



Implementační část Strategie

Výchozí akční plán (projekty)

Metodika a způsob implementace Strategie

V této části je stanoven výchozí rámcový návrh implementace Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova do roku 2022. Navržené aktivity/projekty byly rozpracovány prostřednictvím projektových karet. Projektové karty slouží jako výchozí podklad pro konkretizaci zadání projektů. Na jejich základě mohou odpovědné subjekty za implementaci Strategie rozhodnout o jejich realizaci. Výsledkem implementační části Strategie je výchozí Akční plán, který definuje časové a věcné priority pro roky 2018-2020.

Metodika implementace Strategie - projektové karty/akční plán

- Jsou definovány na základě principů projektového řízení.
- Obsahují důvody/východiska realizace projektu včetně předpokládaných přínosů.
- Stanovují cíl projektového záměru a vazbu/vazby na definované opatření ve Strategii (vybrané projekty mohou naplňovat více opatření ve Strategii).
- Rámcově je navržen způsob realizace projektu a možný způsob řešení.
- Stanoven je termín, rozpočet, indikátory ve formě metrik a odpovědnosti za plnění navrženého projektu).
- Výsledkem je Akční plán implementace Strategie definují časové a věcné priority na roční období - součástí strategie je návrh Akčního plánu na rok 2018-2020.
- Součástí Akčního plánu jsou podklady pro zpracování Marketingového plánu na příslušný rok.

Odpovědnost za realizaci Strategie – spolupráce na implementaci Strategie

- Hlavní nositelem Strategie je nově vytvořená DMO ČK. Odpovědnost za způsob realizace Strategie je v kompetenci ředitele DMO.
- Do doby vytvoření DMO ČK je za realizaci strategie odpovědný Českokrumlovský rozvojový fond ve spolupráci s městem Český Krumlov a Sdružením podnikatelů cestovního ruchu v Českém Krumlově.

Způsob vyhodnocování strategie

- Vyhodnocování strategie probíhá jednou ročně ve formě hodnotící zprávy, ve které jsou vyhodnocena stanovená opatření/aktivity/projekty prostřednictvím indikátorů (nejlépe na konci kalendářního roku).
- Součástí procesu hodnocení implementace je provedení aktualizace Akčního a marketingové plánu na další rok činnosti.
- Vyhodnocení strategie a návrh Akčního a Marketingového plánu schvaluje Předsednictvo DMO a jejich resumé (východiska) Členská schůzce DMO.

Jak je uplatněno projektové řízení v rámci implementace Strategie?

- Vždy je definovaný cíl – vazba na aktivitu/ opatření Strategie
- Stanovená odpovědnost (nositelé projektu) – hlavní realizátor projektu a spolupracující subjekt
- Stanoven rámcový finanční rozpočet projektu
- Definovány indikátory ve formě metrik s vazbou na monitoring Strategie

Formy možné spolupráce na realizaci Strategie:

- Stanovení projektových týmů s odpovědností za realizaci projektů
- Vytváření pracovní skupin k vybraným problémům strategie
- Konference, semináře na vybraná témata
- Outsourcing vybraných aktivit Strategie (projektový management, externí služby, PR agentura pro realizaci marketingových aktivit atd.)
- Využití možností spolupráce s JCCR a CzechTourism

Projektová karta

Stanovení pravidel a metodických pokynů
za účelem kultivace nabídky v Českém Krumlově

Vazba na opatření:
1.1

Východiska

Pro potřeby vytváření nabídky cestovního ruchu musí být **mimořádné kulturní a historické hodnoty města využívány odpovědným způsobem pouze v souladu se stanovenými pravidly**. Koncepční rámec pro péči o kulturní dědictví je součástí **Management plánu historického centra města ČK**. V současné době dochází k nerespektování pravidel v oblasti památkové péče, nevhodnému využívání nebo ovlivňování veřejného prostoru (nedovolená reklama, konání veřejných akcí, podoba restauračních zahrádek), **kteří má negativní vliv na autenticitu a atraktivitu města pro návštěvníky**. Jednoznačně stanovená pravidla a předvídatelné rozhodování dotčených orgánů tak významně přispějí ke kultivaci nabídky cestovního ruchu.

Cíl: Kultivace nabídky prostřednictvím aktivního přístupu města

Způsob realizace

Realizace musí být založena především na naplňování **Management plánu historického centra města ČK**.

Vhodným řešením je např. vznik „**Příručky vlastníka kulturní památky v Českém Krumlově**“ a rozšířit je na oblasti zaměřené na využívání veřejného prostoru města (veřejných ploch - náplavka, řeka), podoby restauračních zahrádek v historickém centru, způsobu firemního označení a používání reklamních a informačních zařízení. **Výsledkem může být manuál využívání veřejného prostoru nebo další samostatné příručky pro tyto oblasti**, které vhodně doplní stávající pravidla města (např. tržní řád).

Součástí projektu by měla být také **realizace seminářů pro odbornou veřejnost, vlastníky nemovitostí v historickém centru města a aktivní účast zástupců města na profesních setkání podnikatelů v cestovním ruchu**. Aktivní roli v podpoře kultivace nabídky musí sehrávat nově vytvořená DMO ČK a rezidenti města.

Základní principy

- Předvídatelné rozhodování a kvalitní informační servis
- Snaha najít akceptovatelné řešení mezi zájmy památkové péče/města a zájmy podnikatelů/vlastníků
- Aktivní přístup ze strany veřejného sektoru (město, orgány památkové péče)
- Využívání motivace a vhodných příkladů dobré praxe
- Transparentní a důsledné využívání sankcí včetně aktivní kontrolní činnosti

Příklady táhnou

Citlivý přístup ze strany různých subjektů ke kulturním a historickým hodnotám města je během na dlouhou trať, a proto je vhodné využívat motivační nástroje.

Vhodným nástrojem může být **vytvoření soutěží zaměřených na provozovatele maloobchodních provozů nebo realizátory akcí** (např. nejlepší parter obchodu, nejzdařilejší proměna nebo využití objektu/akce atd.). **Akce je nutné dobře zpropagovat a úspěšné účastníky odměnit** (odpuštění místních poplatků, daně z nemovitosti, snížení nájmu, propagace zdarma atd.)

Indikátory

- Počet vydaných příruček, metodických postupů, realizovaných seminářů

Odpovědnost:

Město Český Krumlov, NPÚ, DMO
Českokrumlovsko

Rozpočet:

50 – 100 tis dle dílčího projektu

Termín:

Průběžně ve sledovaném období

Projektová karta

Inovace systému řízení cestovního ruchu v Českém Krumlově – založení nové DMO ČR

Vazba na opatření:
2.1

Východiska

Výkon činnosti destinačního managementu zajišťuje město Českým Krumlov prostřednictvím úseku ČRKF „Český Krumlov Tourism“ jako **kvalitní základní servis částečně financovaný z příjmů cestovního ruchu**. Český Krumlov Tourism dále spolupracuje s profesní a odbornou veřejností za účelem zvýšení účinnosti realizovaných aktivit cestovního ruchu. **Tento model řízení již dále neumožňuje prohloubení spolupráce s podnikatelským a neziskovým sektorem včetně jejího rozšíření za hranice města.** Založením organizace destinačního managementu však budou vytvořeny podmínky pro partnerství založené na vzájemné důvěře zapojených subjektů, které umožní řešit aktuální problémy destinace a pracovat na jejím dalším rozvoji.

