

CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU – JIŽNÍ MORAVA ROZVÍJÍ TAKÉ KONGRESOVOU A FIREMNÍ TURISTIKU



Mgr. Zuzana Vojtová

• S jakými představami jste centrálu zakládala a nakolik se po třech letech činnosti tyto představy kryjí či naopak rozcházejí s realitou?

Když jsem v polovině roku 2006 do Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava nastupovala, uvědomovala jsem si, že jdu do nelehkého boje, kde budu často narážet na nespokojenost a velmi zřídka sklízet pochvalu. Nepředstavovala jsem si velké ředitelování, ale spíše mnoho drobné práce. Toto očekávání se potvrdilo, přesto svého kroku nelituji a dělám svou práci moc ráda.

Zpočátku jsme neměli prostředky na větší marketingové aktivity. Ze Společného regionálního operačního programu EU jsme vzhlédem k právní formě naší organizace dotace čerpat nemohli, proto jsme alespoň některé projekty iniciovali a byli jejich partnery. Např. projekt Rodinná turistika ve spolupráci s Nadací Partnerství Rodinná dovolená na jižní Moravě – cestování hrou. Dále například projekt Jihomoravského kraje, v jehož rámci jsme vydali ve vysokém nákladu mapy města Brna a Jihomoravského kraje. Zároveň jsme nastartovali spolupráci se subjekty cestovního ruchu v regionu při tvorbě turistických balíčků. Ty jsme rovněž vydali jako samo-

Společně máme co nabídnout!

HOVOŘÍME S MGR. ZUZANOU VOJTOVOU, ŘEDITELKOU CCRJM

statný materiál, který byl distribuován jako příbalový leták novin v některých regionech České republiky, Slovenské republiky a Rakouska.

Zahájili jsme především komunikaci s partnery v regionu, úzce spolupracujeme s Regionální kanceláří SOCR JMK. Vyhledáváme cestovní kanceláře, které se zabývají incomingem, komunikujeme se zástupci ubytovacích kapacit, organizátory kulturních akcí, s muzei a galeriemi, hrady a zámky, a vůbec všemi, kteří tvoří potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v regionu. Jedná se o komerční i veřejnou sféru. Hledáme nejrůznější cesty ke spolupráci, vytváření společné nabídky, regionálních produktů, možnosti spojení marketingových aktivit a díky tomu mnohdy vzájemně dosahujeme snížení nákladů. Daří se zapojovat do spolupráce stále více subjektů. Samozřejmě se najdou i kritici, ale pokud je kritika konstruktivní, vždy ji vítám. Organizace našeho zaměření teprve postupně vznikají. Pracují zatím pouze asi v šesti krajích České republiky a jsou

velmi mladé, každá je založena na jiném principu. V souladu s nimi vzniká řada teoretických prací na téma destinační management. Některé se shodují, jiné mírně rozcházejí. Je to téma velmi živé, které reaguje na současnou situaci.

• Jakou podporu má podoba CCRJM ze strany spoluzakladatelů, tedy města, kraje a Svazu obchodu a cestovního ruchu?

Jsme financováni Jihomoravským krajem a Statutárním městem Brnem. Každoročně dostává-

Ale mám-li oslovit všechny cílové skupiny najednou, pozvu je především do slunného vinařského regionu s bohatými lidovými tradicemi.

• Máte nějakou zpětnou vazbu na (ne)spokojené návštěvníky a turisty?

Téměř každý rok probíhá šetření mezi návštěvníky regionu. Jihomoravský kraj realizuje pravidelně monitoring návštěvnosti, na dalších výzkumech spolupracujeme s agenturou CzechTourism, díky nimž získáváme výstupy srovnatelné s ostatními kraji.

me finanční příspěvek na činnost organizace. Další dotace získáváme na základě předkládání konkrétních projektů. Regionální kancelář Svazu obchodu a cestovního ruchu JMK pro nás znamená především partnera důležitého ve vztahu k podnikatelské sféře, oborovým asociacím apod. S našimi zakladateli vzájemně koordinujeme své aktivity, vyhodnocujeme vývoj, plánujeme další postupy, abychom se ve svých činnostech nepřekrývali, ale především doplňovali. Naši zakladatelé nám postupně svěřují další kompetence.

• Co považujete za největší turistický potenciál Jihomoravského kraje?

Náš region je velmi pestrý. Má například největší počet hradů a zámků ze všech krajů České republiky. Město Brno – veletržní město, je zároveň opravdovým centrem kultury, máme velký potenciál pro rozvoj kongresové turistiky a konání firemních akcí, velmi dobrou dopravní dostupnost. Také bych ráda uvedla Automotodrom, jeskyně Moravského krasu, síť cyklistických stezek a mohla bych pokračovat dále.

