

Plán činnosti Krkonoše – svazek měst a obcí v roce 2022 (schválen Radou svazku dne 26. 11. 2021, Valnou hromadou 17. 12. 2021)

Posláním Krkonoše – svazek měst a obcí je realizace aktivit v oblasti regionálního rozvoje území a dále vykonávání funkce oblastní destinační společnosti pro turistickou oblast Krkonoše. V období roku 2022 se bude Svazek soustředit především na následující aktivity:

A) OBLAST REGIONÁLNÍHO ROZVOJE

Realizace Integrované strategie rozvoje regionu Krkonoše (dle schválené aktualizace z roku 2021), koordinace aktivit všech významných aktérů, kteří se na ni podílejí.

- 1) POSTUPNÁ REALIZACE PRIORITNÍCH PROJEKTŮ DLE AKČNÍHO PLÁNU ISRRK PRO OBDOBÍ 2021-2022
 - a. Řídící skupina - forma přímého jednání, porady s kompetentními veřejnými institucemi, podnikatelským sektorem a s dalšími partnery,
 - b. pokračování v činnosti pracovních skupin pro dané projekty (železniční doprava; cestovní ruch).
- 2) CYKLODOPRAVA - V souladu se strategiemi KHK a LK, obcemi a malými svazky napomáhat řešit budování cyklostezek v regionu.
- 3) DOPRAVA
 - a. Železniční trať 042 Martinice v Krkonoších – Rokytnice nad Jizerou
 - b. Řešení dopravy regionu Krkonoše (včetně území národního parku)
- 4) SPOLUPRÁCE SE SPRÁVOU KRNP
- 5) PROJEKTY ZAMĚŘENÉ NA ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

B) OBLAST CESTOVNÍHO RUCHU – Krkonoše - svazek měst a obcí je certifikovanou oblastní destinační společností pro turistickou oblast Krkonoše (DMO Krkonoše)

Z pozice oblastní destinační společnosti realizace aktivit destinačního managementu a marketingu vedoucích k rozvoji prioritních projektů na podporu cestovního ruchu zaměřených na propagaci krkonošského regionu, podporu dlouhodobých celokrkonoských projektů, podporu rovnoměrnějšího rozložení návštěvníků v průběhu celého roku na celém území regionu Krkonoše, nejen v jeho horské, ale i podhorské části, a to v souladu se Strategií rozvoje cestovního ruchu v regionu Krkonoše na léta 2015-2025 s cílem propagovat značku „**Krkonoše – jedinečné navenek, přátelské uvnitř**“.

- 1) CELOKRKONOŠKÉ PROJEKTY

a. Krkonoše – lyžařský běžecký ráj

- destinační management
 - a. financování úpravy běžeckých tratí prostřednictvím dotačních titulů Královéhradeckého a Libereckého kraje,
 - b. koordinace upravovatelů (příprava a vyhodnocení sezóny, řešení stížností, provozní záležitosti),
- destinační marketing – print (materiál zaměřený na zimní aktivity), komunikační kanály DMO Krkonoše

b. Krkonošské cyklobusy

- destinační management
 - a. zajištění provozu v sezóně 2022,
 - b. rozsah DO ve spolupráci s kraji,
- destinační marketing – komunikační kanály DMO Krkonoše, ve spolupráci CCR KHK koordinace propagace (náhrada za zrušený dotančí titul)

c. Pohádkové Krkonoše

- destinační management
 - a. program pro MŠ, první stupeň ZŠ,
 - b. propojení podnikatelů
- destinační marketing – komunikační kanály DMO Krkonoše, pokračování hry

d. Neznámé Krkonoše

- destinační marketing
 - a. komunikační kanály DMO Krkonoše
 - b. edukace – národní park, tradice, obyvatelé – moderní metodou přiblížit náš region mladší skupině návštěvníků

e. Krkonošská pivní stezka

- destinační management
 - a. DMO Krkonoše je partnerem – žádost dotační titul LK,
 - b. rozvoj produktu (nabídka pro firmy)
- destinační marketing – komunikační kanály DMO Krkonoše a samotného produktu

f. Pojizerský Pacifik

- destinační management
 - a. koordinace rozvoje produktu - spolupráce obce, Železniční spolek Martinice (definice CS,...)
 - b. realizace jízd historických ,
 - c. doprovodný program
- destinační marketing
 - a. tvorba hry
 - b. komunikační kanály DMO Krkonoše