Cíl: K začátku roku 2018 založit a zahájit činnost nové DMO v Českém Krumlově a blízkém okolí za účelem implementace principů destinačního managementu na Českokrumlovsku

Způsob realizace (Strategie vytvoření DMO)

Předmětem projektu je **založení nové DMO s pracovním názvem DMO ČR**, jehož hlavními iniciátory budou město Český Krumlov, ČRKF, Sdružení cestovního ruchu a vybrané obce v okolí města, které je vhodné přesvědčit o výhodnosti spolupráce na projektu. Založením DMO by měly být **splněny podmínky pro vznik DMO ze strany Jihočeského kraje definované v Manuálu turistické oblasti** z důvodu získání zdrojů na financování projektu z krajských a v budoucnu i národních zdrojů. Připravit je vhodné se rovněž na nové **Standards pro činnost DMO**, které vznikají na národní úrovni.

Vhodnou **právní formou pro založení DMO je Spolek dle zákona č. 89/2012 Sb., neboť nejlépe z dostupných právních forem odpovídá požadavkům na funkční DMO.** Ve stanovách musí být nastavena **organizační struktura, způsob rozhodování a jejího financování.** DMO by měla převít vybraný základní servis poskytovaný Český Krumlov Tourism, dále jej zkvalitnit a rozšířit o nové rozvojové projekty cestovního ruchu. Podmínkou je **zachování akceschopnosti rozhodování společnosti, které musí vycházet z jasných pravidel řízení a financování.** Členství musí být nastaveno jako motivační. DMO také musí aktivně komunikovat s občanskou společností města.

Hlavní důvody vzniku DMO:

- Zvyšovat konkurenceschopnost Českokrumlovska
- Vytvořit platformu pro řízení a rozhodování v oblasti cestovního ruchu
- Efektivně řešit současné problémy cestovního ruchu v Českém Krumlově
- Umožnit realizaci stanovené strategie cestovního ruchu
- Zvýšit účinnost marketingové strategie
- Zastupovat, prosazovat a hájit zájmy členů

Navrhovaný účel činnosti

Sdružovat obce, zájmové spolky a podnikající právnické a fyzické osoby, mající provozovnu, sídlo či trvalý pobyt v oblasti Českokrumlovska, které mají zájem na rozvoji cestovního ruchu

Indikátory

Počet zapojených obcí
Počet zapojených subjektů

Odpovědnost:

Město Český Krumlov, ČRKF,
Sdružení CR, obce v okolí

Rozpočet:

300 000,- pro rok 2017 (přípravné práce)

Termín:

Do 1/2018

Praktické přínosy založení DMO v Českém Krumlově

Vytvořená DMO v Českém Krumlově by měla respektovat principy destinačního managementu. Vznik takové organizace je řešením, jak **eliminovat současné problémy cestovního ruchu Českého Krumlova a dobře se připravit na zostřující se konkurenční prostředí a stále náročnější požadavky návštěvníků**. Zahraniční zkušenosti a dosavadní praxe prokázaly, že prostřednictvím realizace destinačního managementu, který propojuje **zájmy veřejného, privátního a neziskového sektoru** se zefektivňuje řízení nabídky a poptávky v příslušné turistické destinaci. Z hlediska vzniku DMO je vhodné uvažovat o založení lokální nebo oblastní destinační společnosti. Z hlediska dlouhodobých cílů naplňování strategie je vhodné spíše uvažovat o organizaci, která zastřeší širší okolí Českého Krumlova.

Proč již nestačí stávající organizační uspořádání turismu v Českém Krumlově?

Vytváření nabídky cestovního ruchu (atraktivita, produkty) jsou v Českém Krumlově především věcí soukromého sektoru, případně jiných organizací s nízkým vlivem města (NPÚ - Hrad a Zámek). Naproti tomu město Český Krumlov je prostřednictvím ČKRF hlavním spoluvůdcem PR, image města a jedním z hlavních nositelů marketingové a komunikační strategie.

I přes dosavadní společnou snahu zůstávají tyto klíčové činnosti cestovního ruchu oddělené s nedostatečnou mírou vzájemné spolupráce. Založením DMO ČR tak dojde k vytvoření institucionálního prostředí, ve které budou tyto aktivity rozvíjeny v rámci jedné platformy - tedy mnohem efektivněji pro obě strany.

Základní úkoly DMO ČR

- Tvorba a implementace Strategie rozvoje cestovního ruchu Českokrumlovska (tvorba akčních plánů)
- Podpora prodeje nabídky cestovního ruchu v souladu měnicími se podmínkami na trhu
- Uskutečňování marketingových aktivit v souladu s Marketingovou a komunikační strategií (Marketingovým plánem na dané období)
- Platforma pro spolupráci s okolními destinacemi zejména s Lipenskem, organizacemi (JCCR, CzechTourism) a zahraničními partnery.

Spolupráce nikoliv konkurence

Základním předpokladem úspěšnosti projektu založení DMO ČR je, **aby se jednotlivé subjekty vnímaly jako spolupracující partneři a nikoliv jako konkurenti**. K tomu je nezbytná vysoká míra vzájemné důvěry. Budování důvěrného vztahu, ve kterém členské subjekty došly k přesvědčení, že spolupráce s ostatními pro ně je výhodná, je dlouhodobý proces. Tento proces musí být podpořen vhodně definovaným organizačním uspořádáním a způsobem rozhodování nové DMO, který bude respektovat míru profitu členů z činnosti organizace a výši členských příspěvků.

Praktické přínosy destinačního managementu

- podpora systematického, harmonického a komplexního rozvoje turismu v destinaci
- efektivnější využití přírodních, kulturních a lidských zdrojů
- zlepšení komunikace a vzájemné důvěry mezi zainteresovanými aktéry cestovního ruchu – zejména veřejným a privátním sektorem
- širší možnosti zapojit se do aktivit cestovního ruchu včetně možnosti participace veřejnost
- lepší porozumění a pochopení zájmů jednotlivých aktérů cestovního ruchu
- vytvoření podmínek pro dlouhodobé a udržitelné financování aktivit cestovního ruchu
- posílení efektivity marketingových aktivit
- zvýšená kvalita nabídky cestovního ruchu (produkty a služby)
- vytvoření podmínek pro dohled a kontrolu stanovených pravidel v oblasti turismu
- zvýšení podpory ze strany místních obyvatel
- minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu na destinaci

