

Operativní strategický dokument

MARKETINGOVÝ AKČNÍ PLÁN 2021

Turistické oblasti Chrudimsko- Hlinecko



CHRUDIMSKO-HLINECKO

odborný kolektiv autorů MAS Železnohorský region, MAS Chrudimsko, Mikroregion Hlinecko a MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrasteko

2021

Obsah

1	Úvod	2
2	Analýza území	5
3	Cíle rozvoje	6
4	Roční plán aktivit	7
5	Závěr	10

Zpracovatel:

kolktiv autorů - představitelů, členů, partnerů a spolupracovníků TO Chrudimsko-Hlinecko

Související dokumenty, zdroje:

Integrovaná územní strategie rozvoje venkova Železnohorského regionu, 2006

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Chrudimsko, 2016

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrastecko, 2016

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Železnohorského regionu, 2016

Strategický plán Mikroregionu Hlinecko, 2015

Strategické plány jednotlivých členských mikroregionů Železnohorského regionu, Chrudimska a Skutečska, Košumberska a Chrastecka, 2015

Strategický plán rozvoje Pardubického kraje – aktuální znění

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje

Projekty Pardubického kraje na podporu cestovního ruchu

Projekty realizované a připravované DS Východní Čechy

Sborník celostátního kolegia cestovního ruchu ČR, aj.

1 Úvod

Turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko je ideální místo pro život i pro strávení pohodové, nejen rodinné dovolené – tak charakterizují rodáci region Chrudimsko-Hlinecko. Milujete půvabnou, průmyslem nezkaženou přírodu? Pak vám tato oblast nabídne mnoho přírodních rezervací, třeba v Železných horách. Víc než příroda vás lákají historické památky? Pak zavítejte třeba do skanzenu na Veselém Kopci, případně vystoupejte na některý z mohutných hradů. A nebo jste spíše sportovně založení cestovatelé? Tak proč nešlápnout do pedálů a nevyrazit na některou z proslulých chrudimských cyklostezek? Ano, na Chrudimsku-Hlinecku si všichni přijdou na své.

Stačí letmý pohled do mapy České republiky, abyste zjistili, že region Chrudimsko-Hlinecko je chráněn dvěma výšinami – Žďárskými vrchy a Železnými horami. Nepatří sice mezi nejvyšší v České republice, zato vás upoutají svojí rozmanitostí. Navíc tvoří jakýsi rám pro zdejší členitou krajinu. Vysoké kopce zvolna přecházejí v kraj polí a luk, mezi kterými se vinou malé cesty. Na místech bývalých kamenolomů jsou malá jezírka, lákající k letnímu osvěžení. A tím vším se proplétají řeky a říčky – Chrudimka se svými přítoky, Doubrava, Bylanka...

Dodnes tu najdete mnoho vzpomínek na staré časy. V tradičních roubených chalupách přebývali lidé, kteří se zpočátku živili těžkou robotou na nepřilíš úrodných, kamenitých a jílových poličkách. Časem si ale uvědomili, že jim kraj nabízí i jiný způsob obživy – začali z jílu točit hrnce a talíře. Kromě hrnčírů tu ale ve velkém působili i skláři a řezbáři, kteří z kvalitního dřeva pocházejícího ze Žďárských vrchů a Železných hor vyráběli třeba oblíbené hračky pro děti.

Zní vám to všechno velmi romanticky? Pak se asi nedivíte, že zdejší kraj byl odjakživa vyhledáván umělci, kteří v něm dodnes zanechali své stopy. V Ronově nad Doubravou se narodil a působil uznávaný malíř Antonín Chittusi, v kraji tvořil i další mistr štětce a plátna Antonín Slavíček. Na svých toulkách Hlineckem sbíral inspiraci spisovatel Karel Václav Rais. Všechny fascinovala nádherná příroda, tradiční lidová architektura i pohostinnost lidí. Doufejme, že stejné hodnoty přivedou na Chrudimsko-Hlinecko i vás.

