TURNOV

Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Turnov 2030

Návrhová část

Květen 2024

KROKEM | KREIA group

zdroj foto: infocentrum-turnov.cz, autor: Luděk Antoš

Město Turnov

Antonína Dvořáka 335, 511 01 Turnov
IČ: 00276227

30. 5. 2024

Vážení zastupitelé,

dovolujeme si Vám předložit studii **Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Turnov 2030**. Studie se skládá ze tří hlavních částí.

První – analytická část představuje základní východiska pro strategii rozvoje, nabízí analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu, analýzu systému turismu a zhodnocení stávajících strategických dokumentů. Součástí analytické části je zároveň dotazníkové šetření a řízené rozhovory se zástupci odvětví. Součástí je i dopadová analýza zabývající se ekonomickými dopady turismu v oblasti a SWOT analýza.

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

KROKEM 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	23
Strategický cíl 3	33
Rámcový program naplňování strategie	48
IMPLEMENTAČNÍ ČÁST	***50***
Proces naplňování a vyhodnocování strategie	51
Akční plán	54

Metodika tvorby strategie cestovního ruchu

ANALYTICKÁ ČÁST

V rámci analytické části je posouzena nabídka a poptávka, ověřeny vstupní předpoklady, potenciál rozvoje a systém řízení. Hlavní závěry jsou prezentovány prostřednictvím SWOT analýzy.

Analytická část

Analytické metody

Analýza předpokladů a potenciálu	*Analýza nabídky a poptávky*	*Analýza systému řízení*	*Dopadová analýza*

NÁVRHOVÁ ČÁST

STRATEGICKÁ ČÁST

Ve strategické části jsou nejprve stanoveny rozvojová vize a mise. v souladu s nimi je definován globální cíl, který je rozpracován na strategické cíle a dále na navrhovaná opatření.
Důležitou součástí struktury cílů jsou indikátory, které umožňují průběžně kontrolovat jejich naplňování.

Strategická část

VIZE, MISE

GLOBÁLNÍ CÍL
Strategické cíle

Seznam opatření	*Seznam opatření*	*Seznam opatření*
Indikátory úspěšnosti	*Indikátory úspěšnosti*	*Indikátory úspěšnosti*

IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

V rámci implementační části je zpracován rámcový akční plán, který stanovuje konkrétní projekty a aktivity pro určené období.
Dále jsou definována rizika implementace strategie a možnosti eliminace těchto rizik a představen proces vyhodnocování strategie.

Implementační část

Akční plán

Projekt/aktivita
Projekt/aktivita
Projekt/aktivita
Projekt/aktivita
Projekt/aktivita
Projekt/aktivita

Kontrola, monitoring a vyhodnocování strategie

Analýza rizik rozvoje cestovního ruchu

TURNOV

STRATEGICKÁ ČÁST

KROKEM | KREIA group

zdroj foto: infocentrum-turnov.cz, autor: Luděk Antoš

Vize, mise, globální cíl

Výchozí návrh vize a mise

Vize města Turnov 2030 v oblasti cestovního ruchu

Město Turnov je šperkem v srdci Českého ráje, po celý rok nabízí svým návštěvníkům lákavou mozaiku zajímavých turistických cílů a pestrou nabídku kvalitních služeb, které s oblibou využívají také místní obyvatelé.

Mise města Turnov 2030 v oblasti cestovního ruchu

Při rozvoji turistického ruchu ve městě Turnov budeme podporovat kooperaci všech aktérů, aby společně vytvářeli atraktivní nabídku pro návštěvníky a zároveň zachovávali příjemné podmínky pro místní obyvatele. Dokážeme využít své strategické polohy v srdci Českého ráje, zajímavých turistických lákadel a unikátní šperkařské tradice.

Základní stavební kameny strategie

Unikátnost	Kooperace	Kvalita	Inovace	Nabídka produktů
Využití unikátních přírodních, historických i společenských předpokladů a jejich kombinace (šperkařství, srdce Českého ráje).	Intenzivní spolupráce zainteresovaných subjektů v destinaci, zapojení všech typů subjektů do destinační spolupráce.	Činnosti a aktivity, které budou odrážet potřeby, požadavky a očekávání návštěvníků města Turnov a jeho okolí.	Zdokonalování nabídky cestovního ruchu v budoucnu – inovace produktové nabídky i řízení destinace.	Specifická produktová nabídka na míru pro definované cílové skupiny návštěvníků města Turnov a jeho okolí.

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 ve městě Turnov a okolí, na základě společné propagace a koordinace zainteresovaných subjektů **zvýšit jeho atraktivitu u návštěvníků** a **přispět ke stabilní návštěvnosti** oblasti v **celoročním měřítku.**

Globální cíl je v rámci strategie měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
Počet obyvatel ve městě Turnov	**14 472** *(2023)*	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota	ČSÚ
Počet přenocování v HUZ	**53 444** *(2023)*	**57 500**	**62 500**	**70 000**	ČSÚ
Procento přenocování v HUZ mimo letní sezonu (říjen - květen)	**32,3 %** *(2023)*	**35 %**	**37,5 %**	**40 %**	ČSÚ
Průměrná délka pobytu hostů v HUZ	**1,97 nocí** *(2023)*	**1,98**	**1,99**	**2,00**	ČSÚ
Počet lůžek v HUZ	**628** *(2022)*	**650**	**700**	**750**	ČSÚ
Celková návštěvnost vybraných památek *(Hrad Valdštejn, Muzeum Českého ráje, zámek Hrubý Rohozec, Dlaskův statek, Dům přírody Českého ráje, Synagoga Turnov)*	**135 400** *(2022)*	**150 000**	**170 000**	**195 000**	TourData

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 3 - 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.

VIZE, MISE

Globální cíl

Strategické cíle:

1) Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

- Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu
- Zlepšit kvalitu dopravy
- Rozvíjet cykloturismus
- Rozptýlit sezónní koncentraci

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

- Určit organizaci Turnovské památky a cestovní ruch jako hlavního koordinátora cestovního ruchu ve městě
- Navrhnout účinný a efektivní způsob financování cestovního ruchu
- Řídit cestovní ruch na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty

3) Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

- Definovat komplexní proces strategického marketingu
- Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu
- Aplikovat nástroje taktického marketingu a pravidelné komunikační kampaně

Implementační část

Projekt/aktivita

Projekt/aktivita

Projekt/aktivita

Projekt/aktivita

Projekt/aktivita

Projekt/aktivita

Strategický cíl 1

Opatření pro naplnění 1. strategického cíle se primárně věnují rozvoji infrastruktury cestovního ruchu, cykloturistiky a zkvalitnění nabídky služeb. Kromě toho je ve městě kladen důraz na úpravu/omezení silniční dopravy a je třeba podnikat kroky ke snížení sezónnosti.

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1	Priorita 1.2	Priorita 1.3	Priorita 1.4
Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu	**Zlepšit kvalitu dopravy**	**Rozvíjet cykloturismus**	**Rozptýlit sezónní koncentraci**
Opatření 1.1.1 Dlouhodobě rozvíjet památky ve vlastnictví Turnova, rozvíjet další infrastrukturu podporující cestovní ruch	**Opatření 1.2.1** Rozvíjet systém parkování a odstavných ploch pro návštěvníky města a jejich přesun po městě	**Opatření 1.3.1** Vybudovat cyklistickou tepnu na průjezd městem a přispět tak ke kompatibilitě Greenway Jizera, provázat s městem	**Opatření 1.4.1** Podporovat akce a atraktivity, které poskytují nabídku a cílí zejména mimo hlavní sezónu (včetně komunikace a propagace)
Opatření 1.1.2 Transformovat prvky veřejného prostoru v odpočinkové zóně (náplavka), oživit neudržované lokality a celkově podpořit kvalitu městského prostředí	**Opatření 1.2.2** Aktivně iniciovat omezení dopravy přes centrum, popř. nastavit dočasná podpůrná opatření pro zklidnění dopravy (nižší rychlost)	**Opatření 1.3.2** Zajistit prvky podpůrné infrastruktury vhodné pro cyklistiku, motivovat soukromé podnikatele pro rozvoj služeb pro cyklisty (servisy, půjčovny)	**Opatření 1.4.2** Iniciovat a nastavit podmínky k celoročnímu provozu atraktivit a památek (např. zajištění služeb informačního centra)
Opatření 1.1.3 Podporovat rozvoj vnitřních aktivit pro návštěvníky města, zlepšit využití potenciálu sakrálních památek v Turnově	**Opatření 1.2.3** Koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy mezi Turnovem a Českým rájem – včetně cyklobusů	**Opatření 1.3.3** Rozvíjet vhodně vybranou lokalitu pro tzv. Bike fun park – místo s terénními sjezdy a trekovými stezkami	**Opatření 1.4.3** Podporovat organizaci dílen, workshopů či výstav v tématice šperkařství, především v mimosezóně
Opatření 1.1.4 Motivovat a podporovat soukromé podnikatele s cílem rozvoje služeb v cestovním ruchu (gastro, ubytovatelé…)	**Opatření 1.2.4** Apelovat na stabilitu sítě veřejné dopravy po celý rok, obzvlášť spojení mezi Turnovem, Prahou, Libercem, Hradcem Králové, Pardubicemi	**Opatření 1.3.4** Zvážit možnosti mobility první a poslední míle, podporovat koncept bezpečné mobility v širších souvislostech	**Opatření 1.4.4** Spolupracovat s kreativními společnostmi na mimosezónním programu pro návštěvníky

Strategický cíl 2

Opatření vedoucí k naplnění 2. strategického cíle míří na transformaci městské organizace v hlavní řídící a rozhodovací orgán na poli cestovního ruchu a na spolupráci s vhodnými partnery. Nástrojem organizace by měl být speciální Fond, výhradně financující rozvoj cestovního ruchu.