Doporučené činnosti realizované DMO

Z hlediska vzniku DMO iniciované Českým Krumlovem je vhodné s ohledem na budoucí působnost příslušné DMO zvážit základní zaměření a další vykonávané činnosti. Celkový význam a rámec činností je vhodné přizpůsobit oblastní destinační společnosti, pro kterou jsou rámcové činnosti definovány níže:

Oblastní destinační společnost (působnost v Českém Krumlově a širším okolí)

Hlavní zaměření činnosti

- Tvorba produktu (tematické balíčky) cestovního ruchu na úrovni oblasti ve spolupráci s lokální destinačními společnostmi
- Realizace marketingových aktivit primárně zaměřených na domácí cestovní ruch nebo v případě příjezdového cestovního ruchu na přeshraniční region

Doporučené činnosti

- Aplikace metodiky a pravidel pro aktivity destinačního managementu a marketingu na území oblasti
- Aktivní B2B spolupráce s partnery na oblastní úrovni (podnikatelé, samospráva, NNO, rezidenti atd. – kolektivní a individuální organizace)
- Úzká aktivní spolupráce s lokálními a krajskými destinačními společnostmi (koordinace aktivit, poskytování dat a informací atd.) a národní DMO v požadovaných oblastech
- Koordinace nabídky cestovního ruchu v destinaci jejíž výsledkem jsou definované a rozvíjené produkty cestovního ruchu a programy pro návštěvníky destinace
- Vytváření informačního a servisního místa pro návštěvníky ve spolupráci s TIC na území oblasti a dalšími subjekty zahrnující zejména pravidelnou aktualizaci informací o nabídce destinace
- Kultivace potenciálu destinace (infrastruktura, podpora turistické dostupnosti, péče o předpoklady a rozvoj udržování potenciálu cestovního ruchu) zejména v případě, že na území nepůsobí lokální DMO
- Aktivní realizace marketingových aktivit v souladu s doporučeným zaměřením činnosti, podpora jednotného brandingů destinace, podpora a spolupráce na akcích místního a regionálního významu, aktivní využívání vhodných marketingových nástrojů.
- Poradenství subjektům v destinaci, podpora osvětových a vzdělávacích aktivit, podpora rozvoje kvality v destinaci, vlastní pravidelné vzdělávání a rozvoj
- Sledování efektivity realizovaných aktivit, sběr doporučených dat a informací a jejich sdílení na úrovni oblasti a ostatním kategoriím DMO

Spolek jako vhodná právní forma DMO

Spolek (dříve této právní formě odpovídalo občanské sdružení) je dle zákonné definice „samosprávné a dobrovolné sdružení osob vedených společným zájmem“, zákon dále požaduje neziskovost spolku. Je založen nejméně třemi osobami. Spolek sám o sobě je právnickou osobou korporativní povahy, v případě spolku zajišťujícího služby destinačního managementu na úrovni Českého Krumlova by šlo o obecný spolek.

§ Zákon č. 89/2012
Sb., občanský
zákoník § 214 –
302

Založení

Spolek je založen nejméně třemi osobami. Zakladatelé zpracují **stanovy** obsahující zejm. název a sídlo spolku, účel spolku, práva a povinnosti členů a určení statutárního orgánu, a také který orgán je **nejvyšším orgánem spolku**. Spolek lze založit i usnesením ustavující schůze. Spolek vzniká zápisem do veřejného rejstříku. Není nutná legislativní úprava. Pobočný spolek vzniká postupem určeným ve stanovách.

Cíle a zaměření

Účelem spolku mohou být buď vzájemně prospěšné cíle, tedy společné aktivity zaměřené jen na členy spolku (např. sportovní kluby), nebo veřejně prospěšné cíle směřující vůči veřejnosti (např. informační aktivity). Spolek může mít libovolný účel a může se věnovat libovolným činnostem, jen jeho účelem nesmí být podnikání.

Řízení a organizace

Princip řízení spolku je demokratický, založený na dobrovolném členství. Spolek může umožňovat více druhů členství.

- **Nejvyšší orgán spolku (P)**, zpravidla členská schůze - určuje hlavní zaměření spolku, rozhoduje o změně stanov, schvaluje výsledek hospodaření a hodnotí činnost orgánů spolku
- **Statutární orgán (P)**
- **Kontrolní komise (NP)** – dohlíží a kontroluje činnost spolku.
- **Rozhodčí komise (NP)** – rozhoduje sporné záležitosti správy.
- **Další orgány** – určené stanovami.

