázal, že lidé často pro popis vín používají stejná slova jako třeba pro umění a kulturu, za kterými tak rádi cestujeme.

A jak moc tato teorie funguje v praxi? Můžeme víno popsat stejnými slovy, která bychom použili pro charakter místa své dovolené? Jedním z nejlepších příkladů je francouzské Bordeaux vyni-

Spousta z nás si již nedokáže cestování v zahraničí představit bez degustace tamních kulinárních specialit, vín či destilátů.

kající svými velkolepými náměstími, katedrálou Saint-André, Porte Cailhau a pompézními zámky (châteaux) sloužícími zároveň i jako vinařství. Když si pohovoříme s tamními vinaři nebo se podíváme na e-shopy vín, všimneme si, že se pro vína z Bordeaux často používají slova jako vznešené, ušlechtilé, konzervativní, bohaté, komplexní, ele-

gantní, hedvábné, delikátní, rafinované, mohutné, s vůní tabáku, cedrového dřeva, růží a čokolády.

Zkusme na chvíli odcestovat do zemědělsky zaměřeného Burgundska s řadou pitoreskních vesniček obklopených lesy, s okouzujícími městy jako Dijon a Beaune. Odjet z regionu, dokud neochutnáte tamního tradičního kohouta na víně, by s trochou nadsázky mohlo být považováno za urážku. Také popis burgundských vín kopíruje charakter místa – animální, živočišné, jednoduché, čerstvé, s doteky medu, s vůní slámy, podzimního lesa a lesních bobulí, nakládaných třešní, lískových oříšků, kouře, másla a pečeného chleba.

Naše cestování pokračuje do Itálie. O vínu Barolo z italského Piemontu se tvrdí, že je leckdy cítit po lanýžích, které se ve velkém hledají v místních lesích. Můžeme dokonce vycestovat i daleko za hranice Evropy. O australských vínech se říká, že jsou cítit po eukalyptech, rostlinách, na které narazíme v Austrálii téměř na každém rohu, a na kterých davy turistů hledají medvídky koala. Novozélandský evergreen mezi víny, sauvignon blanc, je často popisován vůní kiwi, jehož pěstování se ujalo zejména na tomto souostroví.

Pokud tedy při ochutnávání vín použijeme představivost, pak ochutnáváme i typičnost místa jeho původu a každá ochutnávka je svým způsobem dobrodružnou výpravou, třeba na druhý konec světa. Víno je zkrátka dobrým pomocníkem pro výběr cílů našich budoucích cest. ■

Ing. Jiří Zelený,
odborný asistent katedry hotelnictví
Vysoká škola hotelová v Praze
zeleny@vsh.cz



Návštěvnost turistických cílů v roce 2019

Databáze s návštěvností turistických cílů se opět díky spolupráci s krajskými a oblastními destinacemi rozšířila. Při uzávěrcce cílů za rok 2019 jsme měli v databázi krásných 1 444 cílů. Loni byla novinkou kategorie „Neobjevených skvostů – tipů z regionů“, v letošním roce jsme rozšířili výstup o samostatnou kapitolu věnovanou handicapovaným cestovatelům s názvem „Cestování bez bariér“.

Vozíčkáři i maminky s kočárkem se mohou vydat až do oblak

V letošním roce jsme ve spolupráci s regiony přidali do infografiky samostatnou kapitolu, kterou jsme věnovali „Cestování bez bariér“. Věříme, že tato kapitola potěší nejen handicapované cestovatele, ale také seniory či maminky s kočárky, pro které je bezbariérový přístup mnohdy zásadní podmínkou, aby si výlet plně užili. Každý kraj v této kapitole představuje tři konkrétní místa.

Přehlednou databázi a interaktivní výstupy naleznete na portálu www.tourdata.cz.

Kromě hradů, zámků či galerií jsou pro vozíčkáře přístupné i velmi oblíbené atrakce, jako jsou stezky v korunách stromů. Ve východních Čechách se můžete vydat na Stezku korunami stromů v Krkonoších či na Stezku v oblacích na Dolní Moravě. V jižních Čechách je přístupná Stezka korunami stromů na Lipně, kde navíc pořádají přímo „Dny pro handicapované“. V tichosti spolu s neslyšícími si můžete projít v Českém ráji Tichou stezkou. Tato naučná stezka vznikla v roce 2018 a nachází se v okolí zříceniny Rotštejn.

V Plzeňském Prazdroji nabízejí prohlídky nejen pro vozíčkáře, ale také pro nevidomé či neslyšící návštěvníky, a to již od roku 2008. Mají speciálně proškolené průvodce, kteří dokážou všem skupinám handicapovaných návštěvníků zprostředkovat zajímavý zážitek. Lidé se zrakovým handicapem dostávají souhrn prohlídky v Braillově písmu a na trase je pro ně připravena řada předmětů a surovin, které umožňují zapojit hmat, čich a také chuť při ochutnávání chmele, sladu či hotového produktu.