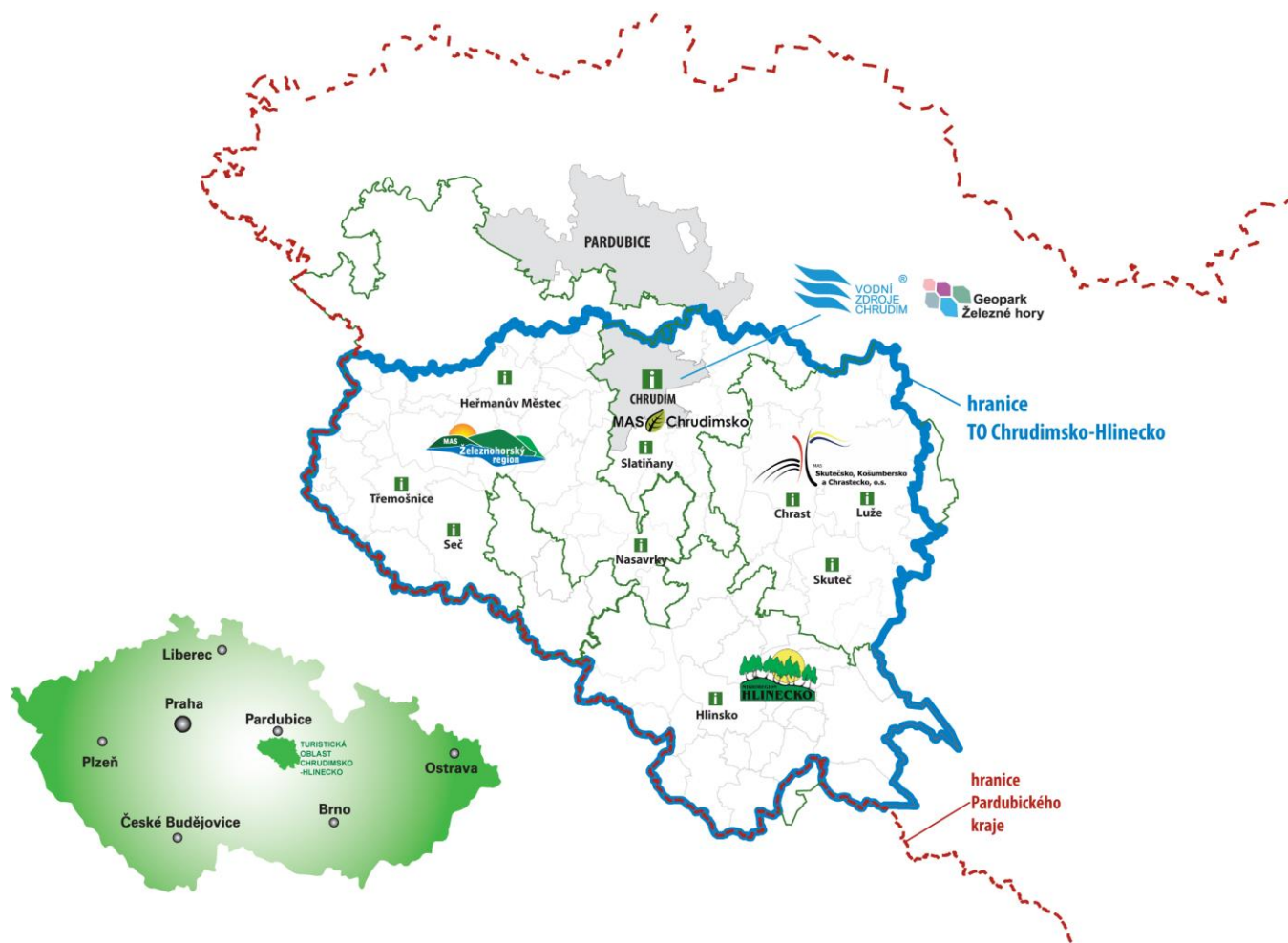
Členitá krajina láká do regionu Chrudimsko-Hlinecko mnoho pěších turistů, kteří mají k dispozici hustou síť dobře značených turistických tras. Mnoho z nich vede do kopců, ale po stezce můžete dorazit například k Sečské přehradě (doporučujeme), nebo se projít půvabným údolím řeky Doubravky. Zde je i jedna ze tří naučných stezek regionu – Naučná stezka Krajem Chrudimky.