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

Priorita 2.1	Priorita 2.2	Priorita 2.3
Určit organizaci Turnovské památky a cestovní ruch jako hlavního koordinátora cestovního ruchu ve městě	**Navrhnout účinný a efektivní způsob financování cestovního ruchu**	**Řídit cestovní ruch na základě podkladů a dat ve spolupráci s relevantními subjekty**
Opatření 2.1.1 Optimalizovat fungování organizace Turnovské památky a cestovní ruch tak, aby vykonávala řídící a koordinační kompetence v oblasti cestovního ruchu	**Opatření 2.2.1** Rozšířit fungování rozvojového fondu cestovního ruchu, alokovat 50 % poplatku z pobytu zpět na rozvoj cestovního ruchu	**Opatření 2.3.1** Prohlubovat spolupráci organizace Turnovské památky a cestovní ruch s oblastní DMO – Sdružení Český ráj (společné produkty, projekty, marketingové aktivity…) a s Geoparkem Český ráj
Opatření 2.1.2 Nastavit systém partnerství rozvoje cestovního ruchu v Turnově a okolí, získat partnery ze soukromého, veřejného i neziskového sektoru	**Opatření 2.2.2** Nastavit systém funkčnosti rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů, implementovat systém v praxi, systém dlouhodobě provozovat	**Opatření 2.3.2** Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu v Turnově zapojením různých technologií a na jejich základě rozhodovat o rozvoji cestovního ruchu
Opatření 2.1.3 Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do spolupráce nebo partnerství	**Opatření 2.2.3** V dlouhodobém horizontu rozšířit možnosti financování rozvojového fondu cestovního ruchu	**Opatření 2.3.3** Aplikovat pravidla 3K, nastavit/prohloubit efektivní spolupráci a systém pravidelných setkávání s partnery vně hranic města (sousední obce, provozovatelé služeb cestovního ruchu, AOPK ČR)
Opatření 2.1.4 Kontinuálně pracovat na rozvoji služeb poskytovaných Regionálním turistickým informačním centrem Turnov	**Opatření 2.2.4** Pravidelně informovat přispěvovatele do Rozvojového fondu cestovního ruchu o výsledcích, investicích a dosažených úspěších	**Opatření 2.3.4** Analyzovat možnosti, podmínky a celkovou situaci pro aplikaci návštěvnické karty / benefitního systému

Strategický cíl 3

3. Strategický cíl je možné naplnit především tvorbou komplexní dlouhodobé marketingové strategie, pod kterou spadá i tvorba portfolia produktů cestovního ruchu a každoroční marketingové plány a pravidelné tematické komunikační kampaně.

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.1	Priorita 3.2	Priorita 3.3
Definovat komplexní proces strategického marketingu	**Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu**	**Aplikovat nástroje taktického marketingu a pravidelné komunikační kampaně**
Opatření 3.1.1 Navrhnout marketingovou strategii města na delší časový horizont, která se bude zabývat i oblastí cestovního ruchu	**Opatření 3.2.1** Průběžně rozvíjet produktové portfolio Turnova, na rozvoji spolupracovat se Sdružením Český ráj a dalšími partnery	**Opatření 3.3.1** Každoročně sestavit marketingový plán vč. rozpočtu, marketingový plán vyhodnocovat
Opatření 3.1.2 Koncipovat značku/brand Turnov a na jejím základě zpracovat jednotnou vizuální identitu města, tuto využívat v propagaci a komunikaci i v oblasti cestovního ruchu	**Opatření 3.2.2** Navrhovat, podporovat a kooperovat na vzniku nových produktů cestovního ruchu ve městě a okolí s důrazem na mimosezonní období	**Opatření 3.3.2** Ve spolupráci se Sdružením Českého ráje pravidelně komponovat integrované kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)
Opatření 3.1.3 Vyhodnocovat efektivitu marketingových aktivit, nastavit systém monitoringu dat a informací, vč. pravidelné analýzy a interpretace	**Opatření 3.2.3** Spravovat a rozšiřovat skladbu produktů – na základě pravidelné analýzy aktualizovat/ odstranit ty, které nefungují, a hledat příležitosti pro vytváření nových	**Opatření 3.3.3** Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů (především šperky), merchandise, informační materiály či mapy

Opatření, aktivity a indikátory úspěšnosti

Strategický cíl 1:
Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1 – Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Zajistit dostupnost základních služeb cestovního ruchu
- Zlepšit infrastrukturu pro účely cestovního ruchu a celkově zlepšit kvalitu městského prostředí
- Zpřístupnit nové turistické atraktivity a cíle

Nástroje

- Analýzy, studie, koncepce, územní plán
- Architektonické soutěže a studie proveditelnosti pro různé lokality
- Poradenství v oblasti podnikání
- Dotace a jiné formy pobídek (slevy na nájmu prostor)
- Veřejné i soukromé investice

Strategie opatření

Opatření klade důraz na rozvoj základních služeb cestovního ruchu a rozvoj nezbytné infrastruktury.

V první řadě se jedná o dlouhodobý rozvoj památek ve vlastnictví města Turnov – hrad Valdštejn a Turnovská synagoga. Jedná se jak o dlouhodobou péči a údržbu památek, tak o rozvoj služeb, které jsou návštěvníkům nabízeny. Tento proaktivní přístup města je nezbytným předpokladem pro nastavení prostředí, kde je podobná péče o atraktivity a jejich rozvoj přirozeným chováním provozovatelů.

Dalším důležitým aspektem je také rozvoj základní či podpůrné infrastruktury cestovního ruchu, která je však potřebná také pro občany města – jedná se především o veřejné toalety, úpravu veřejných prostranství a aktuálně nevyužitých/zanedbaných ploch, městský mobiliář, ale také vnitřní atraktivity a místa hodná návštěvy ze strany místních, turistů a výletníků.

Výsledkem opatření je udržovaný, opravený veřejný prostor, kvalitní infrastruktura cestovního ruchu a vysoký standard poskytovaných služeb návštěvníkům města i místním občanům.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	**Garant**, spolupráce	Náklady
1.1.1	**Dlouhodobě rozvíjet památky ve vlastnictví Turnova, rozvíjet další infrastrukturu podporující cestovní ruch**	➢ Dlouhodobě pečovat a udržovat památky ve vlastnictví města (hrad Valdštejn, Turnovský synagoga), ➢ Průběžně rozvíjet služby poskytované návštěvníkům, optimalizovat návštěvní dobu, podporovat akce, podporovat celoročně poskytované služby (speciální akce, speciální prohlídky…), ➢ Zmapovat vhodné prostory pro rozvoj doplňkové infrastrukturu pro účely cestovního ruchu, ➢ Na vhodných místech iniciovat vybudování doplňkové infrastruktury cestovního ruchu – např. veřejná WC, úprava veřejných prostranství, úprava a doplnění městského mobiliáře	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**, Liberecký kraj, veřejný sektor, privátní sektor	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.1 – Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.1.2	**Transformovat prvky veřejného prostoru v odpočinkové zóny (náplavka), oživit neudržované lokality a celkově podpořit kvalitu městského prostředí**	➢ Definovat a vymezit jedinečné vlastnosti ploch vhodných k úpravě a transformaci pro atraktivní funkční prvek sloužící pro odpočinek místních / návštěvníků ➢ Sestavit harmonogram alespoň pravidelné částečné údržby zanedbaných lokalit ➢ Pravidelně kontrolovat kvalitu, rozmístění a funkčnost městského mobiliáře	**Turnov**, Liberecký kraj, Povodí Labe, Turnovské památky a cestovní ruch,	Dle jednotlivých záměrů
1.1.3	**Podporovat rozvoj vnitřních aktivit pro návštěvníky města, zlepšit využití potenciálu sakrálních památek v Turnově**	➢ Oslovit, podporovat a zapojit majitele Turnovské synagogy a tří nejvýznamnějších turnovských kostelů - chrám Narození Panny Marie, kostel sv. Mikuláše a kostel sv. Františka z Assisi. ➢ Umožnit v respektujícím režimu přístup návštěvníků do synagogy a kostelů např. formou specializovaných komentovaných prohlídek ➢ Najít nový provozuschopný model, který umožní prohlídky kostelů na pravidelné bázi v průběhu celého roku (což umožní zároveň rozšíření nabídky indoor aktivit ve městě a pomůže s nabídkou mimo hlavní turistickou sezónu).	**Turnovské památky a cestovní ruch**, církve	Dle jednotlivých záměrů
1.1.4	**Motivovat a podporovat soukromé podnikatele s cílem rozvoje služeb v cestovním ruchu (gastro, ubytovatelé…)**	➢ Vytvářet a propagovat průvodce po místních gastropodnicích, spolupracovat s food influencery ➢ Podpora města při pořádání gastro akcí ➢ Informovat soukromé podnikatele či investory o možnostech podpory gastronomického provozu ➢ Podporovat i provozovatele ubytovacích služeb	**Turnovské památky a cestovní ruch**, Turnov, privátní sektor	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.2 – Zlepšit kvalitu dopravy