Praha – víc než jen Karlův most a Pražský hrad

V letošním roce se do této analýzy spolu s námi aktivně zapojili i kolegové z Prague City Tourism, a proto vám nyní také představujeme „neobjevené skvosty“ hlavního města Prahy. Podle kolegů bychom rozhod-

ně měli zavítat do Břevnovského kláštera, Winternitzovy vily a do domu U Zlatého prstenu. Tipy jsou velmi hezky voleny a každá z těchto památek na vás dýchne jinou atmosférou.

Začneme v centru na Starém Městě a jako první zamíříme do domu U Zlatého prstenu. První písemná zmínka o této památce pochází z počátku 15. století a název U Zlatého prstenu (ad aureum anulum) nese tento dům již od roku 1429. V interiéru této historické budovy můžete najít památky ještě o 200 let starší, a to zbytky ohradní zdi s dochovanými střílnami. Otevřena je zde stálá expozice, která ukazuje proměnu Prahy v době panování Karla IV.

Winternitzova vila je naopak pro milovníky architektury 20. století. Od roku 2017 je vila otevřena veřejnosti a je možné ji navštívit v rámci komentovaných prohlídek.

pouze v kategorii Hradů a zámky, Věda a technika, Sakrální památky atd.

Detailně se na to letos podíváme doslova a do písmene s nadhledem a rozebereme kategorii „Věže a rozhledny“. V této kategorii naleznete celkem 76 rozhleden, věží či věžiček po celé České republice (v předešlém roce jsme jich měli v databázi 60). Mezi nejnavštěvovanější rozhledny patří jednoznačně ty pražské. Prvenství stále patří Petřínské rozhledně (roční návštěvnost 702 000). S obrovským odstupem je Staroměstská mostecká věž (155 000) a jako třetí vyhlídková věž katedrály sv. Bartoloměje v Plzni (79 000).

Nejvíce rozhleden máme v databázi kraje Vysočina (celkem 12). Největší návštěvnost v tomto kraji má rozhledna Karasín (roční návštěvnost více než 22 000) a najdete ji severně od Bystrice nad Pernštejnem.

Obr. NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ VĚŽE A ROZHLEDNY V ČR V ROCE 2019



Pokud hledáte zklidnění a relaxaci, určitě se vydejte do Břevnovského kláštera – nejstaršího mužského kláštera v českých zemích. Zde můžete na prohlídku kláštera nebo se jen tak projít v krásné klášterní zahradě, která je otevřena pro veřejnost denně až do 20 hodin.

Podívejme se na to s nadhledem

V celkové databázi návštěvnosti turistických cílů můžete vyhledávat oblíbená místa podle kategorií. Těchto kategorií je 14 a sdružují atraktivitu do ucelených skupin. Vybrat si tak můžete cíle například

Druhým krajem, na který se můžete dívat z výšky, nebo chcete-li z výšky, je Jihočeský kraj. V databázi tohoto kraje je 11 rozhleden a věží s pravidelným monitoringem návštěvnosti. Největší návštěvnost patří Černé věži v Českých Budějovicích (33 000).

AUTORKOU TEXTU JE

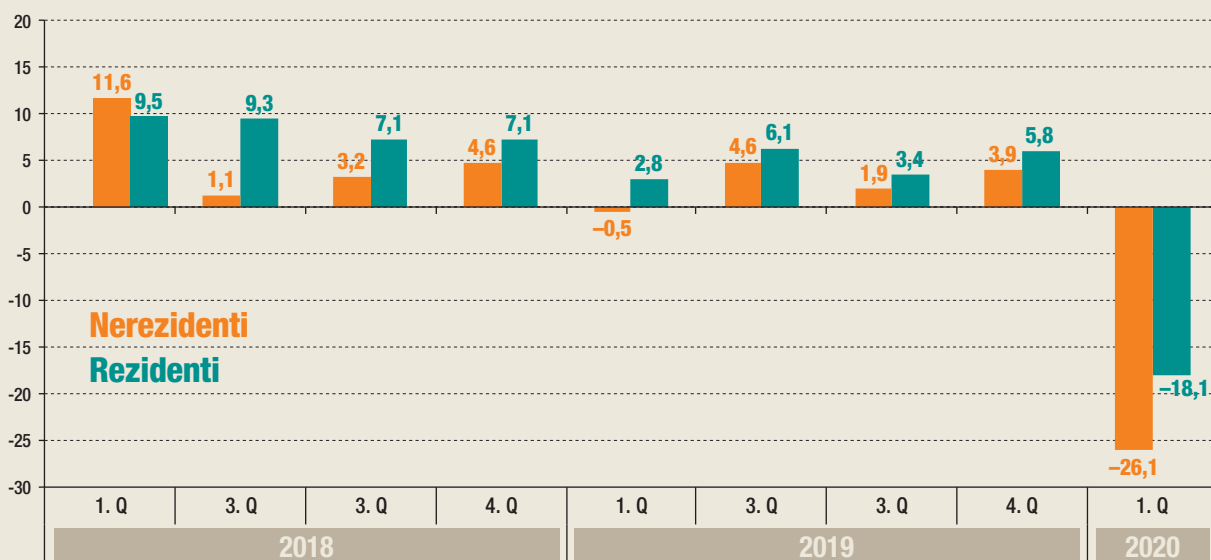
Soňa Machová,
vedoucí oddělení marketingového
výzkumu agentury CzechTourism.
Tel.: 777 702 753
E-mail: machova@czechtourism.cz
www.czechtourism.cz