Masový rozvoj cykloturistiky neminul ani Chrudimsko-Hlinecko, které se pyšní hustou sítí tras napojených na národní stezky. Příjemné je, že zdejší cyklotrasy nebývají nijak náročné na fyzickou kondici cyklistů, zpravidla bývají charakterizovány jako málo či středně náročné. Většinou vedou po vedlejších silnicích s asfaltovým povrchem, v oblasti Železných hor pak po lesních či polních cestách. Často doporučovaná stezka vede z Horního Bradla přes zámek ve Slatiňanech do Sezemic - po hřebenech Železných hor.

Turistickou oblast Chrudimsko-Hlinecko zastřešuje organizace destinačního managementu Chrudimsko-Hlinecko, z.s.

Udržitelná forma spolupráce je nastavena a podpořena existencí tří funkčních MAS (místních akčních skupin) - MAS Železnohorský region, MAS Chrudimsko a MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrastecko a jednoho mikroregionu - Hlinecko, které ze své podstaty věci propojují jednotlivé aktivity svých členských aktérů.

Spolupráce je rozvíjena dlouhá léta. Probíhala mezi uvedenými subjekty na základě uzavřené Deklarace o partnerství a spolupráci. Následně došlo v roce 2017 k založení samostatného zapsaného spolku Chrudimsko-Hlinecko, z.s tak, aby mohla být plněna role oblastního destinačního managementu.



Oblastní destinační management Chrudimsko-Hlinecko, z.s.

ODM Chrudimsko-Hlinecko, z.s. je organizace, která si klade za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu v dané turistické oblasti za účelem efektivního řízení cestovního ruchu v regionu. Cílem je zajistit udržitelný rozvoj území, konkurenceschopnost na trhu, ucelenou nabídku aktivit a spolupráci jednotlivých subjektů.

Právní forma: zapsaný spolek

Činnost:

- Sdružení subjektů veřejného, soukromého a neziskového sektoru s vazbou na destinační oblast Chrudimsko-Hlinecko s cílem jejich vzájemné spolupráce
- Vytvoření reprezentativního fóra na podporu rozvoje cestovního ruchu v uvedené oblasti, které bude zastupovat zájmy svých členů, partnerů a příznivců
- Vytvoření dobrého obchodního jména destinace Chrudimsko-Hlinecko
- Tvorba strategických marketingových plánů destinace.
- Spolupráce při tvorbě strategických dokumentů, týkajících se rozvoje cestovního ruchu v destinaci, na krajské i národní úrovni.
- Navázání a udržování vzájemné komunikace s významnými institucemi a organizacemi v oblasti cestovního ruchu uvnitř i vně destinace.
- Navázání aktivní spolupráce s obdobnými organizacemi v zemích EU a aktivní využívání této spolupráce ve prospěch členů sdružení.

- Podpora rozvoje, příprava, koordinace a realizace vzdělávacích aktivit pro subjekty působící v oblasti cestovního ruchu a vytvoření vlastního zázemí.
- Spolupráce s institucemi zabývajícími se cestovním ruchem, případně s dalšími vzdělávacími institucemi v regionu.
- Realizace vlastních rozvojových projektů spolku.
- Vytváření podmínek pro:
 - rozvoj cestovního ruchu v destinaci;
 - aktivní spolupráci členů a partnerů spolku v oblasti cestovního ruchu;
 - naplňování a ochranu společných zájmů členů;
 - využívání lidských zdrojů;
 - tvorbu a marketingovou podporu témat a turistických produktů destinace;
 - budování vztahů s veřejností (PR);
 - podporu brandingů a využívání místní produkce v rámci cestovního ruchu na území destinace;
 - rozvoj a koordinaci aktivit v cestovním ruchu;
 - společnou prezentaci a propagaci členských subjektů;
 - propagaci historického, přírodního i kulturního dědictví destinace;
 - realizaci šetrného cestovního ruchu;
 - zvyšování atraktivity destinace;
 - zajištění provozu regionálního turistického informačního portálu;
 - spolupráci turistických informačních center v destinaci;
 - vytvoření sítě spolupracujících cestovních kanceláří a agentur (incoming partnerů) a marketingovou podporu nabídky produktů destinace;
 - využívání výsledků výzkumu a vývoje a podporu inovací, přinášení nových myšlenek, podniků, inovativních postupů a řešení v oblasti cestovního ruchu;
 - podporu realizace a realizaci přeshraničních a mezinárodních aktivit v oblasti cestovního ruchu;
 - aktivní účast v procesu rozhodování o přidělování dotací a grantů a v procesu rozhodování o umístění investic do turistické infrastruktury;
 - koordinaci, prosazování a hájení zájmů politiky cestovního ruchu krajů;
 - spolupráci a koordinaci aktivit s agenturou CzechTourism, Destinační společností Východní Čechy, Pardubickým krajem a dalšími partnery.

