

17.června 2010

Konference Hospitality & Tourism Summit 2010 byla výzvou k podpoře významu cestovního ruchu jako oboru v zájmu jeho přežití

Ve dnech 8.-10.6. 2010 se na konferenci Hospitality & Tourism Summit v hotelu Olympik v Praze sešlo na 400 provozovatelů hotelů a restaurací, dodavatelů služeb, zástupců státní správy a dalších odborníků v oblasti cestovního ruchu z celé České republiky. Hlavním tématem jejich setkání byl osud cestovního ruchu v České republice a hledání cest, jak toto odvětví s navazujícím sektorem služeb strategicky řídit a rozvíjet.

Cestovnímu ruchu chybí systémové řízení

Tento ročník konference Hospitality & Tourism Summit byl zásadní nejen jubilejním 10. výročím své existence na trhu, ale především naléhavostí diskutovaných témat. Program prvního dne, organizovaného pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj, se zabýval základními otázkami, jak cestovní ruch do budoucna lépe řídit a propagovat. Jako podnět do diskuse posloužily především příspěvky srovnávací činnosti národních turistických centrál u nás, v Rakousku a na Slovensku. Zejména srovnání s efektivitou práce rakouské centrály bylo pro české účastníky mírně řečeno frustrující, neboť díky podřízení cestovního ruchu Ministerstvu hospodářství a povinnému členství podnikatelů v oboru v Rakouské hospodářské komoře, disponuje sektor řádově vyššími prostředky na rozvoj. Současně zde však panuje i vyšší zodpovědnost za zhodnocování vynaložených prostředků. Podnikatelé zastoupení v diskusním panelu vyjadřovali připravenost přispívat i více do společného rozpočtu, pokud budou mít jistotu, že se peníze budou zpátky účelně investovat do marketingové podpory rozvoje cestovního ruchu v jejich regionu a oni budou moci spolurozhodovat o tom, na co se tyto peníze vydají. Celému oboru turismu v ČR výrazně chybí jednotný hierarchický systém řízení, v důsledku čehož jsou propagační záměry na celostátní, regionální i lokální úrovni velmi odtržené. Všichni diskutující se shodli, že koordinaci řízení by mohlo výrazně pomoci jednak prosazení Zákona o cestovním ruchu, jednak zřízení parlamentního podvýboru pro cestovní ruch, který by vyhledával a shromažďoval podněty a poslancecké iniciativy s cestovním ruchem související a centrálně je zpracovával. Ministr pro místní rozvoj Rostislav Vondruška představil záměry nového zákona o cestovním ruchu, který má za cíl motivovat rozvoj podnikatelského prostředí a zvýšit konkurenceschopnost České republiky v oblasti cestovního ruchu. Tyto koncepční kroky a systémové změny by měly být prosazeny co nejdříve, už s přihlédnutím k tomu, že hospodaření krajů v oblasti cestovního ruchu je zatím zajišťováno s podporou fondů EU, která po roce 2013 skončí. Od slovenských kolegů zazněla dobrá rada, abychom se poučili z jejich chyb při koncipování zákona o cestovním ruchu, omezili se na dohodu o tom zásadním, tj. stanovení organizační struktury, základních kompetencí a způsobů financování, a nesnažili se zákon o cestovním ruchu koncipovat příliš široce. Vývoj jde tak rychle dopředu a vše detailní tak rychle zastarává, že neustálé další zásahy a opravy zákona by jej jen znevážily.

Jak zlepšit image cestovního ruchu?

Program druhého dne navázal velkou panelovou diskusí na téma jak zlepšit image cestovního ruchu, skvěle moderovanou Martinem Veselovským. Její téma předurčil úvodní referát prezidenta Asociace hotelů a restaurací ČR Pavla Hlinky trefně nazvaný „Je cestovní ruch opravdu neslušné slovo?“, který byl podle výsledků anketního šetření mezi účastníky vyhodnocen jako vůbec nejlepší vystoupení („*velmi specificky podaný příspěvek, v němž zazněly velké pravdy*“). Tento formou veselý, ale obsahem hořký příspěvek konstatoval mj. smutný fakt, že stávající ministr pro místní rozvoj, jmenovaný na několik měsíců pro dočasnou překlenovací úřednickou vládu, měl paradoxně delší průměrnou „životnost“ v úřadu a učinil více kroků ve prospěch cestovního ruchu než celá řada jeho předchůdců v dobách stabilních vlád ČR. Jak velmi případně komentoval ve svém vystoupení další zahraniční host - Christian Mutschlechner, ředitel Congress Bureau ve Vídni: „Turisté nevolí. Proto je nanejvýš důležité, aby stát zajistil kontinuitu strategie rozvoje cestovního ruchu, která by byla nezávislá na politické reprezentaci.“ Vídeň v současné době připravuje strategický koncept rozvoje turismu pro rok 2015, jehož plnění je závazné, ať v čele radnice sedí kdokoli. Navazující diskuse pražských hoteliérů, zástupců incentivních a cestovních kanceláří a dalších odborníků jasně potvrdila, jak Praze velice chybí, že nemá obdobný materiál zpracován.