Očekávaný pokles ubytování v HUZ

V prvním čtvrtletí 2020 se celkový počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních meziročně snížil o 22,2 % a počet přenocování poklesl o 16,7 %. V lednu a únoru vykazovalo ubytování ještě kladné přírůstky. Po zákazu prodeje ubytovacích služeb v březnu došlo k propadu počtu ubytovaných o dvě třetiny.

Graf MEZIROČNÍ VÝVOJ POČTU HOSTŮ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH (ZMĚNA V %)



Zdroj: Český statistický úřad

Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl v 1. čtvrtletí letošního roku 8,9 milionu nocí, což bylo o 16,7 % méně než ve stejném období loňského roku. Domácí klientela snížila počet přenocování o 13,1 % a počet přenocování zahraničního hostů se snížil o jednu pětinu. Hotelový segment vykázal meziroční pokles přenocování o 18,9 % a penzióny o 11 %. Návštěvnost kempů vyjádřená počtem přenocování se snížila na polovinu.

Do hromadných ubytovacích zařízení přijelo ve sledovaném období celkem 3,1 milionu hostů, což meziročně představovalo snížení o 22,2 %. V porovnání s loňským rokem se počet zahraničních návštěvníků snížil o 26,1 % a domácích hostů ubytovalo o 18,1 %. Hotely zaznamenaly návštěvnost na úrovni 76,9 % loňského roku. Příjezdy do penzionů klesly o 18,4 % a v ostatních zařízeních o jednu pětinu. Regionálně se počty příjezdů snížily ve všech krajích. Nejvíce hostů v relativním vyjádření ubytovalo v Praze (23,7 %), v Jihomoravském kraji (22,4 %) a ve Středočeském kraji (22,1 %).

TAB.: POČET HOSTŮ A PŘENOCOVÁNÍ (ABSOLUTNĚ, INDEXY), TOP 10 ZEMÍ

	Počet příjezdů	Index 1. Q 2020 / 1. Q 2019	Počet přenocování	Index 1. Q 2020 / 1. Q 2019
Nerezidenti	1 481 928	73,9	4 211 608	79,7
Německo	334 909	82,6	1 131 450	88,2
Rusko	115 496	89,0	494 434	87,8
Polsko	114 157	85,0	313 945	88,3
Slovensko	106 737	75,6	221 541	79,6
Spojené království	94 354	81,3	252 456	86,4
Itálie	56 525	60,4	157 894	61,6
Ukrajina	47 994	97,4	137 556	109,0
Francie	45 982	67,4	123 520	70,6
Spojené státy americké	42 214	62,0	107 740	65,2
Jižní Korea	39 260	45,6	66 789	50,9

Zdroj: Český statistický úřad

Březnové výsledky ukázaly, že celkový počet ubytovaných ve všech sledovaných zařízeních se meziročně snížil o 66,8 % a počet přenocování poklesl o 56,6 %. Ubytovací zařízení nahlásila za toto období pouze 26 % nerezidentů, resp. 41 % rezidentů loňského roku.

U všech zdrojových zahraničních trhů byl zaznamenán pokles počtů příjezdů. Nejpočetnějších Němců se v 1. čtvrtletí letošního roku ubytovalo 335 000, tedy

o 17,4 % méně než loni. Rusů bylo o 11 % a Poláků o 15 % méně. Návštěvnost ze Slovenska poklesla o čtvrtinu. Příjezdy Italů se snížily o 40 % a návštěvy z Číny či Jižní Koreje se propadly o více než polovinu. ■

-ČSÚ-

www.czso.cz

**ČESKÝ
STATISTICKÝ
ÚŘAD**

Vliv krizových opatření na pražský kongresový průmysl je enormní

Pražský kongresový průmysl je významnou součástí cestovního ruchu a také ekonomiky hlavního města i České republiky. Zároveň se také jedná o obor nejvíce postižený krizí vyvolanou onemocněním COVID-19. Podle nejnovější studie společnosti Economic Impact mohou tržby v multiplikaci v roce 2020 poklesnout o více než 20 miliard korun, tedy o 74 % oproti původně předpokládaným tržbám.