Chrudimsko-Hlinecko, z.s. prochází certifikací v rámci standardizace kvality ČSKS a má vlastního trenéra kvality.

2 Analýza území

Zaměření marketingového akčního plánu vychází z podrobných místních šetření, analýzy potřeb různých definovaných cílových skupin a SWOT analýzy, detailně spracované v rámci marketingového plánu TO Chrudimsko-Hlinecko na období 2018-2023. V rámci tohoto postupu byly formulovány vlastnosti území, ať už kladné či záporné, na kterých bylo možné marketingový plán stavět nebo naopak, které by měly být plánem eliminovány.

Přednosti území a subjektu TO Chrudimsko-Hlinecko lze spatřovat v těchto vlastnostech:

- 1) kvalita poskytovaných služeb – využití možností - Český systém kvality služeb
- 2) nové formy cestovního ruchu, nové aktivity a zážitky, společných turistických balíčků
- 3) propagace cestovního ruchu, marketing
- 4) aktivity s partnery v oblasti ČR
- 5) vznikající nové ucelené turistické produkty – přilákání návštěvníků do regionu na několikadenní aktivity
- 6) „nadregionální“ produktové-balíčky v cestovním ruchu
- 7) využití rostoucí poptávky po specializovaných produktových balíčcích (cyklistika, pěší a horská turistika, agroturistika, jezdeckví, zimní běžecké trasy atd.)
- 8) využití partnerství na bázi regionálního cestovního ruchu
využití vícezdrojového financování - EU, ČR

Na druhé straně **zápory** daného území a subjektu Hlinecko je možno charakterizovat takto:

- 1) nevyhovující současný systém organizace ČR nerespektující přirozenou spádovost území
- 2) nedostatečná kvalita poskytovaných služeb
- 3) nevyužívání potenciálu cestovního ruchu u všech cílových skupin obyvatel a s tím spojené nevyhovující poskytování služeb
- 4) malá nabídka netradičních forem cestovního ruchu a služeb
- 5) nízká variabilita ubytovacích služeb
- 6) malé finanční zdroje na propagaci a cílený marketing
- 7) nedostatek financí na údržbu a opravu stávajících starých ubytovacích a stravovacích zařízení
- 8) absence investic pro tvorbu kvalitní ucelené nabídky – přilákání návštěvníků
- 9) Špatný stav kulturních památek a jejich uzavření návštěvníkům

3 Cíle rozvoje

Z výše uvedených předností a záporů vychází také **dlouhodobé cíle organizace**, které by měly zabezpečit pozitivní vliv rozvoje cestovního ruchu na společensko-kulturní a sociálně-ekonomický vývoj, ochranu přírodních a kulturně-historických atraktivit regionu:

- zlepšení kvality života ve venkovských oblastech
- péče o přirozený ráz venkova a venkovského osídlení
- posílení místního ekonomického prostředí a zhodnocení místní produkce
- péče a ochrana krajiny a životního prostředí
- zachování a obnova kulturního dědictví
- podpora diverzifikace zemědělství s rozvojem v oblasti cestovního ruchu

Snahou Oblastního destinačního managementu Chrudimsko-Hlinecko je především koordinovaný rozvoj a propagace místních produktů a atraktivit cestovního ruchu regionu, které přispěje ke zvýšení zájmu turistů o TO Chrudimsko-Hlinecko, za pomoci tvorby a realizace společných akcí na podporu rozvoje CR, ochrany přírodních, společensko-kulturních a lidských zdrojů včetně zodpovědnosti zainteresovaných subjektů.