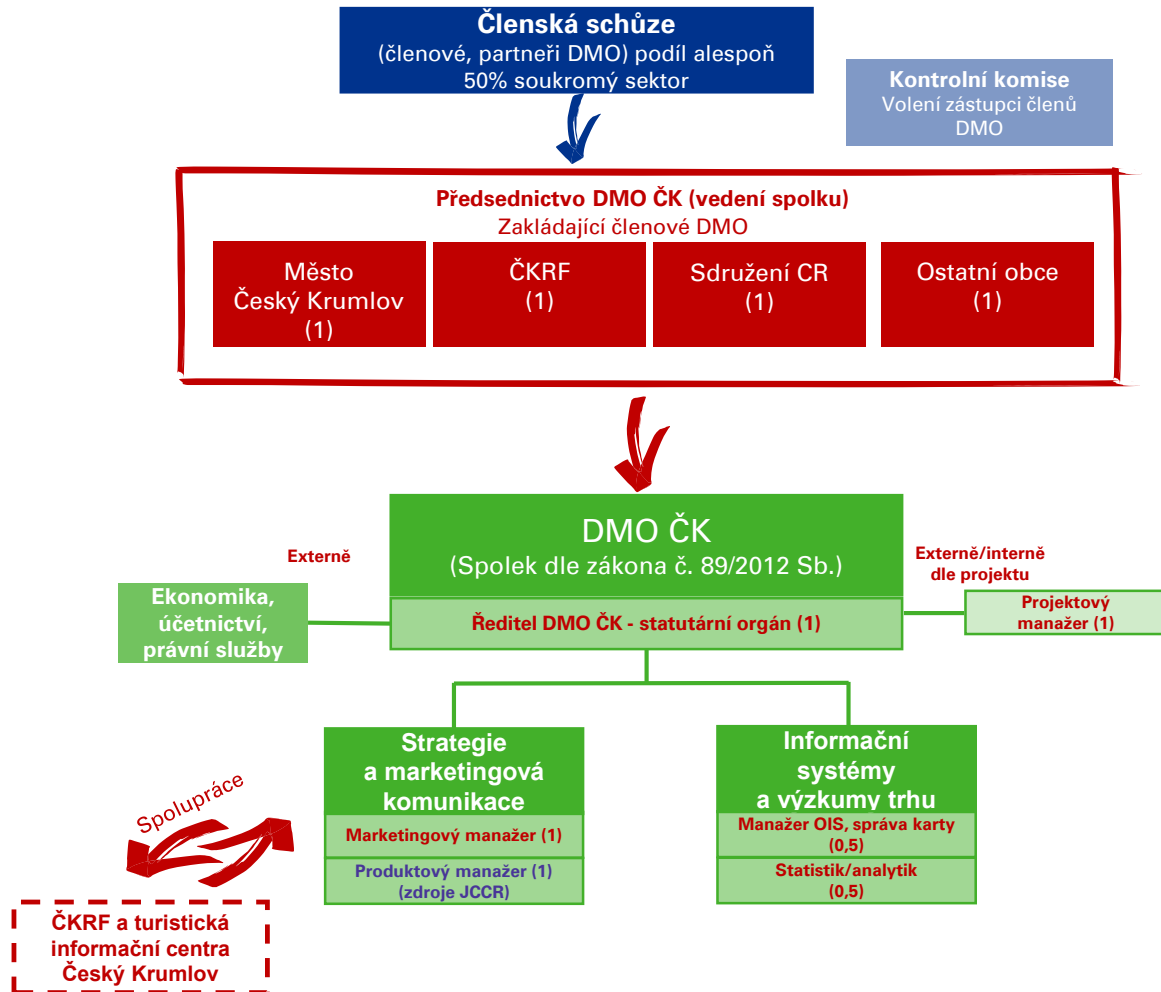
Financování

- **Členský příspěvek** (určený stanovami)
 - **Příjmy z vedlejší činnosti** – ta může být vykonávána jen za účelem podpory vlastní spolkové činnosti (zisk nelze rozdělovat členům)
 - **Dotace**
- Hlavní činnost spolku nesmí být výdělečná. Spolky nemají ze zákona povinnost ověřit účetní závěrku auditorem a nemusejí vydávat výroční zprávu.

- Spolek může mít libovolný účel a může se věnovat libovolným činnostem, jen jeho hlavním účelem nesmí být podnikání.
- Jedná se o flexibilní právní formu, která má možnost přizpůsobovat svou činnost aktuálním potřebám
- Partnerství lze navazovat snadno členstvím v pobočném spolku či specifickým členstvím v hlavním spolku. To platí v případě dlouhodobých i ad-hoc partnerů.
- Spolupráce s organizacemi veřejného sektoru může probíhat pomoci specifického členství ve spolku, které usnadňuje poskytování služeb mezi těmito organizacemi.

Rámcový návrh organizační struktury DMO

Návrh nové organizační struktury DMO ČR



Členská schůze

- Je tvořena subjekty se zájmem o rozvoj cestovního ruchu na Českokrumlovsku (možnost individuálního a kolektivního členství) -
- Dle stanov existují různé typy členství s definovanou výší členského příspěvku
- Vymezeno ve stanovách dle § 247 NOZ jako nejvyšší orgán spolku rozhodující za spolek – rozhodování pouze o zásadních záležitostech

Předsednictvo DMO ČR

- Je strategickým a koncepčním orgánem DMO
- Ze svého středu volí předsedu představenstva
- Každý člen má jeden hlas
- Jmenuje/odvolává ředitele DMO jako statutárního zástupce
- Ředitel DMO je osoba s předem definovaným mandátem na základě předložené koncepce rozvoje DMO

Popis organizační struktury DMO

- Základní organizační struktura DMO vychází ze stávajícího úseku ČRKF - Český Krumlov Tourism
- Na DMO jsou převedeny činnosti vykonávané v oblasti cestovního ruchu ČRKF, především stávající aktivity Český Krumlov Tourism vyjma služeb TIC
- Ekonomika, účetnictví, právní služby jsou zajišťovány externě (možnost zajištění ČRKF za úplatu)
- Pozice Produktového manažera je spolufinancována JCCR v souladu s požadavky Manuálu turistické oblasti
- Pozice projektového manažera je zřizována ad-hoc pro řízení velkých projektů

Zdroje pro financování činnosti DMO ČR

Východiska

Financování nově zřízené DMO ČR je realizováno na základě **vícezdrojového financování**. Základem financování jsou stabilní příjmy tvořené převážně **členskými příspěvky na vlastní činnost**, které jsou doplněny o prostředky JCCR, získané na základě certifikace DMO JCCR. Tyto prostředky jsou určeny **na provoz DMO včetně základního marketingového servisu** (TIC, Karta hosta, turistický web, mobilní aplikace, vybraná ediční činnost, informační a statistický servis atd.) Další marketingové aktivity jsou hrazeny z Rozvojového fondu turismu, který je ad-hoc vytvářen subjekty, které mají o další služby zájem. Dalším zdrojem příjmů pak jsou nestálé/nahodilé příjmy, které umožňují financovat další aktivity.

Stabilní příjmy DMO



Nestálé/nahodilé příjmy DMO



Výnosy z vlastní činnosti

- Karta hosta
- OIS – webový portál, aplikace, informační služby
- Cestovní služby – produktové balíčky
- Průvodcovské/směnárenské služby
- Ediční činnost atd.
- Služby pro město a partnery (CzechTourism, JCCR)
- Doplnkové služby pro členy

Rozvojový fond turismu

- Jedná se o prostředky města a subjektů cestovního ruchu nad rámec povinných členských příspěvků do DMO.
- Jsou určeny na speciální rozvojové turistické projekty, které nejsou hrazeny z běžného rozpočtu DMO.
- Projekty musí být vždy předem schváleny dotčenými subjekty

Příklad využití fondů projektů

DMO hodlá využít nabídku na speciální PROMO akci v zahraničí na vzdálených trzích. Místo prospektového servisu, který je hrazen z členských příspěvků je vybranými členy včetně města schválena účast s aktivní prezentací DMO. Subjekty, které na akci přispěly získají speciální marketingové plnění (např. představení svého produktu/služby – prezentací města).

Rozpočet DMO ČR 100% finančních prostředků na činnost

Celkové roční odhadované náklady nové destinační společnosti	5 – 6 mil. Kč
Minimální roční odhadové náklady nové destinační společnosti	3 mil. Kč

Projektová karta

Vytvoření nového způsobu financování cestovního ruchu v Českém Krumlově

Vazba na opatření:
2.1 a ostatní

Východiska

Rozpočet města disponuje každoročně částkou zhruba ve výši 12 mil. Kč, která je rozdílem celkových příjmů města z cestovního ruchu a celkových výdajů s ním spojených (viz. str. 19 analytické části). Z této částky město vydává ročně na přímou podporu CR prostřednictvím ČKRF cca 15% (1,8mil.Kč).

V zájmu subjektů podnikajících ve městě v CR je, aby výše této přímé podpory rostla. Významným společným cílem tak musí být růst příjmů z CR do rozpočtu města. Porostou-li tyto příjmy, bude možné zvýšit nejen absolutní výši přímé podpory CR, ale také její procentní míru.

Přímé příjmy generované turismem v Českém Krumlově

- poplatek z ubytovací kapacity
- poplatek ze vstupného (kulturní a spol. akce)
- poplatek za užívání veřejného prostranství
- poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt
- příjmy ze služeb cestovního ruchu
- příjmy z provozu parkovacích ploch ve městě

Přímé výdaje na podporu cestovního ruchu v Českém Krumlově (15 % z přímých příjmů)

Stálý roční příspěvek města na činnost nově zřízené DMO

Vyšší přímé příjmy z turismu znamenají vyšší přímé výdaje na CR!