Kongresový průmysl, který se vyznačuje značným mezinárodním přesahem, byl utlumen již při prvních informacích o šíření nového viru v zahraničí. Nutná opatření vlády mezi prvními omezila právě hromadné akce, včetně těch obchodních. Zároveň budou tyto restriktce podle všech předpokladů jedny z posledních, které budou uvolněny.

Pražský kongresový průmysl generuje podle dat mezinárodní asociace ICCA dlouhodobě kolem 80 % výkonu celého Česka v odvětví mezinárodních asocičních akcí. Současně je významným odvětvím z pohledu zaměstnanosti – za běžných okolností by letos v Praze generovalo 8 500 plných pracovních úvazků. V případě pokračujících restriktivních opatření vztahujících se na hromadné akce lze v roce 2020 předpo-

kládat zánik až 6 200 z těchto pracovních míst. Současně by došlo i k poklesu spotřeby v odvětví, a to z původně předpokládaných 13,5 mld. na 3,5 mld. korun. To by představovalo snížení příjmů pro veřejné rozpočty o téměř 73 % na 1,5 mld. Kč.

Před vypuknutím krize byl kongresový průmysl Prahy dlouhodobě na vzestupu. V roce 2019 podle dat Českého statistického úřadu počet konferencí v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze opět prolomil rekord. Konalo se zde celkem 5 668 akcí, což je dokonce o čtvrtinu více než v roce 2018 a zároveň se jedná o nejvyšší počet od roku 2009. Kongresový průmysl Prahy představuje nejen klíčový ekonomický, ale i společensko-vědecký přínos pro zemi a její obyvatele.

„Budoucí vývoj pražského kongresového průmyslu a všech přínosů z něj plynoucích bude do příštích let výrazně ovlivněn přístupem vlády k podpoře tohoto odvětví a v něm působících subjektů. Kongresový průmysl se od volnočasového turismu liší v mnoha směrech, a prostředky jeho podpory jsou tak vysoce specifické, ať už se jedná o granty pro pořadatele akcí, zlevněnou městskou hromadnou dopravu či další nefinanční podpory destinace,“ zmiňuje **Roman Muška**, ředitel Prague Convention Bureau. ■

Hana Krejbichová,
marketing & PR manager,
Prague Convention Bureau
www.pragueconvention.cz

Wow
Prague
Convention
Bureau

Zaměřte se na přímé rezervace

Procházíme velmi složitým obdobím, dobou, kdy dopady pandemie na průmysl cestovního ruchu jsou katastrofální, hotely přišly o většinu rezervací, začínáme téměř od nuly a dá se předpokládat, že pokles ADR bude následovat. Toto období, které nás postihlo, může být v jistém pohledu zároveň i příležitostí. Jednou z možných hotelových strategií je soustředit se prvořadě na cesty, jak získat své hosty přímo, bez zbytečného zvyšování distribučních nákladů.

S ohledem na současnou situaci bychom více než kdy jindy chtěli vyzdvihnout výhody, které přináší projekt Book Direct – Rezervujte přímo, a to pro ubytovací zařízení i pro hosty. Naším cílem je rozšířit povědomí o možnostech přímých rezervací. Pro hoteliéry samozřejmě největší výhodou přímých rezervací představuje úspora na provizích a poplatcích třetím stranám. Zároveň přebíráte kontrolu nad svým on-line obchodem prostřednictvím směřování přímých rezervací na vlastní webové stránky. Nutno podotknout, že OTA servery hrají důležitou roli v distribuci, ale jejich využití by mělo být sekundární.

Pro hosty znamenají přímé rezervace přímou komunikaci s ubytovacím zařízením, které zároveň může nabídnout další služby v rámci tzv. upsellingu. Zaměřte



svou snahu na to, abyste svým hostům nabídli řádné výhody pro přímé rezervace. Takové, které nedostanou přes OTA nebo cestovní agentury. Mezi nejčastější benefity, které jsou hostům v souvislosti s přímými rezervacemi nabízeny, patří garance nejnižší ceny, sleva na ubytování, vyšší kategorie pokoje zdarma, snídaně zdarma, welcome drink zdarma, early check in/late check-out zdarma, vstup do wellness bez poplatku apod. Zmírněte své storno podmínky (musí být vždy výhodnější než na OTA). Poskytněte hostům možnosti, aby mohli zrušit rezervace bez postihu, pokud se situace změní. Nabídněte další flexibilitu pro non-refundable nabídky. Bezplatná změna rezervace je skvělá volba. Zaplatte nyní, ale v případě potřeby si změňte termín rezervace (jen do určitého data).

Upoutejte návštěvníka vašich stránek výhodami přímých rezervací. AHR ČR spojila síly s evropskou konfederací HOTREC, a společně byl vytvořen projekt Book Direct. Více než 30 000 hotelů v celé Evropě propaguje výhody přímých rezervací a v této době je budou komunikovat více než jindy.

