

STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V TURISTICKÉ OBLASTI MĚLNICKO A KOKOŘÍNSKO 2024–2030 VČ. DOPADOVÉ ANALÝZY

Návrhová část

DRAFT 17. dubna 2024

Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko, z.s.

Náměstí Míru 30, Mělník, 276 01

IČ: 08291438

17. 4. 2024

Vážená paní předsedkyně,
dovolujeme si Vám předložit studii **Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko na období 2024-2030**.

Již jste byli seznámeni s první částí Strategie, tedy s **analytickou částí**, jež představuje základní východiska pro strategii rozvoje, obsahuje různé dílčí analýzy, dotazníkové šetření a řízené rozhovory se zástupci odvětví. Součástí je i dopadová analýza zabývající se ekonomickými dopady turismu v oblasti a shrnující SWOT analýza.

Nyní představujeme druhou část a třetí část Strategie.

Druhá – strategická část stanovuje pro destinaci dlouhodobou vizi, misi, globální cíl a cíle strategické, které jsou dále rozpracovány do jednotlivých priorit a opatření. Strategická část se věnuje například rozvoji potenciálu cestovního ruchu v destinaci, rozvoji systému destinační spolupráce a rozvoji marketingu destinace.

Třetí – implementační část představuje proces naplňování a vyhodnocování studie a akční plán, který obsahuje vybrané konkrétní aktivity na období následujících dvou let, které vychází z opatření v návrhové části.

Pevně věříme, že Vám tato studie poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem

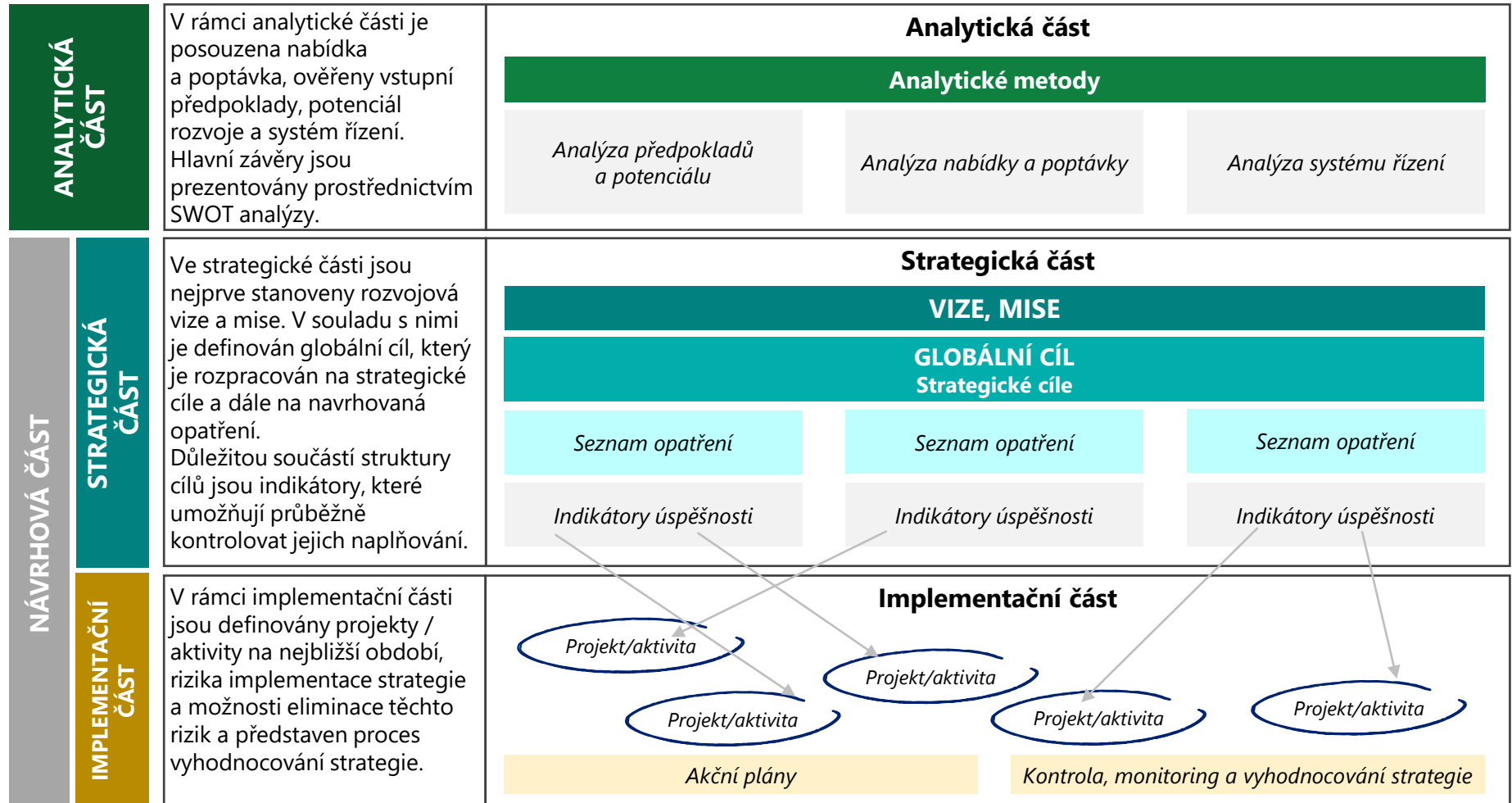
Ondřej Špaček
Culture Matters s.r.o.

Obsah:

Struktura Strategie a metodika tvorby	3
STRATEGICKÁ ČÁST	4
Vize, mise, globální cíl	5
Strategické oblasti a cíle	8
Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti	13
Strategický cíl 1	14
Strategický cíl 2	24
Strategický cíl 3	32
Rámcový harmonogram naplňování strategie	51
IMPLEMENTAČNÍ ČÁST	53
Proces naplňování a vyhodnocování strategie	54
Akční plán	57

Struktura Strategie a metodika tvorby

Dokument odpovídá doporučené **strukturu a metodickému postupu pro tvorbu strategických dokumentů v ČR** (Metodika přípravy veřejných strategií, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2018), je členěn na Analytickou část a Návrhovou část, pro turistickou oblast Mělnicko-Kokořínsko jsou připraveny ve dvou samostatných dokumentech.



Strategická část

Vize, mise, globální cíl

Vize a mise

Vize a mise jsou vyjádřením ambice, kam by měla Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko v rámci rozvoje cestovního ruchu směřovat.

Vize turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko 2030

Mělnicko-Kokořínsko je celoročně navštěvovaným turistickým regionem, který harmonicky spojuje unikátní přírodní bohatství, historické a kulturní dědictví a výjimečnou vinařskou a zelinářskou tradici. Rozmanitá oblast disponuje ojedinělým potenciálem pro kratší odpočinek i delší pobyt.

Mise turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko 2030

Při rozvoji turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko se zaměříme na **udržitelný turismus**, který dokáže **využívat naše unikátní předpoklady** pro cestovní ruch a zároveň je **uchovává pro příští generace**. Budeme aktivně **podporovat spolupráci mezi všemi aktéry cestovního ruchu**, aby společně vytvářeli **atraktivní nabídku** pro návštěvníky a zachovávali **příjemné podmínky pro místní obyvatele**. Současně dokážeme využít své strategické polohy blízko Prahy pro přilákání návštěvníků hledajících odpočinek v oblasti s jedinečnými přírodními, společenskými i kulturními zážitky.

Základní stavební kameny strategie

Unikátnost	Kooperace	Kvalita	Inovace	Nabídka produktů
Využití unikátních přírodních, historických i společenských předpokladů a jejich unikátní kombinace v jediné oblasti.	Intenzivní spolupráce zainteresovaných subjektů v destinaci, zapojení všech typů subjektů do destinační spolupráce.	Činnosti a aktivity, které budou odrážet potřeby, požadavky a očekávání návštěvníků turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko.	Zdokonalování nabídky cestovního ruchu v budoucnu – inovace produktové nabídky i řízení destinace.	Specifická produktová nabídka na míru pro definované cílové skupiny návštěvníků turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko.

Globální cíl

Globální cíl je stanoven za účelem sledování postupu naplňování vize a je jím měřen pokrok v jejím naplňování. Globální cíl je stanoven jako měřitelný, aby bylo možné tento pokrok vyhodnotit a případně na základě jeho vývoje přizpůsobit naplňování strategie.

Globální cíl cestovního ruchu

Posílit destinační spolupráci v turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko, na základě společné propagace a koordinace zainteresovaných subjektů **zvýšit její atraktivitu u návštěvníků a přispět ke stabilní návštěvnosti** oblasti v **celoročním měřítku a na celém území.**

Globální cíl je v rámci strategie měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj pro měření
Počet přenocování v HUZ	169 297	175 000	185 000	200 000	ČSÚ
Procento přenocování v HUZ v letní sezoně (podíl přenocování realizovaný ve 1.,2, a 4. čtvrtletí)	52 %	53 %	54 %	55 %	ČSÚ
Průměrná délka pobytu hostů v HUZ	1,85 noci	1,85	1,90	2,00	ČSÚ
Počet lůžek v HUZ	2 393	2 400	2 450	2 500	ČSÚ
Počet obyvatel ve správním obvodu ORP Mělník	46 205	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	ČSÚ

Strategické oblasti a cíle

Strategická část - schéma

Globální cíl je dále rozpracován do třech prioritních oblastí a strategických cílů. Každá z těchto tří oblastí má vždy 4 priority a v nich specifická opatření. Některé priority jsou více zaměřené na kulturu, některé na cestovní ruch (dále také CR), avšak často se kultura a cestovní ruch prolínají ve společných tématech. Primární zaměření je zde barevně naznačeno, na dalších stranách jsou priority rozepsány do větší míry detailu.

Strategické
cíle:

VIZE, MISE

Globální cíl

1) Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

- Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu
- Cyklistika jako hlavní determinant rozvoje
- Rozvoj infrastruktury a přístupnosti cestovního ruchu
- Vytváření podmínek pro rozmělnění sezónnosti

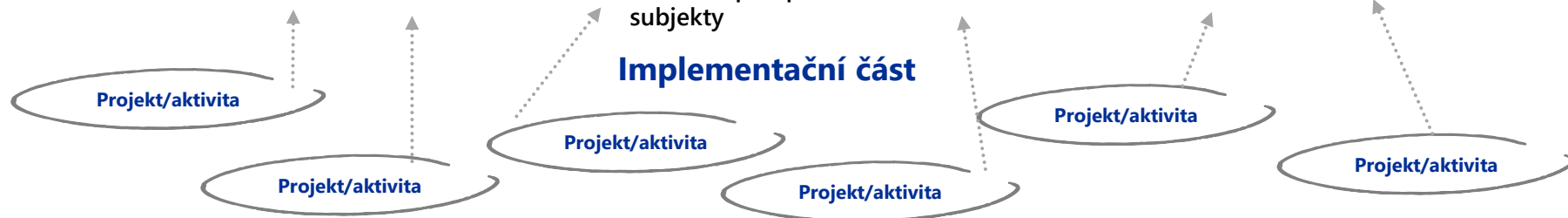
2) Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

- Zavést spravedlivý systém řízení destinační společnost založený na partnerském principu
- Nastavit efektivní způsob financování destinační spolupráce
- Zapojit všechny typy subjektů do užší spolupráce
- Řídit organizaci na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty

3) Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

- Podpora tvorby produktů cestovního ruchu
- Inicivace vzniku návštěvnické karty s benefity pro turisty
- Vytvoření a naplnění marketingové a komunikační strategie

Implementační část



Strategický cíl 1

Opatření pro naplnění 1. strategického cíle se primárně věnují rozvoji infrastruktury cestovního ruchu a zkvalitnění nabídky služeb. V oblasti je důležité podpořit rozvoj cykloturistiky, motivovat podnikatele k větší rozmanitosti gastronomie a HUZ a podnikat kroky ke snížení sezónnosti.