2) STATISTICKÉ SLEDOVÁNÍ VÝVOJE NÁVŠTĚVNOSTI DESTINACE

a. Informační centra

- Ve spolupráci s IC pokračovat ve sledování návštěvnosti dle jednotlivých měsíců, rozdělení na rezidenty/nerezidenty, zahraniční návštěvníky.

b. Turistické cíle, sčítače Správy KRNAP

- Data o návštěvnosti uvádět do Marketingového informačního systému MIS spravovaného agenturou CzechTourism,
- zpracovat data ze sčítačů Správy KRNAP, sledovat srovnatelná data (červen – říjen) a doplnit do návštěvnosti turistických cílů.

c. Český statistický úřad

- Kapacita, obsazenost HUZ a TOP 10 destinací nerezidentů za turistickou oblast Krkonoše,
- TOP 10 nerezidentů a počet přenocování v konkrétních obcích.

d. Behaviorální výzkum

- Realizace behaviorálního výzkumu, audit značky „KRKONOŠE“ s cílem zjistit pozitivní a negativní emoce (asociace, emoce, rychlé volby) - zimní období

e. Definování cílových skupin celokrkonoských projektů

f. Využívání analytických systémů

- GAS
- Google analytics

3) KOORDINACE ČINNOSTI INFORMAČNÍCH CENTER REGIONU KRKONOŠE

a. Marketingové porady

- Projednání plánovaných aktivit svazku,
- novinky z regionu, novinky z ATIC a CzT, vzájemné doporučení při řešení problémů, výměna prezentačních materiálů,
- seznámení s turistickou nabídkou dalších míst destinace.

b. Vzdělávání

- Organizace jednoho až dvou školení dle preferencí IC a partnerů

c. Distribuce materiálů

- Zajistit distribuci aktuálních propagačních a informačních materiálů na všechna spolupracující informační centra v Krkonoších (více než 20) a další informační centra Správy KRNAP, Podkrkonoší, Českého ráje a blízkých regionů.

d. Spolupráce na aktivitách destinačního marketingu

- Celoroční kalendář akcí, TOP akce,
- spolupráce při organizaci tripů, ediční činnost,
- novinky z území, newslettery,
- vzájemné aktivní využívání vytvořených nástrojů (označování soc. sítě, videa, print, ...)

4) KOORDINAČNÍ AKTIVITY SVAZKU

Cílem je zajistit soustavnou vzájemnou informovanost, koordinaci, spolupráci se zástupci:

- obcí,
- podnikatelů v oblasti cestovního ruchu – prostřednictvím Fondu cestovního ruchu; síťování v rámci produktů,
- odborných asociací (AHS, AHR, Fórum cestovního ruchu, STOCR),
- sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, touristboardy v destinaci (Mikroregion Tanvaldsko, Jilemnicko svazek obcí, Svazek obcí Horní Labe, Svazek obcí Východní Krkonoše, Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu v Harrachově, Rokytnici nad Jizerou, Benecku, Peci pod Sněžkou, Tourist board Špindlerův Mlýn, lokální DMO Krajina pod Sněžkou),
- MAS na území destinace,
- výrobci lokálních produktů (např. držitelé značky Krkonošský originální produkt),
- Správy KRNAP,
- Horská služba Krkonoše,
- CzechTourism,
- krajů Královéhradeckého (včetně Centrály CR p.o.) a Libereckého kraje,

Za účelem spolupráce s výše uvedenými subjekty svazek organizuje a účastní se jednání naplňujících 3K platformu:

- Rada svazku – 5x /rok,
- valná hromada svazku – 2x/rok,
- společné jednání s aktéry cestovního ruchu z řad podnikatelů (příprava letní a zimní sezóny, vyhodnocení, - 2x/rok
- Rada Fondu cestovního ruchu – 4x/rok,
- Marketingová setkání IC Krkonoše – 5x/rok,
- Pracovní skupina „Krkonošská pivní stezka“,
- setkání s upravovateli běžeckých tratí v rámci KLBR (Krkonoše – lyžařský běžecký ráj),
- Řídící skupina ISRRK,
- Pracovní skupina „Železniční doprava“,
- MAS Krkonoše – koordinátor Krkonošského originálního produktu,
- setkání oblastních DMO Královéhradeckého kraje, Libereckého kraje,
- pravidelné porady pracovníků svazku.