Můžete si zdarma stáhnout jednotná evropská logo v devatenácti jazykových mutacích na <https://www.book-direct-shop.eu/en/free-download/>. Ve spolupráci se společností Bookassist jsme vytvořili informační brožuru přibližující možnosti a výhody přímých rezervací pro hosty i hoteliéry. Tento materiál je ke stažení na webu AHR ČR. ■

PŘÍSPĚVKY PŘIPRAVILA:
Ing. Klára Zachariášová,
generální sekretář AHR ČR
www.ahr.cz



Koridory pro letní cesty

Cestovní kanceláře v posledních týdnech bojují s následky COVID-19 a seznamují se s novými výklady zákonů, zejména s dopady tzv. Lex voucher. Asociace v zájmu oboru nejenže bojuje s paragrafy, ale také myslí na budoucnost – na otevřené hranice pro příjezdový a výjezdový cestovní ruch.

Jak bylo patrné z řady mediálních výstupů Asociace cestovních kanceláří ČR (ACK ČR), místopředseda pro vnější vztahy Jan Papež již před několika týdny navrhl a nastartoval téma tzv. koridorů pro cesty do zahraničí. Jedná se o koridory pro organizované cesty do bezpečných destinací, které jsou turisty oblíbené a vykazují podobné či lepší výsledky pandemie COVID-19 než Česká republika. Prvně z těchto destinací rezonovalo mezi Čechy favorizované Chorvatsko.

Myšlenku postupného vzájemného otevírání tras do „bezpečných zemí“ ACK ČR opakovaně prezentovala i při jednáních s ministerstvy a dalšími státními orgány. Tento přístup otevírání bezpečných států a lokalit by umožnil co nejrychlejší možný rozjezd turismu, a to jak v oblasti outgoingu, tak incomingu.

Tento podnět začal více a více rezonovat v médiích, ale i mezi odbornou veřejností a ministerstvy. ACK ČR jen od počátku krize, tj. od 16. března 2020, pokryla na 400 mediálních výstupů, a to včetně výzvy pro ustanovení tzv. koridorů.

ACK ČR velmi oceňuje aktuálně pravidelně svolávané videokonference MZV pod záštitou náměstka ministra Martina Smolka a za účasti předsedy představenstva ACK ČR. Naším hlavním cílem je podpořit a koordinovat brzký restart outgoingu i incomingu po dopadech pandemie COVID-19.

V současné době probíhají jednání mezi ministerstvy zahraničních věcí České republiky a vybraných států EU, a to včetně koordinace kroků ACK ČR a zahraničních partnerských asociací a centrál ces-

tovního ruchu tamtéž. Cílem je otevřít českým turistům cestování do vybraných destinací pokud možno bez zbytečných restriktivních opatření (karanténa či povinné testování). Snaha otevřít další trhy koresponduje i s kroky leteckých společností, jako jsou např. Emirates, Qatar Airways a mnohé další aerolinie, které plánují znovuobnovení letů z Prahy již během června či července 2020.

Neztrácíme optimismus, i nadále jsme tu nejen pro naše členy ve snaze podpořit náš obor! Členské základně za podporu mnohokrát děkujeme. Společně to zvládneme! ■

Mgr. Martina Košílková,
product development manager
Asociace cestovních kanceláří ČR.
www.ackcr.cz
www.facebook.com/ACKCR1



Závěry z jednání destinační komise ECTAA

Ve středu 6. května 2020 proběhla videokonference destinační komise při evropské asociaci ECTAA, které se zúčastnili zástupci jednotlivých členských asociací, mezi nimiž je zastoupena i AČCKA. Cílem této konference bylo projednat vyvstávající otázky spojené s postupnou obnovou činnosti poskytovatelů služeb v cestovním ruchu ve světle postupného uvolňování restriktivních opatření v Evropě.

Diskuse se věnovala zejména následujícím oblastem:

- **Zdravotní a bezpečnostní protokoly** – ECTAA spolupracuje se Světovou radou cestování a turismu (WTTA) při přípravě těchto protokolů pro cestovní kanceláře.
- **Pokyny pro leteckou dopravu** – Evropská komise v následujících týdnech předloží provozní pokyny, které by následně měly sloužit jako základní protokoly o bezpečnosti zdraví v letecké dopravě pro celou EU.
- **Informace k cestovním omezením** – Zástupci ECTAA vyzvali přítomné delegáty členských asociací, aby komunikovali se svými příslušnými ministerstvy a aktuální informace následně sdíleli při dalších jednáních destinační komise. Ze strany delegátů byly vzneseny dotazy, zda budou dopravní spo-

lečnosti povinné dočasně omezovat kapacitu přítomných osob např. na 2/3 z celkové možné obsazenosti, aby byla dodržena pravidla bezpečných rozestupů. Dle sdělení Komise však nyní nejsou žádná pravidla omezující kapacitu stanovena.