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1	Priorita 1.2	Priorita 1.3	Priorita 1.4
Zkvalitnění nabídky služeb CR	Cyklistika jako hlavní determinant rozvoje	Rozvoj infrastruktury a přístupnosti CR	Vytváření podmínek pro rozmělnění sezónnosti
Opatření 1.1.1 Iniciovat spolupráci mezi obcemi a soukromými podnikateli s cílem rozvoje služeb v oblasti cestovního ruchu	Opatření 1.2.1 Iniciovat rozvoj a budování cyklostezek, podpora bezpečnosti provozu na cyklotrasách	Opatření 1.3.1 Společně s obcemi iniciovat a koordinovat systém parkování a odstavných ploch pro návštěvníky vybraných lokalit	Opatření 1.4.1 Podporovat akce a atraktivitu, které poskytují nabídku a cílí výhradně mimo hlavní sezónu (včetně komunikace a propagace)
Opatření 1.1.2 Analyzovat detailně nabídku ubytovacích kapacit (HUZ, IUZ) na jejím základě koordinovat rozvoj ubytování, kde je nyní limitovaná	Opatření 1.2.2 Motivovat obce a soukromé podnikatele k vytváření podpůrné infrastruktury pro rozvoj cykloturistiky	Opatření 1.3.2 Koordinovat, podporovat a propagovat napojení oblasti na systém veřejné dopravy	Opatření 1.4.2 Informovat, šířit osvětu o přínosech snížení sezónnosti a motivovat provozovatele služeb CR (ubytování, stravování) k celoročnímu provozu
Opatření 1.1.3 Koordinovat a motivovat provozovatele kempů a středisek u vodních ploch k zaměření na určitou klientelu	Opatření 1.2.3 Definovat koncepci pro rozvoj terénních cyklo stezek / single trails	Opatření 1.3.3 Koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy - Kokořínský expres cyklobusy, (cyklo)lodě...	Opatření 1.4.3 Iniciovat zkvalitňování sítě veřejné dopravy po celý rok, obzvláště mezi turistickými cíli a hl. městem Prahou.
Opatření 1.1.4 Podporovat lokální výrobce, tradiční řemesla, méně exponované cíle (včetně komunikace a propagace)	Opatření 1.2.4 Vyhledávat dotační programy a jiné zdroje financování pro rozvoj cykloturistiky	Opatření 1.3.4 Koordinovat a podporovat péči o infrastrukturu na významných místech	Opatření 1.4.3 Iniciovat, organizovat či spolupracovat na odborných cyklo akcích vhodných do mimo sezóny

Strategický cíl 2

Opatření vedoucí k naplnění 2. strategického cíle míří na aktualizaci nastavení destinační organizace TO Mělnicko-Kokořínsko tak, aby přinesla spravedlivý a atraktivní systém pro členy, stabilní financování a manažerské rozhodování založené na spolehlivých datech.

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

Priorita 2.1	Priorita 2.2	Priorita 2.3
Zavést spravedlivý systém řízení destinační společnosti na partnerském principu	Nastavit efektivní způsob financování destinační spolupráce	Řídit organizaci na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty
<p>Opatření 2.1.1</p> <p>Rozvíjet organizaci DMO tak, aby byl dlouhodobě nastaven efektivní, spravedlivý a důstojný způsob rozhodování, na kterém se budou podílet všechny zainteresované skupiny</p>	<p>Opatření 2.2.1</p> <p>Zavést systém finančních příspěvků (základní, mimořádné, projektové) jako zdroj financování činnosti destinační společnost</p>	<p>Opatření 2.3.1</p> <p>Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu na území TO Mělnicko-Kokořínsko zapojením různých technologií</p>
<p>Opatření 2.1.2</p> <p>Dlouhodobě rozvíjet systém řízení tak, aby mohla DMO efektivně uplatňovat svůj vliv na rozvoj cestovního ruchu ve sledovaném území</p>	<p>Opatření 2.2.2</p> <p>Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti financování činnosti destinační společnosti</p>	<p>Opatření 2.3.2</p> <p>Zavést systém využití sesbíraných dat o cestovním ruchu při rozhodování na úrovni DMO a samospráv zapojených obcí</p>
<p>Opatření 2.1.3</p> <p>Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do destinační spolupráce, nastavit systém pravidelného setkávání, kde bude možné řešit problémy s rozvojem cestovního ruchu</p>	<p>Opatření 2.2.3</p> <p>Zaměřit se na zvýšení efektivity využívání dotačních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu a destinační spolupráce, aktivně dotační programy vyhledávat</p>	<p>Opatření 2.3.3</p> <p>Nastavit /prohloubit efektivní spolupráci se sousedními destinačními agenturami a sdílet informace o společných aktivitách a projektech</p>
		<p>Opatření 2.3.4</p> <p>Prohloubit efektivní spolupráci s SCCR a sdílet informace o společných aktivitách a projektech, zapojení do společných projektů</p>

Strategický cíl 3

3. Strategický cíl je možné naplnit především tvorbou tzv. produktů cestovního ruchu a marketingové komunikace jak TO jako celku, tak těchto produktů. Také je doporučeno pracovat na návštěvnické kartě s benefity, ovšem se zvážením, zda nespolupracovat s další DMO.

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.1	Priorita 3.2	Priorita 3.3
Podpora tvorby produktů cestovního ruchu	Návrh a realizace návštěvnické karty s benefity pro turisty	Vytvoření a naplnění marketingové a komunikační strategie
Opatření 3.1.1 Vytvořit strategii tvorby a koordinace produktové nabídky pro oblast Mělnicko-Kokořínsko	Opatření 3.2.1 Konceptně definovat území spadající pod jeden systém benefiční karty (např. spojit se v realizaci SSCR, se sousedními DMO...)	Opatření 3.3.1 Průběžně vypracovávat a následně realizovat roční marketingový plán, propagovat oblast a rozvíjet značku Mělnicko-Kokořínsko
Opatření 3.1.2 Iniciovat, podporovat a spolupracovat na vzniku nových produktů cestovního ruchu ve sledované oblasti	Opatření 3.2.2 Příprava a realizace projektu návštěvnické karty, zvolení vhodného řešení, dodavatele, realizace a spuštění systému	Opatření 3.3.2 Vyhodnocovat marketingový plán, navrhnout a otestovat monitoring, sběr dat, zpětné vazby a vyhodnocení marketingových aktivit
Opatření 3.1.3 Produktové portfolio koordinovat, udržovat a rozvíjet – nefungující produkty eliminovat a neustále hledat potenciál pro tvorbu nových	Opatření 3.2.3 Vybudování sítě subjektů, které kartu vydávají karty (emitenti) a subjektů, které karty přijímají a poskytují slevy a výhody (akceptanti)	Opatření 3.3.3 Pravidelně komponovat aktuální kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)
	Opatření 3.2.4 Realizovat marketingovou kampaň komunikující existenci a výhody návštěvnické karty	Opatření 3.3.4 Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů, info-materiálů, map...

Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti

Strategický cíl 1:
Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Priorita 1.1 – Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Zajistit dostupnost základních služeb cestovního ruchu (plošně i časově)
- Zajistit dostatek pracovních příležitostí a stabilního prostředí pro zaměstnance, ale i pro místní řemeslníky, producenty lokálních potravin
- Zajistit osvětu o poplatcích z pobytu a jejich smyslu

Nástroje

- Marketingová komunikace / marketingové kampaně
- Poradenství v oblasti podnikání
- Dotace a jiné formy pobídek (nepřímý nástroj – obce)
- Soukromé investice

Strategie opatření

Opatření klade důraz na rozvoj základních služeb cestovního ruchu – stravování a ubytování. Obě tyto služby jsou ve sledovaném území limitované. Je však třeba upozornit, že jakékoliv plánování rozvoje ubytovacích a stravovacích kapacit je vždy nutné plánovat i s ohledem na **dostatek doprovozní infrastruktury** (např. parkoviště, udržitelné odpadové hospodářství). Opatření rovněž navrhuje vymezit jednotlivé vodní plochy na základě svých jedinečných vlastností pro různé cílové skupiny a zapojit lokální producenty, provozovatele tradičních řemesel aj. do marketingové komunikace TOMK.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.1	Iniciovat spolupráci mezi obcemi a soukromými podnikateli s cílem rozvoje služeb v oblasti cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none">➤ Přesvědčit obce o přínosech CR pro danou oblast a tím podpořit zlepšení podmínek pro rozvoj ubytovacích a stravovacích kapacit➤ Provádět osvětu o smyslu a významu poplatku z pobytu, jaké jsou přínosy pro obce a jak jsou poplatky využívány➤ Apelovat na dostupnost pestré nabídky gastronomických podniků, resp. různých druhů stravování (bistra, kavárny, cukrárny), podporovat snahu o vytvoření menších turistických cílů, nikoli pouze místo, kde se lze najíst➤ Vytvářet a propagovat průvodce po místních gastropodnicích, spolupracovat s food influencery	Obce a města	V rámci stávajícího rozpočtu
1.1.2	Analyzovat nabídku ubytovacích kapacit (HUZ, IUZ) na jejím základě koordinovat rozvoj ubytování, kde je nyní limitovaná (např. u oblíbených míst ke koupání)	<ul style="list-style-type: none">➤ Vyhotovit komplexní analýzu ubytovacích zařízení – jak hromadných ubytovacích zařízení (HUZ), tak individuálních ubytovacích zařízení (IUZ)➤ Definovat oblasti, které nejsou touto službou pokryty, přesto je zde potenciál / požadavek ze strany návštěvníků➤ Motivovat občany obcí k provozování IUZ (propagace na webu obce/TOMK)➤ Společně s obcemi modelovat s ohledem na udržitelnost a šetrnost možnosti rozvoje HUZ a vyznačit adekvátní plochy v územním plánování	Středočeský kraj, obce a města	Bez přímých nákladů & dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Priorita 1.1 – Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.3	Koordinovat a motivovat provozovatele kempů a středisek u vodních ploch k zaměření na určitou klientelu	<ul style="list-style-type: none">➤ Definovat a vymežit jedinečné vlastnosti každé vodní plochy a zvolit pro něj vhodnou cílovou skupinu➤ Koordinovat práci na rozvoji infrastruktury pro danou cílovou skupinu (např. pro rodiny s dětmi počet různorodých hřišť, sportovní půjčovny➤ Vysvětlit, motivovat a edukovat soukromé provozovatele, jaké jsou výhody a přínosy segmentace klientely a vymezení jedné vodní plochy pro jednu skupinu	Obce a města, soukromý sektor	Bez přímých nákladů
1.1.4	Podporovat lokální výrobce, tradiční řemesla, méně exponované cíle (včetně komunikace a propagace)	<ul style="list-style-type: none">➤ Oslovit, podporovat a zapojit místní umělce, lokální výrobce, provozovatele tradičních řemesel do prezentace TO Mělnicko-Kokořínsko, ať už formou tvorby suvenýrů, či např. zpracování propagačních materiálů➤ V rámci vybrané marketingové komunikace dávat přednost spíše méně známých a méně exponovaným místům s cílem eliminovat prvky overtourismu	Veřejný a soukromý sektor	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.2 – Cyklistika jako hlavní determinant rozvoje

Cíle a záměry opatření

- Zabezpečit klíčovou infrastrukturu pro hlavní návštěvnický segment
- Aplikování myšlenek trvale udržitelného rozvoje
- Propojení nosného prvku rozvoje cestovního ruchu s ostatními formami cestovního ruchu

Strategie opatření

Smyslem tohoto opatření je stavět rozvoj cestovního ruchu především na cykloturistice ve všech jejích možných variantách. Pro tento stále oblíbenější sport představuje území TO Mělnicka-Kokořínska velký potenciál, především tím, že je v dosahu obyvatel hl. města Prahy a že ideální podmínky nabízí jeho georeliéf – tedy rovinaté území pro silniční cyklistiku, ale i kopce pro terénní jízdy. Nedílnou součástí je, kromě vybudování samotných cyklostezek, zajistit návštěvníkům potřebné relevantní vybavení, tak aby se mohli na trase zastavit a odpočnout, provést drobné opravy aj.