Cíle a záměry opatření

- Omezit silniční dopravu uvnitř města a podpora šetrných forem dopravy
- Zajistit celoroční dostupnost města veřejnou dopravou s hl. městem Prahou
- Zavést pravidelnou kyvadlovou dopravu s Českým rájem v hlavní sezóně

Nástroje

- Územní plán
- Veřejné investice, dotace aplikovatelné na rozvoj silniční sítě
- Jednání a smlouvy s krajem a dopravci
- Případně: Výkup pozemků pro stavbu obchvatu

Strategie opatření

Opatření se zaměřuje primárně na eliminaci příjezdu návštěvníků přímo do centra vlastním autem. To vede jednak k čistějšímu životnímu prostředí, dále i k bezpečnějšímu a dopravou méně zatíženému městu. Nezbytným předpokladem je zajištění alternativních forem dopravy (veřejná doprava, kyvadlová doprava mezi Českým rájem a Turnovem, popř. mezi centrem města a odstavnými parkovacími plochy) a zvýšení kapacity záchytných parkovišť.

Dobré dopravní spojení mezi Českým rájem a Turnovem může napomoci výrazně navýšit množství návštěvníků Českého ráje, které se podaří nalákat k návštěvě přímo města Turnova. Stejně tak může pomoci zjednodušit návštěvníkům, kteří jsou ubytovaní v Turnově, dostupnost atraktivit v Českém ráji.

Palčivým problémem je silniční průtah městem s hustou dopravou, jehož řešení se diskutuje řadu let. Možností může být použití dočasných dopravních omezení v centru města (např. náměstí Českého ráje) - zejména omezení rychlosti.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.2.1	**Rozvíjet systém parkování a odstavných ploch pro návštěvníky města a jejich přesun po městě**	➢ Dále rozvíjet vhodné lokality pro vybudování záchytných parkovišť pro auta a autobusy přijíždějících návštěvníků ➢ Dlouhodobě zkvalitňovat přesun osob mezi odstavnými plochami a centrem města (pěší koridor) ➢ Nastavit systém zónového parkování s odpovídající výší poplatku za parkování	**Turnov**, Majitelé pozemků lokalit vhodných pro parkování	dle jednotlivých záměrů
1.2.2	**Aktivně iniciovat omezení dopravy přes centrum, popř. nastavit dočasná podpůrná opatření pro zklidnění dopravy (nižší rychlost)**	Ačkoliv město Turnov již podniklo kroky pro odklon dopravní tepny z centra města, realizace výstavby obchvatu města nebude provedena v nejbližších letech. Tato Strategie tedy navrhuje prověřit, zdali by šlo dopravu omezit byť dočasnými a méně účinnými nástroji, jako jsou např. snížení maximální povolené rychlosti aj.	Turnov, Liberecký kraj, Ředitelství silnic a dálnic, dopravní inspektorát	dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.2 – Zlepšit kvalitu dopravy

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	**Garant,** spolupráce	Náklady
1.2.3	**Ve spolupráci se Sdružením Český ráj koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy mezi Turnovem a Českým rájem – včetně cyklobusů**	➢ Vytipovat vhodné přestupní uzly a linky navazující na stávající pravidelné linky veřejné dopravy se zaměřením pro dopravní obsluhu mezi Českým rájem a Turnovem ➢ Oslovit dopravce a nastavit systém pravidelných linek kyvadlové sezóny pro různé tipy návštěvníků (cyklo, pěší) ➢ Informovat o systému sezónní kyvadlové dopravy formou marketingové kampaně	**Turnovské památky a cestovní ruch, Sdružení Český ráj**, Turnov, Liberecký kraj, Středočeský kraj, Mikroregion Český ráj, okolní obce, dopravci	dle jednotlivých záměrů
1.2.4	**Apelovat na stabilitu sítě veřejné dopravy po celý rok, obzvlášť spojení mezi Turnovem, Prahou, Libercem, Hradcem Králové, Pardubicemi**	➢ Analyzovat vytíženost spojů v průběhu roku u pravidelných linek veřejné dopravy ➢ Komunikovat s koordinátory dopravy, dotčenými kraji, dopravci a dalšími relevantními aktéry v oblasti dopravy ➢ Podporovat a apelovat na zachování pravidelných a četných spojů i v méně vytížené časy v průběhu roku (např. víkendy v zimních měsících) ➢ Informovat potenciální návštěvníky o možnostech dopravy veřejnou dopravou	**Turnovské památky a cestovní ruch**, Sdružení Český ráj, Turnov, Liberecký kraj, Středočeský kraj, dopravci	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.3 – Rozvíjet cykloturismus

Cíle a záměry opatření

- Rozvoj cykloturistiky ve městě a nejbližším okolí
- Podpora šetrné a udržitelné formy dopravy
- Podpora podnikání ve službách spjatých s cyklistikou i doprovodných službách (gastronomie, ubytování)

Nástroje

- Územní generel/územní plán a studie proveditelnosti
- Rozpočet města, veřejné investice
- Dotační programy, evropské strukturální a investiční fondy

Strategie opatření

Cyklistika patří mezi nejvhodnější formy dopravy pro pohyb v moderních, čistých městech. Zároveň se jedná o velmi atraktivní prvek pro rozvoj cestovního ruchu, neboť tento sport každoročně využívá pro trávení volného času významný podíl tuzemských rezidentů. Cílem tohoto opatření je zajistit návaznost mezi cyklostezkami, dobudování v místech, kde chybí, především se apeluje na komplexitu Greenway Jizera. Podpora cyklistiky pomáhá také generovat jak nové příležitosti pro práci a podnikání (cyklopůjčovny, servisy), tak podporuje rozvoj a optimalizaci služeb, které cyklisté na své cestě zpravidla využívají (gastronomie). V neposlední řadě se jedno z opatření zaměřuje na realizaci tzv. Fun bike parku, místu s nabídkou singletrail stezek.

Město Turnov by mělo iniciovat rozvoj podpůrné infrastruktury pro podporu cyklistiky a zlepšení městského prostředí (například stojany na kola). Na zásadních místech ve městě (centrum města, u významných atraktivit, dopravní uzly, atraktivity provozované městem...) by město mělo být investorem do podobné infrastruktury, v ostatních lokalitách by mohlo vypsat výzvu z fondu rozvoje cestovního ruchu zaměřenou na rozvoj podobné infrastruktury. Díky tomu město může udržet dohled nad technickým zpracováním a designem, sníží však náklady na rozpočet města.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	**Garant,** spolupráce	Náklady
1.3.1	**Vybudovat cyklistickou tepnu na průjezd městem a přispět tak ke kompatibilitě Greenway Jizera, provázat s městem**	➢ Jedním z bodů s důležitou prioritou je zajištění návaznosti a komplexního propojení dálkové cyklostezky Greenway Jizera s napojením na celkovou síť cyklostezek ve městě ➢ Součástí rozvoje stezky Greenway Jizera je i rozvoj infrastruktury pro vodáky, úprava vodácké infrastruktury.	**Liberecký kraj, Sdružení Český ráj, Turnov**, Povodí Labe, provozovatelé	Až 20 mil. Kč

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.3 – Rozvíjet cykloturismus

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.3.2	**Zajistit prvky podpůrné infrastruktury vhodné pro cyklistiku, motivovat soukromé podnikatele pro rozvoj služeb pro cyklisty (servisy, půjčovny)**	➢ Analyzovat místa, kde je vhodné vybudovat / rozšířit infrastrukturní prvky pro cyklisty (stojany, nabíječky, servispointy…) ➢ Iniciovat investici do cyklistické infrastruktury ➢ Sestavit a distribuovat "návod" pro provozovatele atraktivit / ubytovatele…, jaké prvky lze instalovat pro rozvoj cykloturistiky ➢ Finančně formou dotací podpořit rozvoj cyklistické infrastruktury (např. částečná dotace na pokrytí vybudování nabíječky pro elektrokola) - přehled dotačních programů, návod jak podat žádost o dotaci	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**, Sdružení Český ráj, Turnovské památky a cestovní ruch,	dle jednotlivých záměrů
1.3.3	**Podporovat vznik Bike fun parku a jeho rozvoj a další infrastrukturu pro terénními sjezdy a trekovými stezkami**	➢ Podporovat vznik Bike fun parku - místo s terénními sjezdy a trekovými stezkami ➢ Zmapovat možnosti pro další rozvoj infrastruktury pro terénní cyklistiku / MTB trail	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**	Dle jednotlivých záměrů
1.3.4	**Zvážit možnosti mobility první a poslední míle, podporovat koncept bezpečné mobility v širších souvislostech**	➢ Smyslem tohoto opatření je prostudování, jaké možnosti přesunu po městě mají návštěvníci v případě příjezdu do města veřejnou dopravou ➢ Cílem je podporovat koncept bezpečné mobility v širších souvislostech	**Turnov**, Liberecký kraj, společnosti poskytující sdílené dopravní prostředky	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.4 – Rozptýlit sezónní koncentraci

Cíle a záměry opatření

- Zajistit nabídku atraktivit i akcí i mimo hlavní sezónu
- Zajistit dostupnost základních služeb cestovního ruchu i mimo hl. sezónu
- Podpořit celoroční stabilitu pracovních příležitostí a stabilního prostředí pro zaměstnance v cestovním ruchu, ale i pro místní řemeslníky (šperkaře)

Nástroje

- Rozpočet města, soukromé investice
- Otevírací doby turistických cílů
- Grantový systém na podporou kultury (nově i pro zimní měsíce)
- Kalendář kulturních a dalších akcí ve městě
- Marketingová kampaň

Strategie opatření

Opatření klade důraz na rozvoj nabídky cestovního ruchu mimo hlavní sezónu v letních měsících a to pomocí kombinace dvou možností. První možností je alespoň částečné prodloužení otevírací doby památek, atraktivit a cílů pro návštěvníky i do zimních měsíců, pořádání kulturních akcí aj.