- **Informace o úrovni omezení v jednotlivých zemích** – Evropská komise má ve spolupráci s ECTAA v úmyslu zřídit specializovaný web s interaktivní mapou, která bude reflektovat aktuální informace z členských států v oblasti cestovního ruchu. Mapa úrovně přenosu COVID-19 bude zachycovat i nižší než vnitrostátní úroveň a má poskytovat informace na úrovni EU pro orgány, dopravce a poskytovatele služeb (informace o uvolnění hranic, cestovních omezeních, dostupných turistických službách a další).

- **Komunikace směrem k zahraničí** – Mnoho turistických centrál již v těchto dnech aktivně pracuje na kampaních na podporu cestování v následujících měsících. Konkrétně lze uvést např. aktuální snahu německé asociace DRV vytvořit dokument, který by monitoroval bezpečné turistické cíle či kampaň portugalské asociace APAVT „Čisté a bezpečné“, jež certifikuje takové turistické podniky a aktivity, které splňují hygienické požadavky pro prevenci a kontrolu COVID-19 a dalších možných infekcí. ■

AUTORKOU TEXTU JE
Mgr. Kristýna Čámská,
office/account manager AČCKA.
www.accka.cz





Novinky projektu Czech Specials

Czech Specials je společným projektem agentury CzechTourism, Asociace hotelů a restaurací a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky. Klade si za cíl popularizovat českou kuchyni v tradičním i moderním pojetí a prezentovat restaurace, které tuto kuchyni nabízejí, a v konečném důsledku do dobrých českých restaurací přivést více hostů. Českou kuchyni v rámci jednotlivých regionů prezentuje jako rozmanitou, plnou jedinečných pokrmů a reflektující využití sezonních surovin. České restaurace jsou pak představovány jako místa, kde mohou domácí i zahraniční turisté počítat s kvalitními službami. Czech Specials je zároveň certifikační značkou, která má zajistit, že v takto certifikovaných restauracích budou hostům poskytovány kvalitní služby a že tradiční české pokrmy budou podávány v odpovídající kvalitě.

CzechSpecials

**ČESKÁ KUCHYNĚ
BYLA A BUDE
A URČITĚ SPOLU S NÁMI
PŘEŽIJE I KORONA VIR!**

Ochutnejte Česko!

Snížení ceny certifikačního poplatku Czech Specials

Projekt Czech Specials podporuje restaurace, které dobře vaří českou kuchyni a je zároveň certifikační značkou, stvrzující, že jsou v takto označeném podniku poskytovány kvalitní služby. Nyní byl v rámci podpory české gastronomie mimořádně snížen certifikační poplatek na jednotných 750 Kč + DPH, toto snížení poplatku potrvá až do 30. 4. 2021.

Je-li vaše restaurace vyhlášená specialitami české kuchyně v tradičním či moderním pojetí, neváhejte se do projektu zapojit! Veškeré informace najdete na www.czechspecials.cz.

Rozšíření projektu Czech Specials o kategorii cukrárna-kavárna

Které jsou typicky české cukrářské výrobky? Jaké zákusky, dorty a cukroví jsou naším kulinářským dědictvím? Které cukrářské výrobky by neměly chybět v sortimentu

české cukrárny a kavárny? Pomozte nám zodpovědět tyto otázky a sestavit seznam typických tradičních českých, i ryze regionálních cukrářských výrobků, pro připravované rozšíření certifikace Czech Specials o cukrárny a kavárny. Své návrhy, popřípadě i ověřené receptury, nám prosím zasílejte na adresu: projekty@akc.cz. ■



MATERIÁLY PŘIPRAVILA:

Romana Vodičková, sekretariát AKC ČR

Co nového v A.T.I.C. ČR?

Anketa „Oblíbené informační centrum roku 2020“

A.T.I.C. ČR vyhláší anketu popularity turistických informačních center. Anketu ve spolupráci s asociací zajistí společnost Kam po Česku, na jejichž webových stránkách www.kampocesku.cz hlasování proběhne v období od 21. června, od 24.00 hod., do 31. srpna 2020. Informace o anketě budou zveřejněny rovněž na webu asociace www.aticcr.cz. Hlas bude možné poslat jednomu z více než 450 certifikovaných informačních center, tedy takovému, které máte v oblíbě, které vám pomohlo, příjemně překvapilo na cestách atp. Pro eliminaci vícečetného hlasování bude při hlasování jako identifikátor použit e-mail hlasujícího. Hlasovat bude možné jen jednou v každém z krajů. V soutěži bude rovněž vylosováno 14 hlasujících, kteří budou odměněni pěknou cenou zajištěnou členy rady ATIC z jednotlivých krajů. Vítězná informační centra v každém z krajů budou slavnostně vyhlášena a oceněna.