Marketing regionu se orientuje na regionální cestovní ruch pro menší skupiny školních kolektivů, tématických kolektivů, turistů, rodiny s dětmi a seniory. Pro tyto skupiny jsou v regionu vytvořeny ideální podmínky pro strávení nezapomenutelné dovolené, exkurze či výletu v podobě detailního seznámení se s potenciálem regionu.

Oblast cestovního ruchu má obrovský potenciál v podpoře jak navazujícího soukromého podnikání. Stav nabídky je v současné době nedostačující, ale rozvíjí se. Je **nutno navýšit počet různých typů ubytovacích kapacit a doprovodných služeb**, což přinese rozvoj i vlastním obcím. Je zapotřebí také **zpracovat na kvalitě poskytovaných služeb**. Aktivita tohoto charakteru přímo souvisí s rozvojem venkova, služeb a kulturních tradic. Je nutné dovyznačit a dovybavit pěší, cyklistické, hipoturistické, naučné a další tématické trasy. Region je ideální pro vznik těchto tras, o čemž svědčí jejich vysoká míra a je vysoký potenciál ke vzniku dalších. Veškeré aktivity provázat s činností a značkou Národního geoparku Železné hory.

4 Roční plán aktivit

Na základě stanovených cílů TO Chrudimsko-Hlinecko, které jsou detailně popsány v Marketingové strategii TO byly stanoveny na následující rok následující aktivity, které by měli vést ke splněních strategických cílů:

- 1) **Celková propagace regionu** – propagace historického, kulturního a přírodního dědictví se zapojením regionálním výrobců
- 2) Snaha o **zachování místních tradic**
 - Podpora odbytu místní produkce – regionální značka ŽELEZNÉ HORY, regionální produkt a Originální produkt z Hlinecka
 - Podpora tradičních akcí regionu
- 3) **Koordinace činnosti informačních center regionu**
 - 10 TIC – Chrudim, Hlinsko, Heřmanův Městec, Nasavrky, Přelouč, Seč, Třemošnice, Slatiňany, Luže a Skuteč
- 4) **Spolupráce s podnikateli regionu**
 - TO má zpracovanou databázi podnikatelů v oblasti ubytování, stravování a služeb CR
- 5) Každoročně probíhá **dotazníkové šetření u návštěvníků regionu**, které slouží jako důležitý podklad pro přípravu dalších aktivit
- 6) **Koordinace aktivit v oblasti CR**
- 7) **Tvorba turistických produktů**
 - a) Tvorba vlastních turistických produktů z Chrudimska-Hlinecka
 - b) Spolupráce a účast na turistických produktech Destinační společnost Východní Čechy a CzechTourism
 - c) Tvorba turistických produktů s partnery
 - Za krásami 4 regionů
 - Programy pro školy
 - Putování za poznáním
 - Zapojení regionálních výrobců do turistických produktů
- 8) Spolupráce na aktivitě MAS Železnohorský region – **Programy pro školy**
 - a) Příprava programů pro školy, včetně pracovních listů
 - b) Příprava manuálu exkurzí se zaměřením na školy – připraveno tématicky se zaměřením na učební osnovy a různými modifikacemi pro mateřské a základní školy (I. a II. stupeň).
 - c) Nabídka exkurzí a programů školským zařízením
 - d) V případě zájmu škol i nabídka přímo průvodců na dané exkurze
- 9) **Celoživotní vzdělávání** – E-senior – konzultační místa – Srnojedy, Lukavice, Čepí, Nasavrky, Luže, Chrast, Lozice, aj.
- 10) **Podpora činnosti členů**
- 11) **Spolupráce s partnery**

Turistické produkty:

1) Kampaň na sociálních sítích (facebook, instagram, youtube)

Zodpovídá: Matěj Zelinka (MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrasteko)

Termín: Průběžně

Náklady: 25 000,- Kč správa sítí/12 měsíců
10 000,- Kč placená propagace facebook
5 000,- Kč příprava podkladů na příspěvky

2) Turistické noviny TO Chrudimsko-Hlinecko

Zodpovídá: Tomáš Černý (MAS Chrudimsko, předseda TO)

Termín: do 30. 4. 2021

Náklady: 80 000,- Kč grafika, tisk 20 000 ks, příprava článků ve spolupráci s TIC regionu