Druhou možností se sestavení atraktivního programu pro návštěvníky, který bude poskytován výhradně v zimních měsících, což by mohlo být uskutečněno díky spolupráci s místními řemeslníky a kulturně-kreativními odvětvími.

Organizace Turnovské památky a cestovní ruch by měla působit jako koordinátor, který zajistí, že alespoň část ubytovacích kapacit, atraktivit i dalších služeb budou v daném období přístupné. V průběhu zimních měsíců se nemusí jednat o dostupnost v průběhu celého týdne, je možné cílit primárně na víkendy. Pokud se potenciální návštěvník nebude moci spolehnout na skutečnost, že v dané lokalitě je vždy dostupná alespoň část turistických atraktivit a cílů, část ubytovacích kapacit i část doprovodných služeb, může se jednat o zásadní překážku pro celoroční cestovní ruch. Koordinace ze strany Turnovské památky a cestovní ruch to může skloubit očekávání návštěvníků s provozními potřebami poskytovatelů služeb.

Pokud se podaří rozšířit turistickou sezonu na celý rok, mohou z toho výrazně benefitovat nejen přímo návštěvníci, ale i provozovatelé služeb a jejich zaměstnanci. Provozovatelé služeb v cestovním ruchu se tak mohou stát „ bezpečnými zaměstnavateli“, kteří poskytují zaměstnání v průběhu celého roku, ne jen ve vybraných měsících. Provozovatelé služeb tak z druhé strany nemusí řešit před každou sezonou nábor dočasných zaměstnanců. To vše vede ke zvýšení kvality poskytovaných služeb. Popisovaná situace může mít pozitivní dopady i pro města a obce v oblasti, protože stabilní zaměstnanci se mohou stát trvalými obyvateli města.

Dalším možným způsobem, jak podpořit cestovní ruch mimo hlavní sezónu, je zvýšená dotační podpora na akce a aktivity, které se konají mimo hlavní sezónu (od října do května). Vhodným nástrojem je také úprava dotačního programu takovým způsobem, aby bylo podporu na akce, které se konají na přelomu roku, technicky možné čerpat.

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Priorita 1.4 – Rozptýlit sezónní koncentraci

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
1.4.1	**Podporovat akce a atraktivity, které poskytují nabídku a cílí výhradně mimo hlavní sezónu (včetně komunikace a propagace)**	➢ Posílit kalendář akcí v zimních měsících, motivovat kulturní aktéry i komerční podniky (hotely, restaurace) k pořádání akcí v zimě – kulturních, ale i gastro akcí, sportovních akcí apod. ➢ Motivaci lze spojit s grantovým programem a jeho rozšířením na zimní měsíce, vhodné je upravit časový harmonogram dotačního programu ➢ Koordinovat rozvoj těchto akcí s nabídkou služeb a motivovat poskytovatele služeb pro cestovní ruch k celoročnímu provozu.	**Turnovské památky a cestovní ruch**, Fond pro podporu CR	V rámci stávajícího rozpočtu & dle jednotlivých záměrů
1.4.2	**Iniciovat a nastavit podmínky k celoročnímu provozu atraktivit a památek (např. zajištění služeb RTIC)**	➢ Vyhotovit komplexní přehled atraktivit a jejich dostupnosti v mimosezónně a podpořit jejich propagaci ➢ Zabezpečit dostupnost významných atraktivit alespoň v částečném provozu po celý rok, příp. využít atraktivity jiným způsobem (speciální zimní a kostýmované prohlídky, tematické akce dle ročního období, využití exteriérů budov pro videomapping aj.). ➢ Optimalizovat provoz RTICu v zimních měsících (otevření o víkendu, naopak PO/ÚT může být zavřeno).	**Turnovské památky a cestovní ruch**, Fond pro podporu CR, poskytovatelé služeb cestovného ruchu	V rámci stávajícího rozpočtu
1.4.3	**Podporovat organizaci dílen, workshopů či výstav v tématice šperkařství, především v mimosezóně**	➢ Časově rozložit nabídku pro návštěvníky spojenou s tradicí šperkařství do podzimních, jarních i zimních měsíců, postupně přesouvat z letních měsíců do mimosezónních ➢ Řemeslníky podporovat a zapojit je také do tvorby suvenýrů a merchandise (viz opatření 3.3.3)	**Turnovské památky a cestovní ruch**, Fond pro podporu CR, veřejný a soukromý sektor	Bez přímých nákladů
1.4.4	**Spolupracovat s kulturně kreativními odvětvími na ryze mimosezónním programu pro návštěvníky**	➢ Oslovit a spolupracovat s řemeslníky a s kreativními společnostmi, sestavit a marketingově komunikovat program pro návštěvníky s dostupností především v mimosezónních měsících ➢ Pravidelně vyhodnocovat úspěch nabídky, dále rozvíjet a podporovat ty s nejlepšími výsledky	**Turnovské památky a cestovní ruch,** kreativní společnosti, veřejný a soukromý sektor, Fond pro podporu CR, Sdružení Český ráj	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 1

Iniciovat zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu ve městě, podpořit kvalitní nabídku služeb cestovního ruchu

Strategický cíl 1 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
Průběžné zlepšování kvality infrastruktury pro cestovní ruch a volnočasové aktivity	Každý rok budou dokončeny 2 nové projekty			Vlastní evidence
Rozšíření kapacit záchytných parkovišť v Turnově	+ 50	+ 100		
Počet nově vzniklých celoročně otevřených vnitřních aktivit	+ 2	+ 3	+ 5	Vlastní evidence
Propojení Greenway Jizera přes město Turnov	plán, příprava	realizováno		Vlastní evidence
Počet realizovaných vícedenních akcí od října do května	10	15	20	Vlastní evidence
Počet nově vzniklých akcí od října do května	+ 2	+ 3	+ 5	Vlastní evidence

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

Opatření pro Strategický cíl 2

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

Priorita 2.1 – Určit organizaci Turnovské památek a cestovní ruch jako hlavní řídící orgán cestovního ruchu ve městě

Cíle a záměry opatření

- Zajistit kompetenční, rozhodovací a výkonný orgán
- Zefektivnit manažerské rozhodování a rozvoj cestovního ruchu
- Rozvíjet spolupráci s provozovateli cestovního ruchu ve městě
- Rozvíjet TIC Turnov

Nástroje

- Rozpočet města
- Zakladatelské a smluvní listiny organizace Turnovské památky a cestovní ruch
- Legislativní nástroje ze strany města (vyhlášky)

Strategie opatření

Smyslem opatření je plnohodnotné převedení kompetencí v oblasti rozvoje cestovního ruchu na městskou organizaci Turnovské památky a cestovní ruch tak, aby se stala hlavním koordinátorem cestovního ruchu na území města Turnova, a mohla cestovní ruch rozvíjet v souladu s principy 3K (Komunikace, koordinace, kooperace) s poskytovateli služeb cestovního ruchu ve městě a všemi ostatními aktéry.
Turnovské památky a cestovní ruch by měli navázat partnerství s aktéry cestovního ruchu v Turnově a okolí. Cílem je získat trvale klíčové aktéry jako partnery a vytvořit tak komunikační platformu pro rozvoj cestovního ruchu. Tito partneři rozvoje cestovního ruchu a případně další aktéři v cestovním ruchu by se měli pravidelně setkávat, diskutovat o aktuálních tématech v odvětví.
Nesmí být opomenuto ani Regionální turistické informační centrum Turnov, jež hraje ve městě důležitou roli, a mělo by být nadále podporováno a rozvíjeno. To by mělo dále rozšiřovat rozsah svých služeb a působit jako informační centrum i pro oblast Českého ráje.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.1	**Optimalizovat fungování organizace Turnovské památky a cestovní ruch tak, aby vykonávala řídící a koordinační kompetence v oblasti cestovního ruchu**	➢ Posílit stávající nastavení, kompetence a možnosti organizace oblasti koordinace rozvoje cestovního ruchu ➢ Organizace se tak stane zásadním gestorem / realizátorem naplnění této Strategie ➢ Nastavit transparentní pravidla ➢ Organizace bude poskytovat podporu správní radě fondu rozvoje cestovního ruchu (viz 2.2)	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**, aktéři v cestovními ruchu ve městě, odborná veřejnost	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 2