Vyšší přímé příjmy z turismu umožní zvýšení procentního podílu na CR!

Rozpočet města Český Krumlov

Projekty rezidentů města

- Financování měkkých rozvojových projektů – ad-hoc schvalování
- Spolufinancování kulturních a společenských akcí v rámci Programu podpory kultury

Rozvojové projekty cestovního ruchu (Fond projektů)

- Rozvojové projekty v oblasti zkvalitnění občanské vybavenosti pro rezidenty města z prostředků získaných z aktivit cestovního ruchu
- Kulturní projekty a aktivity rezidentů města

Investice infrastruktury CR, obnova památek, údržba provoz

- Městské rozvojové projekty investičního charakteru (parkoviště, toalety, cyklostezky
- Spolufinancované projekty EU a národních programů (revitalizace, obnova památek, cyklostezky atd.)
- Úklid, bezpečnost, provoz

Využití principu zpětného plnění

Město by mělo aktivně využívat pro financování turismu nepřímé nástroje např. různé formy zpětného plnění, kterým může nahradit přímé financování (místní poplatky, daně z nemovitostí, pronájem nemovitostí atd.)

Tento projekt byl spolufinancován z výnosů turismu

Omezení negativního vztahu rezidentů k turismu může být dosaženo využitím výnosů z turismu na potřeby rezidentů. Nezbytné je vytipovat vhodné projekty a jejich realizaci vůči rezidentům města propagovat

Projektová karta

Systemová podpora eventů v Českém Krumlově

Vazba na opatření:

1.1, 2.1, 2.3, 3.1 a 3.3

Východiska

Eventy/akce jsou důležitou součástí nabídky destinace, neboť významně přispívají k její identitě a jsou efektivním nástrojem marketingu. V případě Českého Krumlova jsou akce klíčem k řešení současných problémů cestovního ruchu, neboť jsou nástrojem prodloužení pobytu návštěvníků, zvýšení příjmů a efektivním řešením dopadů sezónnosti. Současný systém podpory akcí je v Českém Krumlově řešen v rámci „**Programu podpory kultury města Český Krumlov**“, který je jako dotační titul na podporu kultury každoročně vyhlašován městem. Jako základ podpory eventů je grantový program vhodným řešením. Nedostatkem systému je administrativa spojená s předkládáním žádosti a každoroční nejistota získání prostředků u tradičních eventů. Systém je proto vhodné doplnit o další formy podpory (město, DMO).

Cíl: Zavést systémovou podporu eventů a využít je v marketingu cestovního ruchu Českého Krumlova

Způsob realizace

Vedle stávajícího grantového systému města na podporu eventů, by akce měly být **předmětem další podpory města** (zpětné plnění – např. sleva za pronájem veřejného prostoru) a **projektových prostředků DMO**. Součástí podpory akcí musí být **povinnost jejich realizátorů poskytovat DMO statistická data** o návštěvnosti dané akce.

Podporované akce musí být zpracovány do **produktové nabídky Českého Krumlova a prostřednictvím k tomu určených marketingových nástrojů** propagovány na cílových trzích. Akce jsou prezentovány na turistickém portále, kde jsou přehledně rozděleny do jednotlivých kategorií a na sociálních sítích. Vhodné je také podpora a další rozvoj stávající tiskoviny/brožury „**Top akce Českého Krumlova**“, která je vhodným marketingovým nástrojem. Zpoplatněné akce mohou být také součástí nové karty hosta ve formě zvýhodněné nabídky.

Pravidla akcí

- Respektování pravidel využití veřejného prostoru
- Sledování limitu počtu návštěvníků (únosná kapacita) akce
- Povinné poskytování statistických dat z akce DMO
- Prokazatelné přínosy pro omezení sezónnosti, zvýšení příjmů a prodloužení pobytu

Způsob financování

- Rozpočet DMO na projekty a dotace města ve formě grantu/ zpětného plnění
- Místní poplatek ze vstupného na podporu akcí

Stávající eventy Českého Krumlova

Krumlovský masopust	Dny evropského dědictví
Kouzelný Krumlov	Den s handicapem
Oslavy osvobození	Festival barokních umění
Rallye Český Krumlov	Svatováclavské slavnosti
Slavnosti pětilisté růže	Bohemian Gran Fondo
Festival komorní hudby	Krumlovský vodácký maraton
Mezinárodní hudební festival	Krumlovské podzimní recitály
Otáčivé hlediště	Festival vína Český Krumlov
Open air foto festival	Advent & Vánoce v Českém Krumlově

Indikátory

- Počet podpořených eventů DMO/rozpočet
- Návštěvnost eventů

Odpovědnost:

Město Český Krumlov s podporou DMO ČR

Rozpočet:

750 tis – 1 mil Kč. program města
1 mil Kč - DMO ČR

Termín:

Od 6/2018

Projektová karta

Vytvoření systému sběru statistických dat

Vazba na opatření:
2.3

Cíl: Vytvoření systému sběru dat využití dostupných zdrojů, aplikace pro jejich získání a komplexního systému pro jejich využití ve strategickém plánování turismu

Způsob realizace (fáze realizace)

- Vytvoření **přehledu již existujících dostupných statistik** z dostupných zdrojů.
- Postupné vytvoření přehledu chybějících dat a určení, která je potřeba došetřit (viz tematické oblasti) a metodicky nastavit sběr chybějících dat.
- V rámci DMO **nastavení způsobu dodání dat a nastavení monitoringu** (kdo a kdy bude jaká data dodávat) – využití platformy pro sdílení dat.
- Zahájení analytické činnosti s periodicitou 2x ročně a dle termínu uvedených ve Strategii.
- Pravidelný reporting členům DMO a partnerům o výstupech monitoringu.
- Výstupy z analýz **aktivně používat v procesu strategického plánování a řízení DMO**. Poskytnutí výstupů členům DMO a partnerům pro jejich vlastní plánování.

Aplikace pro sdílení a nástroje zpracování dat:

Pro sběr a sdílení dat členů DMO je vhodné vytvořit databázovou webovou aplikaci pro vkládání dat, která zabraní jejich zneužití třetí stranou.

Členové DMO budou mít přístup jen ke svým datům a přehledovým výstupům. Individuální data budou zpracovávána anonymně.

Ke zpracování dat není nutný nákup specifického softwaru, postačuje Excel!

