

Operativní strategický dokument

MARKETINGOVÝ AKČNÍ PLÁN

Turistické oblasti Chrudimsko- Hlinecko



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

2018

Obsah

1	Úvod	2
2	Analýza území	5
3	Cíle rozvoje	5
4	Roční plán aktivit	6
5	Závěr	9

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.

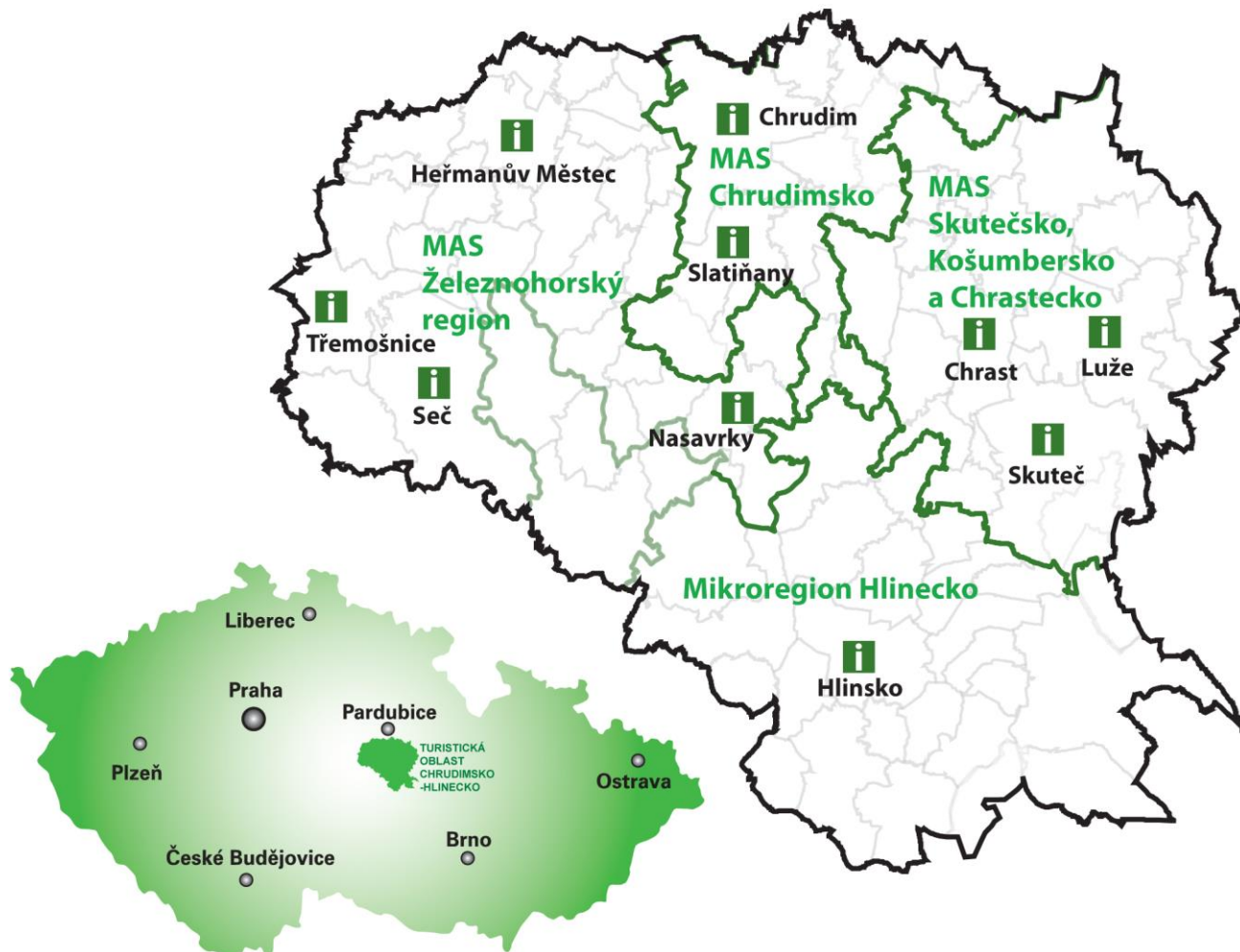
Masový rozvoj cykloturistiky neminul ani Chrudimsko-Hlinecko, které se pyšní hustou sítí tras napojených na národní stezky. Příjemné je, že zdejší cyklotrasy nebývají nijak náročné na fyzickou kondici cyklistů, zpravidla bývají charakterizovány jako málo či středně náročné. Většinou vedou po vedlejších 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.