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

Priorita 2.1 – Určit organizaci Turnovské památek a cestovní ruch jako hlavní řídící orgán cestovního ruchu ve městě

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.1.2	**Nastavit systém partnerství rozvoje cestovního ruchu v Turnově a okolí, získat partnery ze soukromého, veřejného i neziskového sektoru**	Turnovské památky a cestovní ruch coby koordinátor cestovního ruchu v Turnově nastaví systém užší spolupráce s aktéry CR – tzv. **partnerství rozvoje cestovního ruchu** v Turnově, kteří jsou aktivní a připraveni navázat užší spolupráci na dlouhodobém koncepčním rozvoji cestovního ruchu. ➢ přizvat k partnerství aktéry cestovního ruchu ze soukromého, veřejného i neziskového sektoru ➢ Alespoň 2x ročně organizovat setkání a společnou diskuzi o aktuálních problémech ➢ Sbírat zpětnou vazbu partnerů, vyhodnocovat ji a zlepšovat tak činnost ➢ Podílet se na směřování rozvoje Fondu na podporu cestovního ruchu	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch,** aktéři v cestovními ruchu ve městě, odborná veřejnost	V rámci stávajícího rozpočtu
2.1.3	**Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do spolupráce nebo partnerství**	➢ Podporovat vyšší zapojení soukromých subjektů do partnerství nebo spolupráce ➢ Komunikovat soukromým podnikatelům výhody spolupráce s organizací do např. pravidelnou rozesílkou newsletteru s dosaženými úspěchy, chystanými aktivitami aj.	**Turnovské památky a cestovní ruch,** aktéři v cestovními ruchu ve městě, odborná veřejnost	Max. 50 tis. ročně
2.1.4	**Kontinuálně pracovat na rozvoji služeb poskytovaných Regionálním turistickým informačním centrem Turnov**	➢ Regionální turistické informační centrum by mělo nadále poskytovat svoje služby návštěvníkům města, občanům města a to nejen jako informační centrum pro město Turnov samotné, ale i jako regionální informační centrum pro turistickou oblast Český ráj ➢ Otevírací doba RTIC by měla v maximální možné míře kopírovat potřeby klientů informačního centra (návštěvníků i místních obyvatel)	**Turnovské památky a cestovní ruch**, RTIC Turnov	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 2

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

Priorita 2.2 – Navrhnout účinný a efektivní způsob financování cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Nastavit dlouhodobě funkční systém financování cestovního ruchu a jeho rozvoje
- Nastavit vlastní hospodářskou činnost jako příjem společného fondu
- Zvýšit efektivitu využívání dotací pro rozvoj cestovního ruchu

Nástroje

- Rozpočet města
- Fond města Turnov pro podporu cestovního ruchu

Strategie opatření

Rozvoj cestovního ruchu lze podpořit finančně skrze sdílený rozvojový fond. Za tímto účelem bude upraven a rozšířen stávající Fond města Turnov pro podporu cestovního ruchu.

Město Turnov podpoří rozvoj cestovního ruchu **prostřednictvím trvalé alokace části poplatku z pobytu ve výši 50 % na rozvoj cestovního ruchu (částka bude určena dle výše poplatku v předcházejícím roce). 30 % bude alokováno do samotného fondu, 20 % bude alokováno do rozpočtu organizace Turnovské památky a cestovní ruch.** Podpora pro Turnovské památky a cestovní ruch je určena na koordinační činnost v cestovním ruchu a další činnosti, které jsou této organizaci svěřeny v této strategii.

Fond bude organizován v souladu se stávajícím statutem, doporučujeme však, aby zástupce organizace Turnovské památky a cestovní ruch byl ve statutu definován jako jeden z členů správní rady fondu.

Turnovské památky a cestovní ruch by v rámci své koordinační činnosti v oblasti cestovního ruchu měly vykonávat podporu pro správní radu fondu a připravovat zaměření konkrétních výzev, které bude fond vypisovat. Za tímto účelem by Turnovské památky a cestovní ruch komunikovaly s aktéry cestovního ruchu v Turnově, zejména s partnery rozvoje cestovního ruchu (viz 2.1). Tímto způsobem se podaří zapojit klíčové aktéry do diskuze o možném využití a zacílení prostředků z rozvojového fondu.

Výzvy by mohly být zaměřeny na tvrdé i měkké projekty, v případě tvrdých projektů by se mohlo jednat například o podporu rozvoje drobné turistické infrastruktury (například podpora infrastruktury pro cyklistiku dle 1.3.2).

Opatření pro Strategický cíl 2

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

Priorita 2.2 – Navrhnout účinný a efektivní způsob financování cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.2.1	**Rozšířit fungování rozvojového fondu cestovního ruchu, alokovat 50 % poplatku z pobytu zpět na rozvoj cestovního ruchu**	➢ Upravit a rozšířit fungování existujícího Fondu města Turnov pro podporu cestovního ruchu ➢ Alokování části 50 % z poplatku z pobytu zpět do rozvoje cestovního ruchu – (alokace dle výše vybraného poplatku z předcházejícího roku) ➢ 30 % alokováno do fondu rozvoje CR ➢ 20 % bude využito k navýšení rozpočtu organizace Turnovské památky a cestovní ruch (více viz 2.2.2)	**Turnov**, Turnovské památky a cestovní ruch, aktéři v cestovními ruchu ve městě, odborná veřejnost	50 % z vybraných poplatků z pobytu
2.2.2	**Nastavit systém funkčnosti rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů, systém implementovat v praxi, systém dlouhodobě provozovat**	➢ Organizace Turnovské památky a cestovní ruch koordinuje rozvoj cestovního ruchu v Turnově ➢ Organizace poskytuje podporu správní radě fondu, navrhuje zaměření výzev ➢ Turnovské památky a cestovní ruch organizují pravidelná setkání s partnery rozvoje cestovního ruchu (viz 2.1) a koordinují diskusi o účelném zaměření vypisovaných výzev a využití prostředků z rozvojového fondu ➢ Vypsání výzev z Fondu na podporu cestovního ruchu	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**, aktéři cestovního ruchu	
2.2.3	**V dlouhodobém horizontu rozšířit možnosti financování rozvojového fondu cestovního ruchu**	➢ V dlouhodobém horizontu se zaměřit na posílení financování fondu a získání nových zdrojů ➢ dotační tituly ➢ příspěvky od partnerů rozvoje cestovního ruchu ➢ sponzoring	**Turnov**, Turnovské památky a cestovní ruch, aktéři v cestovními ruchu, odborná veřejnost, okolní DMO	
2.2.4	**Pravidelně informovat přispěvovatele do Rozvojového fondu cestovního ruchu o výsledcích, investicích a dosažených úspěších**	➢ Prezentovat pravidelně výsledky svým členům např. formou newsletteru ➢ Pravidelně uspořádat setkání s diskuzí nad fungováním Fondu a dalšími záměry rozvoje ➢ Demonstrovat úspěchy a dosažené výsledky Fondu tak, aby byl obhájen nárok na jeho další fungování	**Turnov, Turnovské památky a cestovní ruch**, aktéři v CR, odborná veřejnost, okolní DMO	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 2

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

Priorita 2.3 – Řídit cestovní ruch 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
- Spolupracovat s okolními destinačními společnostmi a aktéry cestovního ruchu na principu 3K
- Ověřit potenciál pro realizaci návštěvnické karty

Nástroje

- Datové banky, statistické šetření
- Spolupráce, sdílení a transparentnost mezi partnery
- Sdílené výzkumy s okolními destinačními společnostmi a centrálami cestovního ruchu

Strategie opatření

Město Turnov (popř. organizace Turnovské památky a cestovní ruch) by v rámci své agendy by mělo 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 rozvoje cestovního ruchu. To vše na principu 3K (koordinace, kooperace, komunikace), což městu zajistí pozici stabilního a spolehlivého partnera. Jedním z cílů opatření je také průzkum potenciálu pro realizaci návštěvnické, resp. turistické karty výhod.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.1	**Prohlubovat spolupráci organizace Turnovské památky a cestovní ruch s oblastní DMO – Sdružení Český ráj (společné produkty, projekty, marketingové aktivity…) a s Geoparkem Český ráj**	➢ Rozvíjet intenzivní spolupráci mezi organizací Turnovské památky a cestovní ruch a oblastní DMO – Sdružení Český ráj a UNESCO Geoparkem Český ráj. ➢ Pracovat na společných marketingových aktivitách, rozvoj portfolia produktů cestovního ruchu a dalších projektech ➢ maximalizovat synergii mezi cestovním ruchem v Turnově a Českém ráji ➢ Iniciovat pravidelná setkávání a pracovní porady projektových týmů	**Turnovské památky a cestovní ruch,** Sdružení Český ráj, Geopark Český ráj, ČSÚ, odborná veřejnost	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 2