Základní zdroje dat:

- Mezinárodní zdroje dat a informací (UNWTO, Eurostat, TourMIS atd.)
- Český statistický úřad, CzechTourism a Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Město Český Krumlov, DMO ČR – členské subjekty
- Návštěvníci Českého Krumlova a pracovníci v turismu
- Aktivní využívání marketingových nástrojů např. Karta hosta

Tematické oblasti sledovaných dat



Indikátory

- Počet sledovaných ukazatelů
- vytvoření aplikace

Odpovědnost:

DMO ČR

Rozpočet:

100 tis vytvoření platformy pro data

Termín:

Od 6/2018

Způsob sledování statistických dat o výkonech destinace

Východiska

Základní výběr optimální sady indikátorů byl proveden v první části projektu zpracování Strategie cestovního ruchu VŠH v Praze. **Celkem bylo definováno 21 doporučených indikátorů**, které je vhodné pro účely měření výkonu destinace sledovat. Nezbytnou podmínkou pro využití této sady indikátorů je založení nové DMO ČR, která by měla být odpovědná za vytvoření funkčního systému a zahájení jejich postupného sledování. S ohledem na skutečnost, že stávající způsob sledování dat nyní téměř neexistuje, není možné zahájit sledování všech indikátorů okamžitě. Je proto vhodné **rozložit zavedení systému sledování dat v čase**. Kvalita získaných dat se bude zlepšovat postupně stejně jako způsob jejich praktického využití pro řízení destinace.

Prioritizace zavedení systému sledování indikátorů o výkonech destinace Český Krumlov

Období	Úkoly na dané období	Doporučené indikátory pro sledování výkonu destinace	Frekvence
2018	<ul style="list-style-type: none"> Po ustavení DMO výběr a zaškolení pracovníka odpovědného za vytvoření systému sledování dat Zpracování dat v MS Excel Zahájení projektu vytvoření aplikace pro sdílení dat členy DMO – pilotní režim (cca 10 – 15 členů DMO) 	<ul style="list-style-type: none"> I1: Počet hromadných a individuálních ubytovacích zařízení dle jednotlivých kategorií I2: Počet pokojů a lůžek v HUZ (kategorizace podle ČSÚ) a IUZ dle jednotlivých kategorií I3: Čisté využití pokojů a lůžek v HUZ a IUZ I4: Počet hostů v HUZ a IUZ I5: Počet přenocování v HUZ a IUZ I9: Výše finančních prostředků vložených do marketingových aktivit I11: Počet klíčových eventů (akcí) I12: Počet návštěvníků klíčových eventů (akcí) I15: Počet návštěvníků informačních center ve městě dle země původu (možno řešit výběrových šetření na min. vzorku návštěvníků např. 4 x ročně po vymezené období.) 	<ul style="list-style-type: none"> Ročně Ročně Měsíčně Měsíčně Měsíčně Ročně Dle eventů Měsíčně ¼ ročně
2019	<ul style="list-style-type: none"> Zpracování dat v MS Excel včetně provádění detailnějších analýz Dokončení projektu vytvoření aplikace pro sdílení dat členy DMO Zahájení kvalitativních šetření 	<ul style="list-style-type: none"> I6: Šetření profilu domácího a zahraničního turistů/návštěvníka I7: Návštěvnost turistických cílů I8: Počet prodaných produktů včetně vyjádření cen I10: Evaluace marketingových aktivit I13: Počet pracovních míst v kategoriích CZ NACE vztahujících se k CR podle číselníku ČSÚ I14: Podíl pracovních míst obsazených rezidenty v kategoriích CZ NACE vztahujících se k CR podle číselníku ČSÚ I16: Příjmy z prodaných produktů TIC (také v rámci karty hosta) I17: Počet prodaných Český Krumlov Card (nová karta hosta) včetně příjmů 	<ul style="list-style-type: none"> 1x 2(3) roky Min. ročně Měsíčně Ročně Ročně Ročně Měsíčně Měsíčně
2020	<ul style="list-style-type: none"> Zakoupení licence specializovaného softwaru pro analýzu dat – nejlépe SPSS Funkční systém sledování dat 	<ul style="list-style-type: none"> I18: Celkový objem spotřeby vody ve městě I19: Celkový objem vyprodukovaného komunálního odpadu I20: Celkový objem vycištěné odpadní vody I21: Frekvence obměn personálního a politického složení ve vedení města 	<ul style="list-style-type: none"> Měsíčně Měsíčně Měsíčně Ročně

Upozornění

- Vedle stanovené sady indikátorů musí být pravidelně vyhodnocovány indikátory Strategie stanovené v rámci Priorit 1-3, a to dle zde stanovených termínů.
- Pro potřeby členství subjektů v nové DMO ČR a stanovení výše členských příspěvků musí být sledovány informace o obratu členských subjektů (tyto údaje jsou neveřejné a slouží pouze pro výše uvedené účely).
- Pro vybrané sledované indikátory mohou být vytvářeny expertní odhady, použity mohou být doložky na základě výběrových šetření.

Projektová karta

Nastavení společné spolupráce Českého Krumlova a Lipenska a vytvoření jedné destinace

Vazba na opatření:
1.3, 2.1, 2.2, 3.1



Východiska

Českokrumlovsko a Lipensko dohromady vytváří přirozenou turistickou oblast s výjimečným potenciálem cestovního ruchu a atraktivitou pro návštěvníky. Prohloubení spolupráce a postupná integrace obou území je logickým krokem, který významně zvýší tržní hodnotu a konkurenceschopnost obou destinací. Vytvoří podmínky pro kvalitnější propojení stávající nabídky a její komunikaci vůči návštěvníkům. Postupná integrace představuje také klíč k řešení současných problémů cestovního ruchu v obou destinacích a má pozitivní multiplikační efekty na místní ekonomiku v podobě zvýšení zaměstnanosti a ekonomického rozvoje území.

Cíl: Do roku 2020 vytvoření společné turistické destinace Českokrumlovsko a Lipensko s jednotným způsobem organizace, řízení a marketingovou komunikací

Způsob realizace (strategie integrace)

Předmětem projektu je **navázání úzké spolupráce nově založené DMO ČK a DMO Lipensko** (Turistický spolek) na realizaci konkrétních projektů. Navázání spolupráce by mělo být veřejně deklarováno jako **základ budoucí integrace obou společností s jednotným způsobem organizace a řízení**.

Paralelně se zahájením spolupráce by mělo být zvaženo **založení společné organizace s právní subjektivitou**, ze které bude postupně vytvářena plnohodnotná destinační společnost reprezentující zájmy společné destinace (jednotný Brand, produkty, marketingové aktivity atd.). Diverzita nabídky obou destinací může obou destinacím na základě úzké spolupráce přinést synergické efekty (viz str. 25 strategie).

Po vytvoření nové DMO je nutné, aby **v Českém Krumlově a Lipněn/Vitavou jako hlavních střediscích zůstal funkční místní destinační management**, který zde bude koordinovat aktivity cestovního ruchu.



