

Značka ZnojmoRegion se začíná prosazovat

Znojmo, 10. 8. 2018

Hned v prvním roce své existence zaznamenává ZnojmoRegion, spolek zaměřený na podporu cestovního ruchu bývalého Znojmského okresu, své první úspěchy. Vznikl na podzim roku 2017 a už v prosinci získal oficiální **certifikaci Jihomoravského kraje** jako jediný destinační management turistické oblasti Znojmsko a Podyjí.

Založení spolku iniciovalo Město Znojmo. Podle slov **starosty, Jana Groise**, již delší dobu společně s ostatními partnery pociťovali potřebu vzniku moderní a fungující společnosti zaměřené na rozvoj cestovního ruchu v okolí královského města, tedy v oblasti, která již nepřísluší do kompetence Znojmské Besedy. *„Destinační společnost, jako zapsaný spolek, má výhodu v tom, že může propojit obce, podnikatele i neziskové subjekty. Jejich společná nabídka kulturních, sportovních a přírodních lákadel i turistických služeb se tak stává pro návštěvníka atraktivnější. Ve výsledku to bude pro region i ekonomicky přínosnější“*, dodává starosta.

Od samotného počátku existence spolku stojí v jeho čele **Šárka Janderková, předsedkyně představenstva**. Právě díky jejím profesionálním znalostem cestovního ruchu na Znojmsku a v rakouském příhraničí se podařilo dojednat významnou přeshraniční spolupráci s destinační společností Retzer Land. Projekt podávaný a financovaný z rakouské strany s názvem *„Propojení turistických atraktivit ZnojmoRegion a Retzer Land“* přivedl koncem května na Znojmsko zástupce rakouských informačních center a na podzim představí obsáhlou českoněmeckou brožuru informující o turisticky atraktivních cílech na obou stranách hranice.

V květnu se také podařilo obsadit pozici tajemníka spolku. Ve výběrovém řízení byla vybrána paní Irena Navrkalová, která se dlouhodobě zaměřuje na marketing a management domácího cestovního ruchu. *„Věřím, že to byla správná volba,“* říká Šárka Janderková a dodává: *„pracovala v pražském Centru pro regionální rozvoj ČR a brněnské Centrále cestovního ruchu Jižní Moravy, má zkušenosti s organizováním kulturních akcí a jako bývalá šéfredaktorka turistických časopisů zná i svět mediální propagace“*. Paní Navrkalovou jste proto požádali o **představení aktuálních marketingových aktivit ZnojmoRegionu**:

„K tomu, aby byla turistická oblast Znojmsko a Podyjí vnímána veřejností jako kompaktní celek, je třeba vyzdvihnout místní specifika, která nás odlišují od ostatních oblastí. Atributy jako 'slunce', 'víno' nebo 'letní dovolená u vody' jsou příznačné pro celou jižní Moravu (částečně i pro jižní Čechy) a neposkytují nám žádnou konkurenční výhodu. Prvkem, který je však se Znojmskem neodmyslitelně spjatý a veřejnosti už velmi dobře známý (i bez nákladné marketingové kampaně) jsou jednoznačně 'nakládané okurky'.

Na tuto skutečnost proto odkazuje náš hlavní marketingový claim **„Jsme dobře naloženi – navštívili jsme ZnojmoRegion“**, který dvojsmyslně odkazuje kromě slavné okurkářské tradice i na typickou pohodovost zdejšího regionu. Tento slogan jsme také použili na našem prvním propagačním předmětu – plátěné tašce přes rameno. Zde navíc motto *„Jsem dobře naložená“* získalo dokonce svůj třetí význam a bylo velmi dobře veřejností přijato i hodnoceno. **FOTO Z PRESS-TRIPU.**

Uvědomujeme si ale, že souvztažnost s okurkami není ve všech částech našeho regionu vnímána stejně silně, a proto chceme zastřešit celkovou turistickou nabídku ZnojmoRegionu ještě jedním marketingovým claimem **„ZnojmoRegion – zahálka dovolená, aktivita vítána“**. Poukážeme tak na možnosti jak relaxace a nenáročného turistiky, tak sportovněji či adrenalinově laděné dovolené, a to bez ohledu na to, zda ji trávíte na Vranovsku, Hrušovansku anebo u Moravského Krumlova.

Třetí marketingové téma, které budeme komunikovat pod názvem **„Opojný výlet“** představí zdejší klasickou vinařskou turistickou nabídku ovšem doplněnou o výletní cíle spojené s pivem. Chceme se tím trochu odlišit od ostatních vinařských oblastí jižní Moravy a nabídnout ideální řešení dovolené např. pro páry, kde ona má ráda víno a on dává přednost pivu.

V budoucnu se určitě také zaměříme na **církevní turistiku**, pro kterou má ZnojmoRegion výborný potenciál. Navíc tento druh turistiky zaznamenává zvyšující se trend nejen v domácím cestovním ruchu a bylo by škoda toho nevyužít.

Aktuálně však řešíme **zimní turistickou nabídku**, kterou považujeme za dlouhodobě nejslabší místo v cestovním ruchu celé oblasti. Připravujeme projekt, který by měl propojit lidové tradice, sport, kulturu i gastronomii regionu, a to od 2. 12. 2018, kdy začíná Advent, až po svátek Tří králů, tedy 6. 1. 2019. Rozhodující bude ochota partnerské spolupráce jednotlivých členů ZnojmoRegionu, jak obcí, tak soukromých podnikatelů či neziskových sdružení. Tato zimní nabídka svátečně laděné kultivované zábavy i kvalitních služeb ve ZnojmoRegionu se tak může stát zajímavým zpestřením pro ty, kteří míří třeba na oblíbené vánoční trhy do Vídně – cenově výhodnější, a přitom komfortní ubytování či stravování u nás, kouzlo čisté přírody a autenticita místa, kvalitní vína i dobré pivo...

Chceme v tomto směru hodně spolupracovat s médii. Ostatně i dva speciální **Press tripy pro české a slovenské novináře**, které jsme zorganizovali letos v červnu, už přinášejí své ovoce. Velký dík za to patří všem našim členům a partnerům bez jejichž aktivní spoluúčasti by se podobné akce neobešly. Značka ZnojmoRegion tak skutečně začíná prosazovat...“

+ LOGO ZnojmoRegion



+ FOTO z press-tripu s fotopopiskou:

Slovenští novináři byli během červnového press-tripu upřímně překvapeni rozmanitostí turistické nabídky v regionu i vysokou kvalitou poskytovaných služeb. Velmi ocenili praktický propagační předmět – tašku s výmluvným sloganem „Jsem dobře naložená – navštívila jsem ZnojmoRegion“.