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

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

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
2.3.2	**Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu v Turnově zapojením různých technologií a na jejich základě rozhodovat o rozvoji cestovního ruchu**	➢ 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 partnerům např. formou newsletteru	Turnovské památky a cestovní ruch, Sdružení Český ráj, Turnov, provozovatelé atraktivit a služeb	Dle jednotlivých záměrů
2.3.3	**Aplikovat pravidla 3K, nastavit/prohloubit efektivní spolupráci a systém pravidelných setkávání s partnery vně hranic města (sousední obce, provozovatelé služeb cestovního ruchu, AOPK ČR)**	➢ Fond, resp. Priorita 2.2, zahrnuje těsnou spolupráci subjektů působících ve městě Turnově. Je však třeba udržovat dobré vztahy s partnery sídlícími mimo Turnov, přesto důležitými po koordinovaný rozvoj cestovního ruchu ➢ Pravidelně se setkávat a komunikovat postupy a důsledky s cílem eliminovat nedorozumění, vyhodnocovat výsledky společné práce	Okolní obce a města, okolní oblastní DMO, centrály cestovního ruchu, Liberecký kraj, AOPK ČR aj.	Dle jednotlivých záměrů
2.3.4	**Analyzovat možnosti, podmínky a celkovou situaci pro aplikaci návštěvnické karty / benefitního systému**	➢ Analyzovat možnosti v oblasti zavedení návštěvnické karty / benefitního systému ➢ zvažovat zapojení dalších subjektu, které pomohou s finančně i provozně nákladným systémem. Může se jednat např. o společnou kartu s turistickou oblastí Český ráj, případně dalšími městy v oblasti ➢ je vhodné zvážit i možné specifické využití benefitního systému pro místní obyvatele (zejména u čerpání služeb a benefitů, které jsou společné s návštěvníky – např. parkování)	Turnovské památky a cestovní ruch, Sdružení Český ráj	Dle jednotlivých záměrů

Opatření pro Strategický cíl 2

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	2026	2028	2030	Zdroj pro měření
Trvalá alokace 50 % poplatku z pobytu do rozvoje CR (30 % fond CR, 20% Turnovské památky a CR)	Alokace nastavena			Vlastní evidence
Počet setkání přispěvovatelů do fondu a partnerů	1 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence
Počet partnerů rozvoje cestovního ruchu	Základající skupina	+ 10	+ 15	Vlastní evidence
Počet projektů se zapojením partnerů vně hranic města	2 projekty ročně	2 projekty ročně	2 projekty ročně	Vlastní evidence
Zpracování každoroční statistické zprávy o výkonnosti cestovního ruchu ve městě		1 ročně		Vlastní evidence

Strategický cíl 3:
Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.1 – Definovat komplexní proces strategického marketingu

Cíle a záměry opatření

- Navrhnout komplexní marketingovou strategii
- Identifikovat cíle, jichž se má pomocí marketingu dosáhnout
- Sestavit jednotnou (nejen) vizuální identitu města
- Monitorovat výsledky a hodnotit efektivitu nákladů na marketing

Nástroje

- Analýza klíčových témat a produktů
- Zpracovaný a každoročně aktualizovaný marketingový plán
- Rozpočet města, Rozvojový fond cestovního ruchu

Strategie opatření

Efektivnost prostředků vynaložených na ‚marketing se multiplikuje v momentě, kdy jsou marketingové aktivity realizovány na základě promyšleného, dlouhodobě fungujícího systému marketingové strategie stojícího na podkladech důkladné analýzy. Marketingová strategie města však neznamená pouze zaměření na návštěvníky, může se obracet směrem k investorům, potenciálním občanům a různým skupinám. Vhodné je, pokud se město k těmto skupinám obrací pod jednotnou značkou/brandem, resp. jednotnou vizuální identitou (logo, barvy, fonty) i jednotným stylem komunikace (slogan, fotografie a videa, USP, tone of voice aj.).

Dlouhodobá marketingová strategie města Turnov, která se může zabývat i vytvořením značky města a jednotné vizuální identity, může být následně využita i v oblasti cestovního ruchu.

Č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.1	**Navrhnout marketingovou strategii města na delší časový horizont, která se bude zabývat i oblastí cestovního ruchu**	➢ Definovat na základě analýzy nosná témata pro dlouhodobou strategii ➢ Postupovat dle systému segmentace-targeting-positioning, tedy segmentovat různé množiny uživatelů města, vybrat si cílové skupiny a snažit se zaujmout určitou pozici Turnova určitým způsobem v myslích těchto uživatelů ➢ Navrhnout cíle marketingové strategie formou KPI's	Komunikační agentury	200 až 500 tis. Kč

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.1 – Definovat komplexní proces strategického marketingu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.1.2	**Koncipovat značku/brand Turnov a na jejím základě zpracovat jednotnou vizuální identitu města, tuto využívat v propagaci a komunikaci i v oblasti cestovního ruchu**	➢ Vypracovat značku / brand Turnov, jejíž nosnou myšlenku zhmotní logo a slogan ➢ Vypracovat brand book – manuál, který obsahuje názvy a styly fontů, kódů barev, pravidla pro nakládaní s logotypem aj. ➢ Doplnit nastavení značky o další aspekty, jako je návrh tone of voice, série propagačních fotografií a videí, návrhu suvenýrů a merchandise nabídky	Komunikační agentury	V rámci rozpočtu na marketin-govou strategii
3.1.3	**Vyhodnocovat efektivitu marketingových aktivit, nastavit systém monitoringu dat a informací, vč. pravidelné analýzy a interpretace**	Smyslem tohoto opatření je dbát na to, aby bylo možné jasně idenfitikovat, jak náklady vynaložené na marketing přispívají k naplnění cílů. Je nutné podle navrhnutých postupů pravidelně hodnotit marketingové výkony a optimalizovat funkční nástroje, bez evaluace výsledků jinak dochází pouze ke zbytečnému utrácení peněz.	ČSÚ, výzkumné agentury, komunikační agentury	V rámci rozpočtu na marketin-govou strategii

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky 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
- Spolupráce a zapojení s provozovateli služeb cestovního ruchu
- Rozpočet města a organizace Turnovské památky a cestovní ruch

Strategie opatření

Účinnost naplnění marketingové strategie města směrem k návštěvníkům, stejně jako jeho image a identita, závisí na kvalitě produktů cestovního ruchu a témat vyplývajících z marketingové strategie a formující podklad pro marketingovou komunikaci. Město přebírá roli destinačního marketingu a má za úkol propojit nabídku subjektů ve své oblasti, vytvořit soudržné produktové programy a balíčky a témata pro komunikaci, zajistit z nich vycházející marketingový plán a komunikaci produktů různým cílovým segmentům návštěvníků.

Produktové portfolio Turnova pro oblast cestovního ruchu je vhodné vytvářet ve spolupráci se Sdružením Český ráj. Produkty cestovního ruchu je vhodné koncipovat pro vybrané cílové skupiny. U produktového portfolia je zcela zásadní průběžné vyhodnocování aktuálnosti nastavených produktů, jejich případné úpravy a aktualizace.

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.1	**Průběžně rozvíjet produktové portfolio Turnova, na rozvoji spolupracovat se Sdružením Český ráj a dalšími partnery**	➢ Definovat na základě analýzy aktuální nabídky cestovního ruchu a dalších potenciálních příležitostí ve městě Turnov 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 ➢ Na rozvoj produktového portfolia spolupracovat se sdružením Český ráj a dalšími partnery (Geopark český ráj, projekt Křišťálové údolí...)	Turnovské památky a cestovní ruch, veřejný a privátní sektor, Sdružení Český ráj, Geopark Český ráj, odborná veřejnost	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.2.2	**Navrhovat, podporovat a kooperovat na vzniku nových produktů cestovního ruchu ve městě a okolí s důrazem na mimosezonní období**	➢ Oslovovat a motivovat jednotlivé subjekty cestovního ruchu k zapojení do produktu cestovného ruchu ➢ Být otevřen nápadům a požadavkům na tvorbu produktů od samotných provozovatelů (bottom-up systém) ➢ Fungovat jako hlavní koordinátor	Turnovské památky a cestovní ruch, Sdružení Český ráj, okolní obce, veřejný a privátní sektor, odborná veřejnost,	V rámci stávajícího rozpočtu
3.2.3	**Spravovat a rozšiřovat skladbu produktů – na základě pravidelné analýzy aktualizovat/ odstranit ty, které nefungují, a hledat příležitosti pro vytváření nových**	➢ Cílem tohoto opatření je zajistit, že produkty cestovního ruchu jsou vždy aktuální a zejména funkční. Pokud se ukáže, že o některý produkt není již zájem, lze jej buď doplnit nebo transformovat, což buď obnoví poptávku, nebo ne, a v takovém případě se produkt stáhne z nabídky. ➢ Dále rozvíjet místní, regionální i nadregionální produkty cestovního ruchu, do kterých je Turnov zapojen (např. Za pověstmi Českého ráje, Po stopách Albrechta z Valdštejna...) ➢ Současně s optimalizací stávajících produktů je důležité hledat nové příležitosti a inspiraci u partnerů nebo konkurence. ➢ Z tohoto důvodu je klíčové mít vytvořený účinný systém měření a evidence úspěšnosti a výkonnosti produktů.	Turnovské památky a cestovní ruch, Sdružení Český ráj, okolní obce, veřejný a privátní sektor, odborná veřejnost,	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