Hlavní důvody integrace:

- Využití potenciálu obou území
- Konkurenceschopnost a tržní logika destinace
- Schopnost prosazení společných zájmů - vyjednávací síla
- Možnost spolupráce na projektech a aktivitách
- Možnost vytvoření atraktivní produktové nabídky

Příklady společných aktivit/projektů

- Koordinace turistické dopravy
- Spolupráce na rozvoji produktového portfolia destinací
- Platforma pro přípravu infrastrukturních projektů
- Vytváření nových produktů a tematických nabídek
- Společná strategie turismu
- Pravidelné setkávání
- Spolupráce na Lipno Card a Český Krumlov Card
- Sdílení databází dat a informací
- Koordinace marketingových aktivit vůči CzechTourism a JCCR

Indikátory

- Počet společných setkání
- Počet společných projektů

Odpovědnost:

DMO ČK
DMO Lipensko (Turistický spolek)

Rozpočet:

100 000,- Kč pro rok 2017

Termín:

Od 12/2017 – prohloubení spolupráce
Do 2020 – společná integrace



Projektová karta

Vytvoření moderní karty hosta

Vazba na opatření:
3.3.



Východiska

Současný produkt „Český Krumlov Card“ nespĺňuje požadavky na kvalitní „Kartu hosta“, která by byla nástrojem destinačního marketingu využívaného pro efektivní komunikaci s návštěvníky. Důvodem je velmi omezená nabídka zahrnutých služeb a zastaralý způsob její distribuce a marketingové komunikace. Vytvoření atraktivní karty hosta, která zahrnuje širokou a tematicky vhodně koncipovanou nabídku služeb využívající moderní informační technologie, se stává se jedním z hlavních nástrojů destinačního marketingu zejména v oblasti práce s cenou a sezonností.

Cíl: Do konce roku 2018 vytvořit moderní kartu hosta zahrnující atraktivní nabídku služeb, která se stane efektním nástrojem destinačního marketingu v Českém Krumlově

Způsob realizace

Vytvoření **atraktivní a moderní „Karty hosta“**, která bude zahrnovat širokou a vhodně sestavenou tematickou nabídku služeb Českého Krumlova a okolních destinací (např. Lipno n/Vltavou, Vyšší Brod, Rožmberk n/Vltavou, Zlatá Koruna atd.). Pouze taková karta může být efektivním nástrojem destinačního marketingu a také budoucím zdrojem příjmů.

Důležité je její **založení na robustním řešení a vzájemném partnerství, jejímž výsledkem je atraktivní nabídka zahrnutá v rámci karty**. Vhodnou cestou je proto komplexní inovace současné „Český Krumlov Card“ a její užší provázání s nabídku Lipno Card. Karta musí být postavena na využití moderních informačních technologií.

Turistům **může být karta poskytována zdarma v rámci ubytování či za významně zvýhodněnou cenu**. Jednodenní návštěvník si kartu může zakoupit v TIC nebo u jednotlivých poskytovatelů služeb. Podmínkou musí být personifikace karty (vydávání na jméno), její opatření unikátním číslem a kódem, což umožní získání kontaktních informací pro další komunikaci s návštěvníky. Karta musí také **umožňovat evidenci využitých služeb pro vyhodnocování jejich atraktivity**. Karta hosta musí být navržena jako samo-financovatelná, zisk je příjmem vzniklé destinační společnosti.



Příklady služeb „Karty hosta“

Vstupy - kultura / památky (Český Krumlov, Zlatá Koruna, Vyšší Brod atd.)
„Wi-Fi pointy“ zdarma
Restaurace /kavárny
Doprava do ČK
Přednostní odbavení na pokladnách
Kulturní akce
Autobusová doprava v destinaci
Sportovní aktivity (Lipno)
Suvenýry
Půjčovny
Wellness služby

Indikátory

- Počet zapojených subjektů/nabídek
- Počet prodaných/poskytnutých karet

Odpovědnost:

DMO ČK

Rozpočet:

Cca 750 tis Kč (první fáze)

Termín:

12/2018

Projektová karta

Řešení dopadů turistické dopavy v Českém Krumlově

Vazba na opatření:
1.3

Východiska

Řešení negativních dopadů turistické dopavy je aktuálním tématem v mnoha destinacích cestovního ruchu. Pro řešení jsou využívány moderní **SMART technologie, často s dalšími restriktivními opatřeními, jejichž cílem je nalezení konsensu pro únosnou dopravní zátěž.** Návrh řešení negativních dopadů turistické dopavy na Český Krumlov bude předmětem připravované Strategie dopavy Českého Krumlova. Předmětem Strategie cestovního ruchu není návrh technického řešení, ale **nastavení takových pravidel, která budou turisticky atraktivní** (zkvalitní nabídky služeb a turistických produktů) a zároveň budou efektivním řešením dopravních problémů.

Cíl: Zjistit turisticky atraktivní řešení negativních dopadů turistické dopavy v Českém Krumlově

Způsob realizace

- Využití moderních **SMART technologií** pro řešení dopadů turistické dopavy ve městě.
- **Zavedení systému záchytných parkovišť na okrajích města a železniční stanice (P+R)**, které budou zdarma nebo za minimální poplatek. Součástí záchytných parkovišť musí být základní turistické služby (informační centrum, toalety, občerstvení atd.)
- **Nastavení poplatků na parkovištích v centru města** za účelem motivace návštěvníků s možností zanechat automobily/autobusy na odstavných parkovištích.
- Zajistit speciální dopravu mezi parkovišti a centrem atraktivními dopravními prostředky.
- Zahrnout navržené řešení do **marketingových aktivit DMO a efektivně s ním pracovat** (možnost zahrnutí do karty hosta).

Doporučení pro Strategii dopavy Českého Krumlova

- Při návrhu řešení dopravních problémů ve městě zachovat možnost atraktivního využití pro turistické účely (možnost vytvoření doplňkových služeb).
- Využití moderních SMART technologií pro řešení dopavy přizpůsobit také pro potřeby marketingové komunikaci návštěvníkům

Parkoviště produktem cestovního ruchu

Vybudování parkoviště typu P+R za hranicemi města představuje **turistickou příležitost a možnost vytvoření zajímavého produktu.** Atraktivní spojení (např. elektro-kola, koloběžky, pěší trasy, turistický vláček atd.) parkoviště s historickým centrem a dalšími atraktivitami města je aktivním řešením dopravních problémů a zároveň umožňuje návštěvníkům nabídnout další zajímavé produkty, které prodlouží dobu jejich pobytu ve městě a zvýší jejich výdaje.

Indikátory

- Využívání kapacity záchytných parkovišť
- Intenzita dopavy ve městě

Odpovědnost:

- Město Český Krumlov

Rozpočet:

s ohledem na plánovaný termín realizace nestanoven

Termín:

Do roku 2019

Projektová karta

Zavedení systémového řešení pěšího vstupu do historického centra města

Vazba na opatření:
1.3

Východiska

V současné době dochází k přetěžování historického centra města především v průběhu sezóny z důvodu výrazného nárůstu masového turismu. Tito návštěvníci zde stráví pouze pár hodin s minimální útratou. I přes navrhovaná opatření v oblasti rozšiřování nabídky v Českém Krumlově a okolí, lze **při atraktivitě historického centra reálně očekávat další zvyšování intenzity turismu**. To v budoucnu povede k nutnosti zavedení aktivních nástrojů regulace, za účelem zachování autenticity, památkových hodnot ale také genia loci a atmosféry města.

