**Tisková zpráva k akci Wine&Art Prague 2016**

Jde o nultý  ročník do budoucna tradiční akce Festival Wine&Art Prague, jejíž cílem je vytvářet optimální prostředí pro propagaci regionálního cestovního ruchu v nadcházejícím roce.

Aneb: v kulisách Prahy ukázat návštěvníkům festivalu zajímavé zážitkové turistické cíle pro příští rok v regionech a to v prostředí nádherného centra Prahy a jejích galerií.

Festival přitom využívá spojení fenoménu vína, gastronomie a umění. A i díky tomu chce ukázat Česko, jako zemi, kam se dá cestovat nejen za památkami, ale objevovat i atraktivní zážitky ať už ve smyslu gastronomickém, řemeslném, či uměleckém.

Nultého ročníku se zúčastnil jako generální partner Středočeský kraj.

*„Cílem je propagace zážitkové turistiky a regionálních produktů, zejména potravin, a také systémová  podpora komplexní nabídky produktů regionální zážitkové turistiky,“ říká náměstek hejtmana Středočeského kraje Karel Horčička.*

Kraje podle něj mohou sehrát významnou integrační roli ve vytváření regionální zážitkové turistiky, vymezit v této oblasti své priority a tak směřovat k vytváření atraktivit, jež jsou pro návštěvníky dobře čitelné*.*

*„Velkým přínosem by byl následný rozvoj turistiky, kdy návštěvníci zejména ze vzdálených destinací by tak mohli zvolit návštěvu krajů právě podle těchto regionálních, či nadregionálních zaměření. Samozřejmě ve vazbě na naše historické a kulturní dědictví,“ říká Karel Horčička.*

**Jeden z cílů: Propagace regionálních potravi**n

Partnerem akce je i agentura CzechTourism, jejímž úkolem je mimo jiné podpora a rozvoj domácího cestovního ruchu.

*„Projekt, který si klade za cíl pomocí regionálních produktů představit jednotlivé kraje naší republiky formou například zážitkového gastroturismu, považujeme za reálný a vhodně doplňující aktivity CzechTourism v oblasti domácího cestovního ruchu,“ říká Martina Fišerová, vedoucí tiskového oddělení agentury CzechTourism.*

A Fišerová dále doplňuje:

„*Podstata tohoto projektu z pohledu CzechTourism je spojení regionálních výrobků, potravin a kulturního dědictví s poznáváním regionů. V projektu bychom rádi navázali spolupráci zejména s Asociací regionálních značek, která má téměř celou republiku z tohoto pohledu zmapovanou. Spolupráci plánujeme i se Svazem obchodu a cestovního ruchu. V agentuře chceme navázat na hodnotný obsah, který již vznikl v integrovaných operačních programech, jako jsou například Tradice, Czech specials a další a s tématy dál pracovat.“*

Prakticky stejnou myšlenku, proč do akce šli coby partneři, uvádí i Potravinářská komora ČR.

*„Jako partner chceme při vytváření konceptu prosazovat, aby byla zážitkové turistika systémově propojena s konzumací regionálních potravin s důrazem na jejich kvalitu,“* *říká Dana Večeřová, ředitelka marketingu a komunikace Potravinářské komory ČR.* *„Jsme přesvědčeni, že ochutnávka tradičních a vysoce kvalitních regionálních potravinářský výrobků patří neodmyslitelně k plnohodnotnému poznávání jednotlivých regionů. O tom, že regiony mají co nabídnout, svědčí již několik stovek oceněných výrobků v sedmi ročnících soutěže Regionální potravina, kterou uděluje Ministerstvo zemědělství na základě doporučení hodnotitelské komise,“ dodává.*

**Další cíl: Pomoc obcím a prezentace země v zahraničí**

Podle Františka Lukla, předsedy Svazu měst a obcí, který nad akcí převzal osobní záštitu, vidí města a obce v tomto záměru příležitost k rozvoji  a vítají možnost oživení zejména v mimo sezonním období. Další pozitivním krokem podle něj je rozvoj zejména malého a středního podnikání na místní úrovni, a to i v jinak historicky méně atraktivních městech a obcích.

Spolupořadatel a partner akce Česká centra tuto iniciativu také vítají.

„V *budoucnu bychom ji ve spolupráci s partnery rádi podpořili prezentacemi v zahraničí. Ze strany našich dlouholetých zahraničních partnerů evidujeme po české gastronomii velikou poptávku,“ říká generální ředitel Českých center Jan Závěšický*.

**Partneři akce**

**Kraje:**

Generální partner: **Středočeský kraj**

Hlavní marketingový partner: **Ústecký kraj**

Další partneři: **Liberecký a Moravskoslezský kraj**

**Ostatní partneři**:

CzechTourism, Česká centra, Českomoravská komoditní burza Kladno, Českomoravská konfederace odborových svazů, Svaz českých a moravských spotřebních družstev, Eko-kom, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, Asociace hotelů a restaurací ČR, Potravinářská komora ČR, COOP, Restaurace Mincovna

Osobní záštitu nad akcí převzal František Lukl, předseda Svazu měst a obcí ČR.

Partnerům akce Wine&Art Prague 2016 děkujeme za to, že jdou do zcela nového cíle, jak v Česku definovat nové turistické atraktivity v regionech jak pro domácí, tak pro incomingovou turistiku.

**Spolek Víno a umění**