Nástroje

- Územní plánování (územní generel, plán, aj.)
- Rozpočty obcí a měst, soukromé investice
- Dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy
- Legislativní nástroje ze strany města (vyhlášky, nařízení)
- Plán využití veřejných prostranství a manuál pro jejich využívání

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.1	Iniciovat rozvoj a budování cyklostezek, podpora bezpečnosti provozu na cyklotrasách	<ul style="list-style-type: none">➤ Iniciovat a podporovat rozvoj cyklostezek v souladu s Konceptí cyklistiky Středočeského kraje 2024 – 2030➤ Podporovat opatření, která povedou ke zvýšení bezpečnosti při provozu na cyklostezkách	Obce a města na území TO, Středočeský kraj, SCCR, ministerstvo dopravy	Dle jednotlivých záměrů
1.2.2	Motivovat obce a soukromé podnikatele k vytváření podpůrné infrastruktury pro rozvoj cykloturistiky	<p>Nabídnout cyklistům moderní zázemí na cestě</p> <ul style="list-style-type: none">➤ dostatek stojanů k parkování kol,➤ nabíjení elektrických kol,➤ servis pointy a půjčovny kol,➤ úschovny kol a zavazadel pro výletníky (např. u nádraží),➤ navigace a orientační systém pro cyklisty,➤ motivovat podniky k certifikaci Cyklisté vítáni,➤ zajistit posun s kolem i veřejnou dopravou (cyklobusy, cyklo-lodě),➤ motivovat návštěvníky, aby na významné akce přijeli raději na kole než autem.	Obce a města, subjekty veřejného a soukromého sektoru, CCRJM	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Priorita 1.2 – Cyklistika jako hlavní determinant rozvoje

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.3	Definovat koncepci pro rozvoj terénních cyklostezek / single trails	Iniciovat a koordinovat vznik koncepce rozvoje terénních cyklostezek a tzv. singletrails tak, aby nedocházelo k újmě přírody ve chráněném území, ale mohl se zároveň uspokojit tento požadavek návštěvníků. Pokud se podaří najít akceptovatelné řešení pro všechny subjekty, mohlo by dojít přirozené eliminaci neoficiálních a nepodporovaných trailů. Je nezbytné pomoci koordinovat aktivity zájemců o provoz této činnosti, dotčených obcí, majitelů pozemků, CHKO	Zájemci o provozování singletrails, obce, majitelé pozemků, CHKO	dle jednotlivých záměrů
1.2.4	Vyhledávat dotační programy a jiné zdroje financování pro rozvoj cykloturistiky	<ul style="list-style-type: none">➤ Aktivně vyhledávat dotační programy➤ Pravidelně zpravovat veřejné a soukromé subjekty (dle typu / zaměření dotace) na území TO Mělnicko-Kokořínsko o dotačních možnostech	SCCR, Středočeský kraj, ministerstvo dopravy a instituce navázané na EU a různé fondy	v rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.3 – Rozvoj infrastruktury a přístupnosti cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Poskytnout návštěvníkům pohodlný přístup k atraktivitám v TOMK
- Zajistit dobrou dopravní dostupnost destinace z hl. města Prahy i jiným způsobem, nežli vlastním autem
- Poskytnout hezké, upravené prostředí na atraktivních místech

Nástroje

- Územní plánování
- Obecní a městské rozpočty, soukromé investice
- Legislativní nástroje obcí (vyhlášky, nařízení)
- Dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy

Strategie opatření

Jak se může návštěvník pohodlně dostat do TO Mělnicko-Kokořínsko? Opatření by mělo zajistit, aby těchto způsobů bylo několik a všechny byly pro návštěvníky přívětivé. Je třeba dbát na to, že s sebou mnoho z nich poveze i svoje kolo, což podněcuje požadavek na cyklobusy či cyklo-vlaky. Na Mělnicku-Kokořínsku existuje možnost lepšího využití lodní dopravy. Je třeba zaměřit se také na možnost kombinování těchto dopravních prostředků.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.1	Společně s obcemi iniciovat a koordinovat systém parkování a odstavných ploch pro návštěvníky vybraných lokalit	<ul style="list-style-type: none">➤ Cílem opatření je zajistit dostačenou kapacitu odstavných ploch pro návštěvníky➤ Nastavit parkovací zóny a poplatky flexibilně v závislosti na vzdálenosti, dni i ročním období➤ Systém parkování je možné propojit i s benefity turistické karty (viz Priorita 3.2)	Obce a města, Středočeský kraj	Dle jednotlivých záměrů
1.3.2	Koordinovat, podporovat a propagovat napojení oblasti na systém veřejné dopravy	<p>Toto opatření je zaměřeno na dobrou dostupnost oblasti veřejnou dopravou. Jedná se o možnost vlakového spojení a zejména koordinovat a podporovat možnosti využívat příměstské autobusové linky PID pro rozvoj turismu na Mělnicku-Kokořínsku. Je třeba působit na provozování linek i v obdobích a časech, aby vyhovovalo i cestovnímu ruchu (prázdniny, víkendy...)</p> <p>Nezbytné je také zaměřit se na propagaci tohoto způsobu dopravy, který může přinést návštěvníky, kteří nepotřebují infrastrukturu spojenou s individuální dopravou – zejména parkoviště.</p>	PID, provozovatelé veřejné dopravy, soukromí dopravci	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Priorita 1.3 – Rozvoj infrastruktury a přístupnosti cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.3	Koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy - Kokořínský rychlík, cyklobusy, (cyklo)lodě...	Cílem tohoto opatření je dále rozvíjet systém sezónní turistické dopravy na území oblasti. Jedná se nejen o rozvoj turistických autobusů a cyklobusů, ale i rozvoj speciálních druhů dopravy, jejichž užití je současně turistickou atraktivitou samo o sobě – Kokořínský rychlík, lodní doprava. Zajímavou kombinací může být využití přepravy lodí v rámci cyklistické vyjíždky.	Dopravci, Středočeský kraj	
1.3.4	Koordinovat a podporovat péči o infrastrukturu na významných místech	<ul style="list-style-type: none">➤ Vytipovat atraktivní krajinné prvky a hezká místa (vyhlídky, památné stromy aj.)➤ Ve spolupráci s jejich majitelem / majitelem pozemku či institucí zodpovědnou za tento krajinný prvek osadit místo kvalitním mobiliářem (posezení, altán, koš na odpadky) a pravidelně jej udržovat	Obce a města a relevantní organizace (CHKO Kokořínsko, Povodí Labe, Povodí Vltavy)	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.4 – Vytváření podmínek pro rozmělnění sezónnosti

Cíle a záměry opatření

- Zajistit dostupnost základních služeb cestovního ruchu (plošně i časově)
- Spoluvytvářet podmínky pro zajištění dostatku pracovních příležitostí a stabilního prostředí pro zaměstnance, ale i pro místní řemeslníky, producenty lokálních potravin

Nástroje

- Marketingová komunikace / marketingové kampaně
- Otevírací doba provozovatelů atraktivit
- Soukromé investice
- Kalendář kulturních a dalších akcí v TOMK

Strategie opatření

Tato Priorita má za cíl rozmělnit sezónnost kulminující v letních měsících a zajistit TO Mělnicko-Kokořínsko, podnikatelům v oblasti cestovního ruchu a jejich zaměstnancům jistotu příjmů a pracovních příležitostí po celý rok. Období roku, které je nyní vnímáno jako mimosezónní, přináší příležitosti pro určité segmenty klientely – například účastníků kongresů. Důraz je kladen na průběžné pořádání kulturních událostí, dostupnosti významných atraktivit a jejich provozu a poskytování základních služeb.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.1	Podporovat akce a atraktivitu, které poskytují nabídku a cílí mimo hlavní sezónu (včetně komunikace a propagace)	<ul style="list-style-type: none">➤ Komponovat nové atraktivitu, které jsou dostupné výhradně v zimě➤ Pobízet provozovatele atraktivit k dostupnosti významných atraktivit alespoň v částečném provozu po celý rok, příp. využít atraktivitu jiným způsobem (speciální zimní a kostýmované prohlídky, tematické akce dle ročního období, využití exteriérů budov pro videomapping aj.)	Veřejný a soukromý sektor, obce a města, SCCR	Bez přímých nákladů
1.4.2	Informovat, šířit osvětu o přínosech snížení sezónnosti a motivovat provozovatele služeb CR (ubytování, stravování) k celoročnímu provozu	<ul style="list-style-type: none">➤ Zpravovat provozovatele ubytovacích a stravovacích zařízení o výhodách celosezónního provozu (výhody pro zaměstnance i poskytovatele služeb, kteří se mohou stát celoročními stabilními zaměstnavateli)➤ Zabezpečit dostupnost základních služeb cestovního ruchu po celý rok	Soukromý sektor	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Priorita 1.4 – Vytváření podmínek pro rozmělnění sezónnosti

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.3	Iniciovat zkvalitňování sítě veřejné dopravy po celý rok, obzvláště mezi turistickými cíli a hl. městem Prahou.	<ul style="list-style-type: none">➤ Iniciovat zvýšení frekvence spojů obecně, ale i v případě větší akce, tak aby mohly větší toky návštěvníků dorazit veřejnou dopravou➤ Komunikovat trasy a linky na jednotlivé turistické atraktivity➤ Snažit se o spojení benefitů turistické karty s možnostmi veřejné dopravy (viz opatření 3.2)	Obce a města, PID, provozovatelé veřejné dopravy, soukromí dopravci	Bez přímých nákladů
1.4.4	Iniciovat, organizovat či spolupracovat na cyklo akcích vhodných do mimo sezóny	Jednou z možností, jak snížit sezónnost a zároveň považovat cykloturismus jakožto hlavní prvek rozvoje, je možnost pořádání tematických jednodenních či víkendových akcí. TO Mělnicko-Kokořínsko může vyhledat a oslovit partnery z řad odborné cyklistické veřejnosti za účelem spolupráce na těchto akcích.	Veřejný a soukromý sektor, tematicky relevantní organizace, odborná veřejnost	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