Inspirace a best practices

Mnohem aktivnější než Praha je v současnosti v komplexním přístupu ke správě a rozvoji centra město Brno. V dopolední části programu konference byla v rámci best practices představena studie „City Centre Management jako nástroj rozvoje městského cestovního ruchu“, jejíž autorky Marie Zezůlková z Kanceláře Strategie Magistrátu města Brna a Barbora Hrdinová ze společnosti Dring Consulting byly po právu vyhodnoceny jako prezentátorky s druhým nejlepším a nejzajímavějším příspěvkem Summitu.

Další velmi zajímavou inspirací byl příspěvek Christiana Baumgartnera z Naturfreunde Internationale, který účastníkům vysvětlil, jak lze využít potenciál trvalé udržitelnosti v cestovním ruchu. Znamená to nabízet turistům využití přírodních a kulturních zdrojů v rovnováze s ekologickými i ekonomickými potřebami. Na mnohých příkladech z Rakouska i odjinud z Evropy dokumentoval, že jedině zodpovědnost v kombinaci s dalšími přínosy, včetně ekonomického zisku, se může stát tím správným rozvojovým impulsem.

Vítané osvěžení a odlehčení do bloku Best practices vnesly studentky kurzu komerční komunikace VŠE v Praze, které představily originální projekt, jak propagovat Prahu jako město strašidel a duchů. Zdokumentovaly, že Praha má mezi evropskými velkoměsty jedno zatím neznámé prvenství – 1. místo ve výskytu duchů a bájných strašidel na km². Výzkumy potvrzují, že dvě pětiny obyvatel věří, že ve starých domech může strašit a jedna pětina dokonce, že lze za určitých okolností s duchy komunikovat. Když k tomu přidáme stále sílící zájem o horory a záhadné příběhy, dostaneme skvělý potenciál pro představení

Praha jako město magie a alchymie, příběhů a legend. Zejména mladí lidé znudění tradičními prohlídkami památek mohou být skvělou cílovou skupinou pro „zážitky duchařské turistiky“.

Odborné panelové diskuse hodnoceny jako nejlepší v desetileté historii konference

Pět odpoledních paralelních workshopů konference Hospitality & Tourism Summit řešilo natolik atraktivní a zjevně potřebná témata, že organizátoři, jak vyplynulo z komentářů v anketě, způsobili účastníkům nelehké rozhodování, do kterého diskusního panelu se přihlásit. Nakonec v návštěvnosti zvítězila sekce „**Tak trochu jiná komunikace**“, která představila praktické ukázky a tipy, jak vylepšit standardní prezentaci hotelů a restaurací na Internetu. Zkušení marketéři Jiří Mikeš z VŠE, Jan Binar z McCann Ericsson nebo Michal Srb, ex-CEO Lowe Group a současný provozovatel The Pub si s dalšími panelisty i posluchači vyměňovali zkušenosti, jak propojit prezentaci s dalšími komunikačními nástroji (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr nebo FourSquare). Nejzajímavější byly autentické zkušenosti Matouše Petráně, F&B Managera Restaurantu COMO Mediterranean se službou FourSquare v kombinaci s Twitterem. Jeho podnik může uživatelům poskytnout slevu za to, že se „zapsali“ právě u něj nebo s nimi komunikovat různé nabídky, například slevu při každé třetí návštěvě a podobně. A z FourSquare komentářů a hodnocení může získat představu, jestli jeho restaurant stojí kolemjdoucím za návštěvu či nikoliv.

Obsahově byla nejlépe vyhodnocena sekce „Praha .. a co to obnáší“, která získala vynikající průměrnou známku 1,18, na čemž měl největší zásluhu Jan Adámek z Pratur Convention Bureau, který její program připravil a skvěle moderoval. Vítaným hostem byla především Tracy Halliwell, která ve Visit London zastává pozici ředitelky Business Tourism. Představila některé inovativní kampaně, mediální senzace a další prostředky provokativního marketingu pro rušný a stále proměnlivý Londýn a sdílela s účastníky své bohaté zkušenosti, jak do Londýna přilákat business eventy i jaké má Londýn plány do budoucna. Dalšími panelisty byli zástupci pražských hoteliérů, které doplnili bývalý pražský primátor, nyní jednatel společnosti Best Development Prague, Jan Kasl a Jana Hudcová z oddělení cestovního ruchu Hlavního města Prahy. Diskuse shrnula strategii rozvoje Prahy do teze: Co je dobré pro občana, je dobré i pro turistu. Je zřejmé, že nároky obyvatel a návštěvníků na kvalitu veřejných služeb v Praze neustále rostou a složité schvalovací procedury, roztříštěné kompetence Magistrátu a Pražské informační služby, častá nekoordinovanost aktivit se zájmy pražských hoteliérů a dalších horeca podnikatelů a zejména chybějící „tah na branku“ často vedou k velkým prodlevám od myšlenek k realizaci. Jak se následně v komentáři k pražskému workshopu vyjádřil některý z účastníků „ryba smrdí od hlavy“. Pokud nedojde k prosazení řízené koncepce dlouhodobého rozvoje cestovního ruchu v Praze, utrpí tím samozřejmě pozice sektoru v celé ČR.