Příklady možných produktů cestovního ruchu v Turnově

- Šperk na Jizeře
- I když v ráji neprší
- Na kole jako doma

V této části jsou navržena základní témata produktů cestovního ruchu, která vycházejí z analýzy potenciálu města Turnova. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody sledované oblasti, kterými jsou například příroda v CHKO Český ráj, rozvíjející se tradice šperkařství 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

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky 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 město Turnov byly vytipovány dva segmenty dle archetypální segmentace turistické populace, na které by se měla nabídka v destinaci primárně soustředit. Patří mezi ně **Dobrodruzi**, kteří ocení přírodu a aktivní trávení volného času různými druhy sportu, včetně lezectví. Další hlavní cílovou skupinou jsou **Poutníci**, kteří cestují za poznáním místní přírody, kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. TOP segmenty doplňují **Rekreanti**, kteří vyhledávají pohodovou příp. aktivní dovolenou a v oblasti ocení možnosti letní rekreace u vody. Doplňkovým segmentem jsou také **Požitkáři**, kteří si užijí potenciální nabídku lokální gastronomie, případně wellness či unikátní nabídku šperkařství. Pro aktivní oslovení těchto skupin je třeba podpořit rozvoj potřebné infrastruktury.

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
1) Poutníci TOP segment	Jsme 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

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky 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 zajištění.** 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) Rekreanti Doplňkový segment	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 **půjčíme**, 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

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

Segmentace klientely

	Kdo jsme?	Důvody k cestování	Bariéry v cestování	Způsob cestování	Destinace a zdroj informací
4) Požitkáři Doplňkový segment	Jsme 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 služeb **cestovní kanceláře a** kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů. Přespáváme 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 kanceláří a** propagačních materiálů.
5) Pařmeni Segment s nízkým potenciálem	Jsme častěji **muži.** Jsme lidé **nejrůznějšího věku**. V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji **solidně zajištění.** 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.

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

Název produktu	**Šperk na Jizeře**
Koordinátor produktu	Turnovské památky a cestovní ruch
USP produktu	Jedinečná tradice šperkařství v prostředí krásného města Turnova.
Popis produktu	Kdykoliv si chcete posedět v hezkém prostředí, vychutnat si lahodnou kávu a pořídit si hezký šperk, vyrazíte na výlet do Turnova – udržovaného, čistého, hezkého města. Ideální místo pro milovníky kratších výletů do klidného, leč městského prostředí.

Hlavní komponenty (RTB)

Příklady atraktivit:

- Hrad Valdštejn, zámek Hrubý Rohozec
- Pěší procházky v okolí města
- Projížďka na půjčeném kole podél řeky Jizery
- Muzea věnovaná šperkařství
- Workshop a dílna na výrobu vlastního šperku
- Obchody s klenoty, možnost velkého výběru toho pravého (šperku)
- Lahodné občerstvení přes den a skvělá večeře
- Odpočinek ve wellness

Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

- Ulička Řemesel, řemeslníci, šperkaři
- RTIC Turnov
- Provozovatelé gastronomických a ubytovacích služeb
- Provozovatelé cyklopůjčoven
- Muzea, galerie
- Sdružení Český ráj
- Geopark Český ráj

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Příjemný zážitek spojený s návštěvou centra města Turnova a s jeho šperkařskou historií i současností
- Možnost pořízení unikátního šperku spojeného s Turnovem (například i snubní prsten…)

Hlavní segmenty klientely

- Požitkáři
- Páry na romantických výletech, zásnuby, svatební turistika…

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů
- Podpora místních řemeslníků
- Rozvoj šperkařského odkazu a pověsti města

Hlavní cílové trhy

- Návštěvníci Českého ráje
- Praha a střední Čechy, Liberec
- Obyvatelé větších měst, kteří preferují pobyt a odpočinek v menším městě

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

Název produktu	**I když v ráji neprší**
Koordinátor produktu	Turnovské památky a cestovní ruch
USP produktu	Nejen když se rozprší v Českém ráji a je třeba zachránit výlet návštěvou města a vnitřní aktivitou. Vždy je co najít a jak se zabavit v Turnově
Popis produktu	Produkt ve velmi netradičním pojetí – cílí na návštěvníky, kteří jsou primárně návštěvníky sousedního Českého ráje. Pobyt zde však může přerušit nepřízeň počasí, a tak nezbývá nic jiného, než se někde schovat a využít některou z turnovských atraktivit. Nepřízeň počasí však rozhodně není jediným důvodem k návštěvě Turnova.

Hlavní komponenty (RTB)

Příklady atraktivit:
- Hrad Valdštejn, zámek Hrubý Rohozec
- Synagoga a turnovské kostely
- Kamenářský dům, Dlaskův statek
- Muzeum Českého ráje
- Ulička Řemesel
- Krytý bazén

Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)

- Provozovatelé atraktivit ve městě
- RTIC Turnov
- Lokální řemeslníci
- Muzea, galerie
- Sdružení Český ráj
- Geopark Český ráj

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Náhradní (a skvělý) program při výletu zmařeném počasím
- Edukace o tradičních řemeslech, zejména šperkařství
- Pobyt v přívětivém městském prostředí

Hlavní segmenty klientely

- Poutníci, Dobrodruzi
- Rekreanti

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů
- Distribuce návštěvních toků mezi CHKO Český ráj a Turnov

Hlavní cílové trhy

- Návštěvníci Českého ráje

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.2 – Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu

Název produktu	**Na kole jako doma**
Koordinátor produktu	Turnovské památky a cestovní ruch
USP produktu	Projížďka malebným údolím řeky Jizery nebo ostré terénní sjezdy na blízkých kopcích? Každý cyklista si najde to své.
Popis produktu	Tento produkt využívá bohatství geomorfologického reliéfu dané oblasti, který poskytuje ideální podmínky pro různé typy cyklistiky (silniční, terénní). Když cyklista právě nekouká na cestu, má vždy co obdivovat kolem sebe. A pokud si potřebuje odpočinout, vždy najde místo, kde si může na chvíli sednout nebo provést drobné opravy na kole

Hlavní komponenty (RTB)

Příklady atraktivit:

- Cyklostezky – páteřní podél řeky, napojení na hustou síť cyklostezek v okolí města 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)

- Greenway Jizera
- Ministerstvo dopravy (Ředitelství silnic a dálnic
- Soukromí podnikatelé v blízkosti cyklostezek
- CHKO Český ráj
- Odborná veřejnost cyklistického sportu
- Sdružení Český ráj

Přínosy produktu pro návštěvníky

- Aktivní odpočinek s rodinou, partnerem/partnerkou či skupinou přátel
- Návštěvník ví, že se nemusí bát s kolem zajet i do města – u každé hospody jej pohodlně opraví, dobije baterky sobě i elektrokolu

Hlavní segmenty klientely

- Rekreanti
- Dobrodruzi

Přínosy produktu pro partnery / destinaci

- Zvýšení příjmů místních podnikatelů
- Rozvoj infrastruktury komplexní sítě cyklostezek a singletrails
- Distribuce návštěvních toků v Turnově a jeho okolí

Hlavní cílové trhy

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

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.3 – Aplikovat nástroje taktického marketingu a pravidelné komunikační kampaně

Cíle a záměry opatření

- Nastavit systém pravidelné marketingové komunikace
- Využít nástroje tzv. taktického marketingu
- Pracovat s mediaplány a konkrétními rozpočty
- Zapojit tradiční řemeslníky a lokální producenty

Nástroje

- Rozpočet města
- Marketingový plán, mediaplán
- Tematické komunikační kampaně
- Dohody s řemeslníky, lokálními producenty

Strategie opatření

Taktický marketing se zaměřuje na krátkodobé plány a akce, které mají rychlý dopad na prodej nebo povědomí značky. Jedná se o konkrétní kampaně, které se většinou zaměřují na vybrané segmenty trhu nebo na určité produkty či služby. Taktický marketing často využívá krátkodobé akce, slevy, reklamní kampaně, soutěže nebo jiné podněty k okamžitému nákupu. Veškeré dílčí kroky a formy taktického marketingu postupně kousek po kousku naplňují celkovou strategii (viz priorita 3.1).