DRAFT 17.4. 2024

**Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti,
podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu**

Strategický cíl 1 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Uvedené cíle vypovídají o **rozvoji turistické oblasti jako celku a fungování všech aktérů cestovního ruchu**. Destinační společnost jako taková **není realizátorem těchto strategických cílů**, může jen podporovat **funkční destinační spolupráci**, která může napomoci realizaci níže uvedených cílů.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj pro měření
Počet vybudovaných / opravených cyklostezek		+ 20 km	+ 30 km	+40 km	Vlastní evidence
Počet nově otevřených ubytovacích a stravovacích zařízení		+5	+ 10	+ 20	Vlastní evidence
Počet specializovaných cyklospojů		Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vlastní evidence
Počet nových / revitalizovaných prvků infrastruktury podporující turismus na atraktivních místech		20	40	60	Vlastní evidence
Počet hostů v HUZ (říjen – březen)	43 482	50 004 + 15 %	53 265 + 22,5 %	56 527 + 30 %	ČSÚ
Počet nově vzniklých akcí od října do března		20	40	60	Vlastní evidence

Strategický cíl 2:

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů

Priorita 2.1 – Zavést spravedlivý systém řízení destinační společnosti na partnerském principu

Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit spolupráci a koordinaci cestovního ruchu na sledovaném území
- Zapojit a využít spolupráci s klíčovými stakeholdery
- Připravit podmínky pro expanzi TOMK

Nástroje

- Stanovy organizace Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko
- Legislativní nástroje

Strategie opatření

Moderní řízení cestovního ruchu se v dnešní době neobejde bez kvalitní a efektivní spolupráce všech relevantních partnerů. Strategie doporučuje dlouhodobě se zaměřit na zvyšování účinnosti destinační spolupráce v oblasti. Výchozím předpokladem je získat k dlouhodobě funkční spolupráci subjekty všech typů, které jsou zapojeny do rozvoje cestovního ruchu v oblasti (veřejné, neziskové i soukromé subjekty) a nabídnout jim důstojné zapojení do rozhodovacích procesů. Cílem této změny by mělo být zapojení všech relevantních subjektů na principu 3K (koordinace, komunikace, kooperace) a posílení financování destinační spolupráce. Sekundárním cílem je efektivní spolupráce s dalšími relevantními subjekty na sdílené agendě, např. marketing a sběr údajů o cestovním ruchu.

Optimálně nastavená destinační společnost by měla dlouhodobě usilovat o efektivní nastavení interních rozhodovacích procesů, které splňují následující podmínky:

- důstojné a spravedlivé zapojení všech zainteresovaných subjektů
- dlouhodobě udržitelný, stabilní a funkční model spolupráce propojující heterogenní prostředí s rozdílnými zájmy členských subjektů
- konsensuální způsob řízení se zavedenými nástroji k úspěšné eliminaci „aktivistických“ snah
- osobní odpovědnost členů vedení Spolku, systém významně navyšující potenciál zapojení všech členů
- systém motivující k efektivní činnosti DMO a k výběru členských příspěvků

Důležitou součástí spolupráce je efektivní spolupráce všech zastoupených subjektů, která je podpořena pravidelným setkáváním členů, kde mohou být diskutována aktuální témata i dlouhodobý koncepční rozvoj cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku.

Opatření pro Strategický cíl 2

DRAFT 17.4. 2024

**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů**

Priorita 2.1 – Zavést spravedlivý systém řízení destinační společnosti na partnerském principu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.1	Rozvíjet organizaci DMO tak, aby byl dlouhodobě nastaven efektivní, spravedlivý a důstojný způsob rozhodování, na kterém se budou podílet všechny zainteresované skupiny	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dlouhodobě rozvíjet destinační společnost takovým způsobem, aby měla nastavené efektivní interní rozhodovací procesy, které zajišťují důstojné a spravedlivé zapojení všech subjektů a dlouhodobou udržitelnost spolupráce. 	Zakladatelé organizace, současní členi, potenciální členi, partneři, odborná veřejnost,	Bez přímých nákladů
2.1.2	Nastavit systém řízení tak, aby mohla DMO efektivně uplatňovat svůj vliv na rozvoj CR ve sledovaném území	Vhodnou volbou členů, resp. zapojením složek všech subjektů s různými kompetencemi, dosáhne TOMK možnosti faktické realizace plánů a navržených aktivit na svém území.	Členové organizace	Bez přímých nákladů
2.1.3	Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do destinační spolupráce, nastavit systém pravidelného setkávání, kde bude možné řešit problémy s rozvojem cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Komunikovat soukromým podnikatelům výhody zapojení do TOMK, např. pravidelnou rozesílkou newsletteru s dosaženými úspěchy, chystanými aktivitami aj. ➤ Nejméně 1x ročně organizovat setkání členské báze pro společnou diskuzi o aktuálních problémech i dlouhodobém rozvoji destinační spolupráce ➤ Sbírat zpětnou vazbu členů, vyhodnocovat ji a zlepšovat tak činnost organizace 	Členové organizace, partneři, potenciální členové	Max. 50 tis. ročně

Opatření pro Strategický cíl 2

DRAFT 17.4. 2024

**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů**

Priorita 2.2 – Nastavit efektivní způsob financování destinační spolupráce

Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit spolupráci a koordinaci cestovního ruchu na sledovaném území
- Finanční zdraví organizace
- Vícesložkový příjem

Nástroje

- Stanovy organizace Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko
- Legislativní nástroje
- Příspěvky členů organizace a jejich rozpočty

Strategie opatření

Opatření tematicky navazuje na Opatření 2.1, které nastavuje pravidla fungování organizace a hlasování na členské schůzi, a řeší financování DMO Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko, které musí zapojit více zdrojů financování tak, aby byla instituce finančně dostatečně silná a mohla případný výpadek jedné složky příjmu kompenzovat jiným zdrojem.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.1	Zavést systém finančních příspěvků (základní, mimořádné, projektové) jako zdroj financování činnosti destinační společnost	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktualizace výběrů finančních příspěvků ➤ Osvěta mezi členky o typech a využití příspěvků ➤ Pravidelná prezentace výsledků zejména u mimořádných a projektových příspěvků 	Členové DMO	Bez přímých nákladů
2.2.2	Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti financování činnosti destinační společnosti	Nastavit podmínky pro prodej turistických balíčků, suvenýrů a jiného relevantního zboží tak, aby mohlo do organizace proudit více finančních prostředků z vlastní činnosti	Provozovatelé atraktivit, informační centra	Dle jednotlivých záměrů
2.2.3	Zaměřit se na zvýšení efektivity využívání dotačních prostředků pro rozvoj destinační spolupráce a CR, aktivně dotační programy vyhledávat	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pravidelně hodnotit přínos jednotlivých aktivity k naplňování cílů ➤ Aktivně vyhledávat dotační tituly a možnosti jejich čerpání pro oblast cestovního ruchu (např. zkvalitnění a dobudování infrastruktury, ekologie a udržitelnost ap.). ➤ O dotační programy aktivně žádat, pokud není DMO možným příjemce dotace, pak o nich informovat příslušné členy DMO 	Členové DMO, partneři DMO	Bez přímých nákladů

Financování a systém členských příspěvků v oblastní DMO

Schéma na tomto slidu uvádí příklad, jak nastavit vícezdrojové financování oblastní DMO, tak aby došlo ke stabilnímu a udržitelnému finančnímu zdraví organizace.

MINIMÁLNĚ 4 MILIONY KČ ROČNĚ

Vícezdvojové financování:

1. ČLENSKÉ
PŘÍSPĚVKY

2. VLASTNÍ
HOSPODÁŘSKÁ ČINNOST

3. DOTACE

4. DARY, FUNDRAISING

Základní členské příspěvky

- Alespoň základní provoz spolku vč. mzdových nákladů na poloviční úvazek koordinátora

Mimořádné členské příspěvky

- Neúčelové příspěvky
- Možné i v nepeněžní formě
- Forma vhodná zejména pro veřejnoprávní subjekty

Projektové členské příspěvky

- Na podporu konkrétní aktivity / projektu
- Forma vhodná zejména pro soukromé subjekty

- Celkový příspěvek člena koresponduje s jeho ekonomickými přínosy z cestovního ruchu a jeho intenzity
- U destinační a profesní skupiny je základní příspěvek symbolický, očekává se zapojení do záměrů / projektů
- Úprava členských příspěvků v čase dle inflace

Opatření pro Strategický cíl 2

DRAFT 17.4. 2024

**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů**

Priorita 2.3 – Řídit organizaci na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty

Cíle a záměry opatření

- Zefektivnit manažerské rozhodování
- Eliminovat sběr dat, která už možná existují
- Sdílet náklady na šetření, sběr data a monitoring
- Nabízet tato data svým členům jako benefit členství v DMO

Nástroje

- Datové banky, statistické šetření
- Spolupráce, sdílení a transparentnost mezi partnery
- Sdílené výzkumy (např. s SCCR)

Strategie opatření

TO Mělnicko-Kokořínsko by v rámci své činnosti měla aktivně vyhledávat, oslovovat a navazovat partnerství s regionálními a krajskými organizacemi cestovního ruchu za účelem výměny / sdílení dat a jiných informací, projektů a jiných aktivit s cílem eliminovat dvojitou práci. Na základě dat pak činit manažerské rozhodování a stanovit směřování organizace. Data a výstupy může sdílet rovněž se svými členy a partnery organizace, čímž může motivovat nové členy ke vstupu do organizace.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.1	Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu na území TO Mělnicko-Kokořínsko zapojením různých technologií	<ul style="list-style-type: none">➤ Analyzovat aktuální technologie a možnosti sběru primárních dat (pozorování, sčítače pohybu na cyklostezkách, sekundární data pohybu SIM karet mobilních operátorů aj.) a volně dostupné, či placené zdroje sekundárních dat (ČSÚ)➤ Definovat cíle měření a interpretaci výsledků➤ Prezentovat pravidelně výsledky svým členům např. formou newsletteru	ČSÚ, odborná veřejnost	Dle jednotlivých záměrů
2.3.2	Zavést systém využití sesbíraných dat o cestovním ruchu při rozhodování na úrovni DMO a samospráv zapojených obcí	Smyslem tohoto opatření je sdílení dat mezi svými členky a partnery pro kvalitní manažerská rozhodnutí jak v samotné organizaci, tak na území TOMK. Sdílení dat bude zřejmě nutno také podpořit osvětou / vysvětlením.	Obce a města, partneři, členové DMO	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 2