Cíl: Snížení intenzity masového turismu v historickém centru města a negativních dopadů na jeho atraktivitu pro návštěvníky

Způsob realizace

- Optimalizace počtu návštěvníků v historickém centru města **ve formě zpoplatnění vstupu vybraných cílových skupin**.
- **Zvýhodnění vícedenních návštěvníků na úkor** jednodenních návštěvníků města – volný vstup do centra jako součást ubytování či jiné nabídky (např. karta hosta)
- Zpoplatnění vstupu využívat jako **nástroj pro řešení sezonnosti turismu** - výběr poplatků za vstup v nejvyšší sezonně a denních hodinách, kdy je intenzita turismu nejvyšší.
- Ze zpoplatnění vstupu do historického centra vytvořit atraktivní zážitkový produkt.
- Zavedení **placených kotvišť** pro projíždějící vodáky a **zákaz kotvení mimo vyznačené místa – zvýšení příjmů z turismu**.
- Regulace vstupu **nevhodně oblečených vodáků – vyhláška města se sankcemi za její nedodržování**.

Návrhy provedení :

- Výběr vstupu do historického centra na strategických místech ve stylizovaných kostýmech
- Vstup pro vícedenní návštěvníky zdarma – navázání na „**kartu hosta**“
- Při nákupu vstupenky, sleva na atraktivitu a aktivity mimo centrum
- Pokuty pro nevhodně oblečené vodáky

Příklady zahraniční praxe

CINQUE TERRE

Přibližně 2,5 milionu turistů ročně navštíví Italskou přímořskou oblast Cinque Terre. Za účelem zachování lokální kultury a genia loci došlo k omezení počtu turistů na 1,5 miliónu ročně pomocí on-line prodeje lístků v předstihu a aplikaci ukazující vytiženost území.

BARCELONA

Aktivní regulaci turismu použili v Barceloně v Gaudiho park Güell, který je roku 2013 zpoplatněn. Turisté si musí koupit lístek na určitou hodinu na místě nebo on-line, z důvodu omezené kapacity.

LES BAUX-DE-PROVENCE

Za vstup do historického centra se platí poplatek ve vyšší jednotek EUR, za účelem regulace

Indikátory

- Celkový počet návštěvníků v centru
- Počet prodaných vstupenek

Odpovědnost:

- DMO ČR
- Město Český Krumlov

Rozpočet:

- s ohledem na plánovaný termín realizace nestanoven

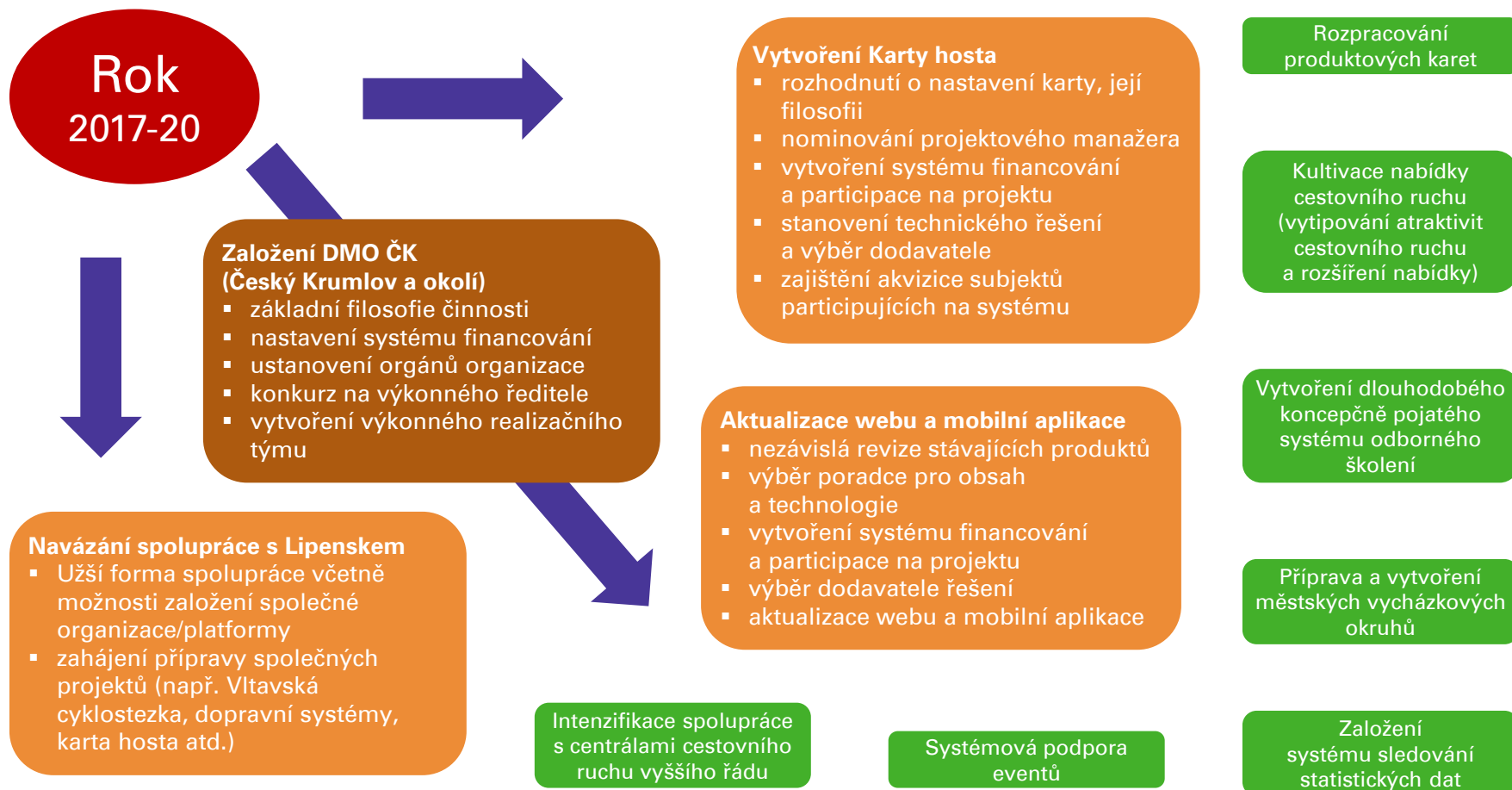
Termín:

Do roku 2021

Výchozí akční plán Strategie

V akční plánu jsou uvedeny opatření a konkrétní projekty, které by měly být realizovány odpovědnými subjekty definovanými ve Strategii

Na co se v roce 2017 - 2020 nejvíce soustředit?





Kontaktní osoba:

Zdeněk Tůma
Partner

KPMG Česká republika, s.r.o.

Tel +420 222 123 390
e-mail: ztuma@kpmg.cz

Ondřej Špaček
Manager

KPMG Česká republika, s.r.o.

Tel +420 602 265 851
e-mail: ospacek@kpmg.cz

kpmg.com/socialmedia



kpmg.com/app



© 2017 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative, a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.