

## Přehled stěžejních témat vyplývajících ze Strategie rozvoje cestovního ruchu pro TO Pardubicko 2022 – 2026

### 1. Vize

Definovaná vize představuje syntézu základních požadavků na to, jakou roli by v dlouhodobém horizontu měl mít cestovní ruch v turistické oblasti z hlediska ekonomického přínosu tohoto odvětví. Současně definuje pozici, které by destinace měla dosáhnout v konkurenci mezi jinými destinacemi. Vytýčuje trh, který je pro destinaci relevantní, a zohledňuje také potřebu dlouhodobé udržitelnosti, čímž definuje nepřekročitelné podmínky pro realizaci dokumentu a plnohodnotné naplnění této vize.

**Cestovní ruch významně podporuje ekonomický rozvoj na území turistické oblasti Pardubicko (bývalý okres Pardubice) a tím zvyšuje životní úroveň občanů regionu. Vybudování vnímání značky Pardubic a Pardubicka zejména na domácím trhu jako turisticky atraktivní destinace plně netradičních prožitků pro cílové skupiny mladých dospělých a mladých dospělých s dětmi. Tento trend je dlouhodobý a organizačně i environmentálně udržitelný.**

#### Zásadní body vize:

**Podpora ekonomického rozvoje** – Cestovní ruch je v první řadě ekonomickým odvětvím, které do destinace přináší finanční prostředky od externích subjektů. Je to právě spotřeba cestovního ruchu, tedy souhrn tržeb místních podnikatelů, co je v rámci strategie sledováno jako hlavní přínos cestovního ruchu. V roce 2019 byly tržby z cestovního ruchu v oblasti celkem **2 616 000 000 Kč**, z toho zhruba polovina byla realizována v Pardubicích.

**Životní úroveň občanů** – Zde považujeme za nutné vyzdvihnout, že díky útratě návštěvníků destinace dochází k vytváření pracovních míst a růstu kvality služeb. Veškeré aktivity na podporu cestovního ruchu musí ve svém důsledku vést ke zvyšování životní úrovně občanů. Strategie hledá cestu, jak toho efektivně dosáhnout.

**Turisticky atraktivní destinace** – Z marketingového výzkumu i z návštěvnosti destinace vyplývá, že v porovnání s jinými destinacemi není Pardubicko ani město Pardubice vnímáno jako turisticky atraktivní. Cílem tedy je vylepšit postavení zejména ve srovnání s jinými konkurenčními destinacemi.

**Destinace plná netradičních prožitků** – Jedná se o definovanou konkurenční výhodu, kterou může při efektivním využití zdrojů destinace zužitkovat k dosažení vyšší atraktivity a v důsledku k vyšší návštěvnosti, spotřebě, a tedy vyšší životní úrovni občanů.

**Cílová skupina mladých dospělých/s dětmi** – Cílová skupina s největším potenciálem k oslovení. Na základě nabídky destinace a marketingového průzkumu byly definovány právě tyto cílové skupiny jako ty, na které se vyplatí cílit marketingové aktivity města a oblasti.

**Organizační udržitelnost** – Nutná podmínka, bez které nebude možné efektivně řídit jednotlivé aktivity definované strategií a udržovat vybudované vazby mezi aktéry, jejichž spolupráce je nutná. Patří sem i financování opatření definovaných ve strategii.

**Environmentální udržitelnost** – Další nutná podmínka pro to, aby přínosy cestovního ruchu skutečně dosahovaly zvyšování životní úrovně, a to i z dlouhodobého hlediska. Je nutné sledovat i potenciální lokální dopady CR a navazovat tak na strategické dokumenty vyšších celků (CzechTourism, MMR).

## 2. Výběr stěžejních témat Strategie

- **Projekty rozvíjející téma „Koně“** – jedním ze zásadních témat destinace bude téma koně. A to jak v oblasti komunikační (kůň jako určitý symbol), tak v oblasti produktové (skutečná nabídka atraktivit a práce s nimi);
- **Projekty podporující udržitelné formy dopravy** a dopravní infrastruktury mezi Pardubicemi a stěžejními atraktivitami v destinaci (Kunětická hora, Kladruby nad Labem, Holice, Lázně Bohdaneč, písničky,...);
- **Projekty významně přispívající k tématu „umění a moderní architektura“** – téma bude v rámci destinace významně posíleno po dokončení rekonstrukce v areálu Automatických mlýnů, které mají potenciál stát se základním kamenem pro toto téma;
- **Projekty významně přispívající k tématu „Temná turistika<sup>1</sup>“** – Infrastruktura ve vazbě na toto byla významně posílena a téma bylo pro produktovou politiku stanoveno jako jedno ze stěžejních;
- **Projekty podporující environmentálně udržitelný turismus** – Environmentální udržitelnost je jedním ze tří strategických cílů stanovených dokumentem.
- **Projekty zaměřené na kvalitní gastronomii** – projekty, které budou svým charakterem podporovat rozvoj výjimečně kvalitní nabídky v oblasti gastronomie mohou výrazně podpořit pozitivní návštěvnickou zkušenost;
- **Projekty podporující rozvoj cykloturismu** – zejména nenáročná cykloturistika je rozvoj infrastruktury či jiný způsob podpory tématu;
- **Projekty podporující infrastrukturu pro rozvoj karavaningu** – trend je sledován napříč Evropou a rozvoj infrastruktury v destinaci je žádoucí;
- **Projekty zaměřené na téma perník** – téma perníku je silně spojeno s městem i destinací. Z výzkumů však vyplynulo, že téma není dostatečným lákadlem pro turisty. Podpořeny by měly být projekty, které budou téma dále rozvíjet, případně nabídnou inovativní a nové přístupy k podpoře tématu;
- **Projekty podporující nemotorovou lodní dopravu** – nemotorová lodní doprava je jedním ze specifíků destinace a spadá mezi podporované udržitelné formy dopravy;

---

<sup>1</sup> Temná turistika – v angličtině dark tourism – je druh cestování na místa, kde došlo k lidské tragédii. Nejčastěji se mezi taková řadí koncentrační a vyhlazovací tábory, hromadná popraviště, místa fatálních nehod apod. Památníky, které v těchto lokalitách vznikají, mají často edukativní charakter a varují před opakováním chování, jež vedlo k těmto tragickým historickým událostem.