DRAFT 17.4. 2024

**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů**

Priorita 2.3 – Řídit organizaci na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.3	Nastavit /prohloubit efektivní spolupráci se sousedními destinačními agenturami a sdílet informace o společných aktivitách a projektech	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Určit, jaká data se budou sdílet s jakými subjekty a jakou technologií ➤ Sjednotit interpretaci těchto dat a koordinaci rozhodnutí ➤ Pravidelně se setkávat a komunikovat postupy a důsledky s cílem eliminovat nedorozumění, vyhodnocovat výsledky společné práce 	Okolní oblastní a lokální DMO, SCCR, Středočeský kraj, ČSÚ	Dle jednotlivých záměrů
2.3.4	Prohloubit efektivní spolupráci s SCCR a sdílet informace o společných aktivitách a projektech, zapojení do společných projektů	<p>Prohloubit spolupráci s Středočeskou centrálou cestovního ruchu a rozvíjet spolupráci v oblasti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rozvoje infrastruktury podporující cestovní ruch, • sdílení dat, zaplnění do projektu v oblasti získávání dat o cestovním ruchu • zapojení do projektů podporujících vznik a rozvoj produktů cestovního ruchu, které se dotýkají více turistických oblastí • zapojení do projektů v oblasti moderního marketingu – například benefitní systém podporující návštěvnost oblasti (turistická karta...) 	SCCR	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 2

DRAFT 17.4. 2024

**Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém řízení
a podpory cestovního ruchu, kooperaci všech zúčastněných subjektů**

Strategický cíl 2 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj pro měření
Dlouhodobý rozvoj destinační společnosti, nastavení dlouhodobě efektivního, spravedlivého a důstojného způsobu rozhodování na kterém se podílí všechny zainteresované skupiny			Diskuse se členy TOMK o možných úpravách interních mechanismů	Zavedení případných odsouhlasených úprav	Vlastní evidence
Získání nových členů všech typů - zejména z řad měst, obcí, soukromých i veřejných provozovatelů atraktivit, poskytovatelů služeb v cestovním ruchu		min. 3 členové v každé skupině	+ 3 členové ve skupině municipální a profesní	+ 3 členové ve skupině municipální a profesní	Vlastní evidence
Počet setkání členů a partnerů nebo odborných seminářů		1 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence
Počet projektů se zapojením krajské centrály nebo další DMO		2 projekty ročně	2 projekty ročně	2 projekty ročně	Vlastní evidence

Strategický cíl 3:
Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Definovat a kategorizovat turistickou nabídku pro různé cílové skupiny
- Nastavit jasnou a efektivní komunikaci směrem k návštěvníkům
- Komponovat nové, atraktivní produkty cestovního ruchu
- Udržovat portfolio produktů aktuální a žádoucí

Nástroje

- Analýza klíčových témat a produktů
- Zpracovaný a každoročně aktualizovaný marketingový plán
- Rozpočet TO Mělnicko-Kokořínsko

Strategie opatření

Efektivnost komunikace destinace směrem k návštěvníkovi, její image a identita závisejí na kvalitě produktů cestovního ruchu a tématech pro marketingovou komunikaci. Úkolem lokálního destinačního managementu je propojit nabídku subjektů ve své oblasti, vytvářet ucelené produktové nabídky a témata pro komunikaci, zajistit marketingový plán a komunikaci produktů různým cílovým segmentům návštěvníků a to vše pod jednou vizuální identitou (logo, barvy, fonty), jedním stylem komunikace (slogan, fotografie, USP, tone of voice aj.).

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.1	Vytvořit strategii tvorby a koordinace produktové nabídky pro oblast Mělnicko-Kokořínsko	<ul style="list-style-type: none">➤ Definovat na základě analýzy aktuální nabídky cestovního ruchu a dalších potenciálních příležitostí na území TOMK klíčová témata➤ Určit koncept pro každé téma a vymyslet pro každé z nich, čím je jedinečné a čím přesně návštěvníky láka – co návštěvníka motivuje (USP – Unique Selling Proposition a RTB – Reason to Believe)➤ Vybrat pro každé téma vhodné partnery z řad provozovatelů služeb cestovního ruchu a náplň produktu formou různých aktivit	Veřejný a soukromý sektor, odborná veřejnost, SCCR	V rámci stávajícího rozpočtu
3.1.2	Iniciovat, podporovat a spolupracovat na vzniku nových produktů cestovního ruchu ve sledované oblasti	<ul style="list-style-type: none">➤ Oslovovat a motivovat jednotlivé subjekty cestovního ruchu k zapojení do produktu CR➤ Být otevřen nápadům a požadavkům na tvorbu produktů od samotných provozovatelů (bottom-up systém)➤ Fungovat jako hlavní koordinátor	Obce a města, partneři, členové DMO, veřejný a soukromý sektor, SCCR	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.3	Produktové portfolio koordinovat, udržovat a rozvíjet – nefungující produkty eliminovat a neustále hledat potenciál pro tvorbu nových	Smyslem tohoto opatření je dbát na to, aby byly produkty cestovního ruchu vždy aktuální a především funkční . Pokud se ukáže, že o některý produkt již není zájem, lze jej buď něčím doplnit či jej nějak transformovat, což buď znovu nastartuje poptávku po něm, nebo ne, a v tom případě se produkt stáhne z nabídky. Zároveň, kromě optimalizování stávajících produktů je třeba hledat nové příležitosti, či se inspirovat u partnerů / konkurence. Z tohoto důvodu je nezbytné mít nastavený funkční způsob měření a evidence úspěšnosti a výkonnosti produktů.	Odborná veřejnost, SCCR, Středočeský kraj	V rámci stávajícího rozpočtu

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Příklady možných produktů cestovního ruchu v turistické oblasti Mělnicko-Kokořínsko

Hola hola, kolo volá

Bílé & červené

Expres do přírody

Vzhůru na palubu
(s kolem i po vodě)

Kongresy v zeleni

Místní speciality,
co umí překvapit

Horolezci,
horolezkyně,
horolezčata

V této části jsou navržena základní témata produktů cestovního ruchu, která vycházejí z analýzy potenciálu TO Mělnicka-Kokořínska. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody sledované oblasti, kterými jsou například příroda v CHKO Kokořínsko – Máchův kraj, rozvíjející se tradice vinařství a úrodná zem v Polabí, přítomnost dvou velkých řek a vhodné podmínky pro různé druhy cykloturismu. Jakýkoliv produkt je však nutno formovat i komunikovat s důrazem na udržitelnost a zachování neponičené přírody.

Základem navržených produktů je orientace na zážitek a jejich obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě principů destinační spolupráce. Systém produktů byl vytvořen s využitím metodického postupu agentury CzechTourism „Manuál tvorby produktu cestovního ruchu“*.

Produkty je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli zde tedy hraje segmentace klientely, tzn. vhodná nabídka pro konkrétní cílovou skupinu. Z důvodu budování pozitivní image destinace a její konkurenceschopnosti je tedy nutné neustále zjišťovat požadavky a přání návštěvníků a průběžně připravovat nové produkty, které budou tyto požadavky akcentovat. K tomu doporučujeme využívat např. archetypální segmentaci (viz Analytická část této Strategie).

Zdroj: CzechTourism. Manuál tvorby produktu cestovního ruchu - <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/11329ec8-e09d-478b-8733-5824b0cefd65/page/metodicke-dokumenty-a-prilohy>

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

Níže je uvedena **charakteristika cílových skupin dle moderní archetypální segmentace klientely**, kterou používá Česká centrála cestovního ruchu – **CzechTourism**. Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním **chování, postojích a očekávání** návštěvníka v destinaci, je možné ji využít pro tuzemský i zahraniční cestovní ruch. Napomáhá k poznání cílových skupin, optimalizaci marketingových aktivit a úspoře nákladů.

Pro TO Mělnicko-Kokořínsko byly vytipovány 2 segmenty dle archetypální segmentace turistické populace, na které by se měla nabídka v DMO nejlépe soustředit. Patří mezi ně **Dobrodruzi**, kteří ocení přírodu a aktivní trávení volného času různými druhy sportu, včetně lezečství. Další hlavní cílovou skupinou jsou **Poutníci**, kteří cestují za poznáním místní přírody, kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. TOP segmenty doplňují **Rekreanti**, kteří vyhledávají levnější ale pohodovou a aktivní dovolenou a v oblasti ocení možnosti letní rekreace u vody. Doplňkovým segmentem jsou **Požitkáři**, kteří si užijí potenciální nabídku lokální gastronomie a vinařství.

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
1) Poutníci TOP segment	Jsmo častěji muži . Lidé ve věku 45-64 let . Jsou mezi námi spíše vysokoškoláci a lidé žijící ve velkých městech , často jsou mezi námi i senioři . Mnohdy máme pocit, že máme dostatek peněz, často finančně podporujeme potřebné . Rádi čteme knihy , navštěvujeme muzea a výstavy . Volný čas rádi trávíme o samotě .	Cestujeme, abychom poznali místní kulturu, tradice obyvatel, jejich výrobky a lokální potraviny . Rádi poznáváme místní architekturu a památky .	Velký důraz klademe na dodržování lidských práv a toleranci .	Často cestujeme na delší vzdálenosti . Když už se někam vydáme, tak tam strávíme déle než dva týdny. Častěji cestujeme sami .	Přitahuje nás zejména vzdálené destinace, při cestování po Česku destinace, které mají kulturní či duchovní odkaz . Inspiraci a informace čerpáme především z dokumentů .

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
2) Dobrodruzi TOP segment	Jsme častěji muži . Jsme lidé nejrůznějšího věku . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji solidně zajištěni . Často aktivně sportujeme , rádi chodíme na výlety , máme rádi vysokohorskou turistiku , rádi chodíme do kina a účastníme se kulturních událostí .	Vyhledáváme především nevšední a exotické destinace . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i hory a vysokohorská turistika . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic neodrazuje . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako výzvu a součást cesty .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. Služby tuzemských cestovních kanceláří vesměs nevyužíváme .	Cestováním si plníme své sny . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na internetu , z filmů a seriálů.
3) Rekreatanti	Jsme častěji ženy a mladí ve věku 18 - 34 let . Máme spíše nižší vzdělání. Jsou mezi námi často studenti . V práci jsou pro nás nejdůležitější peníze . Raději si peníze půjčme , než abychom spořili. Rádi trávíme čas nakupováním . Volný čas trávíme s oblibou sledováním televize, surfováním na internetu a posezením s přáteli a rodinou .	Účelem naší dovolené je dostat se k vodě – k moři, k jezerům či do hor do zařízení s bazény a wellness . Čas dovolené trávíme na plážích, koupáním, relaxem . Na našich cestách se také snažíme levně nakupovat.	U některých destinací nás odrazuje, že místní nemluví naším rodným jazykem nebo alespoň anglicky .	Na dovolenou jezdíme častěji na prodloužené víkendy , ale i déle. Nejčastěji si koupíme dopředu celý zájezd od cestovní kanceláře . Výlety si ale vesměs organizujeme sami . Cestujeme často s partnerem. Bydlíme nejčastěji v rezortu / hotelu nebo v kvalitním penzionu.	Nejoblíbenější destinací je pro nás klidná lokace u vody, na horách , ideálně u moře. Tipy na dovolenou získáváme nejčastěji od známých , ale také třeba z medií .

