**Akční plán turistické oblasti Hradecko   
pro rok 2021**

**P L N Ě N Í**

****

****

**Únor 2022**

**Zpracovaly:** Daniela Manďáková, Lucie Popková, Michaela Bělinová

Cíle a priority akčního plánu pro rok 2021 vycházely ze současné velmi obtížné situace v souvislosti s COVID 19. Následky této epidemie jsou právě pro cestovní ruch nedozírné. Snahou DMO bylo zaměřit se na podporu drobných podnikatelů – např. regionálních výrobců, majitelů či provozovatelů turistických cílů – formou marketingové pomoci, informačním servisem spojeným s vyhledáváním podpůrných programů, propagací a prezentací aktualit a zajímavostí nejen v rámci domácího cestovního ruchu, který jednoznačně dle dostupných dat převažoval mezi obyvatelstvem, ale i do zahraničí za pomoci ZZ CzT – především Polska, Německa a Slovenska.

**Marketingové aktivity spolufinancované z dotace KHK – Podpora činnosti DMO na rok 2021:**

Studijní cesta po Hradecku / zaměřená na regionální producenty/, XI-XII 2021, zodp. DMO a dotčení reg. producenti/ zrušena z důvodu nepříznivé covidové situace

Prezentace na veletrzích cestovního ruchu /Polsko, SRN/, V-XI 2021, zodp. DMO

Prezentace v Polsku – Piknik nad Odrou ,Štětín a v SRN – TC Lipsko

Analýza cestovního ruchu na Hradecku / vyhotovení analýzy současného stavu, návrh opatření a příp. aktualizace platné strategie rozvoje TO; zodp. vybraný zhotovitel a DMO/

Vypracován Přehled strategických oblastí, opatření a projektových záměrů rozvoje Hradecka jako společensky odpovědné destinace cestovního ruchu – 2022-2024 Kampaně na sociálních sítích, zkvalitnění webu / 2021, podpora marketingovým aktivitám a spolupracujícím subjektům v TO, zodp. DMO/

Kampaně Hurááá dopřírody, Se lvíčkem Gustíkem v HK a na Hradecku, Regionální producenti, Hradecko – první společensky odpovědná destinace v ČR Překlady textů v rámci použití marketingových nástrojů /2021, zodp. DMO/ Překlad textů o Spol. odp. destinaci do angličtiny

Vzdělávání pracovníků DMO, TIC /2021, ve spolupráci s ATIC ČR, CCRKHK, CzT, vzdělávacími agenturami/

Realizace vzdělávacího workshopu pro DMO, TIC a partnery na Hradecku

Podpora Kampaně Hurááá do přírody /podpora zúčastněných subjektů, vyhodnocení soutěží, ceny pro účastníky/

Vouchery do soutěží na webu hradecko.eu, do TV Nova, inzerce v médiích se zaměřením na cestovní ruch

**Ostatní marketingové aktivity financované ze závazku veřejné služby vůči MMHK, z příspěvků regionálních producentů a partnerů regionální kanceláře MICE na rok 2021:**

Marketingová kampaň Huráááá do přírody / zodp. DMO a spolupracující subjekty, II-X 2021 /podpora DCR, inzerce, FB a Instagramová kampaň, soutěže , vouchery do soutěží

Marketingová kampaň Hradec Králové a Hradecko se lvem Gustíkem / zodp. MMHK, DMO a dotčení partneři, IV-X 2021/ podpora DCR – především cílová skupina rodiny s dětmi a školy, inzerce, sociální sítě, soutěže, propagační předměty

Regionální produkt Hradecko / marketingová a mediální podpora regionálních producentů, vytipování akcí pro případnou účast, další kolo certifikace produktů, informační servis pro regionální producenty, zodp. DMO a dotčení producenti, III-XII 2021/

Salon republiky / sociální sítě – FB a Inst., organizování komentovaných prohlídek s Gočárem a připomenutím Kotěry a Lisky, inzerce; / V-XII 2021zodp. MMHK, MVČ, DMO/

MICE-kongresová a incentivní turistika / účast na svatebních veletrzích, presstrip ve spolupráci s CzT – přesun na podzimní termín, inzerce, sociální sítě a on line podpora, školení, leden-duben 2021,zodp. MICEKHK/

Propagační a prezentační akce a veletrhy / IV-XII 2021, zodp. DMO ve spolupráci s dotčenými partnery; účast ve Štětíně Piknik nad Odrou, TC Lipsku a na Regionech v Lysé nad Labem a celé řadě prezentačních a propagačních akcích v HK a na Hradecku – viz MP 2021/

Inzerce on line a tištěná /I-XII 2021; weby, zodp. DMO a dotčení partneři; sociální sítě – FB, Instagram, weby a média zaměřená na cestovní ruch – viz plnění MP/