Prázdninová soutěž pro děti s Českou televizí Děčko

Členská turistická informační centra A.T.I.C. ČR se zapojí do spolupřátání rodinné soutěže, kterou organizuje dětský program České televize Děčko na období letních prázdnin. Smyslem hry je vybidnout rodiny k výletům na zajímavá místa a k poznávání krajiny a přírody České republiky. Do hry se kromě 80 infocenter zapojí i turistické atraktivity z řad hradů, zámků a muzeí.

Webové stránky www.aticcr.cz a jejich návštěvnost

Od ledna do poloviny května 2020 provedlo 6,4 tis. uživatelů 13 000 návštěv. Webové stránky zaznamenaly významně vyšší návštěvnost v období od 15. do 29. 4. 2020, kdy asociace na webu zveřejňovala aktuální informace k opětovnému otevření turistických informačních center vzhledem k uvolňování opatření v boji s koronavirem. V porovnání se stejným obdobím roku 2019 se jednalo o takřka stejný počet



uživatelů (6,3 tis.), ale s menším počtem návštěv (10 000) než v roce 2020. Pokud se podíváme na dny v týdnu, pak nejvyšší návštěvnost v letošním roce byla od pondělí do pátku mezi 7.00 a 16.00 hodinou, ve středu a ve čtvrtek přetrvává vyšší návštěvnost do 17. hodiny, přičemž 97 % návštěv pochází z České republiky a ze stolních počítačů. ■

MATERIÁLY PŘIPRAVIL:

Mgr. Jan Matouš, sekretariát A.T.I.C. ČR
www.aticcr.cz, www.facebook.com/aticcr



Abecední seznam firem a institucí

A	A.T.I.C. ČR 57	J	JAN Hospitality 7		
	Anybody Hotel 8–11		Jihočeská centrála cestovního ruchu 49		
	Asociace cestovních kanceláří ČR 56				
	Asociace českých cestovních kanceláří a agentur 56	K	Kraj Jihočeský 24–25		
	Asociace hotelů a restaurací ČR 55		Kraj Jihomoravský 24–25		
	Asociace kuchařů a cukrářů ČR 57		Kraj Karlovarský 24–25		
	Atout France 30		Kraj Královéhradecký 24–25		
			Kraj Liberecký 24–25		
			Kraj Moravskoslezský 24–25		
B	Baťův kanál 40		Kraj Olomoucký 22–25		
	Bohemian Hostels & Hotels 8–11		Kraj Pardubický 24–25		
	Borovka Event 49		Kraj Plzeňský 24–25, 34–39		
			Kraj Středočeský 24–25		
C	CK Atis 8–11		Kraj Ústecký 24–26		
	Colorado Springs 43		Kraj Vysočina 24–25		
	COT media 3, 8–11		Kraj Zlínský 24–25		
	Courtyard by Marriott Pilsen 2				
	Czech Specials 57				
	CzechTourism 20, 49, 53	L	Lidi z baru 8–11		
Č	České dědictví UNESCO 60	M	Mascotte 21		
	Český statistický úřad 34–35, 54		Město Kroměříž 16		
			Město Plzeň 36–39		
D	Destinační společnost		Město Telč 16		
	Českokobulevovicko-Hlubočko 49		Muzeum hlavního města Prahy 21		
E	ECTAA 56	N	Národní památkový ústav 14–15		
G	Galerie hlavního města Prahy 15, 27	O	Obce pro Baťův kanál 40		
	GEOFUN 40				
	Greensgate Golf & Leisure	P	Plzeň – TURISMUS 36–37		
	Resort 38–39		Pomáháme hoteliérům 46–47		
			Prague City Tourism 27		
H	Hlavní město Praha 17, 24–25		Prague Convention Bureau 55		
	Hospodářská komora ČR 59		Previo 44–45, 50		
	Hotel Skalský dvůr 8–11				
	Hotelmax.cz 8–11, 48	R	Royal Spa 8–11		
	Hotels.com 43				
	HOTREC 55				
		S	Smartwings Group 6		
I	iCOT.cz 4, 49		Svaz léčebných lázní ČR 8–11		
	Institut turismu agentury				
	CzechTourism 53				
	Ipsos 20	Š	Španělská centrála pro cestovní ruch 32		
		T	TCI Research 12		
			TravelClick 42		
			Travelcon 2020 49		
		U	Univerzita Jana Amose Komenského 28		
			Univerzita Karlova 28		
			Univerzita Palackého v Olomouci 12		
		V	Vysoká škola hotelová v Praze 51–52		
		Z	Zermatt Tourism 43		

V ČERVENCI SI PŘEČTETE:

Za měsíc si v hlavní rubrice posvítíme na problematiku rodinné dovolené, resp. cestování s dětmi i bez nich. Seznámíme vás s aktuálními trendy a naznačíme změny, kterými tento obor v souvislosti s pandemií COVID-19 projde. Dočtete se i o úskalích, která orientace na rodinnou klientelu přináší. V rubrice Destinace měsíce se zaměříme na vybrané státy na jihu Evropy a tuzemským regionem vydání bude Olomoucký kraj.

