

12 kwietnia 2017



O budowaniu marki turystycznej i uzdrowiskowej

- Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa to ogromna szansa dla naszego regionu i koło

zamachowe rozwoju świętokrzyskiej gospodarki – stwierdzili uczestnicy paneli dyskusyjnych pod hasłem „Fundusze Europejskie na rzecz rozwoju turystyki”, które odbyły się podczas IX Międzynarodowych Targów Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki AGROTRAVEL. Organizatorem przedsięwzięcia był Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego.

W panelach uczestniczyli przedstawiciele samorządów, które na polu budowania marki turystycznej odnoszą duże sukcesy oraz przedsiębiorcy działający w branży turystyki zdrowotnej i uzdrowiskowej.

- To branża, która bardzo dynamicznie się rozwija i która sprawia, że coraz więcej turystów odwiedza Świętokrzyskie. W ubiegłym roku, tylko w Busku-Zdroju, było to ponad 70 tysięcy gości. Coraz większa jest popularność aktywnego trybu życia i na tym region może skorzystać – mówił **Grzegorz Gałuszka**, dyrektor Uzdrowiskowego Szpitala Kompleksowej Rehabilitacji „Krystyna” w Busku-Zdroju – Stąd konieczność dbania o najwyższe standardy w uzdrowiskach, współpracy z podmiotami zagranicznymi, ciągłe szkolenia personelu i inwestowanie w nowoczesne rozwiązania informatyczne.

- Chcemy wygrywać jakością, zarówno w ofercie hotelowej jak i zdrowotnej. To nasz cel – potwierdza **Tomasz Kaleta**, Prezes Zarządu Malinowe Hotele Sp. z o.o. – Nie mniej ważna jest też umiejętność dopasowywania się do trendów.

Dorota Tworek, współwłaściciel firmy Dorbud, Hotel Bristol Art & SPA Sanatorium podkreślała natomiast, że potrzebna jest większa współpraca i wspólna promocja produktów w obszarze turystyki zdrowotnej, w tym unikatowego zasobu, czyli siarki.

Na początku drogi do uzdrowiska jest powiat kazimierski, który ogromne nadzieje wiąże z pokładami wód siarczkowych i termalnych. Uzdrowisko zmieniliby całą okolicę. – Byłaby to alternatywa dla rolnictwa, którą po prostu musimy znaleźć – mówi **Jan Nowak**, starosta kazimierski.

Sandomierz, Bieliny i Chęciny to już – jak mówią ich włodarze – produkty turystyczne. Sandomierz jest przykładem na to, co może zdziałać telewizja, Bieliny nie kojarzą się już wyłącznie z truskawką, zaś Chęcinom udało się zaprojektować kompleksową ofertę dla turystów. Teraz trzeba popracować jeszcze nad tym, by turyści zostawali u nas dłużej, niż na weekend.

O tym, że projekty turystyczne mogą być finansowane z Funduszy Europejskich, mówił podczas paneli **Tomasz Janusz**, zastępca dyrektora Departamentu Polityki Regionalnej. – W poprzedniej perspektywie podpisano 104 umowy w obszarze „turystyka i kultura”, które

wygenerowały 209 miejsc pracy. To pokazuje, jak chętnie sięgano po te środki. W obecnej perspektywie wymagają one większej kreatywności w ich lokowaniu w danym produkcie turystycznym.