3) Pořízení fotografií

a) Regionální producenti

Zodpovídá: Martin Písař (MAS Železnohorský region), Eva Feyfarová (MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrasteko)

Termín: do 30. 9. 2021

Náklady: 87 500,- Kč min. 64 ks profi fotografií certifikovaných výrobců Železné hory, regionální produkt a 48 ks profi fotografií regionálních producentů v rámci MAS SKCH, foto bude vyjadřovat jejich příběh, příprava smluv na autorská práva

b) Zajímavosti regionu

Zodpovídá: Petra Šoltysová Plisková (TIC Hlinsko)

Termín: Průběžně

Náklady: 50 000,- Kč min. 300 ks fotografií z TO včetně koordinace s TIC, příprava smluv na autorská práva

4) TOP místa regionu

Aktualizace stávajícího materiálu TOP Místa TO Chrudimsko-Hlinecko, který vznikl v rámci projektu Krok za krokem geoparkem (již není v tištěné podobě). Materiál bude kompletně aktualizován, budou vybrána nová místa, materiál projde kompletním re-designem a následně bude vytištěn. Propagační materiál vznikne ve spolupráci s pracovníky TIC oblasti a subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu v oblasti.

Zodpovídá: Tomáš Černý (MAS Chrudimsko, předseda TO)

Termín: 30. 4. 2021

Náklady: 31 000,- Kč /tisk

5) PR Kampaň v médiích

V rámci kampaně bude TO prezentována v novinách, a to celkem min. 6 výstupů včetně výstupu buď v TV nebo rozhlasu a celostrany v celostátním magazínu.

Zodpovídá: Tomáš Černý - komunikace s realizátorkou, příprava smlouvy s Lindou Vojancovou

Termín: průběžně

Náklady: 20 000,- Kč

6) Videopozvánka turistické cíle TO Chrudimsko-Hlinecko

I v roce 2021 bude pokračováno v aktivitě přípravy videopozvánky do regionu. Na základě jednání rady a pracovníků TIC bude vybráno klíčové téma pro rok 2021, na které bude natočen videospot. Bude vytvořen 1 až 3 minutový propagační spot, který bude sloužit, jako pozvánka pro návštěvníky do regionu. Využití na webových stránkách, sociální sítě, youtube, veletrzích, akcích a dále umístění na webech partnerů (obce, členské subjekty a další).

Zodpovídá: Tomáš Černý (MAS Chrudimsko, předseda TO)

Termín: v průběhu roku 2021, aby byly zachyceny všechny roční období

Náklady: 35 000,- Kč

7) Geoquest Národní geopark Železné hory

Nadále pokračovat v turistickém produktu Geoquesty Národního geoparku Železné hory. V roce 2019 a 2020 byl kompletně připraven tento projekt, který se stal populární mezi návštěvníky regionu. Bude dále probíhat jeho propagace. V letošním roce budou pořízeny nové ceny pro absolventy questů a výherce.

Zodpovídá: Tomáš Černý (MAS Chrudimsko, předseda TO)

Termín: 30.4. 2021

Náklady: 2 000,- Kč

8) Zpracování materiálů pro recertifikaci oblastního destinačního managementu CzT

Zpracování veškerých dokumentů potřebných k podání žádosti o recertifikaci oblastního destinačního managementu. Materiály budou připraveny ve spolupráci s TIC regionu, členy a partnery TO.

Zodpovídá: Martin Písař (MAS ŽR)

Termín: 30.4.2021

9) Recertifikace Českého systému kvality služeb

Zpracování veškerých dokumentů potřebných k podání žádosti o recertifikaci Českého systému kvality služeb pro Chrudimsko-Hlinecko, trenér organizace Martin Písař. Materiály a požadavky budou připraveny ve spolupráci s TIC regionu, členy a partnery TO.

Zodpovídá: Martin Písař (MAS ŽR)

Termín: 30.11.2021

5 Závěr

V roce 2021 bude nutno přizpůsobit jednotlivé aktivity aktuálním podmínkám a opatření spojené s pandemií COVID-19, která bude určitě ovlivňovat negativně cestovní ruch, a to na všech úrovních.