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
4) Požitkáři	Jsmo častěji ženy a lidé ve věku 35-64 let . Je pro nás důležité, aby nás naše práce bavila a přinášela nám uspokojení . Rádi pracujeme na zahradě a čteme časopisy . Rádi si hrajeme s dětmi a milujeme pasivní odpočinek - nicnedělání .	Během cestování chceme navštívit zajímavou krajinu a obecně rádi využíváme možnost poznávat přírodu . Na dovolené rádi využíváme luxusní služby a dopřáváme si kvalitní ubytování . Rádi poznáváme místní pochoutky a kvalitní a zajímavou gastronomii. Rádi trávíme čas v lázních a wellness .	Od cestování nás odrazuje obtížná dostupnost , Destinace, kde hrozí, že budeme okradeni , a místa, kde je špína , nás nelákají. Nemáme rádi ani destinace s extrémními teplotami .	Cestujeme na různě dlouhé výlety. Podnikáme jednodenní cesty , ale účastníme se i víkendových pobytů anebo týdenních až dvoutýdenních cest . Většinou využíváme služby cestovní kanceláře a kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů. Přispíváme mezinárodních anebo místních hotelech. Cestujeme s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.	Nejčastěji cestujeme do střední a západní Evropy a Severní Ameriky . Často také cestujeme po vlasti. Informace o destinacích získáváme z časopisů a novin , z nabídky cestovních kancelářů a propagačních materiálů.
5) Pařmeni	Jsmo častěji muži . Jsme lidé nejrůznějšího věku . V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji solidně zajištěni . Často aktivně sportujeme , rádi chodíme na výlety , máme rádi vysokohorskou turistiku , rádi chodíme do kina a účastníme se kulturních událostí .	Vyhledáváme především nevšední a exotické destinace . Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i hory a vysokohorská turistika . Civilizaci se nicméně nevyhýbáme.	Od cestování nás nic neodrazuje . Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako výzvu a součást cesty .	Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. Víme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat . Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. Služby tuzemských cestovních kancelářů vesměs nevyužíváme .	Cestováním si plníme své sny . Z destinací nás nejvíce lákají exotické destinace. Cestujeme často i po Evropě a Česku. Informace o destinacích získáváme na internetu , z filmů a seriálů.

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Hola hola, kolo volá
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Po rovině nebo kopcích, po asfaltu nebo hlíně, každý cyklista si najde svoji trasu (kopcovitá oblast CHKO, rovinatá cyklistiky atraktivní jižní oblast TOMK, doprovodná infrastruktura (servis, půjčovny), v dojezdové vzdálenosti od hl. města Prahy)
Popis produktu	Produkt využívá rozmanitosti geomorfologického reliéfu sledované oblasti, který svojí povahou nabízí možnost různých druhů cyklistiky (silniční, terénní). Když se zrovna cyklista nedívá na cestu, ale kolem sebe, má vždy co obdivovat. Když si potřebuje odpočnout, vždy najde místo, kde si může chvíli posedět anebo provést drobné opravy kola.

Hlavní komponenty (RTB)

Příklady atraktivit:

- Cyklostezky – páteřní podél řek, napojení na hustou síť cyklostezek v celém TOMK a terénní cyklostezky singletrails
- Napojení na dopravní body a uzly a specializované spoje (cyklobusy, cyklotrasy)
- Vytvoření tematicky-relevantních map, brožur a mobilní aplikace pro individuální využití (přehled tras a doprovodných služeb)
- Možnost si vždy odstavit, zamknout kolo, provést drobné opravy, popř. si kolo půjčit, pokud nemám s sebou svoje vlastní

Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

- Obce a města
- Ministerstvo dopravy (Ředitelství silnic a dálnic)
- Soukromí podnikatelé v blízkosti cyklostezek
- CHKO Kokořínsko-Máchův kraj
- Odborná veřejnost cyklistického sportu
- Majitelé pozemků

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Aktivní odpočinek s rodinou, partnerem/partnerkou či skupinou přátel
- Návštěvník ví, že na území TOMK s kolem nezabloudí – značení jej dovede, kam potřebuje

Hlavní segmenty klientely

- Dobrodruzi
- Poutníci

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů
- Rozvoj infrastruktury komplexní sítě cyklostezek a singletrails
- Distribuce návštěvních toků po celém území TO Mělnicko-Kokořínsko

Hlavní cílové trhy

- Praha a střední Čechy,
- Královohradecký a Pardubický kraj, kraj Vysočina
- Německé příhraniční oblasti, zbytek České republiky, jižní Polsko

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicko-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Bíle & červené
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Možnost trávení volného času pro milovníky vína ve vyhlášené české vinařské oblasti.
Popis produktu	Produkt propojuje zajímavá místa spojená s vinařskou tradicí, možnost ochutnávky vína, nákupu vína, návštěvu míst, kde se víno vyrábí a zajímavých akcí s vinnou kulturou spojených.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

Příklady atraktivit:

- Návštěva města Mělník, Zámek a vinařství v Mělníku a okolí
- Regionální gastronomie (víno & chřest)
- Individuální procházky návštěvníků po doporučených vyznačených turistických trasách a naučných stezkách
- Degustace ve vinařstvích, sklípkách, vinárnách
- Tematické akce spojené s vínem – vinobraní, košt
- Zimní workshopy a přednášky s vinařskou tematikou
- Prohlídka vinic, možnost práce na ni (zážitková turistika)

- TIC Mělník
- Soukromí podnikatelé, vinaři
- Policie (koordinace provozu při akcích)
- Provozovatelé stravovacích zařízení se zážitkovou gastronomií
- CzechTourism – propagace českých vinařských regionů

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Ochutnávání kvalitního vína a špičkové gastronomie
- Semí - aktivní odpočinek s partnerem/partnerkou či přáteli
- Rozšíření možnosti trávení volného času v oblasti (motivuje k přespaní – hezký večer, posezení ve sklípku)

Hlavní segmenty klientely

- Požitkáři
- Rekreatanti

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů
- Zvýraznění historické hodnoty vinařství v Čechách
- Distribuce návštěvních toků po jižní části TO Mělnicko-Kokořínsko

Hlavní cílové trhy

- Praha a střední Čechy,
- Královehradecký a Pardubický kraj, kraj Vysočina
- Německé příhraniční oblasti, zbytek České republiky, jižní Polsko, BeNeLux
- Ostatní země Evropy, zejména ty, kde není silná vlastní vinařská tradice

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Expres do přírody
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Na víkendový pobyt v přírodě vlakem – bez auta, přitom zcela pohodlně
Popis produktu	Produkt akcentuje potřebu rozvoje udržitelného cestovního ruchu a proto představuje speciální nabídku postavenou na tzv. Kokořínském rychlíku a víkendových spojích vlakové linky S33 PID. Produkt by bylo ideální spojit do balíčku vlak (vč. místenek, míst na kola) + ubytování + vstup na některou z atrakcí, je možné na něj navázat kyvadlovou dopravu po TO Mělnicko-Kokořínsko.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atrakcí: <ul style="list-style-type: none">▪ Zážitková jízda starým vlakem (Kokořínský rychlík) či přímé spojení linky S33 mezi hl. městem Prahou a zastávkami v TO Mělnicko-Kokořínsko▪ Možnost vyjet na víkend bez auta, přitom pohodlně▪ Mělník, zámek, muzeum▪ CHKO Kokořínsko - Máchův kraj, Kokořínský důl, hrad Kokořín▪ Síť pěších stezek a cyklostezek, naučné stezky	<ul style="list-style-type: none">▪ PID, KŽC Doprava, s.r.o.▪ Soukromí podnikatelé (ubytování, gastronomie)▪ Provozovatelé atrakcí cestovního ruchu▪ TO Máchův kraj
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Aktivní trávení víkendu s udržitelnými aspekty cesty▪ Možnost posunu po TOMK bez nutnosti vrátit se pro auto▪ Zajištění víkendového pobytu bez starostí	<ul style="list-style-type: none">▪ Dobrodruzi▪ Poutníci▪ Rekreatanti
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Rozvoj udržitelného cestovního ruchu▪ Zapojení strategických partnerů (PID, KŽC Doprava, s.r.o.)▪ Distribuce návštěvních toků po severní části TO Mělnicko-Kokořínsko	<ul style="list-style-type: none">▪ Praha a střední Čechy

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Vzhůru na palubu
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Cyklobus, který pluje – propojení oblíbených vyhlídkových plaveb a cyklistiky, pasivního a aktivního trávení volného času
Popis produktu	Produkt kombinuje vyhlídkové plavby lodí po Vltavě či Labi a navazující cyklostezky. Jednotlivá přístaviště fungují jako výchozí nebo naopak cílové body pro cyklistiky projíždějící sledovanou oblast.

Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">Návštěva města MělníkCyklostezky v okolí řekSoutok Labe a VltavyZámek a vinařství v Mělníku a okolíRegionální gastronomie (víno & chřest)Naučná stezka Polabskými stezkami za vínem a poznánímLetní rekreace u vody poblíž řek	<ul style="list-style-type: none">TIC MělníkLodní dopravciObceMinisterstvo dopravy (Ředitelství vodních cest)Povodí Labe / VltavySoukromí podnikatelé v blízkosti přístavišť

Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">Semi - aktivní odpočinek s rodinou, partnerem/partnerkou či přáteliKombinace vyhlídkové plavby lodí a cykloturistiky	<ul style="list-style-type: none">DobrodruziRekreanti

Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">Zvýšení příjmů místních podnikatelůRozvoj infrastruktury poblíž větších řek, využití jejich potenciáluDistribuce návštěvních toků po jižní části TO Mělnicko-Kokořínsko	<ul style="list-style-type: none">Praha a střední Čechy,Královohradecký a Pardubický kraj, kraj VysočinaNěmecké příhraniční oblastizbytek České republiky, jižní Polsko

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Kongresy v zeleni
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Kongresy, které se odehrávají na dosah hlavního města, přitom v poklidné a osvěžující přírodě
Popis produktu	Produkt nabízí možnost uspořádat špičkový, technologicky vybavený kongres v dosahu velkoměsta, přitom ale v blízkosti osvěžující přírody tak, aby si mohli hosté akce zpříjemnit přítomnost na kongresu procházkou, projížďkou na kole, zkrátka jakoukoliv odpočinkovou aktivitou v zeleni a dobít energii potřebnou pro kongresové akce.

Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Moderní kongresové prostory s aktuální audiovizuální technikou▪ Dostupnost z mezinárodního letiště v Praze▪ Široká nabídka sportovních atraktivit a možností doplňkového programu v přírodní scénérii CHKO Kokořínsko – Máchův kraj▪ Možnost vyhlídkové plavby▪ Vyhlášené gastronomické podniky (vinařství, pivovar Lobeč)	<ul style="list-style-type: none">▪ Provozovatelé konferenčních a kongresových prostor▪ Cyklopůjčovny, půjčovny jiného sportovního vybavení▪ Eventové agentury pořádající konference a kongresy▪ Cateringové služby▪ Dopravci zajišťující kyvadlovou dopravu (Praha – TOMK)

Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Uspořádání kongresu v klidném a atraktivním mimoměstském prostředí▪ Využití turistické nabídky TOMK ve dnech / měsících, kdy je v něm turistů méně (tj. dostatečné kapacity, bez čekání)	<ul style="list-style-type: none">▪ Příslušníci MICE turismu▪ Kongresová, konferenční a firemní klientela

Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů▪ Budování návštěvnické báze – návrat účastníků kongresů ve volném čase▪ Rozmělnění sezónnosti, podpora poskytování služeb cestovního ruchu v méně vytížených měsících a během všedních dní	<ul style="list-style-type: none">▪ Soukromé podniky, firmy, korporáty, obchodní organizace▪ Odborné a profesní svazy▪ Zdravotnický sektor▪ Akademická sféra: univerzity, výzkumná centra, vysoké školy

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Místní speciality, co umí překvapit
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Poznávání destinace skrze rozmanité chutě a vůně
Popis produktu	Produkt staví do popředí fakt, že část území TOMK spadá do úrodné Polabské nížiny, kde se pěstuje řada druhů zeleniny a ovoce které lze po většinu roku využít v místním stravovacím procesu, popř. je možné je využívat při kurzech vaření aj. O kvalitě a rozmanitosti není pochyb, řada z nich drží certifikaci Regionální produkt od Asociace regionálních značek.