Gastronomické zážitky

Na konferenci pro odborníky z hotelů a restaurací samozřejmě nesměla přijít zkrátka ani gastronomie. První větší příležitost dostala na společenském večeru dne 9.6. ve velkém sále hotelu Olympik. Společenský večer byl zahájen připomenutím 10. výročí působení konference na trhu, kterého se zhostil její „otec zakladatel“ Prof. Jiří Jindra z Vysoké školy hotelové v Praze 8. V úvodu večera byla redakcí časopisu Foodservice udělena cena J. Vašaty za úspěšný gastronomický koncept roku 2010 (získala jej

restaurace z řetězce Ambiente: La Degustation Bohéme Burgeoise info www.foodservice.cz. Gastronomické nabídky večera pod názvem „Morava pohostinná“ se ujala společnost Nestlé. Tým kuchařů pod hlavičkou Nestlé Professional připravil velmi atraktivní domácí kuchyni, kterou doplnila nabídka mimořádných vín z Moravy a z Čech vybraných odborníky z Vinařského fondu ČR.

Po stránce odborných témat byl gastronomii věnován třetí konferenční den, připravovaný jako Gastronomický den AHR ČR. První blok ušlechtilé nazvaný „Gastronomie jako zrcadlo kultury národa a nástroj propagace“ přinesl zajímavé zkušenosti, jak českou kuchyni vnímají zahraniční hosté, jakým novým a atraktivním způsobem lze moderní českou kuchyni nabízet tak náročné klientele a takové nabídkové konkurenci, jakou oplývá New York či jaké jsou roční zkušenosti s projektem AHR ČR a CzechTourism na podporu tradiční české kuchyně „Ochutnejte Českou republiku – Czech Specials“. Nejlepší hodnocení z řečníků tohoto dne si odnesl Miroslav Kubec, prezident Asociace kuchařů a cukrářů ČR, který velmi poutavě a zajímavě podhalil zákulisí práce národního týmu AKC při přehlídkách kuchařského umění u nás i na zahraničních soutěžích a ukázal, jak mohou tyto aktivity přispět k šíření dobrého jména a tradic české kuchyně.

Samostatný blok programu představovala gastronomie založená na lokálních produktech. V tomto ohledu si lze opět nejvíce inspirace vzít od našich jižních sousedů, proto byly do programu zařazeny hned 2 rakouské příspěvky. Jednak to byla ukázka zkušeností hnutí Slow Food ve Štýrsku a jejich dopad do networkingu restaurací a lokálních štýrských výrobců, jednak to byl příběh pěstitele zdravých lokálních produktů a jejich uplatnění v marketingu Dolního Rakouska od firmy Sonnentor. No a kdo do této doby netušil, jaké požitky, ale zároveň i jaké nároky jsou spojeny s nabídkou zvěřiny v gastronomii, po přednášce pana Miroslava Vodňanského ze Středoevropského institutu ekologie zvěře už ví téměř vše. To nelze slovy popsat, to se musí zažít. Stejně tak jako pokus kuchařů a majitelů restaurací - pánů Sapíka a Pohlreicha – vysvětlit slovy, v čem tkví jejich úspěch a proč byli vyhodnoceni jako restauratéři roku 2009. Nejlepší je určitě přijít to do jejich restaurací zjistit osobně.

Po tolika slovech bylo pak jediné správné, že Gastronomický den byl zakončen slavnostním obědem, jehož přípravy se ujal Národní tým kuchařů AKC ČR, vedený Tomášem Konopkou a k němuž vína opět dodal Vinařský fond ČR.

Konference Hospitality & Tourism Summit 2010 se konala pod záštitou Ministra pro místní rozvoj pana Rostislava Vondrušky a s podporou mnohých partnerů. K těm nejvýznamnějším patřily agentura Czech Tourism a společnosti Makro, Nestlé a Vinařský fond ČR.

Více informací k programu konference, přehled konferenčních příspěvků i fotogalerii z jejího průběhu naleznete na www.horeca21.cz.