Nutností bude kompletně zaměřit nabízené produkty převážně na Českou republiku a místní obyvatele. I z tohoto důvodu budou aktivity oblasti i více zaměřeny na školská zařízení a zájmové kolektive, což se jeví, jako cílová skupina, která má velký potenciál a může přispět k oživení cestovního ruchu a služeb v cestovním ruchu.

Důležité však je, aby bylo možno využívat služby cestovního ruchu a cestovat neomezeně, a to minimálně v hlavní sezóně. A i tak služby cestovního ruchu budou ovlivněny, protože současná situace vede k ukončování činností spousty podnikatelů v cestovním ruchu.

Je zapotřebí tedy postupné ožívování cestovního ruchu – region svými zdroji skrývá mnoho příležitostí rozvoje v tomto odvětví. Na území probíhá koordinace propagace regionu jako funkčního celku směrem do území i do sousedních regionů, koordinace aktivit a podpora místních specifik. Je nutno prohloubit spolupráci s podnikateli a zapojit další subjekty do spolupráce v rámci TO Chrudimsko-Hlinecko. Tímto způsobem bude možné zvýšit zájem turistů o návštěvu regionu, místních obyvatel o využívání místních zdrojů a služeb, a tím intenzivněji rozvíjet kvalitu služeb. Zvýšení využívání nabídky služeb v oblasti cestovního ruchu bude mít přímý vliv na zajištění finanční stability místních podnikatelů.

Marketingový plán Chrudimsko-Hlinecko, z.s. na rok 2021				
<p>Na základě strategického cíle 4 (propagace a marketing) a cíle 2 (Lokální ekonomika a udržitelný cestovní ruch) stanovených v Marketingové strategii Turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko byly navrženy pro rok 2021 následující aktivity zaměřené prioritně na cílové skupiny rodin s dětmi, aktivní turisty a seniory. Skupina školních a dalších organizovaných kolektivů nebude z důvodu stávajících opatření proti šíření nemoci covid-19 tolik preferována, přestože má ve strategii oblasti významné zastoupení. Začleněna bude především prostřednictvím spolupráce na přípravě manuálu exkurzí MAS Železnohorský region, člena spolku.</p>			Marketingová strategie TO	
Marketingová aktivita		Náklady - odhad	Cílové skupiny	Specifický cíl, opatření
Kampaň na sociálních sítích		40 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.1. propagace regionu, 4.1.1. rozšíření informačních kanálů pro propagaci cestovního ruchu
	prezentace na sítích - facebook, instagram, youtube	35 000 Kč		
	vč. cestovního (reportáže z cest) příprava podkladů (SOD)	5 000 Kč		
Turistické noviny oblasti		80 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniory	4.2. Propagační materiály, 4.2.1. Podpora a rozvoj současných produktů
	objednávka zpracovatel článků, redakční a koordinační práce	25 000 Kč		
	grafická úprava a tisk (cca 20 000 ks), ceny do soutěže	55 000 Kč		
Pořízení propagačních fotografií		137 500 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniory	4.1. Propagace regionu, 4.1.5. Fotogalerie regionu
	1) foto turistika (fotoklub) - min. 300 ks + koordinace s TIC vč. včetně licenčních smluv (autorská práva), zveřejnění 2x ročně	50 000 Kč		
	2) foto reg. producenti - min. 60 ks, profesionální fotograf vč. koordinace s producenty, výběru a úpravy	87 500 Kč		
Tištěný materiál TOP místa oblasti		31 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniory	4.2. Propagační materiály, 4.2.1. Podpora a rozvoj současných produktů
	nová grafická a obsahová podoba včetně tisku			
PR kampaň v médiích		20 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniory	4.1. Propagace regionu, 4.1.3. Média - noviny, časopisy, rozhlas, TV
	6 výstupů (vč. 1x A4 tištěná , 1x rozhlas nebo TV)			
Distribuce tištěného materiálu Soutěživý průvodce oblastí vč. hl. cen pro vylosované výherce z řad absolventů okruhů		2 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.2. propagační materiály, 4.2.2. Rozvoj geoquestu Národním geoparkem