Hlavní komponenty (RTB)

Příklady atraktivit:

- Akce spojené s vínem (košť, vinobraní)
- Návštěvy stravovacích zařízení
- Nákupy produktů přímo u producentů / na farmách
- Food festivaly
- Kulinářské workshopy
- Farmářské trhy
- Prohlídka pivovaru, sýrárny, levandulové farmy aj.

Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

- TIC Mělník
- Odborná veřejnost
- Soukromí podnikatelé
- Provozovatelé stravovacího zařízení

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Poznávání kulturního dědictví navštívené oblasti díky smyslovým zážitkům
- Rozvoj kulinářského umění – čím dál tím více oblíbené (volnočasové) aktivity
- Přístup ke kvalitním potravinám a výrobkům

Hlavní segmenty klientely

- Požitkáři
- Poutníci

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů lokálních producentů
- Zvýšení povědomí o kulturním dědictví území
- Distribuce návštěvních toků mimo hlavní sezónu

Hlavní cílové trhy

- Praha a střední Čechy,
- Královehradecký a Pardubický kraj, kraj Vysočina
- zbytek České republiky, jižní Polsko

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.1 – Podpora tvorby produktů cestovního ruchu

Název produktu	Horolezci, horolezkyně, horolezčata
Koordinátor produktu	TO Mělnicko-Kokořínsko
USP produktu	Horolezecké dobrodružství pro každého: rozmanité lezecké cesty vám pomohou objevit krásy TOMK ze zcela jiné perspektivy
Popis produktu	Produkt se obrací na milovníky a případné zájemce o tradiční pískovcové lezení na mnoha různých skalách a různě obtížných cestách na území TOMK. Příležitosti k lezení tu najdou profíci, ale i začátečníci či děti. To vše pod dohledem spolehlivých instruktorů či průvodců.
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)
Příklady atraktivit: <ul style="list-style-type: none">▪ Přírodní atraktivita a především skály vhodné k lezení, mezi nimiž se lze přesouvat buď pěšky nebo na kole▪ Pokličky▪ Hrad Kokořín▪ Rozhledna Vrátnská hora▪ Cyklostezky, pěší stezky, naučné stezky v severní části TOMK▪ Letní rekreace u vody▪ Pivovar Lobeč▪ Pískovcové skulptury Václava Levého	<ul style="list-style-type: none">▪ Půjčovny lezeckého vybavení▪ Školy & instruktoři & průvodci lezení▪ Provozovatelé ubytovacích zařízení▪ Dopravci nabízející kyvadlovou dopravu▪ Odborná veřejnost (Český horolezecký svaz)
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely
<ul style="list-style-type: none">▪ Aktivní odpočinek s rodinou, partnerem/partnerkou či přáteli▪ Možnost vyzkoušet bezpečně nový sport či se v něm zdokonalit▪ Způsob, jak atraktivně doplnit/prodloužit pobyt v destinaci	<ul style="list-style-type: none">▪ Dobrodruzi▪ Poutníci
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy
<ul style="list-style-type: none">▪ Rozvoj sportu využívající přírodní atraktivitu avšak udržitelným způsobem (dohled instruktora, průvodce)▪ Zajištění sezónních pracovních míst v cestovním ruchu	<ul style="list-style-type: none">▪ Praha a střední Čechy,▪ Královohradecký a Pardubický kraj, kraj Vysočina▪ Německé příhraniční oblasti

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.2 – Návrh a realizace návštěvnické karty s benefity pro turisty

Cíle a záměry opatření

- Podpořit a demonstrovat pohostinnost sledovaného území
- Vytvořit systém výhod se zaměřením turisty a motivovat je k prodloužení pobytu
- Propojit městské, turistické, občanské a kulturní záležitosti do jednoho systému
- Zajistit vlastní zdroj dat o toku návštěvníků a využívání služeb pro další rozvoj a zvyšování kvality
- Zefektivnit výběr poplatků z pobytu

Nástroje

- Realizace systému návštěvnické karty
- Rozpočet TO Mělnicko-Kokořínsko, rozpočty partnerů
- Soukromé investice
- Systém motivace pro výběr poplatků z pobytu

Strategie opatření

Implementace benefičního systému/aplikace TO Mělnicko-Kokořínsko má za cíl upřednostňovat ty návštěvníky, resp. turisty, kteří **zůstanou v oblasti delší dobu a/nebo se vracejí opakovaně a tím čerpají více služeb a utrací v oblasti více peněz**. Elektronický systém (aplikace, příp. karta) bude zahrnovat atraktivní výhody, slevy na akce a služby (včetně např. parkování), slevy v restauracích, hotelech a dalších turistických zařízeních. Právě nabídka slev a výhod může návštěvníka stimulovat k prodloužení pobytu. Za vybrané výhody využití systému karet pro destinační společnost a její členy lze považovat zefektivnění výběru poplatků z pobytu, získání vlastních dat o návštěvnících území a v neposlední řadě také posílení partnerství DMO a dalších subjektů s dodavateli služeb a zboží (hotely, restaurace, obchody ap.).

Vzhledem k výši očekávaných nákladů na pořízení i provozování benefičního systému i z důvodu optimálního fungování a efektivního marketingu doporučujeme, aby **TO Mělnicko-Kokořínsko nezřizovala samostatný benefiční systém pro návštěvníky, ale aby se v tomto úsilí spojila s dalšími turistickými oblastmi** – buď na úrovni DMO ze Středočeského kraje, nebo ve spolupráci s DMO, které působí v území na sever od hlavního města.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.1	Koncepčně definovat území spadající pod jeden systém benefiční karty (např. spojit se v realizaci se sousedními DMO)	Ačkoliv je systém turistické karty pro návštěvníky vítaným nástrojem rozvoje cestovního ruchu, doporučuje zpracovatel Strategie nejprve vymezit území působení karty na základě detailní analýzy turistických proudů a na základě ověření zájmu potenciálních partnerů. S potenciálními partnery je třeba vyjednávat o principech a parametrech benefičního systému, který bude akceptovatelný pro všechny participující subjekty.	Okolní DMO, odborná veřejnost, SCCR	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.2 – Návrh a realizace návštěvnické karty s benefity pro turisty

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.2	Příprava a realizace projektu návštěvnické karty, zvolení vhodného řešení, dodavatele, realizace a spuštění systému	<ul style="list-style-type: none"> ➤ provést rešerši příkladů dobré praxe pro inspiraci, ➤ spolupracovat s krajskou centrálou, ➤ sestavit studii proveditelnosti ➤ vypsát výběrové řízení na dodavatele systémů ➤ Provést realizaci technického řešení a spuštění systému 	Obce a města, provozovatelé atraktivit cestovního ruchu, soukromí podnikatelé	Dle jednotlivých záměrů
3.2.3	Vybudování sítě subjektů, které kartu vydávají karty (emitenti) a subjektů, které karty přijímají a poskytují slevy a výhody (akceptanti)	<p>Oslovovat a motivovat subjekty cestovního ruchu k zapojení do systému, prezentovat jim výhody systému</p> <p>Emitenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zajistit jejich prostřednictvím distribuci karty turistům i výletníkům (např. přes hotely, TIC, zámky, a další subjekty) <p>Akceptanti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nastavit úroveň slev a výhod pro různé cílové skupiny (místní, výletníky, turisty) 	Odborná veřejnost, SCCR, Středočeský kraj	V rámci stávajícího rozpočtu
3.2.4	Realizovat marketingovou kampaň komunikující existenci a výhody návštěvnické karty	Cílem tohoto opatření je dostat informace o existenci karty a především o jejích výhodách pro držitele do povědomí potenciálních návštěvníků seriálem několika marketingových kampaní a ucelené marketingové komunikace.	Komunikační agentury	100 tis. až 200 tis. Kč

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

**Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je
k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku**

Priorita 3.3 – Vytvoření a naplnění marketingové a komunikační strategie

Cíle a záměry opatření

- Nastavit kvalitní marketingovou komunikaci
- Sestavit jasnou a rozpoznatelnou komunikaci směrem k návštěvníkům
- Komunikovat jednotně brand TOMK a klíčová témata oblasti

Nástroje

- Zpracovaný a každoročně aktualizovaný marketingový plán
- Rozpočet TO Mělnicko-Kokořínsko

Strategie opatření

Silná značka Mělnicko-Kokořínska může pomoci vytvořit jednotný a atraktivní obraz destinace, což může vést ke zvýšení povědomí o destinaci a vytvoření pozitivních asociací u turistů. Pomůže rozpoznat a uvěřit USP a RTB u jednotlivých produktů. Jasně, transparentně a konzistentně předává informace potenciálním návštěvníkům o atraktivitách, službách a možnostech trávení volného času v destinaci / na území TO Mělnicko-Kokořínsko. Efektivní marketingová strategie samozřejmě také pomáhá vystoupit z řady a konkurovat dalším destinacím v regionu i mimo něj.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.1	Průběžně vypracovávat a následně realizovat roční marketingový plán, propagovat oblast a rozvíjet značku Mělnicko-Kokořínsko	<ul style="list-style-type: none">➤ Pravidelně, ideálně na roční bázi, připravovat marketingový plán, který definuje seznam marketingových aktivit na následující období<ul style="list-style-type: none">➤ v propagaci oblasti,➤ V propagaci produktů cestovního ruchu,➤ v rozvoji značky Mělnicko-Kokořínsko➤ v další komunikaci směrem k návštěvníkům, místním obyvatelům i dalším aktérům cestovního ruchu.➤ Součástí marketingového plánu je i rozpočet pro marketingové aktivity➤ Realizovat schválený marketingový plán➤ Pravidelně vyhodnocovat naplnění marketingového plánu	Komunikační agentura, odborná veřejnost, SCCR	200 -1 000 tis. Kč dle rozsahu plánovaných marketingových aktivit

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Priorita 3.3 – Vytvoření a naplnění marketingové a komunikační strategie