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.1	**Každoročně sestavit marketingový plán vč, rozpočtu, marketingový plán vyhodnocovat**	➢ Postupně realizovat prvky taktického marketingu k naplnění cílů (viz výše) , např.: propagace prostřednictvím online a offline kanálů, účasti na veletrzích a akcích, vytváření obsahu pro sociální média, spolupráce s influencery ➢ Postupovat v komunikace dle předem schváleného mediaplánu ➢ Pracovat s předem stanoveným a rozvrženým rozpočtem ➢ Vyhodnocovat realizované marketingové aktivity	Okolní DMO, odborná veřejnost, Liberecký kraj	Bez přímých nákladů

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Priorita 3.3 – Aplikovat nástroje taktického marketingu a pravidelné komunikační kampaně

č.	Seznam opatření	Popis, aktivity	Garant, spolupráce	Náklady
3.3.2	**Pravidelně komponovat aktuální kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)**	➢ Průběžně realizovat brandové kampaně, tedy komunikovat obecně území a značku město Turnov ➢ Alespoň 1x ročně realizovat marketingovou kampaň na konkrétní téma (šperky, hezké město, příroda) či vybraný produkt cestovního ruchu ➢ Marketingově podporovat celoroční turismus ve městě, akce mimo hlavní sezónu…	Komunikační agentury, Turnovské památky a cestovní ruch	Max. 150 tis Kč za 1 kampaň
3.3.3	**Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do destinačního marketingu – tvorba suvenýrů (především šperky), merchandise, informační materiály či mapy**	V Turnově sídlí řada šikovných řemeslníků a umělců, město je tak může aktivně zapojit do produkce suvenýrů, merchandise nabídky a do ostatních prvků městského marketingu (propagačních a informačních materiály). Další možností je pořádání workshopů, dílen a jiných aktivit s možností zapojení návštěvníků, ale i místních obyvatel.	Řemeslníci, lokální producenti, veřejný sektor, privátní sektor	V rámci stávajícího rozpočtu

Opatření pro Strategický cíl 3

Rozvíjet principy destinačního a městského marketingu a využívat je k rozvoji cestovního ruchu v Turnově

Strategický cíl 2 je v rámci Strategie měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle	2026	2028	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
Počet realizovaných marketingových kampaní ve spolupráci se Sdružením Český ráj	2 ročně	3 ročně	4 ročně	Vlastní evidence
Počet dotazníkových šetření (návštěvnici, místní obyvatelé)	1 ročně	1 ročně	1 ročně	Vlastní evidence

Rámcový harmonogram naplňování strategie

Rámcový harmonogram naplňování strategie

Rámcový harmonogram naplňování strategie, jednotlivých opatření s přehledem hlavních aktivit Strategie.

XXX	intenzivní projektová činnost
X	dlouhodobá průběžná aktivita

Skupina	číslo	Název opatření (stručný)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Zkvalitnit nabídku služeb a infrastruktury cestovního ruchu	**1.1.1**	Dlouhodobě rozvíjet památky ve vlastnictví Turnova, rozvíjet další infrastrukturu podporující cestovní ruch	X	X	X	X	X	X	X
	1.1.2	Transformovat prvky veřejného prostoru v odpočinkové zóně, podpořit kvalitu městského prostředí		XXX	XXX	X	X	X	X
	1.1.3	Podporovat rozvoj vnitřních aktivit pro návštěvníky města, zlepšit využití potenciálu sakrálních památek			XXX				
	1.1.4	Motivovat a podporovat soukromé podnikatele s cílem rozvoje služeb v cestovním ruchu		X	X	X	X	X	X
Zlepšit kvalitu dopravy	**1.2.1**	Rozvíjet systém parkování a odstavných ploch pro návštěvníky města a jejich přesun po městě	X	X	X	XXX	XXX	X	X
	1.2.2	Aktivně iniciovat omezení dopravy přes centrum, popř. nastavit dočasná podpůrná opatření pro zklidnění			XXX	XXX			
	1.2.3	Koordinovat, podporovat a propagovat systém sezónní kyvadlové přepravy		XXX	X	X	X	X	X
	1.2.4	Podporovat stabilitu sítě veřejné dopravy po celý rok	X	X	X	X	X	X	X
Rozvíjet cykloturismus	**1.3.1**	Vybudovat cyklistickou tepnu na průjezd městem a přispět tak ke kompatibilitě Greenway Jizera			XXX	XXX			
	1.3.2	Zajistit prvky podpůrné infrastruktury vhodné pro cyklistiku, motivovat podnikatele pro rozvoj služeb	XXX	XXX					
	1.3.3	Podporovat vznik Bike fun parku a jeho rozvoj – místo s terénními sjezdy a trekovými stezkami	XXX	X	X	X	X	X	X
	1.3.4	Zvážit možnosti mobility první a poslední míle, podporovat koncept bezpečné mobility				XXX			
Rozptýlit sezónní koncentraci	**1.4.1**	Podporovat akce a atraktivity, které poskytují nabídku a cílí zejména mimo hlavní sezónu	X	X	X	X	X	X	X
	1.4.2	Iniciovat a nastavit podmínky k celoročnímu provozu atraktivit a památek		XXX	X	X	X	X	X
	1.4.3	Podporovat organizaci dílen, workshopů či výstav v tématice šperkařství, především v mimosezóně		XXX	X	X	X	X	X
	1.4.4	Spolupracovat s kulturně-kreativními průmysly na mimosezónním programu pro návštěvníky			XXX	X	X	X	X
Určit Turnovské památky a cestovní ruch jako hlavního koordinátora CR	**2.1.1**	Optimalizovat Turnovské památky a cestovní ruch tak, aby vykonávaly řídící a koordinační kompetence	XXX	XXX					
	2.1.2	Nastavit systém organizace tak, aby mohla efektivně uplatňovat svůj vliv na rozvoj cestovního ruchu	XXX	XXX					
	2.1.3	Podporovat vyšší zapojení soukromého sektoru do spolupráce, nastavit systém pravidelného setkávání	X	X	X	X	X	X	X
	2.1.4	Kontinuálně pracovat na rozvoji služeb poskytovaných Regionálním turistickým informačním centrem Turnov	XXX	X	X	X	X	X	X
Navrhnout účinný a efektivní způsob financování cestovního ruchu	**2.2.1**	Založit Rozvojový fond cestovního ruchu tak, aby se jejich část poplatku z pobytu alokovala zpět do CR		XXX	XXX	*ideálně, aby již bylo v rozpočtu 2026*			
	2.2.2	Nastavit systém funkčnosti Rozvojového fondu CR, pravidel pro podporu rozvojových projektů		XXX	XXX	x	x	x	x
	2.2.3	Pravidelně informovat přispěvovatele do Rozvojového fondu cestovního ruchu o výsledcích			x	x	x	x	x
	2.2.4	Motivovat subjekty ke vstupu do Rozvojového fondu cestovního ruchu, portfolio přispěvovatelů rozšiřovat							
Řídit CR na základě dat a ve spolupráci s relevantními subjekty	**2.3.1**	Prohlubovat spolupráci Turnovské památky a CR se Sdružením Český ráj a s Geoparkem Český ráj	X	XXX	X	X	X	X	X
	2.3.2	Nastavit systém sběru dat o cestovním ruchu v Turnově na jejich základě rozhodovat o rozvoji CR			XXX	X	X	X	X
	2.3.3	Aplikovat pravidla 3K, prohloubit efektivní spolupráci a systém pravidelných setkávání s partnery			XXX	X	X	X	X
	2.3.4	Analyzovat možnosti, podmínky a celkovou situaci pro aplikaci návštěvnické karty / benefitního systému					XXX	XXX	X
Definovat komplexní proces strategického marketingu	**3.1.1**	Navrhnout marketingovou strategii města na delší časový horizont, která se bude zabývat i oblastí CR		XXX					
	3.1.2	Koncipovat značku/brand Turnov a na jejím základě zpracovat jednotnou vizuální identitu města			XXX				
	3.1.3	Vyhodnocovat efektivitu marketingových aktivit, nastavit systém monitoringu dat a informací		X	X	XXX	X	X	X
Podpořit tvorbu nabídky produktů cestovního ruchu	**3.2.1**	Průběžně rozvíjet produktové portfolio Turnova ve spolupráci se Sdružením Český ráj	X	XXX	XXX	X	X	X	X
	3.2.2	Navrhovat, podporovat a kooperovat na vzniku nových produktů CR s důrazem na mimosezonní období	X	XXX	X	X	X	X	X
	3.2.3	Spravovat a rozšiřovat skladbu produktů – na základě pravidelné analýzy aktualizovat/ odstranit / tvořit	X	X	X	X	X	X	X
Aplikovat nástroje taktického marketingu a komunikační kampaně	**3.3.1**	Každoročně sestavit marketingový plán a rozpočet, marketingový plán vyhodnocovat		XXX	X	X	X	X	X
	3.3.2	Pravidelně komponovat aktuální kampaně na určité téma (např. jednotlivé produkty)	X	X	X	X	X	X	X
	3.3.3	Iniciovat zapojení místních producentů a řemeslníků do marketingu – suvenýry, merchandise, materiály		XXX	XXX	X	X	X	X

Implementační část

zdroj foto: infocentrum-turnov.cz, autor: Luděk Antoš

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	Turnovské památky a cestovní ruch (koordinátor/ka)	Rada města (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. radě města Turnov k projednání a schválení.

Pro vyhodnocení Strategie je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

Šablona pro vyhodnocení Strategie

Příklad: 3.2 - Podpořit tvorbu páteřní nabídky produktů cestovního ruchu						
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 navrhněte 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

Kapitola je vypracována v samostatném dokumentu

TURNOV

Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK
CEO
Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851
o.spacek@kreia.cz
www.kreia.cz

KROKEM KREIA group

Poznámka:

Práci na studii jsme započali v prosinci 2023 a ukončili v květnu 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.

zdroj foto: infocentrum-turnov.cz, autor: Luděk Antoš