

Systém produktů cestovního ruchu

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava (Centrála JM) rozvíjí produkty cestovního ruchu s celokrajským nebo nadregionálním významem. Produktový systém vychází ze strategických priorit destinace, potřeb návštěvníků, potenciálu území a spolupráce s oblastními destinačními organizacemi a dalšími partnery.

1. Produktové portfolio

Produkty cestovního ruchu destinace jsou členěny do dvou úrovní:

A. Krajské produkty

Produkty koordinované Centrálou JM, které propojují nabídku více oblastí jižní Moravy nebo mají strategický význam pro destinaci a jsou rozvíjeny a komunikovány na úrovni celého kraje:

- **Gourmet Jižní Morava** – gastronomie a kvalitní gastronomické podniky v regionu,
- **MojaKarta** – návštěvnická karta propojující ubytovatele, turistické cíle a další služby,
- **Brno Convention Bureau** – kongresový, konferenční a firemní cestovní ruch,
- **Poutnictví na jižní Moravě** – propojení poutních míst, tras a duchovního dědictví regionu,
- **vinařská turistika** – propojení vinařství, krajiny, architektury, gastronomie a dalších zážitků spojených s vínem.

B. Oblastní a lokální produkty s potenciálem nadregionálního využití

Oblastní a lokální produkty vznikají především z iniciativy oblastních destinačních organizací a jejich partnerů a vycházejí ze specifické nabídky, identity a potenciálu jednotlivých částí jižní Moravy.

Pokud má takový produkt potenciál oslovit návštěvníky i mimo danou turistickou oblast, je využitelný pro nadregionální propagaci nebo jej lze rozšířit a propojit s nabídkou dalších turistických oblastí, podporuje Centrálou JM jeho další rozvoj.

Podpora může spočívat zejména v zapojení produktu do krajské marketingové komunikace, propojování s dalšími oblastními DMO a partnery, sdílení know-how a dat nebo v koordinaci jeho rozšíření na úroveň více turistických oblastí.

Cílem je využívat kvalitní produkty vznikající přímo v území a tam, kde to dává smysl, umožnit jejich širší využití v nabídce destinace Jižní Morava.

2. Princip výběru a rozvoje produktů

Produkt zařazený do krajského produktového portfolio by měl splňovat zejména následující kritéria:

- vychází z reálné nabídky a potenciálu jižní Moravy,
- reaguje na potřeby definovaných cílových skupin,
- propojuje více služeb, míst nebo partnerů,
- má přesah do více turistických oblastí nebo strategický význam pro celý kraj,
- podporuje prodlužování pobytu, opakované návštěvy nebo rozložení návštěvnosti v území a čase,
- umožňuje zapojení podnikatelů a dalších partnerů,
- má stanoveného koordinátora a způsob dalšího rozvoje,
- jeho výsledky lze sledovat a vyhodnocovat.

3. Rozvoj produktů prostřednictvím pracovních skupin a platforem

Jednotlivé produkty a produktová témata jsou dále rozvíjeny prostřednictvím samostatných pracovních skupin nebo tematických pracovních platforem, do kterých jsou zapojováni relevantní aktéři podle charakteru daného produktu.

Pracovní skupiny a platformy vytvářejí prostor pro společnou diskusi, sdílení zkušeností a potřeb jednotlivých partnerů, identifikaci příležitostí a bariér a přípravu konkrétních kroků vedoucích k dalšímu rozvoji produktu.

Podle charakteru produktu se do práce zapojují zejména oblastní DMO, podnikatelé, turistické cíle, kulturní instituce, obce a kraj, profesní a oborové organizace a další relevantní partneři.

Centrálou JM v tomto systému plní především koordinační roli, propojuje jednotlivé aktéry a zajišťuje návaznost rozvoje produktů na strategické priority cestovního ruchu Jihomoravského kraje.

4. Pravidelné vyhodnocování a další rozvoj

Produktové portfolio je průběžně aktualizováno na základě práce jednotlivých pracovních skupin a platforem, dostupných dat, vývoje poptávky, trendů v cestovním ruchu a zpětné vazby zapojených partnerů.

Výstupy pracovních skupin a spolupráce s oblastními DMO slouží jako podklad pro rozhodování o dalším rozvoji jednotlivých produktů, jejich případném rozšíření do dalších částí regionu a jejich zapojení do společné propagace destinace Jižní Morava.