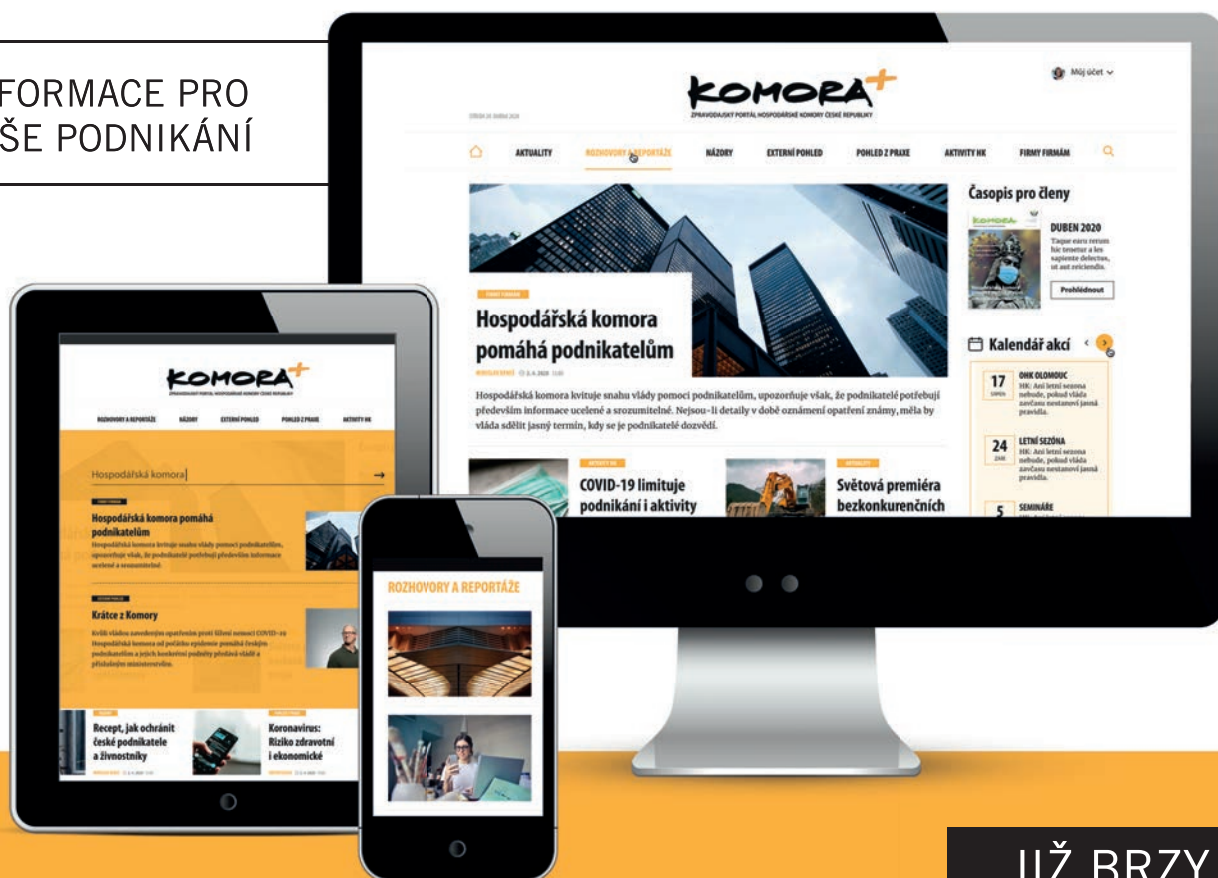


Letní dvojčíslo **COT**
vyjde 1. 7. 2020.

Destinace

Francie 30, 52
Itálie 52
Portugalsko 31
Svatá Lucie 43
Španělsko 32
Švýcarsko 43
USA 43

INFORMACE PRO
VAŠE PODNIKÁNÍ



JIŽ BRZY

NOVÝ ZPRAVODAJSKÝ PORTÁL

KOMORA+

ZPRAVODAJSKÝ PORTÁL HOSPODÁŘSKÉ KOMORY ČESKÉ REPUBLIKY

- + aktuální dění a zpravodajství v souvislostech
- + rozhovory a reportáže na aktuální témata
- + trendy, analýzy, statistiky i názory
- + podnikání pohledem expertů, manažerů i majitelů firem



Praha



Telč



Český Krumlov



Brno

NAVŠTIVTE PAMÁTKY

UNESCO

JE NÁS VÍCI!



Lednicko-valtický areál



Kutná Hora



Litomyšl



Holašovice



Žďár nad Sázavou



Kroměříž



Olomouc



Třebíč



Kladruby nad Labem



Erzgebirge / Krušnohoří

Staňte se členem klubu UNES&CO. a zúčastněte se nekonečné soutěže – je rozšířená i na slovenské památky UNESCO!

 **Přidejte se do facebookové skupiny UNES&CO.**