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.2	Navrhnout a otestovat monitoring, sběr dat, zpětné vazby a vyhodnocení marketingových aktivit	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tento bod úzce souvisí s Prioritou 2.3, avšak jeho orientace je výhradně naměřeni výsledků / výstupů / efektivity výdajů vložených do marketingové komunikace ➤ Metriky a KPI (např. PNO) je potřeba nastavit ve spolupráci s komunikační agenturou realizující kampaně 	Obce a města, provozovatelé atraktivit cestovního ruchu, soukromí podnikatelé	Dle jednotlivých záměrů
3.3.3	Pravidelně komponovat aktuální kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Průběžně realizovat brandové kampaně, tedy komunikovat obecně území a značku TO Mělnicko-Kokořínsko ➤ Alespoň 1x ročně realizovat marketingovou kampaň na konkrétní téma (advent, vinařství, příroda) či vybraný produkt cestovního ruchu ➤ Marketingově podporovat celoroční turismus v oblasti, akce mimo hlavní sezónu... 	Komunikační agentury, odborná veřejnost, SCCR, Středočeský kraj	Max. 150 tis Kč za 1 kampaň
3.3.4	Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů, info-materiálů, map...	TOMK může aktivně komunikovat s místními producenty a řemeslníky, aby je motivovala a povzbudila k zapojení do destinačního marketingu. Mohou se zapojit do tvorby propagačních a informačních materiálů a vyrábět jedinečné suvenýry. Další možností je pořádání workshopů, dílen a jiných aktivit s možností zapojení návštěvníků.	Lokální umělci, provozovatelé tradičních řemesel, producenti lokálních potravin a výrobků	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 3

DRAFT 17.4. 2024

Rozvíjet principy destinačního marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu na Mělnicku-Kokořínsku

Strategický cíl 3 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2023)	2025	2027	2030	Zdroj pro měření
Počet produktů cestovního ruchu	Sestavit, pravidelně aktualizovat a rozvíjet portfolio produktů cestovního ruchu s ohledem na udržitelnost a vyváženost příjezdů návštěvníků		Alespoň 1x ročně ověřit aktuálnost a zájem o produkty	Alespoň 1x ročně ověřit aktuálnost a zájem o produkty	Vlastní evidence
Počet subjektů zapojených do systému produktů cestovního ruchu	Uspořádat alespoň 1x ročně moderovanou debatu s provozovateli cestovního ruchu a obyvateli či zástupci různých občanských sdružení, spolků na téma destinačních produktů s cílem motivovat subjekty k zapojení.				Vlastní evidence
Implementace návštěvnické karty	Dlouhodobý projekt - iniciace, příprava a realizace systému návštěvnického benefitního systému				Vlastní evidence
Počet zapojených partnerů do návštěvnické karty	×	×	×	Vyšší hodnota	Vlastní evidence
Počet vydaných návštěvnických karet	×	×	×	Vyšší hodnota	Vlastní evidence
Počet realizovaných marketingových kampaní	0 až 1	1 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence
Počet dotazníkových šetření (návštěvníci, místní obyvatelé)	0 až 1	1 ročně	1x / 2 roky	1x / 2 roky	Vlastní evidence

Rámcový harmonogram naplňování strategie

Rámcový harmonogram naplňování strategie

Zde je uveden rámcový harmonogram naplňování strategie, jednotlivých opatření s přehledem všech aktivit Strategie.

XXX intenzivní projektová činnost
X dlouhodobá průběžná aktivita

Skupina	číslo	Název opatření	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Zkvalitnění nabídky služeb CR	1.1.1	Iniciovat spolupráci mezi obcemi a soukromými podnikateli s cílem rozvoje služeb v oblasti cestovního ruchu		XXX	XXX	X	X	X	X
	1.1.2	Analyzovat nabídku ubytovacích kapacit (HUZ, IUZ)		XXX	XXX				
	1.1.3	Koordinovat provozovatele kempů a středisek u vodních ploch k zaměření na určitou klientelu				XXX			
	1.1.4	Podporovat lokální výrobce, tradiční řemesla, méně exponované cíle			X	X	X	X	X
Cyklistika jako hlavní determinant rozvoje	1.2.1	Iniciovat rozvoj a budování cyklostezek, podpora bezpečnosti provozu na cyklotrasách	X	X	X	X	X	X	X
	1.2.2	Motivovat obce a soukromé podnikatele k vytváření podpůrné infrastruktury pro rozvoj cykloturistiky	X	X	X	X	X	X	X
	1.2.3	Definovat koncepci pro rozvoj terénních cyklo stezek / single trails				XXX			
	1.2.4	Vyhledávat dotační programy a jiné zdroje financování pro rozvoj cykloturistiky		X	X	X	X	X	X
Rozvoj infrastruktury a přístupnosti CR	1.3.1	Iniciovat a koordinovat systém parkování a odstavných ploch		XXX	XXX	X	X	X	X
	1.3.2	Koordinovat, podporovat a propagovat napojení oblasti na systém veřejné dopravy			X	X	X	X	X
	1.3.3	Koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy			X	X	X	X	X
	1.3.4	Koordinovat a podporovat péči o infrastrukturu na významných místech	X	X	X	X	X	X	X
Vytváření podmínek pro rozmělnění sezónnosti	1.4.1	Podporovat akce a atraktivitu, které poskytují nabídku a cílí výhradně mimo hlavní sezónu		XXX	XXX	X	X	X	X
	1.4.2	Informovat, šířit osvětu o přínosech snížení sezónnosti a motivovat k celoročnímu provozu	X	X	X	X	X	X	X
	1.4.3	Iniciovat zkvalitňování sítě veřejné dopravy po celý rok		XXX	X	X	X	X	X
	1.4.4	Iniciovat, organizovat či spolupracovat na odborných cyklo akcích vhodných do mimosezóny					XXX	XXX	X
Systém řízení DMO na partnerském principu	2.1.1	Rozvíjet organizaci, aby byl dlouhodobě nastaven efektivní, spravedlivý a důstojný způsob rozhodování				XXX	XXX	X	X
	2.1.2	Nastavit systém řízení tak, aby mohla DMO efektivně uplatňovat svůj vliv na rozvoj cestovního ruchu			X	X	X	X	X
	2.1.3	Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do destinační spolupráce, systém pravidelného setkávání		XXX	XXX	X	X	X	X
Nastavit efektivní způsob financování destinační spolupráce	2.2.1	Zavést systém finančních příspěvků (základní, mimořádné, projektové) jako zdroj financování		XXX	XXX	X	X	X	X
	2.2.2	Zvýšit význam výsledků vlastní hospodářské činnosti financování činnosti destinační společnosti			XXX	X	X	X	X
	2.2.3	Zvýšení efektivity využívání dotačních prostředků, aktivně dotační programy vyhledávat	X	XXX	X	X	X	X	X
Řídit organizaci na základě dat, spolupráce s partnery	2.3.1	Systém sběru dat o cestovním ruchu zapojením různých technologií			XXX	XXX	X	X	X
	2.3.2	Zavést systém využití sesbíraných dat o cestovním ruchu při rozhodování na úrovni DMO a obcí			XXX	XXX	X	X	X
	2.3.3	Efektivní spolupráce se sousedními DMO, sdílení informací o společných aktivitách a projektech	X	X	X	X	X	X	X
	2.3.4	Prohloubit efektivní spolupráci s SCCR a sdílet informace o společných aktivitách a projektech	X	X	X	X	X	X	X
Podpora tvorby produktů cestovního ruchu	3.1.1	Vytvořit strategii tvorby a koordinace produktové nabídky	XXX	XXX					
	3.1.2	Iniciovat, podporovat a spolupracovat na vzniku nových produktů cestovního ruchu	X	X	X	X	X	X	X
	3.1.3	Produktové portfolio koordinovat, udržovat a rozvíjet	X	X	X	X	X	X	X
Návrh a realizace návštěvnické karty s benefity pro turisty	3.2.1	Koncepčně definovat území spadající pod jeden systém benefiční karty		XXX					
	3.2.2	Příprava a realizace projektu návštěvnické karty - zvolení vhodného řešení, dodavatele, realizace			XXX	X	X	X	X
	3.2.3	Vybudování sítě subjektů, které kartu vydávat (emitenti) a přijímat (akceptanti)			XXX	X	X	X	X
	3.2.4	Realizovat marketingovou kampaň komunikující existenci a výhody návštěvnické karty			XXX	X	X	X	X
Vytvoření a naplnění marketingové a komunikační strategie	3.3.1	Vypracovat, realizovat a vyhodnocovat pravidelný roční marketingový plán		XXX	X	X	X	X	X
	3.3.2	Navrhnout a otestovat monitoring, sběr dat, zpětné vazby a vyhodnocení marketingových aktivit				XXX	X	X	X
	3.3.3	Pravidelně komponovat aktuální kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.4	Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do destinačního marketingu		X	X	X	X	X	X

Implementační část

Proces naplňování a vyhodnocování strategie

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Strategie

Pro dosažení stanovených opatření bude Strategie průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována. Monitoring Strategie je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Strategie a její případná aktualizace je prováděna minimálně v polovině a na konci období.

		Garant aktivity / projektu	Předseda/předsedkyně TOMK (koordinátor/ka)	Správní rada TOMK (gestor)
Průběžné vyhodnocení a monitoring	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění Strategie	Projednává a schvaluje
Komplexní vyhodnocení a aktualizace	V polovině období (2027)	Připravuje podklady	Připravuje zprávu a návrh aktualizace	Projednává a schvaluje
Závěrečné vyhodnocení	Po uplynutí období (konec 2030)	Připravuje podklady	Připravuje závěrečnou zprávu o naplnění Strategie	Projednává a schvaluje

Vyhodnocování Strategie je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Strategie. Ve Strategii jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

Indikátory globálních cílů	Měří celkovou účinnost Strategie. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu i na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.
Indikátory pro jednotlivé strategické cíle	Měří výsledky na úrovni aktivit, které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivá opatření realizována tak, jak byly naplánovány. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Strategie.

Jak vyhodnocovat indikátory?

Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací. Pro každý indikátor uvedený v této Strategii je proto nutné sledovat relevantní data.

S blížícím se koncem období, pro který je strategie připravena, je vhodné zahájit přípravu Strategie nové, tak aby na sebe mohly Strategie navazovat a pokračoval dlouhodobý komplexní přístup k rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti.

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Strategie

Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Strategie**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Strategie.

Tato zpráva je předkládána gestorovi Strategie, tzn. Správní radě organizace Turistická oblast Mělnicko-Kokořínsko, z.s.

Pro vyhodnocení Strategie je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

Šablona pro vyhodnocení Strategie

Příklad: 2.1 - Podporovat spolupráci všech aktérů CR

Název typové aktivity	Garant aktivity	Způsob naplnění / Vyhodnocení	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

Akční plán

Zatímco strategický dokument definuje dlouhodobé cíle, vizi, mise a priority, akční plán je **konkrétní a podrobný seznam kroků, aktivit a iniciativ, které je třeba provést, aby se těchto cílů dosáhlo**. Je zpravidla vyhotoven na kratší časové období a je průběžně vyhodnocován.

- Pokud jsou skutečné výsledky odlišné od očekávaných, analyzujte příčiny. Zjistěte, co funguje, co nefunguje a proč.
- Na základě analýzy odchylek navrhnete doporučení pro zlepšení. Pokud je to nutné, upravte akční plán nebo způsob realizace.
- Minimálně jednou ročně prověřte celý akční plán, abyste zjistili, zda stále odráží vaše prioritní cíle, aktuální realitu a výzvy.
- S blížícím se koncem období, na který je nastavený akční plán, vytvořte akční plán v souladu s aktuální podobou strategie a stavu naplněnosti předcházejícího akčního plánu, aby stanovené cíle byly realizovatelné a přitom vedly k naplnění cílů Strategie.

Akční plán

Akční plán je vypracován v samostatném dokumentu.

Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz



Poznámka:

Práci na studii jsme započali v září 2023 a ukončena v dubnu 2024. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databází a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.