Jsou většinou všechny dostupné na našich webových stránkách www.ccrjm.cz.

• Jaké poselství byste vyslala do řad podnikatelské sféry?

Vzájemný prospěch ze vzájemné spolupráce při tvorbě nabídky nebo její propagace si už většinou všichni uvědomují. Požádala bych spíš, aby nikdo nepodceňoval kvalitu poskytovaných služeb. Bohužel i u vyhlášených zařízení není vždy komunikace s klientem na úrovni, na které by nebylo co zlepšovat apod. Myslím, že většinou z nich neříkám nic nového, sami se často potýkají s personálními problémy, ale je nutné si tento nedostatek stále připomínat a hledat řešení.

• A nakonec osobní otázka: Která destinace, cíl, či místo v Jihomoravském kraji je vašemu srdci nejbližší a proč?

Mám na jižní Moravě mnoho oblíbených míst. Těším se na šťavnatou zeleň Moravského krasu, vždy znovu žasnou nad nádherou Pálavy, když se přede mnou otevírá její silueta cestou do Brna, oč-

centrála cestovního ruchu Jižní Morava

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava, z.s.p.o.

Radnická 2
602 00 Brno
Tel.: +420 542 211 123
Tel./fax: +420 542 210 088
e-mail: vojtova@ccrjm.cz
www.ccrjm.cz

kávám panorama města Mikulova a nemohu se rozhodnout, odkud je pohled na zámek a červené střechy podzámčí nejhezčí. Ale nejbližší je mému srdci Slovácko. Proč? Protože jsem rodačka ze Strážnice. Prarodiče i rodiče měli vinohrad, tancovala jsem v souboru lidových písní a tanců, každoročně jsem se nějak nenápadně podílela na konání Mezinárodního folklórního festivalu, byla jsem při zrodu strážnického skanzenu a jako studentka jsem tam prováděla návštěvníky atd., a to ve vás samozřejmě zůstane. Kdo ve Strážnici ještě nebyl, ať se tam určitě vypraví. Její návštěva stojí za to. A cestou, nebo při plavbě po Baťově kanále, se zastavte v areálu vinných sklepů v petrovských Plížích – to je též má srdeční záležitost. (jl)



Pohled na malebné vinice Mikulovska.

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava přichází s řadou novinek

Katalog obsahující komplexní soupis kongresových prostor na jižní Moravě představuje navíc celý region Jižní Morava v jeho rozmanitosti a širokou nabídkou programů pro incentivní turistiku. Brožura **Golf na jižní Moravě** nabízí golfová hřiště včetně atraktivních cílů v jejich okolí, samozřejmě je nový katalog ubytování na jižní Moravě, italská mistra jsou zmíněni v publikaci **Italové na jižní Moravě**. CCRJM připravila i **mapy** jednotlivých turistických oblastí, které mohou být inspirací k výletům.

PŘEHLED PROPAGAČNÍCH MATERIÁLŮ

Název materiálu	Popis	Jazyková mutace
Kalendář významných turistických akcí na jižní Moravě - 2009	• Přehled nejvýznamnějších akcí na JM (jarmarky, festivaly, vinobraní)	Č, A, N (jen na CCRJM)
Italové na jižní Moravě	• Přehled a zajímavosti italské architektury/památek na JM od 9. stol. • Otevírací doby památek, kontakty	Č, N, A, I
Katalog ubytování na JM	• Možnosti ubytování (penziony, hotely, apod.)	Trojazyčně: Č/N/A
Mapy turistických oblastí JM Křížem krázem po jižní Moravě	• Mapy +typy na výlety, zajímavosti (Západní Brněnsko, Východní Brněnsko, Slovácko, Znojensko, Pálava, Moravský Kras)	Dvojazyčně: Č/P, A/N, I/H
Katalog Kongresová, veletržní a incentivní turistika	• Kongresové, konferenční prostory • Ubytovací a catering. služby • Návrhy programů vhodných pro incentivu, kontakty	Trojazyčně: Č/N/A
DVD Kongresová, veletržní a incentivní turistika		
Golf na jižní Moravě	• Přehled možností pro golfovou tur. • Golfové areály + další služby	Č, N, A, R
7 památek UNESCO	• UNESCO památky v okruhu cca 100 km od Brna	Č, N, A, I, P, Fr, Jap, R
Mapa Brna	• Přehled galerií, muzeí, divadel, restaurací, možností nákupu...	Č, N, I, Šp, P, R

Jazyky: Č – čeština I – italská R – ruština
A – angličtina P – polština Fr – francouzština
N – němčina H – holandská Jap – japonština



Evropská unie
Evropský fond pro regionální rozvoj
Investice do vaší budoucnosti