TURISTICKÁ OBLAST CHRUDIMSKO-HLINECKO



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 ruchem;
 - 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, podnětů, 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 TO Chrudimsko-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 invencí 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 **zapracovat na kvalitě poskytovaných služeb**. Aktivity 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,
- 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 databázy 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) Celoživotní vzdělávání – E-senior – konzultační místa – Srnojedy, Lukavice, Čepí, Nasavrky
- 9) Podpora činnosti členů
- 10) Spolupráce s partnery

Turistické produkty:

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

Zodpovídá: Lucie Macháčková (TIC Luže)

Termín: Průběžně

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

2) Pořízení fotografií

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

3) Kvízový sešit Geoquesting NGŽH

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) Kvízový sešit TO Chrudimsko-Hlinecko

Dotisk samolepek do kvízového sešitu – 14 000 Ks. Navázání na aktivitu z roku 2017, kdy v současné době chybí zástupcům TIC tyto samolepky.

Zodpovídá:

Termín: do 31.12.2018

Náklady: 24 000,- Kč

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 rozhlase a celostrany v celostátním magazínu.

Zodpovídá: Linda Vojancová

Termín: do 31.12.2018

Náklady: 20 000,- Kč

6) Geoquest Národní geopark Železné hory

Proběhne aktualizace Geoquestů Národního geoparku Železné hory, kdy každé TIC bude mít nadále 1 quest svého města, následně bude vytvořen kompletní sešit, který bude zpracován v jednotné grafice. V rámci soutěže vznikne také sada upomínkových předmětů, které získají návštěvníci regionu za absolvování geoquestu NGŽH

Zodpovídá: Jan Doucek (Vodní zdroje Chrudim, s.r.o.)

a) *Příprava Geoquestingu NGŽH a grafické zpracování*

Termín: 31.12.2018

Náklady: 8 000,- Kč (10 – 13 listů, cca 600 Kč/list)

b) *Tisk Brožury Geoquesting NGŽH*

Termín: 30.6.2018

Náklady: 60 000,- Kč /

c) *Vytvoření sady upomínkových předmětů Geoquestingu NGŽH (trilobit, amonyt, ježek z pryskyřice)*

Termín: 31.12.2019

Náklady: 8 000,- Kč /

7) **Mapa motorkářské výlety**

Budou vytvořeny 3 trasy pro motorkáře a jejich propagace prostřednictvím časopisu pro motorkáře.

Příprava: Petra Š. Plisková (TIC Hlinsko) pošle na TIC motorkářské trasy ke kontrole a doplnění na TIC. Každé TIC následně projde úsek ve svojí kompetenci a pošle připomínky, případně doplní upozornění v rámci návštěvy cíle motorkáři (např. Švýcárna Slatiňany – parkování lze až před hřebčínem či TIC (cca 1 km), v TIC možnost úschovy helmy apod.).

Zodpovídá: Petra Šoltysová Plisková (TIC Hlinsko) a Jan Doucek (Vodní zdroje Chrudim, s.r.o.)

Termín: 31.12.2018

Náklady: 42 000,- Kč /tisk

8) **Dotisk materiálu TOP místa včetně aktualizace**

Stávající materiál bude zaslán k připomínkování a aktualizaci na TIC regionu, bude změněna titulní strana, kdy se vyjde ze zkušenosti a nadpis bude v horní polovině, v současnosti není vidět ve stojanech

Zodpovídá: Tomáš Černý (MAS Chrudimsko)

Termín: 31.12.2018

Náklady: 15 000,- Kč /tisk

9) **Vydání mapy s atraktivitami a QR kódy**

Ve spolupráci s TIC regionu bude připravena mapa TO, která bude nést informace o atraktivitách regionu, na které bude odkazováno za pomoci QR kódu.

Zodpovídá: Lucie Macháčková (TIC Luže)

Termín: 31.12.2018

Náklady: 57 000,- Kč /tisk

10) **Zpracování materiálů pro certifikaci oblastního destinačního managementu CzT**

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

Zodpovídá: Martin Písař (MAS ŽR)

Termín: 30.11.2018

11) Certifikace Českého systému kvality služeb

Zpracování veškerých dokumentů potřebných k podání žádosti o certifikaci 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: 30.11.2018

5 Závěr

Potřebou je další postupné ožívování cestovního ruchu – region svými zdroji skrývá mnoho příležitostí rozvoje v tomto odvětví. Služby a turistický servis vznikají postupně a tempo odpovídá celkové hospodářské situaci v ČR. 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.