Ediční aktivity / I-XII 2021, zodp. DMO a dotčení partneři; síť Adjust Art, Letáky na podporu mediálních a marketingových kampaní, Promomateriály na podporu DCR – viz plnění MP 2021/

Vzdělávání pracovníků DMO a TIC / II-XII 2021; zodp. DMO; odborná a aktuální témata v oblasti CR, komunikace, marketingu; viz plnění MP 2021/

**Turistické produkty na Hradecku**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Název produktu* | **Hradec Králové - Salon republiky** | | |
| *Přínos/obsah produktu* | * Unikátní komplex staveb je prezentován turistům několika způsoby * Podpora rozsahu turistické nabídky v Hradci Králové * Propojení cestovního ruchu na Hradecku s architektonickým skvostem min. národního významu | | |
| *Komponenty/skladba produktu* | * Procházkový okruh Salon republiky * Komentovaná prohlídka Salon republiky a Prohlídka s Josefem Gočárem s připomenutím architektů Kotěry a Lisky při jejich výročí * Noční prohlídka Hradce Králové s překvapením /Gymnázium J. K. Tyla, Školní jídelna, kostel sv. Mikuláše v Jiráskových sadech, Městská hudební síň, Vodní elektrárna Hučák, Bílá věž + nově propojení s ochutnávkou regionálních produktů z Hradecka/ * Propagační materiály k produktu – leták a brožura Salon republiky, leták a brožura kostel sv. Mikuláše, leták Bílá věž, pracovní sešit Hravě s Gočárem, leták Josef Gočár a Hradec Králové | | |
| *Komunikační témata – hodnota pro návštěvníka* | * Hradec Králové – město s unikátní prvorepublikovou architekturou – Salon republiky * Hradec Králové – učebnice architektury pod širým nebem * Návaznost na národní produkt agentury CzT pro rok 2019 – Regionální města, Praha | S*polupráce na stanovení a rozvoji produktu* | * DMO Hradecko * Statutární město Hradec Králové * Objekty a stavby Salonu republiky (Např. Muzeum východních Čech) * ZŠ Josefa Gočára * Klub konkretistů |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Název produktu* | **Regionální produkt Hradecko** | | |
| *Přínos/obsah produktu* | * Propojuje téma unikátních výrobků z Hradecka s podporou cestovního ruchu na Hradecku * Podpora místních výrobců a producentů regionálních produktů * Podpora vnímaní vlastní identity a návratu ke kořenům * Posiluje nabídku gastroakcí na území Hradecka | | |
| *Komponenty/skladba produktu* | * Katalog regionálních produktů * Leták regionálních produktů * Web – aktualizace stávajícího webu [www.hradecko.eu](http://www.hradecko.eu) a záložky Regionální produkt Hradecko * Propagace v regionálním tisku a na sociálních sítích * Festival regionálních produktů na Hradecku – červenec 2021 * Soutěž na FB na podporu povědomí o regionálních produktech Hradecka | | |
| *Komunikační témata – hodnota pro návštěvníka* | * Hradecko – turistická oblast s tradicemi a příběhem * Gastronomické a řemeslnické akce * Návaznost na národní produkt CCR KHK a agentury CzT - Tradice, nehmotné dědictví a regionální produkty | *Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu* | * DMO Hradecko * MAS Hradecký venkov, Společná Cidlina a Nad Orlicí * Statutární město Hradec Králové * Výrobci regionálních produktů na území Hradecka |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Název produktu* | **Se lvem Gustíkem v Hradci Králové a na Hradecku** | | |
| *Přínos/obsah produktu* | * Ucelený turistický produkt pro cílové skupiny rodiny s dětmi a MŠ a ZŠ * Podpora navýšení turistické nabídky v Hradci Králové a okolí * Podpora domácího cestovního ruchu | | |
| *Komponenty/skladba produktu* | * Vytipování spolupracujících subjektů z nabídky cestovního ruchu v Hradci Králové a na Hradecku * Propagační materiály k produktu – leták s uvedenými partnery, kteří jsou do projektu zapojeni, vytištění samolepek, které obdrží účastník za návštěvu cíle, trhací mapy Hradce Králové a Hradecka s vyznačením polohy spolupracujících partnerů, web gustik.cz, kampaň na FB | | |
| *Komunikační témata – hodnota pro návštěvníka* | * Poznávání zajímavých turistických cílů v Hradci Králové a na Hradecku | S*polupráce na stanovení a rozvoji produktu* | * DMO Hradecko * Statutární město Hradec Králové * Turistické cíle v Hradci Králové a na Hradecku * TIC Hradec |