(geoquestů)				Železné hory
	ceny pro rok 2021 dle výběru Rady			
Setkávání partnerů a turistických informačních center oblasti (TIC)		4 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, senioři	4.1. Propagace regionu, 4.1.4. Setkání s TIC - schopnost podat informace o TD
	2x setkání k výměně aktuálních turistických informací (2021 prioritně pro preferované cílové skupiny), dle aktuálních opatření a situace kolem covid-19, v případě nedočerpání přesun na jinou položku			
Propagační materiál - konkrétní projekt		10 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté, senioři	2.2. Rozvoj a využití místního ekonomického potenciálu, 2.2.1. Podpora místních trhů (prezentace a nabídka certifikovaných produktů)
	tisk propagačního materiálu v rámci konkrétního projektu na území TO - tisk materiálu prezentujícího produkty pod značkou Železné hory-regionální produkt			
Videopozvánka k tur. cíli 2021 dle výběru Rady spolku		35 000 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.1. Propagace regionu, 4.1.6. Videospoty
	cca 1-3 minuty dlouhé pozvánky na sociální sítě apod. vybrané Radou spolku na daný rok - pro 2021 Žulová stezka Horkami			
Spolupráce s agenturou Czech Tourism vč. spolupráce na marketingových aktivitách		bez přímých nákladů	rodiny s dětmi, aktivní turisté, senioři, dle CzT	4.1. propagace regionu, 4.1.1. Rozšíření informačních kanálů pro propagaci cestovního ruchu, 2.1. Rozšíření a zkvalitnění služeb (v rámci 2. Lokální ekonomika a cestovní ruch), 2.1.4. Rozvoj a spolupráce s klíčovými aktéry v cestovním ruchu
	získání dat od obcí a dalších subjektů do statistik CzT, vypracování žádosti k recertifikaci spolku, spolupráce při zpracování marketingových témat (2021-2022 zaměřených i na regionální produkty), částečně prostřednictvím krajského koordinátora (DSVČ) - koordinátor aktivity v rámci TO na DPP prioritně pro certifikaci CzT s ní spojené činnosti (získávání dat do statistik, příprava podkladů, materiálů apod.)			

Propagační předměty, běžné odměny pro absolventy geoquestů		20 100 Kč	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.2. propagační materiály, 4.2.2. Rozvoj geoquestu Národním geoparkem Železné hory
	multifunkční šátky, případně další - předpoklad navýšení položky v případě úspor v rámci jiných položek rozpočtu			
Spolupráce na marketingových aktivitách DSVČ		bez přímých nákladů	rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniři, dle DSVČ	4.1. Propagace regionu, 4.1.1. Rozšíření informačních kanálů pro propagaci cestovního ruchu
	aktivní zapojení do marketingových aktivit DSVČ, příprava podkladů za TO Chrudimsko-Hlinecko včetně poskytnutí propagačních fotografií, spolupráce na Fam a Press tripech aj., dle aktuálního plánu			
Distribuce propagačních materiálů prostřednictvím TIC		bez přímých nákladů	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.2. Propagační materiály, 4.2.1. Podpora a rozvoj současných produktů
	distribuce vydaných propagačních materiálů (TOP místa, motoprůvodce, pondělní výlety a výlety v dešti, programy pro školy, programy pro cestovní kanceláře a agentury, cyklistické, naučné a geo stezky, turistické noviny) prostřednictvím TIC oblasti i nejbližšího okolí (Pardubice, Hradec Králové)			
Propagace na webových stránkách oblasti www.navstevnik.cz ve spolupráci s TIC oblasti		bez přímých nákladů	rodiny s dětmi, aktivní turisté	4.1. Propagace regionu, 4.1.1. Rozšíření informačních kanálů pro propagaci cestovního ruchu
	propagace na www.navstevnik.cz prostřednictvím podstránek jednotlivých TIC (www.skutecky.navstevnik.cz atd.)			
Spolupráce na marketingových aktivitách členů spolku		bez přímých nákladů	školní kolektivy, rodiny s dětmi, aktivní turisté, seniři, dle členů	4.1 Propagace regionu, 4.2. Propagační materiály, 4.3. Turistické balíčky a programy
	spolupráce prioritně na manuálu exkurzí pro školy MAS Železnohorského regionu, dále na propagaci rezionálních producentů a jejich produktů			